



Gehen/Radfahren für Fitness und Freizeit



Gehen/Radfahren sind für alle Altersgruppen einfache Möglichkeiten körperlich aktiv zu sein. Zudem reduzieren sie das Risiko vieler chronischer Krankheiten, stärken psychisches Wohlbefinden, erhöhen die Lebenserwartung und machen glücklicher.

Ergebnisse

- Kampagnen und Initiativen müssen Menschen aktivieren und motivieren und auf lange Sicht für eine breite Zielgruppe Impulse setzen. Bereits etablierte Kampagnen wie der Autofreie Tag oder die European Mobility Week schaffen Rahmenbedingungen und Aufmerksamkeit für lokale Kampagnen.
- Lokale Medien spielen eine entscheidende Rolle, wenn es darum geht, ein positives Image vom Gehen / Radfahren zu zeichnen einen Großteil der Zielgruppe zu erreichen. Außerdem bieten sie kommunalen Politikern Möglichkeiten der Präsenz um diese Kampagnen zu unterstützen.
- Das Aufstellen von Schildern für Geh/Radwege ist werbewirksam und regt Leute an, aktive Mobilitätsformen zu wählen.

Unsere Tätigkeiten

Mehrere Umsetzungen im Rahmen von Active Access ermutigten mehr zu Fuß zu gehen / Rad zu fahren aus Gesundheitsgründen oder in der Freizeit.

- Thematische Gesundheitswege, Fahrradtouren in der Freizeit in Koprivnica, Kroatien.
- Autofreie Tage und andere Veranstaltungen in Tartu, Estland
- Earth Day und andere Veranstaltungen in Miercurea Ciuc, Rumänien
- „Die Erste-Schritte“ Kampagne, unkonventionelle bewussteinbildende Veranstaltungen, Bewegungsrezepte und Trainings mit den Weight Watchers in Graz, Österreich.



Kampagnen

Viele Kampagnen fingen klein an, zogen aber jedes Jahr immer mehr Aufmerksamkeit, Mitwirkung sowie mediales und politisches Interesse auf sich. Ungeöhnliche Maßnahmen wie z.B. Straßen für den Verkehr sperren, Gratisfahrräder anzubieten, Fotowettbewerbe oder Spaziergänge mit Politikern gaben Anlass darüber nachzudenken, wie aktive Mobilitätsformen Teil des Lebens sein können. Manche dieser Kampagnen werden zur Weiterführung in lokale Transportpläne übernommen.

Individuelle Initiativen

Einige Initiativen waren mehr personenbezogen, z.B. von Ärzten Bewegungsrezepte zu verschreiben, anstelle von Medikamenten, neue Anwohner mit Info zu aktiven Mobilitätsformen in ihrer Umgebung zu versorgen oder Leute zu bitten, Bilder und Eindrücke von der ersten Schritten ihrer Kinder zu teilen. Diese Ideen können ein effizienter Teil sozialer Kampagnen sein, da Menschen positiv auf sie reagierten.

Schritte zum Erfolg

Nutzen Sie bereits etablierte Kampagnen wie die European Mobility Week

Lokale Veranstaltungen im Rahmen von internationalen oder regionalen Thementagen, wie Earth Day oder dem Autofreiem Tag, abzuhalten, bietet eine prima Möglichkeit, Routinen im Jahreskalender zu entwickeln und Ressourcen und Unterstützung gemeinschaftlich und effizienter einzusetzen.

Eigendynamik auf lange Sicht erschaffen

Neue Ideen können bis zu ihrer Etablierung Zeit brauchen. Planen Sie also Kampagnen öfters auszuführen und lassen Sie sich durch anfänglich niedrige Teilnehmerzahlen nicht abschrecken.

Gruppentätigkeiten fördern Teilnahme

Ein höheres Motivationslevel unter TeilnehmerInnen kann erwiesenermaßen durch Gruppenaktivitäten, wie gemeinsame Spaziergänge oder die Nutzung von existierenden Netzwerken wie Weight Watchers, erzielt werden.

Setzen Sie auf Emotionen, überraschen und unterhalten Sie die Leute

Emotionale Aktionen können stärker und effektiver sein, als bloße Information. Daran zu erinnern, wie wichtig die ersten Schritte eines Kindes sind, aktive Mobilitätsformen durch Kunst zu fördern und Leute mit unkonventionellen Aktivitäten zu überraschen und erfreuen, kann eine positivere Einstellung bezüglich der Änderung von Gewohnheiten bewirken.

Bieten Sie die Möglichkeit Neues auszuprobieren

Menschen sind vorsichtig gegenüber dem Unbekannten. Deshalb muss die Möglichkeit neue öffentliche Plätze zu genießen oder Radzufahren sich als sicher und freundlich empfunden werden. Treten Sie aktiv an ihre Zielgruppe heran. Sichern Sie sich mediale Unterstützung und laden sie kommunale Politiker dazu ein, mit gutem Beispiel vorn zu gehen.

Laden Sie eine Reihe von Stakeholdern ein

Bieten Sie Kommunalpolitikern positive Berichterstattung, Begegnung mit dem Wahlkreis und Spaß. Um die Unterstützung und das Interesse an den Kampagnen zu erweitern, kooperieren Sie mit lokalen Medien, der Polizei, Wirtschaftsverbänden und Nachbarschaftsverbänden im Vorfeld der Veranstaltungen. Zeigen Sie den verschiedenen Gruppen den Nutzen auf.

Festigen Sie die Botschaft durch Infrastruktur und Unterstützung

Menschen brauchen zusätzliche Anstöße, um nach der Anfangsphase weiterhin zu Gehen / Rad zu fahren. Nachfolgetreffen, Gruppenaktivitäten, regelmäßige Spaziergänge und Tagebücher können helfen, die neue, aktiveren Lebensweisen zu festigen und neue Gewohnheiten zu etablieren.

Werbeschilder auf Geh / Radwegen verleiht ihnen Identität und bietet Möglichkeiten, von Sponsoren, Fördergeldern für Kampagnen und Aktivitäten zu erhalten.



Die alleinige Verantwortung für den Inhalt dieses Dokuments liegt bei den AutorInnen. Die alleinige Verantwortung für den Inhalt dieser Publikation liegt bei den Autoren. Er entspricht nicht notwendigerweise der Position der Europäischen Kommission. Weder die EACI noch die Kommission sind verantwortlich für eine mögliche Verwendung der hier enthaltenen Informationen.