



Universität Stuttgart

Workshop

04.-07. Mai 2017

Kommunikationsstrategien einer nachhaltigen Mobilitätskultur



REALLABOR FÜR
NACHHALTIGE
MOBILITÄTSKULTUR

Future City Lab
Universität Stuttgart

IZKT I II
INTERNATIONALES ZENTRUM
FÜR KULTUR- UND TECHNIKFORSCHUNG

INHALT

Seite

VORWORT 3

PROGRAMM 4

REFERENTEN 8

TUTOREN 18

WORKSHOP „KOMMUNIKATIONSSTRATEGIEN EINER NACHHALTIGEN MOBILITÄTSKULTUR“

Der weltweite Erfolg des motorisierten Individualverkehrs stellt Städte vor große Herausforderungen, so auch Stuttgart. Das Ziel, die negativen Wirkungen des Autoverkehrs in Form von Staus, Feinstaub, CO₂- und Stickoxidemissionen, Platzverbrauch und Lärm zu verringern und den Wandel zu einer nachhaltigen Mobilitätsregion zu fördern, ist gesellschaftlicher Konsens geworden. Aber wie kann ein solcher Wandel in Stuttgart angestoßen werden? Und welche Rolle spielt dabei die Kommunikation? Was charakterisiert eine gelungene Kommunikation für eine Mobilitätskultur, die nicht nur Ressourcen schont, sondern auch Gesundheit und Bewegung unterstützt, sozialen Austausch fördert und in der Stadt neue Lebens- und Aufenthaltsqualitäten schafft?

Der Workshop thematisiert Kommunikationsstrategien einer nachhaltigen Mobilitätskultur.

Ausgewiesene Experten und Praktiker stellen ihre Forschungsergebnisse und Erfahrungen vor. An der Schnittstelle von Verkehrswissenschaft, Stadtplanung, Soziologie und Kommunikationswissenschaft werden fächerübergreifende Kompetenzen vermittelt. Sie werden doppelt angewandt und erprobt. Die TeilnehmerInnen werden sich auf Feldforschung begeben: Wer ist mit welchem Verkehrsmittel warum in Stuttgart unterwegs? Auf Basis der Feldforschungsergebnisse sowie von Zukunftsvisionen, die Stuttgarter BürgerInnen vor kurzem in zwei Workshops erarbeitet haben, entwickeln die TeilnehmerInnen danach eine eigene Kommunikationsstrategie für nachhaltige Mobilität in der Stadt Stuttgart. Sie präsentieren ihre Ideen vor einer fachkundigen Jury.

Wir danken den Juroren für ihr Engagement und ihren inspirierenden Kommentar.

Der Workshop findet im „Future City Lab_Stuttgart: Reallabor für nachhaltige Mobilitätskultur“ der Universität Stuttgart statt.

PROGRAMM

DONNERSTAG, 04. MAI 2017

Ort: Labor 8 | Universität Stuttgart | Keplerstraße 11 | 8. OG

ab 14.30 Uhr

Registrierung

15.00 Uhr

Dr. Elke Uhl/Johannes Heynold (IZKT, Workshop-Koordination)

Begrüßung, Vorstellung des Programms, Organisatorisches

15.10 Uhr

Marius Gantert (Projektkoordination Reallabor)

Vorstellung des Reallabors für nachhaltige Mobilitätskultur

15.30 Uhr

Vorstellung der Teilnehmer, Austausch zu eigenen Kommunikations- und Mobilitätserfahrungen

- Kontext -

Öffentliche Input-Vorträge

Ort: Vortragsraum 1.08 | Keplerstraße 11 | 1. Stock

16.00 Uhr

Michael Adler (Chefredakteur der Zeitschrift fairkehr, Geschäftsführer der Agentur tippingpoints)

Nachhaltige Mobilität emotional verkaufen.

Kommunikation als Grundlage für eine Änderung des Mobilitätsverhaltens

17.00 Uhr

Laura Loy (Fachgebiet Medienpsychologie, Uni Hohenheim)

Sowas von übermorgen. Nachhaltige Mobilität auf Basis psychologischer Erkenntnisse kommunizieren

18.00 Uhr

Ende

FREITAG, 05. MAI 2017

Ort: Labor 8 | Universität Stuttgart | Keplerstraße 11 | 8. OG

- Stuttgarter Faktoren und Akteure -

9.15 Uhr

Raphael Dietz & Charlotte Ritz (SI & ISV, Stuttgart)

Wechselwirkungen von Mobilitätverhalten, Stadtraum und Nachhaltigkeit anhand von Stuttgarter Zukunftsszenarien

10.30 Uhr

Annika Arnold (ZIRIUS)

Faktorenmap aus Sicht des Senders: Aufgabe und Ziel

11.00 Uhr

Teambildung

11.15 Uhr

Gruppenarbeit: Faktorenmap für die Stadt Stuttgart – Welche Akteure spreche ich wie an?

MITTAGSPAUSE

13.30 Uhr

Rainer Kuhn (ZIRIUS)

Werkzeugkasten für die Feldforschung – Wie erheben wir Daten für eine Typenbildung?

14.30 Uhr

Feldforschung

Fortsetzung auf nächster Seite

PROGRAMM

- Gemeinschaftlicher Wandel -

Öffentlicher Abendvortrag

Ort: Stadtbibliothek Stuttgart | Mailänderplatz 1

19.30 Uhr

Prof. Dr. Reinhold Leinfelder (Freie Universität Berlin)

Willkommen im Anthropozän.

Zukunftskonzepte vermitteln

SAMSTAG, 06. MAI 2017

Ort: Vortragsraum 1.08 | Keplerstraße 11 | 1. Stock

- Angewandte Kommunikation -

9.30 Uhr

Plenum

9.45 Uhr

Gruppenarbeit: Zielgruppen bestimmen

11.00 Uhr

Nil Boushila (Die Wegmeister, Stuttgarter Werbeagentur)

Von der Theorie zur Praxis oder:

Wie aus einer Vision konkrete Kommunikation wird

Mittagspause

13.00 Uhr

Gruppenarbeit: Entwicklung einer zielgruppengerechten Kommunikationsstrategie

17.00 Uhr

Kampagnen-Prototyping: Test der eigenen Strategie im Kontakt mit anderen Gruppen

SONNTAG, 07. MAI 2017

Ort: Labor 8 | Universität Stuttgart | Keplerstraße 11 | 8. OG

ab 9.00 Uhr

Fortsetzung der Gruppenarbeit

13.00 Uhr

Präsentation der studentischen Arbeiten im Plenum

Die Präsentationen werden von einer Jury kommentiert.

Der Jury gehören an:

Nil Boushila & Oliver Woye, Werbeagentur *Die Wegmeister*

Prof. Dr.-Ing. Markus Friedrich, Verkehrswissenschaftler, Institut für Straßen- und Verkehrswesen, Universität Stuttgart

Laura Loy, Medienpsychologin, Universität Hohenheim

Sven Matis, Leiter der Pressestelle der Landeshauptstadt Stuttgart

ENDE CA. 15 UHR

Organisatorisches:

Der Workshop wird als fächerübergreifende Schlüsselqualifikation im Kompetenzbereich 1 angeboten. Um drei Leistungspunkte im SQ-Modul zu erwerben, ist die Teilnahme an allen Programmpunkten notwendig. Wer keine Leistungspunkte benötigt, ist zum Besuch der Vorträge eingeladen.

Veranstalter:

Eine Veranstaltung des IZKT, des ZIRIUS und des ILPÖ im „Future City Lab_Stuttgart: Reallabor für Nachhaltige Mobilitätskultur“ der Universität Stuttgart in Kooperation mit der Stadtbibliothek Stuttgart. Gefördert vom Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst, Baden-Württemberg und zusätzlich gefördert vom Umweltbundesamt.

REFERENTEN

■ Michael Adler

Nachhaltige Mobilität emotional verkaufen. Kommunikation als Grundlage für eine Änderung des Mo- bilitätsverhaltens

Unsere Mobilität ist eine sehr relevante Größe für den globalen Klimawandel. Hinzu kommen die vielfach diskutierten Schadstoffe, die lokal in unseren Städten die Luft verpesten.

Das Problem haben viele Menschen auch erkannt. Laut Umweltbundesamt wollen 82% der Deutschen eine Verkehrspolitik, die Fuß- und Radverkehr in der Kombination mit dem Öffentlichen Verkehr fördert.

Und dann tun sie es doch nicht. Menschen handeln emotional nach dem Lustprinzip und in routinierter Bequemlichkeit. Anders formuliert: Menschen wollen Auto fahren, weil sie schon immer Auto fahren. Dennoch agieren wir in der politischen Kommunikation und in der Wissenschaft so, als ob der Mensch ganz Ratio und vor allem auf der intellektuellen Ebene ansprechbar wäre.

Diese Routine zu brechen und durch neue zu ersetzen, ist eine kommunikative Aufgabe. Wir müssen die Menschen „wollen machen“ und wir müssen ihnen dieses Wollen einer anderen Mobilität so einfach wie möglich machen.

Meine Agenturen *tippingpoints* und *fairkehr* arbeiten seit einigen Jahren an der Verschiebung der Mobilitätskultur von fossil zu nachhaltig. Wir haben für das Bundesumweltministerium die Kampagne „Kopf an. Motor aus“ umgesetzt und die viral sehr erfolgreiche Klimaschutzkampagne #ziek „Zusammen ist es Klimaschutz“. Wir machen Kampagnen für Kommunen, für den Radschnellweg Ruhr und für den Fußverkehr in Baden-Württemberg. Wir verfolgen dabei einen kompletten Ansatz, der einerseits Politik, Verwaltung, Entscheider motiviert, sich für eine Veränderung einzusetzen und die richtigen Weichen zu stellen. Und andererseits motivieren wir die Menschen, konkret in bestimmten Situationen ihr Verhalten zu ändern und so in einem Lernprozess eine positive Haltung zu nachhaltiger Mobilität zu gewinnen.



Michael Adler ist Geschäftsführer der Agentur *tippingpoints* und der *fairkehr* Verlagsgesellschaft an den Standorten Bonn und Berlin. Er konzipiert politische Kampagnen zu allen Themen der Nachhaltigkeit, wie Mobilität, Stadtentwicklung, Klimaschutz und Ernährung. Er verfügt über ein breites Netzwerk zu all diesen Themen mit Schwerpunkt Mobilität. Er ist Autor, Journalist, Moderator und Redner zur Kommunikation dieser Themen und deren zukünftigen Entwicklung. Seine Motivation: Wir machen gute Kommunikation für eine bessere Welt.

■ Laura Loy

Sowas von übermorgen. Nachhaltige Mobilität auf Basis psychologischer Erkenntnisse kommunizieren

Wie kann nachhaltiges (Mobilitäts-)Verhalten erklärt werden? Warum ist manchen Menschen eine nachhaltige Entwicklung wichtiger als anderen? Was bewegt Menschen dazu Ihre Gewohnheiten zu ändern? Welche Schwierigkeiten treten auf? Wie lässt sich eine solche Veränderung durch kommunikative Maßnahmen fördern? Erkenntnisse der Medienpsychologie und Umweltpsychologie können zur Beantwortung dieser und ähnlicher Fragen beitragen. Im Vortrag werde ich ausgewählte theoretische Modelle sowie empirische Forschungsbeispiele vorstellen. Diese können für die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie nutzbar gemacht werden und sollen als Inspiration dienen.



Laura Loy promoviert und arbeitet als wissenschaftliche Mitarbeiterin im Fachgebiet Medienpsychologie an der Universität Hohenheim. Sie studierte Psychologie an den Universitäten Konstanz und Padua. Nach ihrem Diplom war sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg tätig. Dort betreute sie ein Projekt zur Evaluation der Wirksamkeit einer sozial-normativen Kommunikationsstrategie zur individuellen Anpassung an den Klimawandel. Ihre Dissertation beschäftigt sich mit der Wirkung der Berichterstattung zum Klimawandel.

REFERENTEN

■ Raphael Dietz & Charlotte Ritz

Wechselwirkungen von Mobilitätverhalten, Stadtraum & Nachhaltigkeit anhand Stuttgarter Zukunftsszenarien

Wie soll Mobilität in Stuttgart im Jahr 2030 aussehen? Was müsste man heute tun, um diese Visionen zu verwirklichen? In zwei Workshops haben Stuttgarter Bürgerinnen und Bürger diese Fragen diskutiert und Mobilitätsvisionen entwickelt. Die Visionen wurden verkehrswissenschaftlich und städtebaulich ausgewertet und visualisiert. Es entstanden Zukunftsszenarien, die uns im Workshop als Grundlage für die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie dienen. Raphael Dietz und Charlotte Ritz stellen sie vor.

■ Annika Arnold

Faktorenmap aus Sicht des Senders: Aufgabe und Ziel

Annika Arnold wird die Aufgabe zur Erstellung einer Faktorenmap erläutern. Diese dient der Vorbereitung einer Kommunikationsstrategie und nimmt die Perspektive des Senders ein. Neben der Zielgruppe, der Botschaft und den sich daraus ergebenden Wegen der Kommunikation sollte man sich zunächst darüber im Klaren sein, was die Identität des Senders ausmacht und wie er zur vermittelnden Botschaft steht, um ein konsistentes und überzeugendes Narrativ zu entwickeln.

■ Rainer Kuhn

Werkzeugkasten für die Feldforschung – Wie erheben wir Daten für eine Typenbildung?

Rainer Kuhn erläutert, was es bei einer Befragung in der Stadt zu beachten gilt. Wie kommen wir an unsere Daten und Argumente, die wir für die weitere Arbeit brauchen? Dafür müssen Grundlagen beachtet werden, wie z.B. die Fragebogenkonstruktion und eine angemessene Ansprache der Befragten. Aber auch der richtige Griff in den Werkzeugkasten. Braucht man hohe Fallzahlen, also quantitative Erhebungsdaten oder Argumente und damit qualitative Daten? Auch dieser Unterschied soll erörtert werden.



Raphael Dietz ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Städtebau Institut der Universität Stuttgart. Im „Reallabor für nachhaltige Mobilitätskultur“ koordiniert er die Realexperimente und Interventionen. Mit Studierenden hat er Zukunftsszenarien und ihre Auswirkungen auf den Stadtraum gearbeitet und visualisiert.



Charlotte Ritz studierte an der Universität Stuttgart Umweltschutztechnik mit der Vertiefung Verkehr und Umwelt. Seit 2011 ist sie wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Verkehrsplanung und Verkehrsleittechnik der Universität Stuttgart und arbeitet im „Reallabor für nachhaltige Mobilitätskultur“ mit.



Annika Arnold ist seit 2009 wissenschaftliche Mitarbeiterin am ZIRIUS der Universität Stuttgart und seit 2016 Mitarbeiterin der DIALOGIK gGmbH. Ihre Arbeitsschwerpunkte liegen in den Bereichen Kultursoziologie, Umweltkommunikation und Transformationsforschung.



Rainer Kuhn ist seit 2010 wiss. Mitarbeiter am ZIRIUS und arbeitet im Reallabor und dem Projekt „WirWollenMehr“ sowie an seiner Dissertation zur Methode des Gruppendelphis als konsensbildendes Diskursverfahren.

REFERENTEN

■ Prof. Dr. Reinhold Leinfelder

Willkommen im Anthropozän. Zukunftskonzepte vermitteln

Umweltproblematiken sind hinreichend wissenschaftlich untersucht, um daraus gesellschaftliche Konsequenzen zu ziehen. Tatsächlich läuft jedoch die Umsetzung der Energiewende eher schleppend, das Artensterben ist ungebremst und Wissenschaftsskeptizismus sowie „alternative Fakten“ bekommen zunehmend Oberwasser. Die Ursachen dafür sind vielfältig, liegen allerdings auch in der fehlenden Vorstellbarkeit der Zukunft.

Das Anthropozän-Konzept hat das Potenzial, hier ein Umdenken einzuleiten: 1. unterstreicht es die gewaltige Rolle des Menschen, der die Erde schon zu etwa drei Vierteln umgewandelt hat und zu einem wesentlichen Treiber des gesamten Erdsystems geworden ist. 2. zeigt sich diese anthropogene Kraft unerwartet sogar in neuen geologischen Signalen. Neue Technofossilien, wie Partikel aus Plastik, industrieller Flugasche und radioaktiven Niederschlägen charakterisieren Sedimente heute global. 3. resultiert daraus aber auch eine völlig neue Sichtweise auf das Erdsystem: Wir sind nicht von einer Umwelt umgeben, sondern ein Teil dieses Systems, wir leben in einer „Unswelt“.

Der Anthropozän-Gedanke unterstützt also zum einen die notwendige Globalisierung des Denkens und Handelns, indem er die gesamte Erde als gemeinsames, auch gemeinsam verpflichtendes Erbe ansieht. Zum anderen beinhaltet er, dass es nicht nur einen Weg in die Zukunft gibt. Kreative partizipative Projekte, Reallabore, Ausstellungen und geeignete andere Visualisierungen sind hilfreich, um zu diskutieren und letztendlich entscheiden zu können, welche der möglichen Zukünfte tatsächlich wünschenswert sind und dabei die notwendigen Rahmenbedingungen zur Integration ins Erdsystem und zu globalen Entwicklungszielen einhalten. Das Anthropozän-Konzept könnte also wegen seines offenen und vernetzten Ansatzes helfen, Lust auf die Mitgestaltung der Zukunft zu machen und kreative Wege dorthin zu ermöglichen.



Reinhold Leinfelder ist Professor für Geowissenschaften an der Freien Universität Berlin. Geobiologie, Paläontologie und Anthropozänforschung stehen im Mittelpunkt seiner Arbeit. Mit dem interdisziplinären Projekt „Die Anthropozän-Küche. Das Labor der Verknüpfung von Haus und Welt“ wirkt er am Exzellenz-Cluster „Bild Wissen Gestaltung“ der Humboldt-Universität zu Berlin mit. Als ehemaliger Generaldirektor des Museum für Naturkunde und Gründungsdirektor des Haus der Zukunft (Berlin), als Kurator von Ausstellungen und Herausgeber des ersten Wissenschafts-Comics in Deutschland hat er ungewöhnliche Wege im Dialog von Wissenschaft und Gesellschaft eröffnet.

■ Nil Boushila

Von der Theorie zur Praxis oder: Wie aus einer Vision konkrete Kommunikation wird

“Warum kann man Nächstenliebe nicht wie Seife verkaufen?“ Mit dieser Frage legte Gerhardt Wiebe vor 65 Jahren den Grundstein für das, was heute als Social Marketing bezeichnet wird. Social, weil es eben nicht um den Verkauf von Konsumprodukten, sondern um die Veränderung der Gesellschaft geht und Marketing, weil diese Veränderung aktiv beeinflusst werden kann. Nachhaltige Mobilität ist so ein Fall von Social Marketing. Wenn man den Menschen nachhaltige Mobilität „schmackhaft“ machen will, bietet es sich also an, das Thema aus der Marketingbrille heraus zu betrachten. Kommunikation wiederum ist zusammen mit der Produkt-, der Preis- und der Vertriebspolitik ein wichtiger Teil des Marketings. Aber wie kommt man von der Definition eines Ziels zu einer echten, handfesten Kommunikationskampagne? Wie übersetzt man Zielgruppen in Kernbotschaften und Medienkanäle? Wie wird eine Vision zu „sichtbarer“ Kommunikation in Print, Events, Apps, Social Media & Co.? Stimmt es, dass Kreativität ein Talent ist, das einfach vom Himmel fällt? Oder kann man wirksame Kampagnen auch „systematisch“ planen? In dem Versuch, diese Fragen zu beantworten gibt Nil Boushila Einblick in die strategische Konzeption der Kampagnen „Neue Mobilität: bewegt nachhaltig“ und „Initiative RadKULTUR“ und liefert praktische Tools und Ansätze, mit denen konkrete Kommunikationsstrategien entwickelt werden können.



Nil Boushila war nach seiner Ausbildung zum Film- und Mediendesigner einige Jahre selbstständiger Kommunikationsberater, bevor er sich für ein Studium der Medienwirtschaft an der Hochschule der Medien in Stuttgart entschied. Seit 2015 konzipiert er als Strategischer Planer bei der Stuttgarter Agentur *Die Wegmeister* Kommunikationsmaßnahmen u.a. für das Verkehrsministerium Baden-Württemberg.

TUTOREN

■ **Jan Lutz** gründete 2007 das Büro für Gestalten in Stuttgart. Als Kommunikationsbüro gestartet, waren Außendarstellungen für Unternehmen mit ökologischem Anspruch und Kampagnen für ökosoziale Organisationen die Schwerpunkte. Heute ist das Entwickeln von Ideen und Strategien, sowie die Beratung für nachhaltige Mobilität das größte Geschäftsfeld des Stuttgarter Büros. Jan Lutz arbeitet als sozialer Innovator im Reallabor.



■ **Annika Arnold** ist seit 2009 wissenschaftliche Mitarbeiterin am ZIRIUS der Universität Stuttgart und seit 2016 Mitarbeiterin der DIALOGIK gGmbH. 2015 promovierte sie mit einer Arbeit zur Rolle kultureller Narrative im Klimawandel-Diskurs. Ihre Arbeitsschwerpunkte liegen in den Bereichen Kultursoziologie, Umweltkommunikation und Transformationsforschung. Aktuell bearbeitet sie die Projekte „Reallabor für nachhaltige Mobilitätskultur“, „E-Navi“ (beide ZIRIUS) und „Nachhaltige Mobilitätsschule“ (DIALOGIK).



■ **Johannes Heynold** studierte Architektur und Stadtplanung an der TU Darmstadt und der Uni Stuttgart. Seit Januar 2017 arbeitet er als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Internationale Zentrum für Kultur- und Technikforschung (IZKT) der Universität Stuttgart. Inhaltlich beschäftigt er sich mit dem Stadtraum als Informationsmedium und Katalysator für gesellschaftliche Prozesse.



■ **Doris Lindner** studierte Soziologie und Politikwissenschaften an der Universität Stuttgart. Seit Oktober 2016 ist sie wissenschaftliche Mitarbeiterin beim Zentrum für Interdisziplinäre Risiko- und Innovationsforschung (ZIRIUS) der Universität Stuttgart. Inhaltlich interessiert sie sich für Fragestellungen der Mobilität, des Risikoverhaltens und Partizipation.



Kontakt:

Dr. Elke Uhl (IZKT)

E-Mail: elke.uhl@izkt.uni-stuttgart.de

Tel.: 0711-685-8 23 79

INTERNATIONALES ZENTRUM
FÜR KULTUR- UND
TECHNIKFORSCHUNG
Universität Stuttgart | IZKT
Geschwister-Scholl-Str. 24
70174 Stuttgart
www.izkt.de

Zeichnung Thomas Rustemeyer

