

MOSTA

Mobilität und Soziale Teilhabe aufeinander abstimmen

Projektvorstellung

Hila Küpper

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

MOSTA – Was sind die Projektziele?

- „Ein lebenswertes Eiderstedt 2030“
- **Kulturelle Angebote** und Möglichkeiten der sozialen Teilhabe für **alle Bevölkerungsgruppen** im Kooperationsraum zugänglich machen.
- Insbesondere der **älteren Bevölkerung ohne direkten Zugriff auf einen PKW** ein Altern in Würde zu ermöglichen. Hierzu gehört das Schaffen der Voraussetzungen von sozialer Teilhabe.
- Abstimmung von **Mobilitätsangeboten** auch auf kulturelle Angebote, die die soziale Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen sicherstellen.

MOSTA – Für wen machen wir das?

Mögliche Personen, die kulturelle Veranstaltungen erreichen wollen, deren Mobilitätsmöglichkeiten aber eingeschränkt sind.



Jasper 8 J –
Grundschüler aus
Osterhever mit
Musikunterricht in
Garding,
Sportverein in
Tetenbüll



Katrin – Mitte 30,
Teilzeitbeschäftigt, 2 Kinder unter
12 Jahren, Mama Taxi,
Verein, Arzt,

Paul und Luise , 75+,
möchten nicht mehr so
gerne Auto fahren, aber
weiter an geselligen
Veranstaltungen
teilnehmen, Essen in
Gemeinschaft,
Ausstellungseröffnungen
in Garding und Tetenbüll



Finn 16 J – aus
Vollerwiek spielt
Floorball in
Garding, jobbt im
Theatrium



Tom-Gips – 45 J,
lebt allein, fährt
normalerweise
Auto und
Motorrad, muss
zum Arzt und
zum Einkaufen
und ins Lütt
Matten

MOSTA – Was sind die Projektinhalte?

- Vorhandene kulturelle Angebote auf ihre
 - **Erreichbarkeit ohne PKW überprüfen und ggf. anpassen** (Ort, Öffnungs-/ Anfangszeiten...),
 - das Mobilitätsangebot noch **besser darauf abstimmen** und durch
 - **weitere Mobilitätsangebote ergänzen.**
- Darüber hinaus werden
 - **zusätzliche kulturelle Angebote im KRME** entwickelt und mit dem Mobilitätsangebot verzahnt sowie
 - **außerhalb des Kooperationsraums** gelegene Einrichtungen wie Theater, Museen, Kinos etc. erreichbar gemacht.
- Das Projekt ist auf **zwei Jahre** begrenzt.
- Sein **räumlicher Schwerpunkt** liegt im Kooperationsraum.

Best-Practice-Beispiele

- „Kaffee, Kuchen, ein Schnaps und Gesang“ wird mit RufBus beworben, Extra-Tisch bei RufBus-Anreise
- NABU Katinger-Watt Flyer, Webseite, Engagement
- Kinderfest Tetenbüll RufBus-Tickets werden ersetzt
- AG-Angebot in der Grundschule Tetenbüll zeitlich auf RufBus abgestimmt
- Ferienwohnungsangebot mit Rufbuswerbung Neue Zielgruppen ohne Auto können angesprochen werden.



Messbare Ziele des Projektes

Der Fördermittelgeber will wissen, wie das Geld verwendet wurde.

- **Akteurseinbindung:** Kooperation mit mind. 20% der angefragten Veranstalter
- **Zielgruppe Bewohner:** Rücklaufquote von 25 % bei der Fragebogenaktion.
- **Steigerung der RufBUS-geeignete kreisweite Veranstaltungen**
- **Steigerung der kreisweit mit dem RufBUS besuchten Veranstaltungen.**
- **MOSTA-Veranstaltungen:** 10 öffentliche Informations- und Werbe-Veranstaltungen auf Eiderstedt und im gesamten Kreisgebiet.
- **Öffentlichkeitsarbeit:** 20 Presseartikel, eine Homepage sowie Informationen in den sozialen Netzwerken.

Projektumsetzung in 5 Arbeitspaketen

1. Projektmanagement

Dokumentation und Öffentlichkeitsarbeit

2. Akteursanalyse und Aufgabenbeschreibung

Who is who, Fragebogenaktion

3. Bestandserhebung kultureller Angebote, Akteurseinbindung und -vernetzung

Auftaktveranstaltung, Workshops

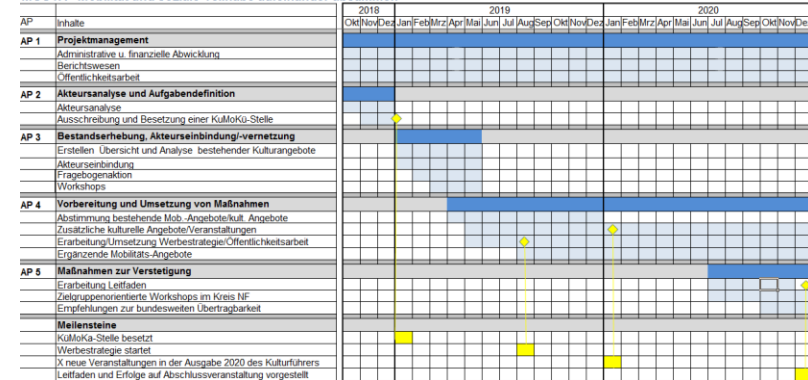
4. Vorbereitung und Umsetzung von Maßnahmen

Abstimmung, zusätzliche Angebote, Werbestrategie

5. Maßnahmen zur Verstetigung

Leitfaden und Workshops in NF

MOSTA - Mobilität und soziale Teilhabe aufeinander abstimmen



Bedarfsanalyse: Fragebogenaktion

- **Wer wird befragt?**
 - **Alle Einwohner des KRME, aber auch Gäste** bekommen die Möglichkeit ihre Wünsche zu äußern (Online-Aktion / Download des Fragebogens, Auslage z. B. bei Edeka, in der Bücherei)
 - **Ältere und Familien mit Kindern** bekommen den Fragebogen zusätzlich per Post
 - **Interviews** an besonderen Orten (Wochenmarkt, Edeka)
 - **Verlosung** von Preisen
- **Auswertung** der Aktion und
- **Abstimmung** mit den Zielen von MOSTA

Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit

Presse

- regelmäßiger (monatlicher) Artikel in der lokalen Zeitung „Eider-Kurier“

Workshops

- Auftaktveranstaltung am 9.5. mit Vertretern von Öffentlichkeit und Multiplikatoren
- Weitere geplante Workshops:
Bürgerwerkstatt am 17.8.19, Workshop Kulturveranstalter 18.9.19

Homepage

- www.mosta-eiderstedt.de sowie www.rufbus-eiderstedt.de

Veranstaltungskalender

Informations- und Werbeveranstaltungen