



Bedeutung von Kommunikation und Service für die Radverkehrsförderung

Tilman Bracher, DIFU

Service und Kommunikation unterstützen Verhaltensänderung



Service / Kommunikation



Bereitschaft / „Akzeptanz“
zur Fahrradnutzung

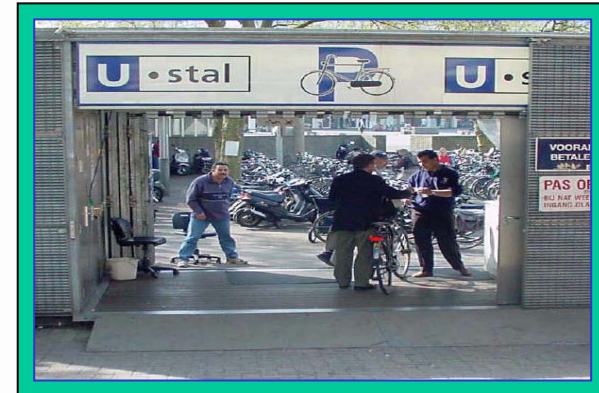
Infrastruktur / „Angebot“



Kommunale Dienstleistung Fahrradparken

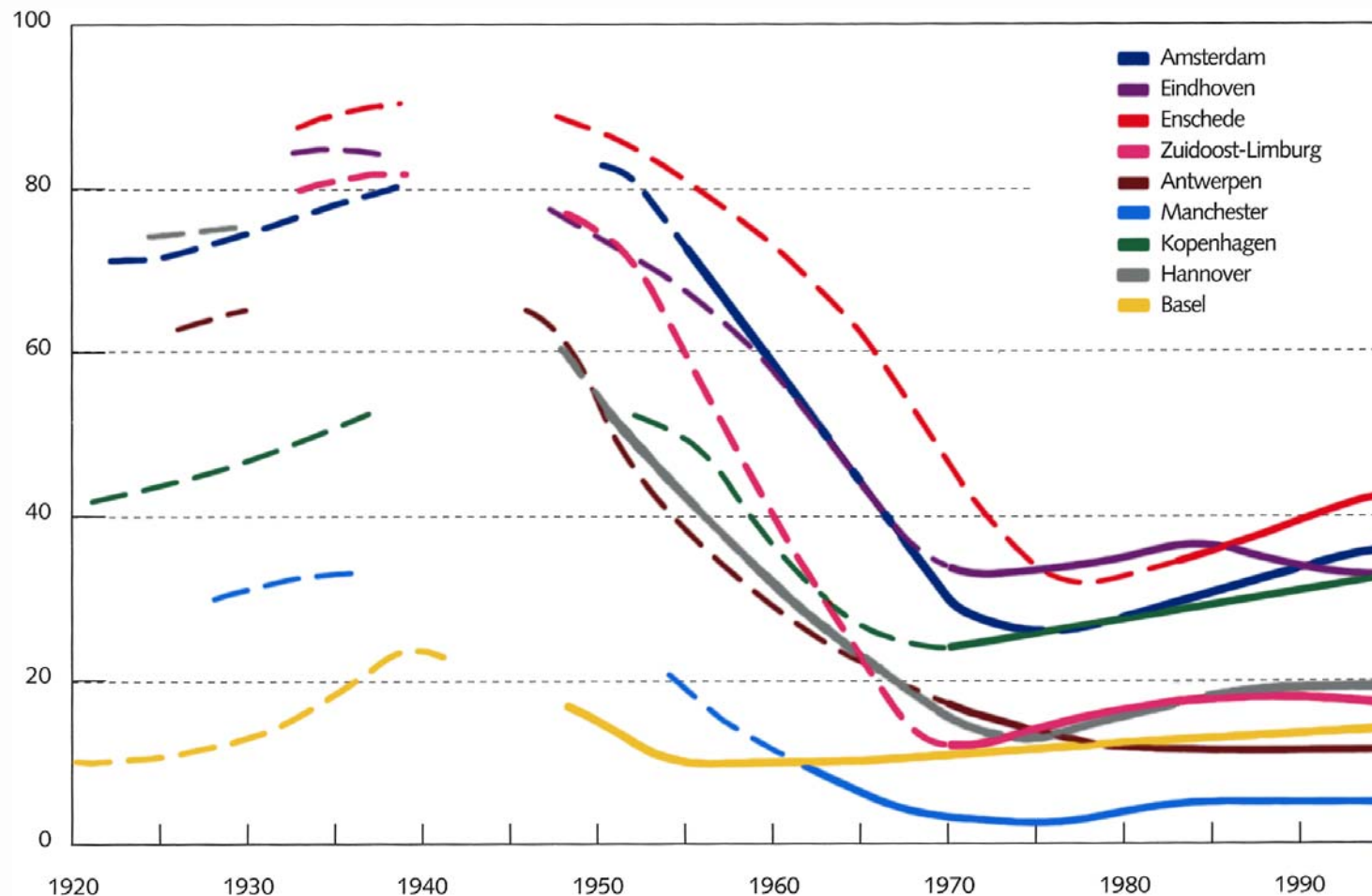
Beispiel Utrecht/Niederlande:

- Fahrradparken gehört zur kommunalen Daseinsvorsorge
- **Park(haus)gesellschaft der Gemeinde** betreibt bewachte Parkplätze und –häuser
- Bereitstellung von abschließbaren Fahrradstellplätzen in verdichteten Wohngebieten (z.B. buurtstalling, fietstrommel)
- Quersubventionierung „Pkw - Rad“



Was nützen ausländische Beispiele?

Radverkehrsanteil europäischer Städte 1920 – 1995 in %



Ausblick: Dachkampagne für Verhaltensänderung

(per Rad und zu Fuß statt mit dem Pkw im Nahverkehr)

Wettbewerb:

Emissionsfreie Mobilität in Kommunen (Partner: BMU, velokonzept, fairkehr)

- Das Bundesumweltministerium (BMU) möchte mit einer bundeseinheitlichen Imagekampagne für nicht motorisierte Mobilität die Deutschen auf die Beine oder in den Sattel bringen.
- Kommunen mit neuen Ideen für einen besseren Rad- und Fußverkehr werden belohnt.
- 4 Sieger-Kommunen in 2009
- 5 weitere Kommunen in 2010
- Budget für „Medien“ vor Ort (z.B. Plakate, Kinospots, Aktionen): 1,8 Millionen Euro

Verfahren

- Auswahl der Städte in einem zweistufigen Verfahren:
- Interessensbekundungen (kurz) bis 10. Dezember 2008
- Die ausgewählten Städte erhalten detaillierte Bewerbungsunterlagen
- Anschließend Medienplanung, Abstimmung, Anpassung an die spezifischen kommunalen Anforderungen
- Kampagnenstart Mai 2009

Weitere Informationen im Fahrradportal www.nrvp.de

- Praxisbeispiele (z. Zt. 104)
- Literaturdatenbank (mehr als 1.000 Literaturnachweise, z.T. mit Volltext)
- Aktuelle Termine, Wettbewerbe und Neuigkeiten zum Thema Radverkehr
- Monatlicher Newsletter



Das Fahrradportal
zum Nationalen
Radverkehrsplan

