

Radlust - Deutschland steigt auf

Mit der Radlust-Kampagne (www.radlust.info) will ein Projektteam der Universität Trier und der Kommunikationsagentur *raumkom* Deutschland in die europäische Spitzenliga des Fahrradverkehrs katapultieren. Bund, Länder und Kommunen werden mit dem Projekt aufgefordert, endlich engagiert in die Fahrradkommunikation und -Werbung zu investieren. Das Radlust-Projekt hat inzwischen zwei Preise gewonnen: Den 2. Preis des „best for bike“-Wettbewerb der deutschen Fahrradwirtschaft und den CO₂NTRA-Klimaschutzpreis der Saint-Gobain ISOVER Gruppe. Inzwischen wurde die Radlust-Ausstellung und die zugehörige Präsentation in über 50 Orten in Deutschland, Österreich und Luxemburg gezeigt. Mit über 400.0000 Besuchern der Ausstellung und einem breiten Medienecho ist die Kampagne Radlust bisher ein voller Erfolg.

Radlust - Idee und Vorgeschichte

Vieles spricht für eine stärkere Nutzung des Fahrrads im Alltag. Trotzdem stagniert der Fahrradanteil am Verkehrsmarkt seit langem. Das kann und soll sich durch eine professionelle Kommunikations- und Werbekampagne ändern, die einfach Lust aufs Radfahren macht - also für mehr Radlust sorgt. Das Projektteam ist überzeugt, dass sich mit professioneller Fahrradwerbung der Fahrradverkehr in Deutschland leicht verdoppeln ließe. Denn die Potenziale für das Radfahren in der Stadt sind enorm. Schließlich haben über 80% aller Haushalte mindestens ein Fahrrad, viele sogar drei oder mehr. Aber noch wird das Fahrrad von vielen Gelegenheitsradlern nur als Freizeitgerät und Schönwetterverkehrsmittel wahrgenommen. Dabei kann es bei regelmäßiger Nutzung im Stadtverkehr – etwa für den Weg zur Arbeit oder zur Ausbildung, zum Einkauf, ins Kino oder Theater, in die Kneipe und natürlich auch für die tägliche Freizeit - dazu beitragen, die typischen Stadtverkehrsprobleme zu lösen und die städtische Lebensqualität erheblich zu steigern. Denn es kommt ohne Treibstoff aus, spart Platz, ist hocheffizient, besonders stadtverträglich, gesundheitsfördernd, kostengünstig und umweltfreundlich. Radfahrer können jederzeit anhalten, abbiegen, wenden und erleben ihre Stadt viel intensiver als im Auto oder Bus. Trotz solcher guten Argumente pro Fahrrad kommt es dem Radlust-Team bei der Kampagne vor allem auf die emotionale Seite des Radfahrens an. Faszinierende Bilder zeigen, wie viel Spaß das Radfahren in der Stadt macht und wie kommunikativ das Fahrrad ist.

Radlust fordert von der Politik, das Fahrrad ernst zu nehmen und die üblichen Ausreden für geringen Fahrradverkehr zu vergessen: zu viele Berge, zu schlechtes Wetter, zu große Entfernungen, zu gefährliche Straßen, zu bequeme Menschen. Es werde viel zu viel über Gefahren und Infrastrukturprobleme geredet. Leider würden auch die Fahrradverbände und Bürgerinitiativen ihr Augenmerk viel zu oft auf die Mängel und Defizite im Fahrradsystem lenken, statt vor allem durch positive Kommunikation zum Radfahren einzuladen. In den vielen Tausend Tempo-30-Zonen deutscher Städte und Gemeinden könne man fast immer bequem und sicher radeln. Entscheidend sei der Wille zum Radfahren, eben die Radlust. Besonders die Oberbürgermeister und Landräte, die Firmenchefs und Prominenten sollten mit gutem Beispiel voran gehen und selbst so oft wie möglich auf das Fahrrad umsteigen - nicht

nur sonntags und im Urlaub. So könnte man die Dienstwagenflotte verringern und viel Geld sparen.

Radlust bemängelt, dass bislang weder die Bundesregierung noch die Landesregierungen oder die Kommunen, aber auch die Fahrradwirtschaft ausreichende Mittel in Werbung und damit eine Imagekampagne für das Fahrradfahren investieren. Das Radlust Projekt zeigt beispielhaft, wie gut gemachte Fahrradwerbung aussehen kann. Bei der Entwicklung der Plakate hat sich Radlust die hochprofessionelle, emotionale und erfolgreiche Autowerbung zum Vorbild genommen. Das Projekt schlägt vor, dass Geld beispielsweise für Kreativitätswettbewerbe bereit gestellt wird, mit dem Deutschlands Film-, Design-, Werbe- und Kunsthochschulen eingeladen werden, sich mit eigenen Beiträgen für Werbebotschaften, Bilder, Filme, Theater- und Musikstücke zu beteiligen. Somit soll das kreative Potential genutzt und das Fahrrad zum Kultobjekt aufgebaut werden.

Der Boom beginnt

Wie man mit attraktiven Kommunalfahrrädern die Menschen in kürzester Zeit aufs Fahrrad bringen kann, macht derzeit die französische Metropole Paris mustergültig vor. Sie dient dem Radlust-Team als Kronzeuge dafür, dass man selbst in einer Megacity voller Autoverkehr Millionen Menschen sofort aufs Fahrrad bringt, wenn man die richtigen Lockmittel verwendet und das Fahrrad als ideales urbanes Verkehrsmittel ernst nimmt und entsprechend unterstützt. In Paris werden an 1460 computergesteuerten Ausleihstationen über 20.000 öffentliche Fahrräder bereitgestellt, zur allgemeinen Benutzung gegen eine minimale Gebühr, die erste halbe Stunde ist sogar kostenlos. Der Erfolg ist riesig, jedes der über 20.000 Räder wird im Schnitt 12-mal pro Tag genutzt. 13 Millionen Fahrten in den ersten 5 Monaten zeigen, was möglich ist, wenn man sich als Kommune wirklich engagiert. Und auch der Pariser Bürgermeister erklärte unlängst, das Auto habe in der Stadt keine Zukunft mehr. Bis 2020 soll der Autoverkehr in Paris auf 40% zurückgeschraubt werden.

Das Pariser Velib-System ist ein High-Tech-Fahrrad-Verleihsystem, das von Europas größtem Anbieter für öffentliche Werbeflächen JCDecaux perfekt organisiert wird. Die Pariser Bürger und Touristen fragen nicht lange nach Radwegen, sie steigen einfach auf und fahren los. Paris, aber auch Lyon, Wien oder Luxemburg sind ermutigende Beispiele dafür, wie man Märkte neu in Bewegung bringt.

Dass Transporte auch in der Wirtschaft besonders ökonomisch und effizient mit dem Fahrrad abgewickelt werden können, haben vor allem die Postdienste erkannt. Die gelbe Postfahrradflotte gab es schon lange. Doch inzwischen sind auch viele blaue und grüne Lastfahrräder unterwegs, seit auch die privaten Postkonkurrenten sich mit dem Fahrrad des effizientesten und kostengünstigsten Transportmittels bedienen. Ob nun auch der Rest der Wirtschaft begreift, dass Fahrräder ein sehr gutes ökonomisches Transportmittel sind? Eigentlich müsste jetzt ein Boom für Werks-, Dienst-, Hotel- und Kommunalfahrräder einsetzen, als neuer Markt für die Fahrradindustrie und das Fahrradleasing, das mit seinen Full Service Angeboten kostengünstiges „Flottenmanagement“ möglich macht.

Radlust - die Produkte

Mit faszinierenden Bildern, Slogans und Texten hat das Radlust-Team eine 84-seitige Broschüre, einen 32-seitigen Ausstellungskatalog, 32 Großplakate und ein siebenminütiges Infovideo entwickelt, als Bausteine einer professionellen Werbekampagne, die die „Radlust“ der Bevölkerung steigern soll. Die ca. 60.000€ Produktionskosten wurden unterstützt durch einen großzügigen Zuschuss des Umweltbundesamtes, des Umweltministeriums und ergänzende Beiträge der Universität Trier. Städte und Gemeinden, Länder und der Bund sind eingeladen, den Radlust-Weg mitzugehen und entsprechende Aufträge für konkrete Kommunikations- und Werbeaktivitäten zu vergeben sowie Kreativitäts- und Innovationswettbewerbe zu organisieren. Das Radlust-Team ist natürlich besonders motiviert und qualifiziert, in Kooperation mit interessierten Kommunen zu beweisen, wie viel Bewegung in den Verkehrsmarkt gebracht werden kann.

Radlust on Tour

Seit Juni 2007 haben über 400.000 Besucher in ganz Deutschland die Radlust-Ausstellung gesehen. Zu den Highlights zählen u.a. die Präsentationen beim Evangelischen Kirchentag 2007 in Köln, beim Streetlife-Festival in München, im Deutschen Museum in München, beim internationalen Velo-city-Kongress in München, bei der Internationalen Fahrradmesse in Köln, bei der Oekommesse in Luxemburg, bei der Fahrrad- und Freizeitmesse in Essen und dem Steirischen Fahrradgipfel in Graz. Insgesamt hat die Wanderausstellung schon über 50 Städte besucht, meist in Kombination mit einem Radlust-Vortrag vor Ort. Inzwischen ist ECE, Deutschlands größter Shopping- Center- Investor, auf Radlust aufmerksam geworden und präsentiert die Radlust-Ausstellung in den großen Innenstadthäusern in Kassel, Bayreuth, Passau und Bremen. Man kann die Ausstellung und eine entsprechende Präsentation bestellen, man kann das Material aber auch für den jeweiligen lokalen oder regionalen Bedarf vom Radlust-Team adaptieren lassen und somit die Bürger motivieren, wieder häufiger aufzusteigen.

Prominente Preise für Radlust

Für das Projekt verlieh Staatssekretär Kasparik vom Bundesministerium für Verkehr, Bauen und Stadtentwicklung dem Radlust-Team am 13.9.2007 die Urkunde „best for bike“ beim Fahrradkongress der Internationalen Fahrradmesse (IFMA) in Köln. Am 20.11.2007 erhielt das Team im Rahmen der Klimaschutzinitiative CO₂NTRA des Isoliermaterialherstellers Saint-Gobain ISOVER aus Ludwigshafen im Rahmen eines Festaktes in der Kongresshalle Mannheim einen Förderpreis von 20.000€ zur Fortsetzung der Kampagne im Jahr 2008.

Weitere Informationen und zahlreiche Materialien zum Download finden sich auf der Internetseite des Projektes unter: www.radlust.info