



Erfolgreiche Strategien zur Förderung der Nahmobilität

**Christine Fuchs, Vorstand der AGFS
1. Deutscher Fußverkehrskongress
Wuppertal, 16. September 2014**

AGFS

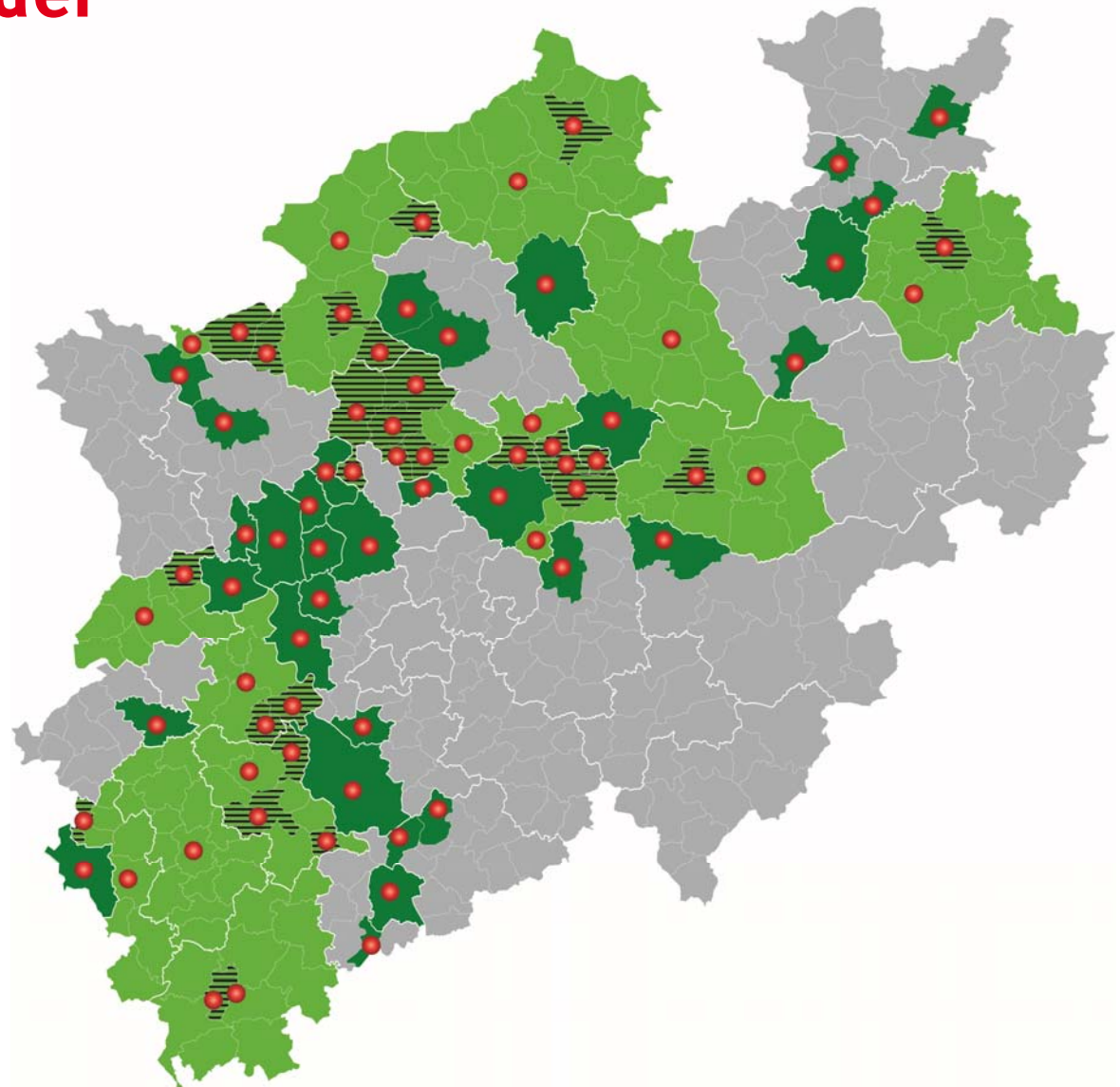
**Arbeitsgemeinschaft fußgänger-
und fahrradfreundlicher Städte,
Gemeinden und Kreise
in Nordrhein-Westfalen e.V.**

Unsere Mitglieder

72 fußgänger- und
fahrradfreundliche
Kommunen in 2014

Das sind
11.363.700
Bürgerinnen und Bürger

Ziel:
AGFS 100 in 2020!



Stadt als Lebens- und Bewegungsraum



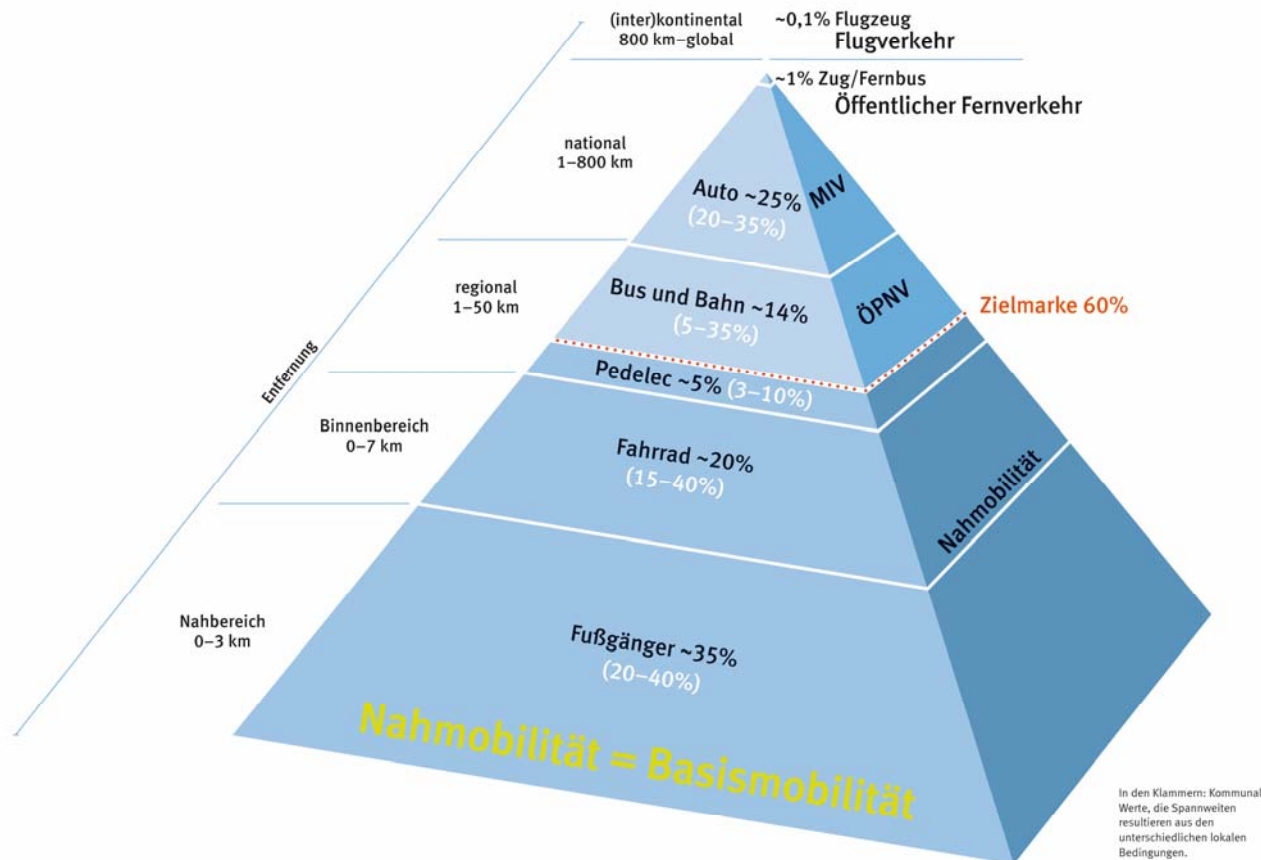
Quelle: AGFS (Hrsg.) (2012): Parken ohne Ende ?

Konzepte und Strategien

Nahmobilität 2.0 im Wirkungszusammenhang



Unsere Vision: Der ideale Modal Split



Quelle: MBWSV NRW (2012²): Aktionsplan der Landesregierung zur Förderung der Nahmobilität

Gleichberechtigung



Radschnellwege



Radschnellwege

- Radschnellwege sind hochwertige, direktgeführte und leistungsstarke Verbindungen sowohl zwischen Kommunen (regional) als auch in städtischen Räumen (kommunal)
- Radschnellwege bieten kommunal und regional die Chance neue Reichweiten, neue Räume und neue Zielgruppen für den Radverkehr zu erschließen



Zentraler Partner: Das Land NRW



Aktionsplan zur Förderung der Nahmobilität

Beteiligte Ressorts



Baustein 7 des Aktionsplans: Fußverkehr

Stärkung der Fußgängerfreundlichkeit der AGFS:

- Anpassung des AGFS- Aufnahmeverfahrens hinsichtlich Fußverkehr
- Basisbroschüre Fußverkehr
- Förderung des Relaunch der Kampagne NINA



Gehen als eigenständige Verkehrsart



Verkehrsprobleme sind oft „Flächenprobleme“

Mehr Raum » Mehr Sicherheit » Mehr Geh- und Fahrkomfort »
mehr Lebensqualität » mehr Miteinander

Schwerpunkt Kommunikation

Zentral produzieren, lokal einsetzen!

- Kongresse (Radverkehr, Kinderverkehrssicherheit, E-Mobilität, ...)
- „Der Deutsche Fahrradpreis“
- Kampagnen
- Ausstellungen, Messestände und Materialien
- Broschüren
- Magazin „nahmobil“
- Internetauftritt
- Politikforum
- Vorträge auf Veranstaltungen
- vieles mehr ...

Broschüre Parken



PARKEN OHNE ENDE?

Eine AGFS-Broschüre zum Thema Nahmobilität und Autoparken



Parkraummanagement

Ein Parkraummanagement versteht man die zeitliche und räumliche Bewirtschaftung des Parkraums. Ziel ist es, den Parkraum effizient zu nutzen und die Verkehrsbelastung zu reduzieren. Dies geschieht durch die Regulierung der Parkdauer, die Einführung von Parkgebühren und die Schaffung von Parkzonen.

Grundtypen der Parkraumbewirtschaftung

1. Anreizsysteme

Kampagnen mit kostenpflichtiger oder kostenloser Parkraumbewirtschaftung werden angeboten. Umweltschonende Parkraumbewirtschaftung wird durch die Einführung von Anreizsystemen gefördert.

2. Kennzeichnung

Kampagnen und Kennzeichnungen werden in der Regel durch die Verkehrsbehörden durchgeführt. Dies geschieht durch die Einführung von Kennzeichnungen, die den Parkraum bewirtschaften.

Blaue Zonen in München

Die Blaue Zone ist ein Kennzeichen für ein gutes Beispiel für Parkraummanagement in München. Durch diese Kennzeichnung wird der Parkraum bewirtschaftet. Dies geschieht durch die Einführung von Kennzeichnungen, die den Parkraum bewirtschaften.

Akteure nehmen Stellung

Die verschiedenen Akteure nehmen Stellung zu den verschiedenen Themen des Parkraummanagements. Dies geschieht durch die Einführung von Kennzeichnungen, die den Parkraum bewirtschaften.

Problemstellung

Die Problemstellung des Parkraummanagements besteht darin, den Parkraum effizient zu nutzen und die Verkehrsbelastung zu reduzieren. Dies geschieht durch die Einführung von Kennzeichnungen, die den Parkraum bewirtschaften.

Leitfragen

1. Welche Handlungsoptionen sind im Hinblick auf den Parkraummanagement?
2. Wie werden die verschiedenen Akteure in der Parkraummanagement?
3. Wie werden die verschiedenen Akteure in der Parkraummanagement?
4. Wie werden die verschiedenen Akteure in der Parkraummanagement?
5. Wie werden die verschiedenen Akteure in der Parkraummanagement?

➔ Parken und Nahmobilität ADAC – Allgemeiner Deutscher Automobil-Club e.V.

1. Welchen Standpunkt vertritt der Verband zu den verschiedenen Themenfeldern?

Der Verband vertritt den Standpunkt, dass der Parkraummanagement ein wichtiger Bestandteil der Nahmobilität ist. Dies geschieht durch die Einführung von Kennzeichnungen, die den Parkraum bewirtschaften.

2. Wie bewerten Sie den Stellenwert des Themas „Parken“ für die heutige und zukünftige Stadt- und Verkehrsplanung?

Das Thema „Parken“ hat einen hohen Stellenwert für die Stadt- und Verkehrsplanung. Dies geschieht durch die Einführung von Kennzeichnungen, die den Parkraum bewirtschaften.

3. Sehen Sie, wie z.B. die AGFS, die Nahmobilität, das Thema „Parken“ als zentralen Bestandteil der Nahmobilität?

Ja, das Thema „Parken“ ist ein zentraler Bestandteil der Nahmobilität. Dies geschieht durch die Einführung von Kennzeichnungen, die den Parkraum bewirtschaften.

4. Welche generellen, konzeptionellen und spezifischen Überlegungen und ergebnispolitischen Maßnahmen bieten sich aus Ihrer Sicht für eine umfassende Problemlösung?

Die Überlegungen und ergebnispolitischen Maßnahmen sind: 1. Die Einführung von Kennzeichnungen, die den Parkraum bewirtschaften. 2. Die Einführung von Kennzeichnungen, die den Parkraum bewirtschaften.

5. Die Handlungsoptionen und ergebnispolitischen Maßnahmen bieten sich aus Ihrer Sicht für eine umfassende Problemlösung?

Die Handlungsoptionen und ergebnispolitischen Maßnahmen sind: 1. Die Einführung von Kennzeichnungen, die den Parkraum bewirtschaften. 2. Die Einführung von Kennzeichnungen, die den Parkraum bewirtschaften.

Die Realität in unserem Lebensumfeld

- bewegungsunfreundliche Städte
- keine oder schlecht erhaltene Wege
- zugeparkte Bürgersteige
- von Lieferfahrzeugen blockierte Radfahrstreifen
- Poller, Schilder, Mobiliar, die im Wege stehen
- Schmale Wege/ Restflächen



Autoparken

Schlüsselfaktor für Urbanität und Nahmobilität

Herzlichen Dank!



info@agfs-nrw.de

www.agfs-nrw.de

Unser gutes Recht

Diese Ausarbeitung wurde von der P3 Agentur für Kommunikation und Mobilität erstellt und bleibt deren Eigentum. Sie ist ausschließlich für den Auftraggeber bestimmt. Jegliche Weitergabe, Bearbeitung, Verwertung, Vervielfältigung, Ausstellung und Verarbeitung dieser Arbeit bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Agentur als Urheberin.