

## IHFEM 2018 – Maßnahmenblatt

### 1. Titel der IHFEM - Maßnahme

Integration des Themas E-Mobilität in die Mobilitätsberatung München – Gscheid mobil

### 2. Federführendes Referat

Kreisverwaltungsreferat (KVR-III/11)

### 3. Beteiligte Referate

Die Maßnahme wird durch das KVR umgesetzt. Dennoch erfolgt in der Maßnahmenumsetzung eine enge Abstimmung mit weiteren kommunikativen IHFEM Maßnahmen anderer Referate. Dazu zählen beispielsweise die Markenbildung- und Marketingstrategie zu Ladeinfrastruktur und E-Mobilitätsstationen (Federführung PLAN) sowie die Kommunikationsmaßnahmen des RGU zum Förderprogramm IHFEM. Zudem wird aufgrund der engen Kooperation mit der SWM/MVG im Mobilitätsmanagement, insbesondere im Rahmen des Neubürgerpakets, die Integration des Themas E-Mobilität in die Kommunikationsmaßnahmen unter der Dachmarke München – Gscheid mobil eng abgestimmt.

### 4. Handlungsfeld

Handlungsfeld 9: Bildung/ Forschung/ Kommunikation

### 5. Beschreibung der Maßnahme

Unter der Dachmarke München – Gscheid mobil informiert, berät und motiviert die Landeshauptstadt München unter Federführung des Kreisverwaltungsreferats Bürgerinnen und Bürger sowie Unternehmen zur Nutzung von nachhaltiger Mobilität. Dazu gehören selbstverständlich auch die neuen Angebote im Bereich E-Mobilität, die im Rahmen der existierenden Projekte kommuniziert werden. Um gerade diesem Baustein einen zusätzlichen Schub zu verschaffen, soll einerseits die Internetpräsenz von Gscheid mobil zu einem bürgerfreundlichen Informationsportal ausgebaut und andererseits passende Schnupperangebote insbesondere für Pedelecs, E-Lastenräder und E-CarSharing konzipiert werden. Diese werden sowohl über die bereits existierenden Kanäle als auch über die neuen Medien kommuniziert. Besonders für die Zielgruppen Neubürger, Familien und Arbeitnehmer könnten Pedelecs als Verkehrsmittel für die täglichen Wege interessant sein. Die hohen Anschaffungskosten stellen jedoch eine nicht unerheblich Hürde dar, gerade wenn sich der Nutzen im Alltag noch nicht beweisen konnte. Hier sind sowohl unverbindliche Schnupperangebote (zum Beispiel für Neubürger als auch für werdende Familien) als auch Informations- und Beratungskampagnen zu den verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten wie z.B. dem steuerlich begünstigten Dienstfahrrad (Dienstwagenprivileg / 1% Regel für Fahrräder und E-Bikes) hilfreich.

Die Verknüpfung der Öffentlichkeitsarbeit zur E-Mobilität mit dem Mobilitätsmanagement ist ideal, da die Menschen bei München – Gscheid mobil zu einem Zeitpunkt angesprochen werden, in dem sich ihr Mobilitätsalltag ohnehin verändert, neue Wege bestritten werden müssen und Neuanschaffungen ins Haus stehen. Auch wenn bisher noch kein Interesse oder Kenntnis von E-Mobilitätsangeboten vorhanden war, soll proaktiv und bedürfnisorientiert informiert – sozusagen Appetit angeregt werden. Aber auch im Zuge der aktiven Suche von Bürgerinnen und Bürgern nach Mobilitätslösungen ganz generell muss es Aufgabe der LHM sein, diese auf die Angebote im Bereich der E-Mobilität - integriert in das gesamte Mobilitätsportfolio - hinzuweisen. Entsprechend soll die Gscheid Mobil Internetseite um die E-Mobilitätsangebote erweitert werden. Damit können die E-Mobilitätsoptionen integriert in das erfolgreiche Gscheid Mobil Programm barrierefrei und den Bürgerinnen und Bürgern einfach zugänglich kommuniziert werden.

## 6. Nutzen

- Weitere Sensibilisierung der Bürgerinnen und Bürger hinsichtlich des Mobilitätsverhaltens, mit der Integration des Themas E-Mobilität
- Verbesserung der Mobilitätsabläufe von Bürgerinnen und Bürgern
- Förderung eines ressourcenschonendem Mobilitätsverhalten
- Identifikationssteigerung mit der Stadt München und positives Stadtmarketing

## 7. Art der Maßnahme

Neue IHFEM – Maßnahme mit Finanzierungsbedarf

## 8. Umsetzungszeitraum

2018 bis 2020

## 9. Meilensteine

Bis November 2017: Ausschreibung und Vergabe Internet und Kommunikationskonzept  
Bis Mai 2018: Integration des Themas E-Mobilität in den im Aufbau befindlichen Webauftritt von Gscheid Mobil / Kommunikation bei potenziellen Nutzern  
Bis September 2019: regelmäßige Updates hinsichtlich Inhalte und Technik, Monitoring und Evaluation

Bis November 2017: Feinplanung Schnupperangebote und Integration in die Projekte für Neubürger sowie für Familien  
Bis Januar 2018: Abstimmung / Ausschreibung Schnupperangebote mit Händlern / Verleihern  
Bis März 2018: Integration Schnupperangebote in bestehende Angebote  
März 2018 – September 2019: Monitoring, Nachjustierung, Evaluation Nutzung und Wirkung Schnupperangebote

## 10. Ziele

Maßnahmenziel 1: Etablierung des Internetportals als Anlaufstelle für multimodale Mobilitätsfragen, mind. 10.000 User im ersten Jahr (bis Mai 2019); Zielindikator: Anzahl der User der Internetseite  
Maßnahmenziel 2: Vermittlung von mind. 100 Schnupperzeiträumen bei unterschiedlichen Zielgruppen bis September 2019; Zielindikator: Anzahl der Schnupperzeiträume

## 11. Risiken der Umsetzung

## 12. Sonstige Informationen zur Maßnahme