

Haltestellencheck und Aktion

Einfach viel erreichen!



Liebe Freund*innen des Fußverkehrs und liebe ÖPNV-Fans,

im Jahr 2019 haben VCD-Aktive und das Projektteam von »Zu Fuß zur Haltestelle« insgesamt sieben pressewirksame Aktionen organisiert. Alle haben es in die lokalen Medien geschafft und so auf die Themen ÖPNV, Fußverkehr und gute Wege zur Haltestelle aufmerksam gemacht. **Mit wenig Aufwand haben wir großes Interesse erzeugt.** Diese Resonanz hat uns sehr beeindruckt.

Wie haben wir das gemacht? Wir haben zunächst einen systematischen **Fußverkehrs- und Haltestellencheck** durchgeführt, um Daten als Grundlage unserer Argumentation zu erheben. Dabei stellt der VCD Menschen, die nachhaltig unterwegs sein möchten, in den Mittelpunkt. Wege zur Haltestelle müssen sicher, komfortabel und barrierefrei sein, damit der ÖPNV überhaupt genutzt wird. Wir haben uns passende Aktionsformen ausgedacht, die Presse eingeladen, Menschen zum Mitmachen mobilisiert und Stadtverwaltungen unter Handlungsdruck gesetzt. Von den **Aktionen** sind tolle Fotos entstanden, mit denen wir unseren Erfolg der Öffentlichkeit kommunizieren konnten.

Die Erfahrungen aus dieser intensiven Zusammenarbeit sollen euch Tipps und Tricks für eure eigenen Haltestellenchecks und Aktionen liefern. Wir möchten euch gleichzeitig beruhigen und motivieren – eine gute Idee, ein paar Zahlen und Fakten und ein wenig durchdachte Organisation reichen aus, um mit euren Themen in die Zeitungen zu kommen. Und: Es lohnt sich! Ihr macht den VCD und eure politischen Forderungen bekannt, ihr bringt die Verkehrswende aufs Tableau, ihr gestaltet aktiv mit und setzt euch für eine Mobilität für Menschen ein. Nicht zu vergessen: **Spaß macht es auch!**

Also, testet wie gut das Verkehrsangebot vor Ort wirklich ist, schreibt eure Forderungen auf Schilder, sammelt Mitstreiter*innen und legt los!

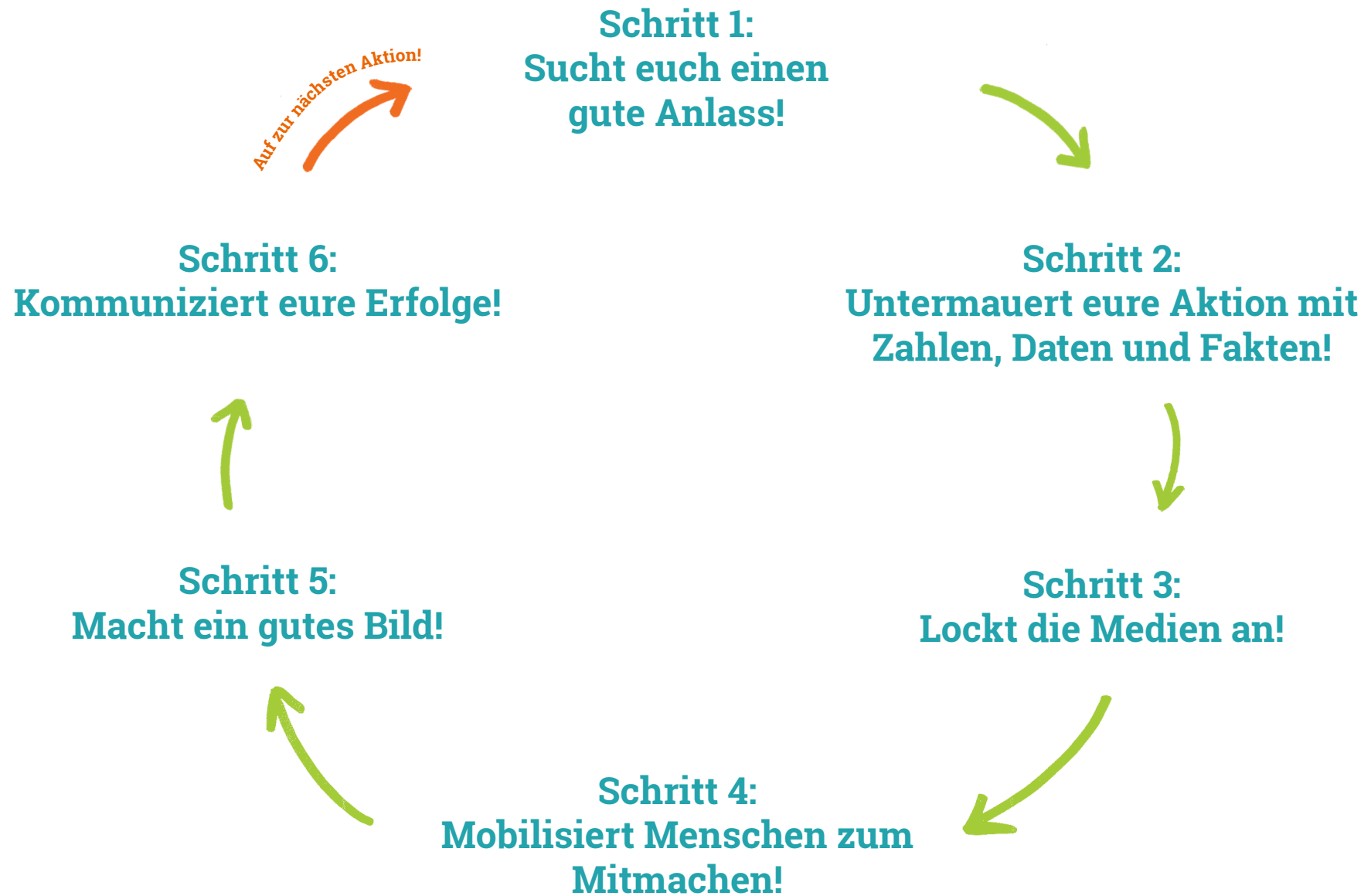
Viel Spaß beim Lesen wünscht

Alisa Raudsus

Alisa Raudsus

Projektbearbeitung »Zu Fuß zur Haltestelle«





Schritt 1: Sucht euch einen guten Anlass!



Diskussionen, Debatten, Kontroversen

Das Wichtigste für eine gelingende Aktion ist eine **Situation, die einen Nerv trifft**. Wird schon lange über die hässliche, marode Haltestelle in eurer Stadt diskutiert und habt ihr als VCD etwas dazu zu sagen? Das ist der Moment! Ihr könnt die schlechte Haltestelle verschönern, einen barrierefreien Fußweg fordern oder euch für einen neuen Zebrastreifen einsetzen. Für euren Zeitplan: Beginnt mit der Vorbereitung etwa einen Monat vor dem Aktionstag!

Beispiel: „Ein Herz für den ZOB“

Der Zentrale Omnibusbahnhof (ZOB) in Lübbecke ist groß, komfortabel und barrierefrei. Ein Investor interessierte sich für ein leer stehendes Gebäude direkt neben dem ZOB. Allerdings stellte er die Bedingung, dass die Stadt Lübbecke für genug Parkplätze sorgen müsse. Der ZOB sollte rückgebaut und verlegt werden – auf der Fläche sollte Parkraum entstehen. Der VCD Minden-Lübbecke-Herford organisierte 2019 die Aktion „Ein Herz für den ZOB“, mit der die Ortsgruppe gegen eine Verlegung kämpfte. Die Aktion stieß auf reges Interesse bei Journalist*innen und Bürger*innen

der Stadt. Darauf aufbauend veranstaltete der VCD eine Podiumsdiskussion mit dem Bürgermeister und es gründete sich die Bürger*innen-Initiative „Pro ZOB“. Der Anlass der drohenden Verlegung war wie gemacht für eine gut gelungene VCD-Aktion.


Der Mini-Selbsttest: Was ist ein guter Anlass?

- ➔ Wisst ihr über alle Argumente und Gegenargumente Bescheid?
- ➔ Gibt es konkrete Verbesserungsvorschläge?
- ➔ Wird eure Forderung Zuspruch in Teilen der Bevölkerung finden?
- ➔ Könnt ihr klare Verantwortliche adressieren?
- ➔ Passt der Anlass thematisch zum VCD und seinen Zielen?

Wenn ihr alle Fragen mit **Ja** beantwortet habt:
Legt los und organisiert eure Aktion!

Schritt 2: Untermauert eure Aktion mit Zahlen, Daten und Fakten!


Busbahnhof
Bensberg:
gut (71%)

Jeder 5.
Weg wird zu Fuß
zurückgelegt! 

Barrierefreiheit:
49% 



Journalist*innen lieben Zahlen

Um eure Argumente und Forderungen zu stärken, braucht ihr eine Basis an Daten, auf die ihr euch berufen könnt. Außerdem lieben die Medien Statistiken und Zahlen! Gute und belastbare Fakten verleihen euch **Professionalität** und **Glaubwürdigkeit**. Entweder ihr recherchiert passende Zahlen aus anderen Quellen (z. B. Umweltbundesamt, Agora Verkehrswende, Studie Mobilität in Deutschland) oder ihr erhebt die Daten selbst – beispielsweise mit dem **VCD Fußverkehrs- und Haltestellencheck**. Ihr müsst nicht alle Haltestellen in eurer Stadt untersuchen, sondern testet nur **exemplarisch** einige davon und je einen Weg zu ihnen. Mit den Ergebnissen könnt ihr eure Forderung stützen und die Journalist*innen beeindrucken. Der Check kann außerdem:

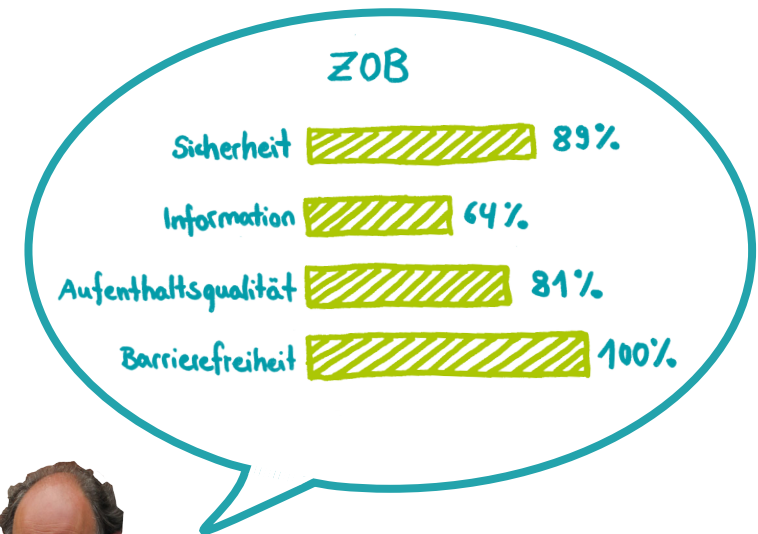
- Den VCD und seine Arbeit sichtbar machen
- Die Stärken, Potenziale und Schwächen der Wege zur Haltestelle vor Ort schnell und kostengünstig aufnehmen und bewerten
- Ein besseres Verständnis für die Bedürfnisse der Fußgänger*innen vor Ort schaffen

- Aufmerksamkeit für die Bedeutung des Fußverkehrs für den öffentlichen Personennahverkehr erreichen
- Konkrete Maßnahmen vorschlagen, die eure Kommune möglichst umsetzt

Wie läuft ein Haltestellencheck ab?

Testet **zwei bis drei** problematische Haltestellen und die Wege zu ihnen in eurer Stadt. Wertet danach die Ergebnisse aus: Welche Zahlen stützen eure Forderungen und lassen sich in der Pressemitteilung verwenden? Ist eine Zahl besonders interessant? Wählt nur wenige Fakten aus, die ihr präsentieren wollt, und seid euch im Klaren darüber, dass die Erhebung nicht repräsentativ ist, sondern **stichprobenartig auf Probleme aufmerksam** machen will. Eure Presseaktion könnt ihr dann z. B. an einer der gecheckten Haltestellen durchführen.

Die **Checklisten** und eine ausführliche Anleitung findet ihr frei zugänglich auf der **Webseite** und im **Coyo-Workspace „Zu Fuß zur Haltestelle“**. Natürlich könnt ihr auch eine andere Art der Datenerhebung wählen, wie z. B. eine Befragung von Passant*innen auf der Straße. Ihr könnt auch einen Radwege-Check durchführen oder die Luftqualität in eurer Stadt messen. Im besten Falle kombiniert ihr nun eure erhobenen Zahlen mit passenden Fakten aus anderen Studien. Wählt für eure Aktion einige wenige wichtige Daten aus und präsentiert diese den Journalist*innen. Bereitet einen kleinen **Vortrag** vor und überlegt euch auch Antworten auf mögliche Nachfragen.



Alle Materialien zum Check:

vcd.org/zufusszurhaltestelle oder
vcd.coyocloud.com/workspaces/zu-fuss-zur-haltestelle

Schritt 3: Lockt die Medien an!



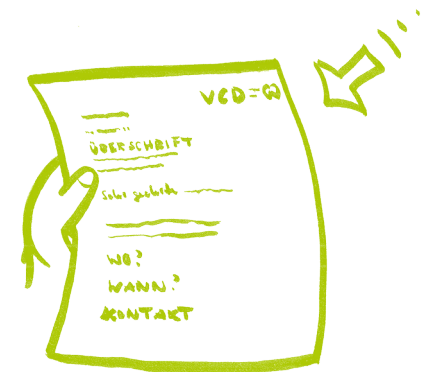
Radio Berg
Neue Umschau
Westfalenblatt
Südkurier...

Zeitungen, Radio und Fernsehen machen euch bekannt

Erklärtes Ziel eurer Aktion sollte sein, dass ihr als VCD tatsächlich Gehör in den **lokalen Medien** findet, denn so erreicht ihr die die meisten Menschen! Vergesst also auf keinen Fall, lokale Journalist*innen zu eurer Aktion einzuladen. Dazu gehören Tageszeitungen genauso wie lokale Radio- und Fernsehsender, kostenfreie Anzeigenblätter und der Landesrundfunk. Die Presseeinladung sollte eine Woche vor der Aktion verschickt werden. Mustervorlagen findet ihr im **Coyo-Workspace**. Überlegt euch vorher genau, was euer **Ziel** und eure **Botschaft** sind. Wichtig ist: Die Einladung muss kurz und aussagekräftig sein. Erklärt nicht lang und breit, warum ihr die Aktion durchführt, und hängt kein zehenseitiges Thesenpapier an, sondern beschränkt euch auf Wesentliches. Was passiert wann und wo? Wer wird dort sein und als Interviewpartner*in zur Verfügung stehen? Und gebt unbedingt einen Pressekontakt an! Diese Person ist dann am Aktionstag auch Ansprechpartner*in für Journalist*innen. Es lohnt sich, direkt im Anschluss an die Aktion eine Pressemitteilung zu verschicken.

Sie sollte nicht länger als eine A4-Seite sein. Wie viele Menschen waren vor Ort, kamen wichtige Leute zur Aktion? Fasst auch die Ergebnisse eures Haltestellenchecks kurz zusammen.

Tipp: Sammelt die Kontakte von Journalist*innen, die sich für euer Thema interessieren, und baut euch euren eigenen lokalen Presseverteiler auf.



Mustervorlagen Presseeinladung und Pressemitteilung:

vcd.coyocloud.com/workspaces/zu-fuss-zur-haltestelle/apps/file-library/fussverkehrschecks

Schritt 4: Mobilisiert Menschen zum Mitmachen!



Einladen, einladen, einladen

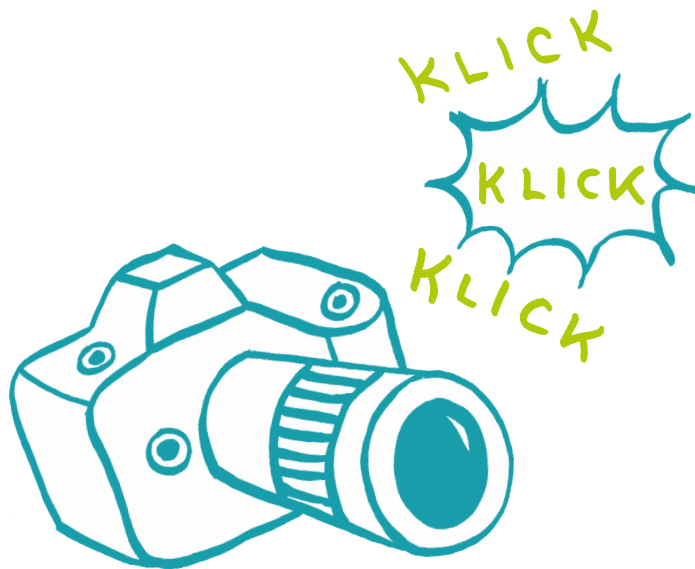
Die Presseeinladung habt ihr bereits vorbereitet oder auch schon verschickt. Das heißt, ihr habt schon einmal alles dafür getan, dass eure Aktion in die Medien kommt. Damit ist es aber noch nicht getan. Ladet zusätzlich noch weitere Akteur*innen ein, die Interesse an eurer Aktion haben könnten oder an die ihr euch direkt wenden wollt. Das kann zum Beispiel die **Bürgermeisterin** oder der **Bürgermeister** sein, weitere Vertreter*innen der **Stadtverwaltung**, Behindertenbeauftragte, Menschen, die bei euren Verkehrsverbänden oder Verkehrsbetrieben arbeiten, der Senior*innen-Verband, andere befreundete Verbände und so weiter. So bietet ihr den Journalist*innen weitere mögliche Gesprächspartner*innen an. Mobilisiert eure VCD-Ortsgruppe und fragt auch in euren Landesverbänden, wer helfen kann. Ihr könnt euch vernetzen, miteinander diskutieren und findet womöglich sofort Leute, die Lust haben, die nächste Aktion mit euch zusammen zu organisieren. Neben der Presseeinladung habt ihr auch noch die Möglichkeit, persönlich anzurufen oder eine kurze Mail zu schreiben. Bei den VCD-Landesverbänden oder im VCD-Shop könnt ihr auch Materialien wie T-Shirts, Fahnen oder Schilder bestellen.

Je mehr Menschen zu eurer Aktion kommen, desto besser! Wenn die Presse erscheint, soll die Aktion zeigen, dass euer Thema viele Menschen betrifft. Deshalb braucht ihr Freund*innen, Familienmitglieder, Bekannte und generell so viele Menschen, wie ihr mobilisieren könnt. Sie können Demoschilder halten, Sprüche skandieren und mit auf das Aktionsbild kommen. Am besten, ihr fangt so früh wie möglich damit an, alle, die ihr kennt, einzuladen. Wenn ihr einen VCD-Facebook-Account habt: Erstellt eine Veranstaltung, teilt sie in thematisch passenden Gruppen und ladet eure Freund*innen ein. So erhaltet ihr mehr Reichweite für euer Event. Twitter, Instagram und Mailings könnt ihr auch nutzen. Wenn die Aktion so richtig groß werden soll, lohnt es sich, ein paar Plakate und Sticker zu drucken und sie in eurer Stadt, in Cafés, Bars oder Supermärkten aufzuhängen bzw. zu verteilen.

VCD-Shop:

shop.vcd.org/shop/katalog/kataloginhalt.php

Schritt 5: Macht ein gutes Bild!



Ein gutes Bild sagt mehr als tausend Worte

Bilder sind wichtig für die Presse. Sie prägen aber auch die eigene Erinnerung an ein Ereignis. Sie erzählen **Geschichten**, erzeugen **Emotionen** und können komplexe Sachverhalte vereinfachen. Überlegt bei der Planung eurer Aktion: Welches Bild unterstreicht am besten eure Forderung? Ist es ein roter Teppich, der für Fußgänger*innen ausgerollt wird, um auf fehlende Barrierefreiheit hinzuweisen? Ist es der improvisierte Hindernisparcours, der zeigen soll, dass der Weg zur Haltestelle voller Barrieren ist? Das Motiv sollte möglichst selbsterklärend sein. Überlegt bereits vorher, welche Bilder von der Aktion gemacht werden könnten – sei es mit der eigenen oder der Kamera von Journalist*innen. Aus welchem Winkel sollte fotografiert werden, damit sowohl aus der Nähe als auch aus der Ferne gute Bilder entstehen können? Achtet darauf, dass das **VCD-Logo** zu sehen ist und eure Schilder gut zu lesen sind. Nicht nur die Presse, auch die eigene Gruppe braucht gute Fotos – für die Webseite, den Blog oder Social Media. Zeigt eure zentrale Botschaft, seid kreativ, zeigt Menschen, zeigt Emotionen. Ihr tretet mit Freude, Entschlossenheit oder Wut für etwas ein – macht das auch in den Fotos deutlich.

Lasst euch von den Fotograf*innen zeigen, wie ihr euch gut positionieren könnt. Nehmt euch Zeit für ausreichend viele und gute Bilder.

Hilfreiche Tipps

- Schaut euch den Aktionsort vorher an (blöd wäre eine Baustelle oder Ähnliches am Tag der Demo).
- Organisiert eine gute Kamera.
- Benennt eine Person, die die Bildaufstellung anleitet.
- Macht eigene Bilder (am besten eine Totale, Halbtotalen und Detailfotos).
- Kommt frühzeitig, probt die Aufstellung, sprecht euch ab und findet den besten Winkel, bevor die Journalist*innen kommen.
- Verlinkt einige Bilder in der Pressemitteilung und stellt sie online bereit (z. B. auf eurer Webseite als Download).

Muss die Aktion angemeldet werden?

Wenn ihr euch im öffentlichen Raum versammelt – auf dem Marktplatz, in der Fußgängerzone oder auf der Straße – ist es manchmal nötig, die Veranstaltung vorher als **Kundgebung** anzumelden. Dies gilt besonders, wenn der Straßenverkehr durch die Aktion beeinflusst wird. Wer nur ein paar Minuten mit Schildern an einer Haltestelle steht, benötigt meist keine offizielle Anmeldung. Ihr könnt eure Aktion in der Regel unkompliziert bei den lokalen Behörden wie Ordnungsamt oder Polizei anmelden. Dies sollte mindestens **48 Stunden vor der ersten öffentlichen Ankündigung** geschehen. Wenn nötig, können kleine Versammlungen auch spontan, also erst vor Ort, angemeldet werden. Gut zu wissen: Es gilt die **Versammlungsfreiheit**. Das bedeutet, ihr müsst eure Versammlung zwar anmelden, die Behörde wird euch aber stets eine Genehmigung erteilen.



So bastelt ihr wiederverwendbare Demoschilder

Besorgt euch dünne Sperrholzplatten und breite Kanthölzer im Baumarkt. Die Platten lackiert ihr mit Tafellack oder einem anderen abwaschbaren Lack, z. B. in VCD-Grün oder -Petrol. Nun verleimt oder vernagelt ihr je eine Platte mit einem Kantholz, sodass ihr einen Griff habt. Denkt daran, mindestens die halbe Länge des Kantholzes zu verleimen, damit das Schild möglichst stabil wird. Um schmerzende Hände zu vermeiden, könnt ihr die Enden mit Griffband umwickeln (gibt es z. B. im Sportfachgeschäft). Druckt das VCD-Logo aus und klebt es oben rechts auf euer Schild. Nun könnt ihr eure Botschaften mit weißer Kreide oder Kreidemarker auf eure Schilder malen und sie wieder abwischen.

Mehr Inspiration für Demoschilder:

kreativisten.org/howtos/do-it-yourself/demoschilder

Mögliche Aktionsformate findet ihr hier:

[vcd.coyocloud.com/workspaces/zu-fuss-zur-](https://vcd.coyocloud.com/workspaces/zu-fuss-zur-haltestelle)

[haltestelle](https://vcd.coyocloud.com/workspaces/zu-fuss-zur-haltestelle) oder www.vcd.org/zuFusszurHaltestelle

Schritt 6: Kommuniziert eure Erfolge!



Teilt euren Erfolg mit der Welt!

Wer schon einmal eine Aktion auf die Beine gestellt hat, weiß: Danach ist man meistens richtig platt. Unmittelbar nach der Aktion muss aber unbedingt noch die **Pressemitteilung** verschickt werden! So können alle Medien berichten, die nicht dabei waren. Denkt auch an eure eigene Erfolgskommunikation. Sammelt die Medienberichte, die in den nächsten Tagen zusammenkommen. Schreibt einen Text für eure **Webseite** und ladet ihn zusammen mit den zwei oder drei schönsten **Fotos** hoch. Postet ein Foto auf **Social Media** und berichtet von eurer gelungenen Aktion. Bedankt euch bei allen Helfer*innen – persönlich oder mit einer kurzen Mail, in der ihr schon den besten Zeitungsartikel verlinkt. Wenn ihr oder euer Landesverband ein eigenes **Magazin** hat oder einen **Newsletter** herausgibt, schickt einen kurzen Text mit Foto ein, in dem ihr berichtet, was ihr organisiert habt.

Solltet ihr im Vorfeld einen Fußverkehrs- oder Haltestellencheck oder eine andere Datenerhebung durchgeführt haben, schreibt einen kleinen **Bericht** und fasst eure Ergebnisse

zusammen. Am besten, ihr fügt noch ein paar Grafiken und Fotos hinzu, druckt ein paar Exemplare des Berichts aus und lasst sie eventuell auch binden. Ihr könnt sie an die Personen verteilen, die an den Ergebnissen interessiert sind – vor allem an Stadtverwaltung, Bürgermeister*in und Politiker*innen der verschiedenen Fraktionen im Stadtrat. Tretet nach eurer Aktion mit ihnen in Kontakt, macht konkrete Verbesserungsvorschläge und seid offen für einen Dialog. Oft freuen sich die Mitarbeiter*innen der Verwaltung über Hinweise, welche Haltestelle eine Bordsteinabsenkung oder eine neue Bank gebrauchen könnte. Und bleibt am Thema dran! **Wirkliche Veränderung braucht Hartnäckigkeit und Herzblut.**



Los geht's! Ihr macht das!



Impressum:

VCD Verkehrsclub Deutschland e. V.

Wallstraße 58
10179 Berlin

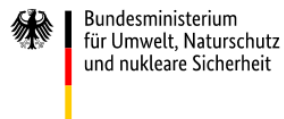
Konzept: Alisa Raudszus

Redaktion und Layout: Alisa Raudszus & Yvonne Hennig

Co-Autor: Philipp Kosok

© VCD e. V. Berlin 2020

Diese Publikation ist entstanden im Rahmen des Projektes »Zu Fuß zur Haltestelle« (Projektleiter: Philipp Kosok, philipp.kosok@vcd.org). Das Projekt wird gefördert durch das Umweltbundesamt und das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit. Die Mittelbereitstellung erfolgt auf Beschluss des Deutschen Bundestages.



Falls ihr mehr Lust darauf habt, ein
kleines Festival auf einem Parkplatz zu
organisieren, schaut mal hier:

[12 qm
KULTUR]

vcd.coyocloud.com/workspaces/12qmkultur-2

Folgt uns in den sozialen Netzwerken:



@VCDBundesverband



@VCDeV



@vcd_ev