

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 *No ridiculous car trips* 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

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