Radverkehrskommunikation

Kategorie
- Kommunikation

Zielgruppe
- Bürgerinnen und Bürger
- Pendler
- Schülerinnen und Schüler

Projektphase
- Planung
- Umsetzung
- Fortsetzung

Was ist Radverkehrskommunikation?

Radverkehrskommunikation kann als Werbung für das Fahrradfahren zusammengefasst werden. Grundlage ist die Erkenntnis, dass Personen dann auf das Fahrrad umsteigen, wenn drei Rahmenbedingungen gegeben sind:

1. Die physischen (fahrradspezifischen) Gegebenheiten sind möglichst attraktiv. Es sind z. B. sichere Fahrradwege, eine auf die Geschwindigkeit des Radverkehrs abgestimmte Ampelschaltung oder sichere Stellplätze vorhanden.
2. Die Person, die (künftig) das Fahrrad nutzen soll, verfügt über die nötigen Kompetenzen. Sie kann z. B. Fahrradfahren, beherrscht die Verkehrsregeln und kennt die für sie relevanten Fahrradwege, Anschlusshaltestellen, E-Ladestationen oder Stellplätze.
3. Die Normen, die eine Person und ihr Umfeld im Kopf haben, unterstützen das gewünschte Verhalten. Normen können z. B. sein, dass Fahrradfahren als „normal“ bzw. als typische Option für die Fortbewegung im Alltag gilt und von Freundeskreis und Kollegium sogar als besonders vorbildlich, nachhaltig oder gesundheitsfördernd honoriert wird.

Radverkehrskommunikation setzt bei den Punkten 2. und 3. an und vermittelt entweder die notwendigen Informationen über den Radverkehr oder adressiert die Normen, indem sie Radfahren in einen positiven Rahmen setzt. Ziel ist es, attraktive Bilder über die individuellen Vorteile des Fahrradfahrens zu zeichnen. Die Radverkehrskommunikation zeigt Gelegenheiten und motiviert zum Nachahmen.

Welche Vorteile bietet Radverkehrskommunikation?

Verglichen mit den Kosten für die Infrastruktur sind die Kosten für eine Fahrradkampagne gering, während ihr Anteil an der Verhaltensänderung hoch ist. Auch nach der abgeschlossenen Einführung einer Maßnahme kann über eine ansprechende Kommunikation die Akzeptanz und Nutzung der Maßnahme erhöht werden, sodass sich Radverkehrskommunikation dazu eignet, auf bestehende Angebote oder Maßnahmen aufmerksam zu machen.

Wie erfolgt die konkrete Umsetzung?

Zuerst muss konkretisiert werden, wer erreicht und welche Botschaft vermittelt werden soll. Zu klären ist, ob Wissen vermittelt oder die Norm adressiert werden soll. Anschließend wird entschieden, mit welchem Kommunikationsmittel die Umsetzung erfolgen soll. Je nach Zielgruppe und Botschaft reichen die Maßnahmen vom klassischen Werbespot oder -plakat, über die Schulung von Schülerinnen und Schülern oder in Firmen, bis hin zu Fahrradaktionswochen oder dem Sammeln von Fahrradmeilen.

Günstige Zeiträume für die Ansprache sind immer dann, wenn Personen neue Routinen ausbilden, z. B. kurz nach einem Umzug in die Gemeinde oder beim Schulübertritt. Als besonders erfolgreich haben sich Kampagnen erwiesen, wenn sie nicht nur sachliche Informationen vermitteln, sondern auch Emotionen und Lebensgefühl anspielen. Die vermittelten Informationen sollten daher mit Bezug zu sozialer Zugehörigkeit und positiven Gefühlen (Modernität, Bequemlichkeit, Spaß) gezeigt

werden.

Nach Planung und Umsetzung der Kommunikationsmaßnahme wird die Wirkung idealerweise evaluiert.

Herausforderungen bei der Umsetzung

Herausfordernd kann es sein, den richtigen Ton bei der Ansprache zu finden. Die Kommunikation sollte nicht schönfärben und die gewählten Bilder gleichermaßen attraktiv und glaubwürdig sein. Es empfiehlt sich, die Zielgruppe in die Entwicklung der Botschaften einzubeziehen, um deren Lebensgefühl tatsächlich zu treffen. Weitere Herausforderungen sind kurze Aufmerksamkeitszeiten bei der Social-Media-Kommunikation.

Verwandte Maßnahmen

Bikesharing (https://www.mobilikon.de/massnahme/bikesharing)
Bike and Ride-Anlagen (https://www.mobilikon.de/massnahme/bike-and-ride-anlagen)
Fahrradparkhaus (https://www.mobilikon.de/massnahme/fahrradparkhaus)
Mit dem Fahrrad zur Schule: Der BiciBus (https://www.mobilikon.de/massnahme/mit-dem-fahrrad-zur-schule-der-bicibus)
Radabstellanlagen (https://www.mobilikon.de/massnahme/radabstellanlagen)
Radverkehrstraining (https://www.mobilikon.de/massnahme/radverkehrstraining)
Radwegeausbau (https://www.mobilikon.de/massnahme/radwegeausbau)
Wegweisung für Radfahrende und Zufußgehende (https://www.mobilikon.de/massnahme/wegweisung-fuer-radfahrende-und-zufussgehende)

Verwandte Beispiele aus der Praxis

Initiative RadKULTUR: Radverkehrskommunikation in Baden-Württemberg (https://www.mobilikon.de/praxisbeispiel/initiative-radkultur-radverkehrskommunikation-baden-wuerttemberg)

Verwandte Instrumente

Kommunales Radverkehrskonzept (https://www.mobilikon.de/instrument/kommunales-radverkehrskonzept)
Online-Tool: Radwege-Check (https://www.mobilikon.de/instrument/online-tool-radwege-check)

Weitere Hilfen zur Umsetzung

Festlegung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/festlegung-einer-marketing-und-kommunikationsstrategie)
Neubürgermarketing (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/neubuergermarketing)

Publikationen zum Thema

Einladende Radverkehrsnetze (https://www.mobilikon.de/publikationssammlung/einladende-radverkehrsnetze)
Förderung des Radverkehrs in Städten und Gemeinden (https://www.mobilikon.de/publikationssammlung/foerderung-des-radverkehrs-staedten-und-gemeinden)
Was hemmt die Umsetzung der kommunalen Radverkehrsplanung? (https://www.mobilikon.de/publikationssammlung/was-hemmt-die-umsetzung-der-kommunalen-radverkehrsplanung)

Weiterführende Informationen

AGFK Niedersachsen/Bremen - Die sieben Gänge moderner Radverkehrskommunikation [abgerufen am 27.06.2024].

Video zur Session "Neue Narrative für einen Mobilitätswandel" auf der 4. NaKoMo-Jahreskonferenz [abgerufen am 27.06.2024].

Quellen

AGFK Bayern, 12.04.2018: Gute Öffentlichkeitsarbeit macht Lust auf mehr Radverkehr. Zugriff: https://agfk-bayern.de, Aktuelles [abgerufen am 27.06.2024].

Agora Verkehrswende, 2019: Neue Wege in die Verkehrswende. Impulse für Kommunikationskampagnen zum Behavior Change. Zugriff: https://www.agora-verkehrswende.de Veröffentlichungen, Neue Wege in die Verkehrswende [abgerufen am 27.06.2024].

Görgen, Benjamin, 2020: Praxistheorie – Nachhaltige Mobilität. In Barth, Thomas; Henkel, Anna (Hrsg.): 10 Minuten Soziologie Nachhaltigkeit. Bielefeld, S. 73-85.