



## HOLZKIRCHEN

...ist die einwohner- und wirtschaftsstärkste Gemeinde im Landkreis Miesbach und bietet Bürgerinnen und Bürgern, Unternehmen und ihren Mitarbeitenden ideale Bedingungen zum Leben und Arbeiten. Die verkehrsgünstige Lage mit einer sehr guten Anbindung an die Metropolregion München, gekoppelt mit der attraktiven Nähe zum Voralpengebiet, kennzeichnet Holzkirchen als interessanten Wirtschaftsstandort. Darüber hinaus nimmt die Marktgemeinde als Versorgungs- und Bildungsstandort auch für umliegende Kommunen eine wichtige Rolle ein. Sowohl in den Bereichen Ein- als auch Auspendler weist Holzkirchen Spitzenwerte innerhalb der Region auf – die Gemeinde ist somit eine Mobilitätsdrehscheibe.

### GEMEINSAM.MOBIL. MITEINANDER GEHT 'S RICHTIG.

#### PLAKATIVE IMAGEKAMPAGNE MIT WITZ

Die Kampagne zielt auf mehr Akzeptanz und rücksichtsvolles Verhalten zwischen den Verkehrsteilnehmenden, egal ob zu Fuß, auf dem Rad oder im Auto, ab. Gleichzeitig werden Impulse gegeben, das Fahrrad häufiger für alltägliche Strecken zu nutzen.

Markt Holzkirchen s1

Projekt s1

Fokus & Durchführung s2

Ergebnisse & Bewertung s3

Fazit & Ausblick s4

Ansprechpartner s4

Impressum s4

### PROJEKTFOKUS

Als klassisches Beispiel für eine gewachsene Gemeinde auf dem Land verfügt Holzkirchen über ein eng bebautes (Auto-) Straßennetz, aber über wenig eigenständige Radwege. Zwei Bundes- bzw. Staatstraßen durchqueren das Ortsgebiet und erzeugen einen entsprechend hohen innerörtlichen Verkehrsdruck auf den Hauptachsen.

Für viele Radfahrende bedeutet dies ein erhöhtes Stresslevel bzw. wirkt sich dies negativ auf die gefühlte Sicherheit aus. Radfahrende weichen so teilweise auch auf die Gehwege aus, was wiederum zu mehr Unsicherheit bei Fußgängerinnen und Fußgängern führen kann. Mit der Kampagne sollte – neben weiteren spezifischen baulichen und planerischen Maßnahmen im Ort – für ein besseres Miteinander der unterschiedlichen Verkehrsteilnehmerinnen und Verkehrsteilnehmer geworben werden.



### PROJEKTDURCHFÜHRUNG

Das Projekt gliederte sich in zwei wesentliche Handlungsschwerpunkte:

- LOGO-ENTWICKLUNG
- IMAGEKAMPAGNE GEMEINSAM.MOBIL

Gemeinsam mit dem lokalen Gremium „Runder Tisch Radfreundliches Holzkirchen“ (RT Rad) wurden die Inhalte der Kampagne abgestimmt. Der RT Rad ist ein Arbeitskreis, der aus engagierten Bürgerinnen und Bürgern, Vertreterinnen und Vertretern lokaler Verbände, wie dem ADFC oder dem Bund Naturschutz, der Polizei sowie Vertreterinnen und Vertretern der Ratsfraktionen im Marktgemeinderat, besteht.

Die Mitglieder des RT Rads, aber auch der gemeindliche Bauhof und das Ordnungsamt des Marktes Holzkirchen arbeiteten gemeinsam auch ein Konzept von geeigneten Standorten für die Kampagnenmotive im öffentlichen Raum aus. Bürgerinnen und Bürger konnten sich an der Aktion beteiligen und neue Standorte vorschlagen, an denen die unterschiedlichen Motive sinnvoll gesetzt werden können – auf diese Weise wurde eine Beteiligung vieler Akteure sichergestellt.

#### LOGO-ENTWICKLUNG

Gemeinsam mit einem Grafikbüro wurde ein Corporate Design und eine Wort-Bild-Marke entwickelt. Diese sollen auch bei allen künftigen Publikationen und Aktionen rund um das Thema Radverkehr verwendet werden und so regelmäßig für einen hohen Wiedererkennungswert sorgen.

#### IMAGEKAMPAGNE GEMEINSAM.MOBIL

Ohne erhobenen Zeigefinger, dafür mit viel Augenzwinkern: Die Kampagne richtete sich an alle Zielgruppen, von jung bis alt, und egal ob mit oder ohne Verkehrsmittel. Mittels Comic-Motiven wurden wichtige Regeln für ein sicheres und rücksichtsvolles Miteinander im Straßenverkehr vermittelt. So lautete ein Slogan zum Beispiel „Auf Kuschelkurs? Blech ist kein Schmuse Tuch!“ und machte damit auf die Einhaltung des Mindestabstands von 1,50 m beim Überholen innerorts aufmerksam. Mit „Schreibtischjob? Pendel dich fit!“ oder „Schneller von A nach B? Mit dem Rad sparst du Zeit und Nerven!“ sollten Bürgerinnen und Bürger für das Radfahren motiviert werden. Der Fokus hierbei lag vor allem auf der Alltagsmobilität und dem Pendelverkehr. Motive der Kampagne wurden im Ort an ausgesuchten Stellen auf Bannern und Schildtafeln aufgestellt oder als Postkarten kostenfrei ausgegeben.

Auch mittels Medien wie dem Gemeindeblatt und der Social-Media-Kanäle der Gemeinde wurde die Kampagne getragen und immer wieder kommuniziert.





## PROJEKTERGEBNISSE

### WORT-BILD-MARKE

„gemeinsam.mobil. Miteinander geht 's richtig.“

### 10 COMIC-MOTIVE

### POSTKARTEN, PLAKATE, BANNER UND SCHILDER

### INSTAGRAM-VORLAGEN

### PRESSEARTIKEL UND - MITTEILUNGEN

## PROJEKTBEWERTUNG

Aus der Perspektive unterschiedlicher Verkehrsteilnehmer thematisiert die Kampagne Sicherheitsaspekte. Durch das Aufzeigen der verschiedenen Erfahrungen ist zu erwarten, dass mehr gegenseitige Rücksicht genommen wird und einseitige Wahrnehmungen von Verkehrsmitteln vermieden werden.

Realistisch betrachtet wird die Kampagne nicht bei jedem unmittelbar zu einer Änderung seines (Mobilitäts-) Verhaltens führen. Die tatsächliche Umstellung des Verhaltens ist als Prozess zu sehen, der über viele Jahre andauert und aktiv (mit)gestaltet werden muss. Hierfür gibt die Kampagne „gemeinsam mobil. Miteinander geht 's richtig“ aber auf jeden Fall den richtigen Anstoß. Nach Veröffentlichung der Kampagne zeigte sich noch Verbesserungsbedarf bei der Auswahl der geeigneten Stellen für die jeweiligen Motive (Lesbarkeit im Vorbeifahren), sowie der Anpassung der Größe des Plakats an den jeweiligen Standort (Motiv auf Bauzaun an Straßen ist besser lesbar als ursprünglich geplante Tafel in der Größe A1).

Auf diese Startschwierigkeiten konnte jedoch recht flexibel reagiert werden, da zum Kampagnenstart eine große Menge unterschiedlicher Formate der Kampagnenmotive für unterschiedliche Einsatzstandorte bestellt wurde. Durch die variablen Aufstellmöglichkeiten konnte hier auch sehr kurzfristig nachjustiert werden.





### FAZIT UND AUSBLICK

Schon kurze Zeit nach Veröffentlichung der Kampagne gingen zahlreiche Reaktionen bei der Gemeinde ein. Ein Großteil befürwortete die kreative, humorvolle Ansprache von alltäglichen (Verkehrs-)Problemen, die durchaus zum Nachdenken anregt oder an erhöhte Aufmerksamkeit appelliert. Die Motive haben „Kultfaktor“ und finden sich überall im Ortsbild wieder.

Für die Verteilung der Karten mit den Motiven bzw. als „Multiplikatoren“ konnten weitere sehr unterschiedliche Partner gewonnen werden. So liegen die Karten (vor allem mit dem Schwerpunkt Pendeln) beispielsweise im Gewerbe bzw. den lokalen Betrieben aus. Holzkirchner (Rad-) Sportvereine verteilen die Karten an ihre Mitglieder und auch die lokale Polizeiinspektion nutzt die Motive innerhalb der regelmäßig veranstalteten Verkehrsübungen auf dem Verkehrsübungsplatz. Die Motive wurden aber auch während der Aktion STADTRADELN vermehrt gespielt und verteilt. Auch aus den Nachbargemeinden und von Seiten des Landkreises erhielt die Kampagne viel Anerkennung. Einzelne Gemeinden prüfen die Möglichkeit, die Kampagne zu übernehmen.

Geplant ist eine lange Laufzeit für das Projekt als Label für das Thema Mobilität. Ähnliche Logos mit vergleichbarer Bildsprache und Design (CI) wurden zum Beispiel auch für den neu eingeführten Bedarfsbus „hoki“ verwendet und werden auch Eingang in die Farb- und Bildsprache weiterer Mobilitätsprojekte finden.

**Die Kampagne „gemeinsam.mobil. Miteinander geht´s richtig.“ in der Marktgemeinde Holzkirchen wurde im Rahmen der AGFK Bayern Projektfinanzierung unterstützt.**



### Ansprechpartner

Markt Holzkirchen  
Standortförderung  
Marktplatz 2  
83607 Holzkirchen  
Telefon +49 (0)8024 642 320  
standortfoerderung@holzkirchen.de  
www.holzkirchen.de

### Impressum



#### AGFK

Arbeitsgemeinschaft  
fahrradfreundliche Kommunen  
in Bayern e.V.

Herausgeber: AGFK Bayern e.V., Geschäftsstelle,  
Karl-Zucker-Straße 2, 91052 Erlangen  
Telefon +49 (0)9131 6160190, info@agfk-bayern.de  
Gestaltung: Simone Schirmer, au bureau  
Fotos: AGFK Bayern e.V.; Markt Holzkirchen,  
Dietmar Denger

1. Auflage: 200 Stück, klimaneutral auf Recyclingpapier  
gedruckt, Stand: Dezember 2022

Die Rechte an allen Bildern, Texten und Darstellungen  
liegen bei der AGFK Bayern e.V. bzw. den jeweiligen  
Fotografen.

Um die Lesbarkeit zu vereinfachen wird z.T. auf die  
zusätzliche Formulierung der weiblichen Form verzichtet.  
Wir möchten deshalb darauf hinweisen, dass die aus-  
schließliche Verwendung der männlichen Form explizit als  
geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.