

FAZIT UND AUSBLICK

Die Werbekampagne startete im Mai 2020 und wird die Gemeinde Oberhaching für lange Zeit begleiten.

Ein „Ende“ der Kampagne ist im klassischen Sinne nicht vorgesehen, da sie durch ihre zeitlose Aufmachung nicht so schnell an Strahlkraft verlieren wird. Im Nachgang zur Kampagne kann die Werbeagentur Aktionsaufkleber gestalten, die in Zusammenhang mit den Bannern auf aktuelle Aktionen (z.B. Pendler-Frühstück, Rad Check, usw.) aufmerksam machen und vielseitig zum Einsatz kommen können.

Die Werbekampagne der Gemeinde Oberhaching „NUR MAL KURZ...“ wurde im Rahmen der AGFK Bayern Projektfinanzierung unterstützt.



Ansprechpartnerin

Julia Rieß
Alpenstraße 11
82041 Oberhaching
Telefon +49 (0)89 613 77-188
julia.riess@oberhaching.de
www.oberhaching.de

Impressum



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.; Gemeinde Oberhaching, flowkonzept
1. Auflage: 200 Stück, klimaneutral auf Recyclingpapier
gedruckt, Stand: Juni 2021
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 ausschließliche
Verwendung der männlichen Form explizit als
geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.



OBERHACHING

... ist eine prosperierende Gemeinde mit derzeit rund 13.500 Einwohner und einer Flächengröße von 33 km². Sie gehört zum Landkreis München und liegt ca. 10 km südlich von der Landeshauptstadt. Das sogenannte Gleißental durchzieht die Gemeinde als 25 Meter tiefen Einschnitt und prägt das Landschaftsbild genauso wie der Hachinger Bach, der seine Quelle in Oberhaching hat. Eine umsichtige Bauleitplanung sorgt seit jeher für mit viel Grün durchzogene Wohngebiete mit einem engmaschigen Wegenetz. Dies und die wohnortnahe Versorgung mit Dingen des täglichen Bedarfs schaffen ideale Bedingungen, um mit dem Fahrrad in Oberhaching sicher und komfortabel unterwegs zu sein.

„NUR MAL KURZ...“

PLAKATIVE UND WITZIGE WERBEKAMPAGNE FÜR DAS FAHRRADFAHREN

Die Kampagne soll einen Imagegewinn für das Fahrrad erzielen und gleichzeitig das Fahrradfahren mit einem attraktiven Lebensgefühl in Verbindung bringen. Für einen hohen Wiedererkennungswert sorgen die originellen und humorvollen Botschaften.

Gemeinde Oberhaching s1

Projekt s1

Fokus & Durchführung s2

Projektbewertung s3

Fazit & Ausblick s4

Ansprechpartnerin s4

Impressum s4

PROJEKTFOKUS

Um das Fahrrad zunehmend im innerörtlichen Verkehr als wesentlichen mobilen Bestandteil ins Bewusstsein zu rücken und zu verankern, hat sich die Gemeinde Oberhaching dazu entschieden, das Fahrrad auf originelle Weise generationenübergreifend zu bewerben. Dabei sollte weder Autofahrer-Bashing noch der „moralische Zeigefinger“, sondern humorvolle, zum Schmunzeln anregende Botschaften im Vordergrund stehen, die alle Zielgruppen verstehen. Zum einen sollte damit ein Imagegewinn für das Fahrrad erreicht werden, zum anderen gleichzeitig das Fahrradfahren mit einem attraktiven Lebensgefühl in Verbindung gebracht werden. Mit der Kampagne wurde auch das Ziel verfolgt, den Radverkehrsanteil im Modal Split zu erhöhen und im Gegenzug den Anteil an Kraftfahrzeugen im Ort zu verringern.

PROJEKTDURCHFÜHRUNG

DIE IDEE, NACHHALTIGKEIT UND WIRKUNG

Folgende Vorgaben erhielt die beauftragte Werbeagentur für die Erarbeitung der Werbekampagne:

- 1) eine zeitlose und „einfache“ Gestaltung, so dass die Botschaft in kürzester Zeit von allen Verkehrsteilnehmern und Lesern erfasst werden kann.
- 2) Humorvolle, zum Schmunzeln anregende Botschaften, die alle Zielgruppen verstehen – auch Kinder. Möglicher Austausch zwischen Kind und Vater: „Schau Papa, das Fahrrad da ist lustig: Es fährt auf Brez'n!“.

Die plakative Darstellung sorgt für einen hohen Wiedererkennungswert: Im besten Fall werden die eingängigen Slogans von Mund zu Mund weitergetragen und damit zum geflügelten Wort.

Nachdem die Banner bewusst zeitlos gestaltet wurden, werden sie – auch anlassbezogen, z.B. beim jährlich stattfindenden Rad Check – in den nächsten Jahren immer wieder im Ort an gut sichtbaren Stellen positioniert werden. So kann die Kampagne über viele Jahre wieder verwendet werden.

INHALTE DES PROJEKTS

Insgesamt acht Slogans greifen Alltagswege thematisch auf und werden bildlich durch das Fahrrad, dessen Reifen das jeweilige Thema widerspiegeln, unterstützt:

NUR MAL KURZ ZUM BADEN (Reifen = Schwimmreifen)

NUR MAL KURZ ZUM BÄCKER (Reifen = Brezn)

NUR MAL KURZ ZUM BOLZPLATZ (Reifen = Fußball)

NUR MAL KURZ INS BÜRO (Reifen = Uhr)

NUR MAL KURZ DIE KINDER HOLEN (Reifen = Teddies)

NUR MAL KURZ ZUM METZGER (Reifen = Weißwürste)

NUR MAL KURZ INS GRÜNE (Reifen = Blumen)

NUR MAL KURZ AM STAU VORBEI (Reifen = Autos)

UMSETZUNG UND DAUER

Die Illustrationen kamen sowohl im Print- und Onlinebereich als auch vor Ort zum Einsatz:

- 1) Als Bauzaunbanner im Format 270 x 170 cm; Aufhängung durch den gemeindlichen Bauhof ab 20. Mai 2020 an mehreren Standorten bis Herbst.
- 2) Im gemeindlichen Mitteilungsblatt „Kyberg Nachrichten“ als Aufhänger für Informationen zum Radverkehr in Oberhaching im Juli und August.
- 3) Auf der gemeindlichen Homepage und auf Facebook, z.B. als Aufruf, beim Stadtradeln mitzumachen.

PROJEKTBEWERTUNG

Bemerkenswert an dieser Werbekampagne war, daß Jung und Alt, Groß und Klein die Botschaften verstehen. Sowohl Einzelhandel und Gewerbebetriebe, als auch Verbände und Vereine werden angesprochen.

Autofahrer werden eventuell zum Nachdenken angeregt und Radfahrer fühlen sich bestätigt.

Ob auf dem Weg zur Arbeit, zum Einkaufen, zum Besuch, zum Sport: An den großen Bauzaunbannern entlang vielbefahrener und vielbegangener Straßen und Wege kommt keiner vorbei, ohne einen Blick darauf zu werfen.

RÜCKMELDUNGEN ZUR WERBEKAMPAGNE

Bereits ein paar Tage nach Anbringung der Banner erhielten wir positive Rückmeldungen, zB:

„Ich finde die neue Plakatserie zur Förderung des Radverkehrs in Oberhaching sehr originell und gelungen, da sie genau die richtige Gruppe (nämlich Autofahrer) anspricht, die häufig immer noch mit dem Auto Kurzstrecken im Ort zurücklegen, um zum Bäcker, ins Grüne oder ins Gewerbegebiet zur Arbeit zu kommen und somit unnötig Flächen zum Fahren und Parken beanspruchen - von den Auswirkungen auf Umwelt, Natur, Umfeld und Verkehrssicherheit ganz zu schweigen. Auch das vierte Motiv der Plakatserie mit dem „Weißwurstradl“ gegenüber dem Bürgersaal gefällt mir sehr und passt von der Machart und Botschaft her gut in die Reihe.“

