

Handlungsfelder und Handlungsansätze für die Öffentlichkeitsarbeit in Coesfeld											
Nr.	Maßnahme	Maßnahmenbeschreibung	Maßnahmen Öffentlichkeitsarbeit	Anknüpfungspunkte	Akteure	Familie	Schüler	Senioren	Arbeit- nehmer	Freizeit	Wege
Mobilitätskultur											
2.1.1	Kampagne gegenseitige Rücksicht "Partner sein"	Aufklärungskampagne zur gegenseitigen Rücksichtnahme aller Verkehrsteilnehmer vor allem in Stoßzeiten und auf der	unterschiedlicher Medieneinsatz: Flyer, Plakate, Postkarten	Vorschlag aus dem AK Nahmobilität Promenadenfest	ADFC, Polizei, Stadt	x	x	x	x	x	alle Wege
2.1.2	Konzept für Inliner	Ausweisung von Wegen/Straßen, die für Inliner geeignet sind (Aspekt der Vernetzung beachten!) regelmäßige Skatertage oder Skaternächte z.B. monatliche oder jährliche Sperrung bestimmter Straßen	Analyse von geeigneten Wegen in Kooperation mit aktiven Inlinern; organisierte Touren zur Bekanntmachung des Konzeptes; Bekanntmachung auf der Internetseite der Stadt, Plan mit freigegebenen Straßen veröffentlichen	Änderung der StVO bezüglich Inlinern Am 1. September 2009 wurde ein Zusatzzeichen mit Inlineskater-Piktogramm eingeführt, mit dem die Benutzung von Verkehrsflächen wie Tempo-30-Zonen und Radwegen durch Inlineskater freigegeben werden kann.	Sportvereine, Stadt, Stadtmarketing	x	x			x	Freizeit
2.1.3	Aktionen zur stärkeren Nutzung des Fahrrades auch bei schlechtem Wetter	Modenschau mit spezieller Regen- und Winterbekleidung für das Fahrrad; eine Wettervorhersage zum Radfahren z.B. im Radio oder auf der Internetseite der Stadt.	z.B. eine Reportage im Radio oder eine Postkartenaktion starten	Vorschlag aus dem AK Nahmobilität z.B. Modenschau beim Cityradrennen oder bei einer Fahrradmesse	ADFC, Schulen, Arbeitnehmer, Presse, Fahrradläden	x	x	x	x		Einkaufen, Ausbildung, Arbeiten
2.1.4	Teilnahme an bundesweiten Kampagnen wie z.B. Woche der Mobilität	In der europäischen Woche der Mobilität (September) - für ein besseres Klima in der Stadt- können diverse Aktionen zum Thema Radverkehr durchgeführt werden, wie Straßensperrungen für Touren...	Vor- und Nachberichterstattung in den Medien; Aufruf zu Ideen für temporäre Aktionen	stärkere Bewusstmachung des Themas Radverkehr in Coesfeld	Bürger, Vereine, ADFC, Stadt, Politik	x	x	x	x	x	
		"Fahrrad! – Wer zur Schule fährt, gewinnt "Fahrrad! Fürs Klima auf Tour"	Berichte in der Presse; Siegerehrung als Event auf bestehenden Festen	bundesweite Aktionen vom VCD http://www.klima-tour.de/ Innenstadt + Innenstadtrand	Schüler, Lehrer, Schulen, lokaler VCD	x	x				Ausbildung
		Kinder sammeln "grüne Meilen" für umweltfreundlich zurückgelegte Wege im Rahmen des Klimapipfels	vgl. Vorgehen bei Mobilitätskampagnen für Schüler		Grundschulen, Kindergärten	x	x				Ausbildung
		Beim bundesweiten Städtewettbewerb "Stadtradeln" geht es darum, innerhalb eines Aktionszeitraums von drei Wochen beruflich und privat möglichst viele Kilometer mit dem Fahrrad zurückzulegen (2010)	Bekanntmachung über die örtlichen Medien	aktuelle Kampagne stadtradeln.de	BürgermeisterInnen, DezernentInnen, Stadträte und BürgerInnen	x	x	x	x	x	

Nr.	Maßnahme	Maßnahmenbeschreibung	Maßnahmen Öffentlichkeitsarbeit	Anknüpfungspunkte	Akteure	Familie	Schüler	Senioren	Arbeit- nehmer	Freizeit	Wegezzweck
2.1.5	Entwicklung Logo/Marke	es soll ein Logo oder eine Marke zur Förderung der Nahmobilität entwickelt werden	Maßnahme ist Öffentlichkeitsarbeit an sich	Logo der Stadt Coesfeld	Studierende FH, Stadt	x	x	x	x	x	alle
2.1.6	Fotowettbewerb "Radfahrer und Fußgänger sehen anders"	bei einem Fotowettbewerb soll das Fahrrad oder zu Fuß gehen als Teil der Kunst und Kultur zu vermarktet werden und Nahmobilitätsförderung über das Thema Kunst und Kultur transportiert werden	Ausstellung, Aufruf zum Fotowettbewerb in der Presse	Kulturnacht	Kunstverein Münsterland, alle Bürger,	x	x	x	x	x	alle
2.1.7	Bürgerinformationsbroschüre um Mobilitätsaspekte erweitern - Fahrradstadtplan - Fahrrad- und Wanderrouten	Erweiterung der Infobroschüre um einen Fahrradstadtplan mit wichtigen Verkehrs- und Sicherheitshinweisen sowie Ausflugstipps für Familien erweitert werden und Routen für Coesfelder (die Sehenswürdigkeiten in den unterschiedlichen Stadtteilen sollen miteinander vernetzt werden, sodass alle Coesfelder Coesfeld besser kennenlernen, denkbar als Wander- bzw. Radrouten	Bekanntmachung über die örtlichen Medien, Broschüre, Routen und Fahrradplan auch als Download im Internet, Broschüre auch für Neubürger	Bürgerinfobroschüre	Stadtmarketing, Stadt	x	x	x	x	x	alle
2.1.8	Fahrradbotschafter	Personen aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Zusammenhängen wie z.B. Kirche, Unternehmen, Kunst, Politik stehen als Botschafter für das Thema Fahrrad und stehen für das Thema in ihrem Wirkungskreis (Vorbildfunktion, Themenpate)	Postkarten oder Presseaktion zur Information über Fahrradbotschafter	es gibt engagierte Leute z.B. schon im AK Nahmobilität	aus allen gesellschaftlichen Zusammenhängen	x	x	x	x	x	alle
2.1.9	Sport fängt an der Haustür an	Der Weg zum Sport könnte verstärkt mit dem Rad/zu Fuß zurückgelegt werden, da somit der Fitnesseffekt schon vor der Haustür anfängt	Wettbewerbe zwischen den Sportvereinen ausloben - "autofrei zum Sport" Coaching für die Trainer/Sportlehrer, die gezielt Informationen an ihre Kurse verteilen/verbreiten (Mund-zu-Mund-Propaganda oder Flyer)	Vorschlag aus dem AK Nahmobilität	Krankenkasse, Sportvereine	x	x	x	x	x	Freizeit
2.1.10	Ich bin die Energie, CO2-freier Sonntag	Teilnahme an der Aktion der AGFS „Ich bin die Energie – Kurzstrecke“. Einbindung der Aktion in einen Autofreien Sonntag wäre möglich.	Promotionsstände, z.B. vor Bäckereien	Vorschlag aus dem AK Nahmobilität, Volksradfahren	ADFC, VCD	x	x	x	x	x	alle

Nr.	Maßnahme	Maßnahmenbeschreibung	Maßnahmen Öffentlichkeitsarbeit	Anknüpfungspunkte	Akteure	Familie	Schüler	Senioren	Arbeit- nehmer	Freizeit	Wegezzweck
	Einkaufen mit dem Rad										
2.2.1	Durchführung einer Umfrage zum Thema Radverkehr beim Einkaufen	Durch eine solche Umfrage können Potenziale und Hemmnisse zur Nutzung des Fahrrades beim Einkaufen erhoben werden	Veröffentlichung der Ergebnisse in der örtlichen Presse	eventuell als Studienarbeit als ersten Schritt vergeben, um dann Ergebnisse für Aktionen zu nutzen	EinzelhändlerStadt, ADFC	x	x	x	x		Einkaufen
2.2.2	Erstellung einer Handlungsleitfadens für Einzelhändler	Erstellen eines Handlungsleitfadens für Einzelhändler mit Empfehlungen für ein fahrradfreundliches Geschäft	Maßnahme ist Öffentlichkeitsarbeit; Bekanntmachung über die Presse		Einzelhändler, Stadt						Einkaufen
2.2.3	Wettbewerb fahrradfreundliches Geschäft	Geschäfte, die besonderen Service für Radfahrer bieten (z.B. Abstellanlagen, Lieferservice...), werden ausgezeichnet	Maßnahme ist Öffentlichkeitsarbeit; öffentlichkeitswirksame Veranstaltung zur Siegerehrung, z.B. parallel zu einem Fest	Vorschlag aus dem AK Nahmobilität	Einzelhändler, Stadtmarketing, ADFC, Verbände und Stadt als Jury, Presse, Sponsoren						Einkaufen
2.2.4	Aktion Probezeit	Einrichtung eines preisgünstigen Lieferservices insbesondere für große, schwere und sperrige Teile oder bei Großeinkäufen kostenloser Verleih von Lastenanhängern etc. zum Einkaufen an Familien und Evaluation der Nutzung durch diese (Aktion Probezeit)	Bewerbung über Presse, Flyer, Internet etc. zusammen mit Service Gepäckaufbewahrung und Lastenanhängerverleih	vor allem für Baugebiete außerhalb bzw. Lette/Sanden, die schlecht mit dem ÖV angebunden sind Vorschlag aus dem AK Nahmobilität vor allem Großeinkäufe mit dem Rad sind selten	Einzelhändler, Stadtmarketing Sozialverbände (Arbeitsbeschaffung und Qualifizierungsmaßnahmen), Kurier- oder Lieferservice	x	x	x	x	x	Einkaufen
2.2.5	Lastenfahrräder	Einzelhändler und Dienstleister können gemeinsam Lastenfahrräder beschaffen und diese als Werbefläche im öffentlichen Raum nutzen. Zudem können die Räder an Kunden verliehen oder Probe gefahren werden.	Werbung im öffentlichen Raum durch die Auffälligkeit der Räder		Händler, Stadt	x	x	x	x	x	
2.2.6	Flyer mit Tipps zum Einkaufen mit dem Rad	Flyer mit Tipps zum Einkaufen mit dem Rad	Verteilung auf Festen, Auslage in Geschäften, Schulen (Elternabend!), öffentlichen Einrichtungen, bei großen Arbeitgebern etc.	z.B. bei einer Fahrradmesse herausgeben	Stadtmarketing, Einzelhändler, ADFC, VCD, Sponsoren wie z.B. Fahrradhändler und Ausrüster	x	x	x	x		Einkaufen

Nr.	Maßnahme	Maßnahmenbeschreibung	Maßnahmen Öffentlichkeitsarbeit	Anknüpfungspunkte	Akteure	Familie	Schüler	Senioren	Arbeit- nehmer	Freizeit	Wegezzweck
Mit dem Rad zur Arbeit											
2.3.1	Erstellen von Faltblättern und Broschüren zum Thema betriebliches Mobilitätsmanagement	Erstellen von Faltblättern und Informationsbroschüren mit dem Thema Radverkehr und betriebliche Mobilität	Erstellen von Faltblättern und Informationsbroschüren mit dem Thema Radverkehr und betriebliche Mobilität, Vorstellung innovativer Lösungen oder vorbildlichen Verhaltens lokaler Betriebe in den Medien		ADFC, Stadt, Mitarbeiter der Unternehmen				x		Arbeit
2.3.2	Wettbewerb fahrradfreundlichster Arbeitgeber	Ziel ist es, der Nutzung des Fahrrads als Verkehrsmittel in Unternehmen durch einen Wettbewerb zu mehr Geltung zu verhelfen und die Fahrradförderung im Betrieb dauerhaft zu etablieren	Aufruf in der Presse, Siegerehrung als Event in bestehende Feste integrieren (oder Fahrradmesse/-aktionstag); Berichte in der Presse/Internet	Vorschlag aus AK Nahmobilität	Sponsoren z.B. Krankenkassen, Arbeitgeber, Mitarbeiter				x		Arbeit
2.3.3	Fotowettbewerb "Ich fahre mit dem Rad zur Arbeit, weil..."	Beim Wettbewerb sollte ein Foto vom jeweiligen Mitarbeiter mit dem Rad vor der Arbeitsstätte verbunden mit einem kurzen Kommentar, warum man radelt, an das Stadtplanungsamt eingesandt werden.	Aufruf in der Presse, Anschreiben an die Unternehmen, Prämierung der besten Fotos mit den jeweiligen Geschichten dazu in der örtlichen Presse/Internet		ADFC, Stadt, Mitarbeiter der Unternehmen, Sponsoren für Gewinne z.B. Fahrradtaschen von Fahrradläden				x		Arbeit
Sonstiges											
2.4.1	Bike und Ride	Förderung der Schnittstelle Radverkehr und ÖV	Information über die Medien; Verteilung von Flyern an wichtigen Haltestellen des ÖPNV	Bau eines neuen Haltepunktes (kommt 2010) Bau Bike&Ride-Anlage Bf und Lette (für 2011 angestrebt)	Verkehrsbetriebe, Stadt	x	x	x	x	x	
2.4.2	Fahrradmessen: Ausstellung zur Information über Fahrräder für jede Altersstufe, Lastenanhänger, Pedelecs	Unter dem Motto Fahrrad und Gesundheit könnte in Zusammenarbeit mit einer Krankenkasse eine Ausstellung zur Information über das Fahrrad erfolgen. Ziel der Ausstellung könnte sein, die Bevölkerung über die positiven gesundheitlichen Wirkungen des Radfahrens zu informieren und Tipps für Räder je nach Altersstufe zu geben	Die Maßnahme an sich ist Öffentlichkeitsarbeit	Promenadenfest demographischer Wandel	Krankenkasse, ADFC, Gesundheitsamt	x	x	x	x	x	kein konkreter