



#### Checkliste für den Stand:

- + QR/Link gut sichtbar?
- + Postkarten & Bögen vorrätig?
- + Zwischenstand (Zahl) parat?
- + Idee: 1 Mini-Story über den Ort?
- + Foto machen & teilen?

## Tipps und Tricks zur Teilnehmendengewinnung

Alle Vorlagen und Textbausteine gibt es ab Ende August auf [fkt.adfc.de](http://fkt.adfc.de)

### 1. Ziel & Timing

- + Vorbereiten: überlegen, wie und wo geworben werden soll und ab Anfang Juli Material bestellen.
- + Werben: erst ab 01.09. aktiv loslegen, da die Befragung erst ab da läuft.
- + Befragungszeitraum: 01.09.–30.11.2026
- + Ziel: mind. 50 Teilnahmen pro Stadt – je mehr Bewertungen eingehen, desto aussagekräftiger werden die Ergebnisse.

### 2. Materialübersicht

- + Postkarte: Gesprächsanlass schaffen
- + Fragebogen: Zugang schaffen – ausfüllen aber lieber digital
- + Lenkeranhänger: Sichtbarkeit schaffen im öffentlichen Raum
- + Plakate: Sichtbarkeit schaffen in Läden und Geschäften

### 3. Lokale Pressearbeit

- + 01.09.: Start-Pressemitteilung (Musterdownload mit Lokalbezug individualisieren)
- + Oktober/November: Weitere Pressemitteilungen zu Zwischenstand („X fehlen noch“) + Endspurt („nur noch bis...“)

**Extra Tipp: kurze O-Töne + Foto mitliefern**

### 4. Social Media

- + Vorlagen ab Ende August downloadbar auf [fkt.adfc.de](http://fkt.adfc.de)
- + 01.09.: Start-Post mit lokalem Bezug und Link zum FKT ([fkt.adfc.de](http://fkt.adfc.de))
- + Mitte Oktober: Zwischenstand - „Schon ... Menschen aus ... haben mitgemacht – X fehlen noch!“
- + Anfang November: Letzter Aufruf – „Nur noch bis 30.11. – jetzt mitmachen!“
- + Kommunikationsanlässe nutzen: Weltkindertag (20.09.), autofreier Tag (22.09.), Weltlehrertag (05.10.), Ausbildungs-/Studienbeginn oder die Europäische Mobilitätswoche als Aufhänger

### 5. Beste Orte/Anlässe vor Ort

- + Stadtfest, Fahrradcodieraktionen, Wochenmarkt, Sportverein, Musik-/Jugendveranstaltungen
- + Veranstaltungen/Infostände
- + Materialauslage: Fahrradladen, Bibliothek, Volkshochschule, Café, Bäckerei

## 6. Lokale Multiplikator:innen für schnelle Reichweite

- + Eltern-/Familienverteiler
- + Schule/Jugendzentrum/Trainer:innen
- + Vereine/Verbände/Unis
- + Firmen (intern)
- + Mitglieder-Mailings

## 7. Gesprächs-Aufhänger

- + „Wir wollen wissen, wie fahrradfreundlich [Stadtteil/Ort] ist.“
- + „Uns fehlen noch X Teilnahmen – nutz deine Chance!“
- + „Wir knacken noch die 50 Teilnahmen“
- + „In diesem Jahr haben wir den FKT um eine neue Perspektive erweitert: neben Erwachsenen und Kommunen, können am FKT Jugendliche nun auch junge Menschen zwischen 10 und 20 teilnehmen“
- + „Die Ergebnisse kommen 2027 – ab 50 Teilnahmen kommt auch dein Ort in die Auswertung!“

## 8. Einwände entkräften

- + „Was bringt das?“ – Ergebnisse fließen an Politik/Verwaltung, diese können vergleichen & Maßnahmen steuern. Sie schaffen zudem Gesprächsanlässe gegenüber Presse und Interessierten Bürger:innen.
- + „Ich fahre kaum Rad...“ – Auch das ist wichtig: zeigt Gründe & Verbesserungsbedarf.
- + „Lohnt sich so viel Aufwand?“ – Pro Ort wirken schon 30–49 als Tendenz; richtig ausgewertet wird je nach Ortsgröße ab 50, 75 oder 100 Teilnahmen und unser Ort bekommt kostenlose Daten zum Radverkehr.

### Immer mitkommunizieren:

Der ADFC-Fahrradklima-Test (FKT) vereint drei Befragungen und macht so die Fahrradfreundlichkeit eines Ortes aus der Perspektive von Erwachsenen, Jugendlichen und Kommunen sichtbar.  
Jetzt mitmachen auf [fkt.adfc.de/Befragung](https://fkt.adfc.de/Befragung)



Modellvorhaben  
**NICHT-INVESTIV**  
Radverkehrsförderung des Bundes

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Verkehr

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages