



penelope bacchus

Promoting Energy efficiency to Local Organisations
through dissemination Partnerships in Europe
Best Actions for Collaboration in Countries
for a High efficient Use of energy in Structural funds

- [Print](#) - [Close](#) -

Der Autofreie Donnerstag - Almada - Portugal

(project supported by SAVE)

Intention dieses Projektes ist, zum einen den Energieverbrauch des innerstädtischen Verkehrs durch bessere Auslastung der Privat-PKW und durch verstärkte Nutzung des öffentlichen Verkehrs zu senken und zum anderen das Bewusstsein für Verkehrs- und Umwelt-Aspekte in Almada zu stärken, indem Alternativen zum eigenen Auto vorgestellt werden.

ZIELGRUPPEN	Sektor	Themen
<ul style="list-style-type: none"> - Stadtverwaltung - Regionalverwaltung - Haushalte 	<ul style="list-style-type: none"> - Verkehr 	<ul style="list-style-type: none"> - Information

ANALYSE

In der Kampagne "Besser ohne Autos" werden AutobesitzerInnen motiviert, an einem bestimmten Wochentag – Donnerstag - auf die Benützung ihres Fahrzeuges zu verzichten und dabei von einem Vorteilspaket, angefangen von gesenkten Fahrschein-Preisen bis hin zu Ermäßigungen bei kulturellen und sportlichen Aktivitäten sowie in etlichen teilnehmenden Geschäften, zu profitieren.

Dieses Projekt wurde im gesamten Stadtgebiet von Almada, das eine Fläche von 72 km² mit 160.000 BürgerInnen umfasst, implementiert. 13 Registrierungsbüros wurden im Stadtgebiet - im Städtischen Umwelthaus, in jedem der 11 Bezirke und in der städtischen Sportanlage – eingerichtet, um eine gute geografische Abdeckung im Wirkungsbereich dieses Projektes zu gewährleisten.

Alle öffentlichen Verkehrsbetriebe (Bus, Zug und Fähre) und eine der beiden Taxi-Gesellschaften Almadas waren im Projekt involviert und senkten für die Donnerstage, die Aktionstage, die Ticketpreise.

Bei diesem das gesamte Stadtgebiet betreffende Projekt war eine Vielzahl von Akteuren aus den verschiedensten Bereichen beteiligt: von der Stadtverwaltungsleitung bis zu einigen Abteilungen wie die Abteilungen "Umwelt-Projektplanung" bzw. "Gesundheit und Arbeitsmedizin". Am stärksten eingebunden waren die Stadt-Umweltplanungsabteilung, die das gesamte Projekt koordiniert hat, sowie die Lokale Energieagentur, die in der Implementierungsphase unterstützend tätig war und die Datenerhebung des Energieverbrauches und der vermiedenen Abgasemissionen durchgeführt hat sowie beim Projektmanagement Hilfestellungen geleistet hat.



Agência Municipal de Energia de Almada

Sujet der Kampagne "Almada, besser ohne Autos"

KOSTEN - NUTZEN

Das Budget für Projektimplementierung und Öffentlichkeitsarbeit betrug rund €60.000. Bis zum 22. September 2001 kam der Hauptteil der Finanzierung (60%) von der Stadtverwaltung Almadadas. Danach soll die gesamte Projektfinanzierung von der Stadt getragen werden. Abgesehen davon sind umfangreiche Investitionen, die für die Etablierung der Projektleitbildes und für die Öffentlichkeitsarbeit notwendig waren, schon getätigt. Ein Budget ist nun nur mehr für die laufenden Kosten vorgesehen, da die Verbreitung der Inhalte von den lokalen Mitakteuren übernommen wird.

Die Zielsetzungen dieses Projektes / dieser Kampagne war, das Bewusstsein der StadtbewohnerInnen für Umwelt- und Energieprobleme, die aus der intensiven Autonutzung im Stadtgebiet resultieren, zu erhöhen und in weiterer Folge sie anzuleiten, andere Formen der Mobilität für die kurzen Stadtwege zu nutzen. Ein nachprüfbarer Indikator für den Kampagnen-Erfolg ist der Wahrnehmungsgrad in der Bevölkerung, der in einer Umfrage mit 60% beziffert wurde.

Die erwähnte Untersuchung zeigte ebenfalls, dass diese Kampagne einen signifikanten Impuls für die Debatte zum Themenbereich "Mobilität und relevante Verbesserungsmaßnahmen" darstellte. Andererseits bewirkte die Kampagne, dass unangenehme Nebenerscheinungen des Individualverkehrs, wie Energieverbrauch und Abgasemissionen, verstärkt ins Blickfeld der BewohnerInnen rückten.

Alles in allem bringt der intensive Individualverkehr im Stadtgebiet, abgesehen von erhöhter Verkehrsdichte, weitere Implikationen mit sich. Die Kampagne versuchte, den BewohnerInnen Lösungen vorzuzeigen und – viel wichtiger noch – sie als Akteure zu gewinnen, indem auf verstärkte Bürgerbeteiligung gesetzt wurde, ohne die solche Probleme nicht angemessen gelöst werden können.

Die Nominierung als "Vorzeigeprojekt" im Rahmen der "Stockholm-Partnerschaft für nachhaltige Städte" soll hierbei nicht unerwähnt bleiben.

KOOPERATIONEN

Zielgruppe dieses Projekts stellten alle FahrzeugbesitzerInnen in Almada und alle Pendler aus dem Umland dar. Der Verkehr wird nicht nur von jenen verursacht, die in Almada wohnen und ihr Fahrzeug für die täglichen Fahrten zum Einkaufen, für Freizeitaktivitäten und für Kinderbetreuung nutzen, sondern auch von jenen, die ihren Arbeitsplatz in Almada haben.

Ein weiterer positiver Effekt war die Einbeziehung vieler in Almada vertretenen öffentlichen und privaten Institutionen: der Stadtrat, die Lokale Energieagentur, die Verkehrsbetriebe (Privatunternehmen), die Universität, die lokale Wirtschaftskammer, lokale Verbände und Geschäftsinhaber. Dieses Projekt ermöglichte den Aufbau tragfähigerer Arbeitsbeziehungen und Partnerschaften zwischen den Akteuren, die es in der Vergangenheit nicht gegeben hat. Weiters veränderte es deren Haltung gegenüber der Stadt und evozierte deren aktive Partizipation am Gestaltungsprozess eines zukünftig nachhaltigeren Stadtraumes.

Dieses Projekt entsprang der Zusammenarbeit der Städte Almada, Granada und Gijón (beide Spanien) im Rahmen eines von der EU finanzierten Projektes, das im Dezember 2001 beendet wurde. Die Stadtverwaltung Almada entschied dennoch, das Projekt weiterzuführen. Projektleiter war IDAE (Spanien), Partner waren IEC (Irland) und ADENE sowie AGE (beide Portugal).

EMPFEHLUNGEN

Ein Projekt dieser Art bringt die Einbindung vieler, öffentlicher wie privater Akteure, mit sich, die sehr unterschiedliche Tätigkeitsfelder abdecken (Stadtverwaltung, lokale Energieagentur, regionale Verkehrsbetriebe, Geschäftsinhaber, usw.). Die Koordination der verschiedenen Kompetenzbereiche, die in diesem Prozess klar definiert waren, stellte keine Schwierigkeit dar.

Die Zahl der gegenwärtig kooperierenden Geschäfte (ca. 20) ist noch nicht zufriedenstellend, aber mit mehr Zeit- und Arbeitsaufwand, insbesondere seitens der Stadtverwaltung, die eine entscheidende Rolle in diesem Projekt spielt, werden sich mehr Geschäfte anschließen und den TeilnehmerInnen Preisnachlässe gewährleisten.

Die größte Hürde oder Herausforderung, die aus dem Projekt erwächst, ist die notorisch fehlende Bereitschaft der BewohnerInnen, das eigene Fahrzeug zu Hause stehen zu lassen, sei es auch nur für einen Tag. Das spiegelt sich auch in der Anzahl der TeilnehmerInnen wider. Diese Situation leitet sich von einigen Faktoren ab (sozialer Status, Mangel an Alternativen, Abhängigkeit vom Fahrzeug), die kurzfristig kaum zu beeinflussen sind, aber nichts desto weniger in Angriff genommen werden müssen.

WEITERE INFORMATIONEN

Name organisation: [AGENEAL - Agência Municipal de Energia de Almada](#)
 Phone number : + 351212722380
 E-mail : cfreitas@cma.m-almada.pt
 Website : <http://www.ageneal.pt/>

NÜTZLICHE INFORMATIONEN

List of Internet sites

[Web site of AGENEAL / http://www.ageneal.pt/](http://www.ageneal.pt/)

[Site of the SAVE Project: Better without Cars / www.melhorsemcarros.org](http://www.melhorsemcarros.org)

PROJEKTBESCHREIBUNG

Organisation :	AGENEAL - Agência Municipal de Energia de Almada	E-mail :	carlos.sousa@ageneal.pt	Internet :	http://www.ageneal.pt/	Published :	11/9/2002
----------------	--	----------	--	------------	---	-------------	-----------

[back to top](#) ▲



