



#MEHRPLATZFÜRSRAD

Kunde

ADFC - Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V.

Verantwortlich

Floriane Lewer

Agentur

BALLHAUS WEST & Agentur für Kampagnen GmbH

www.ballhauswest.de

Verantwortlich

Imran Ayata, Geschäftsführer

Christian Fries, Creative Director Text

Ignacio Mendez, Art Director

Charlotte Kohrs, Beratung



AUFGABENSTELLUNG

Es ist höchste Zeit für eine Verkehrswende, welche im Kern auf umweltgerechten Verkehrsmitteln beruht: dem Fahrrad! Denn wenn mehr Menschen auf das Fahrrad umsteigen, werden Städte von Lärm und Abgasen entlastet. Es ist also gut für alle!

Fakt ist auch: Der Platz wird immer enger und die Konflikte nehmen zu. Es herrscht ein Kampf um jeden Zentimeter und selbst Menschen, die eigentlich gerne Fahrradfahren, werden vom Autoverkehr und den schlechten Straßenbedingungen von den Straßen verdrängt.

Die Marketing- und Werbeziele

- Mehr Platz: Die Flächen für den Fahrradverkehr müssen breit genug sein, damit Radfahrende nebeneinander fahren und überholen können.
- Besserer Schutz: Um Menschen mehr Sicherheit beim Radfahren zu vermitteln, sollten geschützte Radfahrstreifen durch physische Barrieren wie Poller, Blumenkübel oder Bordsteine vom Autoverkehr getrennt werden.
- Mehr Engagement: Diebstahlsichere, barrierefreie und witterungsgeschützte Abstellanlagen an Wohngebäuden, Bahnhöfen oder zentralen Einrichtungen müssen gewährleistet werden – gute Radinfrastruktur braucht einen fachübergreifenden Ansatz, ausreichend Budget und Personal.

ZIELSETZUNG

Es ist also an der Zeit, den Lebensraum auf der Straße zurückzuerobieren – und den gesellschaftlichen Wandel von einer autozentrierten Aufteilung des öffentlichen Raums zu „Mehr Platz fürs Fahrrad“ voranzutreiben.

Der ADFC möchte mit seinen 185.000 Mitgliedern politische Entscheidungsträger*innen dazu bewegen, die Fahrradinfrastruktur zu verbessern, die Rechte von Fahrradfahrer*innen als Verkehrsteilnehmende stärker zu fördern und sie besser zu schützen: Es geht um die Schaffung von Sicherheit und Akzeptanz des Fahrradfahrens, denn Menschen fahren vor allem dann mit dem Fahrrad, wenn sie sich sicher und als Radfahrende voll akzeptiert fühlen.

STRATEGIE

Der ADFC ist ein kleiner Verband mit geringen finanziellen Ressourcen. Zudem ist die Organisation nicht kampagnenerprobt. Um für das Anliegen bundesweit Aufmerksamkeit zu bekommen, fehlt es vor allem an einem: Budget.

Unsere Strategie:

Wir bündeln die Anliegen des ADFC in einer übergreifenden Forderung, die zum Motto der Kampagne wird: #MehrPlatzFürsRad. Und wir setzen auf das größte Potenzial des ADFC: seine Mitglieder. Es muss eine Idee her, die die zahlreichen ADFC-Gruppen vor Ort aktiviert und sie deutschlandweit als glaubwürdige Botschafter*innen und Campaigner*innen für die Ziele des ADFC zum Einsatz bringt. Angesichts der hohen Anzahl von potenziellen Aktivist*innen und der lebensweltlichen Aufgabe ist das die beste Möglichkeit, sowohl die Ziele und Forderungen des ADFC einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen als auch durch die Aktionen neue Mitglieder für den ADFC anzuwerben.

ERGEBNISSE

Die Ergebnisse der Kampagne übertreffen alle Erwartungen:

Im gesamten Land waren ADFC-Mitglieder und Unterstützende als glaubwürdige Botschafter*innen und Campaigner*innen im Einsatz und machten überall #MehrPlatzFürsRad.

Im Kampagnenzeitraum von April bis November 2019 beteiligten sich 75 Prozent der rund 430 Gliederungen des ADFC mit lokalen Aktionen. Der ADFC verzeichnete mehr als 23.000 neue Mitglieder.

Die Followerschaft bei Facebook konnte um 65 Prozent gesteigert werden. Auf Instagram sogar um 110 Prozent.

Die Forderungen des ADFC haben nicht nur gesamtgesellschaftliche Aufmerksamkeit erhalten, sondern auch zur Umsetzung geführt: Um mehr Platz fürs Rad zu schaffen, wurden die Bundesmittel um 273 Prozent erhöht.

Aus einer Vision Wirklichkeit machen

273%

ERHÖHUNG DER BUNDESMITTEL
FÜR DEN RADVERKEHR

Quelle: Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V.

CASE SUMMARY

Es ist unübersehbar – wir brauchen eine Verkehrswende. Und: Das Fahrrad muss eine wichtige Rolle spielen. Denn das bedeutet weniger Stau, weniger Abgase, weniger Lärm. Genau das macht die Kampagne #MehrPlatzFürsRad erlebbar – mit einem Absperrrand.



Das Absperrrand verbindet

Deutschlandweite Aktionen sorgen für Aufmerksamkeit



Erstmals wurden Sonderprogramme des Bundes zur Realisierung von kommunalen Radverkehrsnetzen verabschiedet, z. B. durch Umnutzung von Fahrstreifen in geschützte Radwege, für Fahrradstraßen und sichere und moderne Abstellanlagen und Fahrradparkhäuser.

Die Straßenverkehrsordnung wurde zugunsten des Radverkehrs verschärft, beispielsweise durch die generelle Anordnung von Schrittgeschwindigkeit für rechtsabbiegende Kraftfahrzeuge über 3,5 Tonnen innerorts sowie die Ausweitung des Parkverbots vor Kreuzungen und Einmündungsbereichen mit Radwegen.

Zudem konnte im Kontext komplexer Themen wie Klimaschutz und Verkehrswende eine einfache und plakative Botschaft in den Leitmedien, sozialen Medien und auf der Straße verankert werden.

Darüber hinaus findet das Thema Einzug in der redaktionellen Berichterstattung aller Medien. Unzählige Berichte in der regionalen Presse, der Followerzuwachs in den sozialen Netzwerken und die Präsenz in den Leitmedien, wie z. B. auf der Titelseite der Welt, zeigen: Die Kampagne findet große Resonanz.

Der ADFC wächst

MEHR ALS

23.000

NEUE MITGLIEDER

Quelle: Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V.