RAD.SH

Kommunale Arbeitsgemeinschaft zur Förderung des Fuß- und Radverkehrs in Schleswig-Holstein

Radverkehr kommunizieren

Ideen und Anregungen für die Öffentlichkeitsarbeit

Einführung

Dieser Katalog verschafft einen Überblick über kommunale Kommunikationsmaßnahmen zur Förderung des Radverkehrs. Dabei muss es sich zwangsläufig um eine Auswahl handeln, da nahezu jede Stadt in Deutschland bereits Maßnahmen umgesetzt hat.

Wirft man einen genaueren Blick auf die Maßnahmen, so findet man eine erfreuliche Vielzahl kreativer Möglichkeiten. Es fällt auf, dass einige Instrumente wesentlich öfter zum Einsatz kommen als andere. Das muss jedoch nicht unbedingt heißen, dass diese den größten Erfolg versprechen. Oft kommen gerade unerwartete Ansprachen beim Rezipienten besser an als Kommunikationsmaßnahmen, an die wir uns schon gewöhnt haben.

Dr. Stefan Niederhafner, Sudeco

RAD.SH liefert seinen Mitgliedskommunen Vorlagen, Muster und Blaupausen für die eigene öffentlichkeitswirksame Arbeit vor Ort. Unter https://rad.sh/kampagnen/ finden Sie unser Angebot. Mit diesem Papier wollen wir zeigen, was alles möglich ist. Nutzen Sie die Anregungen und melden Sie sich bei uns, wenn Sie in diesem Katalog etwas finden, was Sie umsetzen wollen. Wir helfen gerne weiter.

Viel Erfolg wünscht Ihnen

Dr. Thorben Prenzel, RAD.SH

Inhalt

Einführung 2
1. Allgemeine kommunale Öffentlichkeitsarbeit für den Radverkehr 6
1.1 Schöne Beispiele städtischer Internetseiten 6
1.2 Beispiele für Wikipedia-Einträge 9
2. Beispiele für größere Kampagnen mit mehreren zusammenhängenden Einzelmaßnahmen 11
2.1 Kampagne Kopf an. Motor aus. 11
2.2 Einkaufen mit dem Rad 13
2.3 Mit dem Rad zur Arbeit 14
2.4 Radeln von 8 bis 80 der Stadt Lindau 15
2.5 Hannover VeloCityNight 16
3. Spannende Einzelmaßnahmen zum Thema Förderung des Radverkehrs 18
3.1 Neubürgerbegrüßungspaket der Stadt Offenburg 18
3.2 Neubürgerpaket Norderstedt 19
3.3 Roadsign in Kiel 20
3.4 Freiburgrad 20
3.5 Radschnitzeljagd 21
3.6 RadKulturtag 22
3.7 Radlust 23
3.8 Brötchentüten des AGFK Baden-Württemberg 24
4. Öffentlichkeitsarbeit zur Förderung des Rad-Tourismus 25
4.1 Internetseite „Radfahren in der Husumer Bucht“ der Stadt Husum 25
4.2 Themenrouten in der Lübecker Bucht 26
4.3 Radweg Berlin-Leipzig 27
4.4 Ostseeküstenradweg 27
5. Kampagnen für ein kooperatives Miteinander 28
5.1 Kampagne “Gemeinsam mit Rücksicht” der Stadt Lindau 28
5.2 Kampagne „Rücksicht kommt immer gut an“ der LHS Kiel 29
5.3 Kampagne #woparkstdudenn des AGFK Baden-Württemberg 30
5.4 Radsam Flyer/Poster-Kampagne 31

6. Fahrradverkehr und Verkehrssicherheit 32
6.1 „Lass dich mal wieder sehen“ des AGKF Bayern 32
6.2 RadCHECKs gefördert durch das Land Baden-Württemberg 33
6.3 Rostock steigt auf – aber sicher! 34
6.4 Verkehrsregeln in Deutsch und elf anderen Sprachen des ADFC München 34
6.6 Kampagne „Toter Winkel“ des AGFK Baden - Württemberg 35
6.5 Reflektorwestenkampagne der Ordnungspartnerschaft „Sicher durch Münster“ 36
7. Ausbau der Fahrradinfrastruktur 37
7.1 Kampagne Fahrradstraße des AGFK Baden-Württemberg 37
7.2 Kampagne Leipziger Bügel 38
Impressum 39

Abkürzungsverzeichnis

ADFC	Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V.
AGKF	Arbeitsgemeinschaft fahrradfreundlicher Kommunen
Ba-Wü	Baden-Württemberg
BMU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
BMVI	Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur
BUND	Bund für Umwelt und Naturschutz e.V.
NKI	Nationale Klimaschutzinitiative

Gebrauchsanweisung

In den folgenden Abschnitten werden unter anderem folgende Instrumente vorgestellt:

- Informationen im Internet: Hier gibt es die verschiedensten Formate. Einfach gesagt: Ohne Hintergrundinfos im Netz läuft nichts.
- Flyer sind vergleichsweise billig, einfach zu verteilen und beinahe überall herstellbar. Trotz elektronischer Medien gilt immer noch, dass viele Menschen gerne etwas in der Hand haben.
- Poster, Roll-Ups oder Verkehrsschilder: Die ersten beiden bieten größere Flächen, um Informationen zu verbreiten. Straßenschilder bieten dauerhaftere Lösungen, sind in der Anschaffung aber teurer.
- Infostände erfordern Personaleinsatz, garantieren aber direkte Kommunikation zwischen Menschen und können gut mit anderen Veranstaltungen kombiniert werden.
- Informationen bzw. Werbung über ungewöhnlichere Formate: Türklinkenanhänger, Brötchentüten, Sticker, Leuchtwesten, „Stadtfahrräder“ und vieles andere finden sich unter anderem in den großen Kampagnen, können aber oft auch als Einzelmaßnahme vor Ort eingesetzt werden.

In diesem Katalog wird auch eine grobe Einschätzung über den Zeit- und/oder Geldaufwand gegeben, der für die Maßnahme voraussichtlich notwendig sein wird. Hierbei wird folgende Einschätzung[1] verwandt:

Anzahl Münzen	Aufwand
	Von einer Person in Teilzeit zu bewältigen. Sachkosten < 1.000 Euro
	Von einer Person in Vollzeit zu bewältigen. Sachkosten <3.000 Euro
	Mehrere Personen notwendig. Kosten < 5.000 Euro
	Mehrere Personen notwendig. Kosten <8.000 Euro
	Mehrere Personen notwendig. Kosten <10.000 Euro
	Großprojekt mit viel Personal und Kosten > 10.000 Euro

[1] Die angegebenen Werte sind Schätzungen und wurden vom Autor der Studie ohne konkrete Einsicht in die Finanzierungen der einzelnen Maßnahmen getroffen. Sie sind unverbindlich und stellen lediglich eine grobe Orientierung dar.

1. Allgemeine kommunale Öffentlichkeitsarbeit für den Radverkehr

Selbstverständlich spielt bei Informationen über und Werbung für den Radverkehr das Internet eine zentrale Rolle. Der Internetauftritt ist heutzutage das Aushängeschild jeder Kommune. Touristen können sich hier informieren, BürgerInnen über aktuelle Ereignisse und Planungen auf dem Laufenden halten. Abhängig vom Umfang und Technik des verwendeten Designs ist dieses 24/7-verfügbare und beliebig erweiterbare Informationssystem vergleichsweise billig zu haben. Auch ein Wikipedia-Eintrag kann eine Stadt bekannt machen.

1.1 Schöne Beispiele städtischer Internetseiten

1.1.1 Internetseite „Radverkehr“ der Stadt Norderstedt

Die Stadt Norderstedt informiert auf einer schlanken, übersichtlich aufgebauten Internetseite über alle möglichen Themen zum Radfahren in der Stadt. Dies umfasst eine große Bandbreite an Themen von lokaler Verkehrspolitik über Fahrradleih-möglichkeiten und Verkehrsregeln bis hin zum aktuellen Radtourenprogamm. Die Internet-seite ist in den allgemeinen Internetauftritt Norderstedts integriert und verfügt über mehrere Sektionen.

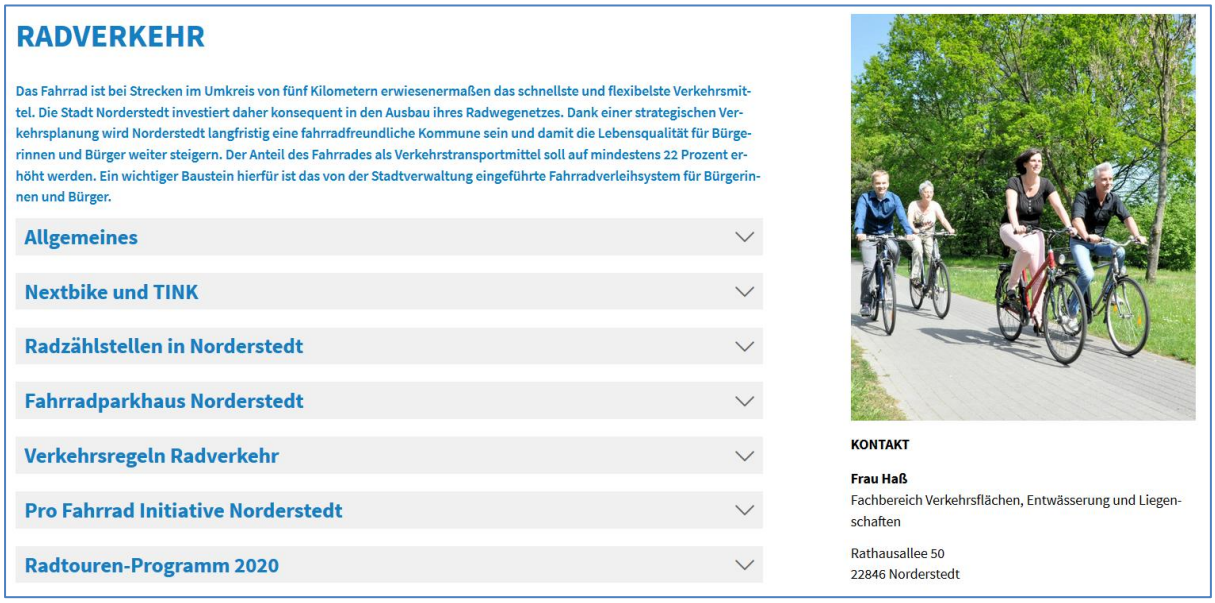


Abbildung 1: Screenshot der Internetseite der Stadt Norderstedt

Medien: Internetseite, zu finden unterhttps://www.norderstedt.de/Aktuelles-und-Service/Anreise-und-Verkehr/Radverkehr (11.7.2020).

Kosten und Zeitaufwand:

1.1.2 Internetseite „Münster - mit dem Rad“

Die „Fahrradhaupt“-Stadt Münster informiert umfangreich auf einer ihrer Internetseite über alle möglichen Themen zum Radfahren in der Stadt. Es gibt zahlreiche Untersektionen und Verlinkungen auf weiterführende Informationen wie politische Beschlüsse oder Pläne zu geplanten Bauvorhaben. Die Internetseite ist in den allgemeinen Internetauftritt der Stadt Münster integriert und verfügt über zahlreiche Sektionen.

Abbildung 2: Screenshot der Internetseite der Stadt Münster

Medien:

Internetseite, zu finden unter https://www.stadt-muenster.de/verkehrsplanung/mit-dem-rad.html (11.7.20).

Kosten und Zeitaufwand:

1.1.3 Internetseite „Bike Offenbach“

Die Stadt Offenbach hat eine Agentur mit der Konstruktion einer schicken Internetseite beauftragt, gefördert durch die Nationale KIimaschutzinitiative (NKI) des Bundesumweltministeriums. Die Seite ist als Microsite in den Webauftritt der Stadt Offenbach integriert. Sie bietet umfangreiche Informationen über den Radverkehr in Offenbach in schickem Design mit tollen Bildern.

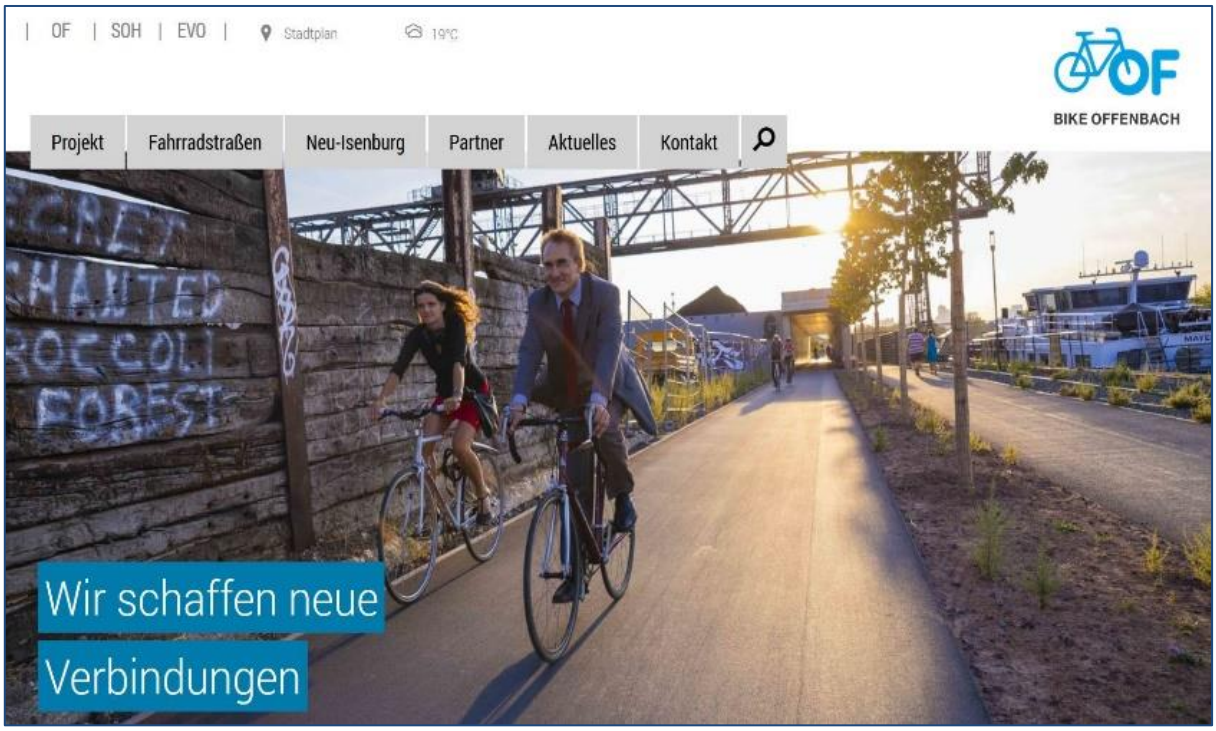


Abbildung 3: Screenshot der Internetseite „Bike Offenbach“

Medien:

Stadt Offenbach https://www.offenbach.de/microsite/bikeoffenbach/index.php, 11.7.2020

Die der ausführenden Agentur unter https://www.urbanmediaproject.de/bike-offenbach, 11.7.20.

Kosten und Zeitaufwand:

1.2 Beispiele für Wikipedia-Einträge

Mehrere Städte verfügen über einen Wikipedia-Eintrag speziell für den Radverkehr. Ein Wikipedia Eintrag wird von vielen Leuten gelesen und ist eine vergleichsweise einfache Form, den Radverkehr in einer Stadt darzustellen. Es ist jedoch zu beachten, dass die Erstellung und Aktualisierung eines Wikipedia-Eintrags den Regeln Wikipedias unterliegt und der Inhalt im Vergleich zur eigenen Internetseite schwerer zu kontrollieren ist. Auf der anderen Seite kann von der Schwarmintelligenz und der freiwilligen Mitarbeit der „WikipedianerInnen“ profitiert werden. Allein auf deren emsige Arbeit zu setzen ist jedoch nicht immer die richtige Wahl. Auch auf Wikipedia finden sich immer mehr veraltete Seiten. Folgende drei Städte können als gute Ansichtsbeispiele dienen, wie ein Wikipedia-Eintrag zum kommunalen Radverkehr aussehen kann.

1.2.1 Wikipedia-Eintrag: Radverkehr in Bremen

Bremen liefert auf seinem Wikipedia-Eintrag Informationen und Daten über den Radverkehr und Radverkehrskonzepte in Bremen. Es werden sowohl Fortschritte in der Radverkehrssituation sowie auch bestehende Herausforderungen erwähnt.

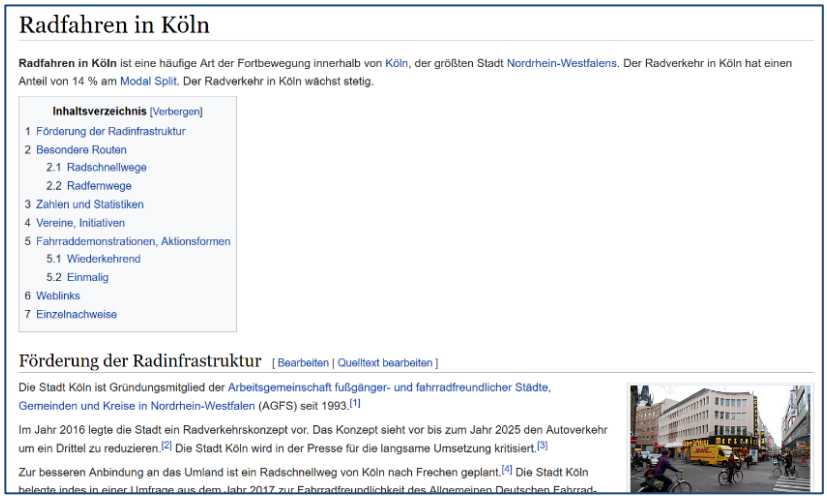
Abbildung 4: Ausschnitt der Wikipedia-Seite

Medien: Artikel auf der Wikipedia-Plattform unter:
https://de.wikipedia.org/wiki/Radverkehr_in_Bremen 12.8.2020

Kosten und Zeitaufwand:

1.2.2 Wikipedia-Eintrag: Radfahren in Köln

Ein weiteres Beispiel für eine Wikipedia-Seite ist die Seite „Radfahren in Köln“. Kurz und vergleichsweise knapp bietet sie Informationen und Daten über den Radverkehr sowie eine Vielzahl von weiterführenden Links.



Radfahren in Köln

Radfahren in Köln ist eine häufige Art der Fortbewegung innerhalb von Köln, der größten Stadt Nordrhein-Westfalens. Der Radverkehr in Köln hat einen Anteil von 14 % am Modal Split. Der Radverkehr in Köln wächst stetig.

Inhaltsverzeichnis [Verbergen]
1 Förderung der Radinfrastruktur
2 Besondere Routen
2.1 Radschnellwege
2.2 Radfernwege
3 Zahlen und Statistiken
4 Vereine, Initiativen
5 Fahrraddemonstrationen, Aktionsformen
5.1 Wiederkehrend
5.2 Einmalig
6 Weblinks
7 Einzelnachweise

Förderung der Radinfrastruktur [Bearbeiten | Quelltext bearbeiten]

Die Stadt Köln ist Gründungsmitglied der Arbeitsgemeinschaft fußgänger- und fahrradfreundlicher Städte, Gemeinden und Kreise in Nordrhein-Westfalen (AGFS) seit 1993.[1]

Im Jahr 2016 legte die Stadt ein Radverkehrskonzept vor. Das Konzept sieht vor bis zum Jahr 2025 den Autoverkehr um ein Drittel zu reduzieren.[2] Die Stadt Köln wird in der Presse für die langsame Umsetzung kritisiert.[3]

Zur besseren Anbindung an das Umland ist ein Radschnellweg von Köln nach Frechen geplant.[4] Die Stadt Köln

Abbildung 5: Ausschnitt der Wikipedia-Seite

Medien:
Artikel auf Wikipedia-Plattform: https://de.wikipedia.org/wiki/Radfahren_in_K%C3%B6ln, 12.8.20

Kosten und Zeitaufwand:

1.2.3 Wikipedia-Eintrag: Radverkehr in Münster

Wenn die oben erwähnte Seite ein Beispiel dafür ist, wie es kurz und knapp geht, dann ist die Münsteraner Seite zum Radverkehr ein sehr schönes Beispiel dafür, wie man eine Wikipedia-Seite ausbaut. Wer diese Internetseite gelesen hat, der weiß Bescheid über die Höhen und Herausforderungen bez. des Radverkehrs in Münster.

Nicht angemeldet Diskussionsseite Beiträge Benutzerkonto erstellen Anmelden

Artikel Diskussion Lesen Bearbeiten Quelltext bearbeiten Versionsgeschichte Wikipedia durchsuchen

WIKIPEDIA
Die freie Enzyklopädie

Hauptseite
Themenportale
Zufälliger Artikel

Mitmachen
Artikel verbessern
Neuen Artikel anlegen
Autorenportal
Hilfe
Letzte Änderungen
Kontakt
Spenden

Werkzeuge
Links auf diese Seite
Änderungen an verlinkten Seiten
Spezialseiten
Permanenter Link
Seiteninformationen
Artikel zitieren

Radverkehr in Münster

Radverkehr in Münster nimmt einen wichtigen Stellenwert ein, *Fahrradstadt* ist eine dem Namen der Stadt Münster in Westfalen zugefügte Eigenschaft, die sich in dem hier besonders ausgeprägten Fahrradverkehr begründet. Für dessen Förderung wurde Münster schon mehrmals ausgezeichnet,[1] und sie gilt als Vorbild einer Verkehrswende für andere Städte im In- und Ausland.

Inhaltsverzeichnis [Verbergen]
1 Allgemeines
2 Gründe für die hohe Radverkehrsquote
3 Münster-Barometer
4 Auszeichnungen
5 Bürgerschaftliches Engagement in der Verkehrspolitik
6 Radfahrverbot
7 Unfälle und Unfallbrennpunkte
7.1 Marodes und unfallträchtiges Radverkehrsnetz
7.2 Promenade
7.3 Kreisverkehr auf dem Ludgeriplatz
7.4 Ordnungspartnerschaft Verkehrsunfallprävention
8 Fahrradschleuse
9 Stellplätze für Räder
10 Radfernwege

Am Hauptbahnhof abgestellte Fahrräder (2006)

Abbildung 6: Ausschnitt der Wikipedia-Seite

Medien: Artikel auf der Wikipedia-Plattform unter:

https://de.wikipedia.org/wiki/Radverkehr_in_M%C3%Bcnster 12.8.2020.

Kosten und Zeitaufwand:

2. Beispiele für größere Kampagnen mit mehreren zusammenhängenden Einzelmaßnahmen

Es gibt einige Beispiele für umfangreichere Kampagnen zur Förderung des Radverkehrs, die von einzelnen Kommunen, Verbünden von Kommunen oder anderen Organisationen entwickelt und getragen wurden. Wenn nicht die Kampagne als Ganzes wiederholt werden kann, so sind vielleicht einzelne Bausteine interessant.

2.1 Kampagne Kopf an. Motor aus.

„Kopf an. Motor aus.“ war / ist eine Kampagne des BMUs, die sich direkt an kommunale Akteure wendet. Mit dieser Maßnahme sollen Autofahrer durch provozierende, witzige Botschaften auf Kurzstrecken zum Umstieg auf das Fahrrad angeregt werden. Sie spricht die Autofahrer dort an, wo das Verhalten geändert werden soll: auf Pendlerstrecken, vor Schulen, beim Einkaufen. Z.B. verteilen Promotion Teams Coaching Packs mit kleinen Denkanstößen an Autofahrer, die im Berufsverkehrsstau stehen. Hinzu kommen Sonderausstellungen zu Themen wie „Unterwegs mit Kindern“ oder „Einkaufen“.

Abbildung 7: Ausschnitt der Internetseite „Kopf an. Motor aus.“

Die Pilotstädte waren Bamberg, Berlin, Braunschweig, Dortmund, Freiburg, Halle an der Saale, Herzogenaurach, Karlsruhe und Kiel.

Es gab Verlosungen und Aktionen, bei denen Radfahrer und Fußgänger dafür belohnt werden, nicht mit dem Auto unterwegs zu sein. Die Kampagne verfügte über Radio- und Kinospots und zahlreiche Ambient Media. Ambient Media nennt man Instrumente, die im direkten Umfeld der Zielgruppe eingesetzt werden. Das können bedruckte Parkscheine, beklebte Treppen, Straßenbahnen oder Busse, Gratispostkarten, Banner, Flaggen, Bodenkleber (Floorgraphics) oder Werbung auf Einkaufswagen sein.

Abbildung 8: Ambient Media der Kampagne „Kopf an. Motor aus.“ auf einem Bus

Die Kampagne ist sehr umfangreich, so dass die Übernahme für kleine Kommunen trotz der Unterstützung des BMU eine Herausforderung war. Aber einzelne Elemente, wie Treppenaufkleber oder Floorgraphics, können sicherlich auch in kleineren Kommunen als Kommunikationsmittel sinnvoll eingesetzt werden. Auch ist das durchdachte Gesamtkonzept der Kampagne, das den Begriffen „Learn, Do und Feel“ drei unterschiedliche Farben zuordnet, ein interessanter Ansatz für die Konzeption weiterer Kampagnen mit dem gleichen Ziel.

Die Kampagne kann auch heute noch bestellt werden. Dafür gib es auf der Internetseite eine Checkliste und eine Blaupause: Dokumente, mit denen Interessierte direkt überprüfen können, inwieweit diese Kampagne bei ihnen vor Ort umgesetzt werden kann.

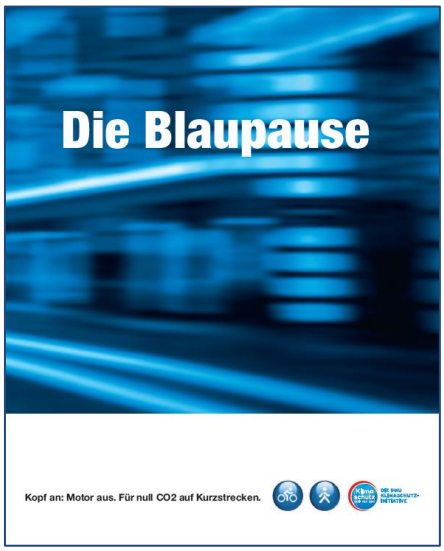


Abbildung 9: Ausschnitt der Internetseite „Kopf an. Motor aus.“

Blitzeraktion: Radfahrer wurden morgens an einer belebten Straße bzw. an einem belebten Platz fotografiert und konnten an einem Gewinnspiel teilnehmen. Eine gute Aktion für Presse und Radio. Es wurde gerne darüber berichtet.

Abbildung 10: Foto BMU

Medien: Es werden viele unterschiedliche Medien eingesetzt. Von Pressemitteilungen über Flugblätter, kleine Geschenke und Wettbewerbe bis hin zu Aufklebern für öffentliche Verkehrsmittel oder für geeignete Stellen auf Böden. Mehr Informationen auf der Internetseite unter http://www.kopf-an.de/, 13.7.2020.

Kosten und Zeitaufwand: Die komplette Kampagne: Einzelbausteine sicherlich günstiger.

2.2 Einkaufen mit dem Rad

Abbildung 11: Projektlogo, auch als Postkarte einsetzbar

Diese Kampagne wurde vor rund 10 Jahren vom Bund für Umwelt und Naturschutz e.V. (BUND) entworfen und vom Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) im Rahmen des Nationalen Radverkehrsplan gefördert. In mehreren Pilotstädten wurden Aktionen durchgeführt, um die Nutzung des Fahrrads beim Einkaufen zu fördern. Dies umfasste Pressemitteilungen, Infostände, Wettbewerbe, regional angepasste Flyer, Zertifizierungen zum „fahrradfreundlichen Geschäft“ und andere Maßnahmen.

Abbildung 12: Flyer „Tipps für EinzelhändlerInnen“

Medien: Eine Übersicht über die eingesetzten Medien findet sich auf den Internetseiten:

- https://nationaler-radverkehrsplan.de/de/node/12108 und
- http://www.einkaufen-mit-dem-rad.de/index.shtml, 24.6.20.

Kosten und Zeitaufwand: die Komplette Kampagne Einzelbausteine sind sicherlich günstiger

2.3 Mit dem Rad zur Arbeit

Abbildung 13: Ausschnitt der Internetseite „Mit dem Rad zur Arbeit".

Bundesweite Kampagne mit lokaler Durchführung der AOK in Kooperation mit dem ADFC, die nun seit mehr als 19 Jahren erfolgreich läuft. Hier können sich Einzelpersonen, Gruppen und ganze Betriebe anmelden und Fahrradkilometer sammeln. Bei verschiedenen Aktionen, z.B. bei der Aktion „Fette BeuteL", in dem das Radfahren mit Umweltsäuberungskationen verbunden wird, gibt es schönenationale oder regionale Preise zu gewinnen. Die Teilnahme einer Kommune lässt sich so durch die Auslobung attraktiver Preise erweitern und beliebig an die lokalen Gegebenheiten und Möglichkeiten anpassen.

Medien: Wettbewerbe und Mitmach-Aktionen, Preisverleihungen

Abbildung 14: Ausschnitt der Internetseite „Mit dem Rad zur Arbeit" über die Aktion „Fette BeuteL"

Internetseite unter https://www.mit-dem-rad-zur-arbeit.de/bundesweit/index.php, 11.7.2020

Kosten und Zeitaufwand: , bei der Auslobung von extra Gewinnen kommen Kosten hinzu.

2.4 Radeln von 8 bis 80 der Stadt Lindau

Abbildung 15: Flyer der Stadt Lindau

Maßnahmen:

Folgende Maßnahmen sind hierfür geplant:

	Maßnahme	Zielgruppe
1.	Stadtradeln	Alle
2.	EMW	Alle
3.	Pendler-Frühstück	Pendler
4.	KLiMo Stationen (Einweihungen)	Alle
5.	Aufwertung Bodensee Radweg (Einweihung)	Alle
6.	BÜ Langenweg (Einweihung)	Alle
7.	Kinder Parcours	Kinder
8.	E-Bike Training	Senioren
9.	Fahrrad-Sicherheitscheck Gutschein	Alle
10.	Fahrradwaschanlage	Alle
11.	Bewachte Fahrradstellplätze	Alle
12.	Fahrradständer Verlosung	Einzelhändler
13.	Radar Portal	Alle

Lindau entwickelte zusammen mit dem AGFK Bayern eine umfassende Kampagne zur Förderung des Radverkehrs in der Stadt. Mit altersgerechten Aktionen werden bestimmte Zielgruppen angesprochen, z.B. durch den Kinder-Parcours oder das Seniorenfrühstück. Es gibt Sicherheitschecks für Fahrräder ebenso wie E-Bike-Trainings. Neben Aktionen, die die Bürger und Besucher Lindaus adressieren, enthält die Kampagne zahlreiche Infrastrukturmaßnahmen, wie z.B. die Aufwertung des Bodenseeradwegs. Ein derartiger Kampagnenzuschnitt eignet sich für Kommunen, die reine Informationsmaßnahmen mit dem Infrastrukturausbau verbinden wollen.

Abbildung 16: Maßnahmenkatalog der Kampagne „Radeln von 8 bis 80“ der Stadt Lindau, Ausschnitt von der Internetseite

Medien:

- Internetseite unter: https://gtl-lindau.de/mobilitaet/kampagnen/radeln-von-8-bis-80, 12.7.2020,
- Flyer: https://agfk-bayern.de/wp-content/uploads/2018/05/Lindau_Flyer.jpg, 12.7.2020

Kosten und Zeitaufwand: die komplette Kampagne ,

Einzelbausteine sind sicherlich günstiger

2.5 Hannover VeloCityNight

Hinter dem Namen VeloCityNight in Hannover stehen große Veranstaltungen, in denen bestimmte Straßen der Stadt für den Autoverkehr gesperrt und von Fahrradfahrern zu einer großen Rundfahrt genutzt werden.

Abbildung 16: VeloCityNight 2017 (flickr.com)

Die VeloCityNights werden von einem Dienstleister in Kooperation mit zahlreichen anderen Organisationen, Vereinen, Firmen und Parteien und einer Vielzahl von ehrenamtlichen Helfern durchgeführt. Die Events finden nicht nur an einem Abend statt, sondern werden über die fahrradfreundlichen Monate des Jahres verteilt.

Zusätzlich gibt es Informationsstände, Sicherheitschecks, Konzerte, Wettbewerbe und Vorführungen aller Art rund ums Thema Fahrrad. Diese Liste ließe sich beliebig erweitern, schließlich können alle Akteure der Stadt einen eigenständigen Beitrag leisten.

Abbildung 17: Radcheck-Station während der VeloCityNight in Hannover

Medien: So ziemlich alles von der Pressemitteilung über Flyer, Poster, Infoständen, Wettbewerben, Musik, künstlerische Beiträge.

Unter https://velocitynight.de/, 12.8.2020, finden sich weitere Informationen.

Abbildung 17: Plakat der VeloCityNight 2017

Kosten und Zeitaufwand:

2.6 Berliner Sternfahrt

Die Berliner Sternfahrt findet jährlich im Juni statt und gilt als die weltweit größte Fahrraddemo. Weite Teile der Innenstadt werden an diesem Tag für einige Zeit für den Autoverkehr gesperrt.

Abbildung 19: Fahrradfahrer auf der Berliner Stadtautobahn

Die Sternfahrt zeitigt große Öffentlichkeitswirkung dadurch, dass um die 100.000 Radfahrer durch die Berliner Straßen und auch über die Stadtautobahn rollen. Nicht nur bei den direkt Teilnehmenden. Auch für andere Menschen in der Stadt, insbesondere natürlich die Autofahrer, ist die Sternfahrt ein Ereignis, über das gesprochen wird.

Dementsprechend groß ist der Aufwand für Kommunikation und Organisation im Vorfeld sowie während der Sternfahrt. Aufgrund der Dimensionen ist vor allem die Einbindung offizieller Stellen sowie der lokalen und regionalen Presse von großer Bedeutung. Angepasst an kleinere Städte und Kommunen wird sich dieser Aufwand reduzieren lassen, aber eine derartige kommunen- bzw. stadtweite Aktion erfordert, wie die VeloCityNights in Hannover, immer einen gewissen Ressourceneinsatz. Nichtsdestotrotz bietet eine derartig groß angelegte Aktion eine schöne Gelegenheit, auch mal mit dem Fahrrad Strecken zu erkunden, die sonst nicht mit dem Rad zugänglich sind. Zudem lassen sich indirekt in großer Zahl Bürger erreichen, die sich sonst nicht an Aktionen beteiligen, die das Fahrrad betreffen.

Abbildung 20: Sternfahrt an der Siegessäule

Medien: Pressemitteilungen, Nachrichtenbeiträge in Presse, Rundfunk und Fernsehen, Online-Medien, etc., mehr Informationen unter

https://adfc-berlin.de/aktiv-werden/bei-demonstrationen/sternfahrt.html, 23.09.2020.

3. Spannende Einzelmaßnahmen zum Thema Förderung des Radverkehrs

3.1 Neubürgerbegrüßungspaket der Stadt Offenburg

Jeder Neubürgerhaushalt in Offenburg erhält seit 2007 zwei Monate nach der polizeilichen Meldung das Neubürgerbegrüßungspaket zugeschickt. Es enthält neben einem Anschreiben der Oberbürgermeisterin Edith Schreiner umfassendes Informationsmaterial zum Radverkehr in der Stadt (Flyer „kostenlosen kommunaler Radverleih“ sowie „Mountainbike-Paradies“ Offenburg, Informationsblätter zu den Fahrradabstellanlagen, dem Scherbentelefon sowie den Radfahrvereinen und Verkehrsclubs rund um Offenburg, einen Mängelbogen, und eine Broschüre zum Offenburger Fahrradsommer inkl. Kalender mit geführten Radtouren) sowie ein Kirschkernkissen. Außerdem kann es Gutscheine und Radtourenvorschläge rund um Offenburg enthalten. Die Aktion wird vom Land Baden-Württemberg im Rahmen Programms RadKultur unterstützt.

Abbildung 21: Mitarbeiterin der Stadt Offenburg zeigt den Inhalt der Pakete.

Medien: Mehr Informationen zum Begrüßungspacket im Internetseite unter https://www.fahrradland-bw.de/aus-der-praxis/kommunikation/offenburg-neubuergerpaket, 13.7.2020

Kosten und Zeitaufwand: bis, abhängig von der Anzahl der Pakete können höhere Sachkosten entstehen.

3.2 Neubürgerpaket Norderstedt

Auch Norderstedt bietet ein Neubürgerpaket an. Mit einem Anschreiben „Herzlich willkommen in Norderstedt!“ werden neue MitbürgerInnen direkt angesprochen. In einem beiliegendem Bestellbogen können die BürgerInnen kostenlos Informationen zu Bus und Bahn, zum Radfahren, zum Zufußgehen und über das Car-Sharing-Angebot in Norderstedt anfordern. Die Bestellung können auch ganz einfach online unter www.norderstedt.de/moinmoin aufgeben werden. Ein kostenfreies Schnupperticket bietet die Möglichkeit eine Woche lang kostenlos im Großraum des Hamburger Verkehrsverbundes unterwegs sein.

Alle Abbildungen von Christine Haß, Norderstedt

Medien: Anschreiben, Broschüre, Website https://www.serviceaktion.de/norderstedt/moinmoin/ 16.10.2020

Kosten und Zeitaufwand: relativ hoch, externer Dienstleister.

3.3 Roadsign in Kiel

Ein Straßenschild – neudeutsch Roadsign – für den Radverkehr als solches ist nichts Besonderes. Was dieses Schild besonders macht, ist seine Aufschrift. Informations- und Reklametafel zu selben Zeit, informiert das Schild nicht über die Distanz in anstrengend klingenden Kilometern, sondern über die angenehm kurz klingende Dauer, die der durchschnittliche Radfahrende benötigt. Aufgestellt von Kiel Marketing.

Abbildung 22: Ausschnitt des Kieler Roadsigns

Medien: Straßenschild. Mehr Infos im Internet unter: https://rad.sh/road-signs-in-kiel/, 13.7.20.

Kosten und Zeitaufwand: plus Kosten für die Produktion und Aufstellung des Schildes.

3.4 Freiburgrad

Das Freiburgrad wurde in Kooperation von Stadt, Polizei, dem örtlichen ADFC sowie regionalen Fahrradherstellern und Vertreibern hergestellt. Als limitierte Auflage von 111 Stück wirbt das "Freiburg-Rad" jetzt als rollender Botschafter für die jahrzehntelange erfolgreiche Radverkehrspolitik und die Fahrradstadt Freiburg.

Medien: Fahrrad, Pressemitteilungen, Internetseite unter https://www.freiburg.de/pb/604025.html, 13.7.2020.

Abbildung 23: Das Freiburgrad

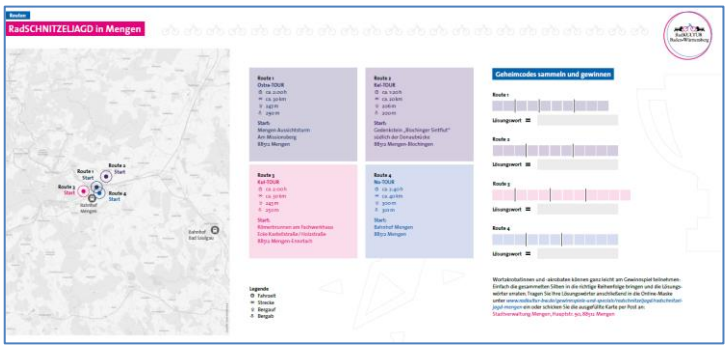
Kosten und Zeitaufwand: , das Fahrrad kostet 1560 Euro.

3.5 Radschnitzeljagd

Bei einer Radschnitzeljagd werden verschiedene Stationen abgefahren, an denen Teilnehmende einen Stempel erhalten sowie vor Ort erhältliche (kulinarische) Angebote nutzen können. So wird die Stadt oder der Landkreis sowie die regionale Kultur im Wortsinn erfahren. Der Fantasie sind hier keine Grenzen gesetzt. Als zusätzlicher Bonus können Teilnehmende, die alle Stempel haben, an einer Verlosung teilnehmen.

Mit einer Radschnitzeljagd können lokale Anbieter, Geschäfte, Vereine, Bürger und Touristen erreicht werden. Die Stempelstationen sind oft mehrere Wochen oder Monate offen. Die Idee stammt aus einem Modul des Förderprogrammes RadKultur des Landes Baden-Württemberg.

Abbildung 24: Ausschnitt aus dem Flyer Radschnitzeljagd der Stadt Bühl



Medien: Internetseite, Flyer, plus alles was bei einer Schnitzeljagd zu Rad verwendet werden kann. Mehr Infos unter

Abbildung 25: Ausschnitt aus dem Flyer Radschnitzeljagd in Mengen

https://www.radkultur-bw.de/kommunen/beispiel-massnahme-radschnitzeljagd#radschnitzeljagd-1, 12.8.2020.

Kosten und Zeitaufwand: Abhängig vom Umfang, ab

3.6 RadKulturtag

An einem zentralen Ort in der Kommune werden Angebote und Mitmachmöglichkeiten rund ums Fahrradfahren und lokale Attraktionen angeboten. Die Idee stammt aus einem Modul des Förderprogrammes RadKultur des Landes Baden-Württemberg. Dieses Event kann sehr schön jedes Jahr wiederholt werden. In größeren Kommunen sind auch mehrere Veranstaltungen auf Quartiersebene denkbar.

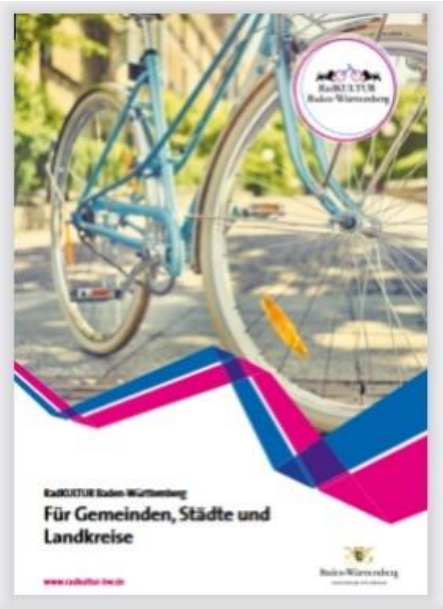
Medien:

Internetseite unter https://www.radkultur-bw.de/kommunen/beispiel-massnahme-radkultur-tag#radkultur-tag 12.8.2020.

Abbildung 26: Plakat zum RadKulturtag 2014 der Stadt Heidelberg

Kosten und Zeitaufwand: je nach Umfang, ab

Der RadKulturTag ist ein Baustein eines größeren Angebotes in BaWü



Alle Kommunen in Baden-Württemberg haben die Möglichkeit die buchbaren Module der RadKULTUR zu nutzen – sowohl für MitarbeiterInnen als auch für Bürgerinnen und Bürger.

Folgende buchbaren Module stehen Ihnen zur Verfügung:

- RadSERVICE-Punkte
- RadCHECKs
- RadINFO
- PedelecTESTFLOTTE

Mehr Infos: https://www.radkultur-bw.de/kommunen

3.7 Radlust

Seit 2008 bietet das Institut raumkom seine Kampagne Radlust an. Hierbei geht es vor allem darum, „das Fahrrad als alltägliches Verkehrsmittel emotional wie rational positiv“ aufzuladen und die Fahrradnutzung in allen Marktsegmenten und Lebensbereichen alltäglich zu machen. Es können von Vorträgen über eine Rollup-Ausstellung bis hin zur Unterstützung bei der Entwicklung von umfassenden kommunalen Fahrradverkehrskonzepten verschiedene Dienstleistungen gebucht werden.

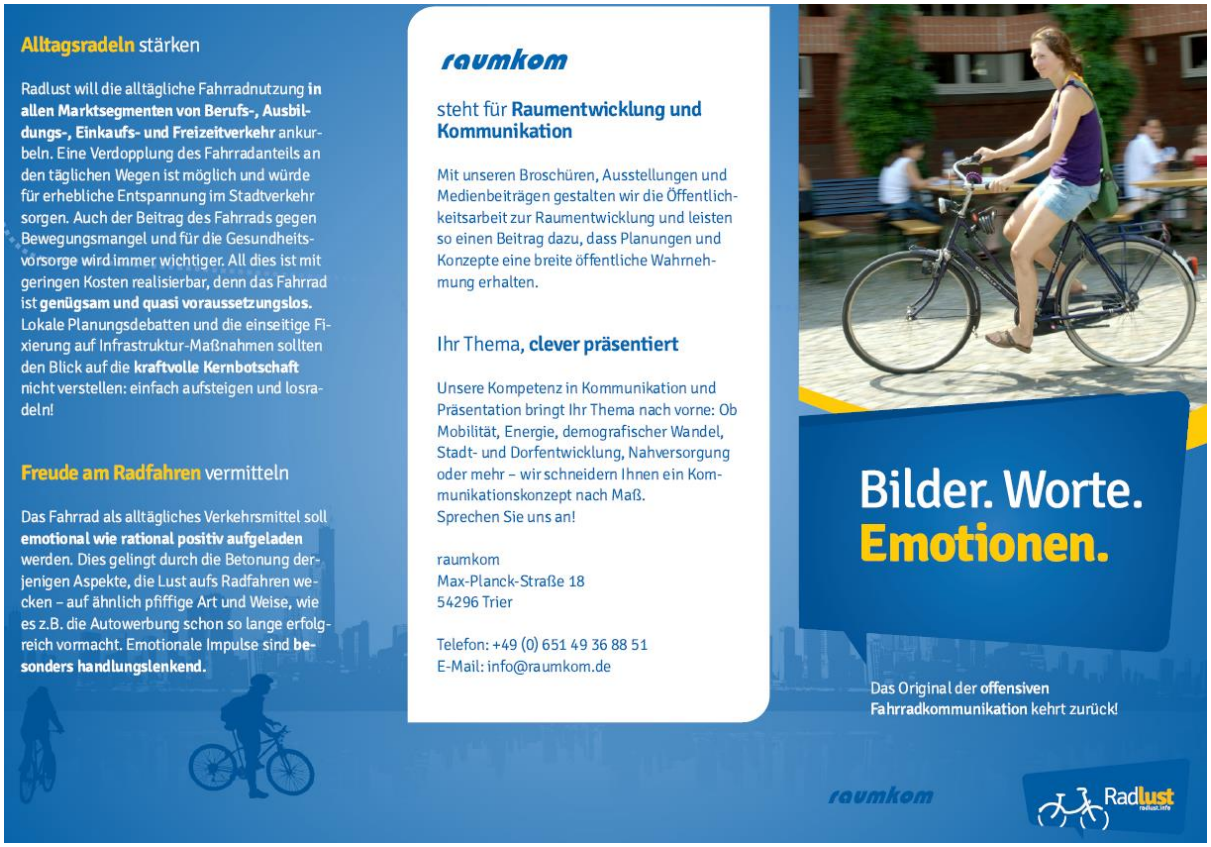


Abbildung 27: Ausschnitt aus dem Radlustflyer

Medien: Rollups, Flyer, BroschürenInternetseite unter http://radlust.info/, 18.8.2020.

Kosten und Zeitaufwand: je nach Umfang, ab

3.8 Brötchentüten des AGFK Baden-Württemberg

In dieser Aktion des AGFK Baden-Württemberg wurden 2014 im Laufe zweier Wochen in 565 Bäckereien in 38 Kommunen insgesamt mehr als 660.000 Brötchentüten mit lustigen Botschaften zum Thema Fahrradfahren an die Kundschaft gebracht.

Abbildung 28: Brötchentüten mit Fahrradbotschaften

Die Gemeinschaftsaktion wurde durch breite Pressearbeit begleitet. Zahlreiche Kommunen bestellten darüber hinaus rund 112.000 Brötchentüten nach, um diese auf Radaktionstagen, Märkten oder bei Stadtfesten zu verteilen. Ob diese Aktion Nachahmer gefunden hat, ist nicht bekannt. Es müssen ja auch nicht unbedingt Brötchentüten sein. Es lassen sich auch jede Menge anderer Tüten, Behälter und Verpackungen in gleicher Weise nutzen.

Mehr Details zur Aktion im Internet unter:

https://www.fahrradland-bw.de/aus-der-praxis/kommunikation/agfk-bw-broetchentueten/, 25.05.2020

4. Öffentlichkeitsarbeit zur Förderung des Rad-Tourismus

Für Kommunen, in denen der Tourismus bereits eine große Rolle spielt oder in naher Zukunft spielen könnte, sind Maßnahmen interessant, die vor allem anwesende und potenzielle Feriengäste ansprechen. Im Wettbewerb mit anderen Ferienorten kann eine gute und gut bekannt gemachte Fahrradinfrastruktur manche Entscheidung über den Zielort günstig beeinflussen. Es gibt schöne Beispiele für Kurzstreckenangebote in einer Kommune, die sich an Familien mit Kindern oder Senioren richten. Viele andere Kommunen nutzen wiederum erfolgreich die Möglichkeit, sich zu vernetzen, um so interessante und auch mehrtägige Fahrradtouren anzubieten für Menschen, die „Strecke machen“ wollen. Darüber hinaus sprechen viele Kommunen Nutzerinnen von E-Bikes gezielt mit bestimmten Angeboten an. Im Folgenden werden einige Kommunikationsmaßnahmen gezeigt, die das umsetzen.

4.1 Internetseite „Radfahren in der Husumer Bucht“ der Stadt Husum

Husum betreibt eine professionelle und schön gemachte Husum-Tourismus.de-Internetseite, die sich gezielt an Touristen wendet. In die Seite ist eine Sektion speziell für den Radverkehr integriert. Sie bietet umfangreich Informationen zu Fahrradverleihmöglichkeiten, Bett & Bike-Möglichkeiten und Karten für Radtouren in der Region an. NutzerInnen von E-Bikes werden mit einer speziellen Sektion gezielt angesprochen.

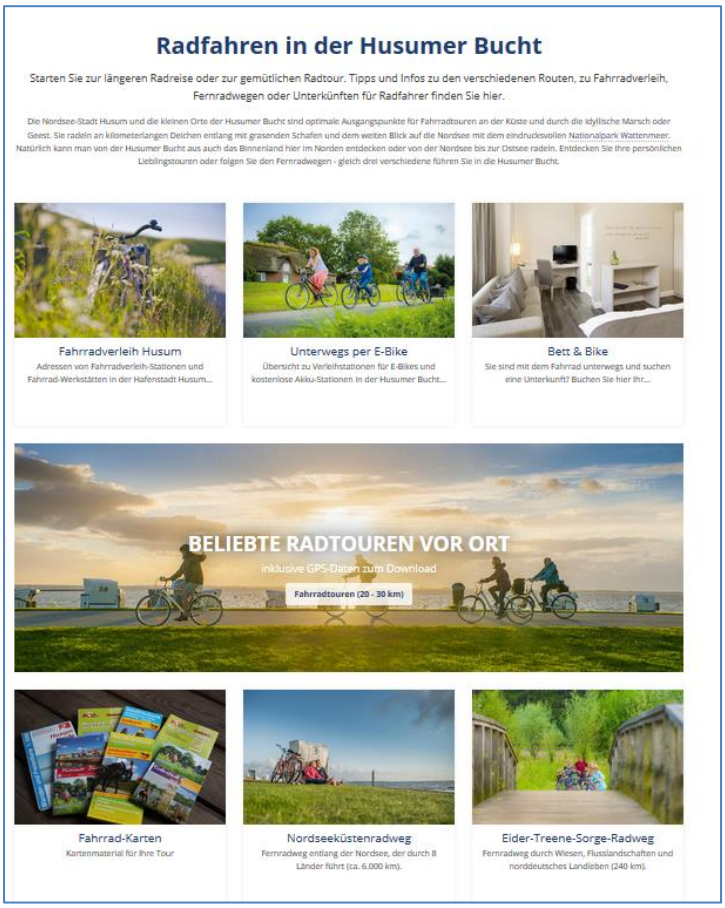


Abbildung 29:
Ausschnitt der Internetseite Husums

Medien: Internetseite unter https://www.husum-tourismus.de/Vor-Ort/Kultur-Freizeit/Freizeitaktivitaeten/Radfahren, 12.7.2020.

Kosten und Zeitaufwand:

4.2 Themenrouten in der Lübecker Bucht

Diese Infoseite zu „den schönsten Radtouren am Strand deines Lebens“ wird von der Tourismus-Agentur Lübecker Bucht betrieben. Das Angebot für Radfahrer ist in die Internetseite der Agentur integriert. Hier werden Informationen rund ums Fahrradfahren augenfreundlich und prominent angeboten.

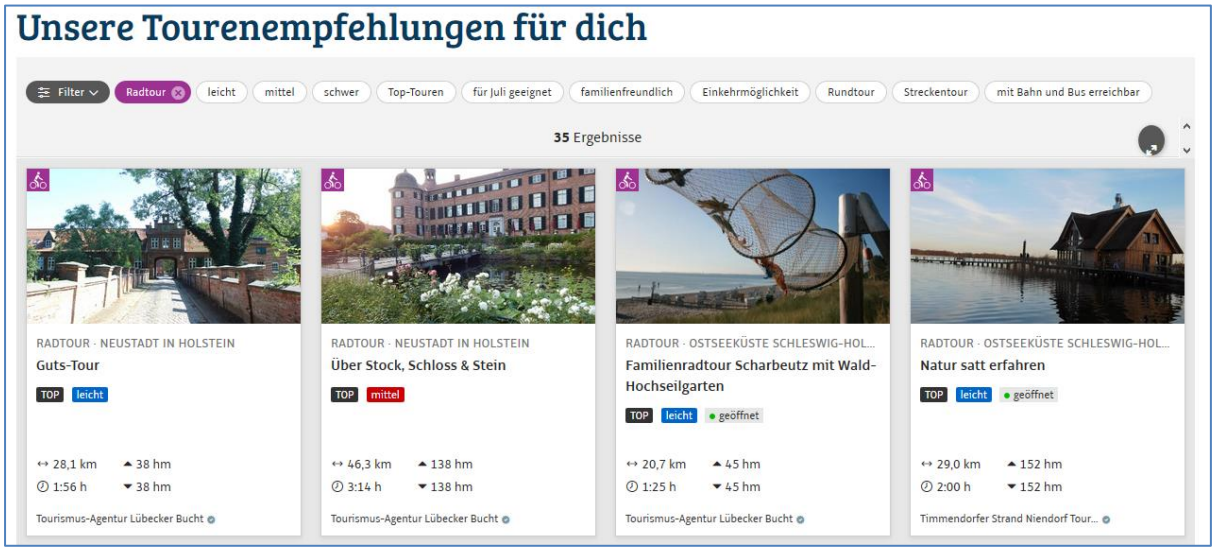


Abbildung 18: Ausschnitt von der Internetseite

Das umfasst Fahrradleihangebote oder Suchhilfen für Übernachtungen ebenso wie Tourenangebote und Informationen über das Netzwerk fahrradfreundlicher Betriebe, die Radfahrern in Not ihre Unterstützung bei platten Reifen oder leeren Trinkflaschen anbieten.

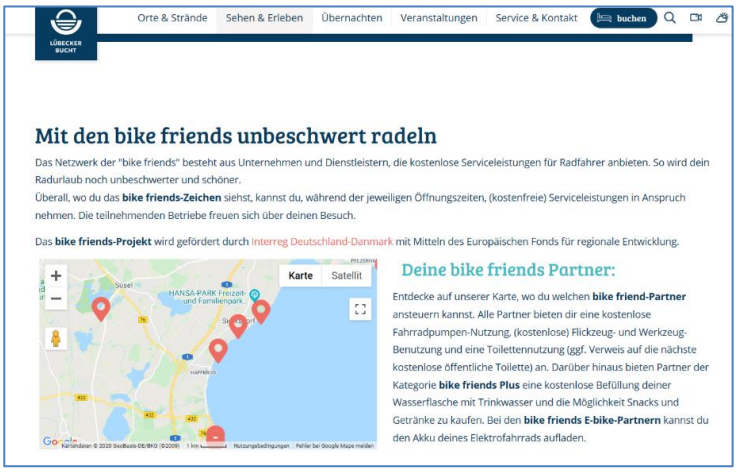


Abbildung 32: Ausschnitt der Internetseite über die fahrradfreundlichen Betriebe

Medien: Internetseite unter https://www.luebecker-bucht-ostsee.de/radeln, 12.7.20.

Kosten und Zeitaufwand:

4.3 Radweg Berlin-Leipzig

Der Radweg Berlin-Leipzig bietet neben den Attraktionen in den beiden Zielstädten zahlreiche Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten im Verlauf der Strecke. Träger ist der Verein „WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg e.V.“. Es wird umfangreich über kulturelle, religiöse oder architektonische Attraktionen, Naturschätze und Bademöglichkeiten, Übernachtungsanbieter, Streckenalternativen sowie regionale Angebote und Vereine berichtet.

Zusätzlich werden Kampagnen und Aktionen veranstaltet, wie z.B. Radaktionstage „30 Jahre Friedliche Revolution“ vom 3. bis 7-. 10. 2019.

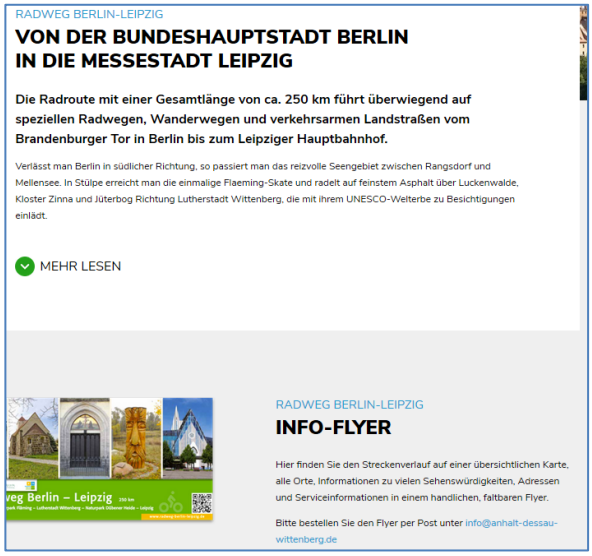


Abbildung 30: Ausschnitt von der Internetseite

Medien: Internetseite unter https://www.radweg-berlin-leipzig.de , 12.7.2020, Flyer per Post zu bestellen.

Kosten und Zeitaufwand:

4.4 Ostseeküstenradweg

Eine schöne, moderne Seite bietet auch die offiziellen Tourismus-Webseite der Ostsee Schleswig-Holstein. Unterkünfte, Routen und Angebote werden hier auf einer modernen, übersichtlichen Seite attraktiv dargestellt.

Medien: Internetseite unter https://www.ostsee-schleswig-holstein.de/startseite , 12.7.2020, Urlaubskataloge lassen sich per Post bestellen.

Kosten und Zeitaufwand:

5. Kampagnen für ein kooperatives Miteinander

5.1 Kampagne “Gemeinsam mit Rücksicht” der Stadt Lindau

Mit der Kampagne „Gemeinsam mit Rücksicht“ wirbt die Stadt Lindau für ein besseres Miteinander der verschiedenen Verkehrsteilnehmer in der Stadt. Sie setzt sich aus drei Elementen zusammen. Zum einen wurden an Radtrassen und Fahrradwegen in der Stadt lustige Comiczeichnungen aufgestellt, die auf „alltägliche“ Problemsituationen aufmerksam machen, welche sich durch mehr Rücksichtnahme vermeiden ließen. Zusätzlich gibt es einen von der AGFK Bayern erstellten Informationsflyer, und in einer weiteren Aktion wurden bedruckte Warnwesten an Radfahrer verteilt, die Autofahrer daran erinnern sollen, dass 1,5 m Abstand beim Überholen geltende Rechtsprechung sind.

Medien: Flyer, Straßenschilder mit Comiczeichnungen, Warnwesten

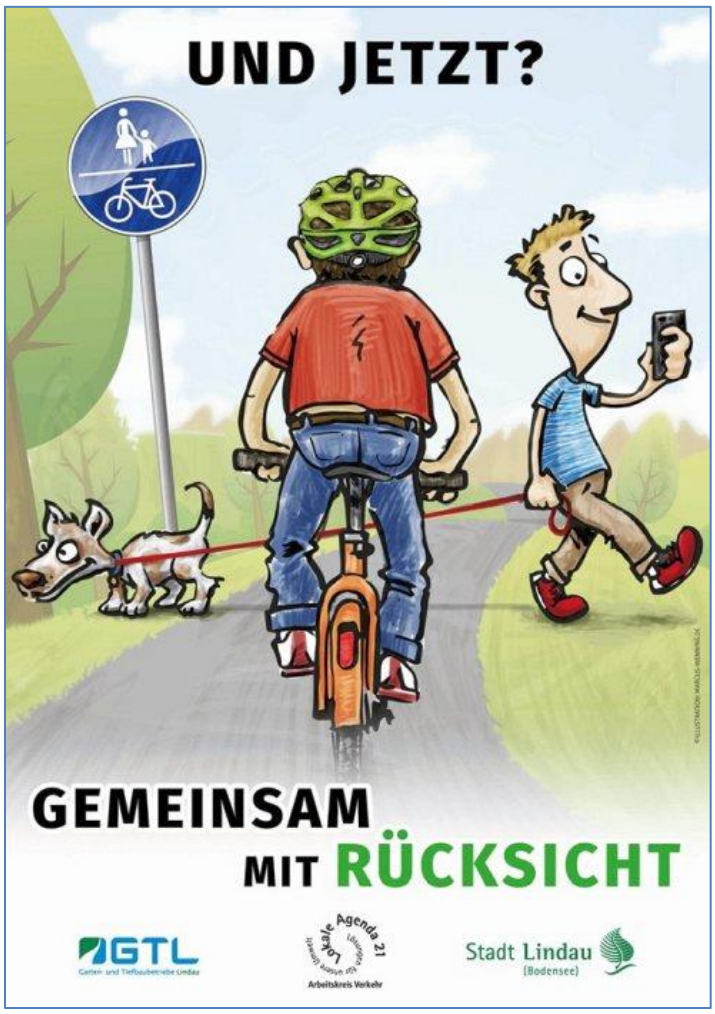


Abbildung 193: Plakat der Kampagne Gemeinsicht mit Rücksicht der Stadt Lindau

Internetseite unter https://gtl-lindau.de/mobilitaet/kampagnen/gemeinsam-mit-ruecksicht, 17.8.2020.

Kosten und Zeitaufwand: bis

5.2 Kampagne „Rücksicht kommt immer gut an“ der LHS Kiel

Kiel möchte seit 2014 mit dieser Kampagne Fahrradfahrer und andere Verkehrsteilnehmer zu regelkonformen Verhalten und zur gegenseitigen Rücksichtnahme animieren. Schwerpunkt bilden lustig gezeichnete Motive für Plakate und Flyer, dazu gibt es Infostände.

Abbildung 34: Motive der Kieler Kampagne

Medien: Flyer, Plakate, Infostände, Motive zu finden unter:
https://www.kiel.de/de/umwelt_verkehr/clever_mobil/_aktionen/ruecksicht_kommt_immer_gut_an/flyer_ruecksichtsnahme_2017_07_web.pdf, 17.8.2020

Kosten und Zeitaufwand: ab

5.3 Kampagne #woparkstdudenn des AGFK Baden-Württemberg

Die Kampagne „#woparkstdudenn“ vom AGFK Baden-Württemberg gewann den ersten Platz der Kategorie Kommunikation beim Deutschen Fahrradpreis 2017. Sie besteht aus mehreren ineinandergreifenden Maßnahmen. Die Pilotphase fand in Heidelberg statt, wo 2016 von der Stadt in Kooperation mit dem AGFK und der Polizei ein medienwirksames Event durchgeführt wurde. Dann wurde die Kampagne über Pressemitteilungen, Plakate, Postkarten und „Denkzettel“-Post-Its weiterverbreitet.

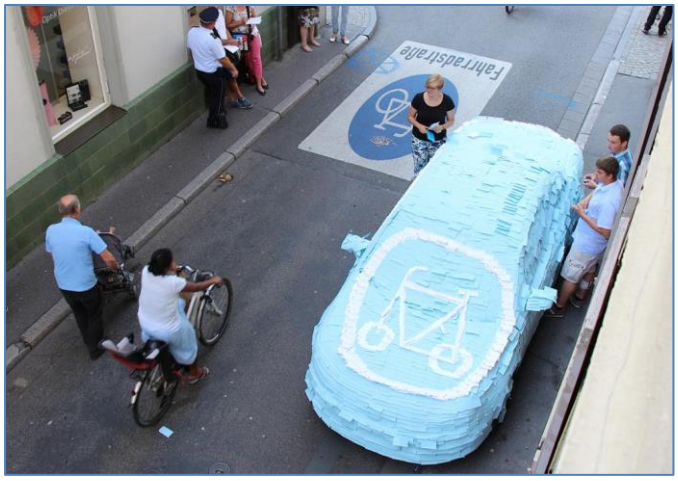


Abbildung 35: Aktion in Heidelberg während der Eröffnung der Kampagne #woparkstdudenn

Besondere, auch überregionale Aufmerksamkeit in sozialen Medien und der Presse erlangte die Kampagne durch 23.000 dieser „Denkzettel“-Post-It-Aufkleber, die von Aktiven auf falsch parkende Autos aufgeklebt wurden. Es ist noch der Erfolg des Hashtags hervorzuheben, der seit 2016 auch heute noch auf Twitter häufig verwendet wird.

Abbildung 36: Aktion in Heidelberg während der Eröffnung der Kampagne #woparkstdudenn

Medien: Internetseite (https://www.agfk-bw.de/projekte/woparkstdudenn/, 18.8.2020), Hashtag für Soziale Medien wie Twitter, Film (Youtube), Flyer, Aufkleber, Infostände, Pressemitteilungen, bedruckte Post-It, Postkarten.

Kosten und Zeitaufwand: ab

5.4 Radsam Flyer/Poster-Kampagne

Die Radsam-Kampagne wurde von der FH Erfurt entwickelt und seit 2016 in acht Städten, z.B. in Erfurt, Offenbach und Leipzig, umgesetzt. Sie zielt vor allem darauf ab, Verkehrsteilnehmer mit unterschiedlichen Transportmitteln für ein rücksichtsvolles Miteinander zu sensibilisieren. Die vom BMVI geförderte Kampagne bietet vor allem Poster, Anzeigenmotive und Flyer, die an die eigene Kommune angepasst werden können.

Abbildung 37: Radsam Poster der Stadt Erfurt

Abbildung 38: Internetseite von Radsam

Abbildung 39: Radsam Flyer

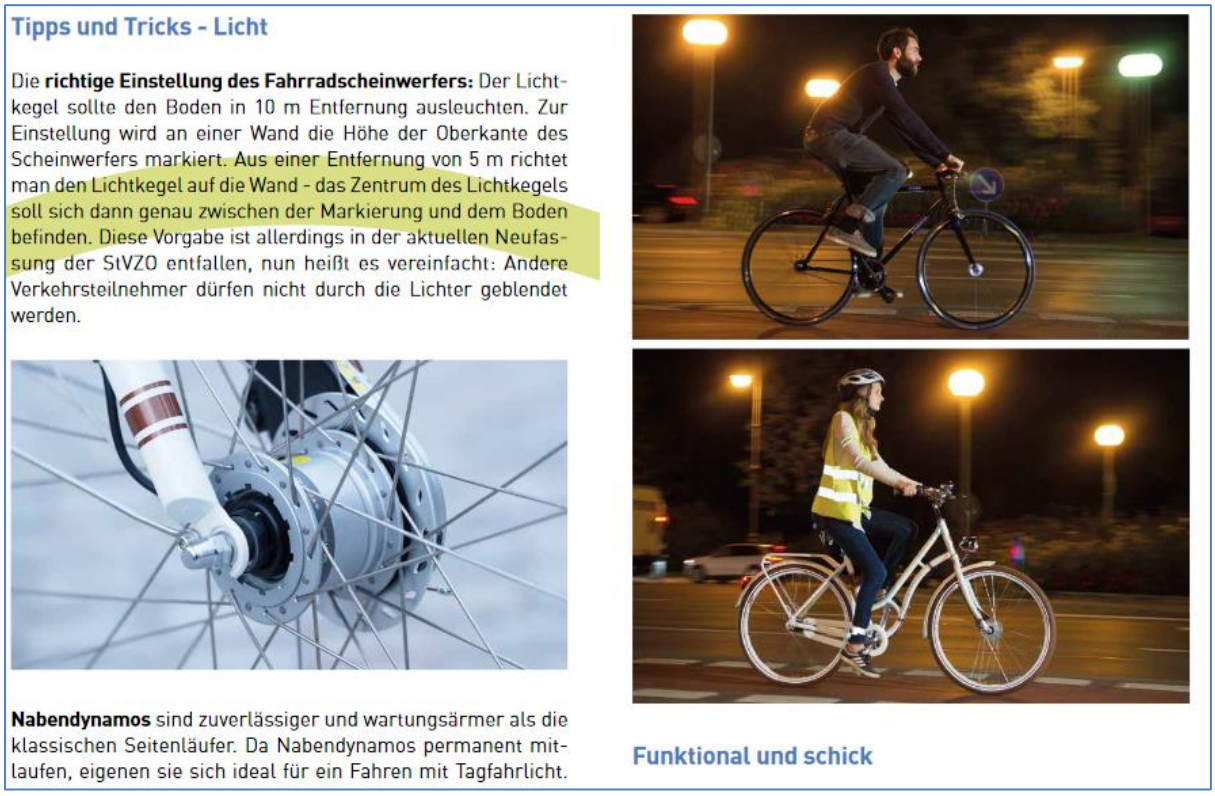
Medien: Poster, Anzeigen, Flyer, Internetseite unter https://radsam-kampagne.de/, 17.8.2020.

Kosten und Zeitaufwand:

6. Fahrradverkehr und Verkehrssicherheit

6.1 „Lass dich mal wieder sehen“ des AGKF Bayern

Der AGKF Bayern stellte (2. Auflage 2017) eine umfangreiche, informative und schön gestaltete PDF-Broschüre zusammen, die mit anschaulichem Bildmaterial Sicherheitstipps rund ums Fahrradfahren vor allem in Dunkelheit gibt.



Tipps und Tricks - Licht

Die **richtige Einstellung des Fahrradscheinwerfers:** Der Lichtkegel sollte den Boden in 10 m Entfernung ausleuchten. Zur Einstellung wird an einer Wand die Höhe der Oberkante des Scheinwerfers markiert. Aus einer Entfernung von 5 m richtet man den Lichtkegel auf die Wand - das Zentrum des Lichtkegels soll sich dann genau zwischen der Markierung und dem Boden befinden. Diese Vorgabe ist allerdings in der aktuellen Neufassung der StVZO entfallen, nun heißt es vereinfacht: Andere Verkehrsteilnehmer dürfen nicht durch die Lichter geblendet werden.

Nabendynamos sind zuverlässiger und wartungsärmer als die klassischen Seitenläufer. Da Nabendynamos permanent mitlaufen, eigenen sie sich ideal für ein Fahren mit Tagfahrlicht.

Funktional und schick

Abbildung 40: Auszug aus dem Flyer

Medien: Der Flyer kann hier heruntergeladen werden: http://agfk-bayern.de/dateienupload/dokumente/Publikationen_AGFK/Kampagne_Lichtgestalten/Flyer_Lichtgestalten_2017.pdf, 18.8.2020.

Kosten und Zeitaufwand:

6.2 RadCHECKs gefördert durch das Land Baden-Württemberg

RadCHECKs sind seit 2012 ein Modul aus dem Programm Radkultur des Landes Ba-Wü. Die Aktion richtet sich vor allem an die ortsansässigen Unternehmen. Auf Anfrage kommen „RadChecker“ vom Land in das Unternehmen, bauen vor Ort eine mobile Werkstatt auf und checken die Fahrräder der Mitarbeitenden kostenlos durch. Kleinere Mängel werden vor Ort behoben. Mit diesem Modul werden die Fahrradfahrer sowie Unternehmen einer Kommune direkt angesprochen.

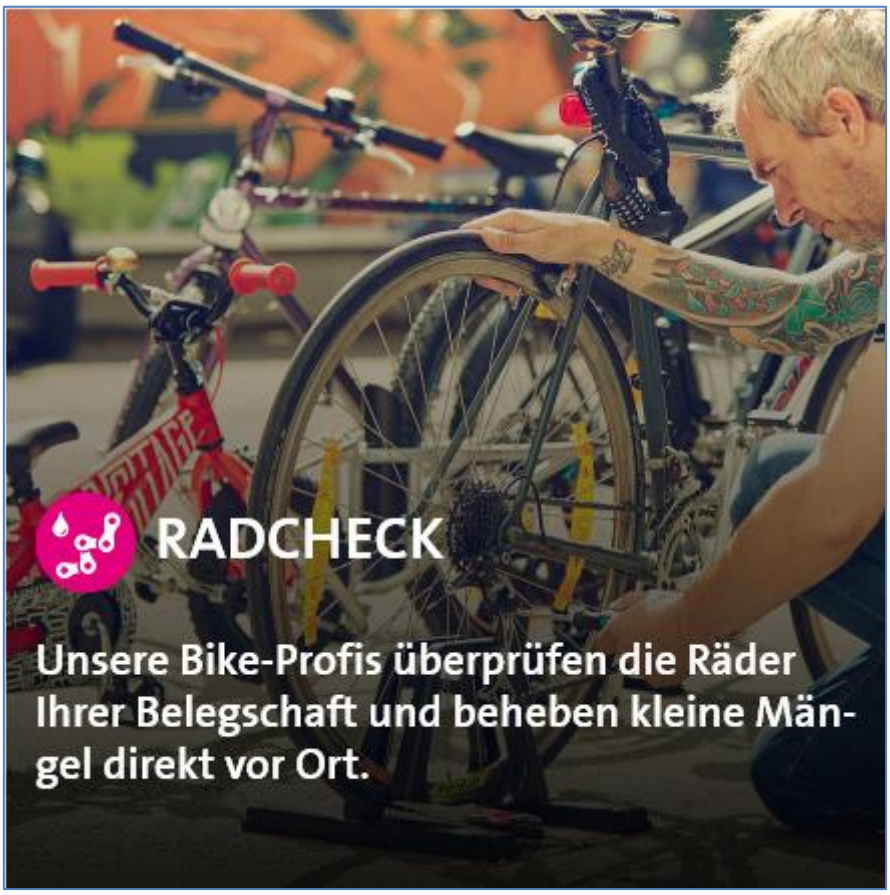


Abbildung 20: Modul RadCHECK

Verwendete Medien: mobile Werkstatt,

Internetseite unter https://www.radkultur-bw.de/unternehmen/radcheck-fuer-unternehmen, 18.8.2020.,

Steckbrief RadCHECK unter:

https://www.radkultur-bw.de/_Resources/Persistent/08856eb984097eb83f80b2f2afb5aa7d4da41af8/2020-07-23%20Steckbrief%20RadCHECK.pdf, 18.8.2020

Kosten und Zeitaufwand:

6.3 Rostock steigt auf – aber sicher!

Die Stadt Rostock veröffentlichte einen schönen Flyer zum Thema Sicherheit am Fahrrad und um das Fahrrad herum – inkl. Informationen über etwaige Bußgelder bei Regelverstößen.

Abbildung 42: Flyer Rostock steigt auf – aber sicher

Verwendete Medien: Flyer, Internetseite unter http://www.radregion-rostock.de/start/, 27.09.2020.

Kosten und Zeitaufwand:

6.4 Verkehrsregeln in Deutsch und elf anderen Sprachen des ADFC München

Die Arbeitsgruppe Asyl des ADFC München hat sich die Mühe gemacht, einen Flyer mit den grundlegenden Regeln für Fahrradfahrer im deutschen Straßenverkehr in mehrere Sprachen zu übersetzen. Es werden auch die wichtigsten Verkehrsschilder eingeführt. Der Flyer ist in insgesamt elf sowohl europäischen Sprachen wie Englisch, Französisch oder Russisch, aber auch in anderen Sprachen wie Farsi, Kurdisch oder Türkisch, erhältlich.

Abbildung 43: Ausschnitt des Verkehrsregelflyers auf Albanisch

Medien: Flyer, erhältlich auf der Internetseite.

https://www.adfc-muenchen.de/adfc-muenchen/arbeitsgruppen/asyl, 18.8.2020, dort stehen die Flyer in den Landessprachen als Download bereit.

Kosten und Zeitaufwand:

6.6 Kampagne „Toter Winkel“ des AGFK Baden - Württemberg

Die Kampagne „toter Winkel“ möchte sowohl Fahrradfahrer wie auch Kraftfahrzeugfahrer für tote Winkel sensibilisieren, die sich insbesondere bei großen Fahrzeugen wie LKWs und kommunalen Nutzfahrzeugen mit Spezialaufbauten ergeben.

Sie besteht aus zwei Bestandteilen. Zum einen aus Duftherzen, die den Kraftfahrzeugfahrer im Fahrzeuginneren wohlriechend an den unerlässlichen Schulterblick erinnern sollen. Zum anderen aus einem Aufkleber, der Radfahrende daran erinnern soll, lebenserhaltenden Abstand einzuhalten. Der poppig-rosane Warnwinkel wird am besten auf Augenhöhe der Radfahrenden hinten rechts an den LKW geklebt.

Abbildung 45: Duftherz der Kampagne „Toter Winkel“

Abbildung 46: Aufkleber Toter Winkel!

Medien: Aufkleber, Duftherzen, Internetseite unter https://www.agfk-bw.de/projekte/toter-winkel-aufkleber/, 18.8.20, https://www.agfk-bw.de/projekte/duftherz/, 18.8.2020.

Verbände, Vereine oder Wirtschaftsunternehmen können die Motive kostenlos beim AGFK Ba-Wü erhalten und die Medien mit eigenem Logo selbst herstellen lassen.

Kosten und Zeitaufwand:

6.5 Reflektorwestenkampagne der Ordnungspartnerschaft „Sicher durch Münster“

Seit mehreren Jahren verteilen Vertreter*innen der Ordnungspartnerschaft Münster an mehreren Terminen und verschiedenen Orten gelbe Warnwesten und andere Sicherheitsmaterialien an Fahrradfahrer und Fußgänger. Die Ordnungspartnerschaft ist ein breites Bündnis aus 24 lokalen Vereinen, Verbänden, Verwaltungsteilen und Unternehmen. Die Internetseite gibt zudem Tipps über eine Vielzahl von sicherheitsrelevanten Themen rund um den Straßenverkehr.

Medien: Sicherheitswesten, weiteres sicherheitsrelevantes Material, Infostände

Internetseite unter https://www.sicher-durch-muenster.de/, 18.8.2020.

Abbildung 44: Sicherheitsweste aus Münster

Kosten und Zeitaufwand: , abhängig von der Anzahl der ausgegebenen Sicherheitsmaterialien.

Die Sicherheitswesten sind in einer Kampagne eingebettet. Diese macht mit verschiedenen Mitteln auf das Thema aufmerksam.

7. Ausbau der Fahrradinfrastruktur

7.1 Kampagne Fahrradstraße des AGFK Baden-Württemberg

Fahrradstraßen sind bundesweit ein großer Erfolg und werden in immer größerer Anzahl in immer mehr Kommunen eingerichtet.

Abbildung 21: Ausschnitt aus dem Flyer Fahrradstraße

Der AGFK Ba-Wü unterstützt diese Dynamik mit einem eigens auf die Einrichtung neuer Fahrradstraßen zugeschnittenen Kommunikationspaket, das von Informationsflyern über Banner, Plakatvorlagen, Pressemitteilungsentwürfe und andere redaktionelle Vorlagen bis hin zu Türanhängern, mit die an Tür- und Autogriffe und Fahrradlenker angebracht werden können.

Abbildung 48: Titelblatt Lokalisierter Flyer Fahrradstraße

Medien: Siehe oben, Internetseite unter https://www.agfk-bw.de/projekte/fahrradstrasse , 18.8.2020

Kosten und Zeitaufwand: ab

7.2 Kampagne Leipziger Bügel

Mehr Fahrradverkehr bedeutet auch, dass genug Platz für Fahrräder im öffentlichen Raum sein muss, wenn sie nicht in Benutzung sind. In vielen Kommunen fehlen vor allem in innerstädtischen Gebieten und öffentlichen Räumen Möglichkeiten zum sicheren Anschluss von Fahrrädern. Leipzig eröffnet seinen Mitbürgern mit der Kampagne Leipziger Bügel die Möglichkeit, selbst aktiv zu werden und die Stadt in dieser Richtung mitzugestalten. Bürger können per Flyer-Formular beim Verkehrs- und Tiefbauamt die Errichtung der Bügel beantragen, welches die Errichtung sowie die laufende Instandhaltung übernimmt. Die Kosten für einen Bügel belaufen sich auf 175 Euro.

Bitte senden an:
Stadt Leipzig
Verkehrs- und Tiefbauamt
04092 Leipzig

Eingangsvermerk
Registrier-Nr.:
Antrag vom:
Vereinbarung:

wird vom Amt ausgefüllt

Antrag und Angaben zur Aufstellung von Fahrradanlehnbügeln

Antragsteller / in

Name, Vorname/Firma

Telefon/E-Mail

Straße/Hausnummer

PLZ/Ort

Finanzierung erfolgt durch:*

Name/Vorname

Firma/Anschrift

Telefon
*nur ausfüllen, wenn Antragsteller mit Finanzgeber nicht identisch ist

Aufstellungsort (z. B. Straße):

Standort im öffentl. Verkehrsraum: ☐ ja ☐ nicht bekannt

Bügelanzahl: ☐ Stck.

(1 Bügel = ca. 175,00 €** mit Einbau, inkl. gesetzl. MwSt.)

Skizze (bei Bedarf auf einem separaten Blatt)

Bemerkungen:

Datum, Ort Unterschrift

* z. B.: Hauseigentümer, Wohnungs-/Immobilienverwaltung, Einzelperson
** Preis kann sich ändern, wenn Verkehrszeichen, Markierung oder Flächenbefestigung erforderlich sind

Stadt Leipzig

Fahrradbügel für Leipzig

Der Leipziger Bügel

Abbildung 49: Flyer mit Antragsformular

Medien: Flyer, Antragsformular, Fahrradbügel, Internetseite unter https://www.leipzig.de/umwelt-und-verkehr/unterwegs-in-leipzig/fahrrad/leipziger-buegel/, 18.8.2020.

Kosten und Zeitaufwand: , abhängig von der Anzahl der Bügel auch schnell mehr.

Impressum

Verantwortlich:

Dr. Thorben Prenzel, Rad.SH

Wolfskamp 49, 24113 Kiel

www.rad.sh

Info@rad.sh

Erstellt durch:

Dr. Stefan Niederhafner, Sudeco - Foresight for Sustainable Transformation

Bouchéstraße 37, 12435 Berlin, Germany

sn@sudeco.eu

www.sudeco.eu