

# Kopf an: Motor aus. Für null CO<sub>2</sub> auf Kurzstrecken.

## ► fairkehr + velokonzept

### Fahrradfahren ist gesund und schützt das Klima

Wow, haben sie schöne Beine! Mit provozierenden, witzigen Botschaften will die Kampagne „Kopf an: Motor aus.“ Menschen für Kurzstrecken aus dem Auto auf den Fahrradsattel und zum Zu Fußgehen bringen. Es wird gezeigt wie sehr Gesundheit, Geldbeutel und Umwelt davon profitieren. Die Kampagne stellt den Kommunen neue, emotionale Kommunikationstools zur Verfügung, um die Bürger effektiver zu erreichen. Das zahlt sich aus. Denn über den Klimaschutz hinaus haben die Kommunen ein finanzielles Eigeninteresse: Sie müssen weniger Parkplätze und Straßen bauen und können die Anforderungen an Luftqualität und Straßenlärm besser einhalten.

Auch Arbeitgeber profitieren, denn radelnde Mitarbeiter sind fitter, schlanker und besser gelaunt, Fehlzeiten werden reduziert. Bamberg, Berlin, Braunschweig, Dortmund, Freiburg, Halle, Herzogenaurach, Karlsruhe und Kiel waren die Pilotstädte 2009 und 2010. Die Kampagne nutzt Printmaterialien, Werbegeschenke, Großplakate, Veranstaltungen, Onlinemedien sowie Radio- und Kinospots und beinhaltet auch aktive Öffentlichkeitsarbeit zur Bewerbung der Kampagne für nachhaltige Mobilität.



### Kampagne mit hoher Sichtbarkeit in den Medien

Die Kampagne eröffnet neue Ansätze, den motorisierten Individualverkehr auf Kurzstrecken zu reduzieren. Sie wird gut angenommen und hat bundesweit eine sehr hohe Sichtbarkeit in allen Medien. Die Wirkung der Emissionsminderungen ist jedoch nicht direkt messbar.

In einem Folgeprojekt sollte die Finanzierung mittels Sponsoring im Vordergrund stehen, um eine Verstärkung der Kampagne zu gewährleisten. Ähnlich ausgerichtete lokale Initiativen und die Fahrradbranche könnten stärker eingebunden werden. Zudem sollte geprüft werden, ob die Kampagne auch für den ländlichen Raum angepasst werden kann.

Winfried Sagolla vom Stadtplanungs- und Bauordnungsamt Dortmund lässt sich vom „Kopf an“-Blitzerteam erwischen. Wer als Fußgänger oder Radfahrer geblitzt wurde, bekam einen Platz in einer Online-Galerie und konnte unter anderem ein Designer-Fahrrad oder Zubehör gewinnen.

„Es muss ja nicht gleich jeder Leistungssport betreiben, aber die alltäglichen Wege mit eigener Kraft zurückzulegen, bringt schon eine Menge für Fitness und Gesundheit.“



Olympia-Schwimmerin Britta Steffen, Sängerin der Band „Wir sind Helden“ Judith Holofernes und Star-Köchin Sarah Wiener unterstützen die Kampagne beim Startevent in Berlin.



realisierte Emissionsminderung:  
**47.355 t CO<sub>2</sub>-Äquivalent**  
über den gesamten Wirkungszeitraum

Größe der erreichten Zielgruppe:  
**835.315 Personen**

### Bewertung des Projektansatzes

#### Innovation

War das Projekt sozial / institutionell innovativ?



#### Transferfähigkeit

Kann der Ansatz übertragen werden?



#### Sichtbarkeit

Wurde das Projekt gut wahrgenommen?



III kein    III niedrig    III mittel    III hoch

Projekttitel	Zero Emission Mobility – bundeseinheitliche Image- und Verbraucher-Informationenkampagne
Zuwendungsempfänger	Arbeitsgemeinschaft ZEM – fairkehr GmbH und Velokonzept Saade GmbH
Laufzeit	1.10.2008 – 31.8.2011
Projektvolumen	4.036.661,00 €
evaluiert durch	Max Grünig