



Bericht über das Themenjahr „Mobilität“ von München Cool City

1) Grundlagen

Wie im Beschluss „Klimaschutzkampagne München Cool City zur Aktivierung der Stadtgesellschaft - 2. Themenjahr Mobilität und Mittelumschichtung zur Auszahlung von Prämiegeldern zur Stromsparprämie“ (Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 16535 vom 19.11.2019) beschlossen wurde, wird dem Stadtrat über den Umsetzungsstand und den weiteren Verlauf von München Cool City berichtet. Mit den folgenden Ausführungen wird dieser Berichtspflicht nachgekommen.

Das zweite Themenjahr von München Cool City beschäftigte sich, wie im oben genannten Beschluss „Klimaschutzkampagne München Cool City zur Aktivierung der Stadtgesellschaft - 2. Themenjahr Mobilität und Mittelumschichtung zur Auszahlung von Prämiegeldern zur Stromsparprämie“ (Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 16535 vom 19.11.2019) beschlossen, mit dem Thema „Mobilität“. Das Thema wurde im Rahmen von Vorgesprächen mit einer Vielzahl von Akteur*innen bereits 2019 abgesprochen.

Das Thema „Verkehr/Mobilität“ ist ein Thema, das die Bevölkerung stark bewegt und auch für den Klimaschutz von größter Bedeutung ist. Die Einwohnerzahl in München wächst beständig. Parallel dazu steigt in München die Anzahl gemeldeter Fahrzeuge und auch die verkehrsbedingten Emissionen nehmen dementsprechend zu. Im Sinne des Gesundheitsschutzes der Stadtbevölkerung, aber auch des Umwelt- und Klimaschutzes ist es notwendig, den Verkehr möglichst emissionsarm abzuwickeln.

Mit Grundsatzbeschluss vom 25.01.2017 zur Luftreinhaltung (Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 07383) hat sich die Landeshauptstadt München (LHM) das Ziel gegeben, den Modal Split bis 2025 auf 80 % emissionsarme Verkehrsarten und Antriebe zu verändern. Bereits seit 2015 fördert die LHM massiv die Verkehrswende hin zur vor Ort emissionsarmen Elektromobilität.

Auch im Verkehrssektor besteht ein immenses CO₂-Einsparpotential, so dass es sich nach dem Themenschwerpunkt „Energie“ anbot, im zweiten Jahr den Fokus auf Mobilität zu legen. So entfielen 2014 3,7 Mio. Tonnen CO₂-Äquivalente auf den Sektor Verkehr (Fachgutachten „Klimaschutzziel und -strategie München 2050“). Dies entsprach knapp 32 % der energiebasierten Treibhausgas-Emissionen im Jahr 2014.

Die Kampagne München Cool City sollte daher bei der Münchner Bevölkerung vor allem eine Reflexion des eigenen Mobilitätsverhaltens bewirken und über verschiedene Angebote und Anreize zu einer neuen Bewusstseinsbildung im Bereich Mobilität beitragen. An dem gewohnheitsmäßigen Mobilitätsverhalten hat München Cool City mit dem Themenjahr „Mobilität“ angesetzt und den Bürger*innen Motivationen geliefert, die zu einer nachhaltigeren Mobilitätsstruktur in München beitragen.

Im Rahmen des „Jahres der Mobilität“ wurden bereits bestehende Projekte, Angebote und Programme der LHM (bspw. das Förderprogramm „München eMobil“) und der Münchner Akteur*innen kommunikativ integriert, Synergien genutzt und Anknüpfungspunkte geschaffen. Zudem wurden neue Maßnahmen entwickelt, die zur Zielerreichung beitragen.

2) Durchgeführte Maßnahmen im Jahr der Mobilität

Das Themenjahr Mobilität startete Corona-bedingt im September 2020 und bespielte die Kalenderjahre 2020/21. Die im Rahmen des Finanzierungsbeschlusses zum zweiten Themenjahr Mobilität bewilligten Maßnahmen sind zum größten Teil umgesetzt oder befinden sich im Laufe des Themenjahres noch in der Umsetzung.

Der Aufbau des Themenjahres „Mobilität“ orientierte sich dabei wieder an der Struktur aus dem ersten Themenjahr „Energie“ entlang der drei Bereiche „Sehen“, „Erleben“ und „Handeln“. Dabei wurden die Bereiche „Erleben“ und „Handeln“ im Themenjahr „Mobilität“ während der Konzeption zusammengefasst, da diese bei dem Thema Mobilität stärker miteinander

verknüpft sind. Beide Themenbereiche finden im öffentlichen Raum statt und bringen somit einen größeren Erlebnissfaktor und Handlungsimpuls mit sich.

2.1. Maßnahmen im Bereich „Sehen“

Der Bereich „Sehen“ diente zur Bewerbung des Themenjahres „Mobilität“ und auch zur weiteren Bekanntmachung und Etablierung der Dachmarke München Cool City in der Stadtgesellschaft. Die umfangreiche Kommunikation der Inhalte des Themenjahres erlaubt es, eine breite Bevölkerung zu erreichen und damit das Gelingen von München Cool City zu sichern.

Der Bereich „Sehen“ deckte im Themenjahr „Mobilität“ dabei folgende Maßnahmen ab:

- die Buchung und Belegung von Werbeflächen und Medienkooperationen mit Inhalten aus dem Themenjahr „Mobilität“ und zur Dachmarke München Cool City über sämtliche Out-of-Home-Medien wie Infoscreens und Großflächen sowie Fahrgastfernsehen wie auch online auf muenchen.de, Mit Vergnügen München, etc.,
- die Erstellung von Online- und Social Media-Beiträgen zu Mobilitätsthemen (auf externen Kanälen von Werbe- bzw. Kooperationspartnern),
- die Präsentation von Mobilitätsfakten auf den imposanten C-Skulpturen, die seit dem Launch von München Cool City im Jahr 2018 das Stadtbild prägen,
- die Kommunikation der Inhalte des Themenjahres über den „München Cool City“-Newsletter sowie
- die repräsentative Befragung der Bürger*innen zu aktuellen, klimaschutzrelevanten Themen im Bereich Mobilität. Mit ihrer Hilfe konnten zahlreiche Erkenntnisse gewonnen werden. Unter anderem gaben die Zahlen Aufschluss über Hemmnisse, Gewohnheiten und Einschätzungen der Haushalte zu mobilitätsrelevanten Themen. Die Ergebnisse wurden für die Pressearbeit von München Cool City sowie zur weiteren Konzeption der thematischen Schwerpunkte des Themenjahres „Mobilität“ genutzt und auch anderen städtischen Stellen zur Verfügung gestellt.

Dazu kamen des Weiteren

- die Kommunikation bestehender Aktivitäten anderer Akteur*innen und Referate der LHM auf dem Klimaschutzportal coolcity.de (rund 140.000 Seitenaufrufe seit Start der Website im Herbst 2018),
- die Pflege, Wartung, Weiterentwicklung und Ergänzung von coolcity.de durch das Verfassen von News und die Erstellung von Informations-Dossiers und
- die Verteilung von Werbeartikeln bei öffentlichen Aktionen und Veranstaltungen (bis auf wenige Ausnahmen [z.B. den Umwelttag des Luitpold-Gymnasiums 2021] stark eingeschränkt bzw. 2020 nicht möglich durch die weltweite Corona-Pandemie).

2.2. Maßnahmen im Bereich „Erleben und Handeln“

Ziel des Bereichs „Erleben und Handeln“ im Themenjahr „Mobilität“ war es, direkte Beratungsmöglichkeiten sowie Verhaltensangebote für das Thema zu schaffen, die die Bürgerschaft zu einem klimabewussteren Mobilitätsverhalten motivieren. Durch öffentlichkeitswirksame Online-Mitmachaktionen wurden die Maßnahmen zum „Jahr der Mobilität“ erlebbar gemacht. Damit wurden auch Erlebnisräume für das eigene Mobilitätsverhalten geschaffen, die nachhaltige Optionen für den Alltag aufzeigen.

Der Bereich „Erleben und Handeln“ deckte im Themenjahr „Mobilität“ folgende Maßnahmen ab:

- Die Mobilitätsschwerpunkte wurden auf dem Klimaschutzportal coolcity.de dargestellt. Sie bieten den Besucher*innen der Website umfangreiche Tipps und Hintergrundinformationen zu den jeweiligen Mobilitätsthemen und bringen die Bürger*innen direkt ins Handeln. Bislang wurden folgende Mobilitätsschwerpunkte erstellt, die auch weiterhin zum Abruf auf dem Klimaschutzportal bereitstehen:
 - Radverkehr,
 - Fußverkehr,
 - E-Mobilität,
 - ÖPNV
 - sowie „München geht voran“, eine Schwerpunktaktion zur Promotion des Zufußgehens in München in Zusammenarbeit mit

der Wander-App Komoot, bei der RKU-eigene Lehrpfade beworben und zivilgesellschaftliche Partner*innen von München Cool City eingebunden wurden,

- Beratungsangebote
 - Im Herbst 2020 wurde ein 16-seitiges Magazin zum Thema Mobilität publiziert. Mit einer Auflage von 405.000 Exemplaren wurde es breit gestreut (aufgrund der Corona-Pandemie vor allem als Beileger zu Hallo München mit einer Auflage von 400.000 Exemplaren). Neben praktischen Tipps wurden hier auch die weiteren städtischen Förder- und Beratungsangebote zu nachhaltiger Mobilität (z. B. Förderprogramm E-Mobilität in München, Radl-Stadtplan, etc.) aufgeführt.
- Gewinnspiele und Mitmachaktionen auf www.coolcity.de,
 - ein Mobilitätsgewinnspiel zu Beginn des Themenjahres und
 - das Gewinnspiel „München geht um die Welt“,
- Online-Aktionen zu klimafreundlicher/alternativer Mobilität, Multimodalität und Modal Split,
- die Nutzung von Anknüpfungspunkten bereits bestehender Aktivitäten im Bereich klimafreundlicher Mobilität und
- die Kooperation mit Partner*innen wie bspw. dem Netzwerk Klimaherbst e.V.

Aufgrund der weltweiten und andauernden Corona-Pandemie und den sich daraus ergebenden Hygienemaßnahmen und Kontaktbeschränkungen war es leider nicht möglich, wie im Vorjahr Vor-Ort-Veranstaltungen, Workshops oder Informationsstände an öffentlichen Plätzen (z. B. Wochenmärkte, Fußgängerzonen, Stadtteulfeste, etc.) oder im Rahmen bereits bestehender größerer Münchner Events durchzuführen.

Stattdessen wurde die Thematik nachhaltiger Mobilität von München Cool City verstärkt bei diversen Online-Veranstaltungen ins Bewusstsein der Bürger*innen gebracht. So nahm München Cool City bspw. am Climathon (einem globalen Ideenmarathon, der sich mit dem Klimawandel und möglichen Lösungen auf kommunaler Ebene beschäftigt) im November 2020 oder dem Europa-Mai 2020 und 2021 teil. Die Beteiligung am digitalen Hackathon Update Deutschland (einem Innovationsprogramm, das sich als deutschlandweites

Zukunftslabor versteht) im März 2021 resultierte darüber hinaus in einer Kooperation mit der Hochschule Macromedia, die in Zukunft fortgesetzt werden soll.