

Kategorie

- Kommunikation

Zielgruppe

- Bürgerinnen und Bürger

Projektphase

- Umsetzung

Broschüre



Quelle: Bildkraftwerk / Laurin Schmid

Was ist eine Broschüre?

Mithilfe von Broschüren können mobilitätsrelevante Informationen auf wenigen Seiten zusammengefasst und ansprechend aufbereitet werden. Die Broschüre gibt somit einen guten Überblick über das Mobilitätsangebot eines Unternehmens oder einer Region. Broschüren haben zudem einen größeren Umfang als beispielsweise Flyer; daher können detailliertere Informationen vermittelt werden.

Welche Vorteile bietet eine Broschüre?

Broschüren eignen sich insbesondere für die Kommunikation von Informationen, die über einen längeren Zeitraum gültig sind, beispielsweise bei der Einführung neuer Angebote oder bei der Neustrukturierung des Tarifsystems oder des Mobilitätsangebotes. Auch zu Jubiläen von Unternehmen oder Mobilitätsangeboten werden häufig Broschüren erstellt.

Broschüren können an öffentlichen Orten, wie z. B. Bürgerbüros, Mobilitätszentralen, Supermärkten oder Bäckereien ausgelegt werden, Teil eines Willkommenspakets für Zugezogene sein oder als Beilage mit einer Lokalzeitung verteilt werden. So wird der Bekanntheitsgrad des Mobilitätsangebots oder des werbenden Unternehmens gesteigert.

Die Umsetzungshilfe kann grundsätzlich von der kompletten Bevölkerung zur Informationserlangung genutzt werden. Da aber der jüngere Teil der Bevölkerung tendenziell digitale Medien im Internet oder auf dem Smartphone bevorzugt, ist eine Broschüre als Werbemittel besonders für Seniorinnen und Senioren und Erwachsene im ländlichen Raum sinnvoll.

Wie erfolgt die konkrete Umsetzung?

Hochwertige Broschüren sollten professionell aufbereitete Texte, Grafiken und Abbildungen sowie ein zielgruppengerechtes Layout aufweisen. In der Regel werden externe Fachleute für die Konzeption und Erstellung einbezogen. Je nach Anzahl, Umfang und Qualität der Broschüren variieren die Kosten für die Erstellung. Zentrale Kostenfaktoren sind die professionelle Gestaltung,

der Druck und der Vertrieb der Broschüren. Ob eine Broschüre das geeignete Medium ist, hängt von den zu kommunizierenden Inhalten bzw. dem Zweck der Kommunikationsmaßnahme sowie der Zielgruppe ab. Die Entscheidung für ein bestimmtes Medium sollte daher am Ende der Konzeption einer Marketing- oder Kommunikationsmaßnahme stehen.

Herausforderungen bei der Umsetzung

Die durch die Veröffentlichung einer Broschüre hervorgerufenen Effekte sind nur schwer messbar. Bei der Auswahl der Inhalte sollte der vergleichsweise hohe Aufwand für die Konzeption und Erstellung berücksichtigt werden. Bieten sich auch andere, einfachere Medien (wie Newsletter oder Flyer) an, führt der Einsatz von Broschüren zu höheren Kosten, die nicht zwangsläufig mit einer höheren Effektivität verbunden sind. Broschüren als Einzelmaßnahmen sind in der Regel ebenfalls nur begrenzt wirksam und sollten in einer übergeordneten Marketing- und Kommunikationsstrategie eingebettet werden.

Verwandte Beispiele aus der Praxis

Initiative RadKULTUR: Radverkehrskommunikation in Baden-Württemberg
(<https://www.mobilikon.de/praxisbeispiel/initiative-radkultur-radverkehrskommunikation-baden-wuerttemberg>)

Weitere Hilfen zur Umsetzung

Design Thinking (<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/design-thinking>)

Fahrplanheft (<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/fahrplanheft>)

Festlegung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie
(<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/festlegung-einer-marketing-und-kommunikationsstrategie>)

Flyer (<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/flyer>)

Quellen

Kagermeier, Andreas, 2004: Verkehrssystem- und Mobilitätsmanagement im ländlichen Raum. Studien zur Mobiliäts- und Verkehrsforschung. Zugriff: <http://andreas.kagermeier.de/>, Publikationen, < 2005 [abgerufen am 22.12.2023].

Smartmove, 2016: Smart Solutions, Promoting rural public transport use through active mobility consultancy. Zugriff: <http://www.smartmove-project.eu> [abgerufen am 24.04.2020].*

***Hinweis: Diese Seite ist nicht mehr abrufbar (23.05.2022).**