

Fördernummer IEE/08/566/S12.528405 – ACTIVE ACCESS



## **ZUSAMMENFASSENDER BERICHT D3.1.: GESAMMELTE ERFAHRUNGEN AUS PRAXISBEISPIELEN IM ÖRTLICHEN KONTEXT**

Berichtsfertigstellung (engl.): 30.01.2010  
Projektbeginn: 01.08.2009  
Dauer: 36 Monate  
Projektabschluss: 31.07.2012

Autoren: Péter Wolf, (HCC, Federführung des Arbeitspakets),  
Tom Rye und Catriona O'Dolan (ENU, Konsortialführung), Robert Pressl (FGM-AMOR, Qualitätssicherung),  
mit Beiträgen aller Umsetzungspartner;  
Übersetzung: Difu (im September 2011)

Projektpartner: HCC: Ungarischer Fahrradclub, Budapest  
ENU: Edinburgh Napier University,  
FGM-AMOR, Forschungsgruppe Mobilität, Graz

Kontakt-E-mail: lukacs.harkay@kereparosklub.hu  
Telefon: +36 30 959-81-51  
Projekt-Website: www.active-access.eu

**Rechtlicher Hinweis:**

Die alleinige Verantwortung für den Inhalt dieses Berichts liegt bei den Autoren. Er gibt nicht die Auffassungen der Europäischen Gemeinschaften wider. Die Europäische Kommission ist für keinerlei Nutzung verantwortlich, die sich aus den hier enthaltenen Informationen ergeben könnte.

Die hier verwendeten Markenbezeichnungen dienen allein zur Veranschaulichung und sind Eigentum der jeweiligen Markeninhaber. Das Copyright der verwendeten Fotos und Bilder liegen bei den jeweils erwähnten Organisatoren der Kampagnen.

## INHALT

1. Einführung.....	1
3. Gute Praxisbeispiele – zu Fuß gehen.....	8
2.1. Gesunde Stadt Tewkesbury (Reihe “Zu Fuß”, Nr. 1).....	2
2.2. Portal CONNECT – autofrei zur Schule (Reihe “Zu Fuß”, Nr. 2).....	3
2.3. Fußgängerstadtplan in Camden (Reihe “Zu Fuß”, Nr. 3).....	5
2.4. Zu Fuß zur Arbeit – Kampagne in Großbritannien (Reihe “Zu Fuß”, Nr. 4).....	6
2.5. Radfahrstreifen – Fahrbahnparken – Business in Toronto (Reihe “Zu Fuß”, Nr. 5) .	7
3. Gute Praxisbeispiele – Rad fahren .....	8
3.1. Einkaufen mit dem Rad (Reihe“Rad fahren”, Nr. 1).....	8
3.2. SlowUp – Autofreie Aktionstage in der Schweiz (Reihe“Rad fahren”, Nr. 2).....	9
3.3. Bike It – Mit dem Fahrrad zur Schule in England (Reihe“Rad fahren”, Nr. 3).....	10
3.4. Fietspoolen – Radfahrgemeinschaften in Belgien (Reihe“Rad fahren”, Nr. 4) .....	11
3.5. Mit dem Rad zur Arbeit, Berliner Stadtreinigung BSR (Reihe“Rad fahren”, Nr. 5) .	12
4. Zusammenfassender Bericht der Umsetzungspartner .....	13
4.1 Gesamtresümee .....	13
4.2 Beispielhaft gesammelte Erfahrungen aus Praxisbeispielen .....	13
4.3 Fazit.....	15

## 1. EINFÜHRUNG

Eine Auswahl von Fallbeispielen für die Mobilität zu Fuß und mit dem Fahrrad zirkulierte bei den Active-Access-Umsetzungspartnern. Die Partner waren gefragt, sich mit den Beispielen auseinandersetzen und schließlich zu berichten, wie diese in ihrem örtlichen Bereich für die „Active-Access“-Aktivitäten verwendet und angepasst werden könnten.

Der vorliegende Bericht gibt knapp zusammengefasst ausgewählte Fallbeispielen wieder, zusammen mit der Auswertung durch die Active-Access-Partner. Den vollständigen Bericht über die „Best-Practice“-Beispiele finden Sie (allein in englischer Sprache) im auf der Projekt-Homepage unter [www.active-access.eu/docs/download](http://www.active-access.eu/docs/download).

*Hinweis der Übersetzung:*

*Das Projekt Active Access wird auf dem Fahrradportal des Nationalen Radverkehrsplans [www.nrvp.de](http://www.nrvp.de) in deutscher Sprache vorgestellt. Hier werden kontinuierlich – ebenso wie auch im europäischen Portal [www.eltis.org](http://www.eltis.org) - zahlreiche weitere neue Praxisbeispiele vorgestellt.*

## 2. GUTE PRAXISBEISPIELE – ZU FUSS GEHEN

### 2.1. Gesunde Stadt Tewkesbury (Reihe “Zu Fuß”, Fallbeispiel Nr. 1)

#### 2.1.1. Daten

Projektname: .....Tewkesbury Healthy Town

Active-Access-Ansatz:..... Allgemeine Werbeaktion

Ort:..... Tewkesbury: Großbritannien (10.000 Einwohner)

Zeitraum:..... Februar 2009 – April 2009

Link für weitere Informationen: ..... [www.tewkesbury.gov.uk/index.cfm?articleid=3316](http://www.tewkesbury.gov.uk/index.cfm?articleid=3316)



Abb. 2.1.: Logo der Kommune (Tewkesbury Borough Council)

#### 2.1.2. Zusammenfassung

Eine Vielzahl von Ansätzen und Aktionen wurden eingesetzt, um Gewohnheiten, Einstellungen und Verhalten der Einwohner zu ändern - und zwar in Hinsicht auf gesunde Ernährung, Bewegung und eine bessere Umwelt. Hierbei lag der Fokus speziell auf Jugendlichen sowie Bewohnern bestimmter Wohnanlagen, die als Zielgruppe für solche Initiativen nur schwer zu erreichen sind. Der Erfolg ist bedingt durch folgende Faktoren: strikt Lokalbezug aller Initiativen, Gewinnen einer bekannten Persönlichkeit als „Gesicht“ für die Kampagne, ein akteurs- / ämterübergreifender Ansatz sowie die Kontinuität von Kommunikation und gemeinschaftlichem Engagement. Außerdem gab es viele Gelegenheiten zur Beteiligung im Projekt: Befragungen, Treffen, Online-Tools, Veranstaltungen, Anreizsysteme, beliebte Treffpunkte (Clubs, Kneipen, Parks), außerdem die Präsenz in den Medien, besonders in der Lokalpresse und dem lokalen Rundfunk.

#### 2.1.3. Andere Projekte und nützliche Links

- Spielstraßen in Leuven, Belgium: [www.leuven.be/speelstraat](http://www.leuven.be/speelstraat) (in Niederländisch)
- Die Europäische Mobilitätswoche: [www.mobilityweek.eu](http://www.mobilityweek.eu) –
- Die Kensington-Märkte in Toronto, Kanada (kreativer Weg zum gemeinschaftlichen Engagement): [www.streetsalive.net](http://www.streetsalive.net)

## 2.2. Portal CONNECT – autofrei zur Schule (Reihe “Zu Fuß”, Fallbeispiel Nr. 2)

### 2.2.1. Daten

Projektname: .....CONNECT  
 Active-Access-Ansatz: ..... Wegezweck Schule/Kindergarten  
 Ort: ..... in neun EU-Staaten  
 Zeitraum: ..... Oktober 2007 – Oktober 2010  
 Link für weitere Informationen: .....[www.schoolway.net](http://www.schoolway.net)



Abb. 2.3.: Logo der Schoolway-Website

### 2.2.2. Zusammenfassung

Das „Verkehrsschlängenspiel“ (Traffic Snake Game) ist ein amüsantes Spiel und eine Kampagne, das junge Kinder (und ihren Eltern) während einer bestimmten Zeitperiode ermutigt, mit dem Fahrrad oder zu Fuß zur Schule zu gelangen. Die Schüler verdienen sich Aufkleber, wenn sie mit nachhaltigen Verkehrsmitteln zur Schule kommen. Diese Aufkleber werden auf einem Transparent gesammelt mit dem Ziel, die darauf abgebildete Schlange komplett mit den Aufklebern zu bedecken. Der dauerhafte Einfluss des Spiels auf das Mobilitätsverhalten der Kinder kann später nach Beendigung des Spiels ermittelt werden. Die wesentlichen Erfolgsfaktoren dieser Kampagne sind:

- Leichtigkeit der Durchführung;
- kindzentrierter Ansatz;
- Charakter als Trittsteine für eine kontinuierliche Beschäftigung mit der Thematik;
- als Verbindung zwischen eigenem Verhalten und der „realen“ Welt;
- ein erweiterter Ansätze gegenüber den Eltern, Politiker;
- minimale Kosten;

### 2.2.3. Andere Projekte und nützliche Links

- Grundschulprojekte in Großbritannien: [www.walktoschool.org.uk](http://www.walktoschool.org.uk)
- Projekte an weiterführenden Schulen in Großbritannien: [www.stepup.org.uk](http://www.stepup.org.uk)
- Bewegungsaktive und sichere Schulrouten (Kanada): [www.saferoutestoschool.ca](http://www.saferoutestoschool.ca)

#### D3.1 Zusammenfassung

- Nationales Zentrum für sichere Schulrouten (USA): [www.saferoutesinfo.org](http://www.saferoutesinfo.org)
- Internationale Website für die Suche nach unterstützenden Kampagnen: [www.iwalktoschool.org](http://www.iwalktoschool.org)
- Energieagentur ManagEnergy: [www.managenergy.net](http://www.managenergy.net) and [www.managenergy.net/themes/flash](http://www.managenergy.net/themes/flash)

## 2.3. Fußgängerstadtplan in Camden (Reihe “Zu Fuß”, Fallbeispiel Nr. 3)

### 2.3.1. Daten

Projektname: .....Walking Maps for Camden

Active-Access-Ansatz:..... Wegezweck Erholung/Freizeit

Ort:.....Camden, London, Großbritannien

Zeitraum:.....laufend

Link für weitere Informationen: ..... [www.camden.nhs.uk/walking-maps.htm](http://www.camden.nhs.uk/walking-maps.htm)



Abb. 2.5.: Logo des staatlichen Gesundheitsdienstes (NHS) in Camden, London

### 2.3.2. Zusammenfassung

Der NHS Camden, der staatliche Gesundheitsdienst im Londoner Bezirk (Borough) Camden, hat zusammen mit dem Fußgängerverband Walk England fünf einfache Routen für Spaziergänger veröffentlicht. Die Bewohner von Camden können über diese Routen ihren Stadtbezirk erkunden und gleichzeitig fit bleiben. Da die Routen eine Länge von einer halben bis zwei Meilen haben, sind sie für jedes Alter und jede körperliche Fitness geeignet. Die Fußgängerstadtpläne werden von Arztpraxen, Gemeinschaftszentren und Reha-Trainern verteilt. Die Erfolgsfaktoren sind insbesondere die enge Verbindung zu den Arztpraxen von Beginn des Projekts an, außerdem ein anschauliches, leicht zu verfolgen-des Kartenbild.

### 2.3.3. Andere Projekte und nützliche Links

- Worcestershire, Großbritannien: [www.worcestershire.gov.uk/cms/transport-and-streets/transport/walking/walking-maps.aspx](http://www.worcestershire.gov.uk/cms/transport-and-streets/transport/walking/walking-maps.aspx)
- Edmonton, Kanada: [www.edmonton.ca/for\\_residents/resident\\_services\\_programs/walking-map-workshops.aspx](http://www.edmonton.ca/for_residents/resident_services_programs/walking-map-workshops.aspx)

## 2.4. Zu Fuß zur Arbeit – Kampagne in Großbritannien (Reihe “Zu Fuß”, Fallbeispiel Nr. 4)

### 2.4.1. Daten

Projektname: .....Walking Works  
 Active-Access-Ansatz:..... Wegezweck Arbeit  
 Ort:..... Vereinigtes Königreich (Großbritannien)  
 Zeitraum:.....laufend  
 Link für weitere Informationen: .....[www.walkingworks.org.uk](http://www.walkingworks.org.uk)



Abb. 2.7.: Walking-Works-Logo

### 2.4.2. Zusammenfassung

Walking Works (*doppelsinnig assoziiert als „Zu Fuß zur Arbeit“ und „Beim Gehen klappt’s gut“*) ist eine Kampagne, die die Organisation Living Streets durchführt mit dem Ziel, mehr Leute nicht nur zum Fußweg zur Arbeit und zurück nach Hause zu ermuntern, sondern auch während der Arbeit mehr zu gehen. Dies wird erreicht durch landesweite Events für mehr öffentliche Aufmerksamkeit wie beispielsweise „Eine Woche zu Fuß zur Arbeit“, durch Online-Unterstützung von Einzelpersonen und Arbeitgebern, außerdem mit einem Kampagnenpartner Programm. In diesem Programm erhalten zehn Unternehmen in London und vier Unternehmen landesweit Unterstützung für ihre Mitarbeiter: mittels freien Beratungs- und Supportleistungen, Ressourcen, betrieblich maßgeschneiderten Interventionen, mit Monitoring und Evaluation.

### 2.4.3 Andere Projekte und nützliche Links

- Ein hilfreiches Handbuch für die Durchführung einer Befragung ist auf eigenen Website von Active Access zu finden:  
[active-access.eu/docs/1073/london\\_olympic\\_park\\_survey.pdf](http://active-access.eu/docs/1073/london_olympic_park_survey.pdf)

## 2.5. Radfahrstreifen – Fahrbahnparken – Business (Reihe “Zu Fuß”, Fallbeispiel Nr. 5)

### 2.5.1. Daten

Projektname: ..... Bike Lanes, On-street Parking and Business

Active-Access-Ansatz: ..... Wegezweck Einkaufen

Ort: ..... Bloor Street, Toronto, Kanada

Zeitraum: ..... Februar 2009

Link für weitere Informationen: ..... [www.cleanairpartnership.org/pdf/bike-lanes-parking.pdf](http://www.cleanairpartnership.org/pdf/bike-lanes-parking.pdf)



Abb. 2.8.: Logo der Partner für saubere Luft

### 2.5.2. Zusammenfassung

Die Studie untersucht die Effekte beim Entfernen des Gehwegparkern zu Gunsten von breiteren Gehwegen oder von mehr Fahrradstellplätzen in den Einkaufsbereichen von Toronto. Sie enthält Befragungsmethodik für Einzelhändler- wie für Passantenbefragungen, ebenso Auswertungstools für vorhandenen Verkehrsaufkommens- und Parkraumdaten. Die Befragung hilft der Stadtverwaltung zu beurteilen, ob die geäußerte Gegnerschaft zu Radfahrstreifen die Meinung der Mehrheit wiedergibt und ob die Warnungen über die Geschäftseinbuße auf Grund verringerter Pkw-Parkmöglichkeiten präzise zutreffen.

### 2.5.3. Andere Projekte und nützliche Links

- Zusammenbringen von Akteursgruppen zur Unterstützung von verbessertem öffentlichen Raums : [www.astute-eu.org/astute\\_toolkit/toolkit.php](http://www.astute-eu.org/astute_toolkit/toolkit.php)

## 3. GUTE PRAXISBEISPIELE – RAD FAHREN

### 3.1. Einkaufen mit dem Rad (Reihe“Rad fahren”, Fallbeispiel Nr. 1)

#### 3.1.1. Daten

Name of the project: ..... Einkaufen mit dem Rad

Active-Access-Ansatz: ..... Wegezweck Einkaufen

Ort: ..... Deutsche Städte mit 60.000 bis 3,4 Mio. Einwohner

Zeitraum: ..... September 2006 – September 2008

Link für weitere Informationen: ..... [www.einkaufen-mit-dem-rad.de](http://www.einkaufen-mit-dem-rad.de)



Abb. 3.1.: Einkaufen mit dem Rad, Projektlogo

#### 3.1.2. Zusammenfassung

Das Projekt „Einkaufen mit dem Rad“ wurde als Projekt des Umweltverbands B:U:N:D in sieben deutschen Städten durchgeführt, um ein Bewusstsein zu schaffen, dass Einkaufen mit dem Fahrrad schnell, wirtschaftlich, gesund und umweltfreundlich ist. Es soll helfen, straßenbezogen die Verhältnisse für Radfahrer auf der Straße zu verbessern. Dies wird erreicht mit Hilfe verschiedenster Aktionen, Events und Werbematerialien. Die Schlüsselfaktoren für den Erfolg waren: ehrenamtlicher Einsatz in B:U:N:D.-Sektionen, öffentliche Ko-Finanzierung bzw. fachliche Unterstützung der Sektionen durch eine bundesweite Koordination, öffentliche Finanzierung des Materialaufwands.

#### 3.1.3. Andere Projekte und nützliche Links

- Ein ähnliches Projekt in Belgien: [www.belgerinkel.be](http://www.belgerinkel.be)
- Ein Handbuch in deutscher Sprache aus der Schweiz zu Radverkehr und Einzelhandel siehe: [www.igvelo.ch/pro\\_velo\\_info\\_f.php](http://www.igvelo.ch/pro_velo_info_f.php)

## 3.2. SlowUp – Autofreie Aktionstage in der Schweiz (Reihe “Rad fahren”, Fallbeispiel Nr. 2)

### 3.2.1. Daten

Projektname: .....slowUp

Active-Access-Ansatz:..... Wegezweck Erholung/Freizeit

Ort:..... alle Regionen der Schweiz

Zeitraum:..... laufend seit 2000

Link für weitere Informationen: .....[www.slowup.ch](http://www.slowup.ch)



Abb. 3.3.: SlowUp-Projektlogo

### 3.2.2. Zusammenfassung

Die Kampagne unter Federführung einer Stiftung zur Gesundheitsförderung (einheitlich in allen Sprachen der Schweiz unter dem englischen Motto „SlowUp“) organisiert tageweise für den motorisierten Verkehr gesperrte Straßen in der Region, um auf den Straßen verschiedene nicht-motorisierte Bewegung und Kulturprogramme stattfinden zu lassen. Jedes Jahr werden mehr „slowUps“ in der gesamten Schweiz organisiert – 2009 waren es 15 Aktionstage mit zusammen mehr als 400 000 Radfahrern, Inlineskatern und Wandernern. Die Erfolgsfaktoren: eine einheitliche landesweite Marke mit Umsetzungshandbuch, Werbung für die Freude am gemeinsamen Radfahren / Laufen / Inlineskatern, Interessensvereinbarkeit mit der sich präsentierenden lokalen Geschäftswelt, mit Schwerpunkt auf lokalen und nationalen Medienpartner.

### 3.2.3. Andere Projekte und nützliche Links

- CTC's Cycling Holidays (UK): [www.cyclingholidays.org](http://www.cyclingholidays.org)

### 3.3. Bike It – Mit dem Fahrrad zur Schule in England (Reihe“Rad fahren”, Fallbeispiel Nr. 3)

#### 3.3.1. Daten

Name of the project: ..... Bike It  
 Active-Access-Ansatz:..... Wegezweck Schule/Kindergarten  
 Ort:..... England  
 Zeitraum:..... laufend seit 2004  
 Link für weitere Informationen: ..... [www.sustrans.org.uk/what-we-do/bike-it](http://www.sustrans.org.uk/what-we-do/bike-it)



Abb. 3.5.: Bike-It-Projektlogo

#### 3.3.2. Zusammenfassung

„Bike It“ arbeitet direkt mit Schulen zusammen und unterstützt sie dabei, das Rad fahren auch ins schulbezogene Mobilitätsmanagement einzubeziehen. Die Fahrrad-Champion-Schulen werden unterstützt, dabei demonstriert, dass Rad fahren bei Kinder und ihren Eltern eine beliebte Verkehrsmittelwahl darstellt. Die Schlüsselfaktoren zum Erfolg sind ein Mix aus guter Beratung und Aktionen. Der dauerhaft Erfolg hängt davon ab, inwieweit es gelingt, gute Bedingungen und Strukturen in den Schulen zu etabliere.

#### 3.3.3. Andere Projekte und nützliche Links

- Ein ähnliches Projekt für das zu Fuß gehen: [www.walktoschool.org.uk](http://www.walktoschool.org.uk)
- Genauere Beschreibung von Bike It und ähnlichen Aktionen in dem Dossier “Mit dem Fahrrad zur Schule”, Ausgabe FoR S-2 in der Reihe “Forschung Radverkehr“ unter [www.nrvp.de/transferstelle](http://www.nrvp.de/transferstelle)

### 3.4. Fietspoolen – Radfahrgemeinschaften in Belgien (Reihe“Rad fahren”, Fallbeispiel Nr. 4)

#### 3.4.1. Daten

Projektname: ..... Fietspoolen

Active-Access-Ansatz: ..... Wegezweck Schule/Kindergarten

Ort: ..... Belgien, Region Flandern

Zeitraum: ..... seit 2001

Link für weitere Informationen: ..... [www.fietspoolen.be](http://www.fietspoolen.be) (nur niederländisch )

[www.nationaler-radverkehrsplan.de/praxisbeispiele/anzeige.phtml?id=2094&lan=en](http://www.nationaler-radverkehrsplan.de/praxisbeispiele/anzeige.phtml?id=2094&lan=en)



Abb. 3.8.: Graphik des Fietspoolen-Projekts

#### 3.4.2. Zusammenfassung

Dieses Projekt arbeitet mit Schulen und Eltern zusammen um eine „Rad-Fahrgemeinschaft“ aufzubauen, d.h. Gruppen von Kindern, die entlang einer festgelegten Strecke mit einer erwachsenen Begleitperson zur Schule radeln. Angeregt durch die Kampagne führen zwischen 2004 und 2005 in Flandern insgesamt 2390 Kinder in einer Gruppe mit dem Fahrrad zur Schule. Die Schlüsselfaktoren zum Erfolg: Geringe Startkosten bzw. geringer Aufwand, regionale Unterstützung (in Form von Ausgabe von Helmen, insgesamt politischem Rückhalt), Zusammenarbeit zwischen Eltern, Lehrern, Polizei, Gemeinde, außerdem der Zeiteinsatz von geschulten (temporären) Betreuern.

#### 3.4.3. . Andere Projekte und nützliche Links

- „Sicher im Sattel“, Projekt in Liechtenstein:  
[www.eltis.org/study\\_sheet.phtml?study\\_id=2137&lang1=en](http://www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=2137&lang1=en)

### 3.5. Mit dem Rad zur Arbeit, Berliner Stadtreinigung BSR (Reihe“Rad fahren”, Fallbeispiel Nr. 5)

#### 3.5.1. Daten

Projektname: ..... Mit dem Rad zur Arbeit

Active-Access-Ansatz: ..... Wegezweck Arbeit

Ort: ..... Berlin

Zeitraum: ..... seit 2008

Link für weitere Informationen:

<http://www.nationaler-radverkehrsplan.de/praxisbeispiele/anzeige.phtml?id=2123>



Abb. 3.11.: Logo der Berliner Stadtreinigung BSR

#### 3.5.2. Zusammenfassung

Die Berliner Stadtreinigung startete eine interne Kampagne „Mit dem Rad zur Arbeit“. Mit 150 Teilnehmern im ersten Jahr konnte gezeigt werden, dass mit einfachen Regularien und Maßnahmen Verhaltensänderungen herbei geführt werden können. Die Schlüsselfaktoren zum Erfolg waren: eine Person, die sich im Unternehmen dem Interesse der Gesundheitsförderung verpflichtet hatte, die betriebliche Ausrichtung der Ziele auf betrieblicher und städtischer Ebene (modal split) und die betriebliche Kampagne als eine langfristige Aktion.

#### 3.5.3. Andere Projekte und nützliche Links

- Europaweite Beispiele: [www.epomm.org](http://www.epomm.org)

## 4. ZUSAMMENFASSENDE BERICHT DER UMSETZUNGSPARTNER

### 4.1 Gesamtresümee

Die Berichte der Umsetzungspartner zeigten, dass viele Ideen erst beim Lesen der Praxisbeispielsammlung ans Licht kamen. Mehrere Partner hatten bereits zuvor Erfahrungen mit ähnlichen Aktivitäten gemacht wie diejenigen, die im Rahmen von Active Access geplant waren. Sie hatten sich bereits mögliche Umsetzungsaspekte überlegt. Allerdings zeigten nun die neuen Beispiele viele Fragen aus einem anderen Gesichtspunkt und halfen den Umsetzungspartnern so, ihre geplanten Aktionen weiterzuentwickeln.

Meist stellten die Partner bei ihrer Rückmeldung zu den Fallstudien bestimmte Einzelheiten heraus (Methode, Material, Organisation usw.), die sie bei der mehr oder weniger modifizierten Übertragung auf ihre örtlichen Bedingungen berücksichtigen. Nach ihren Berichten erhielten sie hierfür auf diesem Weg viele nützliche Informationen.

Jedoch wiesen vielfach Partner auf die ihre eigene andersartige Ausgangssituation gegenüber den vorgestellten Fällen hin, beispielsweise Gemeindegroße, begrenzter Zeitrahmen, Probleme mit finanzieller Unterstützung und ehrenamtlicher Mitarbeit etc. Die Tatsache, dass die Unterschiede deutlich wurden - und der erneute Prozess des Nachdenken – verhalfen so zu klareren Vorstellungen über die eigenen geplanten Aktionen.

### 4.2 Beispielhaft gesammelte Erfahrungen aus Praxisbeispielen

Einige Beispiele dafür, was Partnern aus den Fallstudien im Einzelnen gelernt haben, soll im Folgenden dargestellt werden. *(Um von den einzelnen Partnern die jeweils weiteren Details zu erfahren lesen Sie bitte den vollständigen Bericht D3.1 - in Englisch auf der Projekt-Website [www.active-access.eu/docs/download](http://www.active-access.eu/docs/download) verfügbar.)*

- FGM will die Idee einer Serie verschiedene Spazierwege / Laufwegen auf einem Fußgängerstadtplan nach der „Camden-Kampagne“ in Graz einsetzen, ebenso das Praxisbeispiel maßgeschneiderte Ortinformationen, wie in der Kampagne „Einkaufen mit dem Rad“ gezeigt, verwenden.
- Die kroatische Stadt Koprivnica will die „Gesunde-Stadt-Tewksbury“ Fallstudie als Leitlinie dafür nutzen, wie Menschen erreicht und begeistert werden können, ebenfalls als auch wie man Kampagneergebnisse präsentiert. Die Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“ der Berliner Stadtreinigung soll auf den eigenen Entsorgungsbetrieb „Komunalac“ übertragen werden.
- Die estnische Stadt Tartu will Elemente der Schweizer „slowUp“-Kampagne nutzen, um Radfahrevents in der Stadt einzuführen; sie nimmt die Erfahrungen aus

der britischen „Bikelt“-Kampagne in die Kontaktaufnahme mit Schulen für ihre Fahrradkampagne im folgenden Frühjahr mit auf.

- Die rumänische Energieagentur HEMPS beabsichtigt Informationen und Ideen aus der Tewksbury-Kampagne für die Ausarbeitung ihres Active-Access-Konzepts, beispielsweise die Teilnahme an Bürgerversammlungen. HEMPS wird von der Fietspoolen-Kampagne Erfahrungen übernehmen, wie man Schulen ansprechen kann.
- Der ungarische Fahrradclub HCC befragte Studien wie die Toronto Clean Air Partnership für hilfreich als Argumente für die Errichtung von Radfahrstreifen, ebenso und eine Vorstellung davon zu erhalten was wie bei der Befragung der Einzelhändler erhoben werden soll. Sie werden die Daten und Erfahrungen aus der Kampagne „Einkaufen mit dem Rad“ in ihren Aktionsplan übernehmen, angepasst an den Kontext in Budapest.
- Das slowenische Zentrum für Gesundheit und Entwicklung CHD-MS hat sich nach Lesen der Fallstudie entschieden, das Verkehrsschlangenspiel (aus dem CONNECT-Projekt) umzusetzen. Auch wollen sie einige Aspekte von „Einkaufen mit dem Fahrrad“ bei der Umsetzung ihrer Einkaufskampagne nutzen.
- Die französische Energieagentur Prioriterre möchte die ersten Schritte der „Zu Fuß zur Arbeit“- Kampagne für ihre eigene „Zu Fuß zur Arbeit“-Aktion verwenden und beabsichtigt die Erstellung eines Fußgängerstadtplans wie beschrieben. Erfahrungen zur Kommunikation aus der „Einkaufen-mit-dem-Rad“-Studie sollen in die eigene Kampagne einfließen.
- Die spanische Energieagentur AER will einige kreative Ansätze anwenden, um die Gemeinde l'Alcudia einzubeziehen - wie geschehen in „streetsalive.net“ (siehe Fallbeispiel „Zu Fuß gehen“ Nr. 1). Das Beispiel des Fußgängerstadtplans aus Camden wird genutzt werden, um gut aussehende Karten zu entwerfen und um Bewohner in den Prozess einzubeziehen.
- Das Europa-Zentrum ESC in Zypern wird das Verkehrsschlangenspiel nicht nur in Grundschulen, sondern auch in weiterführenden Schulen einführen. Die „slowUp“-Studie inspirierte sie zur Einrichtung eines Fahrradclubs an der Universität von Nicosia und um „Fahrradsonntage“ zu organisieren.
- Die portugiesische Stadt Aveiro berichtete, dass sie durch die Erfahrung in „Tewkesbury Healthy Town“ ermutigt wurden, das Engagement auch einzelner Geschäftsinhabern außerhalb des Einzelhandelsverbandes anzugehen. Sie werden sich am Design des Fußgängerstadtplans von Camden für die Gestaltung ihrer eigenen Karte orientieren.
- Die rumänische Stadtforschungsvereinigung ATU fand die Prozessbeschreibung von „Zu Fuß zur Arbeit“ und die Berliner Stadtreinigungsstudie nützlich für ihre eigene Kampagne, insbesondere die Idee der Ermittlung eines „Laufchampions“, die Fokusgruppensitzungen und die Rolle des Organisators.

### 4.3 Fazit

Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass der Entstehungsprozess für diesen Bericht für das Active-Access-Konsortium sehr nützlich war. Er half den jeweiligen Umsetzungspartnern, auf einer soliden Grundlage Konzept zu entwickeln.

Alle Active-Access-Partner werden mit dem Sammeln und Austauschen von Praxisbeispielen im Active-Access-Konsortium fortfahren, um sich über ihre Aktivitäten während der gesamten Projektlaufzeit auf dem Laufenden zu halten.