

Abschlussbericht *#greenmobilitybz* 2017/2018

René Rinner

Bozen, September 2018

Green Mobility ist eine Initiative des Landes Südtirol und wird koordiniert von:
Green Mobility è un'iniziativa della Provincia Autonoma di Bolzano e viene coordinata dalla:

STA - Südtiroler Transportstrukturen AG • Gerbergasse 60 • I-39100 Bozen
STA - Struture Trasporto Alto Adige SpA • Via dei Conciapelli 60 • I-39100 Bolzano
Tel. +39 0471 312 888 • greenmobility@sta.bz.it • sta@pec.bz.it • www.greenmobility.bz.it

Ges. Kapital - capitale soc.: Euro 14.860.000 • MwSt.-Nr. - p. IVA: 00586190217
Handelsregister Bozen - registro delle imprese Bolzano: BZ 87527 • Einpersonengesellschaft - Società unipersonale
Unterliegt der Leitung und Koordination gemäß Art. 2497 und folgende des Z.G.B. durch die Autonome Provinz Bozen - Südtirol
Società soggetta a direzione e coordinamento ai sensi dell'Art. 2497 del C.C. da parte della Provincia Autonoma di Bolzano - Alto Adige

File: G:\Projekte sonstige GMKommunikationskampagne 2017-2018\A. Projektmanagement\180813 Abschlussbericht
#greenmobilitybz.docx

Inhaltsverzeichnis

1.	Kommunikationskampagne Green Mobility	4
1.1.	Beschreibung der Kommunikationskampagne	4
1.2.	Angebot Helios	5
1.3.	Arbeitsgruppe #greenmobilitybz	5
2.	Visuelle Exploration	6
3.	Grafische Optimierung Website „Green Mobility“	6
4.	Factsheets Ankaufprämie	7
5.	Sticker Dachmarke „Green Mobility“	9
6.	Stories #greenmobilitybz	9
6.1.	Kuno Prey – Der multimodale Professor	11
6.2.	Heinrich Dorfer – Tourismus und Mobilität	12
6.3.	Manincor – Weinbau und e-Mobility	13
6.4.	GLS – Logistik und Mobilität	13
6.5.	Christian Gruber – E-Mobiler Handwerker	14
6.6.	Autocity – Autokäufer kommen in Fahrt	15
6.7.	Radpendeln – E-Bike auf dem Weg zur Arbeit	17
6.8.	Die Bahn kommt – Tourismus und ÖV	18
6.9.	PUR – Kurze Wege sind die Besseren	20
6.10.	Zu Fuß gehen und abnehmen	20
6.11.	Cargo Bike – Schnell muss er sein, der Handwerker	22
6.12.	Carpooling – Pendeln mit Köpfchen	22
7.	#101Argumente	25
8.	Salto Werbebanner	26
9.	Flirt Multimedia Bildschirme	27
10.	SASA Busbanner	29
11.	Plakate Bushaltestellen	30
12.	Plakate Bahnhöfe Vinschger Bahn	31
13.	Sound Jingle	31
14.	Redaktionelle Beiträge Radio	31

15.	Werbefbanner Bezirksmedien.....	32
16.	Redaktionelle Beiträge Bezirksmedien.....	33
17.	Redaktionelle Beiträge Verbandsmedien.....	33
18.	Raiffeisen Landesbank.....	34
19.	Autoschulen des Landes.....	34
20.	Autokonzessionäre des Landes.....	34
21.	Gemeinden und Bezirksgemeinschaften des Landes	35
22.	Landesämter in Bozen.....	35
23.	Alperia.....	35

1. Kommunikationskampagne Green Mobility

1.1. Beschreibung der Kommunikationskampagne

Das Maßnahmenpaket „Green Mobility“, welches von einer eigens von der Landesregierung eingerichteten Arbeitsgruppe ausgearbeitet wurde, sieht u.a. auch eine Kommunikationskampagne zum Thema „Nachhaltige Mobilität“ vor, welche zur Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung der Südtiroler Bürger beitragen soll. Die Kampagne soll auf rationale und objektive Weise über die Themen Verkehr vermeiden, Verkehr verlagern und Verkehr verbessern (Strategie „VVV“) sowie die Auswirkungen des Verkehrs auf Klima und Gesundheit (Lärm, CO₂-Emissionen, etc.) informieren. Es wird keine Image-, sondern eine Informationskampagne angestrebt.

Das ursprünglich lt. Maßnahmenkatalog vorgesehene Budget für die Kommunikationskampagne von circa 250.000€ stand zu Beginn der Ausschreibung nicht mehr zur Verfügung, sodass mit einer ersten „kleineren“ Kampagne im Jahr 2017 gestartet werden sollte. Die Höchstsumme der Ausschreibung wurde mit **39.700€** festgelegt. Aufgrund dieser finanziellen Einschränkungen wurde die Vermittlung der finanziellen Ankaufprämien für Elektrofahrzeuge, sei es für Privatpersonen als auch für Betriebe und Unternehmen sowie Heimpladestationen in den Mittelpunkt der Kampagne gestellt. Neben Informationen zur rein technischen Abwicklung der monetären Beiträge sollen auch alle Vorteile und Fakten über die Elektromobilität vermittelt, Vorurteile aus dem Weg geräumt und die Botschaft verbreitet werden, dass Elektrofahrzeuge bereits heute eine valide und alltagstaugliche Alternative zu traditionellen Verbrennungsmotoren darstellen.

Da das Maßnahmenpaket unterschiedliche Zielgruppen anspricht, sollte auch die Kampagne zielgruppenspezifisch ausgerichtet werden. Grob wurden in der Ausschreibung drei Zielgruppen definiert:

1. Breite Bevölkerung: sie soll über „Hard-Facts“ zu den Förderbeiträgen von Seiten des Landes Südtirol sowie deren Abwicklung beim Ankauf von Elektrofahrzeugen und Heimpladestationen informiert werden. Weiters soll die Bevölkerung zum Thema Nachhaltige Mobilität sensibilisiert werden. Es soll vermittelt werden, dass es sich gerade bei der Elektromobilität um eine innovative Form der Fortbewegung handelt.
2. Öffentliche Verwaltung, Gemeinden, Stakeholder: ihnen soll das Hintergrundwissen und die Zusammenhänge aufgezeigt werden, warum es überhaupt das Maßnahmenpaket #smartunterwegs (später #greenmobilitybz) gibt, welche Ziele damit verfolgt werden und welcher Beitrag zur Zielerreichung und Umsetzung geleistet werden kann. Es geht um Bewusstseinsbildung und Sensibilisierung für die nachhaltige Mobilität, aber auch um die Vermittlung der zahlreichen Vorteile, die bei Zielerreichung zu erwarten sind. Dieser Zielgruppe soll das Fachwissen rund um die VVV-Strategie durch entsprechende Informationen übermittelt werden.
3. Multiplikatoren: sie helfen, gezielte Fachinformationen spezifisch an diverse Zielgruppen zu adressieren und als Meinungsbildner zu agieren. Für diese Gruppe müssen detaillierte Informationen bereitgestellt werden. Mögliche Ansprechpartner sind etwa Verbände (LVH, HGV), Händler (Auto- und Fahrradhändler, Hersteller von Ladesäulen), Installateure, Elektriker, Techniker und Projektanten, Vereine, Fahrschulen, etc.

Die Kommunikation sollte direkt, also mittels klassischer Medienarbeit, sowie indirekt über Multiplikatoren wie Verbände, öffentliche Verwaltung sowie Stakeholder abgewickelt werden.

Neben der reinen Elektromobilität sollten weitere 10-15 Schwerpunktthemen recherchiert, medial aufbereitet und kommuniziert werden. Die Texte und Bilder sollten über diverse Websites, Social Medias, Fach- und Verbandszeitschriften, etc. kommuniziert werden.

Da zum Zeitpunkt der Ausschreibung immer noch nicht klar war, welches Budget definitiv zur Verfügung stand, sollten die Dienstleister drei Szenarien mit unterschiedlichen Leistungen anbieten (Klein-, Mittel- und großes Szenario).

Der Zeitraum der Kampagne wurde von Juli 2017 bis Februar 2018 festgelegt.

Am 30. Juni 2017 endete die Angebotsfrist.

1.2. Angebot Helios

Das Angebot der Kommunikationsagentur Helios überzeugte mit ihren Ansätzen die Bewertungskommission. Ein Schwerpunkt der geplanten Kommunikations- und Medienarbeit wurde aufgrund des knappen Budgets auf die Sozialen Medien gelegt, da bei geringen Werbekosten eine hohe Reichweite erzielt werden kann und somit ein sehr effizientes Preis-Leistungsverhältnis vorliegt. Zudem wird durch diese Medien auch das junge, für Innovationen offene Publikum als Zielgruppe erreicht.

Helios bietet einen Mix aus Testimonials, Storytelling, Print, Social, Website, Radio und Flirt Züge. Konkret wurden folgenden Maßnahmen vorgeschlagen:

- Ausarbeitung eines Kommunikationskonzeptes
- Strategisches Design und Keyvisuals
- Mediaplanung
- Projektmanagement

Als Ergebnisse werden geliefert:

- 8-10 Pressemitteilungen (Text und Bild ohne Layout), Themenschwerpunkt Ankaufprämie
- 10-15 PR-Info/Advertorial (Erstellung der Info/Advertorials, Text und Bild geayoutet), Themenschwerpunkt laut Agenda Setting
- Fachbeiträge (Erstellung von kurzen, redaktionellen Beiträgen in Absprache mit Journalisten (Text und Bild ohne Layout)
- 15 Stories #smartunterwegs (später #greenmobilitybz) als Blogbeiträge auf der Website von GM sowie den Soziale Medien (Facebook, Instagram), Themenschwerpunkte lt. Agenda Setting
- Factsheets/Folder für das Maßnahmenpaket #smartunterwegs
- Info-Screens für die Multimedia Bildschirme in den Flirt Zügen
- 1xKeynote/Powerpoint Präsentation im Layout von GM, Dauer circa 15 Minuten
- Radiospot #smartunterwegs, Themenschwerpunkt Vorteile
- Radiostories #smartunterwegs, Themenschwerpunkte aus den Blogbeiträgen
- Cargo-Bike Testaktion (nicht abgedeckt in den Kosten, extra Auftragsvolumen)

1.3. Arbeitsgruppe #greenmobilitybz

Zu Beginn der Kampagne wurde eine Arbeitsgruppe eingereicht mit dem Ziel, die laufenden Ergebnisse der Kommunikationsagentur zu diskutieren, abzustimmen und freizugeben. Die Arbeitsgruppe bestand aus folgenden Vertretern:

- Günther Innerebner, Agentur Helios
- Manuel Demetz, Agentur Helios
- René Rinner, Green Mobility – STA
- Elisa Zambiasi, Green Mobility – STA
- Angelika Schrott, Agentur für Presse und Kommunikation
- Roman Clara, Agentur für Presse und Kommunikation

- Silvana Amistadi, Agentur für Presse und Kommunikation
- Marina Giuri, Agentur für Presse und Kommunikation
- Inge Aster, Abteilung Mobilität

Insgesamt hat sich die Arbeitsgruppe im Laufe der Kommunikationskampagne 6x mal getroffen:

- 1. Treffen: 05.10.2017
- 2. Treffen: 31.10.2017
- 3. Treffen: 29.11.2017
- 4. Treffen: 18.12.2017
- 5. Treffen: 18.01.2017
- 6. Treffen: 15.02.2017

2. Visuelle Exploration

Einer der ersten Arbeitsschritte war die visuelle Exploration und Definition des Keyvisuals der Kampagne. Als Ergebnis hat man sich auf #greenmobilitybz geeinigt:

#greenmobilitybz

3. Grafische Optimierung Website „Green Mobility“

Nachdem das Keyvisual definiert wurde, hat Helios die gesamte Website www.greenmobility.bz.it analysiert und Verbesserungsvorschläge hinsichtlich grafischer Gestaltung, Lesbarkeit und Gestaltungsrichtlinien (Screendesign) unterbreitet. Diese Vorschläge wurden vom Bereich Green Mobility aufgegriffen, an die Programmierer von Hell Company weitergeleitet und umgesetzt.

greenmobility.bz.it

Suchen



E-Mobility passt zu Südtirol

Maximilian Plant weiß ganz genau, was seine Gäste an der Ferienregion Seis am Schlern schätzen. Aber er möchte noch einen Schritt weiter gehen ...



Mit E-Autos die Schöpfung Gottes bewahren

Toni Fiung macht im Jahr über 40.000 km, um bei den Menschen vor Ort zu sein. Eine ökologische(re) Alternative zum Diesel wäre für den...



Ladestationen in Südtirol

NEWS

Countdown Mobilitätspreis 2018

21.08.2018 Die Anmeldefrist für den Mobilitätspreis 2018 ist vorbei und es wurden 12 spannende Projekte eingereicht!

eTestDays erfolgreich beendet

03.08.2018 Die Aktion „eTestDays“, bei der Betriebe kostenlos E-Autos im Alltag testen konnten, ist abgeschlossen. 61 Betriebe haben Erfahrungen mit...

1.223 Südtiroler radelten im Juli zur Arbeit

02.08.2018 „Mit dem Rad zur Arbeit“, die Sommeraktion des Fahrradwettbewerbes, ist zu Ende. 20 Gewinnerinnen und Gewinner freuen sich über ein...

Südtirols Wirtschaft fährt elektrisch: E-Autos übergeben

19.07.2018 670 Betriebe haben angefragt – 60 davon können bis zum 3. August bei den eTestDays ein E-Auto ausprobieren. Die ersten E-Autos wurden nun...



Fahrdynamik und Ökologie unter einem Dach

Als Renate Gamper von Gamper Dach für die täglichen Bedürfnisse der E-Auto-Kunden hat Gamper...



Neue Technologien sind unser Antrieb

Für die Enrico Giacomuzzi GmbH ist der technologische Wandel eine Chance des Wachstums. Jetzt möchte das Bozner Traditionsunternehmen im...

4. Factsheets Ankaufprämie

Helios hat unter Anweisung von Green Mobility 2 Factsheets gemäß den beiden Förderschienen als Infobroschüre für die Ankaufprämie von E-Fahrzeugen ausgearbeitet:

- eine Version für Privatpersonen/Vereine/öffentliche Institutionen
- eine Version für Betriebe und Unternehmen.

Die Factsheets wurden zweisprachig gestaltet, wobei für jedes Factsheet wiederum eine Druckversion sowie eine Online-Version gestaltet wurde. Im Laufe der Kampagne wurden die Richtlinien für Betriebe abgeändert, sodass die Online Version nochmals angepasst wurde.

Factsheet Betriebe: Printversion

WIE // COME

#1 **VON ANKÄUFERINER BUSSTATIONEN**
Anstieg um 100% im Vergleich mit der Ausstattung Wirtschaft der Autonomen Provinz Südtirol – Italien.

PRIMA DELL'ACQUISTO
Domanda di informazione presso la Repubblica Autonoma della Provincia Autonoma di Bolzano – Alto Adige.

#2 **INDELLI D'ACQUISTO**
Anstieg um 100% im Vergleich mit der Ausstattung Wirtschaft der Autonomen Provinz Südtirol – Italien. Die Fahrzeugpreise sind höher als die der Gewerbe-Kaufkraft.

DOPO L'ACQUISTO
Materiale di Repubblica della Repubblica Autonoma della Provincia Autonoma di Bolzano – Alto Adige. Le agevolazioni sono consistenti nel rispetto delle norme. "in verde".

HOLEN SIE SICH IHRE FÖRDERUNG APPROPFITTA DEGLI INCENTIVI
INFO – WWW.GREENMOBILITY.BZ.IT

E-MOBILITY

FÖRDERUNGEN FÜR BETRIEBE
INCENTIVI PER AZIENDE

#greenmobilitybz

DIE ZUKUNFT DER MOBILITÄT BEGINNT JETZT.

IL FUTURO DELLA MOBILITÀ INIZIA ORA.

#greenmobilitybz

DIE ZUKUNFT DER MOBILITÄT BEGINNT JETZT.

IL FUTURO DELLA MOBILITÀ INIZIA ORA.

WER // CHI

GEFÖRDERT WERDEN UNTERNEHMEN, FREIBERUFLER UND SELBSTSTÄNDIGE FOLGENDER BEREICHE

Handwerk, Industrie, Handel, Dienstleistungen und Tourismus

VIENE DATO IL CONTRIBUTO AD AZIENDE, LIBERI PROFESSIONISTI E LAVORATORI AUTONOMI DEI SEGUENTI AMBITI

artigianato, industria, commercio, servizi e turismo

WAS // COSA

GEFÖRDERTE INVESTITIONEN

- E-Fahrzeuge
- E-Bikes mit Batteriefahrer
- Plug-in-Hybrid
- Zweiräder mit elektrischer E-Fahrmaschine (E-Motorrad, E-Quad, etc.) und elektrischer E-Gitarrenverstärker (etc.)
- Ladestationen mit einem zulässigen Gesamtgewicht von mindestens 100kg

INVESTIMENTI SOVVENZIONATI

- Autos elektrisch o a batterie
- Autos elektrisch o a celle a combustibile
- Bikes plug-in
- Motori elettrici a due, tre e quattro ruote (motori, quad, segnapista a tre e quattro ruote, etc.)
- Bici cargo con una portata massima di 100kg
- Stazioni di ricarica

Viene finanziata l'acquisto (anche tramite leasing) di veicoli e stazioni di ricarica, in alternativa gli investimenti vengono finanziati mediante il sistema di finanziamento a medio termine della Provincia Autonoma di Bolzano – Alto Adige.

#66

E-mobility: schafft mehr Unabhängigkeit
Mobilità elettrica: crea indipendenza

#101argumenti #greenmobilitybz

WIE VIEL // QUANTO

€ 4.000

€ 2.000

30% (max. € 1.000)

30% (max. € 1.500)

70% (max. € 1.000)

Factsheet Private: Printversion

WER // CHI

FÖRDERUNGEN FÜR
Privatpersonen, öffentliche Körperschaften sowie Vereine und andere Organisationen in Südtirol, die keine unternehmerische Tätigkeit ausüben.

INCENTIVI PER
Privati, enti pubblici, associazioni e altre organizzazioni in Alto Adige che non svolgono attività imprenditoriale.

HOLEN SIE SICH IHRE FÖRDERUNG APPROPFITTA DEGLI INCENTIVI
INFO – WWW.GREENMOBILITY.BZ.IT

E-MOBILITY

FÖRDERUNGEN FÜR PRIVATE
INCENTIVI PER PRIVATI

#greenmobilitybz

DIE ZUKUNFT DER MOBILITÄT BEGINNT JETZT.

IL FUTURO DELLA MOBILITÀ INIZIA ORA.

#greenmobilitybz

DIE ZUKUNFT DER MOBILITÄT BEGINNT JETZT.

IL FUTURO DELLA MOBILITÀ INIZIA ORA.

WAS // COSA

GEFÖRDERTE INVESTITIONEN

- E-Fahrzeuge (PKW und Lieferwagen) bis 170kg
- E-Bikes
- E-Breitwägen
- Plug-in-Hybrid

HEIMLADESTATIONEN FÜR E-Fahrzeuge

Es wird nur der Ankauf bzw. die Installation von Heimladestationen gefördert. E-Fahrzeuge können auch mittels anderer geeigneter Ladegeräte fahren. Auch über Stromversorgungsnetze mit Gleichstromladung sind erweiterbar.

INVESTIMENTI SOVVENZIONATI

AUTOVICOLI ELETTRICI
Veicoli a motore elettrici e a batteria, di massa (max. 1700 kg) e a due ruote, in alternativa ai veicoli a motore elettrici, a batteria o a celle a combustibile. E-bikes, E-bus e E-truck sono ammissibili per le applicazioni autorizzate dalla Provincia di Bolzano.

STAZIONI DI RICARICA

#1 **TIPO DI CARICABILI**
Domanda di contributo presso la Repubblica Autonoma della Provincia di Bolzano. Le domande vengono accettate entro il 31 marzo, il 31 luglio e il 31 ottobre.

#2 **DOPO L'ACQUISTO**
Materiale di Repubblica Autonoma di Bolzano. Le agevolazioni sono consistenti nel rispetto delle norme. "in verde".

BETEILIGTE FAHRZEUGHÄNDLER UND DETAILLIERTE INFORMATIONEN FINDEN SIE UNTER
WWW.GREENMOBILITY.BZ.IT

RIVENDITORI CONVENZIONATI E INFORMAZIONI DETTAGLIATE SU
WWW.GREENMOBILITY.BZ.IT

WIE // COME

E-FAHRZEUGE
Die Fahrzeugpreise sind dem Bundesgesetz über den Kauf von Kraftfahrzeugen (Zivilkaufgesetz) unterworfen und sind dem Bundesgesetz über den Kauf von Kraftfahrzeugen unterworfen.

AUTOVICOLI ELETTRICI
Veicoli a motore elettrici e a batteria, di massa (max. 1700 kg) e a due ruote, in alternativa ai veicoli a motore elettrici, a batteria o a celle a combustibile. E-bikes, E-bus e E-truck sono ammissibili per le applicazioni autorizzate dalla Provincia di Bolzano.

WIE VIEL // QUANTO

€ 4.000

€ 2.000

80%

Für Betriebe wurden 10.000 Stück der Factsheets gedruckt und verteilt. Diese Factsheets wurden auch als Beilagen in den Verbandszeitschriften des LVH, HDS, und HGV beigelegt (näheres hierzu ab Kapitel 17).

Für Private wurden 24.000 Stück der Factsheets gedruckt und verteilt. Diese Factsheets wurden mittels Postsendung an alle Gemeinden Südtirols, die Bezirksgemeinschaften, Fahrschulen, Landesämter, Auto-konzessionäre, etc. verschickt (näheres hierzu ab Kapitel 17).

Die online Version der Factsheets wurde auf der Homepage Green Mobility (www.greenmobility.bz.it) zweisprachig zum Download angeboten. Zudem wurde diese digitale Information vielfach bei Anfragen zur Ankaufprämie mittels Email verschickt oder im Rahmen der Kampagne als Informationsflyer an diverse Redaktionen (Print, Radio, etc.) ebenfalls mittels Email verschickt.

5. Sticker Dachmarke „Green Mobility“

Um E-Fahrzeuge im Alltag „sichtbarer“ zu machen, entstand die Idee, allen Autokonzessionären des Landes kostenlos Sticker (Aufkleber) mit der Dachmarke „Green Mobility“ zur Verfügung zu stellen. Fahrzeuge, welche einen öffentlichen Beitrag (Ankaufprämie) bekommen haben, sollten auch entsprechend „erkennbar“ sein. Den Autohändlern lag es frei, ob sie die Sticker direkt auf die E-Fahrzeuge aufkleben oder den Kunden zur freiwilligen Verwendung mitgeben. Die Sticker wurden in zwei Größen entworfen und mittels Begleitbrief an alle Autohäuser verschickt:

- Format 100x31mm: 250 Stück
- Format 150x46,5mm: 250 Stück



6. Stories #greenmobilitybz

Laut Angebot der Kommunikationsagentur Helios wurden 12 Stories (Video + kurze Geschichte) zu unterschiedlichen Themen der nachhaltigen Mobilität produziert. Die Videos wurden i.d.R. einsprachig aufgenommen und ausgestrahlt. Die Stories wurden alle zweisprachig publiziert (DE/IT). Die Stories wurden über folgende Kanäle gespielt: STOL, Südtirol News, Homepage Green Mobility, Facebook Green Mobility sowie Youtube Channel Green Mobility.

Um auf Facebook die unterschiedlichen Ziel- und Sprachgruppen besser zu erreichen und die Stories zu pushen, wurde ein Zusatzauftrag an die Content Marketing Agentur „clicktext“ vergeben. Im Rahmen der Facebook Kampagne wurden für alle Videos und Stories folgende Zahlen generiert: 210.000 erreichte Personen, 1,65 Mio. Impressions, 530.000 Videoaufrufe.

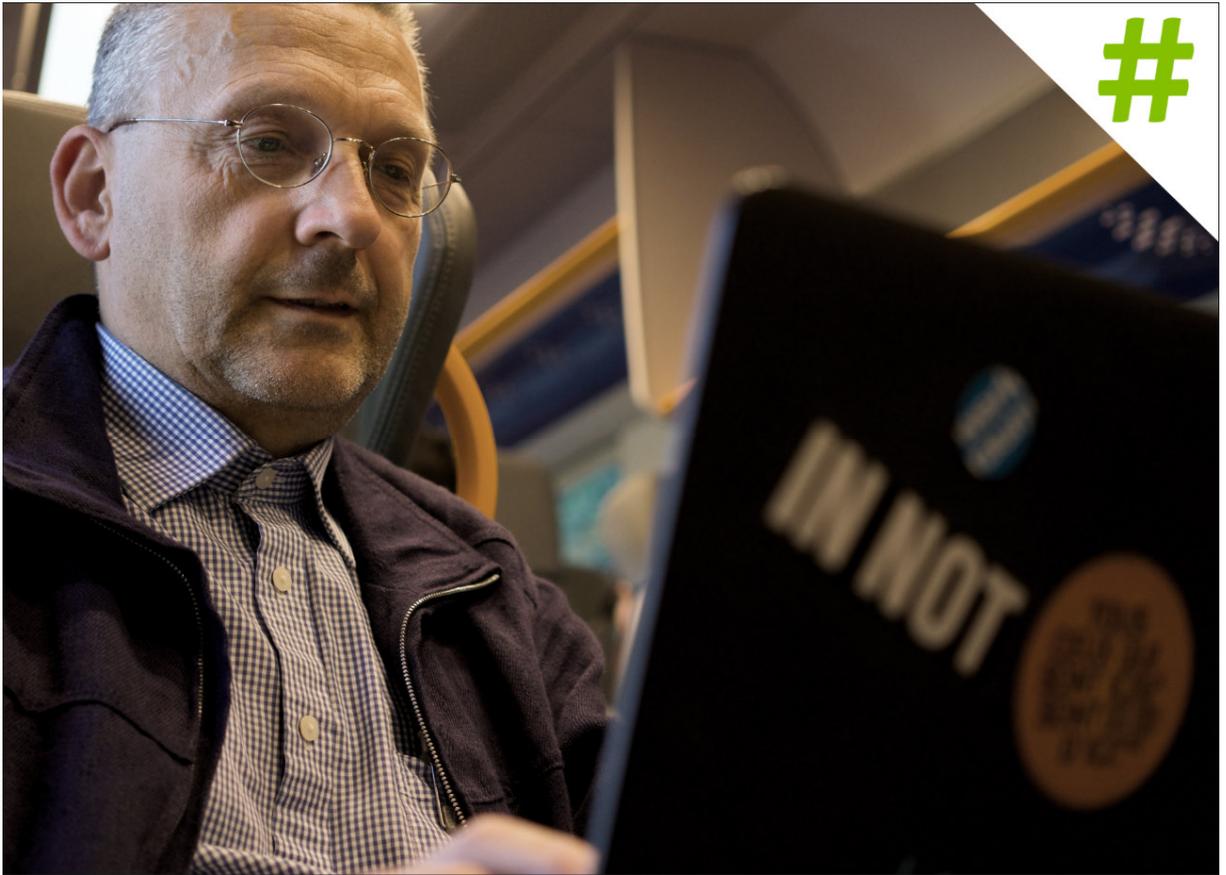
Die Produktion der 12 Videos und Stories hat 12.800 € gekostet. Pro Kanal wurde folgendes Werbebudget ausgegeben:

Facebook: 4.620€

STOL/Südtirol News: 8.041 €

Salto: 3.000 €

6.1. Kuno Prey – Der multimodale Professor



Thema: Intermodalität (Klapprad/Öffentlicher Verkehr)

Videosprache: IT und DE

STOL: ab 15.11.2017: 1.732 Aufrufe

Südtirol News: ab 17.11.2017: 219 Aufrufe

Salto Desktop: 149 Aufrufe

Facebook: 60.808 Aufrufe

6.2. Heinrich Dorfer – Tourismus und Mobilität



Thema: Erreichbarkeit, Tourismus und Mobilität (Anreise ÖV, Shuttle Service, e-Bikes)

Videosprache: DE

STOL: ab 22.11.2017: 3.424 Aufrufe

Südtirol News: ab 24.11.2017: 3.799 Aufrufe

Salto Desktop: 544 Aufrufe

Facebook: 48.108 Aufrufe

6.3. Manincor – Weinbau und e-Mobility



Thema: Nachhaltigkeit, Verbrauch

Videosprache: DE

STOL: ab 06.12.2017: 4.569 Aufrufe

Südtirol News: ab 07.12.2017: 575 Aufrufe

Salto Desktop: 312 Aufrufe

Facebook: 64.809 Aufrufe

6.4. GLS – Logistik und Mobilität



Thema: City Logisti, Radmobilität, Cargo Bike

Videosprache: IT

STOL (nur Artikel): ab 20.12.2017: 2.212 Aufrufe

Südtirol News (nur Artikel): ab 21.12.2017: 919 Aufrufe

Salto Desktop: 330 Aufrufe

Facebook: 68.702 Aufrufe

6.5. Christian Gruber – E-Mobiler Handwerker



Thema: E-Mobilität im Betrieb, E-Fahrzeug

Videosprache: DE

STOL: ab 15.01.2018: 3.315 Aufrufe

Südtirol News: ab 22.01.2018: 1.019 Aufrufe

Salto Desktop: 230 Aufrufe

Facebook: 49.433 Aufrufe

6.6. Autocity – Autokäufer kommen in Fahrt



Thema: E-Mobilität, E-Fahrzeug

Videosprache: DE + IT

STOL: ab 26.01.2018: 3.769 Aufrufe

Südtirol News: ab 28.01.2018: 786 Aufrufe

Salto Desktop: 151 Aufrufe

Facebook: 11.824 Aufrufe

6.7. Radpendeln – E-Bike auf dem Weg zur Arbeit



Thema: E-Bike, S-Pedelec, Bike to work

Videosprache: DE

STOL: ab 26.01.2018: 3.769 Aufrufe

Südtirol News: ab 28.01.2018: 786 Aufrufe

Facebook: 42.170 Aufrufe

6.8. Die Bahn kommt – Tourismus und ÖV



Thema: Öffentlicher Verkehr und Tourismus, Nachhaltig anreisen

Videosprache: DE

STOL: ab 19.03.2018: 2.070 Aufrufe

Südtirol News: ab 21.03.2018: 939 Aufrufe

Facebook: 29.473 Aufrufe

6.9. PUR – Kurze Wege sind die Besseren



Thema: Wasserstoff Auto, Fuhrpark, kurze Wege, Nachhaltigkeit, Logistik

Videosprache: DE

STOL: ab 28.03.2018: 2.250 Aufrufe

Südtirol News: ab 28.03.2018: 939 Aufrufe

Facebook: 26.911 Aufrufe

6.10. Zu Fuß gehen und abnehmen



Thema: Langsame Mobilität, Fußgänger, Radfahrer, Gesundheit, Bewegung

Videosprache: DE

STOL: ab 12.04.2018: 9.821 Aufrufe

Südtirol News: ab 12.04.2018: 1.259 Aufrufe

Facebook: 12.300 Aufrufe

6.11. Cargo Bike – Schnell muss er sein, der Handwerker



Thema: Cargo Bike, Radmobilität

Videosprache: DE

STOL: ab 05.05.2018: 5.449 Aufrufe

Südtirol News: ab 05.05.2018: 894 Aufrufe

Facebook: 15.245 Aufrufe

6.12. Carpooling – Pendeln mit Köpfchen



Thema: Carpooling

Videosprache: DE

STOL: ab 21.06.2018: 2.090 Aufrufe

Südtirol News: ab 21.06.2018: 632 Aufrufe

Facebook: 17.824 Aufrufe

6.13. Elektromobilität Allgemeine (Zusatzvideo)



Zu Jahresende 2017 war noch ein kleines Rest-Budget verfügbar, welches verwendet wurde, um das allgemeine Video von Green Mobility zur Elektromobilität auf Facebook zu pushen.

Facebook: 61.646 Aufrufe

6.14. Fahrradmobilität Allgemein (Zusatzvideo)



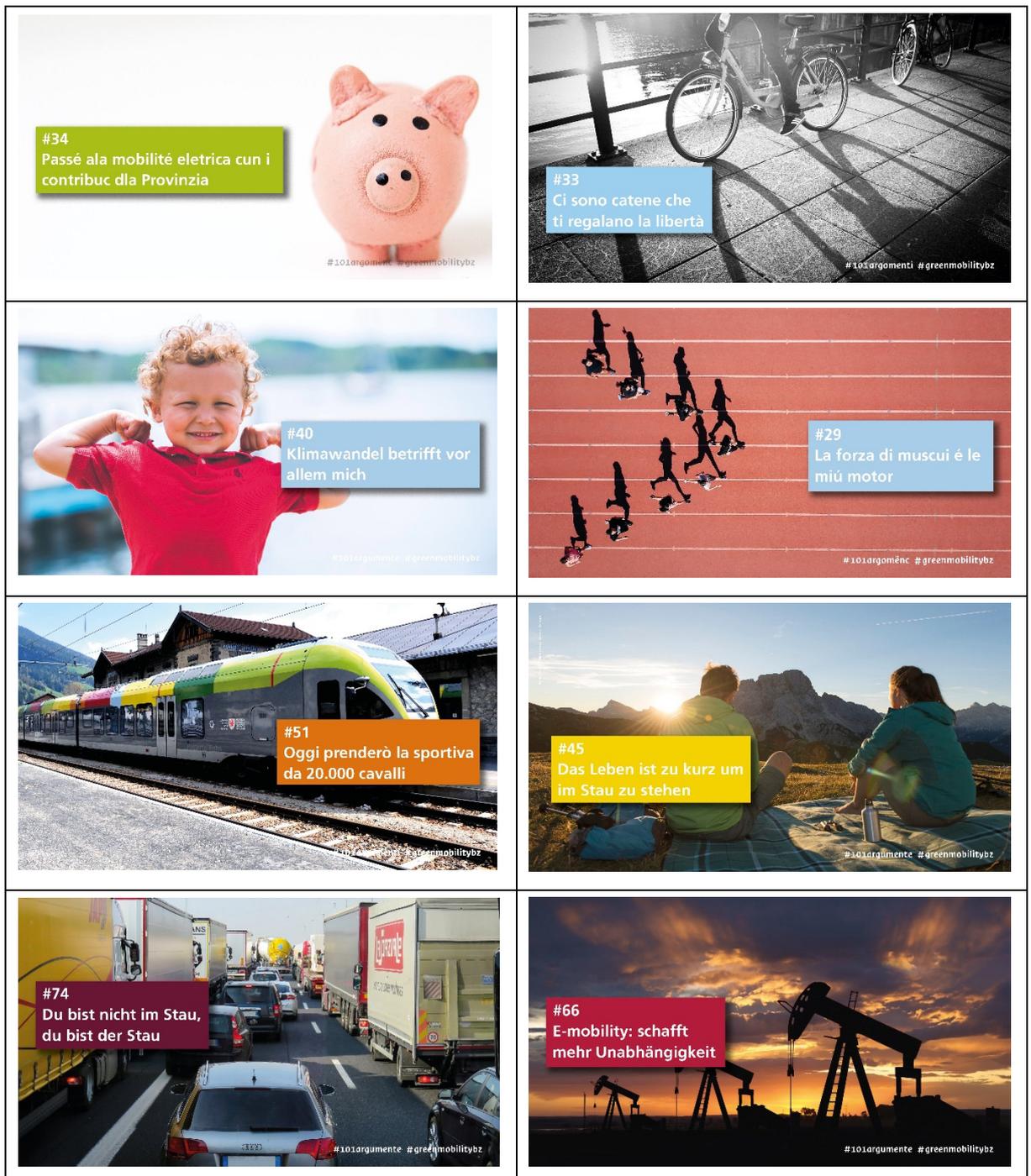
Zu Jahresende 2017 war noch ein kleines Rest-Budget verfügbar, welches verwendet wurde, um das allgemeine Video von Green Mobility zur Radmobilität auf Facebook zu pushen.

Facebook: 79.945 Aufrufe

7. #101Argumente

Die Serie der #101Argumente war lt. Angebot von Helios nicht vorgesehen, sondern hat sich als „Neben- bzw. Zusatzprodukt“ ergeben und war sehr erfolgreich. Ursprünglich war geplant, dass Helios für die Agentur für Presse und Kommunikation (LPA) sog. „PR Resarch Notes“ entwickelt. <http://www.greenmobility.bz.it/it/projekte/101argomenti/101argomenti/>

Auszüge:



Diese Idee konnte aus unterschiedlichen Gründen nicht realisiert werden, weshalb die #101Argumente als Alternative entwickelt wurden. Die Idee dahinter ist, dass 101 Argumente für die Nachhaltigen Mobilität

in allen drei Landessprachen erarbeitet und sukzessive veröffentlicht werden. Wichtig war eine attraktive Bildsprache, coole Sprüche und kein erhobener Zeigefinger. Auf ironische, lustige und ansprechende Weise sollte in der Öffentlichkeit auf das Thema Nachhaltige Mobilität hingewiesen werden. Der Reihe nach wurden die Argumente auf der Website von Green Mobility, auf Facebook, Instagram, den Multimediaschirmen in den Zügen, etc. publiziert. Alle #101argumente finden sich auf der Homepage von Green Mobility.

Die #101Argumente wurden auch auf Facebook mit einem Budget von 538 € beworben. Insgesamt wurden 90.000 Personen erreicht, 280.00 Impressions sowie 320 Clicks auf die Homepage Green Mobility generiert.

8. Salto Werbebanner

Auf www.salto.bz wurden insgesamt 12 animierte Werbebanner aus der Serie der #101argumente abwechselnd in deutscher und italienischer Sprache inseriert. Die Banner im „Weekend Format“ wurden auf der Salto Startseite sowie in einem eigenen Block auf der Unterseite des Umwelt-Ressorts eingebildet. Weiters wurden die Banner auf dem Salto Facebook-Kanal (11.500 Fans) und im Newsletter abgebildet.

Datum	Impressions	Clicks	CTR %
16-18/11/2017	41806	153	0,37
21.11.2017	15839	46	0,29
25.11.2017	11873	20	0,17
27.11.2017	17850	42	0,24
02.12.2017	13885	17	0,12
06.12.2017	16456	32	0,19
08.12.2017	10725	20	0,19
11.12.2017	18048	42	0,23
13.12.2017	15662	37	0,24
18-22/12/2017	79738	171	0,21
28-28/12/2017	44320	79	0,18
Gesamt	286202	659	0,23%

TU SEI SALTÒ LOGIN REGISTRAZIONE 9° C / -4° C DE / IT CERCA

IL PORTALE D'INFORMAZIONE E SOCIAL NETWORK ALTOATESINO COS'È SALTÒ • SOSTENERE • PUBBLICITÀ

salto.bz

POLITICA CULTURA ECONOMIA SOCIETÀ AMBIENTE CRONACA COMMUNITY

Themen: banche | Salto colloqui | immigrazione | Weekend | Wandern | Investigativ | Mehrsprachigkeit |

Bolzano docet
Un articolo dell'inglese The Guardian elogia il capoluogo altoatesino per aver fatto i conti con il proprio passato attraverso il depotenziamento del fregio di Mussolini.

ENNEZZIONE

#101argumete
#greenmobilybz

#46
La benzina del futuro
è multimodale

Ein gefährlicher Spaltpilz
Braucht Südtirol eine neue soziale Spaltung? Ein kritischer Gastbeitrag des Südtiroler Universitätsprofessors Max Haller zur Frage

Sposarsi a Innsbruck
In Austria i matrimoni egualitari dal 2019. Schuster: "Non serve la residenza, gli altoatesini possono registrarsi oltre confine."

Lang, länger, Langtaufers
Die Landesregierung schiebt die Entscheidung über die Skiverbindung

Vaccini, sanzioni da luglio
Percorso a tappe: la soluzione della Provincia per aumentare il tasso vaccinale. Dall'anno scolastico 2018-2019 scatta anche

9. Flirt Multimedia Bildschirme

Für die Multimediabildschirme in den Flirt Zügen wurden insgesamt 6 animierte Kurzvideos erstellt. Jedes Video dauert 1,25 Minuten und besteht aus 6 unterschiedlichen Argumenten, abwechselnd in den Sprachen Deutsch, Italienisch und Ladinisch. Am Anfang, nach dem ersten Argument Block sowie am Ende wird der Werbebanner #greenmobilybz eingeblendet, abschließend eine Folie mit den Trägern der Aktion (Autonome Provinz, Green Mobility). Die Videos wurden so programmiert, dass die Pendler am Morgen und am Abend auf derselben Strecke jeweils unterschiedliche Argumente sehen, nach jeweils 2 Wochen wurde das Set komplett ausgetauscht. Durch diese Abwechslung der Argumente wird eine Spannung bei den Zugreisenden aufgebaut, sodass die Informationen auf den Multimedia Bildschirmen leichter wahrgenommen und Aufmerksamkeit geniert werden konnte. Ziel war auch, dass Reisende die Argumente bewusst wahrnehmen und darüber diskutieren und die Informationen weitergeben (sie werden somit zu Multiplikatoren der Kampagne). Die Videos liefen in den Zügen vom 15.11.2017 bis 30.09.2018. Die Initiative kann zu einem späteren Zeitpunkt wieder aufgegriffen werden. Um die Aufmerksamkeit aufrecht zu erhalten, wird die Kampagne ab 30. September 2018 unterbrochen.

Start- und Zwischenbanner:

101 argomenti
greenmobilitybz

Animiere Argumente:



Abspann:



10. SASA Busbanner

Auf den Heckscheiben der SASA Busse in Meran und Bozen wurden ausgewählte #101argumente ebenfalls bespielt. Dafür wurden eigens 25 Aufklebefolien im Format 130x30cm produziert, welche auf folgenden Linien zum Einsatz gekommen sind:

18 x in Bozen (auf den Bussen, die in Rotationsturnussen auf den Linien 3 - 5 - 6 - 8 - 9 - 10A/B - 110 – 111 verkehren) sowie

7 x in Meran (Stadt, Linie ME-BZ, Linie Lana-Meran, Linie Partschins, also ein bisschen auf alle Zonen verteilt).

Die sprachliche Verteilung wurde bewusst so gewählt, dass in Bozen 7 italienische und 7 deutsche Argumente eingesetzt wurden, während auf den Linien in Meran 3 italienische und 4 deutsche Argumente aufgeklebt wurden.



11. Plakate Bushaltestellen

Die Autonome Provinz Bozen verfügt über 134 Bushaltestellen, überwiegend im Ländlichen Raum, welche mit eigenen Werbeflächen versehen sind. Das Land hat dem Bereich Green Mobility in der STA jeweils eine Außenfläche dieser Haltestellen in den Maßen 118,5x175cm zur Verfügung gestellt.



Von der Grafikagentur Helios wurden 14 der #101argumente grafisch in diesem Format aufbereitet. Die Plakate werden zwischen 1. Oktober 2018 bis 28.02.2019 ausgehängt.

12. Plakate Bahnhöfe Vinschger Bahn

Entlang der Vinschger Bahnlinie werden die Vitrinen an den Bahnsteigen genutzt, um einige der #101Argumente im Format A3 ebenfalls auszuhängen. Insgesamt werden circa 20 Argumente (DE/IT) grafisch aufbereitet, um sie abwechselnd entlang der Bahnlinie auszuhängen.

13. Sound Jingle

Im Rahmen von redaktionellen Radiobeiträgen wurden von der Kommunikationsagentur eigens ein Sound Jingle programmiert, um einen hohen Wiedererkennungswert für die #greenmobilitybz Kampagne zu erzeugen. Dieser Jingle kam als Intro auch bei allen 12 Kurvideos zum Einsatz.

14. Redaktionelle Beiträge Radio

Das Thema „Nachhaltige Mobilität“ wurde mittels unterschiedlichen redaktionellen Beiträgen im Rahmen von Stories und Kurzinterviews zwischen November 2017 und Februar 2018 im Radio bespielt. Dafür wurden Aufträge an die beiden Radiosender RMI (Mittagsmagazin, DE) und NBC (IT) vergeben.

Radio RMI hat einen Ankünderspot für das Mittagsmagazin sowie 6 Beiträge (circa 2,5 Minuten) produziert:

- Green Mobility Südtirol: Joachim Dejaco (STA)
- Tourismus und Nachhaltige Mobilität: Thomas Aichner (IDM), Heinrich Dorfer (Hotel Quellenhof)
- Elektromobilität in Betrieben/Fuhrpark: Thomas Klauser (IIT), Ulrich Wallnöfer (PUR Südtirol)
- Leben ohne Auto: Ulrich Becker
- Elektromobilität für Privatpersonen: Harald Reiterer (STA)
- Revolution im Autohaus: Norbert Lutteri (VW Auto Brenner)

Auf Radio NBC wurden insgesamt 8 redaktionelle Beiträge zu jeweils circa 2,5 Minuten ausgestrahlt:

- Tourismus Autofrei: Thomas Aichner (IDM)
- Mit dem Rad zur Arbeit von Eppan nach Bozen: Harald Reiterer (STA), Andreas Pichler
- Ein Leben ohne Auto: Christian Folie (Apotheke Peer)
- Cargo Bike und Logistik in der Stadt: Flavio Spaccavento (Kurierdienst)
- Freizeit ohne Auto: Sergio Fedele (Mobility Manager Gemeinde Meran)
- E-Mobilität im Autohaus: Gianfranco Pizzuto
- Pedi Bus: Sonja Abrate (Ökoinstitut)
- E-Mobility im Handwerk: Gerd Lanz (LVH),

15. Werbebanner Bezirksmedien

In diversen Bezirksmedien wurden Werbebanner zur #greenmobilitybz Kampagne inseriert. In der Regel wurde eine Kooperation mit den Bezirksmedien abgeschlossen, wobei ein Gesamtpaket Banner + redaktioneller Beitrag ausgehandelt wurde. In folgenden Medien wurde ein Banner inseriert (sämtliche eingescannten Dokumente liegen auf dem STA Server):

A. Manzoni SpA:

Alto Adige, 28. Oktober 2017: Banner

Alto Adige online, 30. Oktober.- 05.November 2017: Banner (impression: 43.000, utenti unici: 20.000)

Media Alpi (Corriere dell'Alto Adige), 20., 21., 23. Dezember 2017: Banner

Athesia Bezirksmedien:

PLUS, Nr. 1, Jänner 2018: Banner

WIR, Nr. 12, Dezember 2017: Banner

PUSCHTRA, Nr. 1, Jänner 2018: Banner

DER VINGSCHER; Nr. 1, Jänner 2018: Banner

BAZ, Nr. 1, Jänner 2018: Banner

Der Erker, Dezember 2017: Banner

La Usc di Ladins:

Nr. 49, 15. Dezember 2017: Banner

Nr. 4, 26. Jänner 2018: Banner

Nr. 8, 23. Februar 2018: Banner

Nr. 12, 23. März 2018: Banner

Qui Media (Bolzano, Meano, Bassa Atesina):

Nr. 23, 30. November 2017: Banner

Nr. 24, 14. Jänner 2018: Banner

16. Redaktionelle Beiträge Bezirksmedien

In diversen Bezirksmedien wurden redaktionelle Beiträge zur #greenmobilitybz Kampagne geschrieben. In der Regel wurde eine Kooperation mit den Bezirksmedien abgeschlossen, wobei ein Gesamtpaket Banner + redaktioneller Beitrag ausgehandelt wurde. In folgenden Medien wurde ein redaktioneller Beitrag inseriert (sämtliche eingescannten Dokumente liegen auf dem STA Server):

A. Manozion SpA:

Alto Adige, 28.10.2017: Redaktioneller Beitrag

Alto Adige online, 30.10.-05.11.2017: Banner

Athesia Bezirksmedien:

PLUS, Nr. 1, Jänner 2018: Titelstory

WIR, Nr. 12, Dezember 2017: Titelstory

DER VINGSCHER, Nr. 1, Jänner 2018: Redaktioneller Beitrag

BAZ, Nr. 1, Jänner 2018: Redaktioneller Beitrag

Der Erker, Dezember 2017: Redaktioneller Beitrag

La Usc di Ladins:

Nr. 49, 15. Dezember 2017: Redaktioneller Beitrag

Nr. 4, 26. Jänner 2018: Redaktioneller Beitrag

Nr. 12, 23. März 2018: Redaktioneller Beitrag

Qui Media (Bolzano, Merano, Bassa Atesina):

Nr 23, 30. November 2017: Redaktioneller Beitrag

17. Redaktionelle Beiträge Verbandsmedien

Mit den größten Wirtschaftsverbänden des Landes wurden Kooperationen geschlossen, um sie als Multiplikatoren der #greenmobilitybz Kampagne einzubinden und über ihre Medienkanäle zur Sensibilisierung und Wissensverbreitung beizutragen (Verbandszeitschriften, Websites, Social Media). Ein Hauptaugenmerk der Kooperationen war, dass die Factsheets (Infolyer, siehe Kap. 4) als Beilage zu den Verbandszeitschriften potentielle Interessenten der E-Mobilität erreichen.

Handelskammer: Redaktioneller Beitrag zur Nachhaltige Mobilität

Für die Wirtschaft, Nr. 7, November 2017: Redaktioneller Beitrag

Facebook Seite Handelskammer

HDS: Redaktioneller Beitrag zur Nachhaltige Mobilität, Beilage Factsheet

hdsmagazins Nr. 3, 21. Februar 2018: (Auflage 7.500 Stück, 5.000 dt., 2.500 it.): Beilage Factsheet, Redaktioneller Beitrag

HGV: Redaktioneller Beitrag zur E-Mobilität, Beilage Fact Sheet

HGV Zeitung, Ausgabe Februar 2018: (Auflage 6.200): Beilage Factsheet, Redaktioneller Beitrag

LVH: Banner, Redaktioneller Beitrag zur E-Mobilität, Beilage Factsheet und 6 Infoboxen zum Thema Nachhaltige Mobilität

Manufakt/Manufatto: Ausgabe Februar 2018: Beilage Fact Sheet, Story

Manufakt/Manufatto: Ausgabe April 2018: 1. Infobox, Firma Grass (Brixen)

Manufakt/Manufatto: Ausgabe Mai 2018: 2. Infobox, Cargo Bike GLS (Bozen)

Manufakt/Manufatto: Ausgabe Juli 2018: 3. Infobox, Bäckerei Profanter (Brixen)

Manufakt/Manufatto: Ausgabe September 2018: 4. Infobox, eTestDay und Roadshow

Manufakt/Manufatto: Ausgabe November 2018: 6. Infobox, Südtiroler Mobilitätspreis

Manufakt/Manufatto: Ausgabe Dezember 2018: 5. Infobox, Hohe Förderbeiträge

18. Raiffeisen Landesbank

Über die Raiffeisen Landesbank wurden die Factsheets zur Ankaufprämie von E-Fahrzeuge (Privat und Betriebe) an zahlreiche Raiffeisenfilialen des Landes verteilt. Insbesondere wurden die Informationen an jene Filialen weitergegeben, die sich an der Aktion zur Langzeitmiete von Elektroautos, welche von der Raiffeisen Landesbank und Alperia ins Leben gerufen wurde, beteiligen. Das Thema Elektromobilität wurde auch in einer Ausgabe des Raiffeisen Magazins aufgegriffen und die animierten Videos zu ausgewählten #101argumenten liefen auf den Infobildschirmen der Raiffeisen Landesbank in Bozen.

19. Autoschulendes Landes

Nachdem die Förderkriterien zur Ankaufprämie von E-Autos für Betriebe angepasst wurden, und insbesondere der Landesanteil von 2.000€ auf 4.000€ für Autoschulen aufgestockt wurde (4.000€ Land + 2.000€ Händler = 6.000€), hat der Bereich Green Mobility in der STA an alle Autoschulen des Landes die Factsheets zur Ankaufprämie für Privatpersonen mit der Bitte verschickt, diese in den jeweiligen Zweigstellen der Fahrschulen aufliegen zu lassen. Ziel der Aktion war es, insbesondere Führerscheineulinge auf die E-Mobilität hinzuweisen und diese innovative Technologie zu fördern.

20. Autokonzessionäre des Landes

Factsheets zur Ankaufprämie für E-Fahrzeuge (Privat wie Unternehmen) wurden auch an alle Autokonzessionäre in Bozen verteilt, wobei diese die Infolyer wiederum an Ihre Zweigniederlassungen im ganzen

Land weitergegeben haben. Im Rahmen eines eintägigen Lokalaugenscheines haben Mitarbeiter des Bereiches Green Mobility Gespräche über die Ankaufprämie mit den Händlern der gängigsten Automarken (BMW, Porsche, VW, Audi, Smart, Mercedes, Nissan, Renault, etc.) in Bozen geführt. Bei dieser Gelegenheit wurde nochmals das System der Ankaufprämie erklärt und zusätzliche Factsheets hinterlegt.

21. Gemeinden und Bezirksgemeinschaften des Landes

Allen Gemeinden und Bezirksgemeinschaften des Landes wurde mittels Postsendung und Begleitbrief eine unterschiedliche große Anzahl an Factsheets für Privatpersonen zugeschickt (in Abhängigkeit der Einwohnerzahlen der Gemeinden). Ziel war es, dass die Gemeinden die Infos an den am meistbesuchten öffentlichen Einrichtungen aufliegen lassen (Rathaus, Meldeamt, Hausarzt, etc.). Insgesamt wurden so um die 5.000 Factsheets verteilt.

22. Landesämter in Bozen

An jene Landesämter mit viel Parteienverkehr sowie mobilitätsaffinen Ämtern wurden ebenfalls die Factsheets (Privat wie Unternehmen) zur öffentliche Auflage verteilt (Schalterdienst für Mobilität, Landhaus 3b (Mobilität), Landhaus 11 (Raumordnung und Umwelt), Landesumweltagentur, Landhaus 12 (Wohnbau und Sanität), etc.

23. Alperia

Alperia, als Südtirols größter Energieversorger und Anbieter von öffentlichen und privaten Ladesäulen, hat ebenfalls 3.000 Factsheets für Privatpersonen und Unternehmen zur freien Verteilung bekommen.