

Kathrin Hager

Veloförderung - schalten wir einen Gang höher!

Der Mensch im Mittelpunkt - Produktdesign

Werbebotschaft

Velofahren ...

- macht glücklich
- ist einfach, bequem und schnell
- ist gesund
- ist günstig
- schützt die Umwelt

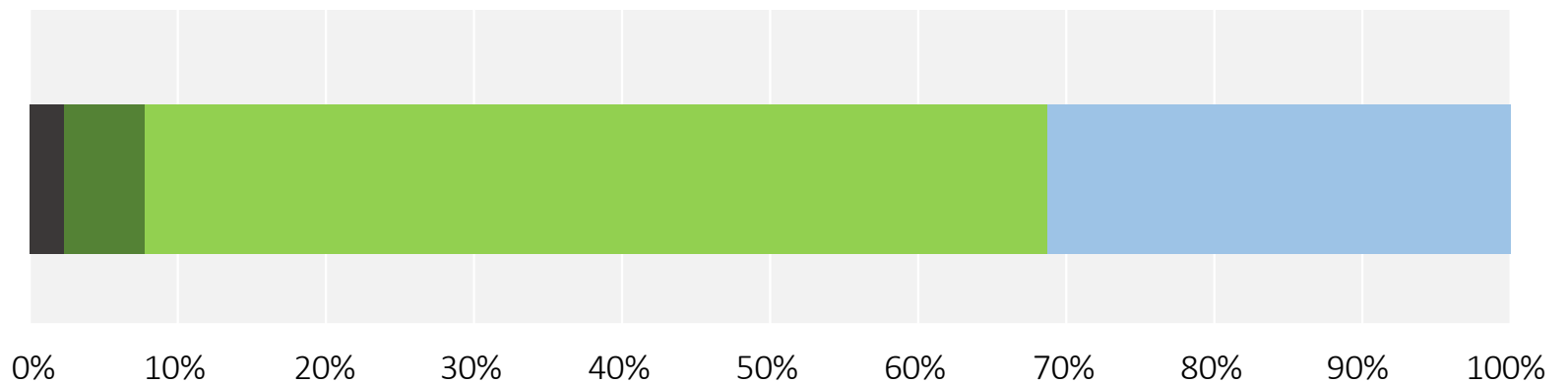
Produkterlebnis



Wir brauchen andere, neue Bilder



Zielgruppe der Veloförderung



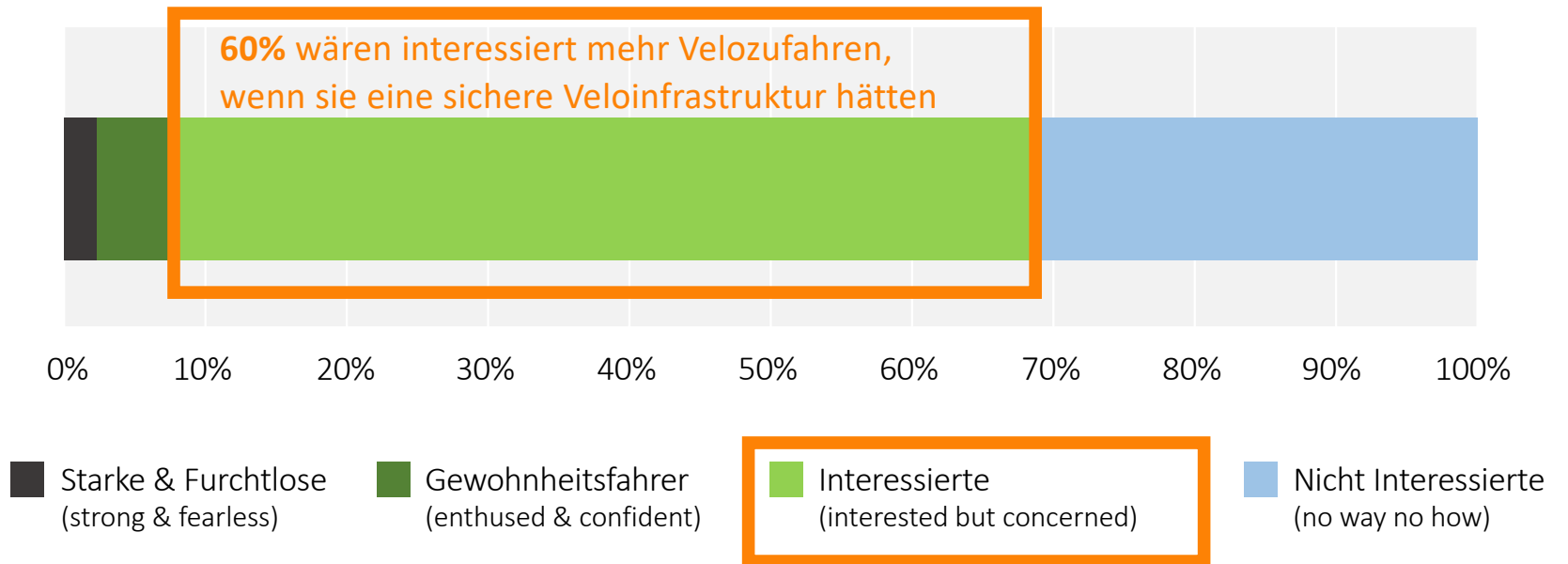
■ Starke & Furchtlose
(strong & fearless)

■ Gewohnheitsfahrer
(enthused & confident)

■ Interessierte
(interested but concerned)

■ Nicht Interessierte
(no way no how)

Zielgruppe der Veloförderung

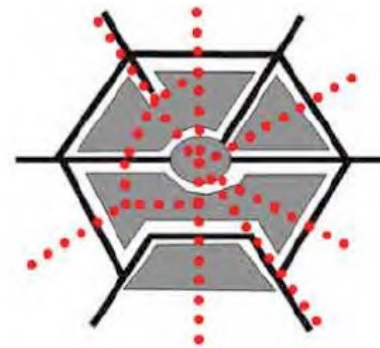


In Anlehnung an Dill, J. & McNeil N. (2013)

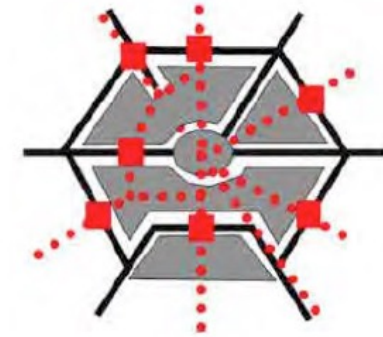
Velonetzplanung ist Verkehrsplanung



**Baustein 1:
Bündelung Motorfahr-
zeugverkehr**



**Baustein 2:
Durchgehende
Radrouten**



**Baustein 3:
Vorteilhafte
Knotenregelung**

Eine Infrastruktur für alle



Prinzip 8 - 80

- 8-jährige Kinder sowie 80-jährige Personen sollen sich sicher auf unseren Velonetzen bewegen können
- fehlerverzeihende Infrastruktur



grosszügige Infrastruktur

- nebeneinanderfahren
- überholen



lückenlose Infrastruktur

- auch in Kreuzungen (Beispiel Niederlande)



einfache, intuitiv Infrastruktur



Prozess ist wichtig

- Bevölkerung / Verbände > Partizipation und Forderungen stellen
- Politik > dem Veloverkehr Priorität geben, Veloförderung soll «normal» werden
- Verwaltung > Planung guter Projekte und Realisierung



Wichtige Rolle der Chefs oder Chefinnen

- Interessenabwägung zugunsten des Velos (auch auf «oberster Ebene»)
- Dossiersicherheit und Freude, Veloprojekte voranzutreiben
- Durchhaltewillen bei (politischem) Widerstand



Besten Dank!

