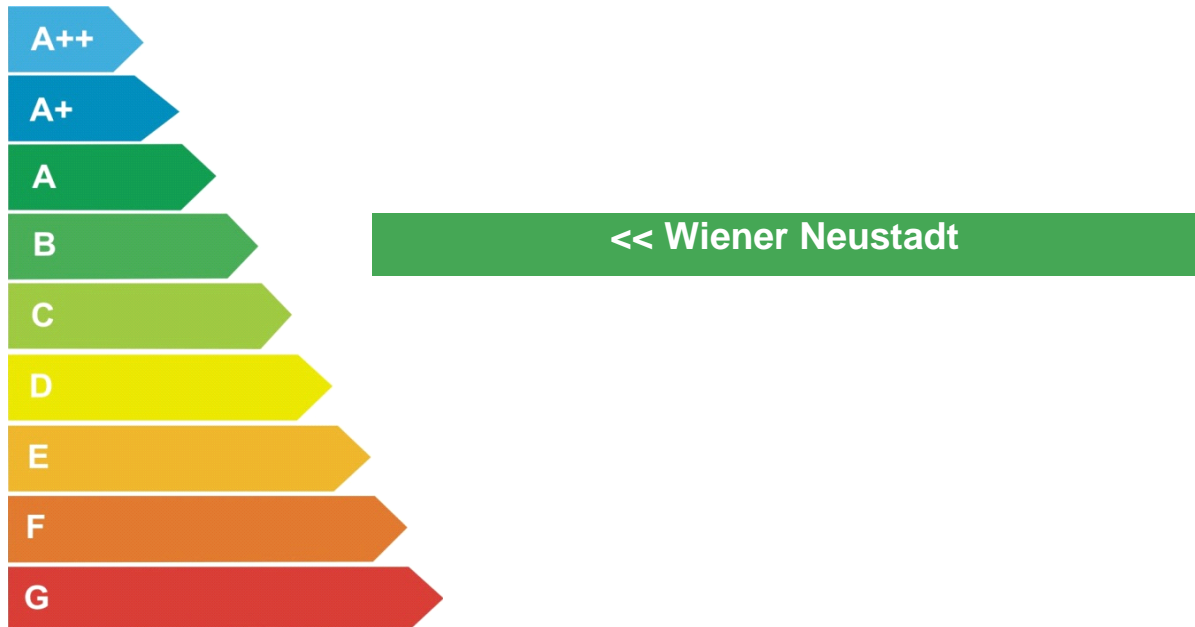


## Klimabündnis-Ausweis 2017 Wiener Neustadt

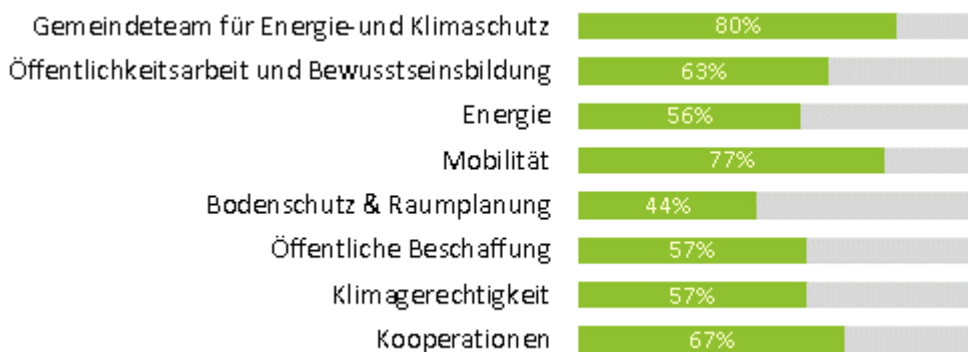


### Wiener Neustadt ist auf einem guten Weg.

Der Klimabündnis-Ausweis des Klimabündnis Niederösterreich zeigt, wie aktiv eine Gemeinde im Klimaschutz ist. Topwert ist A++. Er zeigt auch, wie viele der insgesamt 80 möglichen Klimaschutz-Maßnahmen die Gemeinde bereits umgesetzt hat.

Wiener Neustadt liegt im niederösterreichweiten Vergleich im Mittelfeld.

### Stand der Aktivitäten nach Themenbereichen



Klimabündnis-Gemeinde seit **01.05.1991**

Das Klimabündnis ist ein globales Klimaschutz-Netzwerk. Die Partnerschaft verbindet Gemeinden, Bildungseinrichtungen und Betriebe in Österreich mit indigenen Völkern in Amazonien. Gemeinsame Ziele sind die Reduktion der Treibhausgase und der Schutz des Regenwaldes.



## Umgesetzte Maßnahmen **Wiener Neustadt**

### 1) Gemeindeteam für Energie und Klimaschutz

- Wir haben in unserer Gemeinde eine Ansprechperson für Energie und Klimaschutz (z.B. Klimabündnis-KoordinatorIn, e5-TeamleiterIn).
- Es gibt in unserer Gemeinde Arbeitsgruppen, die sich mit Energie und Klimaschutz beschäftigen.
  - Klimabündnis-Arbeitskreis
  - Energie- oder Umweltausschuss
  - Sonstiges: Umweltbeirat
- Wir haben in unserer Gemeinde AbsolventInnen von klimarelevanten Aus- und Weiterbildungen (z.B. KommunaleR KlimaschutzbeauftragteR).
- Wir haben die Ansprechperson für Energie und Klimaschutz mit einem Budget ausgestattet.

### 2) Öffentlichkeitsarbeit & Bewusstseinsbildung

- Wir präsentieren uns als aktive Gemeinde im Energie- und Klimaschutzbereich.
- Wir haben einen Energie- und/oder Klimaschutz-Infobereich im Gemeindeamt eingerichtet.
- Wir arbeiten im Energie und Klimaschutz mit lokalen Medien zusammen.
- Wir nehmen an Energie- und Klimaschutz-Aktionstagen und Kampagnen teil.
- Wir organisieren Energie- und Klimaschutz-Veranstaltungen wie Filmvorführungen, Vorträge und Diskussionen.

### 3a) Energie – Erhebung, Planung und Beratung

- Wir haben eineN EnergiebeauftragteN bestellt.
- Wir bieten BürgerInnen Information und Beratung für Energiesparmaßnahmen und Erneuerbare Energien.
  - Aktionen zum Stromsparen (Wettbewerb, Ausleihe Strommessgeräte)
  - Sonstiges: Infobroschüren,
- Wir haben in unserer Gemeinde AbsolventInnen von energierelevanten Aus- und Weiterbildungen.
  - Ausbildung EnergiebeauftragteR
- Wir erheben regelmäßig die Energiedaten der Gemeindeobjekte.
  - Kommunale Energiebuchhaltung
  - Separate Erfassung vom Stromverbrauch der Straßenbeleuchtung
  - Energieausweise für gemeindeeigene Gebäude
- Wir haben innerhalb der letzten 10 Jahre ein Energieleitbild / Energiekonzept erstellt bzw. arbeiten daran.

### 3b) Energiesparen/Energieeffizienz

- Wir haben unsere öffentliche Beleuchtung nach energieeffizienten Kriterien umgestellt.
- Wir optimieren den Gebäudebestand der Gemeinde durch umfassende thermische Sanierung und andere bauliche Maßnahmen.

### 3c) Erneuerbare Energie

- Wir verfügen in gemeindeeigenen Gebäuden über Photovoltaikanlage/n.
- Wir nutzen für die Heizung gemeindeeigener Gebäude Biomasse und/oder -Nahwärme.
- Wir unterstützen in unserer Gemeinde aktiv die Errichtung von Ökostromanlagen oder errichten diese selbst (Kleinwasserkraft, Wind, Biomasse, Biogas, Photovoltaik).

### 4) Mobilität

- Wir setzen bewusstseinsbildende Maßnahmen zur Attraktivierung der klimafreundlichen Mobilität (z.B. Europ. Mobilitätswoche).
- Wir als Gemeinde bieten Dienstfahräder und/oder geben bei Dienstfahrten klimafreundlichen Verkehrsarten den Vorzug.
- Wir haben innerhalb der letzten 10 Jahre ein Mobilitätsleitbild / Mobilitätskonzept erstellt - bzw. arbeiten daran.
- Wir haben ein eigenes Budget für die Umsetzung des Mobilitätsleitbildes / Mobilitätskonzepts.
- Wir haben in unserer Gemeinde AbsolventInnen eines Mobilitätslehrgangs (z.B. KommunaleR MobilitätsbeauftragteR).
- Wir fördern aktiv den Radverkehr (z.B. Radverkehrsanlagen, Radständer, Bike+Ride, Leihräder).
  - Radabstellanlagen bei zentralen Orten (z.B. überdachte Radständer, Bike&Ride)
  - Schaffung und Ausbau attraktiver Radverbindungen
  - Radkampagnen und Bewusstseinsbildung
  - Sonstiges: Öffnung Einbahnen und Fußgängerzonen;
- Wir fördern aktiv das zu Fuß gehen (z.B. attraktive Gehwege, Querungshilfen).
- Wir verbessern das Angebot im öffentlichen Verkehr z.B. mit Anrufsammeltaxi, Schnuppertickets oder Gemeindebussen.
- Wir nutzen/fördern E-Mobilität.
- Wir richten verkehrsberuhigte bzw. autofreie Bereiche (Begegnungszonen) ein und/oder haben eine Parkraumbewirtschaftung eingeführt.

## 5) Bodenschutz & Raumplanung

- Wir setzen Maßnahmen und Projekte zum Grundwasserschutz um.
- Wir fördern die Innenentwicklung der Gemeinde und erhöhen die EinwohnerInnenichte im bestehenden Siedlungsgebiet.
- Wir nutzen das Instrument der Bebauungsplanung zur Realisierung einer flächensparenden Siedlungsentwicklung.
- Wir berücksichtigen Klimaschutz-Strategien und Maßnahmen der Energieraumplanung bei der Flächenwidmung.

## 6) Öffentliche Beschaffung

- Wir geben fair gehandelten Produkten den Vorzug bzw. sind FAIRTRADE-Gemeinde.
- Wir geben regionalen, saisonalen und biologischen Produkten den Vorzug.
- Wir berücksichtigen bei unseren Kaufentscheidungen die Wiederverwertbarkeit, Langlebigkeit, Reparaturfreundlichkeit.
- Wir achten bei der Durchführung von Gemeindeveranstaltungen auf nachhaltige Kriterien.

## 7) Klimagerechtigkeit

- Wir unterstützen mit dem bereits erfolgten Beitritt zum Klimabündnis indigene Völker beim Erhalt des Amazonas-Regenwaldes.
- Wir informieren unsere BürgerInnen über die Klimabündnis-Partnerschaft.
- Wir informieren unsere BürgerInnen über die globalen Auswirkungen ihres Lebensstils.
- Wir verzichten zum Schutz der Regenwälder auf Tropenholz.

## 8) Kooperationen

- Wir kooperieren im Bereich Klimaschutz mit Bildungseinrichtungen.
- Wir kooperieren im Bereich Klimaschutz mit Betrieben und/oder Vereinen.
- Wir sind in einer Klima- und Energie-Modellregion aktiv.
- Wir kooperieren mit klima:aktiv.

## Best-Practice Wiener Neustadt

### Radoffensive/-kampagne "wn.radelat"

„Teils provokant, teils mit einem Augenzwinkern versehen, werden – von April 2014 bis Ende 2014 mehrere Sujetwellen über Wiener Neustadt “rollen”... auf Citylights, mittels Flyern, übers Internet, usw. So wollen wir das Thema Radfahren noch stärker ins Bewusstsein bringen und “am Köcheln” halten. “

#### Projekthalt und Ziel

Hauptziel des Projekts ist die Imageprägung des Themas „Radfahren im Alltag“ für Wiener NeustädterInnen – mit bewusstem Verzicht auf den erhobenen Zeigefinger, sondern durch die „Hintertür“ – mit dem Ansprechen von Emotionen und positiven Assoziationen. Alltags-Radfahren soll durch die Kampagne zum gesellschaftlichen Thema werden, „in aller Mund sein“, Radfahren verstärkt als zeitgemäß, hip, chic und Teil eines erstrebenswerten Lebensstils positionieren. In Begleitmaßnahmen sollen aber auch durch legislative und infrastrukturelle Maßnahmen die Rahmenbedingungen für den Radverkehr attraktiviert werden.

#### Ablauf des Projekts

Beginn Konzeption: März 2013, Planung „Hauptinhalte“: bis Dez. 2013, Umsetzung „Hauptinhalte“: März-Okt. 2014, Planung und Umsetzung „Nebenaktionen“: März-Nov. 2014, Erste Ansprechpartner: Radlobby Wiener Neustadt, Meileinsteine: Konzeption Dachmarke und Sujets: Okt. 2014, 1. Sujetwelle – März 2014, 2. Sujetwelle – Juni 2014, 3. Sujetwelle – Sept. 2014

#### Projektbeteiligung und -finanzierung

Initiierung: Energiebauauftraggeber + Radlobby WN, Projektentwicklung: EB, Radlobby WN, städt. Verkehrsamt, Abteilung Öffentlichkeitsarbeit, Umsetzung: EB, Radlobby WN; Kosten: EUR 26.000,- ohne MwSt, davon EUR 19.000,- Förderung (Klimafond-Bund, Landesförderung)

#### CO<sub>2</sub>-Einsparung in Tonnen

noch nicht abschätzbar

#### Projekterfolge

Die Resultate im „zwischenmenschlichen Bereich“ waren aus Sicht der Projektziele erfreulich - Die Kampagne hat „bewegt“, die Bandbreite der Emotionen war dabei groß: von „Feuer und Flamme“ und „begeistert“ bis hin zu „abstoßend“, „widerlich“ und „verletzend“. Das Medienecho war erfreulich gut. Das Hauptziel, dass über die Kampagne und das Thema Radfahren geredet wird, und über die „Hintertür“ auch Sachargumente und Verhaltenseinflüsse Eingang gefunden haben – wurde damit voll erreicht. Das Thema „Radfahren im Alltag“ ist nach dem Projekt stärker in der Öffentlichkeit verankert als zu-vor und positiv besetzt, der „Boden ist sehr gut aufbereitet“ für Folgeaktivitäten zum Thema Rad-verkehr. Medien-Berichterstattung: Überdurchschnittlich gut in Printmedien („Aufreger-Plakate“!), Kommunikationsdrehzscheibe der Kampagne war der Blog wn.radelat.at - 10.000er Zugriff auf Blog im Nov. 2014 Probleme/Hürden: 1. Um eine große Breitenwirkung zu erzielen muss auf hochwertige Werbeflächen zurückgegriffen werden, diese sind kostenintensiv und bindeten einen Großteil des Projektbudgets 2. Nur reden ist zuwenig, es müssen auch Taten folgen! Breit angelegtes Fahrrad-Marketing erfordert begleitende „hard facts“-Maßnahmen, ansonsten entsteht der Eindruck, dass nur „viel Wind um nichts“ gemacht wird, die Glaubwürdigkeit einer Kommune/der Beteiligten würde leiden. Auf dies wurde im Projekt geachtet, ist angesichts angespannter Finanzhaushalte aber nicht

immer einfach, Infrastruktur/Servicemaßnahmen und Marketing müssen mehr oder weniger zeitgleich passieren. 3. Marketing und bewusstseinsbildende Maßnahmen müssen ein kontinuierlicher Prozess sein und können nicht als klassische Projekt, mit zeitlichem Anfang und Ende, betrachtet werden – dauerhafte Personal- und Finanzmittelbindung! □

## Nachhaltige/langfristige Perspektiven und Anregungen

Auswirkungen auf den Modal Split können seriös sicher erst in einigen Jahren beurteilt werden. Mittel- und Langfristige Perspektive: Dachmarke „wn.radelt“ ist gut positioniert in der öffentlichen Wahrnehmung und wird weitergeführt, ebenso der Blog, dh. die „Kampagne“ fürs Radfahren wird fortgesetzt, wenngleich mit anderen Maßnahmen und nicht als konzentrierte Werbekampagne; Andere positive Effekte: Radfahren wird über klassische Kern-Zielgruppen hinaus, nun als „Stadt-Thema“ gesehen. Grundsatz-Diskussionen erübrigen sich damit zum Teil. Folgeaktivitäten: „Bündelung“ aller Maßnahmen zum Radverkehr unter der Dachmarke, damit auch Verbesserung der Wahrnehmung aller Maßnahmen die zum Radverkehr passieren - die Marke „wn.radelt“ ist gut positioniert und dient als „Transportvehikel“. Entlastung des städtischen Verkehrsamts bei der Öffentlichkeitsarbeit zum Thema

## Motivationsfaktoren - wie entstand die Inspiration zum Projekt?

Die Grenzen der Belastbarkeit durch den mIV sind in der Gemeinde vielerorts bereits gegeben resp. absehbar. Gleichzeitig sind die Rahmenbedingungen für den Alltags-Radverkehr ideal („brettchen-eben“, kompaktes Siedlungsgebiet, zentraler Bahnhof, etc.), das Verlagerungspotenzial somit groß. Im Vergleich zu anderen Maßnahmen (z.B. ÖV) erscheint die Erschließung dieser Verlagerungspotenziale vom Kosten/Nutzen-Verhältnis einfach am besten. Die Gemeinde hat einen sehr aktiven Verein „Radlobby Wiener Neustadt“. Das Projekt war auch für diese „Szene“ ein Motivationsschub für deren Aktivitäten, zugleich eine gelungene Kooperationsmöglichkeit zwischen Verwaltung und zivilen Kräften.

## Projektrelevante Webadresse

[wn.radelt.at](http://wn.radelt.at)



## Best-Practice Wiener Neustadt

### Performance-Contracting öffentlicher Gebäudepool

Abschluss eines Energie-Einsparcontractings mit der Fa. Siemens zu einem Gebäudepool an ausgewählten öffentlichen Gebäuden (Stadttheater, Stadtmuseum, Schulen und Kindergarten). Garantierte jährliche Energieeinsparung von 101.000 EUR pro Jahr (27 %). Investitionen durch den Contractor, ohne Budgetbelastung.

#### Projekthalt und Ziel

Die Stadtgemeinde Wiener Neustadt hat in einer eu-weiten Vergabeverfahren die Umsetzung von Energieeffizienzsteigerungsmaßnahmen bei ausgewählten öffentlichen Gebäuden (Gebäudepool) ausgeschrieben. Der Zuschlag erging an die Firma Siemens, mit welcher ein 15jähriger Vertrag abgeschlossen wurde. Der Contractor setzt und finanziert Investitionsmaßnahmen (EUR 1 Mio - Pumpentausch, Fenster- und Türensanierungen, Dämmung oberste Geschoßdecke, hydraulische Einregulierungen, Monitoring, LED-Beleuchtungstausch, Nutzermotivations-Aktivitäten, etc.) und garantiert eine jährliche Energiekosteneinsparung von EUR 101.000,- (27 %). Mehreinsparungen werden im Verhältnis von 50:50 zwischen Contractor und Stadtgemeinde geteilt. Der Contractor erhält jährlich Annuitäten zur Rückzahlung der getätigten Investitionen, in voller Höhe allerdings nur bei Erreichung der garantierten Energiekosteneinsparung. Einsparungsziele, Investitionen und jährliche Abrechnungsmodalitäten sind in einem umfassenden Contractingvertrag fixiert.

#### Ablauf des Projekts

Interne Objekte-Erhebungsarbeiten und -analysen: Jän.-Mai 2014  
Vergabeverfahren: Mai-Dez. 2014  
Vertragsunterfertigung: Jän. 2015  
Umsetzung technische Maßnahmen: Mai bis Oktober 2015  
Beginn Laufzeit Einspargarantie: 01.01.2016 (bis Ende 2031)

#### Projektbeteiligung und -finanzierung

Interne Initiierung (städt. Energiebeauftragter) aufgrund von positiven Pilotprojekt "Einsparcontracting Hallenbad Aqua Nova" Eingebundene Personengruppen in Projektentwicklung: Regierung/Gemeinderat, Bauamt - Referat Immobilienservice, Installationsbetrieb der Stadtwerke Wiener Neustadt, Energiebeauftragter (Gesamtleitung), Grazer Energieagentur (externe Begleitung Analyse + Vergabeverfahren) Geldmittel: Investitionen durch Contractor, Förderungen angesucht beim NÖ Schul- und Kindergartenfond sowie "Förderung für Turnsaale in Pflichtschulen", Ökomanagement NÖ

#### CO<sub>2</sub>-Einsparung in Tonnen

Einsparung von 1,22 GWh Strom und Gas jährlich

#### Projekterfolge

Projektziele erreicht: Es werden Energieeffizienzmaßnahmen gesetzt, ohne kommunale Budgetbelastung, Beitrag zur Erreichung der Umweltziele - mehr als ein Viertel des jährlichen Energieverbrauchs wird eingespart - dauerhaft niedrige Betriebskosten, Investitionen in Werterhalt und Modernisierung der Gebäude, Professionalisierung des Energie- und Gebäudemanagements - Einbindung von externem Know How, Auslagerung von technischen und finanziellen Risiken, Begleitende Nutzermotivations-Aktivitäten in Contracting-Prozess eingebunden, Erhöhung Nutzerkomfort in Gebäuden  
Gut gelaufen: Aufwändiges Vergabeverfahren erfolgreich und im Zeitplan umgesetzt, Umsetzungsphase ohne größere Nutzungskonflikte mit dem laufenden Betrieb, über (in Aussicht stehende) Fördermittel können zweckgebunden weitere Energieeffizienzmaßnahmen an den Objekten gesetzt werden, neuerlich ohne Budgetbelastung  
Medienberichterstattung: gute

Ressonanz in den lokalen Medien, zahlreiche Anfragen im Sinne von "Best Practice" aus anderen Gemeinden und Institutionen

## Nachhaltige/langfristige Perspektiven und Anregungen

Andere Gemeinden : "Versachlichung" von Entscheidungen (Contracting ja/nein) - Abbau von Vorbehalten und Entscheidungshemmnissen, Ablauf eines Contracting-Projekts (v.a. Vergabeverfahren) Probleme/Hindernisse: Contracting erfordert Spezialwissen und Erfahrung => Begleitung durch externe Experten (nicht an falscher Stelle sparen!), gute Vorarbeit erspart spätere Diskussionen und Unklarheiten - aufwendig, aber je besser die Ausschreibung/Vertrag, desto besser - dauerhaft - die Ergebnisse; Pooling ist aufgrund des Entwicklungsaufwandes empfehlenswert; Nutzer und Betreuer rechtzeitig mitnehmen, etwaige Förderungen zweckbinden, Contracting verändert die Betrachtung und den Zugang zu den eigenen Immobilien

## Motivationsfaktoren - wie entstand die Inspiration zum Projekt?

positive Erfahrungen beim Pilotprojekt "Contracting Hallenbad - Aqua Nova": 32 % garantierte jährliche Einsparungen (Mehreinsparungen im ersten vollen Betriebsjahr), problemlose Umsetzung

## Projektrelevante Webadresse

-

## Best-Practice Wiener Neustadt

### Radoffensive/-kampagne "wn.radelt"

„Teils provokant, teils mit einem Augenzwinkern versehen, werden – von April 2014 bis Ende 2014 mehrere Sujetwellen über Wiener Neustadt “rollen”... auf Citylights, mittels Flyern, übers Internet, usw. So wollen wir das Thema Radfahren noch stärker ins Bewusstsein bringen und “am Köcheln” halten.“

#### Projekthalt und Ziel

Hauptziel des Projekts ist die Imageprägung des Themas „Radfahren im Alltag“ für Wiener NeustädterInnen – mit bewusstem Verzicht auf den erhobenen Zeigefinger, sondern durch die „Hintertür“ – mit dem Ansprechen von Emotionen und positiven Assoziationen. Alltags-Radfahren soll durch die Kampagne zum gesellschaftlichen Thema werden, „in aller Mund sein“, Radfahren verstärkt als zeitgemäß, hip, chic und Teil eines erstrebenswerten Lebensstils positionieren. In Begleitmaßnahmen sollen aber auch durch legislative und infrastrukturelle Maßnahmen die Rahmenbedingungen für den Radverkehr attraktiviert werden.

#### Ablauf des Projekts

Beginn Konzeption: März 2013, Planung „Hauptinhalte“: bis Dez. 2013, Umsetzung „Hauptinhalte“: März-Okt. 2014, Planung und Umsetzung „Nebenaktionen“: März-Nov. 2014, Erste Ansprechpartner: Radlobby Wiener Neustadt, Meileinsteine: Konzeption Dachmarke und Sujets: Okt. 2014, 1. Sujetwelle – März 2014, 2. Sujetwelle – Juni 2014, 3. Sujetwelle – Sept. 2014

#### Projektbeteiligung und -finanzierung

Initiierung: Energiebauauftraggeber + Radlobby WN, Projektentwicklung: EB, Radlobby WN, städt. Verkehrsamt, Abteilung Öffentlichkeitsarbeit, Umsetzung: EB, Radlobby WN; Kosten: EUR 26.000,- ohne MwSt, davon EUR 19.000,- Förderung (Klimafond-Bund, Landesförderung)

#### CO<sub>2</sub>-Einsparung in Tonnen

noch nicht abschätzbar

#### Projekterfolge

Die Resultate im „zwischenmenschlichen Bereich“ waren aus Sicht der Projektziele erfreulich - Die Kampagne hat „bewegt“, die Bandbreite der Emotionen war dabei groß: von „Feuer und Flamme“ und „begeistert“ bis hin zu „abstoßend“, „widerlich“ und „verletzend“. Das Medienecho war erfreulich gut. Das Hauptziel, dass über die Kampagne und das Thema Radfahren geredet wird, und über die „Hintertür“ auch Sachargumente und Verhaltenseinflüsse Eingang gefunden haben – wurde damit voll erreicht. Das Thema „Radfahren im Alltag“ ist nach dem Projekt stärker in der Öffentlichkeit verankert als zu-vor und positiv besetzt, der „Boden ist sehr gut aufbereitet“ für Folgeaktivitäten zum Thema Rad-verkehr. Medien-Berichterstattung: Überdurchschnittlich gut in Printmedien („Aufreger-Plakate“!), Kommunikationsdreh Scheibe der Kampagne war der Blog wn.radelt.at - 10.000er Zugriff auf Blog im Nov. 2014 Probleme/Hürden: 1. Um eine große Breitenwirkung zu erzielen muss auf hochwertige Werbeflächen zurückgegriffen werden, diese sind kostenintensiv und bindeten einen Großteil des Projektbudgets 2. Nur reden ist zuwenig, es müssen auch Taten folgen! Breit angelegtes Fahrrad-Marketing erfordert begleitende „hard facts“-Maßnahmen, ansonsten entsteht der Eindruck, dass nur „viel Wind um nichts“ gemacht wird, die Glaubwürdigkeit einer Kommune/der Beteiligten würde leiden. Auf dies wurde im Projekt geachtet, ist angesichts angespannter Finanzhaushalte aber nicht



immer einfach, Infrastruktur/Servicemaßnahmen und Marketing müssen mehr oder weniger zeitgleich passieren. 3. Marketing und bewusstseinsbildende Maßnahmen müssen ein kontinuierlicher Prozess sein und können nicht als klassische Projekt, mit zeitlichem Anfang und Ende, betrachtet werden – dauerhafte Personal- und Finanzmittelbindung! □

## Nachhaltige/langfristige Perspektiven und Anregungen

Auswirkungen auf den Modal Split können seriös sicher erst in einigen Jahren beurteilt werden. Mittel- und Langfristige Perspektive: Dachmarke „wn.radelt“ ist gut positioniert in der öffentlichen Wahrnehmung und wird weitergeführt, ebenso der Blog, dh. die „Kampagne“ fürs Radfahren wird fortgesetzt, wenngleich mit anderen Maßnahmen und nicht als konzentrierte Werbekampagne; Andere positive Effekte: Radfahren wird über klassische Kern-Zielgruppen hinaus, nun als „Stadt-Thema“ gesehen. Grundsatz-Diskussionen erübrigen sich damit zum Teil. Folgeaktivitäten: „Bündelung“ aller Maßnahmen zum Radverkehr unter der Dachmarke, damit auch Verbesserung der Wahrnehmung aller Maßnahmen die zum Radverkehr passieren - die Marke „wn.radelt“ ist gut positioniert und dient als „Transportvehikel“. Entlastung des städtischen Verkehrsamts bei der Öffentlichkeitsarbeit zum Thema

## Motivationsfaktoren - wie entstand die Inspiration zum Projekt?

Die Grenzen der Belastbarkeit durch den mIV sind in der Gemeinde vielerorts bereits gegeben resp. absehbar. Gleichzeitig sind die Rahmenbedingungen für den Alltags-Radverkehr ideal („brettchen-eben“, kompaktes Siedlungsgebiet, zentraler Bahnhof, etc.), das Verlagerungspotenzial somit groß. Im Vergleich zu anderen Maßnahmen (z.B. ÖV) erscheint die Erschließung dieser Verlagerungspotenziale vom Kosten/Nutzen-Verhältnis einfach am besten. Die Gemeinde hat einen sehr aktiven Verein „Radlobby Wiener Neustadt“. Das Projekt war auch für diese „Szene“ ein Motivationsschub für deren Aktivitäten, zugleich eine gelungene Kooperationsmöglichkeit zwischen Verwaltung und zivilen Kräften.

## Projektrelevante Webadresse

[wn.radelt.at](http://wn.radelt.at)

