

# KEM - Leitprojekt

Klima- und Energiefonds des Bundes – managed by Kommunalkredit Public Consulting

## Anleitung zur Verbreitung eines er- folgreichen KEM-Leitprojekts am Bei- spiel >Radeln auf Rezept<<

### Inhaltsverzeichnis

1. Fact-Sheet.....	2
2. Leitprojektbeschreibung .....	3
3. Innovation, Vorbildcharakter .....	3
4. Zielsetzungen.....	3
5. Projektmanagement.....	4
6. Projektkosten und Finanzierung.....	5
7. Rechtliche Rahmenbedingungen.....	5
8. Projektablauf .....	5
9. Zeitlinie des Projektablaufs .....	8
10. Erfolgskontrolle .....	8
11. Erfolgsfaktoren .....	9
12. Herausforderungen und Stolpersteine – Lösungen und Erfahrungen .....	9
13. Dissemination – Wirkung in der Öffentlichkeit .....	10
14. Ergebnis /Ausblick .....	10

## Klima- und Energie-Modellregion

Anleitung zur Durchführung des Leitprojekts >>Radeln auf Rezept<<

### 1. Fact-Sheet

<b>Organisation</b>	
Name der Klima- und Energiemodellregion (KEM):	Wiener Neustadt
Geschäftszahl der KEM	B287546
Projekttitel des Leitprojekts	Radeln auf Rezept
Geschäftszahl des Leitprojekts	B466709
Themenbereich des Leitprojekts (zB Wasserkraft etc.)	Mobilität
Modellregions-ManagerIn	
Name:	DI Martin Hesik
Adresse:	Ungargasse 25
Dienstort (Gemeinde / Bürostandort):	Wiener Neustadt
e-mail:	martin.hesik@wiener-neustadt.at
Telefon:	+43(0)2622/373-561
Eingebundene Partner (Stichwort zur Funktion)	Klimabündnis NÖ Mag. Hannes Höller, MA Medien- & Öffentlichkeitsarbeit  Radlobby Wiener Neustadt
Stakeholder (Politik, Interessensvertretungen, Vereine, Institutionen)	Ärzte Apotheken Stadtgemeinde Wiener Neustadt LKH Wiener Neustadt Kultur Marketing Event GmbH Fahrradhandel Ungerböck NÖGKK – Zwgst. WN Kneipp Aktiv-Club Verein Phönix Wiener Neustadt
Anzahl über <b>Medien</b> erreichte Menschen (Schätzung)	
- Print (Zeitungen/Zeitschriften):	12.000
- Online-Medien	3.000
- Blog:	5.000
- Facebook:	25.000
- Newsletter:	7.500
- <b>SUMME Medien:</b>	52.500



## 2. Leitprojektbeschreibung

Das Projekt „Radeln auf Rezept“ ist ein bewusstseinsbildendes Projekt. Es setzt auf den Faktor Gesundheit. Genutzt wird dabei das hohe Vertrauen in zwei Berufsgruppen: Ärzte und ApothekerInnen. Die Aktion lief von Mai bis September 2015. Insgesamt 22 Ärzte, alle 8 Apotheken in Wiener Neustadt sowie das Landeskrankenhaus machten mit. Verteilt und aufgelegt wurden 3.000 wn.radelt-Rezepte. Ärzte und ApothekerInnen empfahlen im persönlichen Gespräch mit Ihren PatientInnen und KundInnen sowie mittels Werbemittel in den Ordinationen und Geschäftsräumlichkeiten das Fahrrad als praktische Lösung vieler gesundheitlicher Probleme. Auf der Rückseite der wn.radelt-Rezepte wurde die Wirkung des Radfahrens dargestellt. Kombiniert wurde die Kampagne mit einem Gewinnspiel. Ausgewählt wurde ein Gesundheits-E-Bike. Dieses E-Bike stand für Testzwecke allen Interessierten in einem lokalen Fahrradhandel zur Verfügung. Die Bewerbung erfolgte über den im vorgegangenen KEM-Projekt „Radkampagne Wiener Neustadt“ gelaunchten Blog wn.radelt. Damit konnten die Synergien genutzt werden. Die breite Öffentlichkeit wurde über Zeitungen und Zeitschriften und soziale Medien (Newsletter, Onlinemedien, Facebook) erreicht.

Im Zuge der Akquise und Betreuung der Ärzte und Apotheken wurden auch die Radabstellanlagen unter die Lupe genommen und analysiert. Als Service wurden Infos zu hochwertigen Radabstellanlagen (Kriterien, Bezugsquellen) und zu möglichen Förderungen und zur steuerlichen Absetzbarkeit aufbereitet und weitergeleitet. Stark eingebunden in das Projekt waren lokale Partner und Stakeholder – allen voran die Radlobby Wiener Neustadt und der Kneipp Aktiv-Club.

## 3. Innovation, Vorbildcharakter

Das Projekt setzt auf ein österreichweit einzigartiges, einfaches Konzept zur Förderung klimafreundlicher, gesundheitsförderlicher Mobilität: Radfahren auf Rezept. Ärzte und ApothekerInnen fungieren gleichermaßen als MultiplikatorInnen und soziale Vorbilder. Mit dem Gesundheitswesen wird eine für KEMs völlig neue Zielgruppe für den Klimaschutz erschlossen. „Radeln auf Rezept“ baut auf einen Imagegewinn des Radfahrens und Habitualisierungsprozesse bei den radelnden PatientInnen auf: Radfahren wird immer mehr in den Alltag integriert, immer größere Strecken werden mit dem Rad statt mit dem Auto zurückgelegt. Das Projekt liefert auch für UmsteigerInnen einen konkreten Anreiz. Personen, die etwas für ihre Fitness und Gesundheit tun wollen und das auch gleich in den Alltag einbauen möchten, konnten auf Rezept zudem ein neuartiges, pulsgesteuertes E-Bike testen. Während der Projektlaufzeit stand dieses bei einem lokalen Fahrradhändler zur Verfügung. Dort gab es zudem fachlich fundierte Beratung. Bei der Förderung des Radverkehrs setzen viele Gemeinden und Städte auf Maßnahmen im fließenden Verkehr. Genauso – wenn nicht so gar nicht wichtiger – ist der ruhende Verkehr. Sichere, hochwertige und nahe am Ziel platzierte Radabstellanlagen sind ein wichtiger Anreiz, um den Umstieg attraktiv zu gestalten. Oft scheitert eine Umsetzung an fehlenden Finanzmitteln der Gemeinden und Städte. Eine Alternative sind privat finanzierte Abstellanlagen. Im Rahmen des Projektes wurden die Ärztinnen, Ärzte und Apotheker über Vorzüge, Bestellmöglichkeiten und steuerliche Absetzpositionen hingewiesen.

## 4. Zielsetzungen

- Steigerung des Radanteils am Modal Split
- Anreiz zum Umsteigen vom Auto auf das Fahrrad
- Imagegewinn für das Radfahren



- Positionierung der Klima- und Energiemodellregion Wiener Neustadt als starker Partner der Stadtgemeinde WN im Klimaschutz
- Einbindung neuer Zielgruppen (Gesundheitswesen) für den Klimaschutz in KEMs
- Gesundheitsförderung durch Bewegung
- Bekanntmachen der Förder- und steuerlichen Absetzmöglichkeiten für Radabstellanlagen
- Innovationscharakter für Finanzierung radfreundlicher Infrastruktur durch private Institutionen und Unternehmen
- Ausbau der Radinfrastruktur

## 5. Projektmanagement

Mit der Projektentwicklung und dem Projektmanagement wurde das Klimabündnis Niederösterreich betraut. In enger Abstimmung mit der KEM Wiener Neustadt wurde das Projekt aufgesetzt, die Meilensteine und Arbeitspakete ausgearbeitet und die Ziele definiert. Das Projekt wurde in 8 Arbeitspakete gegliedert mit jeweils bis zu 6 Maßnahmen.

In dieses Projekt eingebunden waren:

- **Klimabündnis Niederösterreich:** Zuständig für Projektmanagement, Konzeptionierung der und Verteilung der Drucksorten, Administrierung des Blogs, Akquise und Betreuung der teilnehmenden Ärztinnen/Ärzte und Apotheken während der Start- und Abschlussphase, Akquise und Betreuung der KooperationspartnerInnen, Medienarbeit, Bewerbung des Projekts in den Medien des Klimabündnis (Website, Newsletter), Rechercharbeiten für Fördermöglichkeiten/Förderstellen/Steuertipps Radabstellanlagen, Radabstellanlagen-Check; Recherche/Anschaffung „Gesundheits-E-Bike“, Organisation Gewinnspiel.
- **Radlobby Wiener Neustadt:** Einrichtung/Implementierung sowie Koordination und laufende Erstellung von Beiträgen am Blog, Betreuung teilnehmender Ärztinnen/Ärzte und Apotheken während der Projektlaufzeit, Posting der Blogbeiträge über die Facebook-Seite der Radlobby sowie in einschlägigen Gruppen (Wiener Neustadt und Radfahren in NÖ), Bewerbung des Projekts in den Medienkanälen der Radlobby (Website, Newsletter).
- **Ärztinnen/Ärzte:** Abstimmung mit 1 ausgewählten Arzt/Ärztin zur Klärung der Eckpunkte des Projekts und zur Feinabstimmung der Abwicklung, Verteilung der Radrezepte, Bewerbung der Aktion mittels Tischaufsteller und/oder Plakat und im persönlichen Gespräch mit den Patientinnen und Patienten. Zwei Feedbackschleifen zum Projektstatus und Erhalt der Infos zu Radabstellanlagen.
- **Apotheken:** Abstimmung mit 1 ausgewählten Apotheke zur Klärung der Eckpunkte des Projekts und zur Feinabstimmung der Abwicklung, Bewerbung der Aktion mittels Tischaufsteller und/oder Plakat und Entgegennahme/Einsammlung der Radrezepte. Zwei Feedbackschleifen zum Projektstatus und Erhalt der Infos zu Radabstellanlagen.
- **Lokale Radhändlerin:** Expertise bei der Auswahl des Gesundheits-E-Bikes, Testbetrieb samt Beratung des Gesundheits-E-Bikes für Interessierte.
- **Pressestelle der Stadtgemeinde Wiener Neustadt:** Koordination und Versand der Medieninformation zu Projektbeginn und Projektende, Bewerbung des Projekts in den Medienkanälen der Stadt Wiener Neustadt.
- **LKH Wiener Neustadt:** Bewerbung des Projekts auf Medienträgern des LKH, Teilnahme des Betriebsarztes am Projekt.
- **Kneipp Aktiv-Club:** Bewerbung des Projekts im Rahmen der Radausflüge.
- **Verein Phönix Wiener Neustadt:** Erstellung eines Angebots zur Herstellung von Radabstellanlagen mit sozio-ökonomischen Background.

## 6. Projektkosten und Finanzierung

Personalkosten	in Euro
Projektmanagement	5.410,00
Konzeption Drucksorten	1.180,00
Administration Blog	235,00
Akquise/Betreuung	8.225,00
Öffentlichkeitsarbeit	2.215,00
Recherchetätigkeiten	930,00
Administration Gewinnspiel	1.065,00
	<b>19.260,00</b>

Sachkosten	in Euro
Grafikleistungen	1.100,00
Druck	1.300,00
Gewinnspielpreis	2.935,00
	<b>5.335,00</b>

Das Projekt wurde zu 100 % über Mittel des Klimafonds für das Leitprojekt finanziert.

## 7. Rechtliche Rahmenbedingungen

Zur Abwicklung des Gewinnspiels empfiehlt es sich, die rechtlichen Rahmenbedingungen für Gewinnspiele zu beachten. Die Wirtschaftskammer bietet dazu aufschlussreiche Informationen und Beratung. Bei einem Projekt mit dem Hauptfokus auf Medien- und Öffentlichkeitsarbeit empfiehlt es sich zudem im speziellen die Grundlagen des Medien- und Urheberrechts zu beachten (Bilderrechte, Impressumspflicht, Copyright im Internet, Haftung für Links auf fremde Websites etc.). Auch dazu bietet die Wirtschaftskammer Information und Beratung.

Die Positionierung von Radabstellanlagen im öffentlichen Raum bedarf der Abstimmung und Genehmigung durch den Grundstücksbesitzer (die Gemeinde/Stadt). Für jeden einzelnen Standort muss ein kostenpflichtiger Bescheid ausgestellt werden. Bei privat finanzierten Radabstellanlagen im öffentlichen Bereich sollte zudem bereits im Vorfeld ein Besitz- und Haftungsübertrag auf die Gemeinde/Stadt schriftlich vereinbart werden. Im Schadensfall ist somit die Gemeinde/Stadt für Reparatur/Wiederherstellung oder Entfernung zuständig.

## 8. Projektablauf

### Planung & Konzeption:

- 1) Check der Rahmenbedingungen/potentiellen Projektpartner:** Im Vorfeld empfiehlt es sich zu recherchieren, ob die für dieses Projekt relevantesten Projektpartner in ausreichender Anzahl im Projektgebiet vertreten sind. Dazu zählen Ärzte (vor allem aus den Fachgebieten Allgemeinmedizin, Orthopädie, HNO, Lunge) und Apotheken. Zumindest 10 teilnehmende Ärzte sollten als Untergrenze gelten, bei den Apotheken reicht auch eine einzige. Diese fungiert hauptsächlich als Sammelstelle. Erleichtert wird die Durchsetzung des Projektes, wenn eine lokal verankerte Institution/ein Verein wie die Radlobby oder eine Regionalstelle des Klimabündnis miteinbezogen werden kann. Die Einbindung des lokalen Radhandels stärkt das Projekt ebenso.
- 2) Definierung des Projektgebietes:** Das Projekt kann in einer Gemeinde/Stadt genauso wie in größeren räumlichen Einheiten (Region oder Bundesland) umgesetzt werden.



- 3) Festlegung der Projektlaufzeit:** Diese hängt davon ab, ob das Projekt mit einem Gewinnspiel kombiniert wird. Falls ja, dann sollte die Laufzeit zumindest drei Monate betragen. Zu lange sollte sie allerdings auch nicht dauern, da bei den Hauptbeteiligten (Ärztinnen/Ärzte vor allem) im zeitlichen Verlauf das Engagement stark sinkt. Fünf bis sechs Monate sind das Maximum.

### Projektkoordination & Projektadministration

- 4) Zusammenstellung des Projektteams:** Einladung potentieller PartnerInnen (GemeindevertreterInnen, ein ausgewählter Arzt/ApothekerIn, Radlobby, etc.) und Abhaltung eines Startworkshops.
- 5) Verteilung der Arbeitspakete und Vereinbarung zu Projektdokumentation und Projektkommunikation**

### Drucksorten & Medienarbeit

- 6) Konzeptionierung der Drucksorten:** Plakate, Rezeptblock, Tischaufsteller sollten in einheitlichem CD erstellt werden.
- 7) Grafische Gestaltung der Drucksorten:** Empfehlenswert ist es, dass die Wiedererkennbarkeit mit einem Rezept hergestellt wird und dass der administrative Aufwand für Ärztinnen und Ärzte gering gehalten wird. Erreicht wird das, in dem die Drucksorten möglichst selbsterklärend sind.
- 8) Druck:** Die Höhe der Auflage hängt von den teilnehmenden Ärztinnen und Ärzten ab. Pro Teilnehmenden kann mit ca. 200 Stück gerechnet werden. Empfehlenswert ist die Einbindung einer lokalen Druckerei.
- 9) Einrichtung einer Medienplattform:** Als Drehscheibe für die Kommunikation sollte entweder eine Website oder ein Blog eingerichtet werden. Dieser ist vor allem für die Verbreitung der einzelnen Beiträge über Facebook vorteilhaft.
- 10) Medienarbeit:** Erstellung und Versand von Medieninfos an die lokale Presse.

### Akquise & Betreuung der ProjektpartnerInnen

- 11) Persönliche Akquise von Ärztinnen/Ärzten sowie Apotheken:** Empfehlenswert ist es, hartnäckig zu sein und einen persönlichen Termin mit dem Arzt/der Ärztin einzufordern. Bei einem Gespräch ausschließlich mit der/dem ArzthelferIn ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass die Rezepte „nur“ aufgelegt, aber nicht persönlich ausgegeben, werden.
- 12) Betreuung vor, während und nach der Projektlaufzeit:** Empfehlenswert ist es, per Mail oder telefonisch nach etwa 3-4 Monaten nachzufragen, wie die Aktion läuft und ob die Ärztinnen/Ärzte Hilfestellung benötigen. Kontakt per Mail oder telefonisch ist ausreichend. Ein persönlicher Besuch zur Projektmitte bringt wieder Schwung in das Projekt.

### Administration Gewinnspiel & Testphase E-Bike

- 13) Organisation Gewinnspielpreis:** Ein Gesundheits-E-Bike hat sich als Preis bewährt. Ebenso notwendig und zielführend ist die Expertise sowie Einbindung des lokalen Radhandels.
- 14) Organisation Ablauf des Gewinnspiels:** Entscheidung, wie eingereicht werden kann und wo und wie Teilnahmescheine gesammelt werden. Apotheken als zentrale Sammelstellen haben sich bewährt. Eine Online-Teilnahme ebenso. Koordination Ziehungstermin sowie – medial begleiteter – Übergabe-Fototermin.
- 15) Testphase E-Bike:** Abstimmung der Bewerbung und des Ablaufes der Testphase mit lokalem Radhandel.

## Auslieferung der Drucksorten

- 16) Zusammenstellung der Drucksorten:** Neben Rezepten (200 Stück/Arzt), Tischaufstellern (3/Arzt) und Postern (1/Arzt) wurden auch radspezifische Printprodukte der Radlobby den teilnehmenden Ärztinnen und Ärzten zur Verfügung gestellt. Dazu zählten StVO-Ratgeber „Regeln fürs Radeln“ sowie die letzten beiden Ausgaben der Zeitschrift Drahtesel.
- 17) Zustellung:** Empfehlenswert ist die Verteilung auf klimafreundliche Art und Weise (zB mit einem Lastenrad).

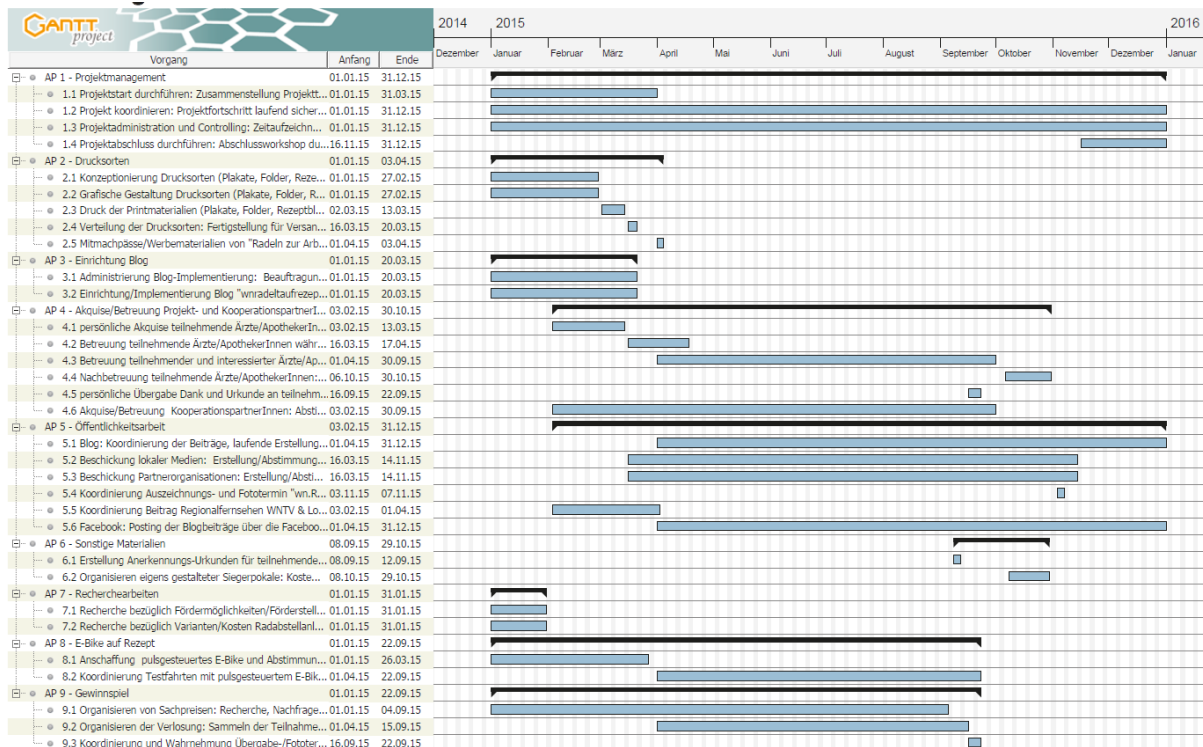
## Recherche- und Infoarbeiten Radabstellanlagen

- 18) Radabstellanlagen-Check:** Dokumentation des Bestandes bei den TeilnehmerInnen.
- 19) Info über Radabstellanlagen:** Mail an die TeilnehmerInnen sowie Blogbeitrag „Anforderungen an Radabstellanlagen“ samt Bezugsquellen, Förder- und Steuertipps.
- 20) Alternative Bezugsquelle:** Im vorliegenden Projekt wurde als Alternative zu bestehenden Produzenten von Radabstellanlage auch die Herstellung durch einen sozialökonomischen Betrieb im Projektgebiet den TeilnehmerInnen angeboten.

## Feedbackschleife & Evaluierung

- 21) Feedbackschleife:** Im ersten Monat wurde bei den Teilnehmenden rückgefragt, ob mit den Drucksorten alles in Ordnung ist, ob noch Fragen offen geblieben sind und ob es Verbesserungsbedarf gibt. Zur Halbzeit erfolgte eine zweite Feedbackschleife. Diese diente vor allem nochmals der neuerlichen Drucksorten-Zustellung, andererseits um die Ärztinnen und Ärzte nochmals zu motivieren.
- 22) Evaluierung:** Zur Halbzeit und am Ende des Projekts erfolgte Evaluierungen.

## 9. Zeitlinie des Projektablaufs



## 10. Erfolgskontrolle

**Abstimmung im Steuerungsteam:** Kurz- und mittelfristige Planung sowie Evaluierung erfolgte auf kurzem Wege während der Projektlaufzeit im direkten Gespräch oder per Mail zwischen Projektadministration, KEM-Manager und Projektpartnern.

**Anzahl der Teilnehmenden:** Das Ziel von 20 Teilnehmenden (Ärztinnen/Ärzten und Apotheken) wurde schnell erreicht und überboten.

**Medienbeobachtung:** Printmedien mittels Clippingdienst, Onlinemedien mittels Google Alert und manueller Suche (va Facebook).

**Gewinnspiel-Rücklauf:** Mittels der zwei Feedbackschleifen bei den Teilnehmenden sowie laufend über online eingegangene Gewinnspielteilnahmen.





## 11. Erfolgsfaktoren

**Lokale Partner:** Mit dem Thema befasste Partner in der Gemeinde/Stadt/Region tragen maßgeblich zum Erfolg des Projekts bei. Für dieses Projekt eignen sich Vereine oder Interessensvertretungen wie die Radlobby, der Kneipp-Bund oder auch Turnvereine (die Radfahrten organisieren).

**Persönliche Motivation der Ärztinnen/Ärzte und ApothekerInnen:** Dieses Projekt steht und fällt mit der persönlichen Vorstellung bei den Ärztinnen und Ärzten sowie Apotheken. Wichtig ist das direkte Gespräch mit diesen Personen. Die Info per Mail oder am Postweg zu verbreiten, ist nicht zielführend und bewegt auch keinen zur Teilnahme.

**Niedriges Einstiegslevel und geringer Erklärungsbedarf:** Den Ärztinnen und Ärzten sollten unterschiedliche Möglichkeiten zur Teilnahme geboten werden. Einige wollen und können aus zeitlichen Gründen Rezepte und Werbematerialien (Tischauftsteller und/oder Plakate) in der Ordination zur Selbstmitnahme auflegen, andere wollen Rezepte persönlich ausstellen. Entscheidend ist, dass die Drucksorten auch ohne langer Erklärung übergeben werden können. Kurze, einfache Sätze, klare Definition „was man mit der Aktion will, wer angesprochen ist und wie es abläuft“ und gut lesbare Schrift sind Grundvoraussetzungen.

**Motivierte Ärztinnen/Ärzte und ApothekerInnen:** Die TeilnehmerInnen sollten zumindest zweimal während der Projektlaufzeit persönlich besucht werden. Dies erhöht die Motivation. Eine kürzere Laufzeit (4 statt 5 Monate) erhöht die Bereitschaft auch über diesen Zeitraum Rezepte auszuteilen.

**Blog und Facebook:** Ein bewusstseinsbildendes Projekt, das auch längerfristig wirken soll und mit dem auch abseits von PatientInnen, Personen erreicht werden sollen, bedarf eines Hauptträgermediums. Eine Website (oder wie in diesem Fall ein bestehender Blog) eignet sich dafür bestens. Es erleichtert auch die Streuung auf anderen Plattformen wie Facebook. Beiträge können so einfach geteilt werden. Wichtig ist auch die Recherche, ob es auf Facebook themenrelevante (zB Radfahren in Niederösterreich) oder regional spezifische Gruppen gibt (zB Wiener Neustadt). Diese sollten für Postings genutzt werden.

**Zentrale Anlaufstelle für Fragen:** Wichtig ist, dass sowohl Teilnehmende als auch ProjektpartnerInnen eine konkrete Anlaufstelle genannt bekommen, bei der sie Fragen/Probleme und Anregungen deponieren können und wo sie auch schnell und unkompliziert Feedback erhalten.

## 12. Herausforderungen und Stolpersteine – Lösungen und Erfahrungen

Das Projekt „Radeln auf Rezept“ lässt sich in allen Städten und den meisten größeren Gemeinden in Österreich umsetzen. Ärzte und Apotheken, die beiden zentralen Player, gibt es überall. Wichtig ist es, dass der Aufwand für die Beteiligten möglichst gering gehalten wird. Bereits in den Vorgesprächen hat sich gezeigt, dass die Befürchtung bestand, dass der Behandlungsalltag damit beeinträchtigt werden könnte. Vor allem der zeitliche Aufwand wurde von den Ärztinnen und Ärzten als problematisch angesehen. Genau deshalb ist es wichtig, dass die verteilten Rezepte möglichst selbsterklärend sind und von Ärztinnen und Ärzten auch ohne lange Erklärung verteilt werden können. Hilfreich ist auch, wenn man klarstellt, dass nicht über die gesamte Laufzeit und ständig Rezepte verteilt werden müssen. Die Ärztinnen und Ärzte können ohnehin am besten beurteilen, wem

sie Rezepte „ausstellen“ können und wem nicht. Durch die Platzierung der Aufsteller, Plakate und Rezepte im Foyer/Warteraum gelang es auch, dass sich viele Patientinnen und Patienten schon vor dem Arztbesuch über die Aktion und das Gewinnspiel informiert haben. Auch das reduzierte den Zeitbedarf auf ärztlicher Seite beträchtlich. Bewährt hat sich auch die Rückgabe bei den zentralen Sammelstellen – den Apotheken. Auch für diese hat sich der Aufwand in überschaubaren, und im Nachhinein positiv bewerteten, Grenzen gehalten. Die Kombination mit einem Gewinnspiel mit Bezug zum Thema Gesundheit ist ebenfalls gut aufgenommen worden. Ein Elektrofahrrad passt sehr gut zur Hauptzielgruppe dieses Projekts.

Entscheidend für den Erfolg eines bewusstseinsbildenden Projektes wie dieses ist ein zentrales Medium in der Kommunikation nach außen. Der bereits etablierte Blog wn.radelt war dazu bestens geeignet. Um auf schnellstem Wege möglichst viele Wiener Neustädterinnen und Wiener Neustädter zu erreichen wurden die Strukturen und Gruppen auf Facebook genutzt. Dies könnte eine mögliche Herausforderung in anderen Städten/Gemeinden sein. Wichtig wäre schon vorab zu klären, welche Gruppen und Vereine/Organisationen es in der Region gibt, die dieses Projekt vorantreiben und immer wieder Beiträge teilen und von sich aus posten.

### **13. Dissemination – Wirkung in der Öffentlichkeit**

Hauptträgermedium für dieses Projekt waren die wn.radelt-Rezepte sowie die dazugehörigen Tischaufsteller und Poster. Diese wurden in den Ordinationen und Apotheken aufgelegt und verteilt. Online wurden Beiträge im – bereits in einem Vorgängerprojekt im Rahmen der KEM erstellten – Blog wn.radelt platziert. Eine eigene Seite sowie Kategorie wurde für „Radeln auf Rezept“ auf diesem Blog eingerichtet. Geteilt wurden die Inhalte über Facebook-Seiten der Projektpartner (Klimabündnis, Radlobby Wiener Neustadt) und relevante Gruppen (Radfahren in Niederösterreich, Wiener Neustadt). Genutzt wurden auch Websites und Newsletter der Projektpartner Klimabündnis und Radlobby. Parallel dazu wurden in Abstimmung mit der Stadtgemeinde Wiener Neustadt auch lokale Medien beliefert. In den Onlinemedien – vor allem auf Facebook – löste die Aktion in mehreren Fällen Diskussionen über die Themen Mobilität, Radfahren und Gesundheit aus. Mit dem Projekt gelang es, dem Radfahren ein positives Image zu verschaffen. Gleichzeitig wurden die hohe Relevanz und der hohe Bedarf an sicheren, hochwertigen Radabstellanlagen in einer breiten Öffentlichkeit sowie bei Stakeholdern aus Wirtschaft, Verwaltung und Politik eindringlich platziert.

### **14. Ergebnis /Ausblick**

Mit dem Projekt „Radeln auf Rezept“ wurden die wichtigsten Ziele erreicht. Zudem bieten die erstellten Fact Sheet und Infos eine sehr gute Grundlage, um die dringend notwendige Radabstellanlagen-Offensive gezielt voranzutreiben. Die lokal etablierte und verankerte Radlobby wird dies in den kommenden Monaten und Jahren immer wieder nutzen und sich dafür einsetzen.

Die erreichten Ziele: Imagegewinn für das Radfahren, Positionierung der Klima- und Energiemodellregion Wiener Neustadt als starker Partner der Stadtgemeinde WN im Klimaschutz, Einbindung neuer Zielgruppen (Gesundheitswesen) für den Klimaschutz in KEMs, Gesundheitsförderung durch Bewe-

gung, Bekanntmachen der Förder- und steuerlichen Absetzmöglichkeiten für Radabstellanlagen, Innovationscharakter für Finanzierung radfreundlicher Infrastruktur durch private Institutionen und Unternehmen

Noch nicht erreichte Ziele: Ob die Steigerung des Radanteils am Modal Split wird sich erst bei der nächsten Mobilitätserhebung (die letzte erfolgte 2013) in mehreren Jahren zeigen. Der Ausbau der Radinfrastruktur ist ebenfalls ein längerfristiges Ziel, bei dem Wirtschaft, Verwaltung und Politik gefordert sind.