

KOMMUNIKATION FÜR EINE NACHHALTIGE MOBILITÄT



Kommunikationskit mit Textvorschlägen

1 Einführung

Dieses Kommunikationskit ist im Rahmen des ReFoPlan-Projekts „Kommunikationsstrategie für die Verkehrswende“ entstanden. Es wurde vom iRights.Lab in Zusammenarbeit mit dem Öko-Institut im Auftrag des Umweltbundesamtes (UBA) umgesetzt. Im Projekt wurden drei verschiedene Kommunikationsprodukte erstellt, die ein größeres Bewusstsein für nachhaltige Mobilität bewirken sollen. Dabei handelt es sich um ein Mobilitätsbingo, Mobilitätsclips sowie ein Mobilitätsquartett.

Alle drei Kommunikationsprodukte entstanden in einem partizipativen Prozess mit Change Agents, die jeweils unterschiedliche Expertisen in den Bereichen Kommunikation und Verkehrswende einbrachten. Die Change Agents beschäftigten sich mit drei verschiedenen Themenkomplexen: berufliche Mobilität, Steuern und Abgaben sowie Stärkung des ÖPNV.

Grundsätzlich sollen die Kommunikationsformate möglichst viele Menschen erreichen. Gleichzeitig richten sich die drei Themen aber auch an spezifischere Zielgruppen wie Unternehmer*innen (berufliche Mobilität), Pendler*innen im Umfeld von Mittel- und Großstädten (Steuern und Abgaben) sowie Stadtbewohner*innen und (Kommunal-)Politiker*innen (ÖPNV und Infrastruktur). Die Kommunikationsformate sprechen Maßnahmen an, die für die jeweils genannten spezifischen Zielgruppen relevant sind. Gleichzeitig sind alle Inhalte und Fakten so dargestellt, dass sie auch für eine breitere Zielgruppe verständlich und interessant sind.

Übergreifend wurden im Prozess sowohl der Begriff „Verkehrswende“ als auch „Mobilitätswende“ genutzt. Im Folgenden wird vor allem von „Verkehrswende“ gesprochen, aber beide Begriffe sind möglich.

1.1 Allgemeine Informationen

Das Mobilitätsbingo, das Mobilitätsquartett sowie die Mobilitätsclips sind ab dem 8. Oktober 2026 auf der Projektseite Kommunikation für eine nachhaltige Mobilität abrufbar. Die Dateien können heruntergeladen und für eigene Social-Media-Posts verwendet werden, dürfen jedoch nicht Dritten zum Download angeboten werden. Detailliertere Hinweise zu den Nutzungsbedingungen der Dateien befinden sich auf der verlinkten Projektseite.

Auf der Website stehen außerdem weiterführende Quellenhinweise zu den Inhalten der Kommunikationsprodukte zur Verfügung. Die Quellen berücksichtigen Studien zum Stand Anfang September 2026. Auch der Abschlussbericht mit detaillierten Ausführungen zum Projektablauf und zu den Projektergebnissen kann auf der genannten Website ab Frühjahr 2027 eingesehen werden.

Die nachfolgenden Hinweise gelten übergreifend für alle drei Kommunikationsformate. Sie sind als Vorschläge gedacht und sollen die Sichtbarkeit der Formate auf unterschiedlichen Social-Media-Plattformen wie Instagram und LinkedIn erhöhen.

1.1.1 Allgemeine Hashtags

Die nachfolgenden Hashtag-Beispiele können gleichermaßen für alle drei Kommunikationsformate genutzt werden. Von diesen Hashtags sollten für jeden Post maximal fünf ausgewählt werden, um eine bestmögliche Sichtbarkeit zu garantieren.

#Verkehrswende

#Mobilitätswende

#NachhaltigeMobilität

#MultimodaleMobilität

#Mobilitätsmix

#ÖPNV

#Radverkehr

#Carsharing

#Infrastruktur

#Klimakommunikation

#Beteiligung

#Mobilitätsverhalten

#ZukunftDerMobilität

#SustainableMobility

#UrbanMobility

#MobilityTransition

1.1.2 Handles von Organisationen

An der Konzeption und Umsetzung dieser Kommunikationsprodukte waren unterschiedliche Organisationen beteiligt, die bei der Veröffentlichung der Kommunikationsformate genannt werden können. Wenn der Bezug zu diesen Organisationen hergestellt wird, sollten sie mit ihren

jeweiligen Handles verlinkt werden. Das Umweltbundesamt als Auftraggeberin ist immer zu nennen. Alle anderen Organisationen können beispielhaft oder je nach Thema genannt werden.

An der *Umsetzung* des Projekts waren das iRights.Lab und das Öko-Institut als Ausführende beteiligt.

Umweltbundesamt

Instagram: @umweltbundesamt / <https://www.instagram.com/umweltbundesamt/>

Facebook: @Umweltbundesamt / www.facebook.com/umweltbundesamt.de

LinkedIn: @german-environment-agency / www.linkedin.com/company/german-environment-agency/

Mastodon: @Umweltbundesamt / <https://social.bund.de/@Umweltbundesamt>

Bluesky: @umweltbundesamt.bsky.social /

<https://bsky.app/profile/umweltbundesamt.bsky.social>

Öko-Institut

Instagram: @oekoinstitut / <https://www.instagram.com/oekoinstitut/>

LinkedIn: @oeko-institut-e-v / <https://www.linkedin.com/company/oeko-institut-e-v/>

Mastodon: @oekoinstitut@mastodon.social / <https://mastodon.social/@oekoinstitut>

Bluesky: @oekoinstitut.bsky.social / <https://bsky.app/profile/oekoinstitut.bsky.social>

iRights.Lab

Instagram: @irights.lab / <https://www.instagram.com/irights.lab/>

LinkedIn: @irights-lab / <https://www.linkedin.com/company/irights-lab>

Mastodon: @iRightsLab@mastodon.social / <https://mastodon.social/@iRightsLab>

An der *Konzeption* der Kommunikationsprodukte waren darüber hinaus weitere Personen beteiligt, die sogenannten *Change Agents*:

Gruppe 1 – beruflicher Verkehr

Tipping Points

Instagram: @tippingpoints_agentur / https://www.instagram.com/tippingpoints_agentur/

LinkedIn: @tippigpoints-gmbh / <https://www.linkedin.com/company/tippingpoints-gmbh/>

Facebook: @tippigpontos.agentur / <https://www.facebook.com/tippingpoints.agentur/>

Velokonzept / Isabell Eberlein

LinkedIn: @velokonzeptberlin / <https://www.linkedin.com/company/velokonzeptberlin/>
sowie @isabell-eberlein: <https://www.linkedin.com/in/isabell-eberlein-99592095/>

Instagram: @izzyberlin / <https://www.instagram.com/izzyberlijn/>

VCD

Instagram: @vcd_ev / https://www.instagram.com/vcd_ev/

LinkedIn: @vdc-ev / <https://www.linkedin.com/company/vcd-ev/>

Bluesky: @vcdev.bsky.social / <https://bsky.app/profile/vcdev.bsky.social>

TAF Mobile

LinkedIn: @tafmobilegmbh / <https://www.linkedin.com/company/tafmobilegmbh/?originalSubdomain=de>

Zukunft Fahrrad

LinkedIn: @zukunft-fahrrad / www.linkedin.com/company/zukunft-fahrrad

Bluesky: @zukunftfahrrad.bsky.social / <https://bsky.app/profile/zukunftfahrrad.bsky.social>

Mastodon: @ZukunftFahrrad@berlin.social / <https://berlin.social/@zukunftfahrrad>

TU Darmstadt / DiRex

LinkedIn: @digital-resilience-xchange / <https://www.linkedin.com/school/digital-resilience-xchange>

Gruppe 2 – Steuern und Abgaben

Passenger Podcast / Christian Cohrs

LinkedIn: @passengerpodcast / <https://www.linkedin.com/company/passengerpodcast> sowie @christiancohrs / <https://www.linkedin.com/in/christiancohrs/>

Instagram: @the_passenger_podcast / https://www.instagram.com/the_passenger_podcast/

Agora Verkehrswende

LinkedIn: @agora-verkehrswende / <https://www.linkedin.com/company/agora-verkehrswende/>

Bluesky: @agoraverkehr.bsky.social / <https://bsky.app/profile/agoraverkehr.bsky.social>

Mastodon: @Agoraverkehr / <https://agora-thinktanks.social/@Agoraverkehr>

ILS Forschung / Thomas Klinger

Instagram: @stadt_land_forschung / https://www.instagram.com/stadt_land_forschung

LinkedIn: @Thomas Klinger / <https://www.linkedin.com/in/thomas-klinger-796316125> sowie @ILS-Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung / <https://www.linkedin.com/company/36949864/>

Facebook: @ilsforschung / <https://www.facebook.com/ilsforschung>

Mastodon: @ilsforschung / <https://wisskomm.social/@ilsforschung>

NABU

Instagram: @nabu / <https://www.instagram.com/nabu/>

LinkedIn: @nabu-e.v. // <https://www.linkedin.com/company/nabu-e.v./>

Bluesky: @nabu.de / <https://bsky.app/profile/nabu.de>

Facebook: @Naturschutzbund // <https://www.facebook.com/Naturschutzbund/>

TikTok: @nabu_bundesverband / https://www.tiktok.com/@nabu_bundesverband

FÖS / Matthias Runkel

LinkedIn: @foes <https://www.linkedin.com/company/foes/?originalSubdomain=de> sowie @matthias-runkel / <https://www.linkedin.com/in/matthias-runkel-b0640683/>

Bluesky: @foes.bsky.social / <https://bsky.app/profile/foes.bsky.social> sowie @runkel.bsky.social / <https://bsky.app/profile/runkel.bsky.social>

Gruppe 3 – Stärkung des ÖPNV

VBZ

Instagram: @vbzzuerilinie / <https://www.instagram.com/vbzzuerilinie/>

LinkedIn: @verkehrsbetriebe-z-rich / <https://www.linkedin.com/company/verkehrsbetriebe-z-rich/?originalSubdomain=ch>

Facebook: @zuerilinie / <https://www.facebook.com/zuerilinie/>

TikTok: @vbzzuerilinie / <https://www.tiktok.com/@vbzzuerilinie>

Probst & Consorten / Gerhard Probst

LinkedIn: @probst-consorten / <https://www.linkedin.com/company/probst-consorten> sowie @gerhard-probst / <https://www.linkedin.com/in/gerhard-probst-3a3a0a262>

BUND

LinkedIn: @bund-für-umwelt-und-naturschutz-deutschland-e-v / <https://www.linkedin.com/company/bund-f%C3%BCr-umwelt-und-naturschutz-deutschland-e-v/>

1.1.3 Lizenzen und Nutzungsbedingungen

Eine ausführliche Beschreibung der Lizenzen und Nutzungsbedingungen befindet sich auf der Projektseite [Kommunikation für eine nachhaltige Mobilität](#). Die Kurzfassung der Lizenzen lautet:

Mobilitätsfilme

Lizenz: CC BY-ND 4.0 zzgl. gesonderter Zusatzerlaubnis

© iRights.Lab, 2026

Mobilitätsquartett

Lizenz: CC BY-ND 4.0

© Umweltbundesamt (Bildmotive und Gestaltungselemente) | Gestaltung: Chan-Young Ramert für iRights.Lab GmbH, 2026

Mobilitätsbingo

Lizenz: CC BY 4.0

© iRights.Lab GmbH, 2026

2 Die Kommunikationsprodukte und Vorschläge für Captions

Die drei Kommunikationsprodukte – Mobilitätsbingo, Mobilitätsclips sowie das Mobilitätsquartett – sollten bei ihrer Veröffentlichung von Texten begleitet werden, die weitere Informationen bereithalten und die Entstehung der Produkte kontextualisieren. Für diese Captions werden im Folgenden bei jedem Produkt jeweils zwei Vorschläge gemacht: eine kürzere und eine Langversion. Darüber hinaus werden Textvorschläge unterbreitet, die übergreifend für alle drei Kommunikationsprodukte genutzt werden können. Alle Texte können in Gänze übernommen oder jeweils für spezifische Plattformvoraussetzungen bearbeitet werden.

2.1 Textvorschläge allgemein

Die nachfolgenden Versionen dienen der Beschreibung aller drei Kommunikationsprodukte sowie des Gesamtprozesses. Sie können genutzt werden, um andere Personen/Multiplikatorinnen*Multiplikatoren dazu aufzurufen, sich an der Verbreitung der Formate zu beteiligen.

2.1.1 Caption Langversion

Verkehrswende zum Mitdenken

Fakten allein bringen noch nichts in Bewegung. Gerade beim Thema Mobilität spielen Alltag, Gewohnheiten/Routinen, Kosten, Komfort und oft auch Emotionen eine große Rolle. Wie also lässt sich über nachhaltige Mobilität sprechen, ohne dass Menschen sofort abschalten?

Genau hier setzen drei neue Kommunikationsprodukte an: Mobilitätsbingo, Mobilitätsclips und Mobilitätsquartett. Sie übersetzen Wissen zu Mobilität, Verkehr und Klimaschutz in Formate, die neugierig machen und Denkanstöße geben: mit typischen Alltagsmythen, überraschenden Fakten, spielerischen Vergleichen und kurzen Geschichten.

Statt zu belehren, laden die Kommunikationsprodukte dazu ein, Mobilität aus einer anderen Perspektive zu betrachten: Was kostet Autofahren wirklich? Wie viel Raum braucht Parken? Welche Rolle können Unternehmen bei der Verkehrswende spielen? Und wann sind Fahrrad, Carsharing oder E-Bike eine passende Alternative?

Sie sollen nicht als fertige Antwort auf die Verkehrswende gesehen werden, sondern als Einladung, Mobilität neu zu entdecken und zu zeigen, wie vielfältig wir im Alltag unterwegs sein können.

 Wer steckt dahinter?

Im Rahmen des Forschungsprojekts „Kommunikationsstrategien für die Verkehrswende“ vom Umweltbundesamt sind Mobilitätsbingo, -clips und -quartett in einem partizipativen Prozess entstanden.

 Mobilitätsbingo, Mobilitätsclips und Mobilitätsquartett hier entdecken, teilen und für die eigene Kommunikation nutzen: <https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

 Die Quellen können hier eingesehen werden:

<https://www.umweltbundesamt.de/system/files/document/Kommunikation%20f%C3%BCr%20eine%20nachhaltige%20Mobilit%C3%A4t.%20Quellenverzeichnis%20f%C3%BCr%20alle%20Mobilit%C3%A4tsprodukte.pdf>

#Verkehrswende #Mobilitätswende #NachhaltigeMobilität #Klimakommunikation
#MultimodaleMobilität #Mobilitätsmix #ZukunftDerMobilität

2.1.2 Caption Kurzversion

Verkehrswende klingt oft groß. Dabei beginnt sie mit ganz banalen Fragen: Was kostet mein Arbeitsweg wirklich? Wie viel Raum braucht ein Parkplatz? Wann lohnt sich ein Jobticket? Und brauche ich für jeden Weg wirklich das eigene Auto?

Das Mobilitätsbingo, die Mobilitätsclips und das Mobilitätsquartett laden ein, mit Fakten und Denkanstößen die vielfältigen Möglichkeiten der Fortbewegung im Alltag zu entdecken.

 Wer steckt dahinter?

Im Rahmen des Forschungsprojekts „Kommunikationsstrategien für die Verkehrswende“ vom Umweltbundesamt sind Mobilitätsbingo, -clips und -quartett in einem partizipativen Prozess entstanden.

 Mobilitätsbingo, Mobilitätsclips und Mobilitätsquartett hier entdecken, teilen und für die eigene Kommunikation nutzen: <https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

 Die Quellen können hier eingesehen werden:

<https://www.umweltbundesamt.de/system/files/document/Kommunikation%20f%C3%BCr%20eine%20nachhaltige%20Mobilit%C3%A4t.%20Quellenverzeichnis%20f%C3%BCr%20alle%20Mobilit%C3%A4tsprodukte.pdf>

#Verkehrswende #Mobilitätswende #NachhaltigeMobilität #Klimakommunikation
#MultimodaleMobilität #Mobilitätsmix #ZukunftDerMobilität

2.2 Mobilitätsbingo

Das Mobilitätsbingo baut als Format auf dem Bingo-Trend aus Social Media auf und überträgt ihn auf zwei Themenkomplexe: auf den beruflichen Verkehr sowie die Stärkung des ÖPNV. Letzteres wurde für das Bingo zugespitzt auf ÖPNV & Infrastruktur, denn diese Bereiche stehen in direktem Zusammenhang: Durch Infrastrukturmaßnahmen wie ein besseres Parkraummanagement können weitere finanzielle Mittel für den Ausbau des ÖPNV bereitgestellt werden – und beides wirkt sich positiv auf die Verkehrs- und Stadtentwicklung aus. Aus diesen Überlegungen ist ein Mobilitätsbingo als Swipe-Post entstanden: Auf der ersten Slide stehen typische Einwände, die gegen zeitgemäße Mobilitätsstrategien vorgebracht werden:

„Das Deutschlandticket? Rechnet sich für uns nie.“

„Diensträder werden eh kaum gefahren.“

„Ticketzuschüsse? Dafür haben wir kein Budget.“

Der Swipe-Post führt die Betrachter*innen Schritt für Schritt von den Behauptungen zur tatsächlichen Faktenlage.

Empfehlung zur Nutzung des Mobilitätsbingos

Das Mobilitätsbingo lässt sich in zwei Schritten als Post erstellen:

- Thema auswählen: Wählt eines von zwei Themen (entweder berufliche Mobilität oder ÖPNV & Infrastruktur) aus, die zu eurer Zielgruppe passen. Nehmt entsprechend die Mythoskachel mit neun Behauptungen zu diesem Thema.

- Mit Fakten einordnen: Ergänzt zur Mythoskachel maximal drei passende Faktenkarten, die die gewünschten Behauptungen verständlich erklären.

Für eine kurze Kampagne reicht ein einzelnes Set aus Mythoskachel und bis zu drei Faktenkarten. Für eine längere Kampagne können mehrere Sets (Mythoskachel + Faktenkarten) nacheinander ausgespielt werden, zum Beispiel wöchentlich, zweiwöchentlich oder monatlich auf Instagram.

Abbildung 1: Mobilitätsbingo „ÖPNV & Infrastruktur“



Beispielbilder für Mythoskachel und Faktenkarte des Mobilitätsbingos.

Hinweis: Die Mythoskacheln und Faktenkarten sollten passend zur eigenen Zielgruppe ausgewählt werden. Manche Themen funktionieren eher im urbanen Raum, andere auch im ländlichen Raum. Die Bingokachel #8 „Von mehr Parkplätzen haben doch alle was“ ist beispielsweise für dünn besiedelte Regionen weniger relevant.

2.2.1 Caption Mobilitätsbingo: Allgemein

„ÖPNV ist viel teurer als Autofahren.“

„Parkgebühren sind nur Abzocke.“

„Jobticket? Das rechnet sich für Unternehmen nie.“

Solche Sätze hört man schnell, wenn es um nachhaltige Mobilität geht. Und genau hier setzt das Mobilitätsbingo an: Es greift typische Alltagsmythen rund um Arbeitswege, Jobticket, Dienstrad, ÖPNV und Parkraum auf und stellt ihnen kurze, verständliche Faktenchecks gegenüber.

Nicht als Besserwisserei, sondern als spielerischen Einstieg in Fragen, die oft komplexer sind, als sie auf den ersten Blick wirken: Was kostet ein eigenes Auto wirklich? Welche Rolle spielen Unternehmen bei klimafreundlicher Mobilität? Und warum ist Parkraum nie einfach nur Parkraum?

Mithilfe des Mobilitätsbingos kann man niedrigschwellig über die Verkehrswende diskutieren. Außerdem lassen sich die Inhalte vielfach verwenden: für Social Media, Workshops, Veranstaltungen oder die eigene Netzwerkarbeit.

Wer steckt dahinter?

Im Rahmen des Forschungsprojekts „Kommunikationsstrategien für die Verkehrswende“ vom Umweltbundesamt sind Mobilitätsbingo, -clips und -quartett in einem partizipativen Prozess entstanden.

Mobilitätsbingo, Mobilitätsclips und Mobilitätsquartett hier entdecken, teilen und für die eigene Kommunikation nutzen: <https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

🔍 Die Quellen können hier eingesehen werden:

<https://www.umweltbundesamt.de/system/files/document/Kommunikation%20f%C3%BCr%20eine%20nachhaltige%20Mobilit%C3%A4t.%20Quellenverzeichnis%20f%C3%BCr%20alle%20Mobilit%C3%A4tsprodukte.pdf>

👉 Mobilitätsbingo, Mobilitätsclips und Mobilitätsquartett ab dem 8. Oktober 2026 hier entdecken, teilen und für die eigene Kommunikation nutzen:

<https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

🔍 Unsere Quellen: **tbd**

#Verkehrswende #Mobilitätswende #NachhaltigeMobilität #MultimodaleMobilität #ÖPNV
#Radverkehr #Klimakommunikation

2.2.2 Caption Mobilitätsbingo: Berufliche Mobilität neu denken

Wie kommen Beschäftigte zur Arbeit? Oft scheint das eigene Auto die naheliegendste Lösung zu sein. Doch je nach Arbeitsweg, Wohnort und Rahmenbedingungen gibt es viele Möglichkeiten, Mobilität flexibler, kostengünstiger und klimafreundlicher zu gestalten.

Das Mobilitätsbingo greift typische Aussagen rund um Jobticket, Dienstrad, Arbeitswege und Mobilitätsangebote auf – und stellt ihnen verständliche Fakten und neue Perspektiven gegenüber. So wird sichtbar: Nachhaltige Mobilität bedeutet nicht, dass alle dasselbe tun müssen. Vielmehr geht es darum, passende Lösungen für unterschiedliche Lebensrealitäten zu finden.

Ob Unternehmen, Kommunen oder Organisationen: Das Mobilitätsbingo lädt dazu ein, über berufliche Mobilität ins Gespräch zu kommen, Denkanstöße zu geben und neue Möglichkeiten sichtbar zu machen.

👥 Wer steckt dahinter?

Im Rahmen des Forschungsprojekts „Kommunikationsstrategien für die Verkehrswende“ vom Umweltbundesamt sind Mobilitätsbingo, -clips und -quartett in einem partizipativen Prozess entstanden.

👉 Mobilitätsbingo, Mobilitätsclips und Mobilitätsquartett hier entdecken, teilen und für die eigene Kommunikation nutzen: <https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

🔍 Die Quellen können hier eingesehen werden:

<https://www.umweltbundesamt.de/system/files/document/Kommunikation%20f%C3%BCr%20eine%20nachhaltige%20Mobilit%C3%A4t.%20Quellenverzeichnis%20f%C3%BCr%20alle%20Mobilit%C3%A4tsprodukte.pdf>

#Verkehrswende #Mobilitätswende #NachhaltigeMobilität #MultimodaleMobilität #ÖPNV
#Radverkehr #Klimakommunikation

2.2.3 Caption Mobilitätsbingo: ÖPNV und Infrastruktur im Faktencheck

„Mit dem Auto geht es immer schneller.“ „Es braucht viel mehr Parkplätze.“ Oder: „Der ÖPNV ist viel zu teuer.“ Solche Aussagen begegnen uns im Alltag häufig. Doch was steckt tatsächlich dahinter?

Das Mobilitätsbingo nimmt verbreitete Annahmen rund um den öffentlichen Verkehr, Parkraum und Flächennutzung auf und ergänzt sie um kompakte Faktenchecks. Es zeigt sich, dass viele Fragen rund um Mobilität komplexer sind, als sie auf den ersten Blick erscheinen – und dass gute Mobilitätslösungen je nach Ort und Alltag unterschiedlich aussehen können.

Statt einfache Antworten zu geben, lädt das Mobilitätsbingo dazu ein, über Mobilität ins Gespräch zu kommen, die Perspektive zu wechseln und die verschiedenen Möglichkeiten eines nachhaltigen Mobilitätsmixes kennenzulernen.

 Wer steckt dahinter?

Im Rahmen des Forschungsprojekts „Kommunikationsstrategien für die Verkehrswende“ vom Umweltbundesamt sind Mobilitätsbingo, -clips und -quartett in einem partizipativen Prozess entstanden.

 Mobilitätsbingo, Mobilitätsclips und Mobilitätsquartett hier entdecken, teilen und für die eigene Kommunikation nutzen: <https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

 Die Quellen können hier eingesehen werden:

<https://www.umweltbundesamt.de/system/files/document/Kommunikation%20f%C3%BCr%20eine%20nachhaltige%20Mobilit%C3%A4t.%20Quellenverzeichnis%20f%C3%BCr%20alle%20Mobilit%C3%A4tsprodukte.pdf>

#Verkehrswende #Mobilitätswende #NachhaltigeMobilität #MultimodaleMobilität #ÖPNV
#Radverkehr #Klimakommunikation

2.3 Mobilitätsclips

Bei diesen Videos handelt es sich um sogenannte Confessions im Stil einer Netflix-Dokumentation: Menschen sprechen über ihr Auto, als würden sie von einer vergangenen Beziehung erzählen. Diese Videos wurden für den Themenbereich „Steuern und Abgaben“ erstellt und sollen insbesondere die direkten und indirekten Kosten des Autofahrens hervorheben. Die Videos setzen auf emotionale, alltagsnahe Perspektiven, um das Thema greifbarer zu machen.

„Er versprach mir die pure Freiheit, dabei hat er mich nur gestresst.“

„Sie hat immer so viel Raum eingenommen.“

„Er wollte immer mehr Geld und ich wusste irgendwann nicht mehr, wofür.“

„Ich dachte, sie bringt mich weiter, dabei hat sie mich nur ausgebremst.“

Auflösung (Call-to-Action): „Zeit für einen klaren Cut: Es muss nicht immer das Auto sein. Fahr entspannter mit dem ÖPNV.“

Im Folgenden werden Caption-Vorschläge für die Videos allgemein sowie für einzelne Reels der Mobilitätsclips gemacht.

2.3.1 Caption Mobilitätsclips: Allgemein

Auto-Confessions: Wenn Mobilität zur Beziehungssache wird.

Am Anfang wirkt alles einfach: einsteigen, losfahren, flexibel sein. Und dann? Rechnungen. Spritkosten. Parkplatzsuche. Werkstatttermine.

In den Mobilitätsclips „Auto-Confessions“ wird die Beziehung zum eigenen Auto wie eine Paarbeziehung dargestellt, die man irgendwann einmal ehrlich betrachten muss. Mit Humor, klaren Fakten und einem Blick auf das, was im Alltag oft nebenbei mitläuft, wird deutlich: Selbst ein günstiges Auto kostet schnell rund 400 Euro im Monat. Und auch das Parken braucht Raum, der dann anderen Verkehrsteilnehmenden oder für mehr Grün und Aufenthaltsqualität in der Stadt fehlt.

Die Mobilitätsclips sagen nicht, dass alle sofort aufs Auto verzichten müssen. Dafür sind Lebensrealitäten, Wohnorte und Wege viel zu unterschiedlich. Die Clips geben jedoch einen Denkanstoß: Wo Bus, Bahn, Fahrrad, E-Bike oder Carsharing gut passen, kann Mobilität auch anders funktionieren.

 Wer steckt dahinter?

Im Rahmen des Forschungsprojekts „Kommunikationsstrategien für die Verkehrswende“ vom Umweltbundesamt sind Mobilitätsbingo, -clips und -quartett in einem partizipativen Prozess entstanden.

 Mobilitätsbingo, Mobilitätsclips und Mobilitätsquartett hier entdecken, teilen und für die eigene Kommunikation nutzen: <https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

 Die Quellen können hier eingesehen werden:

<https://www.umweltbundesamt.de/system/files/document/Kommunikation%20f%C3%BCr%20eine%20nachhaltige%20Mobilit%C3%A4t.%20Quellenverzeichnis%20f%C3%BCr%20alle%20Mobilit%C3%A4tsprodukte.pdf>

#Verkehrswende #Mobilitätswende #NachhaltigeMobilität #Mobilitätsmix #Carsharing
#Radverkehr #Klimakommunikation

2.3.2 Caption Mobilitätsclips: Reel 1 – „Es geht auch ohne“

Ob Bus, Bahn, Rad oder E-Bike – für viele Alltagswege braucht es kein eigenes Auto oder ein anderes Verkehrsmittel ist praktischer, kostengünstiger oder fördert die Gesundheit. Welche Alternativen zum eigenen Auto funktionieren in eurem Alltag bereits und wo gibt es noch Hürden?

 Mobilitätsclips hier ansehen und teilen: <https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

2.3.3 Caption Reel 2 – „Was kostet die Beziehung wirklich?“

Auto kaufen und dann einfach los, die große Freiheit genießen? Moment. Da war noch was. Versicherung, Reparaturen, Wartung, Sprit: Da kommt doch schnell mehr zusammen, als man denkt.

Selbst ein günstiges Auto kostet etwa 400 Euro pro Monat. Das Deutschlandticket liegt aktuell bei 63 Euro pro Monat.

Ein Umstieg ist nicht immer einfach. Aber es lohnt sich, einmal alle Kosten zusammenzurechnen. Wann habt ihr zum ersten Mal gemerkt: „Das Auto kostet mehr als gedacht“?

 Mobilitätsclips hier ansehen und teilen: <https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

2.3.4 Caption Reel 3 – „Zu viel Raum“

Parkplatzsuche kennt fast jede*r. Aber dahinter steckt eine größere Frage: Wie viel öffentlichen Raum geben wir dem Auto eigentlich wirklich?

Ein Auto braucht durchschnittlich 13,5 m² Stadtfläche. Parken ist also nicht nur eine Frage der Mobilität, sondern auch der Nutzung des öffentlichen Raums.

Welche Erfahrungen macht ihr mit Parkraum und Flächennutzung vor Ort?

👉 Mobilitätsclips hier ansehen und teilen: <https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

2.3.5 Caption Reel 4 – „Schöngeredet?“

Wir sehen meist nur Sprit oder Ratenzahlung – also das, was regelmäßig und sichtbar ist. Viele andere Kosten wie Versicherung, Wartung, Reparaturen oder Wertverlust gehen dabei schnell unter.

Studien zeigen: Die echten Autokosten werden oft um rund 50 % unterschätzt.

Nicht, weil wir schlecht rechnen – sondern weil wir nur das im Kopf haben, was gerade anfällt.

Welche Autokosten habt ihr direkt auf dem Schirm – und welche eher nicht?

👉 Mobilitätsclips hier ansehen und teilen: <https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

2.3.6 Caption Reel 5 – „Fass ohne Boden“

Spritkosten gehören zu den Ausgaben, die im Alltag schnell spürbar werden.

Allein fürs Tanken werden oft über 100 Euro im Monat ausgegeben. Wo lassen sich Wege bündeln, anders planen oder Autofahrten durch Bus, Bahn oder Rad ersetzen?

Welche Möglichkeiten funktionieren bei euch und wo braucht es bessere Alternativen?

👉 Mobilitätsclips hier ansehen und teilen: <https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

2.4 Mobilitätsquartett

Das Mobilitätsquartett als physisches Kartenspiel behandelt alle drei Themenbereiche im Projekt: berufliche Mobilität, Steuern & Abgaben und Stärkung des ÖPNV. Das Kartenspiel macht die Inhalte über direkte Vergleiche und klare Kategorien schnell verständlich. Zwei Mobilitätsformen treten dabei direkt gegeneinander an (z. B. Dienstwagen vs. Dienstrad) und werden entlang von Kriterien wie Kosten, CO₂-Ausstoß, Stress oder Gesundheit gegenübergestellt. So entsteht ein schneller, greifbarer Faktencheck zu zentralen Fragen rund um Mobilität.

Das Quartett ist als physisches Spiel konzipiert und kann für Social Media punktuell genutzt werden – etwa durch einzelne Karten als Teaser, Vergleiche oder im Rahmen von Gewinnspielen. Speziell für die Europäische Mobilitätswoche 2026 (EMW) wurde das Quartett im entsprechenden Corporate Design umgesetzt und über die EMW verbreitet. Die Auflage des Quartetts ist begrenzt. Solange der Vorrat reicht, ist eine Bestellung des Quartetts immer im Aktionszeitraum der EMW für alle hier möglich:

<https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>.

Außerhalb des Aktionszeitraums der EMW gibt es die Möglichkeit, das Quartett über diese E-Mail-Adresse zu bestellen: mobi-quartett@uba.de. Pro Bestellung sind bis zu drei Exemplare möglich, nur solange der Vorrat reicht. Darüber hinaus können sich alle Interessierte das Quartett selbst drucken. Dafür steht die Druckdatei online unter <https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet> zur Verfügung.

Abbildung 2: Mobilitätsquartett



Verpackung und Spielanleitung des Mobilitätsquartetts sowie Beispielkarte „Parkgebühren“.

Im Folgenden wird ein Textvorschlag zur Beschreibung des Quartetts ganz allgemein gemacht. Anschließend folgen Caption-Vorschläge für einzelne Karten aus dem Quartett, die ab fotografiert und auf Social Media gepostet werden können (z. B. als Gewinner*innenkarte).

2.4.1 Caption Mobilitätsquartett: Allgemein

Mobilitätsquartett: Mobilitätswende wird spielbar

Welche Karte gewinnt: Pkw-Maut, Radpendeln, Parkplatzgrün, Jobticket oder doch der Mobilitätsmix?

Das Mobilitätsquartett macht Fakten zur Verkehrswende greifbar: Karten vergleichen, Funfacts entdecken, ins Gespräch kommen.

Bewertet werden die Karten unter anderem nach Kosteneffizienz, Klimanutzen, Stressfreiheit, Komfort, Flexibilität und Zukunftsfaktor. So wird sichtbar: Nachhaltige Mobilität besteht nicht aus der einen Lösung, sondern aus vielen Möglichkeiten – vom Jobticket über Radpendeln und Fahrgemeinschaften bis zu Parkraummanagement, ÖPNV-Finanzierung und mehr Grün statt Asphalt.

Die Punktebewertungen sind dabei kein endgültiges Urteil, sondern ein Gesprächsanlass: Was zählt im Alltag wirklich? Wo entstehen neue Spielräume? Und welche Mobilitätslösungen passen zu welchen Orten, Wegen und Lebenssituationen?

Das Quartett macht Mobilität auf spielerische Weise zum Thema: Zwei Karten treten gegeneinander an und schon stellt sich die Frage, welche Mobilitätslösung im Alltag wirklich überzeugt.

Wer steckt dahinter?

Im Rahmen des Forschungsprojekts „Kommunikationsstrategien für die Verkehrswende“ vom Umweltbundesamt sind Mobilitätsbingo, -clips und -quartett in einem partizipativen Prozess entstanden.

Mobilitätsbingo, Mobilitätsclips und Mobilitätsquartett hier entdecken, teilen und für die eigene Kommunikation nutzen: <https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

Die Quellen können hier eingesehen werden:

<https://www.umweltbundesamt.de/system/files/document/Kommunikation%20f%C3%BCr%20eine%20nachhaltige%20Mobilit%C3%A4t.%20Quellenverzeichnis%20f%C3%BCr%20alle%20Mobilit%C3%A4tsprodukte.pdf>

2.4.2 Caption Mobilitätsquartett: Positiver Effekt im Fokus

Heute im Fokus: [Name der Karte].

Diese Karte zeigt, in welchen Bereichen nachhaltige Mobilität besonders viel bewirken kann, beispielsweise in Bezug auf Klimanutzen, Stressfreiheit, Kosten oder mehr Platz im öffentlichen Raum.

Die Punktebewertung ist dabei kein endgültiges Urteil, sondern ein Gesprächsanlass: Welche Mobilitätslösung punktet in eurem Alltag?

👉 Mobilitätsquartett ab hier bestellen oder Datei zum Selbstaussdruck herunterladen:

<https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

2.4.3 Caption Mobilitätsquartett: Unsere Gewinner*innenkarte

Welche Karte punktet bei uns besonders? Für uns ist es: [Name der Karte].

Warum? Weil sie zeigt, wie nachhaltige Mobilität im Alltag konkret werden kann: mit Blick auf Kosten, Klimanutzen, Komfort, Flexibilität und neue Spielräume.

Das Mobilitätsquartett lädt dazu ein, genau solche Fragen spielerisch zu diskutieren: Welche Lösung passt zu welchem Weg, Ort oder Alltag?

👉 Mobilitätsquartett hier bestellen oder Datei zum Selbstaussdruck herunterladen:

<https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

2.4.4 Caption Mobilitätsquartett: Karte mit Gesprächspotenzial

Diese Karte hat bei uns besonders viel Diskussion ausgelöst: [Name der Karte].

Denn wie die Mobilitätswende gelingen kann, ist selten eindeutig. Was auf dem Papier sinnvoll klingt, muss im Alltag auch funktionieren: für unterschiedliche Wege, Bedürfnisse und Lebenssituationen.

Genau dafür ist das Mobilitätsquartett gedacht: als spielerischer Einstieg ins Gespräch über nachhaltige Mobilität.

👉 Mobilitätsquartett hier bestellen oder Datei zum Selbstaussdruck herunterladen:

<https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

2.5 Vorschläge für Webseiten und Newsletter

Die folgenden Texte eignen sich für die Vorstellung der drei Kommunikationsprodukte auf Webseiten oder in Newslettern. Dafür gibt es Lang- und Kurzversionsvorschläge, die sich für unterschiedliche Verwendungszwecke anpassen lassen.

2.5.1 Kurzversion Webseiten

Kommunikationsprodukte für eine nachhaltige Mobilität

Wie lässt sich die Verkehrswende verständlich, alltagsnah und ohne moralischen Zeigefinger kommunizieren? Genau damit beschäftigte sich das Forschungsprojekt „Kommunikationsstrategien für die Verkehrswende“ vom Umweltbundesamt (UBA).

Die Produkte bringen zentrale Themen nachhaltiger Mobilität niedrigschwellig ins Gespräch: als Mythencheck, Reel-Serie und spielerisches Kartenset. Sie greifen typische Einwände, überraschende Fakten und konkrete Alltagssituationen auf und richten sich an Kommunen, Organisationen und Multiplikatoren*Multiplikatorinnen, die Mobilitätsthemen in ihre Netzwerke tragen und Denkanstöße geben möchten.

Die Materialien stehen hier zur Verfügung:

<https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

2.5.2 Langversion Webseiten

Mobilität neu ins Gespräch bringen: Kommunikationsprodukte zur Verkehrswende

Wie lässt sich über die Verkehrswende sprechen, ohne dass Menschen sofort abschalten? Und wie können komplexe Informationen zu Mobilität, Verkehr und Klimaschutz so aufbereitet werden, dass sie verständlich, alltagsnah und anschlussfähig werden?

Mit diesen Fragen beschäftigte sich das Forschungsprojekt „Kommunikationsstrategien für die Verkehrswende“ vom Umweltbundesamt (UBA). Denn wissenschaftsbasierte Informationen sind wichtig – bleiben aber oft abstrakt oder erreichen Menschen nicht. Denn über die Art der Mobilität im Alltag entscheiden viele Faktoren: Gewohnheiten, Kosten, Komfort und Arbeitswege sowie Verfügbarkeit von Parkplätzen, ÖPNV, Fahrrad, Carsharing oder E-Bike.

Daraus sind drei Kommunikationsprodukte entstanden: Mobilitätsbingo, Mobilitätsclips und Mobilitätsquartett.

Das Mobilitätsbingo greift typische Alltagsmythen und Einwände auf – etwa zu Jobticket, Dienstrad, ÖPNV oder Parkraum – und stellt ihnen kurze, verständliche Faktenchecks gegenüber.

Die Mobilitätsclips „Auto-Confessions“ erzählen vom eigenen Auto wie von einer Beziehung, die man einmal ohne rosarote Brille anschauen muss. Mit Humor und klaren Fakten geht es um Kosten, Sprit, Parkplatzsuche, Werkstatttermine und um die Frage, wann Bus, Bahn, Fahrrad, E-Bike oder Carsharing eine passende Alternative sein können.

Das Mobilitätsquartett macht Fakten zur Verkehrswende spielerisch greifbar. Karten zu beruflicher Mobilität, Steuern und Abgaben sowie ÖPNV und Infrastruktur werden nach Kategorien wie Kosteneffizienz, Klimanutzen, Stressfreiheit, Komfort, Flexibilität und Zukunftsfaktor bewertet. Die Sternebewertungen sind dabei kein endgültiges Urteil, sondern ein Gesprächsanlass.

Alle drei Produkte übersetzen Fakten in niedrigschwellige, visuelle und erzählerische Formate. Sie sollen als Denkanstoß für Kommunen, Organisationen und Multiplikatoren*Multiplikatorinnen dienen, die Mobilitätsthemen in ihre Netzwerke tragen möchten.

Die Materialien stehen hier zur Verfügung:

<https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>

2.5.3 Newsletter-Teaser

Betreffvorschlag: Neue Materialien: Die Verkehrswende verständlich und spielerisch kommunizieren

Teaser:

Wie lässt sich über die Verkehrswende sprechen, ohne zu belehren? Im Rahmen des Forschungsprojekts „Kommunikationsstrategien für die Verkehrswende“ vom

Umweltbundesamt (UBA) sind drei Kommunikationsprodukte entstanden: ein Mobilitätsbingo, mehrere Mobilitätsclips und ein Mobilitätsquartett.

Entwickelt wurden die Materialien in einem partizipativen Prozess mit Change Agents aus Wissenschaft, Kommunikation und Praxis. Sie übersetzen Fakten zu Mobilität, Verkehr und Klimaschutz in niedrigschwellige Formate – mit Alltagsmythen, kurzen Geschichten und spielerischen Denkanstößen.

Sie richten sich an weitere Change Agents, Kommunen, Organisationen und Multiplikatoren*Multiplikatorinnen, die Mobilitätsthemen in ihre Netzwerke tragen und neue Perspektiven auf die Verkehrswende eröffnen möchten.

Hier die Materialien ansehen und für die eigene Kommunikation nutzen:

<https://www.umweltbundesamt.de/kommunikation-mobilitaet>