



IDEEN FÜR KOMMUNEN

Stand: November 2023

Ideen für Kommunen

Bringen Sie Ihre Kommune aufs Rad!

Sie haben Ihre Kommune fürs STADTRADELN angemeldet. Nun gilt es, möglichst viele Bürger*innen aufs Rad zu bringen.

Während wir uns als Klima-Bündnis um die überregionale Öffentlichkeitsarbeit für die Kampagne kümmern, liegt die Öffentlichkeitsarbeit vor Ort und die Mobilisierung der Radelnden bei Ihnen. Damit Sie hierfür gerüstet sind, haben wir diesen Leitfaden entwickelt.

Im ersten Kapitel erhalten Sie einen Überblick, worauf Sie bei der **Öffentlichkeitsarbeit** für die Kampagne achten sollten. In den folgenden Kapitel erwarten Sie zahlreiche Aktionsideen für eine erfolgreiche Kampagne – unterteilt in die Kategorien **Veranstaltungen, Radtouren, Bürgerbeteiligung, Kooperationen, Standaktionen, Zielgruppen, Wettbewerbe sowie Merchandise**. Viele Ideen lassen sich miteinander kombinieren und an die Bedürfnisse vor Ort anpassen.

Übrigens: Zu jeder Kategorie suchen wir **Erfolgsbeispiele aus der Praxis**. Berichten Sie uns gern über Aktionen in Ihrer Kommune, die Sie für besonders gelungen halten! In einer neuen Auflage dieses Leitfadens wollen wir diese dann prominent vorstellen.

Wir wünschen Ihnen viel Kreativität beim STADTRADELN und freuen uns, von Ihnen zu hören!

KAPITEL 1

Öffentlichkeitsarbeit - so wird's gemacht
SEITE 3

KAPITEL 2

Veranstaltungen
SEITE 5

KAPITEL 3

Radtouren
SEITE 6

KAPITEL 4

STADTRADELN und Bürgerbeteiligung
SEITE 8

KAPITEL 5

Kooperation & Einbindung weiterer Akteur*innen
SEITE 9

KAPITEL 6

Standaktionen und Ausstellungen
SEITE 11

KAPITEL 7

Ansprache von Zielgruppen
SEITE 12

KAPITEL 8

Wettbewerbe
SEITE 13

KAPITEL 9

Werbung und Merchandise
SEITE 13

KAPITEL 1

Öffentlichkeitsarbeit - so wird's gemacht

Gestalten Sie Ihre Öffentlichkeitsarbeit vielfältig! Die Menschen in Ihrer Kommune unterscheiden sich in Alter, Bildung, Beruf, Fitness, Interessen und damit auch in ihrem Blick auf das Thema Radverkehr. Um möglichst viele Menschen zu erreichen, sollten Sie also unterschiedliche Medien (z. B. Zeitung, Internet, Aktionen auf der Straße) nutzen und möglichst viele Facetten des Themas Radverkehr beleuchten.

Holen Sie sich dazu Unterstützung aus der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit Ihrer Kommune und nutzen Sie vorhandene Kommunikationskanäle!

Wen wollen Sie wann, womit, wie erreichen?

Stellen Sie sich diese Fragen am besten vor jeder Aktion, die Sie planen und vor jeder Pressemitteilung, die Sie schreiben! Hier einige Beispiele:

Eine Info-Veranstaltung zum Thema E-Bike inklusive Probefahrt? Ein interessantes Thema für Pendler*innen oder ältere Menschen. Bei Kindern und Jugendlichen punkten Sie wiederum eher mit einem Mountainbike-Schnupperkurs oder einer Fahrrad-Schnitzeljagd. Um letztere auf die Aktion aufmerksam zu machen, können Sie zwar eine Anzeige im Amtsblatt schalten, Sie sollten aber auf keinen Fall vergessen, über Social Media Werbung dafür zu machen. Brötchen als Stärkung für Pendler*innen? Das kommt sicher sehr gut an! Der Stand sollte aber nicht an einem Dienstagvormittag in der Fußgängerzone, sondern eher zur Rushhour an einer viel frequentierten Fahrradrouten stehen.

Sie können sich einige Zielgruppen (z. B. Schüler*innen, Senior*innen, Pendler*innen) herausgreifen, die Sie schwerpunktmäßig aufs Rad bringen wollen. Am besten ergänzen Sie die gezielte Öffentlichkeitsarbeit mit einem Radverkehrsthema (Pendeln mit dem Rad, Fahrradtourismus, Verkehrssicherheit, Lastenräder), das zu dieser Zielgruppe passt und das Sie bei Aktionen und Veranstaltungen

besonders hervorheben möchten. Verlieren Sie dabei aber nicht die übrigen Zielgruppen aus den Augen!

Radelnde oder Nicht-Radelnde ansprechen?

Zwar wollen Sie beim STADTRADELN viele Menschen aufs Rad bringen, die sonst womöglich mit dem Auto unterwegs sind, wir raten jedoch davon ab, sich zu Beginn zu sehr auf diese Zielgruppe zu fokussieren. Gerade wenn das STADTRADELN in Ihrer Kommune noch recht neu ist, muss sich die Kampagne erst etablieren und herumsprechen.

TIPP Ihre Radelnden sind Ihre besten Multiplikator*innen! Bitten Sie sie, unter ihren Bekannten, Kolleg*innen oder Freund*innen weitere Teilnehmende zu werben.

Am ehesten werden sich Menschen beteiligen, die bereits regelmäßig mit dem Rad unterwegs sind. Sie sind wichtige Multiplikator*innen Ihrer Kampagne und überzeugen am Arbeitsplatz, in der Schule, zu Hause oder im Freundeskreis andere, beim STADTRADELN mitzumachen.

Wichtig: Auch wenn das STADTRADELN in Ihrer Kommune nur drei Wochen andauert, geht es natürlich darum, Menschen dauerhaft aufs Rad zu bringen. Vermeiden Sie in der Kommunikation daher Aussagen wie „Wir holen für drei Wochen das Fahrrad aus dem Keller“! Außerdem sollten Sie nicht vom „Verzicht aufs Auto“ sprechen. Es geht darum, die Menschen erleben zu lassen, wie viel Lebensqualität das Radfahren bietet und dass es entsprechend kein Verzicht ist. Diese Hinweise sollten Sie beherzigen, wenn Sie die Kampagne bewerben. Auf welche Instrumente Sie dabei zugreifen können?

Pressearbeit

Nutzen Sie die Reichweite der lokalen Presse, um Menschen fürs STADTRADELN zu mobilisieren. Informieren Sie in einer ersten Pressemitteilung rechtzeitig vor Kampagnenbeginn über die geplante Auftaktveranstaltung, den lokalen Radelzeitraum und natürlich das Ziel der Kampagne. Kündigen Sie während des Kampagnenzeitraums auch Aktionen wie Radtouren oder Aktionstage per Pressemitteilung an.

Zum Ende des lokalen Radelzeitraums sollten Sie eine weitere Pressemitteilung verschicken, in der Sie nochmals an die Nachtragefrist erinnern und auch gleich zur Abschlussveranstaltung einladen.

Eine abschließende Mitteilung geht dann nach der Abschlussveranstaltung raus. Sie verkündet die offiziellen Ergebnisse Ihrer Kommune und nennt die jeweiligen Gewinnerteams.

TIPP Ob Flyer, Poster, Pressemitteilung oder Urkunden - wir bieten Ihnen eine Vielzahl an druckfertigen PR-Materialien und anpassbaren Druckvorlagen für Ihre Öffentlichkeitsarbeit!

www.stadtradeln.de/pr-materialien

Werbung

Werden Sie sichtbar! Auf der Straße, im Internet und an viel besuchten Orten. Hängen Sie Banner auf oder schalten Sie Werbeanzeigen in der Zeitung, im Amtsblatt sowie auf Infobildschirmen in Bussen und Bahnen. Auch ein kurzer Werbe-Clip im Programmkinofilm ist eine gute Möglichkeit,

das STADTRADELN in Ihrer Kommune bekannt zu machen. Aufmerksamkeit erregen außerdem Fernseh- und Radiobeiträge.

Mit Flyern, Postern und Postkarten können Sie im öffentlichen Raum präsent sein. Nutzen Sie dabei am besten Fotos, die zu den verschiedenen Umgebungen und den dortigen Zielgruppen (Schulen, Bars, Geschäfte, Unternehmen, öffentliche Gebäude, Stadtbusse etc.) passen.

Digitale Kommunikation

Sichtbarkeit erreichen Sie zudem über Social Media (Facebook, Twitter, Mastodon, Instagram, YouTube, Snapchat, Tik Tok, Blogs). Nutzen Sie hierbei schon bestehende Accounts Ihrer Kommunalverwaltung und binden Sie aktiv relevante Interessengruppen ein, indem Sie diese bitten, Ihre Posts weiter zu verbreiten. Vorlagen für Ihre Social Media-Arbeit finden Sie in unseren PR-Materialien zum Download.

Auch die Website und etwaige Newsletter Ihrer Kommune sollten Sie als bereits etablierte Informationskanäle unbedingt für die Bewerbung des STADTRADELN nutzen! Darüber hinaus steht Ihnen eine eigene Unterseite auf www.stadtradeln.de zur Verfügung, die Sie als Informationsplattform für Ihre Radelnden nutzen sollten.

Ihre Kommune hat bereits am STADTRADELN teilgenommen? Dann sprechen Sie die Teilnehmenden aus der letzten Saison direkt an! Hierfür nutzen Sie den E-Mail-Verteiler aus dem Vorjahr.



KAPITEL 2

Veranstaltungen

Mit Veranstaltungen verschaffen Sie Ihrer Kampagne einen unterhaltsamen Rahmen und immer auch einen Anlass für die lokale Presse zu berichten. Ob motivierende Auftaktveranstaltung oder stadtweiter Aktionstag, es gibt einige Formate, die hier in Betracht kommen:

- **Auftaktveranstaltung zum STADTRADELN**

In Kombination mit z. B. medienwirksamen Aktionen wie einer Sternfahrt oder einem Fahrradcheck

- **Abschlussveranstaltung zum STADTRADELN**

Siegerehrung und Preisübergabe an die erfolgreichsten Teams und Einzelradelnden, Auszeichnung durch (Ober-)Bürgermeister*in/Landrät*in, Verlosung von Preisen.

TIPP Bei der lokalen Preisverleihung können Sie das Engagement Ihrer Radelnden mit einer Vielzahl von Auszeichnungsmöglichkeiten würdigen. Da Klimaschutz Teamarbeit ist, empfehlen wir, vorrangig Teams statt Einzelradler*innen auszuzeichnen. In folgenden Kategorien können Sie prämiieren:

- Team mit den meisten Kilometern
- Team mit den meisten Kilometern pro Person
- Team mit den meisten Fahrten
- Team mit den meisten Fahrten pro Person
- Team mit den meisten aktiven Radelnden
- Wenn Sie STADTRADELN-Stars haben, denken Sie daran, diese gebührend zu ehren

Damit die Sieger nicht von vornherein feststehen (z. B. bei großen Schulteams oder Radsportvereinen), können Sie die Preise auch verlosen - z. B. unter den 10, 30 oder 50 Teams mit den meisten Kilometern. Wenn Sie bestimmte Zielgruppen ansprechen möchten, können Sie in bis zu 11 Sonderkategorien (z. B. Schule oder Unternehmen) auszeichnen, die Sie bereits bei der Anmeldung Ihrer Kommune auswählen. Unabhängig davon, für welche Auszeichnungsformen Sie sich entscheiden, ist es wichtig, dass Sie diese Entscheidungen im Vorfeld transparent kommunizieren!

- **Aktionstag rund ums Rad**

in Kooperation mit Fahrrad-Clubs, (Sport-)Vereinen, Fahrradwerkstätten und -fachgeschäften sowie anderen Organisationen. Auf dem Programm stehen beispielsweise Fahrradcodierungen, Radfahr- und Pedelec-Training (speziell für Kinder, ältere Personen oder Familien), Rundparcours, Rikschafahrten, Ausstellungen und (Rad-)Modenschauen, Sicherheits-Checks, Fahrradbörsen, Verlosungen, Podiumsdiskussionen, Eröffnung eines neuen Radweges, Vorstellung des Radverkehrskonzepts etc. Beachten Sie die Lage des Veranstaltungsortes, um möglichst viel „Laufpublikum“ zu erreichen!

- **Fahrradtage in Kitas und Kindergärten**

- **Info-Veranstaltungen zu Fahrradthemen**

- **Dia-Vorträge oder Multivisions-Shows** (z. B. zu Radreisen)

- **Fahrradflohmärkte**

- **Einweihung von Radinfrastruktur**

KAPITEL 3

Radtouren

Thematische Touren, große Sternfahrten oder Fahrraddemos – bei Radtouren bringen Sie viele Menschen zusammen und aufs Rad, bieten der Presse im besten Fall einen Anlass zu berichten und sammeln ganz nebenbei ordentlich Kilometer für Ihre Kommune.

Mögliche Tourideen haben wir Ihnen hier zusammengestellt:

Anlassbezogene Radtouren

- Bei der Auftakt- und/oder Abschlussveranstaltung, an einem verkaufsoffenen Sonntag, in Verbindung mit einem lokalen Fest (Synergien nutzen!), während lokalen Aktionstagen (z. B. Nachhaltigkeitswoche) etc.

Radtouren mit bestimmten Personengruppen

- **Gemeinsam mit Politprominenz** oder anderen lokalen Persönlichkeiten
- Mit **gesamtem Kommunalparlament** vor oder nach einer Ratssitzung, z. B. zu Radbrennpunkten
- **Fahrradbürgerversammlung** zu unterschiedlichsten Themen
- **Mit Organisationen und Unternehmen**
wie etwa Fahrrad-Clubs, (Sport-)Vereinen, Kirchengemeinden, Krankenkassen, Presse etc. Nutzen Sie erneut Synergien und binden Sie z. B. ADFC Ortsverbände ein, die ohnehin stattfindende Radtouren unter das STADTRADELN-Motto stellen können
- **Neubürgerradtour** mit kommunalem Oberhaupt als Willkommensgeste

Thematische Radtouren

- **Zu vorbildlichen Rad-/Umweltprojekten** in der Kommune, u. a. „Urban Gardening“
- Eine „**Tour der Woche**“ mit jeweils anderem Themenschwerpunkt
- **Abend-/Nacht-/Mondradeln**, um z. B. das Thema Beleuchtung zu integrieren
- **Fahrradkorso oder -demo**
- **After-Work-Radtour**
- **Heimattour** der lokalen Krankenkassen mit Stempel in den Bonuspass

TIPP Nutzen Sie bereits existierende Großveranstaltungen wie beispielsweise eine Critical Mass oder vom ADFC organisierte Radtouren, um Synergien zu nutzen und für das STADTRADELN zu werben. Legen Sie Listen aus, in denen sich die Radelnden namentlich eintragen und sich einverstanden erklären, dass die erradelten Kilometer fürs STADTRADELN durch die lokalen Koordinator*innen aufgeschrieben werden dürfen (sofern die Radelnden nicht schon selbst die Kilometer aufschreiben). 6

- Zu einer **Betriebsbesichtigung** am „Tag der offenen Tür“
- **Staffelübergabe mit benachbarter Kommune** am Beginn bzw. Ende des Aktionszeitraums
- Radtour mit **gemütlichem Beisammensein**
- **Heimatkundliche/kulturhistorische Radtour**
- **Landkreisweite Sternfahrt** zur gemeinsamen Auftakt- und/oder Abschlussveranstaltung
- **Gemeinsame Event-Tour**
Gemeinsam mit den teilnehmenden Nachbarkommunen kann eine Radtour organisiert werden, inklusive anschließendem Open-Air-Kino, Konzert oder Grillfest. Beim Grillfest kann ein Fokus auf vegetarische Alternativen gesetzt werden, beim Fahrradkino können Sie einen Beamer einsetzen, der per Radergomether betrieben wird.

Hinweis auf Versicherung bei Veranstaltungen und Touren

Eine Vollkasko für Radtouren gibt es laut Rücksprache mit dem ADFC nicht. Es empfiehlt sich daher dort, wo die Radtouren veröffentlicht/beworben werden, einen zusätzlichen Vermerk „ins Kleingedruckte“ zu schreiben, dass die Teilnahme an der/einer Radtour auf eigene Gefahr erfolgt und sich an die StVO gehalten werden muss. Zudem muss bei der Registrierung zum STADTRADELN ohnehin jede*r Teilnehmende einen Haftungsausschluss aktiv bestätigen, dass die Teilnahme am STADTRADELN freiwillig ist und auf eigene Gefahr erfolgt.



KAPITEL 4

STADTRADELN und Bürgerbeteiligung

STADTRADELN ist nicht nur eine Kampagne für nachhaltige Mobilität, sondern auch ein Tool zur Bürgerbeteiligung. Was wünschen sich die Menschen in Ihrer Kommune, damit sie mehr Spaß am Radeln haben? Gibt es blinde Flecken in Ihrer Radverkehrsplanung? Fragen Sie die Alltags-Expert*innen Ihrer Kommune!

- **Befragen Sie Ihre Bürger*innen zur Radverkehrssituation in der Kommune**

- **Initiieren Sie eine Zukunftswerkstatt Radverkehr**

Laden Sie Ihre Einwohner*innen ein, mit Ihnen über mögliche Verbesserungen der Radinfrastruktur zu diskutieren. Hier können Sie auch Ihr bisheriges Engagement in diesem Bereich bekannter machen und zugleich zur Teilnahme an offene Arbeitsgruppen oder die Nutzung von RADar! werben.

- **Wertvolle Radverkehrsdaten Ihrer Kommune dank Datenportal**

Wo sind viele Radelnde unterwegs? An welchen Orten läuft es flüssig und wo müssen sie an roten Ampeln zu lange warten? Welche Radwege werden gemieden und welche bevorzugt? In Kürze stellen wir Ihnen auf unserem neuen Raddatenportal visualisierte Radverkehrsdaten für Ihre Kommune zur Verfügung. Mit diesen lassen sich die oben genannten und andere wichtige Fragen für die Radverkehrsplanung zuverlässig beantworten. Datengrundlage sind dabei die via STADTRADELN-App aufgezeichneten Fahrten Ihrer Radelnden. Wissenschaftlich ausgewertet werden die Daten von der Technischen Universität Dresden. Dabei gilt: Je mehr Strecken per App getrackt werden, desto aussagekräftiger sind die Ergebnisse! Also: Bewerben Sie die App, sichern Sie sich Ihre Daten und verbessern Sie Ihre Radinfrastruktur mit einer passgenauen Datengrundlage.

TIPP Sofern der Bereich Radverkehrsplanung nicht in Ihrer Abteilung verortet ist, sollten Sie die Verantwortlichen in Ihrer Kommune auf jeden Fall über die Möglichkeit zu kostenloser Nutzung des RiDE-Portales informieren!

- **RADar! - DAS Tool für einen besseren Radverkehr!**

Die Meldeplattform RADar! ist ein onlinebasiertes Bürgerbeteiligungs- und Planungsinstrument des Klima-Bündnis. Der Radweg gleicht einer Buckelpiste? Die Verkehrsführung ist zu riskant? Die Beschilderung ist unklar? Auf der Online-Plattform RADar! setzen Radelnde einfach einen Pin auf die Straßenkarte, schreiben bei Bedarf eine Anmerkung und die Meldung geht direkt bei der Kommunalverwaltung ein. Kommunen wiederum haben die Möglichkeit, Radelnde öffentlich über die Verbesserungen zu informieren. Verwenden Sie RADar! während Ihres Radelzeitraumes kostenlos, um mit den Radelnden in Austausch zu treten und ihr Wissen als Alltags-Expert*innen zu nutzen.

KAPITEL 5

Kooperation und Einbindung weiterer Akteur*innen

Suchen Sie sich Kooperationspartner vor Ort! So können Sie nicht nur das Kampagnenbudget schonen (z. B. durch von lokalen Unternehmen gesponserte Gewinne), sondern Sie akquirieren auch ziemlich sicher direkt neue Teilnehmende und zusätzliche Multiplikator*innen.

Sprechen Sie mit Einzelhändlern, Unternehmen, Vereinen, Organisationen und Verbänden in Ihrer Kommune und fragen Sie nach Ideen für Aktionen. Oder initiieren Sie selbst Aktionen:

- **Schaufensterwettbewerb „STADTRADELN und Einzelhandel“**

Lassen Sie den Einzelhandel kreativ werden und die Schaufenster zum Thema Radfahren dekorieren. Dabei können auch lokale Besonderheiten oder spezielle Zielgruppen berücksichtigt werden. Für noch mehr Aufmerksamkeit und Mobilisierung sorgen Sie, wenn Kindertagesstätten und/oder Schulen die Schaufenster dekorieren. Zum Aktionsende werden die schönsten STADTRADELN- Schaufenster öffentlich prämiert

- **Rabattaktion im Einzelhandel**

Geschäfte können während des Aktionszeitraumes durch Sonderangebote oder Rabatte glänzen: Es reicht schon ein Eis, ein Getränk oder günstigere Brötchen zur Belohnung für geradete Kilometer

- **Einbindung von lokalen Unternehmen /Geschäften**

Werben Sie in Geschäften und Unternehmen mit Flyern und Plakaten für das STADTRADELN und fragen Sie nach (Sach-)Spenden - z. B. als Preise für Ihre Abschlussveranstaltung oder für eine Verlosung. Die Einbindung funktioniert am besten, wenn das Unternehmen oder das Geschäft gleich selbst mit einem STADTRADELN-Team teilnimmt.

- **CITY CYCLING - VILLE EN SELLE**

Kommunen können ihre Partnerstädte im Ausland zu einer gemeinsamen STADTRADELN-Teilnahme motivieren – denn zum STADTRADELN sind alle Kommunen weltweit herzlich eingeladen! Die STADTRADELN-Website und App sind bereits auf mehreren Sprachen übersetzt, Weitere Infos zur weltweiten Teilnahme von Kommunen finden Sie unter www.stadtradeln.de.

- **Lastenradlieferservice**

Schaffen Sie Gelegenheiten, Lastenräder zu mieten und auszuprobieren. So kann jeder einmal selbst erfahren, dass auch Wochenendeinkäufe mit dem Rad möglich sind und man am Ende nicht nur schneller, sondern auch mit mehr Spaß unterwegs ist. Für mobilitätseingeschränkte Menschen ist der Einkauf oft mit Problemen und hohen Aufwänden verbunden. Organisieren Sie Ehrenamtliche, die den Einkauf für andere Menschen nach Hause transportieren. Verleihplattformen gibt es mittlerweile bundesweit (www.dein-lastenrad.de)

- **Radeln für einen guten Zweck**

Kilometer zusätzlich an konkrete regionale Ziele zu koppeln, verschafft einen zusätzlichen Ansporn für alle Radelnden. Pro Kilometer kann z. B. ein gewisser Geldbetrag einem sozialen, ökologischen Projekt vor Ort gespendet. Finden Sie dazu passende Sponsoren unter Ihren lokalen Unterstützer*innen.

- **Medien einbinden**

Motivieren Sie lokale und regionale Medienhäuser vor Ort proaktiv, mit eigenen Teams am STADTRADELN teilzunehmen. So erhöhen Sie ganz nebenbei die Chance auf eine öffentlichkeitswirksame Berichterstattung über Ihre Kampagne

- **Polizei einbinden**

Die Polizei kann am besten mit einer Fahrradstaffel ein eigens Team gründen. So kann die Polizei bewusst mehr (Fahrrad-)Präsenz während des STADTRADELN zeigen, gezielt über Sicherheitsmaßnahmen (Verkehr, Raddiebstahl) informieren, Auto- wie Radfahrende auf korrektes und rücksichtsvolles Verhalten hinweisen, RADar! bewerben und natürlich mit einem STADTRADELN-Polizeiteam auch aktiv unterstützen und Kilometer für die Kommune sammeln.

- **Profisportteams und weitere (lokale) Prominente ansprechen**

Haben Sie Profisportteams und Prominente in Ihrer Kommune, die mit Statements und Grußworten auf der STADTRADELN-Unterseite der Kommune andere zum Mitmachen motivieren können? Vielleicht möchte eine Person auch die Rolle eines STADTRADELN-Stars übernehmen. Mehr dazu unter www.stadtradeln.de/star.



KAPITEL 6

STANDAKTIONEN UND AUSSTELLUNGEN

Kommen Sie direkt mit den Menschen ins Gespräch! So können Sie individuell auf Fragen eingehen, über das Thema Radverkehr reden und im besten Fall direkt STADTRADELNDE akquirieren.

Kreative Standaktionen finden Sie hier:

- **STADTRADELN-Stand am Wochenmarkt oder während einer lokalen/regionalen Messe**
Die Gelegenheit bei der sich Teams und Radelnde direkt registrieren können.
- **Ausstellung im Rathaus zum Thema Radfahren, nachhaltige Mobilität, Klimawandel etc.**
- **Parks und Plätze statt Parkplätze**
Für den Aktionszeitraum oder zumindest für einen Tag können ausgewählte innerörtliche Parkplätze durch lokale Vereine oder Gartenbauunternehmen umgestaltet werden. Auf einem Parkplatz kann gezeigt werden, wie viele Fahrradständer auf einen Parkplatz passen und auf einem anderen kann Rollrasen ausgelegt werden, Blumenkästen, Sofas, Sonnenschirme etc. aufgestellt werden, um zu zeigen, welcher wertvoller Raum sonst für Parkplätze blockiert wird. Inspiration kann dabei der PARK(ing)-Day geben, der jährlich weltweit im September stattfindet und zur kreativen Umgestaltung von Parkplätzen aufruft.
- **STADTRADELN-Tankstellen**
Verteilen Sie Brötchen oder Obst an Radelnde und machen Sie dabei auf das STADTRADELN aufmerksam. Durchführen können Sie die Aktion auch mit Unterstützung lokaler Urban Gardening- oder foodsharing-Initiativen.
- **„Danke“-Sagen-Stand**
- **Thementisch „Fahrrad“ in der Stadtbibliothek mit Anmeldemöglichkeit**
- **Fahrradsicherheit-Check**



KAPITEL 7

ANSPRACHE VON ZIELGRUPPEN

Wie erreichen Sie Ihre Zielgruppen? Sie sprechen sie direkt an! Studierende finden Sie an Universitäten, Pendler*innen in Unternehmen und diese wiederum organisiert in der IHK, Schüler*innen an Schulen, Umweltinteressierte in Umweltverbänden etc. Häufig existieren hier bereits bewährte interne Kommunikationswege.

Nachfolgend haben wir einige Beispiele, wie Sie Zielgruppen durch direkte Einbindung fürs STADTRADELN mobilisieren können.

- **(Ökumenischer) Fahrradgottesdienst**
mit Fahrradweihe, um Kirchen miteinzubinden

- **Einbinden von Schulen/Schulklassen oder Unternehmen mit kommuneninterner Wertung und Auszeichnung**

Wer radelt am meisten? Wer hat die meisten Teammitglieder? Fordern Sie Schulen und Unternehmen auf, ihre Radelnden zu belohnen, z. B. mit einem gesunden Frühstück, Fahrradutensilien oder einem kostenlosem Fahrradcheck

- **Lesung für Kinder**

- **Radel-Angebote für Geflüchtete**

Regen Sie die Gründung eine STADTRADELN-Teams an, bestehend aus Geflüchteten, Menschen aus der Geflüchtetenarbeit und weiteren Interessierten. Dabei zeigt sich, Radfahren ist nicht nur gut fürs Klima, es belebt Städte und Gemeinden, lässt die Gesellschaft enger zusammenwachsen und überwindet etwaige Sprachbarrieren. Zusammen können Touren zu lokalen Sehenswürdigkeiten, zum Badensee oder einem anschließenden Grillfest organisiert werden. Ergänzt werden kann das Angebot mit einem kostenlosen Radverleih oder einer Radwerkstatt für Geflüchtete

- **Veranstaltungen unter einem bestimmten Motto**

Finden Sie Anlässe, die mit dem STADTRADELN verbunden werden können: wie „Mit dem Rad zum Bad“, „Mit dem Rad zum Einkaufen“, „Mit dem Rad zur Arbeit“, autofreier Tag, Klimaschutztag, Stadtfest in der Fußgängerzone etc..



KAPITEL 8

WETTBEWERBE

Der Reiz des STADTRADELN besteht natürlich im Wettbewerbsfaktor. Dass dieses Prinzip funktioniert, beweist der Erfolg der Kampagne. Verleihen Sie dem STADTRADELN bei Ihnen vor Ort doch eine zusätzliche Würze, indem Sie weitere Wettbewerbe einstreuen. So können gerade Kommunen, die das STADTRADELN bereits seit einigen Jahren durchführen, die Spannung erhalten.

Diese lokalen Wettbewerbe sind denkbar:

- **Kür/Publikumspreis des „Fahrradfreundlichsten Betriebs“ oder des „Fahrradfreundlichsten Geschäfts“**
mit den bestgelegenen/sichersten/meisten Radabstellplätzen, Dusch-/Umkleideeinrichtungen etc.
- **STADTRADELN-Schnitzeljagd**
- **Kilometer-Ratespiel/ Kilometer-Orakel**
Wer kann das Ergebnis der eigenen Kommune voraussagen?
- **Organisation von (Sach-)Preisen**
Verlosen Sie z. B. eine Reise in die Partnerstadt der Kommune
- **Fahrrad-Auto-Duell oder Fahrrad-Fahrrad-Duell zwischen Parlamentarier*in und Journalist*in**
Wer radelt während des STADTRADELN am meisten? Wer lässt öfter das Auto stehen?
- **Mitsingstrecke**
Geben Sie 50 m Radweg zum lauten Singen frei: ein Radio/Kamerateam zeichnet alles auf und die besten radelnden Sänger*innen werden z. B. durch Abstimmung auf Social Media prämiert!
- **Fotowettbewerb**
Geben Sie Themen vor, zu denen die Radelnden dann Fotos oder Videos von sich machen und diese unter einem von Ihnen bekanntgegebenen Hashtag auf Social Media veröffentlichen. Diesen Hashtag schneiden Sie am besten auf Ihre Kommune zu – z. B. #stadtradelnkommunenname.
Hier einige Themenvorschläge, die Sie auch im Wochenturnus wechseln können:
Mein Lieblingsort: Zum Lieblingsort radeln und ein Foto von sich machen
Frühjahrs-putz: Videos, wie (auf witzige Weise) das Fahrrad fit fürs STADTRADELN gemacht wird
Ich unterstütze meinen lokalen Einzelhandel: Foto, wie mit dem Rad z. B. ein Essen vom Lieblingsrestaurant abgeholt wird oder ein Buch vom Buchladen um die Ecke gekauft wird
Witziges Outfit: die Radelnden können sich oder ihr Fahrrad verkleiden

TIPP Auf unserer Seite zur Kampagnenvorbereitung und -organisation finden Sie weitere Leitfäden, um sich optimal auf das STADTRADELN vorzubereiten – zum Beispiel das STADTRADELN-Checkheft für Newcomerkommunen.

www.stadtradeln.de/kampagnenorganisation

KAPITEL 9

WERBUNG UND MERCHANDISE

- **STADTRADELN-Meter**

Öffentlicher Aushang des tagesaktuellen Kilometerstandes in Betrieben, Schulen, Bibliotheken und im Rathaus sowie auf der kommunalen Website

- **STADTRADELN-Band oder -Wimpel am Fahrrad**

Mit einem entsprechenden Band oder Wimpel wird sichtbar, wer alles beim STADTRADELN mitmacht (Eigenproduktion durch Kommune)

- **Großflächige Verteilung von STADTRADELN-Fahrradsattelüberzügen**

Sichtbar wird die Aktion auch mit der Verteilung von Fahrradsattelüberzügen an Bahnhöfen und anderen öffentlichen Plätzen (bestellbar unter stadtradeln.de/werbegeschenke)

- **Kreideschablonen**

Machen Sie auf Geh- und Radwegen oder (Park)Plätzen mit einer Bodenschablone und wasserlöslicher Sprühkreide auf STADTRADELN aufmerksam (bestellbar unter stadtradeln.de/pr-materialien)

stadtradeln.de
radar-online.net

