

Informationsveranstaltung

Kategorie

- Information

Zielgruppe

- Bürgerinnen und Bürger

Projektphase

- Planung
- Umsetzung



Quelle: Bildkraftwerk / Zöhre Kurc

Was ist eine Informationsveranstaltung?

Im Rahmen einer Informationsveranstaltung können bereits bestehende, neue oder zukünftig geplante Mobilitätsprojekte und dazugehörige Themen präsentiert werden. Informationsveranstaltungen bieten zudem die Möglichkeit zum Austausch zwischen der Öffentlichkeit und den Betreiberinnen und Betreibern bzw. der öffentlichen Hand. So können Informationsdefizite und Unsicherheiten abgebaut werden, wodurch neue Nutzerinnen und Nutzer gewonnen und die bestehende Kundschaft an das Angebote gebunden werden kann.

Informationsveranstaltungen können einmalig, regel- oder unregelmäßig angeboten werden. Dies ist davon abhängig, inwiefern sich Änderungen, Neuerungen oder Probleme bei einem Mobilitätsangebot ergeben und eine Informationsveranstaltung erforderlich oder sinnvoll machen.

Welche Vorteile bietet eine Informationsveranstaltung?

Im Vergleich zu anderen Kommunikations- und Marketingmaßnahmen ermöglichen Informationsveranstaltungen den persönlichen Kontakt zu den Nutzerinnen und Nutzer vor Ort und es können unterschiedliche Aktivitäten und Programmpunkte kombiniert werden. Informationsveranstaltungen besitzen einen eher formellen Charakter. Sie lassen sich gut mit weiteren Kommunikations- und Marketingmaßnahmen wie der Mobilitätsberatung, Give-Aways oder Flyern kombinieren.

Wie erfolgt die konkrete Umsetzung?

Eine Informationsveranstaltung kann auf unterschiedliche Art und Weise organisiert werden und grundsätzlich alle Bevölkerungsgruppen ansprechen. Als Formate bieten sich beispielsweise Vorträge, Podiumsdiskussionen oder auch interaktivere Formen wie World Cafés an, auch Online_Informationsveranstaltungen sind möglich.

Wenn ein bestimmtes Mobilitätsangebot vorgestellt werden soll, ergibt sich die Zielgruppe und das Format der Informationsveranstaltung in der Regel aus den potenziellen Nutzerinnen und Nutzer des Angebotes. Um die Veranstaltung auf diese Personengruppe zuzuschneiden, empfiehlt sich, im Vorfeld gründlich zu prüfen, welche Personen zur Informationsveranstaltung eingeladen werden und wie die Ansprache erfolgt. Beispielsweise ist es sinnvoll, bei Änderungen im Schulverkehrsangebot nicht nur die betroffenen Schulkinder, sondern auch deren Eltern und die lokalen Schulen einzubinden. Bei der Planung ist darauf zu achten, das Format und Ausgestaltung so zu wählen, dass die Personen, die teilnehmen sollen, auch gut an der Veranstaltung teilnehmen können. Wichtig ist etwa, die Uhrzeit so zu wählen, dass keine anderen Verpflichtungen im Wege stehen (Negativbeispiele wären etwa Elternveranstaltungen auf die übliche Zubettgeh-Zeit der Kinder zu legen, oder Arbeitstätige während der Dienstzeit einzuladen). Ein guter Ansatzpunkt kann auch der Ort der Veranstaltung sein. Die Teilnahme erhöht sich etwas durch sogenannte aufsuchende Formate: Personen werden dort informiert, wo sie sich sowieso aufhalten (eine Informationsveranstaltung für Seniorinnen und Senioren kann z. B. im Pflegeheim oder dem Seniorentreff abgehalten werden, statt in der Stadthalle oder im Rathaus, so ist es der Zielgruppe leichter, teilzunehmen).

Informationsveranstaltungen sollten im Vorfeld aktiv beworben werden, beispielsweise in der Lokalpresse, in Newslettern oder durch Aushänge, um die gewünschte Anzahl an Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu gewinnen.

Je nach Umfang und Ausgestaltung der Informationsveranstaltung variieren die damit verbundenen Kosten. Personelle Kapazitäten werden sowohl für die Planung als auch für die Durchführung benötigt. Weitere Kosten können sich beispielsweise für Werbe- und Informationsmaterial, externes Personal, Verpflegungsmöglichkeiten oder Mieten ergeben. Möglich ist hier, nach Kooperationspartnern zu suchen; z. B. können Informationsveranstaltungen für Schulkinder und ihre Eltern mit der örtlichen Schule durchgeführt werden, diese kann etwa Räumlichkeiten kostenlos zur Verfügung stellen und verfügt über etablierte Wege, die Zielgruppe zu erreichen. Die geplanten Aktivitäten und die damit verbundenen Kosten sollten im Verhältnis zu der genauen Zielsetzung der Informationsveranstaltung und der zu erwartenden Wirkung betrachtet werden.

Herausforderungen bei der Umsetzung

Umsetzungsschwierigkeiten liegen in der Regel in dem organisatorischen und finanziellen Aufwand zur Durchführung einer Informationsveranstaltung. Zudem muss ein zielgruppenspezifisches Programm entwickelt werden, um eine möglichst hohe Wirksamkeit der Maßnahme zu gewährleisten.

Darauf aufbauend müssen ausreichend Teilnehmerinnen und Teilnehmer gewonnen werden, damit der Aufwand gerechtfertigt ist. In der Praxis wird häufig berichtet, dass nur ein Teil der Zielgruppe zu Informationsveranstaltungen kommt. Hürden können abgebaut werden, indem die zu erreichende Zielgruppe aufgeucht wird und Informationsveranstaltungen im alltäglichen Umfeld der Zielgruppe organisiert werden (z. B. in der Schule oder dem Altenheim statt im Rathaus). Alternativ zu einer zentralen Informationsveranstaltung können Informationsstände an belebten Orten (z. B. Fußgängerzone) organisiert werden. Auch so werden Bürgerinnen und Bürger in ihrem Alltag abgeholt und müssen nicht aktiviert werden, zu einem Informationstermin zu erscheinen.

Verwandte Beispiele aus der Praxis

PlusBusse im Landkreis Potsdam-Mittelmark (<https://www.mobilikon.de/praxisbeispiel/plusbusse-im-landkreis-potsdam-mittelmark>)

Radverkehrsentwicklungsprozess im Landkreis Marburg-Biedenkopf
(<https://www.mobilikon.de/praxisbeispiel/radverkehrsentwicklungsprozess-im-landkreis-marburg-biedenkopf>)

Weitere Hilfen zur Umsetzung

Aktionstag (<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/aktionstag>)

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

Tag der offenen Tür bei einem Nahverkehrsbetrieb (<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/tag-der-offenen-tuer-bei-einem-nahverkehrsbetrieb>)

Werbegeschenke (<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/werbegeschenke>)

Quellen

Smartmove, 2014: Smart Solutions. Promoting rural public transport use through active mobility consultancy. Zugriff: <http://www.smartmove-project.eu>*, Knowledge, Downloadable guidance materials [abgerufen am 04.11.2021].

Wegweiser Bürgergesellschaft, o. J.: Die Organizer-Spirale. Zugriff: <https://www.buergergesellschaft.de>, Mitentscheiden, Praxishilfen, Kampagnen und Aktionen [abgerufen am 20.12.2023].

***Hinweis: Die Seite ist nicht mehr abrufbar (05.05.2022).**