

## **Erfolgsfaktor RADLUST: Deutschland steigt auf**

### **Studenten wollen bundesweit Radverkehr verdoppeln**

**Steigende Energiepreise und globale Klimaerwärmung sind Schlagworte, die täglich durch die Medien geistern. Goldene Zukunftsaussichten für das Fahrrad: In Punkto Kosten- und Energieeffizienz toppt es alle übrigen Verkehrsmittel im Stadtverkehr. Jetzt haben 25 Studenten der Uni Trier eine innovative Werbekampagne entwickelt, um Politik und Wirtschaft aus dem Tiefschlaf zu rütteln. Eine bundesweite Verdopplung des Radverkehrs ist möglich – davon sind sie überzeugt.**

Nie waren die Voraussetzungen zur Steigerung des Radverkehrs besser. Das ist die Botschaft eines einjährigen Forschungsprojekts zur Verkehrskommunikation an der Uni Trier. Innerhalb der nächsten fünf Jahre könne der Anteil der Radfahrer problemlos verdoppelt werden. Was fehle, sei eine breit angelegte professionelle Werbekampagne, um die Menschen in Scharen aufs Rad zu locken. Professor Heiner Monheim – Initiator der studentischen Kampagne – sieht riesige Potenziale für den Radverkehr in Deutschland: "80 Prozent aller Haushalte besitzen mindestens ein Fahrrad."

### **Raus aus Kostenexplosion und Klimakatastrophe**

Die aktuelle klimapolitische Diskussion ist mittlerweile nicht nur in den Köpfen der Menschen angekommen, sondern macht sich auch ganz konkret im Portemonnaie bemerkbar. So sind die Ausgaben für Auto, Bus und Bahn in den letzten Jahren deutlich in die Höhe geschneit. Die Kosten für Anschaffung und Wartung eines Fahrrads sind da schon überschaubarer – und die Tankfüllung gibt's ohnehin umsonst. Kostengünstig und flexibel unterwegs zu sein, ist nach Auffassung der Studenten ein großes Plus. Raus aus der Staugesellschaft – emissionsfrei und gesundheitsbewusst.

### **Radlust wecken – Potenziale ausschöpfen**

Allen wirtschaftspolitischen Vorteilen des Fahrrads zum Trotz – wenn es an die Motivation der Menschen geht, stoßen harte Fakten schnell an ihre Grenzen. Das Projekt wagt sich daher auf neue Pfade der Argumentation: Mit professionellen Plakaten und Slogans möchte es Emotionen und Leidenschaft der Menschen ansprechen. Es soll begeistern und Lust aufs Radfahren in der Stadt wecken – RADLUST eben, wie der Name der Kampagne bereits verspricht.

Schon seit einem Jahr entwickeln die Studenten innovative Werbeplakate und Konzepte. Diese wollen sie der Kommunikationsbranche als Ideenpool zur Verfügung stellen. Freiheit, Kommunikation, Bewegungsfreude und Selbstverwirklichung sind nur einige der Aspekte, die sie aufgreifen und in Szene setzen. Mit ausgefallenen Ideen, viel Idealismus und dem nötigen Augenzwinkern haben sie Foto-Shootings rund ums Rad veranstaltet, getextet und Werbung analysiert. Das Bundesumweltministerium ist bereits von dem Projekt überzeugt und unterstützt die Kampagne mit finanziellen Mitteln.

### **Internationale Aufmerksamkeit garantiert**

Jetzt tritt RADLUST endlich ans Licht der Öffentlichkeit: nach langer Schaffensphase sollen die Ergebnisse Politik, Verkehrsverbänden und Fahrradwirtschaft sowie der professionellen Werbebranche präsentiert werden. Zum ersten Mal wird das Projekt vom 6.-8. Juni auf dem

evangelischen Kirchentag in Köln zu sehen sein. Anschließend touren die Studenten zur internationalen Velo-city Konferenz nach München. Vom 12.-15. Juni werden hier 600 Fahrradfachleute aus aller Welt erwartet. In einer Workshop-Präsentation wollen die Studenten die Experten aus dem In- und Ausland von ihren Konzepten überzeugen. Außerdem wird es in München auch Ausstellungen zur RADLUST-Kampagne im Kulturzentrum Gasteig, im Deutschen Museum und auf dem Streetlife-Festival geben.

Mittlerweile hat sich das Projekt zum Selbstläufer entwickelt. RADLUST kann als Ausstellung über die Kommunen und über die Ortsverbände des VCD und des ADFC angefordert werden – die internationale Fahrradmesse IFMA hat die Ausstellung bereits gebucht. Im Anschluss an die IFMA-Präsentation in Köln im September wird die Kampagne dann auch als Wanderausstellung durch ganz Deutschland, Österreich und die Schweiz touren.

**Informationen zur RADLUST-Kampagne:**

**Termine:**

6.-8. Juni 2007: Evangelischer Kirchentag, Köln  
9.-10. Juni 2007: Streetlife-Festival, München  
ab 12. Juni 2007: Fahrradausstellung im  
Deutschen Museum, München  
13. Juni: Workshop „Communication“, Velocity,  
München

**Weitere Infos:**

[www.radlust.info](http://www.radlust.info)  
[presse@radlust.info](mailto:presse@radlust.info)