

## **Radlust - Deutschland steigt auf**

**Mit der Radlust-Kampagne will ein Projektteam der Universität Trier und der Kommunikationsagentur *raumkom* Deutschland in die europäische Spitzenliga des Fahrradverkehrs katapultieren. Bund, Länder und Kommunen sind aufgefordert, endlich engagiert in die Fahrradkommunikation und - Werbung zu investieren. Radlust hat inzwischen zwei Preise gewonnen: Den 2. Preis des „best for bike“-Wettbewerb der deutschen Fahrradwirtschaft und den CO<sub>2</sub>NTRA-Klimaschutzpreis der Saint-Gobain ISOVER Gruppe. Mit etwa 400.000 Besuchern der Ausstellung, über 50 Präsentationen 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 Lust aufs Radfahren macht. Das Projekt 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: über 80% aller Haushalte haben mindestens ein Fahrrad, viele sogar mehrere. Aber noch wird das Fahrrad von vielen Gelegenheitsradlern nur als Freizeitgerät und Schönwetterverkehrsmittel wahrgenommen. Dabei kann es bei regelmäßiger Nutzung im Stadtverkehr dazu beitragen, die typischen Verkehrsprobleme zu lösen und die städtische Lebensqualität erheblich zu steigern. Das Fahrrad spart Platz, ist hocheffizient, besonders stadtverträglich, gesundheitsfördernd, kostengünstig und umweltfreundlich. Radfahrer sind flexibel, gesünder und erleben ihre Stadt viel intensiver als im Auto oder Bus. Dem Radlust-Team kommt es bei der Kampagne vor allem auf die emotionale Seite des Radfahrens an. Faszinierende Bilder zeigen wie viel Spaß das Radfahren in der Stadt macht.

Radlust fordert von der Politik, das Fahrrad ernst zu nehmen und die üblichen Ausreden zu vergessen: zu viele Berge, zu schlechtes Wetter, zu gefährliche Straßen, zu bequeme Menschen. Es werde viel zu viel über Probleme geredet - auch von den Fahrradverbänden und Bürgerinitiativen. 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.

Radlust bemängelt, dass bislang weder die Politik noch die Fahrradwirtschaft ausreichende Mittel in 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.

### **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 zeigt, dass man selbst in einer Megacity voller Autoverkehr Millionen Menschen sofort aufs Fahrrad bringt, wenn man 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.

Die Pariser Bürger und Touristen fragen nicht lange nach Radwegen, sie steigen einfach auf und fahren los. Paris, aber auch Lyon und Wien sind ermutigende Beispiele dafür, wie man Märkte neu in Bewegung bringt.

### **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 durch das Umweltbundesamt, das Umweltministerium und die Universität Trier unterstützt. Städte und Gemeinden, Länder und 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 und bei der Internationalen Fahrradmesse in Köln.

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. Über die Radlust-Homepage kann man 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.

### **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 CO<sub>2</sub>NTRA des Isoliermaterialherstellers Saint-Gobain ISOVER 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](http://www.radlust.info)