

## Kundenspezifische Empfehlungen (Nutzergruppen)

Nutzer/innengruppe	Vorteil	Lokale Ebene: Thema / Storyline	Landesweite Ebene: Thema / Storyline	Politische Ebene: Thema / Storyline	Medien / Kanäle															
					Event	P2P	WoM / MzM	Presse	Print	Mailing	HP – Soc. M.	Messenger	Radio – TV							
<b>Haupt-Nutzer/innengruppen</b>																				
► <b>Familien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erst- / Zweitwagen-Ersatz</li> <li>• individuell und flexibel</li> <li>• verfügbar (Mobilität zu jeder Zeit) und zeitsparend</li> </ul>	Events für niederschweligen Erstkontakt (Probefahrt u. a.); ausführliche Informationen online / Print <i>„Mobilität für die ganze Familie“</i>	Nutzer/innen in die Öffentlichkeitsarbeit einbinden: authentische Erfahrungsberichte und gute Praxis-Beispiele – sammeln und (nach innen und außen) kommunizieren  <u>zusätzlich: siehe „Politische Ebene“ und weitere „Nutzergruppen“</u>	vielfältige Nutzergruppen; Dörpsmobil als Baustein der neuen Landes-Mobilität; Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse <i>„Dörpsmobil ist ein vollwertiger Mobilitätsbaustein in den ländlichen Räumen“</i>	x	x	x		x											
► <b>Senior/innen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erst- / Zweitwagen-Ersatz</li> <li>• sichere und einfache Handhabung</li> <li>• ehrenamtliche / nachbarschaftliche Organisation</li> </ul>	vor Ort Seniorenbeiräte adressieren; Lokalzeitung („klassischer Print“); Fahrdienst für Ältere u. a. mit attraktivem Tarif-Modell (Mehrfahrten bzw. Abo) <i>„Einfach mobil sein“; „Vertrauensvolles Angebot“</i>		Neue / alternative Mobilität (auch im Kontext des demografischen Wandels) <i>„... für alle Generationen“</i>	x	x	x	x	x											
► <b>junge Menschen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kostengünstig</li> <li>• individuell und flexibel</li> <li>• klimaschonend, umweltfreundlich</li> </ul>	auf persönlichen Kontakt (P2P) und Gruppendynamik setzen (in kleinen Gruppen wie Sportverein, Schul-AGs, Jugendtreff etc.); attraktives Tarif-Modell („Schul-Rabatt“, „Junge-Leute“-Tarif); Informationen / Erstkontakt online (ggf. plus Messenger) <i>„Individuelles Angebot“ „Klimaschutz aktiv selbst machen“</i>		Vorteile, die die Menschen in ihrem Alltag bewegen <i>„... verbindet individuelle, soziale und(!) Klimaschutz- und Umweltvorteile“</i> (auf politischer Ebene v. a. Verbindung „sozial“ – „Klimaschutz“ fokussieren)		x	x		x				x	x						

„Beim ‚Tag des offenen Dörpsmobils‘ haben wir Probefahrten angeboten – das kam gut an!“

... gute Praxis-Beispiele aus der „Dörpsmobil-Familie“ (Auswahl)

„Die Medien berichten immer sehr positiv!“ – „Nach dem Zeitungsartikel bekam ich mehrere E-Mails, dass sie sich für ein Carsharing interessieren!“

„Messe des örtlichen Handel- und Gewerbevereins: relativ kleiner Kreis, aber mehrere Beitritte!“

**A** – **E** Erste Storyline-Umsetzungsbeispiele

Nutzer/innengruppe	Vorteil	Lokale Ebene: Thema / Storyline	Landesweite Ebene: Thema / Storyline	Politische Ebene: Thema / Storyline	Medien / Kanäle															
					Event	P2P	WoM / MzM	Presse	Print	Mailing	HP – Soc. M.	Messenger	Radio – TV							
<b>Weitere Nutzer/innengruppen</b>																				
<b>► Gemeinde / Amtsverwaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fahrzeug-Ersatz</li> <li>Attraktivität des Orts steigern</li> <li>ressourcenschonend, regionale (Energie-) Ressourcen nutzen</li> </ul>	vielfältige Vorteile und Mehrwert (für gesamte Gemeinde) „erfahrbar“ machen; Bürgermeister/in u. a. als Selbstnutzer/in plus Multiplikator/in gewinnen <b>A</b>	landesweit verfügbares Angebot, kommunal-verortete Initiative „bottom-up“; „Standortvorteil für Ihre Gemeinde(n)“ „... einfacher und vor Ort sichtbarer(!) Beitrag zum regionalen Klimaschutz“	innovative ländliche Räume „... praxis- und alltagsbewährtes Angebot für ganz SH“ „bottom-up“ („bürgergetragen“); „Klimaschutz regional denken – und machen“	x	x	x			x										
<b>► Unternehmen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fahrzeug-Ersatz</li> <li>verfügbar (Mobilität zu jeder Zeit) und zeitsparend</li> <li>soziale Vorteile (Mitarbeitenden-Bindung)</li> <li>(ggf. attraktive Sponsoring-Partnerschaft)</li> </ul>	Zeitfenster-Modell: feste und regelmäßige Zeitfenster garantieren („blockieren“); Test-Mitgliedschaft („Nutzen Sie unsere Experimentier-Wochen“) „Wagen-Ersatz schafft unmittelbar Kosten-Entlastung“	landesweit verfügbares Angebot „... praxis- und alltagsbewährt an vielen Standorten“	innovative ländliche Räume; Neue / Alternative Mobilität „... praxis- und alltagsbewährtes Angebot für ganz SH“; „Erfolgsmodell für Neue Mobilität, Made in SH“	x	x		x	x	x				x						
<b>► Vereine / Institutionen (inkl. Kirche)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fahrzeug-Ersatz</li> <li>sichere und einfache Handhabung</li> <li>gemeinsam *; ehrenamtliche / nachbarschaftliche Organisation</li> </ul>	Zeitfenster- / Tarif-Modell (Vereins-Tarif) „Sharing-Gedanke“ <u>zusätzlich: siehe Senior/innen, Gemeinde / Amtsverwaltung, Unternehmen</u>	landesweit verfügbares Angebot, kommunal-verortete Initiative; Ehrenamt „bottom-up“; „nah am Menschen“ (Gemeinschaftlichkeit fördern)	Bürgermeister/in u. a. als Selbstnutzer/in plus Multiplikator/in gewinnen (siehe Gemeinde / Amtsv.) – zusätzlich auf P2P und WoM / MzM setzen für Vereine / Institutionen etc.	x	x	x		x	x										
<b>► Finanziell- Schwächere</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>kostengünstig</li> <li>Fahrzeug-Ersatz</li> <li>gemeinsam *</li> </ul>	Tarif-Modell (z. B. Sozial-Tarif); Teilhabe, Gemeinschaftlichkeit, Angebot zum Mitmachen	gute Praxis-Beispiele (z. B. Sozialtarif) kommunizieren, zum Nachmachen aktivieren	Dörpsmobil bei relevanten Partnern bewerben (Sozialverbände, -träger u. a.)	x	x	x		x			x								
<b>► Kurzzeit- Nutzer/innen **</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>individuell und flexibel</li> <li>verfügbar</li> <li>sichere und einfache Handhabung</li> </ul>	Dienstleistung / Service; Präsenz in Tourismus-Werbung („Unser Service für Ihren Aufenthalt“) <b>D</b>	landesweites Service-Angebot für Tourismusregionen u. a.	Dörpsmobil bei relevanten Partnern bewerben (Tourismusbranche, AktivRegionen u. a.)				x	x		x	x	x							
<b>► Nutzer/innen aus Nachbargemeinde(n)</b>	je regional- / standort-spezifisch (v. a. bei Erweiterung des Dörpsmobil-Standorts / -Fuhrparks)		Lobby („Mobilitätsangebot / -auswahl auf dem Land erweitern / verbessern“)	Neue / Alternative Mobilität („Beitrag zu weniger Verkehr“ etc.)	x	x		x	x	x		x								

\* gemeinsam (Gemeinschaftlichkeit fördern, Sharing-Gedanke)

\*\* je regional- / standort-spezifische Nutzer/innengruppen wie Urlauber/innen (auch Wohnmobil-Tourist/innen), Kurgäste u. a.

## Vorteilsspezifische Empfehlungen

Vorteil	Zielgruppe	Lokale Ebene: Thema / Storyline	Landesweite Ebene: Thema / Storyline	Politische Ebene: Thema / Storyline	Medien / Kanäle (gute Praxis-Beispiele)
<b>Individuelle Vorteile</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• kostengünstig</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ junge Menschen</li> <li>▶ Finanziell-Schwächere (Familien)</li> <li>▶ (Unternehmen)</li> </ul>	Kostenvergleich „eigener Pkw versus Dörpsmobil“ <b>B</b>  attraktive Tarif-Modelle anbieten und bewerben (Kostentransparenz betonen)	gute Praxis-Beispiele (Tarif-Modelle u. a.) sammeln, kommunizieren, zum Nachmachen aktivieren; Vielfalt der Nutzergruppen betonen – Haupt-Nutzergruppen mit Priorität fokussieren  bezüglich Kurzzeit-Nutzer/innen: landesweites Service-Angebot für Tourismusregionen u. a.  <u>zusätzlich: siehe „Politische Ebene“</u>	Neue / Alternative Mobilität; Dörpsmobil als Baustein der neuen Landes-Mobilität  innovative ländliche Räume; Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse  <i>„Dörpsmobil ist ein vollwertiger Mobilitätsbaustein in den ländlichen Räumen“</i>  <i>„... praxis- und alltagsbewährtes Angebot für ganz SH“; „Erfolgsmodell für Neue Mobilität ‚Made in SH‘“</i>	aktueller Kosten-Vergleichsrechner „eigener Pkw versus Dörpsmobil“ mit Print (Broschüre / Flyer u. a.) und HP – Soc. M. / online (Homepage, ggf. Social Media) kommunizieren  Events für niederschweligen Erstkontakt (Probefahrt u. a.)  Dörpsmobil bei relevanten Partnern bewerben über P2P (persönliche Ansprache), Mailing u. a.; auf Info-Veranstaltungen, in Sitzung / Ausschuss-Treffen u. a. aktivieren  ausführliche Informationen online / Print: Angebote für Selbstinformation „vorab“ / „von außen“, Erstkontakt online (Messenger) etc.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erst- / Zweitwagen-Ersatz; Fahrzeug-Ersatz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Familien</li> <li>▶ Senior/innen</li> <li>▶ Gemeinde / Amtsverwaltung</li> <li>▶ Unternehmen</li> <li>▶ Vereine / Institutionen</li> <li>▶ Finanziell-Schwächere</li> </ul>	<i>„Mobilität für die ganze Familie“; „Wagen-Ersatz schafft unmittelbar Kosten-Entlastung“ etc.</i>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• individuell und flexibel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Familien</li> <li>▶ junge Menschen</li> <li>▶ Kurzzeit-Nutzer/innen</li> </ul>	<i>„Individuelles Angebot“</i>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• verfügbar (Mobilität zu jeder Zeit) und zeitsparend</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Familien</li> <li>▶ Unternehmen</li> <li>▶ Kurzzeit-Nutzer/innen</li> </ul>	Zeifenster-Modell u. a., das Verfügbarkeit gewährleistet  <i>z. B. „Mobilität zu jeder Zeit“; „Kein Wartungs- oder Reinigungsaufwand“</i>  <i>„Einfach mobil sein“ etc.</i>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• sichere und einfache Handhabung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Senior/innen</li> <li>▶ Vereine / Institutionen</li> <li>▶ Kurzzeit-Nutzer/innen</li> </ul>				
<b>Soziale Vorteile</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• gemeinsam (Gemeinschaftlichkeit fördern, Sharing-Gedanke)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Vereine / Institutionen</li> <li>▶ Finanziell-Schwächere</li> </ul>	Tarif-Modelle (z. B. Vereins- bzw. Sozial-Tarif); Teilhabe, Gemeinschaftlichkeit („Sharing-Gedanke“), Angebot zum Mitmachen	landesweit verfügbares Angebot, kommunal-verortete Initiative; Ehrenamt	Neue / Alternative Mobilität; Dörpsmobil als Baustein der neuen Landes-Mobilität; innovative ländliche Räume	Dörpsmobil bei relevanten Partnern bewerben über diverse Kanäle / Medien; Presseinformationen und -termine (lokale und landesweite Ebene)  Bürgermeister/in u. a. über P2P und Mailing als Selbstnutzer/in plus Multiplikator/in gewinnen – zusätzlich auf P2P und WoM / MzM (Word of Mouth / „Mund-zu-Mund“) setzen für Vereine / Institutionen etc.  (auf politischer Ebene v. a. Verbindung „sozial“ – „Klimaschutz“ fokussieren)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobilitätsangebot / -auswahl auf dem Land erweitern / verbessern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Nutzer/innen aus Nachbargemeinde(n)</li> </ul>	<i>„Individuelles Angebot“; „Mobilität zu jeder Zeit“; „Einfach mobil sein“</i>	gute Praxis-Beispiele (Tarif-Modelle u. a.) sammeln, (nach innen und außen) kommunizieren, zum Nachmachen aktivieren / Lobby	<i>„bottom-up“ („bürgergetragen“);</i>  <i>„... praxis- und alltagsbewährtes Angebot für ganz SH“; „Erfolgsmodell für Neue Mobilität, Made in SH“</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ehrenamtliche / nachbarschaftliche Organisation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Senior/innen</li> <li>▶ Vereine / Institutionen</li> </ul>	<i>„Vertrauensvolles Angebot“</i>	<i>„bottom-up“, „nah am Menschen“ (Gemeinschaftlichkeit fördern); „Standortvorteil für Ihre Gemeinde[n]“ etc.</i>  <i>„... praxis- und alltagsbewährt“</i>	Vorteile, die die Menschen in ihrem Alltag bewegen  <i>„... verbindet individuelle, soziale und(!) Klimaschutz- und Umweltvorteile“</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraktivität des Orts steigern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Gemeinde / Amtsverwaltung</li> </ul>	vielfältige Vorteile und Mehrwert (für gesamte Gemeinde) „erfahrbar“ machen			
<b>Klimaschutz- und Umwelt-Vorteile</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• klimaschonend, umweltfreundlich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ junge Menschen</li> <li>▶ (Gemeinde / Amtsverwaltung)</li> <li>▶ (Vereine / Institutionen)</li> </ul>	<i>„Klimaschutz aktiv selbst machen“; „... einfacher und vor Ort sichtbar(!) Beitrag zum regionalen Klimaschutz“;</i>	gute Praxis-Beispiele (v. a. Verbindung „Zielgruppen“ – „Medien / Kanäle“) sammeln, kommunizieren, zum Nachmachen aktivieren / Schnittstelle zwischen lokaler und politischer Ebene  <u>siehe „Lokale Ebene“ und „Politische Ebene“</u>	Neue / Alternative Mobilität; Dörpsmobil als Baustein der neuen Landes-Mobilität  <i>„Klimaschutz regional denken – und machen“</i>  Vorteile, die die Menschen in ihrem Alltag bewegen  <i>„... verbindet individuelle, soziale und(!) Klimaschutz- und Umweltvorteile“</i>	Dörpsmobil bei relevanten Partnern bewerben – v. a. im Verbund mit Projektträger und -förderern, weiteren Partnern; landesweite Medienpräsenz (Presse, Radio – TV)  (auf politischer Ebene v. a. Verbindung „sozial“ – „Klimaschutz“ fokussieren)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ressourcenschonend, regionale (Energie-) Ressourcen nutzen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Gemeinde / Amtsverwaltung</li> <li>▶ (junge Menschen)</li> <li>▶ (Vereine / Institutionen)</li> </ul>	<i>„Klimaschutz regional denken – und machen“</i>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beitrag zu weniger Verkehr</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Nutzer/innen aus Nachbargemeinde(n)</li> </ul>	<u>je regional- / standort-spezifisch</u>			

## Ebenen-spezifische Empfehlungen

Ebene	Zielgruppe	Aufgabe	Thema / Storyline Umsetzungsbeispiel (Auswahl)	Medien / Kanäle									
				Event	P2P	WoM / MzM	Presse	Print	Mailing	HP – Soc. M.	Messenger	Radio – TV	
<b>Lokale Ebene</b>		<b>→ Fokus: Standort-Vereine</b>											
<b>Standort-Vereine</b>	- interessierte Öffentlichkeit	post-Corona Marketing-Präsenzveranstaltungen vor Ort (begleitend online); Presse (v. a. lokale Medien) und Gemeinde- / Amtsverwaltung einbinden	<u>Vorteile je kunden-spezifische Empfehlungen (Nutzergruppen)</u>	X	X		X	X		X			
	- interessierte Öffentlichkeit - Nutzer/innen	Marketing-Material einbinden (Dachmarke, Corporate Design)	<u>Öffentlichkeitsarbeit je vorteils- , kunden- bzw. ebenen-spezifisch</u>					X	X	X	X		
<b>Standort-Vereine</b> mit Input / Begleitung durch Koordinierungsstelle „Dörpsmobil SH“	- interessierte Öffentlichkeit - Nutzer/innen	Tarif-Gestaltung individualisieren und über diverse Kanäle / Medien kommunizieren (lokale Presse einbinden)	neue Nutzer/innen aus Haupt-Nutzergruppen fokussieren (regional- / standort-spezifisches Angebot für Nutzergruppe Kurzzeit-Nutzer/innen prüfen)		X	X	X	X	X	X			
	- Nutzer/innen	zusätzlich: Boni für Bestandsnutzer/innen entwickeln	<u>Tarif-Modelle etc. je kunden-spezifisch</u> zusätzlich (zur Gewinnung neuer Nutzer/innen): „Bonuseiten“-Programm, „Mitfahrer/innen-Rabatt“ u. a. je standort-individuell entwickeln und umsetzen; dabei ggf. neue Medien / Kanäle (Mailing, Soc. M., Messenger) testen bzw. einführen		X			X	X	X	X		
<b>Landesweite Ebene</b>		<b>→ Fokus: Koordinierungsstelle „Dörpsmobil SH“</b>											
<b>Koordinierungsstelle „Dörpsmobil“</b> mit Dörpsmobil-Netzwerk	- Dörpsmobil-Netzwerk, Standort-Vereine	regelmäßige Informationen kommunizieren, Dörpsmobil-Netzwerk stärken	Koordinierungsstelle als Dienstleister für die „Dörpsmobil-Familie“ positionieren  Community-Building; gute Praxis-Beispiele der Öffentlichkeitsarbeit sammeln, (nach innen und außen) kommunizieren, zum Nachmachen aktivieren; bestehende Medien / Kanäle stärken (Events; v. a. Netzwerktreffen), neue etablieren (Mailing; E-Mail-Newsletter)	X			X		X				
		Innovationsthemen positionieren	Dörpsmobil-Konzept und -Strategie weiterentwickeln an Schnittstelle zwischen lokaler und politischer Ebene; begleitend Öffentlichkeitsarbeit	X			X	X	X	X			X
<b>Koordinierungsstelle „Dörpsmobil SH“</b>	- interessierte Öffentlichkeit - Dörpsmobil-Netzwerk, Standort-Vereine - Politik / Verwaltung - Fachpublikum	Inhalte des Öffentlichkeitsarbeitskonzepts mit Begleitmaterialien für Dörpsmobil-Netzwerk publizieren *	Koordinierungsstelle als Dienstleister für die „Dörpsmobil-Familie“ – und „nach außen“ – positionieren  Community-Building; Dachmarke, Corporate Design stärken (sichtbar machen)					X	X	X			
	- Dörpsmobil-Netzwerk, Standort-Vereine	begleitendes Online-Marketing-Material gestalten und einführen **	Verbund mit Projektträger und -förderern (anlass- / themenbezogen mit weiteren Partnern) öffentlichkeits- / medienwirksam sichtbar machen							X	X		
	- interessierte Öffentlichkeit	als Dachmarke anlass- / themenbezogen überregionale Werbung / Medienpräsenz initiieren		X			X	X		X			X
<b>Politische Ebene</b>		<b>→ Fokus: Verbund mit Projektträger und -förderern, weitere Partner</b>											
<b>Kommunalpolitik</b>	- Gemeinde / Amtsverwaltung - Vereine / Institutionen etc. - (lokale) Partner, ggf. Unternehmen	Projekt bewerben mit gleichzeitiger Nutzergewinnung	Bürgermeister/in u. a. über P2P (persönliche Ansprache) und Mailing als Selbstnutzer/in plus Multiplikator/in gewinnen	X	X	X	X	X	X				X
<b>Kreis- / Regionalpolitik</b>	- Politik / Verwaltung (Kreis, AktivRegion etc.) - Institutionen, (Regional-)Verbände	Projekt bewerben und Lobby schaffen 	Event (z. B. öffentlichkeits- / medienwirksame Probefahrt mit Landrat/rätin, Wahlkreis-MdL u. a.)	X	X		X				X		X
<b>Land SH</b>	- Politik / Verwaltung - Institutionen, (Dach-)Verbände	Lobby schaffen (Verkehrsministerium SH aktivieren, WT.SH intensivieren)	Event (z. B. Dörpsmobil-Autokorso vor Landtag Kiel mit Thema / Storyline „Dörpsmobil als Baustein der neuen Landes-Mobilität“); Positionspapiere	X	X		X				X		X

\* z. B. Leitfaden „Dörpsmobil SH“, Download-Angebot für Print-Werbung-Vorlagen, „Checkliste: Nutzungsrhythmen des Dörpsmobils“ etc.

\*\* z. B. Homepage-Vorlage, Gestaltungselemente für Social-Media-Banner u. a., gemeinfreie Bilddatenbank für Dörpsmobil-Netzwerk, Textbausteine etc.

## Erläuterungen

### Medien / Kanäle

<b>Event</b>	Info-Veranstaltung, Info-Stand, Stadt- / Gemeinde-Fest, Vereinsfeier, Messe, Sitzung / Ausschuss-Treffen u. a.
<b>P2P</b>	Person to Person / persönliche Ansprache
<b>WoM / MzM</b>	Word of Mouth / „Mund-zu-Mund“
<b>Presse</b>	Presseinformation und -termine
<b>Print</b>	Print-Werbung: Broschüre / Flyer, Plakat / Aushang, Werbebanner
<b>Mailing</b>	E-Mail-Newsletter, Rundbrief u. a.
<b>HP – Soc. M.</b>	Homepage (eigene und / oder von Dritten) / Social Media (v. a. Facebook, Instagram)
<b>Messenger</b>	Messenger-Apps (WhatsApp, Telegram u. a.)
<b>Radio – TV</b>	Radio – TV

## Extra – Checkliste: Nutzungsrhythmen des Dörpsmobils

Regelmäßige Zeiten, in denen das Dörpsmobil wenig bzw. nicht genutzt wird	Potenzielle Nutzergruppe für Dörpsmobil	Tipps für Organisation und P2P / persönliche Ansprache (Auswahl)
<b>Werktage</b>		
<b>Vormittags</b>	Gemeinde / Amtsverwaltung: Kurierfahrten u. a.  Dorfladen / MarktTreff: Lieferservice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeitfenster-Modell: feste und regelmäßige Zeitfenster garantieren („blockieren“)</li> <li>• Dorfladen / MarktTreff für Sponsoring gewinnen (z. B. Wochenangebots-Flyer im Dörpsmobil auslegen)</li> </ul>
<b>Mittags</b>	ehrenamtliche Nachbarschaftshilfe bzw. Sozial- / Pflege-Unternehmen: Fahrdienst für Ältere u. a., Einkaufsfahrten / „Bäderfahrt“, Abhol- und Bringdienste	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mehrfahrten-Angebot bzw. Abo-Lösung für Ältere anbieten; regelmäßige Fahrt-Termine („Fahrplan“)</li> <li>• vor Ort Seniorenbeiräte u. a. adressieren</li> </ul>
<b>Nachmittags</b>	junge Menschen (Schüler/innen, Azubis): Schul-Heimfahrten, Freizeitfahrten  Kirche: Besuchsdienst-Fahrten	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>falls Nachfrage und organisatorisch durchführbar:</i> Dörpsmobil (tageweise) in der Nähe einer Schule / frequentierten Ausbildungsstätte positionieren</li> <li>• bei Schulen (auch Elternvertretung, Umwelt-AG u. a.) Nachfrage abfragen und adressieren</li> <li>• „Schul-Rabatt“, „Junge-Leute“-Tarif anbieten</li> <li>• Vereins-Tarif anbieten</li> </ul>
<b>Abends / Nachts</b>	Gastronomie, Apotheke, Zeitungsfahrer/innen etc.: Liefer- / Zustellservice, Nachtkurierfahrten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeitfenster-Modell (<i>siehe oben</i>)</li> <li>• ggf. Werbe-Gegenleistungen eruieren (z. B: Lieferservice wirbt auf seiner Homepage mit Storyline „Wir liefern mit Dörpsmobil“) reduzierten Abend-Tarif anbieten; ggf. nachts günstiger Festpreis statt zeitgenaue Abrechnung</li> </ul>
<b>Wochenende</b>		
<b>Vormittags</b>	(Sport-)Verein: Turnier-Tagesfahrten u. a.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vereins-Tarif anbieten</li> </ul>
<b>Mittags</b>	ehrenamtliche Nachbarschaftshilfe: Fahrdienst für Ältere u. a., „Fahrt zum Wochenmarkt“	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mehrfahrten-Angebot bzw. Abo-Lösung anbieten</li> <li>• vor Ort Seniorenbeiräte u. a. adressieren</li> </ul>
<b>Nachmittags</b>		
<b>Abends / Nachts</b>	junge Menschen u. a.: Nacht- / Disco-Taxi; Rufbus-Ergänzung / -Ersatz	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>falls in Vorbereitung / Planung:</i> Rahmen und v. a. Vorlaufzeit für Umsetzung beachten, Co-Finanzierung durch Gemeinde / regionalen ÖPNV-Anbieter anregen</li> </ul>



### Thema / Storyline (Beispiel):

„Sie brauchen am Wochenende tagsüber einen Mietwagen für Ihren Tennisverein?  
 Sie kennen die gewünschten Termine bereits ein bis zwei Wochen im Voraus?  
 Wir können Ihnen die Verfügbarkeit garantieren – und das kostengünstig ... mit unserem Dörpsmobil!“

## Erste Storyline-Umsetzungsbeispiele

Bürgermeister/in – *Word of Mouth* / „Mund-zu-Mund“



### **Dörpsmobil-Tour von Bürgermeistern hat Folgen**

Für Bürgermeister Martin Mustermann gehört das Dörpsmobil, das Elektromobil zum Ausleihen im Dorf, schon ein Jahr lang zum Alltag. Doch der 54jährige Bürgermeister von Adorf ist von dem E-Carsharing-Modell so begeistert, dass er jetzt drei Bürgermeister\*innen aus Nachbargemeinden zu einem Dörpsmobil-Ausflug einlud. „Zwei von ihnen standen Dörpsmobil SH recht skeptisch gegenüber. Doch nach unserer gemeinsamen ausgiebigen Tour – vom einfachen Buchen per Dörpsmobil-SH-App bis zum nahezu lautlosen Dahingleiten durch unsere schöne Region – sind sie, glaube ich, zu Fans geworden.“ Jetzt wollen sie in ihren Dörfern selbst Dörpsmobil-Vereine initiieren und Dörpsmobile zentral stationieren – und sie für gemeindliche Dienstfahrten nutzen. Was als nächste Schritte geplant ist, lesen Sie auf Seite X.


**Kostenvergleich „eigener Pkw versus Dörpsmobil“ / Preis-Rechner**

# Dörpsmobil-Preis-Rechner liefert den Beweis: Eigenes Auto ist meist viel zu teuer

**A d o r f. „Ein eigenes Auto kommt mich im Vergleich mit einem Dörpsmobil viel teurer“, sagt Martin Mustermann aus Adorf. Wie der 34-Jährige dies herausgefunden hat? Ganz einfach: mit dem neuen Dörpsmobil-Preis-Rechner, der in die schleswig-holsteinische Dörpsmobil-App integriert ist.**

Seit 2018 gibt es den Verein Dörpsmobil Adorf e. V., der seine beiden E-Fahrzeuge den Vereinsmitgliedern als Carsharing-Modell im Adorfer Ortskern zur Verfügung stellt. „Mit der Dörpsmobil-App ist das Buchen, Abrechnen und Managen von Dörpsmobilen kinderleicht“, findet Mustermann. Und der Preis-Rechner zeige sehr überzeugend, warum es sich vielfach lohnt, auf das Dörpsmobil mit seinen Klimavorteilen und nicht ein eigenes Auto zu setzen.

...  
 Nicht nur in Adorf, sondern mittlerweile in 27 schleswig-holsteinischen Gemeinden

sind Dörpsmobile stationiert und werden meist über Verein vor Ort gemanagt.

...  
 Das Dörpsmobil-Angebot richtet sich an viele potenzielle Nutzerinnen und Nutzer. „Nachgefragt sind sie aber besonders von jungen Menschen, Familien und Unternehmen“, sagt Timo Wiemann, Projektleiter der landesweit agierenden Dörpsmobil SH. „Aber auch Finanziell-Schwächere haben so die Chance, kostengünstig ein Auto zu nutzen, ohne groß selbst investieren zu müssen.“ Dies lasse sich mit dem neuen Dörpsmobil-Preis-Rechner der Dörpsmobil SH-App ([www.doerpsmobil-app.de](http://www.doerpsmobil-app.de)) ganz leicht nachweisen.

Das bestätigt auch Martin Mustermann: „Nur ein paar Preisfaktoren und -daten eingeben, schon erhält man ein nachvollziehbares Ergebnis. Einfacher geht ein Kostenvergleich nicht.“ Dörpsmobil SH empfehle deshalb, so Timo Wiemann, sich

mit einem der Dörpsmobil-SH-Vereine in Verbindung zu setzen und sich informieren zu lassen.

Der Dörpsmobil-Preis-Rechner ist in die Dörpsmobil-App integriert, über die sich Dörpsmobile buchen, nutzen und abrechnen lassen. „Eine große Erleichterung“, weiß Timo Wiemann. Und das Besondere: die App werde den Dörpsmobil-Vereinen zwei Jahre kostenlos vom Land Schleswig-Holstein zur Nutzung zur Verfügung gestellt. So lassen sich auch die verschiedenen attraktiven Tarif-Modelle in den Dörpsmobil-Gemeinden schnell checken.

„Ich habe meinen Augen nicht getraut, als ich den Kostenvergleich in der App gesehen habe“, sagt Martin Mustermann. „Ein besseres Argument für das Dörpsmobil kann ich mir nicht vorstellen. Deshalb steht für mich fest: Dörpsmobil ist volle Mobilität bei unmittelbarer Kostenentlastung.“





## Junge Menschen / Nachmittags-Angebot – Social Media





## Kurzzeit-Nutzer/innen – Presse / Print

E-Carsharing-Angebot jetzt für alle buchbar

### Mehr Urlaubsspaß mit Dörpsmobil in Adorf

**A d o r f. Jetzt wird das Angebot des Dörpsmobil-Vereins Adorf noch attraktiver. Denn ab sofort können auch Nicht-Vereinsmitglieder das E-Carsharing-Angebot buchen.**

„Wir haben einen entsprechenden Kurzzeit-Tarif eingeführt“, sagt Martina Mustermann, Vorsitzende des Dörpsmobil-Vereins. „Dies ist auch für unsere Feriengäste interessant, die per Bahn in unsere Urlaubsregion reisen.“

So sieht es auch Bürgermeister Franz Musterfrau. „Wir erhöhen damit unseren Service für einen gelungenen

Aufenthalt, bei dem mit dem Dörpsmobil unsere wunderschöne Umgebung im wahrsten Sinne des Wortes erfahren werden kann.“ Das Dörpsmobil Adorf ist im Ortskern von Adorf direkt beim MarktTreff stationiert. Über die Dörpsmobil-App ([www.doerpsmobil-app.de](http://www.doerpsmobil-app.de)) ist es buch- und abrechenbar.

„Die Handhabung ist ganz einfach und sicher“, erläutert Martina Mustermann. So sei Mobilität ohne eigenes Auto individuell und flexibel verfügbar. Weitere Informationen unter ...



Kurzzeit-Nutzer/innen – Homepage / Social Media



Schleswig-Holstein  
Der echte Norden

 Teilen |  Karte

**#camping**      **#vanlife**      **#urlaubsauto**  
**#doerpsmobil**

 **Dörpsmobil SH: Dein Urlaubsauto im echten Norden**

Du bist mit Zelt, Van oder Caravan im Urlaub, möchtest aber vor Ort flexibel unterwegs sein – ganz ohne Stress?

Dörpsmobil SH ist dein Carsharing-Angebot in vielen Urlaubsorten und auf ausgewählten Campingplätzen: Vorab reservieren, bargeldlos bezahlen, e-grün losfahren – einfach mit der Dörpsmobil SH-App!



Auf unserer Karte findest du Dörpsmobil SH in deiner Ferienregion in Schleswig-Holstein!

Die Dörpsmobil SH-App (kostenfreier Download), alle weiteren Infos zu Reservierung und zur Buchung gibt's hier!



## Dörpsmobil ein wichtiger Mobilitäts-Baustein

### Landtagsabgeordnete Politi nach Probefahrt in Adorf begeistert

**A d o r f. Die neue Mobilität rückt in Schleswig-Holstein immer mehr in den Fokus – und in jüngster Zeit ganz besonders das E-Carsharing-Modell Dörpsmobil SH, das in immer mehr Dörfern im nördlichsten Bundesland Fuß fasst. „Es hat ein wenig gedauert, bis auch die Politik gemerkt hat, welch wichtigen Beitrag unser klimafreundliches Angebot in den Gemeinden bietet“, sagt Timo Wiemann, Projektmanager von Dörpsmobil SH. „Doch jetzt scheint das Eis gebrochen.“**

So sieht es auch Landtagsabgeordnete Politi. „Wer sich mit dem Thema beschäftigt und dann selbst auch mal Probe gefahren ist, begreift schnell, welche zahlreichen Vorteile Dörpsmobil SH vereint.“

Die 47jährige Politikerin hatte in Adorf die Chance, das System kennen zu lernen und sich selbst hinter das Steuer des dortigen Dörpsmobils zu setzen. „Schon das Buchen des Fahrzeuges über die Dörpsmobil-SH-App war ganz einfach.“

Dies sei einer der vielen Vorteile von Dörpsmobil, ergänzt Martin Mustermann, Vorsitzender des Dörpsmobil-Vereins Adorf, der das Fahrzeug zentral im Dorf stationiert hat und managt. „Die App, die den Gemeinden vom Land Schleswig-Holstein zwei Jahre lang kostenlos zur Verfügung gestellt wird, ist unsere Drehscheibe: Hier kann ich sehen, wann das Fahrzeug für wie lange buchbar ist, hierüber erfolgt ganz bequem die Abrechnung.“

Landtagsabgeordnete Politi zeigt sich begeistert von dem Adorfer E-

Carsharing-Angebot. „Und natürlich von dem besonderen Fahrspaß, den ein Dörpsmobil fast geräuschlos bietet.“ Von diesem individuellen Vergnügen abgesehen, biete Dörpsmobil aber vor allem knallharte Vorteile wie zum Beispiel: weniger Autos in den Dörfern und auf den Straßen durch das gemeinsam genutzte Fahrzeug, Kostenreduzierung für die Nutzerinnen und Nutzer, Beitrag zum Klimaschutz.

Für Politi ist Dörpsmobil mittlerweile ein vollwertiger Mobilitäts-Baustein in den ländlichen Räumen. „Aber“, sagt sie, „wir müssen darüber weiter mit Bürgerinnen und Bürgern, mit Politik, Gemeinden und Verwaltung ins Gespräch kommen und sie dafür gewinnen, Dörpsmobil praxis- und alltagsbewährtes Angebot für ganz SH selbst zu nutzen.“