

Inhaltsübersicht

1 Einleitung

Vorwort 04

2 Entwicklung des Fußgängerverkehrs und die vorhandenen Leitlinien

Die Stadt der Zukunft muss die Stadt der ununterbrochenen Fußgängernetze werden 05
Carmen Hass-Klau

Entwicklung des Fußgängerverkehrs – im Spiegel deutscher Erhebungen zum Verkehrsverhalten 09
Rico Wittwer

Der Fußverkehr in den Richtlinien 14
Andreas Schmitz

3 Image- und Informationskampagnen, um den Fußgängerverkehr zu fördern

3.1 Deutschland

„Kopf an: Motor aus.“ – Kommunikation für den Modal-Shift auf alltäglichen Wegen 19
Michael Adler, Katrin Voskuhl

Kopf an: Motor aus. Für Null CO₂ auf Kurzstrecken – Erfahrungen aus der Praxis 23
Winfried Sagolla

Kopf an: Motor aus. Für Null CO₂ auf Kurzstrecken – Ergebnisse der Kampagne 2009 26
Oscar Reutter

„Kopf an – nichts aus?“ – Die Wirkung einer Werbekampagne zur Reduzierung des Autoverkehrs 31
Werner Brög

3.2 Großbritannien

Smarter Travel Choices 35
Phil Goodwin

4 Sicherheit für Kinder

4.1 Probleme

Das Unfallrisiko von Kindern als Fußgänger 40
Walter Funk

Selbstständige Mobilität von Kindern 45
Andreas Redecker, Björn Frauendienst

Zu Fuß in der Stadt unterwegs – Sicherheit und Komfort für Kinder und alle anderen Menschen 50
Bernd Herzog-Schlagk

4.2 Verbesserungen

Kinderzebrastreifen – Ein Projekt für mehr Lebensqualität in Städten 55
Hartmut Minjoth

5 Sicherheit für Senioren

Eher Opfer als Täter – Senioren im Straßenverkehr . 59
Heinz Jürgen Kaiser

6 Verbesserung des urbanen Umfeldes

Die Stadt aus Fußgänger-Perspektive 63
Bertram Weisshaar

Die Wolbeck-Vision – Den historischen Ort zukunfts-fähig machen 67
Jürgen Gerlach

7 Zukunftsvisionen

Der Fußgänger – vom unbekannten „Mangelwesen“ zur Basis aller Mobilität 72
Heiner Monheim

Visions 2030 – walking (and cycling) friendly cities . 78
Miles Tight

Kurzvorstellung der Autoren 83