



RadKULTUR
Baden-Württemberg

Anleitung zur Aktion:

Fotowettbewerb

Aufwand

Dauer der Aktion:	ab 1 Tag
Vor- und Nachbereitung:	ca. 4-6 Wochen
Personalressourcen:	ab 5 h/Woche realisierbar, evtl. Wochenendarbeit für Shooting
Darum geht es:	Wer kann das Radfahren in Ihrer Kommune besser repräsentieren als Ihre Bürgerinnen und Bürger? „Nutzen“ Sie diese als Fotomodels und schaffen Sie so mehr Aufmerksamkeit und Motivation für den Radverkehr. Wie? Mit einem Fotowettbewerb!

Mit der Aktion...

- setzen Sie aktiv einen Anreiz, vermehrt aufs Rad zu steigen.
- stärken Sie Ihren Ruf als umweltbewusste Kommune.
- steigern Sie Ihre Reichweite in der Presse und den sozialen Netzwerken durch Fotos von Menschen, die den Radverkehr in Ihrer Kommune in besonderer Weise verkörpern.

So funktioniert es

An einem zentralen Ort in Ihrer Kommune werden an einem oder mehreren Tagen professionelle Fotos der Teilnehmenden gemacht. Lassen Sie Ihre Kolleginnen und Kollegen und/oder Ihre Bürgerinnen und Bürger abstimmen, wer den Fotowettbewerb in Ihrer Kommune gewinnen soll und einen attraktiven Preis erhält. Optional: Setzen Sie den Gewinner/die Gewinnerin im Nachgang als Testimonial für öffentliche Auftritte ein, indem Sie sich die Nutzungsrechte an den Bildern übertragen lassen.



Schritt 1: Vorbereitung

Wählen Sie einen passenden Standort in Ihrer Kommune aus. Idealerweise handelt es sich um einen möglichst zentralen Ort, der von FußgängerInnen und RadfahrerInnen **hoch frequentiert** ist. Außerdem sollte ein Platz ausgesucht werden, der **charakteristisch für das Stadtbild / das Unternehmen / die Institution** ist und einen hohen Wiedererkennungswert hat. Achten Sie darauf, wie die Teilnehmenden stehen, damit der Hintergrund wirkt und die **Belichtung** zu verschiedenen Tageszeiten passt.

Professionelle Bilder in hoher Qualität sind für einen Fotowettbewerb von höchster Bedeutung! Beauftragen Sie nach Möglichkeit eine/n professionelle/n Fotografin. Diese/r kann sie bei der Auswahl eines geeigneten Standorts unterstützen.

Tipps und Hinweise

Für eine möglichst hohe Teilnehmerszahl bietet sich eine Umsetzungsphase von mehreren Tagen an. Hierbei können Sie ein bestimmtes Zeitfenster festlegen, in dem fotografiert wird. Dadurch werden während der Aktionslaufzeit noch weitere Menschen auf die Aktion aufmerksam und zur Teilnahme motiviert. Bei einem einzelnen Veranstaltungstag empfiehlt es sich, diesen auf einen Wochenendtag zu legen.





Schritt 2: Bewerbung

Machen Sie Ihren Fotowettbewerb bekannt! Durch Außenwerbung im Stadtgebiet sowie die Nutzung der digitalen Medien werden die BürgerInnen auf den Fotowettbewerb aufmerksam gemacht. Plakate, Flyer, eine Ankündigung im Amtsblatt, in einem Newsletter und auf Social Media, aber auch Zeitungsbeilagen oder ein Interview im Radio kündigen die Aktion an und rufen zur Teilnahme auf. Verkünden Sie zur zusätzlichen Motivation auch die Preise, die es zu gewinnen gibt!

Tipps und Hinweise

Der Fotowettbewerb ist auf eine starke Außenwirkung ausgelegt und entfaltet seine volle Wirkung nur mit einer intensiven Bewerbung. Wenn Ihnen geringe Ressourcen zur Verfügung stehen, kann die Aktion auch an bestehende Events angeknüpft werden (z.B. Stadtfest, Aktionstage).



Schritt 3: Auswahl der GewinnerInnen

Die Abstimmung: Je nach Anzahl der Fotos kann eine Vorauswahl sinnvoll sein. Dabei werden 10 bis 20 Fotos ausgewählt, die öffentlich (online) zur Abstimmung stehen. Hierfür kann eine Social Media-Präsenz genutzt werden. Sorgen Sie dafür, dass die Teilnehmenden am Fotowettbewerb ihre eigenen Fotos bewerben und teilen und machen Sie die Abstimmung bekannt. Als Anreiz kann unter den Abstimmenden ein Preis (z. B. Gutschein für einen Radladen/Fahrradkarte der Region etc.) verlost werden.

Tipps und Hinweise

Falls Sie eine Jury einbeziehen möchten, werden von den fünf bis zehn Jury-Mitgliedern (z. B. VertreterInnen der Gemeinde, des Stadtmarketings, aus kulturellen Einrichtungen) 10 bis 20 Fotos ausgewählt. In der Jurysitzung werden alle Bilder in ausgedruckter Form aufgehängt. Die Jurymitglieder stimmen mit Klebepunkten für ihre Favoriten. Pro Person stehen 10 Punkte zur Verfügung. Die Fotos mit den meisten Punkten gelangen in die öffentliche Abstimmung. Alternativ zur Jury kann die Abstimmung auch intern zwischen Ihren KollegInnen oder anhand zuvor festgelegter Kriterien erfolgen.



Schritt 4: Siegerehrung

Die Siegerehrung kann im Rahmen einer bestehenden Veranstaltung oder als eigenständiges Event stattfinden. Es empfiehlt sich, mit der Siegerehrung an eine bereits bestehende Veranstaltung wie bspw. ein Sommer- oder ein Stadtfest anzuknüpfen. Damit lassen sich Kosten (z. B. Werbemaßnahmen) einsparen und die Sichtbarkeit der Siegerehrung erhöhen, da die Veranstaltung zusätzliches Publikum anzieht.

Tipps und Hinweise

Auf umsetzen.radkultur-bw.de finden Sie ergänzende Materialien zur Umsetzung der Aktion.

