

Eine Kampagne des



Klima-Bündnis

IDEEN FÜR KOMMUNEN

Stand: 27. April 2021



STADTRADELN
Radeln für ein gutes Klima

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 für Sie entwickelt.

Im ersten Kapitel erhalten Sie einen Überblick, worauf Sie bei der **Öffentlichkeitsarbeit** für die Kampagne achten sollten. In den folgenden Kapiteln erwarten Sie zahlreiche Aktionsideen, für eine erfolgreiche Kampagne. Die Ideen sind 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
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 abwechslungsreich! 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 unterschiedlichen Medien (z. B. Zeitung, Internet, Aktionen auf der Straße) nutzen und möglichst viele Facetten des Themas Radverkehr beleuchten.

Lassen Sie sich dabei von der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit Ihrer Kommune unterstützen und nutzen Sie vorhandene Kommunikationskanäle!

Wen wollen Sie womit wie erreichen?

Stellen Sie sich diese Frage am besten vor jeder Aktion, die Sie planen und vor jeder Pressemitteilung, die Sie verschicken! 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 Rush-Hour 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 können. 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 bereitwilligsten werden sich Menschen beteiligen, die bereits regelmäßig mit dem Rad unterwegs sind. Sie sind wichtige Multiplikator*innen Ihrer Kampagne und überzeugen im Büro, 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 daher eine Kommunikation in die Richtung „Wir holen für drei Wochen das Fahrrad aus dem Keller und steigen danach wieder ins Auto“! 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 eben 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 die bisherigen Ergebnisse kommunizieren, 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 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 in Programmkinos 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, Instagram, YouTube, Snapchat, Tik Tok, Blogs). Nutzen Sie hierbei regelmäßig schon bestehende Accounts Ihrer Kommunalverwaltung und binden Sie aktiv relevante Interessengruppen ein, indem Sie diese bitten, Ihre Posts weiter zu verbreiten.

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 Infobrett 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 von damals.



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 oder Radtouren

- **Abschlussveranstaltung zum STADTRADELN**

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

- **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)

- **Fahrradflohmarkt**

- **Einweihung von Radinfrastruktur**

- **Besuch des STADTRADELN-Botschafters¹**

Der STADTRADELN-Botschafter ist jedes Jahr auf Tour durch STADTRADELN-Kommunen und solche, die es werden wollen. Bei seinen Besuchen steht er bereit für allerlei medienwirksame Veranstaltungen, Interviews, Podiumsdiskussionen oder eine gemeinsame Radtour.

¹ Aufgrund der Corona-Pandemie findet 2021 keine Tour des STADTRADELN-Botschafters statt.

TIPP Die Besuche unseres Botschafters sind Jahr um Jahr sehr beliebt und er kann auf seiner mehrwöchigen Tour immer nur 40 bis 50 Kommunen vorbeikommen. Daher hat der STADTRADELN-Botschafter einen guten Tipp für Sie: Bewerben Sie sich spätestens bis Februar bei ihm!

www.stadtradeln.de/botschafter

KAPITEL 3

Radtouren

Radtouren – die wohl bekannteste Freizeitaktivität mit dem Fahrrad. 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.

Im Falle bestehender Abstandsregelungen, durch die gemeinsame Touren nicht möglich sind, können Sie auch Tourenpläne oder -beschreibungen online bereitstellen, die die Radelnde dann allein oder mit Menschen aus ihrem Haushalt radeln können.

Was für Touren in Frage kommen können, zeigen wir Ihnen hier:

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

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**

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).

- **Neubürgerradtour** mit kommunalem Oberhaupt als Willkommensgeste
- **After-Work-Radtour**
- **Heimattour** der lokalen Krankenkassen mit Stempel in den Bonuspass
- 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, die ein anschließendes Open-Air-Kino, Konzert oder Grillfest umfasst. Beim Grillfest kann z. B. ein Fokus auf vegetarische Alternativen gesetzt werden, beim Fahrradkino kann ein durchs Radeln auf Radergomethern betriebener Beamer eingesetzt werden.

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 für 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!

- **Befragung zur Radverkehrssituation in der Kommune**

- **Zukunftswerkstatt Radverkehr**

Laden Sie Ihre Bürger*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.

- **App und Auswertung der getrackten Strecken**

Wo sind regelmäßig viele Radelnde unterwegs? Wo läuft's flüssig und wo müssen sie permanent an roten Ampeln warten? Wo und warum werden bestimmte Radwege gemieden und andere Routen bevorzugt? Die Antworten auf diese Fragen suchen wir gemeinsam mit Spin-off-Unternehmen der TU Dresden in Forschungs- und Entwicklungsprojekten. Auf Basis der seit 2018 getrackten Strecken leiten wir gemeinsam Erkenntnisse über den Radverkehr ab. Die Ergebnisse werden in sogenannten Heatmaps, Verkehrsmengen- und richtungsabhängigen Geschwindigkeitskarten, Quelle-Ziel-Relationen sowie Wartezeiten an Knotenpunkten visualisiert. Den kommunalen Verkehrsplaner*innen in den STADTRADELN-Teilnehmerkommunen können diese wertvollen Informationen zur Verfügung gestellt werden. Und natürlich gilt: Je mehr Strecken getrackt werden, desto aussagekräftiger sind die Ergebnisse! Rufen Sie Ihre Radelnden auf, mitzumachen, ihre Kilometer zu tracken und damit die Radinfrastruktur vor ihrer Haustür zu verbessern!

- **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.



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.

Ideen für mögliche Kooperationen finden Sie hier :

- **Schaufensteraktion „STADTRADELN und Einzelhandel“ in Kooperation mit dem Einzelhandel**

Mehrere Geschäfte dekorieren ihre Produkte in Schaufenstern mit Rädern und entsprechenden Utensilien oder lassen diese von Kindertagesstätten und/oder Schulen dekorieren, um auf das STADTRADELN und das Fahrradfahren aufmerksam zu machen. Am Ende kann über das schönste STADTRADELN-Schaufenster abgestimmt und dieses öffentlich prämiert werden

- **Einbindung von Geschäften**

die Sonderangebote oder Rabatte zum STADTRADELN oder exklusiv für die STADTRADELN-Teilnehmenden anbieten (STADTRADELN-Buttons können z. B. ausgegeben werden und als „Teilnahmebeweis“ fungieren)

- **Einbindung von lokalen Unternehmen /Geschäften**

Verteilung von Flyern und Plakaten, Sponsoringanfragen – z. B. (Sach-)Spenden für die Preisverleihung auf der kommunalen STADTRADELN-Abschlussveranstaltung oder für eine Verlosung als Gewinnanreiz zur STADTRADELN-Teilnahme etc. Die Einbindung funktioniert am besten, wenn das Unternehmen/ Geschäft gleich selbst mit einem STADTRADELN-Team teilnimmt

- **CITY CYCLING - VILLE EN SELLE - BIUCIDAD...**

Kommunen können ihre ausländischen Partnerstädte zu einer gemeinsamen STADTRADELN-Teilnahme motivieren - denn zum STADTRADELN sind alle Kommunen weltweit herzlich eingeladen! Eigens dafür gibt es alle Infos zur Kampagne mittlerweile auf vier weiteren Sprachen

- **Radfahren ist cool**

STADTRADELNDE erhalten ein Eis als Belohnung/Dankeschön an einem Stand mit lokalem Handel, an einem Eiscafé etc.

- **Lastenradlieferservice**

Vor allem der Einkauf bereitet mobilitätseingeschränkten Menschen oft Probleme. Aber auch mobile Leute fahren mit dem Auto einkaufen, da sie befürchten ihren Einkauf nicht mit dem Fahrrad transportieren zu können. Für den Zeitraum des STADTRADELN kann sich die Kommune unterschiedliche Lastenfahrräder besorgen und diese an Ehrenamtliche ausleihen, die dann den Einkaufstransport für andere Menschen übernehmen. Dazu können Lastenräder aus der Nähe geliehen werden www.velogistics.net, www.dein-lastenrad.de

- **Radeln für einen guten Zweck**

So könnte z. B. für zusätzlichen Ansporn pro erradeltem Kilometer ein gewisser Betrag von einem oder mehreren lokalen Unterstützer*innen an ein soziales oder ökologisches Projekt gespendet werden

- **Medien aktiv motivieren, eigene Teams zu bilden**

sodass die Identifikation zum STADTRADELN steigt und diese ein „Insider-Wissen“ erlangen

- **Polizei einbinden**

am besten mit einer Fahrradstaffel. So kann die Polizei bewusst mehr (Fahrrad-)Präsenz während des STADTRADELN zeigen, gezielt über Sicherheitsmaßnahmen (Verkehr, Raddiebstahl) informieren, Auto- wie Radelnde auf korrektes und rücksichtsvolles Verhalten hinweisen, das RADar! bewerben und natürlich mit einem STADTRADELN-Polizeiteam auch aktiv unterstützen.

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

Mit Statements/Grußwort auf Unterseite der Kommune (mit dem Rad zum Training!)



KAPITEL 6

STANDAKTIONEN

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** bei dem 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 (siehe VCD). 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 Parklücken aufruft.
- **STADTRADELN-Tankstellen**
Brötchen und/oder Obst an Radelnde verteilen und dabei auf das STADTRADELN aufmerksam machen; Aktion könnte auch mit lokaler Urban Gardening- oder foodsharing-Initiative durchgeführt werden
- **„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 und/oder Unternehmen mit kommuneninterner Wertung und Auszeichnung**
Wer radelt am meisten? Wer hat die meisten Teammitglieder? Fordern Sie Schulen/Unternehmen auf, ihre Radelnden zu belohnen, z. B. mit einem gesunden Frühstück für die Radelnden, Fahrradutensilien, kostenlosem Fahrradcheck etc.!
- **Lesung für Kinder**
- **Radel-Angebote für Geflüchtete**
Bildung eines STADTRADELN-Teams aus Geflüchteten und Integrationshelfer*innen. 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
- **Veranstaltung unter einem bestimmten Motto**
wie z. B. „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 bestgelegensten/sichersten/meisten Radabstellplätzen, Dusch-/Umkleideeinrichtungen etc.
- **STADTRADELN-Schnitzeljagd**
- **Kilometer-Ratespiel/ Kilometer-Orakel**
z. B. Ergebnis der eigenen Kommune voraussagen
- **Organisation von (Sach-)Preisen**
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 STADTRADELNS am meisten? Wer lässt öfter das Auto stehen?
- **Mitsingstrecke**
50 m Radweg zum laut Singen freigegeben: Radio/Kamerateam zeichnet auf, beste*r singende*r Radler*in wird (durch Abstimmung) 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 Newcomer-Kommunen.

www.stadtradeln.de/kampagnenorganisation

KAPITEL 9

WERBUNG UND MERCHANDISE

- **STADTRADELN-Meter**

Öffentlicher Aushang des tagesaktuellen Kilometerstandes in Geldinstituten, Betrieben und im Rathaus sowie auf der kommunalen Website etc.

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

zeigt an, dass sich Radelnde an der Aktion beteiligt (Eigenproduktion durch Kommune)

- **Großflächige Verteilung von STADTRADELN-Fahrradsattelüberzügen**

an Bahnhöfen und anderen öffentlichen Plätzen, um aufs STADTRADELN aufmerksam zu machen (bestellbar unter www.stadtradeln.de/materialien)

stadtradeln.de
radar-online.net



Eine Kampagne des



Klima-Bündnis

Klima-Bündnis | Climate Alliance | Alianza del Clima e.V.
Europäische Geschäftsstelle
Galvanistr. 28 | 60486 Frankfurt am Main | Deutschland
Tel. +49 69 717139-0, Fax +49 69 717139-93
europe@klimabuendnis.org
klimabuendnis.org

