

STABILISIEREN DES VERHALTENS – ÖFFENTLICHER VERKEHR UND FAHRGEMEINSCHAFTEN IN ZNOJMO, TSCHECHIEN





Stabilisieren des Verhaltens – Öffentlicher Verkehr und Fahrgemeinschaften in Znojmo

Problembeschreibung

Das Hauptthema des Step-by-Step-Projektes für Znojmo war und ist in erster Linie die Reduzierung des Energieverbrauchs im Verkehr, der Schutz gegen Luftverschmutzung und die Verbesserung des Lebensumfeldes für die Bewohner und Besucher in jeder Jahreszeit. Ferner die Gewährleistung einer komfortablen Fahrt zur Arbeit und eine geordnete Beförderung von Menschen in einem Stadtgebiet. Die Stadt wollte der drohenden Gefahr des Automobilitäts beuge, insbesondere in Bezug auf die Bedrohung durch Abgase und deren negative Auswirkungen auf die Menschen und historischen Gebäude. Für alle von uns ist das Auto irgendwie eine Notwendigkeit und daher ist ein Verzicht darauf sehr unangenehm.

Vertreter der Stadt Znojmo stellten schon vor langer Zeit fest, dass sie zwecks eines Schutzes der Gesundheit und des Lebensumfeldes die Fahrt in und aus der Stadt regulieren müssen, und so gilt seit Beginn der neunziger Jahre eine strenge Regelung für in das Stadtzentrum gelangende Fahrzeuge. Zum Beispiel gibt es eine Einfahrtgenehmigung für Nichtanlieger, die bei einmaliger Anwendung 20,-- Kč [tschechische Kronen] kostet und weitere zwanzig Kronen pro Auto für eine unvollständige Stunde Parken. In der Stadt gibt es viele Fußgängerzonen, die der Bevölkerung zunehmende Sicherheit und bessere Luftqualität bieten. Znojmo fördert den öffentlichen Verkehr. Das Zentrum wird von zwei Ökobussen angefahren und kann auch mit dem Fahrrad erreicht werden. Es gibt einen gesonderten Radweg, der 7 km lang ist und im Rahmen des Step-by-Step-Projektes eingerichtet wurde. Es gibt jetzt auch mehr „autofreie Tage“ und Radrennen. In Znojmo ist ein Carpooling-Zentrum entstanden, und eine umfangreiche Kampagne läuft derzeit in allen verfügbaren Medien (Fernsehen, Radio, Presse, Informationsbroschüren, Direktmailing). Carpooling, Radrennen und Wanderungen werden gefördert, ebenso wie Präsentationen bei verschiedenen sportlichen Aktivitäten und anderen Aktionen.

In Znojmo führten Sekundar- und Hochschulen im Rahmen des Step-by-Step-Projektes eine Umfrage zu Verkehrsdiensten und ihren positiven Aspekten im Hinblick auf Energieeinsparung durch. Siehe www.znojmskyrozvoj.cz.

Beschreibung der Maßnahmen und Aktivitäten

Das Konzept für die Werbekampagne wurde im Voraus erstellt entsprechend der Zielgruppe und der für ihre Umsetzung verfügbaren Personen.

Die Werbekampagne des mährischen Fernsehens

Die erste Phase begann inoffiziell im November 2003, als das Fernsehen in einer Sendung die Bürger über das Step-by-Step-Projekt und seine Umsetzung in Znojmo informierte. Die offizielle Kampagne



AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

wurde am 1. März gestartet und dauerte bis zum 30. Juni 2004. Dabei kam es zu ca. 10 dicht aufeinander folgenden Sendungen (Gespräche mit prominenten Leuten in Znojmo).

Ferner wurde während der Kampagne sporadisch über autofreie Tage, Fahrradtage, Wanderungen und Workshops im Fernsehen berichtet und dafür Werbung gemacht.

Die zweite Phase der Werbekampagne begann am 15. Oktober 2004 und dauert bis 30. April 2005. In dieser Kampagne werden die Umsetzung von Carpools sowie die Erweiterung und Arbeitsweise des Carpooling-Zentrums durch das MTV (Mährische Fernsehen) hervorgehoben.

Werbekampagne von Radio Blanik

Die 1. Phase begann inoffiziell im Oktober 2003, indem die Öffentlichkeit regelmäßig über das Step-by-Step-Projekt informiert wurde. Danach folgte eine offizielle Werbekampagne, die am 1. März begann und bis zum 30. Juni 2004 dauerte. Slogans wie „Immer nur Autofahren? Es geht auch anders!“, „Wissen Sie, was Carpooling bedeutet?“, „Am liebsten fahre ich Rad“, „Ich gehe zu Fuß oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln zur Arbeit“ wurden dreimal täglich unter Verweis auf das Step-by-Step-Projekt ausgestrahlt.

Diese Kampagne beinhaltete auch Interviews mit prominenten Persönlichkeiten. Außerdem begleitete die Kampagne verschiedene projektverwandte Aktionen, wie z. B. den europäischen autofreien Tag am 22. September 2004, die Woche der Mobilität usw.

Werbekampagne in der Presse und Sonderzeitschriften

Die ersten Nachrichten über das Step-by-Step-Projekt wurden im Mai 2003 verbreitet infolge der von der Stadt Znojmo im Mai 2003 veranstalteten Konferenz. Das Projekt wurde von allen lokalen Tages-, Wochen-, Abend- und Stadtbezirkszeitungen genau verfolgt. Eine Partnerschaft mit den Zeitungen Rovnost, Znojemsko, Znojemské listy, Travel Profi und Impulzy wurde eingerichtet. In allen erwähnten Zeitungen erschienen mehrmals Artikel. Für die Pressekampagne wurden Artikel über das Step-by-Step-Projekt verfasst, die die Aspekte Energieeinsparung, Carpooling, öffentlicher Verkehr sowie Radfahren und Wandern für einen gesunden Lebensstil betonten. Darüber hinaus wurden zwei weitere Grafiken für eine Anzeige in einer Lokalzeitung entworfen (Znojemsko, Znojemské listy).

1. Die Anzeige enthielt allgemeine Informationen über das Projekt und riet zum Energiesparen durch die Verwendung anderer Transportmittel anstatt des Autos.
2. Die Anzeige enthielt allgemeine Informationen über Energiesparen durch Carpooling. Beide Anzeigen wurden in Znojemsko, Znojemské listy ca. 30-mal veröffentlicht und durch andere Artikel untermauert. Sie erschienen von Mai 2004 bis November 2004.

Siehe www.znojemskyrozvoj.cz

Werbekampagne auf der Rückseite öffentlicher Busse

Ein 2x2 m großer grafischer Entwurf mit dem Slogan „Immer nur Autofahren? Es geht auch anders!“ und der Kontaktadresse des Projektleiters wurde erstellt. Diese Grafik wurde auf drei normalen Busverbindungen während insgesamt 12 Monaten angebracht.

Siehe www.znojemskyrozvoj.cz

Werbekampagne in der Presse

Werbematerial zum Step-by-Step-Projekt wurde veröffentlicht. Es wurden 15.000 Stück gedruckt. Ebenso wurden 15.000 Exemplare eines informativen Werbematerials über die Vorzüge des Carpooling herausgegeben. Beide Materialien wurden in Znojmo und 120 lokalen Büros verteilt. Beide Materialien können eingesehen werden unter: www.znojemskyrozvoj.cz

Werbekampagnen durch Internet-Webseiten

Da die Domain Step-by-Step bereits belegt war, mussten wir die aktuellen Seiten von „Entwicklung von Znojmo“ umwandeln, so dass wir die Projektinformationen unter dem Haupttitel und auf der Hauptseite unterbringen konnten. Alle Informationen finden Sie unter www.znojemskyrozvoj.cz/stepbystep



Wer ist die treibende Kraft? Wer ist der Nutznießer?

Die Werbekampagne wurde durch alle verfügbaren Ressourcen unterstützt (Treffen, Aufklärung, Forschungsarbeit an Schulen, Projektpräsentation bei der Sitzung von Vereinen und Kammern im Kreis Znojmo). Ein Motor dieser riesigen Kampagne war zweifellos das Umsetzungsteam. Sein Vorsitzender ist der Bürgermeister der Stadt Znojmo. Die Kampagne konzentrierte sich auf die gesamte Bevölkerung und sämtliche selbst verwalteten Gebiete im Kreis. Das Hauptmotto dieser Kampagne lautete Energiesparen, gesunder Lebensstil in Stadt und Umgebung sowie Nutzung alternativer Transportmittel.

Die Hauptdevise

„Immer nur Autofahren? Es geht auch anders!“.

Ergebnisse

Die komplexe Werbekampagne erreichte ca. 60.000 Bürger in 120 Dörfern im Kreis, wo das Projekt auf Bürgermeistersitzungen alle 3 Monate vorgestellt wurde. Der autofreie Tag am 15. Juni 2004 wurde unterstützt, ebenso wie der „europäische autofreie Tag“ am 22. Oktober 2004.

Ferner wurden folgende Aktionen unterstützt:

- Fahrradtag am 01.05.2004, Teilnahme von ca. 1.500 Radfahrern
- Fahrradtag am 03.07.2004, Teilnahme von ca. 3.500 Radfahrern

- Wanderung überall in „Znojenské Podyjí“ am 04.09.2004, 1.200 Teilnehmer
- Autofreier Tag: am 15.06.2004 500 Fahrer; am 22.09.2004 600 Fahrer

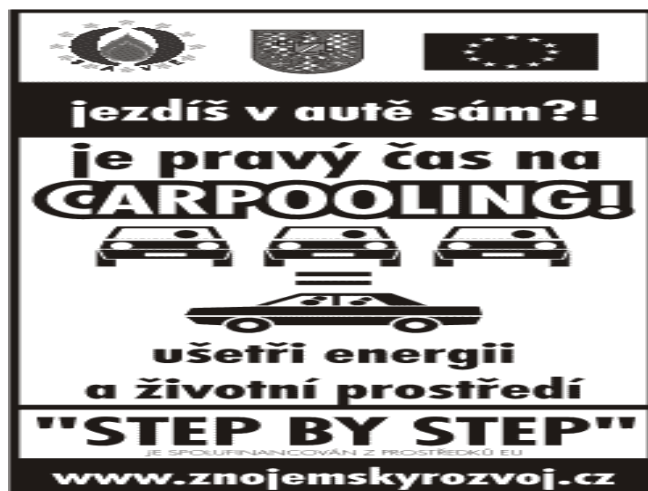
Carpooling

Carpooling ist zur Routine geworden in der Region Znojmo, wie auch in der gesamten Tschechischen Republik, weil es von verschiedenen Bevölkerungsgruppen praktiziert wird, um zur Arbeit außerhalb der Stadt zu gelangen, darunter Lehrer, Arbeiter bei großen Firmen, Geschäftszentren und Marktplätzen, wie z. B. Hatě an der Grenze, das früher eine zollfreie Zone war. Leider sind die aktuellen genauen Zahlen der Autos und Personen nicht bekannt.

Gegenwärtig befindet sich das Carpooling-Zentrum in Znojmo, und wir erwarten aussagekräftige Informationen in der nahen Zukunft. Das Zentrum hat im November 2004 seine Tätigkeit aufgenommen und die Zahl der interessierten Personen ist im Augenblick noch nicht besonders groß.

Unseren Informationen zufolge, die wir aus verschiedenen Quellen erhalten haben, liegt die Zahl der Carpooling-Autos (Fahrer + 2 Personen) zwischen 85 und 110 Autos pro Tag. Die Stadt Miroslav bietet Transport für Arbeiter, deren Arbeit 70 km entfernt ist. Die Arbeiter kommen in die Stadt, lassen ihre Autos auf einem Parkplatz stehen und steigen dann in den bereitgestellten Bus ein, der sie zur Arbeit bringt. Dabei handelt es sich um ca. 11 Pkws jeden Tag.

Ferner gibt es zwischen 20 und 30 Autos in Moravský Krumlov, die jeden Tag ein Carpooling praktizieren. Uns liegen soweit keine Informationen vor über andere kleinere Dörfer, die veröffentlicht werden könnten. Wir sind jedoch davon überzeugt, dass Carpooling ziemlich häufig praktiziert wird.



Ökologischer Sammeltransport

Znojmo hat jetzt einen zweiten Ökobus, der zu 100% mit Elektroenergie betrieben wird. Der übrige Sammeltransport verwendet Dieselmotoren. Die Nutzung des öffentlichen Verkehrs nimmt zu, insbesondere aufgrund eines Mangels an Parkplätzen im Zentrum und Gebühren für den Eintritt ins Stadtzentrum.



Studie über Verkehrsdienste in Znojmo

Innerhalb des Step-by-Step-Projektes führten wir eine Studie über Verkehrsdienste in Znojmo durch. Eine Befragung wurde durchgeführt an ausgewählten Schulen mit 537 Befragten. Eines der Hauptziele dieses Unterfangens bestand darin, einer potentiellen Benutzergruppe die Auswirkungen im Bereich Energieeinsparung und Schutz des Lebensumfeldes zu vergegenwärtigen, bei gleichzeitiger Vertrautmachung der Schüler und Studenten mit dem Projekt.

Ein anderes Ziel der Studie war die Sammlung von Informationen darüber, wie Schüler und Studenten zur Schule bzw. Hochschule gehen. Folgendes wurde festgestellt:

- 40% zu Fuß
- 28% mit dem Bus
- 16% mit dem Auto als Mitfahrer
- 6% mit dem Zug
- 3,5% mit dem Rad
- 3% mit dem Auto als Fahrer
- 1,5% mit Skatern oder mit dem Roller
- 1% mit dem Motorrad
- 1% Sonstiges (Skateboard etc.)

Auswertung der Werbekampagne und erzielte Resultate

Die Werbekampagne über Medien, Presse, Direktmailing, den öffentlichen Verkehr, Workshops, Aufklärung und Werbematerialien war wirklich erfolgreich und ausreichend informativ für die gesamte Öffentlichkeit sowie die Zielgruppe in der ganzen Region.

Die Überwachung vollzog sich gleichzeitig mit der Kampagne. Die Kampagne war klar und einfach. Wir stellten bei der Umsetzung keine Probleme fest.

In Bezug auf Einsparungen durch Carpooling und unter Anwendung eines gemeinsamen Nenners zur Zusammenfassung der Carpooling-Maßnahmen in unserer Region (116 Pkws) sind folgende Ergebnisse zu verzeichnen:

116 Pkws mit 3 Fahrgästen, Verbrauch 2 Liter auf 20 km x 250 Tage pro Jahr = 58.000 l Benzin.



AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

Bei getrenntem Einsatz der Pkws wäre der Benzinverbrauch dreimal so hoch, d. h. 174.000 l.

Einsparungen: $174.000 - 58.000 = 116.000$ l / Jahr (250 Tage).

Der Benzin- und Dieselpreis ist beinahe der gleiche (24 – 25 Kč/l).

Finanzielle Ersparnis: $116.000 \text{ l} \times 24 \text{ Kč} = 2.784.000,-- \text{ Kč}$, d. h., 92.800 € (30 Kč / 1 €).

Carpooling bei Eishockey- und Fußballspielen

In Verbindung mit dem Turnverein in Znojmo organisierten wir in Znojmo den Transport von ca. 200 Fans zu einem Spiel in Znojmo. Wir setzten 60 Pkws ein. Die Fahrer fuhren sonst immer allein in 200 Autos mit je 1 Person. Die durchschnittliche Entfernung betrug 35 km. Im Jahr 2004 wurden diese organisierten Transporte 12 mal mit erstaunlichen Ergebnissen durchgeführt.

$35 \text{ km} \times 60 \text{ Autos} \times 12 = 25.200 \text{ km}$; bei einem Verbrauch von 2,5 l / 35 km ist der tatsächliche Verbrauch:

$$60 \times 12 \times 2,5 = 1.800 \text{ l}$$

$$200 \times 12 \times 2,5 = 6.000 \text{ l}$$

Einsparungen: $6.000 - 1.800 = 4.200 \text{ l}$

$$4.200 \times 24 \text{ Kč/l} = 100.800 \text{ Kč}$$

Die Gesamtzahl der Pkws, die zu den Sportveranstaltungen nach Znojmo kamen, beträgt 2.000 Autos.

Zugang von Pkws zum Zentrum

Im Rahmen des Projektes beobachteten wir ins Zentrum gelangende Pkws in den Jahren 2003 und 2004. Wir stellten fest, dass während der Durchführung des Projektes die Zahl der ins Zentrum gelangenden Pkws von 101.408 in 2003 auf 91.200 Pkws in 2004 sank, was ungefähr 10% weniger Pkws bedeutet (10.208 Pkws).

Probleme / Hindernisse

Das Step-by-Step-Projekt gewann das Vertrauen der Öffentlichkeit nicht nur in Znojmo, sondern auch in anderen Städten unserer Region. Dies zeigt sich in vielen Fragebögen, die das mährische Fernsehen zur Verfügung stellte.

Uns liegt keine negative Stellungnahme vor – im Gegenteil, das Vertrauen wurde ausgesprochen zusammen mit dem Wunsch, das Projekt und seine Ziele weiterzuverfolgen.

Viele Bürger betrachteten dieses Projekt als erziehungsfördernd für die junge Generation. Daher verteilten wir in Zusammenarbeit mit 5 Rektoren von Sekundar- und Hochschulen Materialien mit Projektinformationen an Schüler und Studenten.

Unsere Zusammenarbeit gipfelte in einer Studie der Verkehrsdienste für Znojmo. Die Ergebnisse dieser Studie können eingesehen werden unter www.znojemskyrozvoj.cz.

Während der Projektdurchführung sind wir auf keine Probleme gestoßen, abgesehen vom Wetter, das manchmal nicht gerade gut war. Um in unserem Fall erfolgreich zu sein, genügte bereits wenig: Ehrlichkeit, unermüdliche Bemühungen, Nutzung eines öffentlichen Verkehrsmittels und, wo möglich, Einsatz der eigenen Füße.



AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

Das Step-by-Step-Projekt wurde zu einem wichtigen Thema für viele Städte und Dörfer. Wir empfehlen seine Ausweitung auf folgende Dörfer:

- Moravský Krumlov – 6.000 Bürger, zweitgrößte Stadt unseres Landes.
Ansprechpartner: Herr Bartolomej Pitlach – Bürgermeister, Telefonr.: Tel. +420 515 300 710
Frau Marie Valachová – Vizebürgermeisterin, Tel. +420 515 300 720
Siehe www.mkrumlov.cz
- Miroslav – 3.000 Bürger
Ansprechpartner: Herr Augustin Forman, Ing. – Bürgermeister, Tel. +420 515 333 203
Herr Roman Volf – Vizebürgermeister, Tel. +420 515 266 453
Siehe www.mesto-miroslav.cz
- Dorf Dobsice – 2.500 Bürger
Ansprechpartner: Herr Jaroslav Jenešovský, Ing. – Bürgermeister, Tel. +420 515 245 975
Siehe www.dobsice.cz

Kosten / Nutzen

Arbeitszeiten, Kosten

Personal – geleistete Stunden insgesamt: 1.500 Stunden, der Kostenvoranschlag für das Projekt wurde leicht überschritten.

Übersetzungskosten Englisch – Tschechisch, Tschechisch – Englisch	16 950,-- Kč
Druck des Werbematerials	44 386,-- Kč
Werbung in der Presse	103 665,-- Kč
Werbung im mährischen Fernsehen	65 900,-- Kč
Radiowerbung	20 493,-- Kč
Studie Verkehrsinformationen	16 000,-- Kč
Reisekosten	106 077,-- Kč
Buswerbung	62 004,-- Kč
Internetseiten.....	31 590,-- Kč
Verteilung	10 000,-- Kč
Gesamtkosten	477 070,-- Kč.

Vorteile

Da Znojmo die Aktivitäten des mährischen Fernsehens und von Radio Blanik finanziell unterstützt, wurde das Step-by-Step-Projekt favorisiert, und man kann sagen, dass die erbrachten Leistungen um ein Mehrfaches über die bezahlten Rechnungen hinausgehen. Eine weitere Begünstigung kam von seiten des städtischen Verkehrsamtes, wo man über ein paar Monate hinweg von einer Zahlung absah, so dass man von einem 100%igen Rabatt auf die Fahrdienste sprechen kann.

Erfahrungen aus der Projektdurchführung und Empfehlungen

Das Step-by-Step-Projekt war für Znojmo ein Pilotprojekt in folgenden Bereichen: Energieeinsparung beim Verkehr, Schutz des Lebensumfeldes und gesunder Lebensstil der Bürger.

Da der Hauptgedanke des Projektes einige Formen der Stadtentwicklung ergänzt, war es für Znojmo nicht schwierig, mit der Umsetzung dieses Projektes in Zusammenarbeit mit anderen Stadtverwaltungen der Region zu beginnen. Die ersten Erfahrungen zeigten, dass das Bewusstsein der Bürger im Bereich Energieeinsparung nicht auf dem richtigen Stand war.

Eine weitere Erfahrung war, dass die Zielgruppen die Rolle der Passagiere in einem fahrenden Zug ohne Betriebsgenehmigung spielten. Ein geschärfteres Bewusstsein und Aufklärung waren in diesem Bereich notwendig.

Die Kooperation mit den Zielgruppen war in gewisser Hinsicht schwierig, da das Projektthema sensibel und für einige inakzeptabel war, besonders, wenn wir ihr Auto gegen ihre Füße eintauschen wollten.

Die Kooperation mit den Institutionen in der Region (Stadtverwaltungen, große Produktionskonzerne, Schulen etc.) vollzog sich auf einem sehr guten Niveau und trug sehr zur Bekanntmachung des Projektes und der erfolgreichen Umsetzung seiner Ziele bei.

Wir waren erstaunt über das Interesse der jungen Generation, die über die Schulen an das Projekt angebunden war.

Wir kooperierten sehr gut mit Medien, TV, Radio und Presse.

Wir stellten keine Hürden oder mangelndes Interesse auf der Kooperationsebene fest.

Dieses Projekt führte einige Gruppen zu der Überzeugung, dass mehr Projekte zum Thema Einsparungen und Aufklärung im Bereich Lebensumfeld durchgeführt werden sollten.

Wir empfehlen eine Ausweitung dieses Projektes auf andere Städte in unserer Region unter Betonung verschiedener Instrumente zur Energieeinsparung und zum Schutz der Atmosphäre, insbesondere durch den Einsatz von Carpooling-Diensten und die Einrichtung von neuen Carpooling-Zentren in den städtischen Ämtern, eventuell mit funktioneller Abstimmung auf bestimmte gewerbliche Bereiche, sowie durch die Schaffung von Fußgängerzonen und Rad- oder Fußwegen in jedem Dorf.