

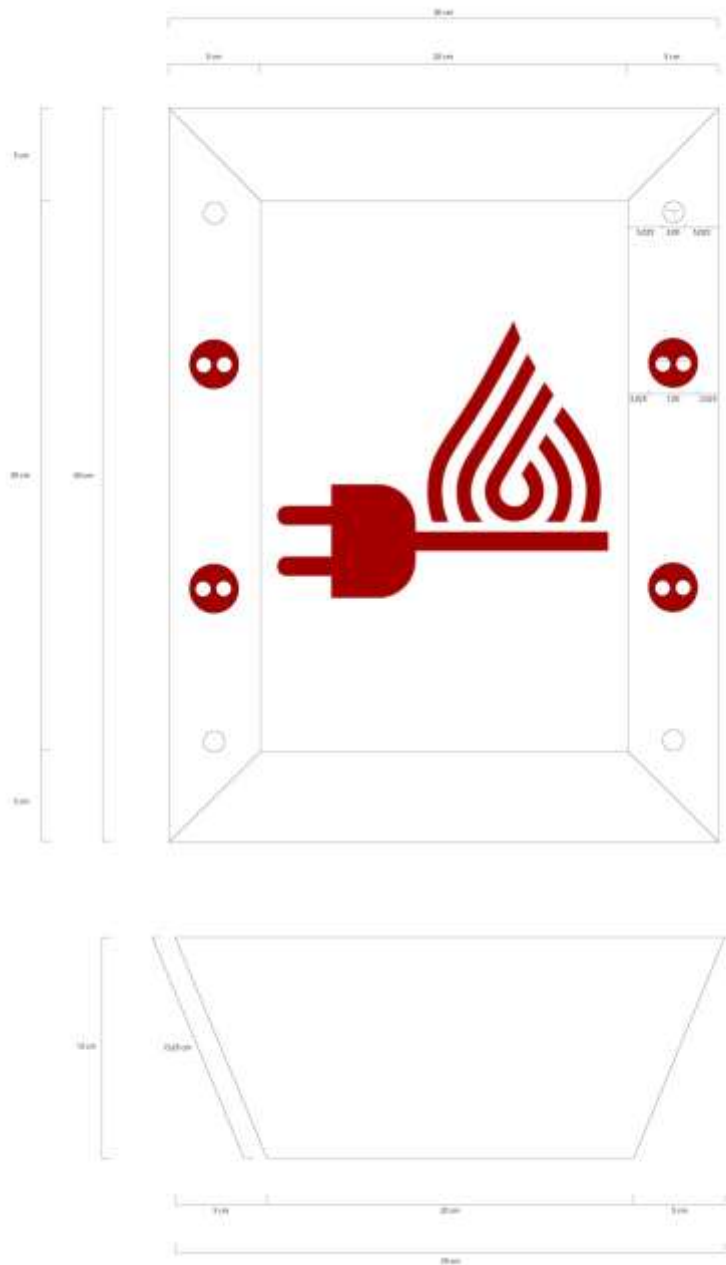
# Euregionales e-bike-Netzwerk



Ein Floriadissimo-Projekt

# Projektpartner / Leadpartner

- Geldern, Straelen, Nettetal, Regio Venlo
- Geldern als Leadpartner hat bereits vielseitige Erfahrungen mit den folgenden Themen gesammelt:
  - e-city
  - energie ohne grenzen
  - e-bike-Ladestationen







# Projektziel

- Erarbeitung und Vermarktung eines flächendeckenden euregionalen e-bike-Netzwerkes zur nachhaltigen Stärkung der touristischen Destination
- Erhöhung der Verweildauer der Touristen in der Region durch Anknüpfen an die Stärken der Region
- Einbindung u.a. an das Projekt: „Regio ohne Grenzen“

# Zielgruppe



- In der Vergangenheit nutzten meistens Senioren die Elektrofahrräder
- Die Zielgruppen haben sich in den letzten Jahren gravierend geändert
- Zunehmend junge, lifestyle-orientierte Generation in urbanem Umfeld
  - Nutzen Sparsamkeit und Schnelligkeit
  - Beispielsweise:
    - Touristen oder Einheimische, die mit Rad deutsch-niederländisches Grenzgebiet erkunden wollen
    - Angestellte, die im Anzug oder Kostüm zur Arbeit fahren ohne verschwitzt anzukommen



# Zielgruppe

- Zunehmend Aktivurlauber mit hoher Technikaffinität (Smartphones, Navigationssystem etc.) mit individuell ausgesuchten Routen
  - Flexibilität und Technikeinsatz
  - Beispielsweise:
    - Ganztages- und/oder Mehrtagestouren mit deutlich vergrößertem Aktionsradius
    - Kombination von weiter auseinander liegenden Attraktionen an einem Tag



# Der e-bike-Trend

- Rückenwind für e-bikes:
  - 2011: 310.000 verkaufte e-bikes in Deutschland  
178.000 verkaufte e-bikes in den Niederlanden
  - 2012: 400.000 verkaufte e-bikes in Deutschland erwartet

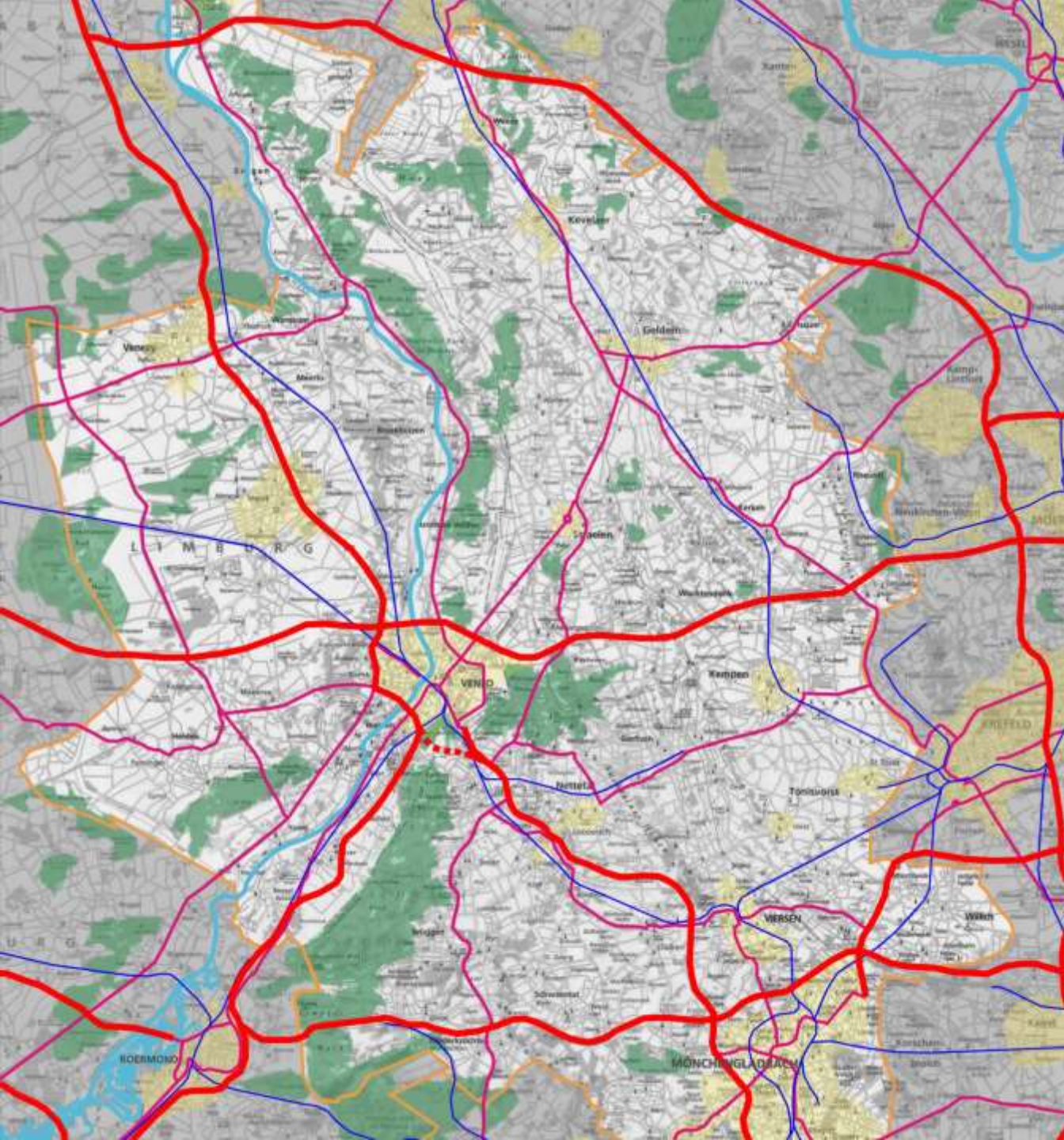


# Konzepterarbeitung

- **Bestandsaufnahme**
  - Erfassung aller Standorte von Aufladepunkten (Fahrradhändler, Verleihstationen, etc.)
  - Daten werden von Projektpartnern zur Verfügung gestellt
  - Konzentration der Recherche auf „schwarze Flecken“

- **Kartendarstellung**

- Wird mit bestehender Verteilersituation digital aufbereitet
- Kartennutzung als Printversion und insbesondere als Internet- bzw. downloadversion



- **Akquisition**

- Durchführung von Akquisitionsgesprächen in gering ausgestatteten Regionen zur Vervollständigung des Angebots

- Gezielt werden Fahrradhändler und Gastronomie-/Hotelbetriebe angesprochen

- **Konzeption**

- Entwicklung des Gesamtkonzepts auf Grundlage der Recherchen, Akquisition und Gesamtdarstellung in Übersichtskarte
- Vorschläge und Informationen durch Projektpartner
  - Beispielsweise Routenvorschläge auch abseits der gängigen Radrouten



# Visualisierung/Logo

- **Einheitliche Beschilderung mit einprägsamen Logo (erste Entwürfe)**
- **Kennzeichnung der Aufladepunkte durch kleine Infotafeln und/oder Aufkleber**
  - Fördert Wiedererkennungswert und Auffindbarkeit
- **Hinweis auf dazugehörige Websites**
  - Abfragen der Informationen zum nächsten Aufladepunkt über Smartphone möglich



[www.euregio-e-bike.com](http://www.euregio-e-bike.com)



**E-BIKE ZONDER GRENZEN**

[www.euregio-e-bike.com](http://www.euregio-e-bike.com)



**E-BIKE OHNE GRENZEN**





**e-bike** ohne grenzen  
**e-bike** zonder grenzen





**e-bike ohne grenzen**



**e-bike zonder grenzen**

# Vernetzung

- **Anbindung an bzw. Integration in vorhandene touristische Plattformen**
- **Beispiele Niederrhein/Grenzüberschreitend:**
  - Verbindung mit „Region ohne Grenzen“
  - Kommunale und regionale Plattformen
  - Schwerpunktthema Tourismus 2012 Kreis Kleve
  - Fahrradtourismus Kreis Viersen
  - Interreg IVB-Projekt Demarrage
- **Für Bereich Noord-Limburg:**
  - SPNL, Bett&Bike, Fietsers Welcome
- **Europaweit:**
  - European Cyclists' Federation

# Werbematerialien

- **Kombination aus Print- und Onlinepräsenz**
  - Internetpräsenz: Eigener Menüpunkt auf Webseiten aller Partner
  - Entwicklung der Inhalte und einheitlicher Layoutgrundlagen im Rahmen des Projekts
  - Aufführungen aller Verleihstationen
  - Internetpräsenz soll dreisprachig werden
  - Flyer „Information zum Mitnehmen“ in allen drei Sprachen (D/NL/ENG)
  - Für Internetpräsenz sowie Flyer gilt: Projektpartner müssen gutes Fotomaterial und Informationen zur Verfügung stellen.

# Öffentlichkeitsarbeit

- Pressemitteilung regional
- Journalisten zu Tests einladen und betreuen
- Pressemeldung überregional verbreiten
- Presseportale
- Pressemappe mit Basis-Pressemitteilung und Factsheet



# Zeitplan

- Projekt-Start: Juni 2012
- Projekt-Ende: Dezember 2012 (voraussichtlich)
- Unterteilung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in drei Schritte:
  - „Kick-off“ im **Juni**, zur Information lokaler und regionaler Medien
  - Information überregionaler Medien im **September**
  - Abschließende Durchführung einer zweiten Presseaktion, zum Berichten über Projektverlauf und Ergebnisse

# Projektbegleitung :



*HELMUT HARDT - StadtUmBau*

*GÜNTER HEENEN - NeD Tax*

*FRANK WÖBBEKING - mediamixx*

[www.euro-experience.com](http://www.euro-experience.com)

# Get your motor running ...

