

Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Autors 7

GRUNDLAGEN

1 Das Handbuch 11

Ergänzung zu den Regelwerken 13

Anwendung des Hygge-Modells in der kommunalen Praxis 14

Methodik 16

Einfach hyggelig 20

2 Psychologische Aspekte in der Radverkehrsförderung 23

Radverkehrsförderung ist Produktmarketing 26

Das Eisbergmodell – wie Entscheidungen getroffen werden 31

Das Hygge-Modell – systematische Radverkehrsförderung 33

DAS HYGGE-MODELL

3 Das Hygge-Modell: Die drei Kernaufgaben der Radverkehrsförderung 35

Erste Kernaufgabe: Wahrnehmung

Gestalten Sie eine auffallende und einladende Radinfrastruktur! 38

Zweite Kernaufgabe: Empfindungen

Berücksichtigen Sie subjektive Empfindungen! 41

Dritte Kernaufgabe: Gewohnheiten und Routinen

Integrieren Sie das Fahrrad in den Alltag! 44

Die 3 Kernaufgaben und das AIDA-Prinzip 46

4 Stress als Zielgröße der Radverkehrsförderung 49

Bedeutung und Wirkung von Stress 51

Stressfaktoren bei Radfahrern 54

5 Zielgruppen der Radverkehrsförderung 63

Identifikation der Zielgruppen 65

| | |
|---|------------|
| Bedürfnisse von Radfahrern | 68 |
| Produkte der Radverkehrsförderung | 72 |
| Die 4 Nutzertypen im Radverkehr | 76 |
| Die Nutzertypen und das Potenzial des Radverkehrs | 84 |
| Nutzerorientierte Infrastrukturmaßnahmen | 85 |
| 6 Fahrradfreundliche Kommunen | 101 |
| Die Niederlande – „Radfahren ist normaler als laufen“ | 104 |
| Kopenhagen – die selbsternannte Fahrradhauptstadt Europas | 125 |
| Münster – Deutschlands Paradies für Pedalritter | 131 |
| Malmö – Kampagne <i>No ridiculous car trips</i> | 136 |
| Gemeinsamkeiten und Unterschiede | 140 |
| Exkurs: Fahrradstadt = Studentenstadt? | 141 |
| 7 Erste Kernaufgabe: Wahrnehmungen | 143 |
| Die motivierende Radinfrastruktur | 146 |
| Die Radinfrastruktur als Marketinginstrument | 148 |
| Auffallend | 154 |
| Einladend | 158 |
| 8 Zweite Kernaufgabe: Subjektive Empfindungen | 167 |
| Sicher | 170 |
| Einfach | 214 |
| Direkt | 241 |
| Schnell | 258 |
| Komfortabel | 285 |
| Leistungsfähig | 300 |
| Gleichberechtigt | 316 |
| Von 8 bis 80 | 318 |
| 9 Dritte Kernaufgabe: Gewohnheiten und Routinen | 321 |
| Integriert | 330 |
| Immer | 355 |
| Überall | 358 |
| Exkurs - Fußgänger | 359 |

Inhaltsverzeichnis

10 Checkliste: 15 Anforderungen an eine nutzerorientierte Infrastruktur 367

UMSETZUNG

11 Die 7 Erfolgsfaktoren in der Radverkehrsförderung 371

Mobilität ist eine Managementaufgabe 373

Zielgruppengerecht planen und handeln 375

Makro-Design 375

Mikro-Design 376

Der Pull-Effekt von Leuchttürmen 378

KVP - Kontinuierlicher Verbesserungsprozess 379

Anfangen! 381

12 Die Radlerbrille (Gastbeitrag) 383

ABSCHLUSS

Abkürzungsverzeichnis 395

Verwendete Fachbegriffe 396

Literaturverzeichnis 398

Abbildungsverzeichnis 405

Unterstützer 406

Autor und Herausgeber 407