

PROMOTION / **DAS FAHRRAD-BEWUSSTSEIN STEIGERN**

FAHRRAD-EVENTS UND -FESTIVALS

Überblick

Da jeder gern feiert, ist ein Fahrradfestival eine gute Methode, um positive Aufmerksamkeit auf das Radfahren zu lenken. Fahrrad-Events und -festivals dienen dazu, Menschen für das Radfahren zu interessieren und praktische Erfahrungen mit Fahrrädern und dem Radfahren anzubieten. Festivals und Events, ob klein oder groß, sollten Spaß machen. Es sollte sich um Mitmach-Aktionen handeln, durch die Sie Kontakte zu aktiven und potentiellen Radfahrern herstellen können, um sie unterhaltsam zu informieren und fürs Radfahren zu gewinnen.

Hintergrund und Ziele

Definition

Eine Fahrrad-Event kann viele Formen annehmen, es kann groß sein oder klein. Im Allgemeinen sind es familienfreundliche Aktionen mit Aktivitätsangeboten, Unterhaltung, Informationen und Aufklärung mit Schwerpunkten auf verschiedenen Aspekten des Radfahrens und des Fahrrads.

Funktion/Zielsetzung

Fahrradfestivals und -Events sollen das Bewusstsein der breiten Öffentlichkeit für das Fahrrad und das Radfahren durch eine Mischung aus Unterhaltung, Aktivitäten und Aufklärung zu den Themen Radfahren und Fahrrad steigern. Indem Menschen erleben, wie viel Spaß Radfahren macht und wie praktisch Fahrräder sind, werden sie ermutigt, sich selbst für das Radfahren stärker zu interessieren.

Anwendungsbereich/Einsatzmöglichkeiten

Ein Fahrradfestival oder ein Fahrrad-Event ist für Starter-, Climber- und Champion-Städte¹ geeignet, kann aber abhängig von der Stadt unterschiedliche Formen annehmen.

Zielgruppe

Potentielle Radfahrer und Freizeitradfahrer.

Realisierung

Ein Fahrradfestival oder -Event kann einfach eine organisierte (Groß-)Gruppentour sein (siehe Beispiel „Fahrradfrühlingsgruß“ aus der guten fachlichen Praxis weiter unten) oder eine große und vielfältige Veranstaltung für Tausende Menschen (siehe Beispiel *Ciclovía* aus Bogota weiter unten).

Mögliche Zusammenarbeit

- Lokale Radfahrerorganisationen
- Fahrradhändler oder Fahrradanbieter
- Lokale Behörden
- Verkehrsbetriebe
- Medien
- Umweltgruppen, Initiativen, Vereine und andere Organisationen

¹ Die Merkblätter zur Realisierung behandeln Probleme von Städten mit unterschiedlicher „Fahrradreise“. Sie sind sowohl auf bereits führende europäische Fahrradstädte (**Champion-Städte**), als auch auf Fahrrad-Newcomer (**Starter-Städte**) mit sehr geringem Know-how und auf Städte mit mittlerem Erfahrungsstand (**Climber-Städte**) im Bereich Radverkehr zugeschnitten.



- Schulen
- Örtliche Arbeitgeber

Planungsüberlegungen

Ort und Umfang

Die Größe Ihrer Veranstaltung hängt von den Ressourcen ab, die Ihnen zur Durchführung zur Verfügung stehen. Der Ort sollte aber mit öffentlichen Verkehrsmitteln und dem Fahrrad leicht erreichbar sein.

Wer und was sollte vor Ort sein

- Lokale Radfahrerorganisationen
- Vertreter der lokalen Behörden/Politik
- Wenn möglich einige zumindest örtliche Prominente (Politiker, Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens, Sportler)
- Verkehrsbetriebe (Verbindung zwischen Radfahren und öffentlichen Verkehrsmitteln)
- Initiativen und Gruppen
- Anbieter von Fahrradtouren
- Hersteller oder Anbieter ungewöhnlicher Fahrräder (Liegeräder, Dreiräder usw.)
- Speisen und Getränke (ein durch Pedale angetriebener Mixer könnte den Menschen ermöglichen, ihre Getränke selbst zu mixen)
- Musik (durch Pedalkraft erzeugter Strom wäre eine wunderbare Ergänzung) – das Publikum sorgt reihum dafür, dass die Musik spielt
- Reichlich Fahrradparkplätze für Teilnehmer, die mit dem eigenen Fahrrad kommen und sich umsehen möchten
- Leihfahrräder für Personen, die kein eigenes haben

Mögliche Aktivitäten

Für fantasievolle Aktivitäten, die im Rahmen eines Fahrradfestivals oder eines Fahrrad-Events angeboten werden, gibt es keine Grenzen. Den Kern, den Sie im Blick behalten sollten, ist, dass Sie Spaß mit Informationen und Aufklärung verbinden möchten. Hier einige Möglichkeiten:

- Kurze Übungen zum sicheren Radfahren
- Gruppenfahrten
- Schmücken der Fahrräder
- Eine Fahrradparade
- Ein Parcours (Kurs mit Hindernissen) für Kinder (oder Erwachsene), damit sie Radfahrfähigkeiten erlernen und üben können
- Fahrradpolo
- Eine Fahrrad-Rallye
- Einradfahren
- Ausprobieren von Fahrrädern (siehe auch: Informationsplatt „Fahrradtests“)
- Ein durch Pedale angetriebenes Soundsystem für Musik
- Ein Quiz mit Fragen zum Radfahren in Ihrer Stadt (vielleicht mit einem Fahrrad als Preis)

Ein Radrennen kann zwar spannend für die Zuschauer sein, aber wenn Sie ein solches Rennen im Rahmen Ihrer Veranstaltung planen, sollten Sie bei den Besuchern des Events den Eindruck



vermeiden, dass sie durch schnelle Fahrräder an die Seite gedrängt werden, wie sie tagtäglich durch schnelle Autos an den Rand gedrängt werden.

Andere Aktivitäten zum Thema Fahrrad finden Sie unter www.mobilityweek-europe.org. Konkrete Beispiele für erfolgreichen Aktivitäten von Städten an einem autofreien Tag finden Sie unter www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=1398&lang1=de.

Promotion

- Sie sollten an vielen Orten Plakate aufhängen, z. B. in Gemeindezentren, Fahrradläden, Einkaufsstraßen, in Schulen und Kindergärten, in der Touristen-Information usw.
- E-Mails können an Gruppen und Verteiler versendet werden, deren Mitglieder an der Veranstaltung interessiert sein könnten.
- An und in öffentlichen Verkehrsmitteln können Werbeplakate angebracht werden.
- Nutzen Sie lokale Medien und andere Möglichkeiten der Informationsverbreitung. Laden Sie eine prominente Person ein, z. B. ein Mitglied einer lokalen Sportmannschaft oder einen Politiker. So wecken Sie zusätzliche Aufmerksamkeit der Medien und gesteigertes Interesse.
- Wenn es Straßensperrungen gibt, müssen Sie sicherstellen, dass die Öffentlichkeit darüber und über Alternativstrecken informiert ist.

Weitere Aspekte

Wenn möglich sollten Sie Ihre Aktion als jährliches Event statt als einmaliges planen, sodass Sie die Veranstaltung jedes Jahr verbessern können und sehen, wie sich das Interesse und die Teilnehmerzahlen mit der Zeit entwickeln.

Wenn es in Ihrer Gemeinde derzeit keine große Unterstützung für das Radfahren gibt, könnte die Einbindung eines Fahrrad-Events in den Zeitraum der Europäischen Mobilitätswoche (www.mobilityweek-europe.org) im September Ihrer Aktion zusätzlich eine bessere Basis für die Realisierung in Ihrer Gemeinde oder bei den örtlichen Entscheidungsträgern verschaffen. So wissen Ihre Bürger auch, dass sie an etwas Größerem als nur einem lokalen Festival teilnehmen.

Öffentliche Straßen sind ein gut geeigneter Ort für ein Fahrradfestival. Das Sperren der Straßen für den motorisierten Verkehr bietet den Menschen eine neue Perspektive auf ihre Stadt; sie können die Stadt ohne den Lärm und die Gefahr schnell fahrender Autos mitten auf der Straße erleben. In Städten, in denen das Radfahren nicht besonders geschätzt wird, kann es aber schwierig sein, die Entscheidungsträger zu überzeugen, dass Sie Platz von den Autos „ausleihen“. Wenn Sie in Ihrer Überzeugungsarbeit erfolgreich sind, sollten Sie relativ sicher sein, dass Sie die Straßen für die Dauer des Festivals mit Menschen und Aktivitäten füllen können. Damit bekommen die Menschen einerseits eine Idee davon, wie ihre Straßen genutzt werden können, wenn sie nicht voll mit Autos sind. Andererseits halten Sie so die Kritik daran in Grenzen, dass Sie Platz beanspruchen, der den Autos „gehört“. Wenn Ihre Aktion erfolgreich ankommt, werden mögliche Gegner nur wenig Unterstützung haben.

Stärken

- Sie können auf einen Schlag eine große Anzahl Personen erreichen.
- Ein Festival ist ein guter Anlass, um Menschen zu informieren und aufzuklären, während sie gleichzeitig gut unterhalten werden.
- Praktische Erfahrung ist die beste Werbung.
- Hier treffen verschiedene Fahrradexperten (-Enthusiasten) zusammen und können Fahrradinteressierte informieren und gewinnen.
- Es macht Spaß.

Schwächen

- Die Organisation ist sehr aufwendig und arbeitsintensiv.

- Die Veranstaltung relativ kostspielig sein - Sponsoring, Sachleistungen und zusätzlich eingeworbene Mittel von Dritten können zur Finanzierung beitragen..
- Der Erfolg solcher Veranstaltungen ist stark vom Wetter abhängig.

Erfolgsfaktoren und Hindernisse

- Stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Aktion gut bewerben: Der Erfolg hängt von der Anzahl Personen ab, die Sie anziehen.
- Unterschätzen Sie nicht den Wert eines Angebots von Speisen, Getränken und Musik! Dies sind Dinge, die eine angenehme Atmosphäre schaffen und die Menschen ermuntern, länger zu bleiben.
- Geben Sie Ihr Bestes, um nicht nur „die üblichen Verdächtigen“ zu erreichen. Sie sollten versuchen, diejenigen anzusprechen, die nicht oder nicht regelmäßig Rad fahren, im Gegensatz zu denen, die es regelmäßig tun.
- Die Veranstaltung sollte am besten kostenlos sein. Obwohl durch eine Teilnahmegebühr ein kleiner Teil der Kosten gedeckt werden könnte, stellt eine solche Gebühr vor allem in Orten, in denen das Radfahren kein hohes Ansehen genießt, eine Barriere dar, die Menschen von der Teilnahme abhalten könnte.

Bewertung der Wirkung

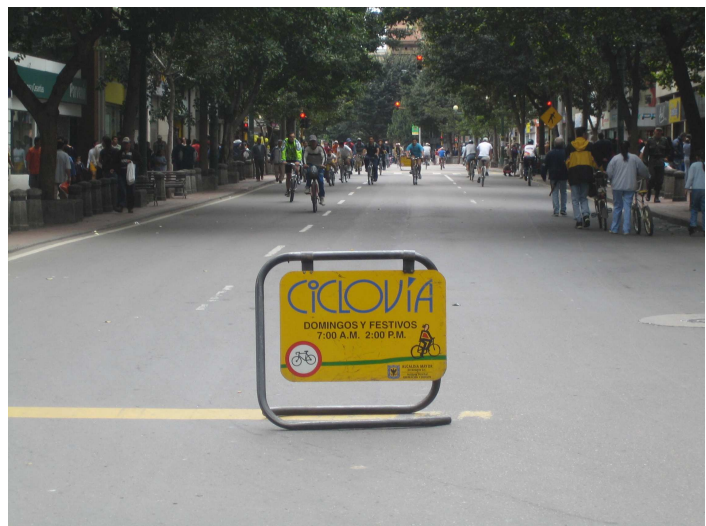
Zählen Sie die Teilnehmer. Dies kann bei einzelnen Aktivitäten geschehen und/oder als Gesamtbesucherzahl des Festivals oder der Veranstaltung. Sie können dafür etwas unauffälliges und ansprechendes wie einen Fahrradstempel auf den Händen der Teilnehmer nutzen oder ein Armband, wie es bei anderen Festivals verwendet wird. Wenn Sie Freiwillige zur Hand haben, die die Hände stempeln oder Armbänder anlegen (und zählen), können Sie die Gesamtzahl der Teilnehmer zählen und relativ sicher sein, dass Sie niemanden zweimal gezählt haben.

Beispiele für Good Practice

Fall 1

Ciclovía – Bogota (Kolumbien)

Ciclovía ist das spanische Wort für Fahrradweg, aber seine Bedeutung umfasst auch eine vorübergehende Sperrung der Straße für Autos, um anderen Verkehrsteilnehmern Vorrang zu geben. An jedem Sonn- und Feiertag von 7:00 bis 14:00 Uhr sind die Hauptstraßen von Bogota (und von Cali, Medellin und anderen kolumbianischen Städten) zugunsten der *ciclovías* gesperrt. Die Straßen sind dann autofrei und für Radfahrer, Läufer und Skater freigegeben. In den städtischen Parks werden Bühnen aufgebaut, auf denen Aerobic-Trainer, Yoga-Lehrer und Musiker Unterhaltung für die Zuschauer bieten. In Bogota bevölkern regelmäßig 2 Millionen Menschen (30 % der Einwohner) die mehr als 120 km autofreier Straßen.



Ciclovías finden in Bogota seit 1976 statt, aber in den letzten Jahren hat sich die Idee auch in anderen Teilen der Welt durchgesetzt, darunter auch in New York („Summer Streets“), Melbourne (Australien), Mexiko-Stadt und Quito (Ecuador). Ähnliche Aktionen mit unterschiedlichen Namen finden auch an anderen Orten statt, wie z. B. die Veranstaltung „Tal Total“ in Deutschland, in der Straßenabschnitte auf beiden Seiten des Mittelrheins an einem Wochenende im Sommer

ausschließlich für Fahrräder und anderen nicht-motorisierten Verkehr freigegeben werden.
(www.taltotal.de)

Diese Veranstaltungen können als Revival der autofreien Sonntage gesehen werden, die während der siebziger Jahre des letzten Jahrhunderts in vielen Teilen Europas veranstaltet wurden. In diesen Fällen besteht das Ziel aber darin, die Straßen den Menschen zu übergeben (und nicht den Benzinverbrauch zu senken). Indem Platz, der normalerweise für Autos reserviert ist, für Radfahrer und andere, nicht-motorisierte Verkehrsteilnehmer freigegeben wird, bilden *ciclovias* ein sichtbares Engagement zur Steigerung der Radfahrerzahlen in einer Stadt.

Hier finden Sie ein Video über die *ciclovía* in Bogota: www.streetfilms.org/ciclovía. Hier gibt es ein Video zu New Yorks erster *ciclovía*: www.ibiketo.ca/blog/2008/08/11/new-yorks-first-ciclovía-success

Bogota ist eine Starter-Stadt mit einem Radfahreranteil bei der Verkehrsmittelwahl von 3,2 % (im Jahr 2003), nach 0,8 % im Jahr 1995.

Bild: ShareAlike 2.0 über Flickr

Fall 2

Begrüßung des Frühlings mit Fahrrädern – Poznan (Polen)

Entsprechend der polnischen Tradition symbolisiert die slawische Göttin Marzanna den Winter und muss am ersten Frühlingstag ertränkt (oder verbrannt) werden, um den neuen Frühling zu begrüßen und den alten Winter zu beerdigen.

In Poznan nutzt die Radverkehrsabteilung der Stadt diese Gelegenheit des ersten Frühlingstages, um das Radfahren zu feiern und die Menschen zu ermutigen, ihre Fahrräder zu

besteigen. Daher versammeln sich jedes Jahr an dem Wochenende, das dem ersten Frühlingstag am nächsten ist, bis zu 200 Radfahrer, schmücken ihre Fahrräder, fahren zusammen durch das Stadtzentrum und werfen eine Darstellung der Marzanna (an der ein Seil befestigt ist, damit der Fluss nicht verschmutzt wird) in die Warthe.

Um den lokalen Politikern eine Botschaft zu vermitteln, vermittelt Marzanna jedes Jahr auch ein Problem des Radfahrens in Poznan. In der Vergangenheit hat Marzanna das Budget der Stadt symbolisiert, das kein Geld für Fahrradwege vorsieht. Oder hohe Bordsteine, Kopfsteinpflaster oder Ampeln, die den Radfahrern ein Überqueren der Straße erschweren. Vertreter der lokalen Behörden sind normalerweise bei der Veranstaltung dabei, so sind sie gut über die akuten Probleme der Radfahrer zu informieren.

Weitere Informationen finden Sie unter

www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=1684&lang1=de oder wenden Sie sich an Michal Beim unter michal@srm.eco.pl.

Poznan ist eine Starter-Stadt mit einem Radfahreranteil bei der Verkehrsmittelwahl von ca. 2,5-3 %.

Bilder: Roman Fontowicz

Danksagung

Dieses „Merkblatt zur Realisierung“ wurde mit finanzieller Unterstützung des Programms Intelligente Energie – Europa erstellt. Wir danken außerdem der Accell Group für ihren finanziellen Beitrag zur Übersetzung des Dokuments vom Englischen ins Deutsche.

