

PROMOTION / **KURSE und PROGRAMME**

## FAHRRADTESTEVENTS

### Überblick

Menschen, die das letzte Mal als Kind auf einem einfachen Fahrrad ohne Gangschaltung oder nur mit Rücktrittsbremse gefahren sind, oder Menschen mit körperlichen Einschränkungen, die nicht auf einem normalen Fahrrad fahren können, werden überrascht sein, welche Vielfalt an komfortablen Fahrrädern es gibt. Informationen über Fahrräder sind leicht zu bekommen, aber nur durch das Testen eines Fahrrads auf entsprechenden Veranstaltungen kann man wirklich das passende Rad finden und so dauerhaft Spaß am Radfahren garantieren.

### Hintergrund und Ziele

#### Definition

Fahrradtests werden meist im Rahmen einer eintägigen Veranstaltung angeboten, bei der Interessenten verschiedene Fahrräder testen können. Fahrradhersteller haben hier die Möglichkeit, verschiedene Fahrräder vorzustellen, und interessierte Personen können diese auf einer kurzen Teststrecke ausprobieren. Je nach Städtetyp (Starter, Climber oder Champion<sup>1</sup>) liegt der Schwerpunkt auf Alltagsfahrrädern. Die Veranstaltung kann sich auch speziell an bestimmte Zielgruppen, beispielsweise ältere Menschen, Menschen mit körperlichen Einschränkungen oder Familien mit kleinen Kindern wenden.

#### Funktion/Zielsetzung

Eine grundlegende Barriere für das Radfahren ist das Fehlen eines funktionsfähigen, komfortablen und angenehm zu fahrenden Fahrrads. Heute erhalten Menschen im Internet oder über andere Quellen leicht Informationen über die verschiedenen Fahrradtypen. Aber nur durch das tatsächliche Ausprobieren eines Fahrrads kann die Begeisterung für das Radfahren geweckt werden.

Durch Fahrradtests haben Menschen die Möglichkeit, sich zu informieren und eine Vielzahl unterschiedlicher Fahrräder Probe zu fahren, die sie sonst möglicherweise gar nicht in Betracht gezogen hätten. Vor allem bei den sogenannten Pedelecs, einer relativ neuen Entwicklung, ist die Zurückhaltung groß, wenn Interessenten sie nicht zuvor ausprobieren konnten.

Auf Fahrradtestevents können Teilnehmer eine größere Auswahl an Rädern miteinander vergleichen als dies bei einem gewöhnlichen Einzelhändler.

#### Anwendungsbereich/Einsatzmöglichkeiten

Fahrradtests eignen sich für Starter-, Aufsteiger- und Champion-Städte.

#### Zielgruppe

In Starter-Städten richtet sich die Veranstaltung an potentielle Radfahrer. Dies können beispielsweise Erwachsene sein, die das letzte Mal als Kind auf einem Fahrrad ohne Gangschaltung und mit einem harten Sattel gefahren sind, und die die neuesten Entwicklungen bei Fahrrädern noch gar nicht kennen.

Aufsteiger-Städte, in denen das Radfahren schon zum Alltagsbild gehört, aber noch nicht voll integriert ist, können Fahrradtests dazu genutzt werden, das Radfahren noch populärer zu machen. Beispiel:

- Vorstellen von Cargobikes für Unternehmen mit regelmäßigem Lieferservice

<sup>1</sup> 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.

- Schwerpunkt auf Familien mit kleinen Kindern und die Transportmöglichkeiten von Kindern (Kindersitze, Känguruhstangen, Fahrradanhänger usw.)

In Champion-Städten, in denen das Radfahren bereits Teil der Stadtkultur ist, könnten sich solche Veranstaltungen auf bestimmte Zielgruppen konzentrieren, beispielsweise auf Menschen mit körperlichen Einschränkungen, für die normale Fahrräder nicht geeignet sind. Vorgestellt werden können:

- Liegefahrräder (Fahrräder, bei denen sich der Radfahrer in sitzender Haltung befindet und die Pedale in horizontale Richtung getreten werden; geeignet für Menschen mit Rückenproblemen)
- Dreiräder oder Liegedreiräder für Menschen mit Gleichgewichtsproblemen
- Fahrräder mit Handpedalen für Menschen mit Querschnittslähmung, schwachen Beinen oder anderen Mobilitätsproblemen
- Pedelecs für physisch geschwächte Menschen

In Städten mit vielen Steigungen (Starter-, Aufsteiger- oder Champion-Städte) kann es sinnvoll sein, vor allem Pedelecs oder Räder mit umfangreichen Gangschaltungen vorzustellen, um die geografisch bedingten Hindernisse zu überwinden.

## Realisierung

### *Mögliche Zusammenarbeit*

---

- Fahrradhersteller oder lokale Fahrradhändler
- Hersteller von Fahrradzubehör, z. B. Anhänger, Kindersitze usw.
- Zielgruppenrelevante Organisationen oder Vereine
- Lokale Radfahrerorganisationen
- Lokale Medien

### *Planungsüberlegungen*

---

#### Veranstaltungsort

- Wenn sich die Veranstaltung allgemein an Radfahrer richtet, können durch einen zentralen, gut sichtbaren Veranstaltungsort Passanten angesprochen werden.
- Wenn der Schwerpunkt der Veranstaltung auf dem Testen von Pedelecs liegt, sollte ein Ort gewählt werden, der an einer relativ großen Steigung liegt, damit Teilnehmer die Wirkung der elektrischen Treithilfe ausprobieren können. Alternativ kann hierfür auch eine Rampe aufgebaut werden, oder die Veranstaltung kann in einem mehrstöckigen Parkhaus stattfinden, auch wenn dies nicht die attraktivste Variante ist.
- Ein großer, voll eingezäunter Bereich mit überwachtem Zugang hilft, die Fahrräder zu überwachen und sicherzustellen, dass alle Teilnehmer die Anleitungen und Informationen erhalten, die sie für eine sichere Probefahrt benötigen.
- Die Teststrecke sollte als ein in einer Richtung zu befahrender Kreis und nicht als gerade, lange Strecke angelegt werden. Dadurch werden mögliche Zusammenstöße vermieden und die Fahrräder kehren automatisch an den Startpunkt zurück, damit sie vom nächsten Interessenten getestet werden können.
- Es ist darauf zu achten, dass die Fahrbahn nicht glatt ist.

#### Wer und was wird benötigt:

- Die Fahrräder. Es wird eine große Auswahl an Fahrrädern in unterschiedlichen Größen benötigt, damit Interessenten alle wichtigen Alternativen ausprobieren können
- Broschüren und Informationsmaterial über sicheres Radfahren, lokale Radfahrkarten, Informationen zu lokalen Radfahrveranstaltungen oder -aktionen („Bike to Work“, Freizeitradtouren, internationaler autofreier Tag, Radfahrkurse usw.)
- Experten für die verschiedenen Fahrradtypen, die Spezialfunktionen erläutern können



- Gesundheitsexperten, wenn es sich bei der Zielgruppe um Menschen mit physischen Beeinträchtigungen handelt
- Mechaniker oder andere Experten, die die Fahrräder bei Bedarf schnell und genau einstellen können (Sattel, Lenker usw.), damit die Teilnehmer sie optimal testen können
- Lokale Radfahrerorganisationen
- Vertreter der Kommunalverwaltung, die über Radfahrinitiativen der Kommune informieren

### *Promotion*

---

- Laden Sie eine prominente Person ein, z. B. ein Mitglied einer lokalen Sportmannschaft oder einen Politiker, der an einem kleinen Rennen teilnimmt. So wecken Sie die Aufmerksamkeit der Medien und das Interesse für die Veranstaltung.
- Verbinden Sie den Fahrradtest mit einem Fest oder einer anderen Veranstaltung, die viele Menschen anlockt. Ein autofreier Tag, an dem die Straßen für den motorisierten Verkehr gesperrt sind, bietet die Gelegenheit, das Fahrrad als Fortbewegungsmittel vorzustellen.
- Wenn Sie sich an bestimmte Gruppen richten (z. B. ältere Menschen), arbeiten Sie bei der Werbung mit zielgruppenspezifischen Organisationen oder Vereinen zusammen.
- Nutzen Sie lokale Medien und andere Möglichkeiten der Informationsverbreitung. Durch die Teilnahme einer lokal bekannten Person (oder durch einen anderen medienwirksamen Aufhänger) wecken Sie Interesse.

## Weitere Aspekte

### *Stärken*

---

- Praktische Erfahrung ist die beste Werbung.
- Hier treffen sich verschiedene Fahrradexperten an einem Ort und können Fahrradinteressierte informieren.
- Hier können die Interessen der verschiedenen Zielgruppen berücksichtigt werden.
- Es macht Spaß.

### *Schwächen*

---

- Die Organisation ist relativ aufwendig und arbeitsintensiv.
- Die Veranstaltung kann je nach Sponsorenlage und/oder anderen finanziellen Zuwendungen relativ kostspielig sein.
- Der Erfolg von Veranstaltungen unter freiem Himmel ist wetterabhängig.

### *Bewertung der Wirkung*

---

Wenn Sie sich Kontaktinformationen von den Teilnehmern geben lassen, können Sie einige Monate nach der Veranstaltung eine Online-Umfrage starten, um zu ermitteln, ob die Teilnehmer seit der Veranstaltung ein Fahrrad gekauft haben und/oder ihr eigenes Fahrrad (sofern vorhanden) mehr nutzen.

Auch von den teilnehmenden Herstellern können Sie Informationen erhalten, ob und wie viel durch die Veranstaltungen verkauft wurde.

### *Erfolgsfaktoren und Hindernisse*

---

- Besonders in Starter-Städten sollte die Veranstaltung kostenlos sein. Obwohl durch eine Teilnahmegebühr die Kosten teilweise gedeckt werden könnten, stellt eine solche Gebühr vor allem in Gebieten, in denen das Fahrradfahren kein hohes Ansehen genießt, eine Barriere da, die Menschen von der Teilnahme abhalten könnte.
- Sorgen Sie für eine professionelle, aber freundliche und herzliche Atmosphäre, um Teilnehmern die Nervosität zu nehmen.

- Achten Sie darauf, verschiedene Fahrräder in unterschiedlichen Größen zu präsentieren, und stellen Sie ausreichend Mitarbeiter oder Freiwillige zur Verfügung, die die Räder individuell anpassen können (Sitzhöhe, Lenker usw.) Wenn Interessenten Fahrräder in der für sie falschen Größe testen, bekommen sie möglicherweise den Eindruck, dass Fahrräder seltsam oder unbequem sind. Idealerweise sollten Teilnehmer die Veranstaltung mit dem Gefühl verlassen, dass Radfahren Spaß macht und eine bequeme Art der Fortbewegung ist und dass sie sich vorstellen könnten, das Fahrrad öfter zu nutzen.

## Beispiele für Good Practice

### Fall 1

#### Pedelec-Test am autofreien Tag in Bremen

Am autofreien Tag 2009 organisierte der ADFC in Bremen einen Fahrradtest mit Schwerpunkt auf Pedelecs in einem mehrstöckigen Parkhaus. Der gewählte Veranstaltungsort gab Radfahrern die Möglichkeit, Fahrräder mit und ohne elektrische Unterstützung an einer Steigung zu testen.

Fünf lokale Händler stellten ca. 25 Pedelecs für Probefahrten zur Verfügung. Die Händler nahmen als Aussteller an der Veranstaltung teil, übernahmen aber auch die Aufsicht über die Räder. Während die Organisatoren keine genauen Angaben zum Erfolg der Veranstaltung machen konnten (Fahrrädern durften nicht verkauft werden), so war sie doch ausgesprochen gut besucht und das



Interesse an den Pedelecs war sehr hoch.

Weitere Informationen auf Deutsch finden Sie unter [adfc-bremen.de/cms/front\\_content.php?idcat=183&idart=867](http://adfc-bremen.de/cms/front_content.php?idcat=183&idart=867), oder wenden Sie sich an Klaus-Peter Land ([klaus-peter.land@adfc-bremen.de](mailto:klaus-peter.land@adfc-bremen.de)).

*Bremen ist eine Champion-Stadt mit einem Radfahrer-Modal Split (Verteilung des Transportaufkommens auf verschiedene Verkehrsmittel) von 25%.*

Fotos: Hannah Grundey

### Fall 2

#### Pedelec-Showroom in Stuttgart

2007 gab der Bürgermeister von Stuttgart bekannt, dass die Stadt das Ziel habe, den Anteil des Fahrradverkehrs am gesamten Verkehrsaufkommen auf 20 Prozent zu steigern. Doch da Stuttgart äußerst hügelig ist (Höhenunterschiede bis zu 300 m), begann man sich vermehrt mit Pedelecs auseinander zu setzen, und die Stadt beschloss, von einer Autostadt zu einer Pedelec-Stadt zu werden. In diesem Zusammenhang wurden bereits mehrere Initiativen gestartet. Eine davon ist ein Pedelec-Showroom an einem zentralen Ort in Stuttgart, in dem Menschen Pedelecs kennenlernen können und sich über die Mobilitätsoptionen informieren können, die Pedelecs bieten. Dies geschieht mit Unterstützung von ExtraEnergy, einem Verein, der sich auf die



## Give Cycling a Push

Merkblatt zur Realisierung

Verbreitung unabhängiger Informationen sowie Werbeveranstaltungen und Tests von leichten elektrischen Fahrzeugen weltweit spezialisiert hat ([www.extraenergy.org/main.php?language=en&category=extraenergy&subcateg=22&id=176](http://www.extraenergy.org/main.php?language=en&category=extraenergy&subcateg=22&id=176)).

Weitere Informationen zum Pedelec-Showroom finden Sie unter:

[www.datei.de/public/extraenergy/Showroom-Stuttgart-eng.pdf](http://www.datei.de/public/extraenergy/Showroom-Stuttgart-eng.pdf)

*Stuttgart ist eine Aufsteiger-Stadt mit einem Radfahrer-Modal Split (Verteilung des Transportaufkommens auf verschiedene Verkehrsmittel) von 7%.*

### 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.