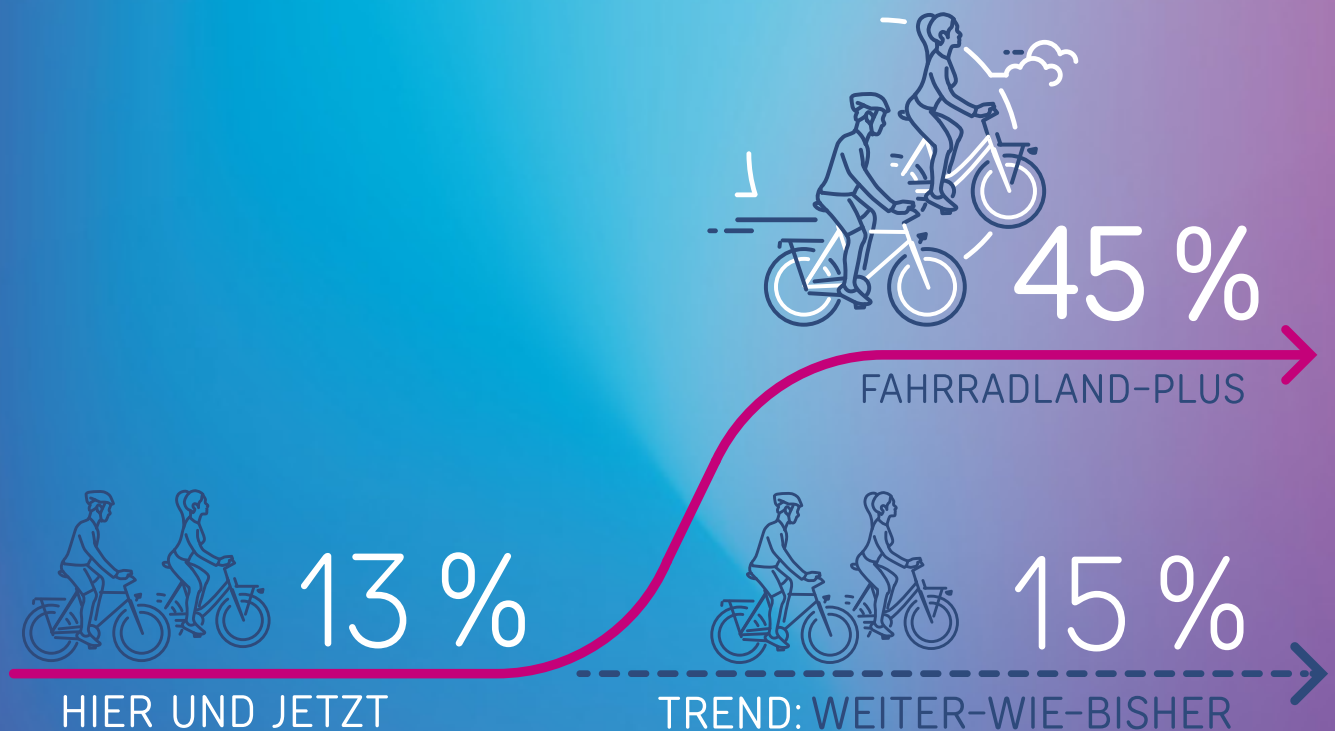


Erweiterte Zukunftsstrategie 2030

Allgemeiner Deutscher
Fahrrad-Club e. V. (ADFC)



Inhalt

Vorbemerkung	3
.....	
Einführung	4
.....	
Politik und Gesellschaft	5
.....	
Verband und Struktur	8
.....	
Dienstleistungen und Services	12
.....	
Unser Fundament: Kommunikation	15
.....	

Vorbemerkung

Die Zukunftsstrategie des ADFC 2022–2027 beinhaltet eine Reihe abstrakter und konkreter Zielsetzungen mit unterschiedlichen Reichweiten und Verbindlichkeiten. Ihre Erweiterung verstehen wir als strategischen Gesamtrahmen, der die Ziele des ADFC bis 2030 festhält, sodass sie auf den Handlungsebenen Bund – Land – Kreis- und Ortsverbände spezifisch gewichtet und mit Maßnahmen hinterlegt werden können und sollen. Damit erreichen wir Verbindlichkeit, Transparenz und ein starkes Wir-Gefühl im Zusammenspiel von unterschiedlichen Rollen und Aufgaben im ADFC.

Ziel dieser Evaluierung ist es auch, erreichte Erfolge sichtbar zu machen, offene Punkte zu benennen und Impulse für eine Weiterentwicklung unserer Strategie zu geben. Dazu gibt es ein eigenes Dokument.¹

Die neue Struktur der Erweiterten Zukunftsstrategie mit den Bereichen Politik und Gesellschaft, Verband und Strukturen sowie Dienstleistungen und Services clustert Themen klar und verknüpft sie strategisch neu – auch untereinander auf dem gemeinsamen Fundament der Kommunikation. Dieser Zusammenhang (z. B. zwischen Dienstleistungen und politischem oder gesellschaftlichem Wirken des ADFC) ist wichtig für unser gemeinsames Verständnis und Zusammenspiel aller Gliederungsebenen.

1 Siehe Erfolge des ADFC aus der Zukunftsstrategie 2022 bis 2027.

Einführung

Der ADFC ist die Organisation für alle Menschen in Deutschland, die Fahrrad fahren, Fahrrad fahren lieben, Fahrrad fahren wollen und Fahrrad fahren unterstützen – zu jedem Zweck und Anlass und in jedem Modus. Als weltweit mitgliederstärkster Radfahrverband ist der ADFC eine wirkungsvolle Interessenvertretung und eine fachlich starke, gesellschaftsorientierte Organisation von Menschen für Menschen.

Den ADFC tragen drei interagierende Säulen:

Die erste Säule ist sein politisches, fachliches und gesellschaftliches Wirken, die zweite, die Bereitstellung verlässlicher Verbands- und Beteiligungsstrukturen und die dritte sein Portfolio von Dienstleistungen und Services. Alle Aktivitäten des ADFC zielen auf eine menschen- und lebensfreundliche, nachhaltige und gesunde Mobilität mit dem Fahrrad im Mittelpunkt eines leistungsfähigen Mobilitätssystems, das den Bedürfnissen aller Menschen gerecht wird. Sie tragen dazu bei, den Verkehrssektor bis 2045 klimaneutral zu machen. Mobilität und Erreichbarkeit sind zentrale Voraussetzungen für Wettbewerbsfähigkeit und wirtschaftlichen Erfolg, Beschäftigung und Wohlstand sowie soziale Teilhabe in unserer Gesellschaft. Der ADFC setzt diese Gelingensbedingungen in Beziehung zum Fahrrad als ganzheitlich wirksames und ernsthaftes Verkehrsmittel für alle. Der ADFC reagiert flexibel auf gesellschaftliche und politische Ereignisse und Entwicklungen, die seinen Zielen zu- oder abträglich sind.

Ausdruck davon ist auch dieses Ergebnis der Zwischenevaluierung der ADFC-Zukunftsstrategie: Seit dem Beschluss der Strategie sind wichtige Ziele erreicht worden, die der ADFC sich selbst gesetzt oder an deren Erreichen er entscheidend mitgewirkt hat – dazu zählen Verbandsziele wie die Gründung des Jungen ADFC oder politische Beiträge etwa zur Reform des Straßenverkehrsgesetzes. Mit der Würdigung der erreichten Ziele geht die Erweiterung der Zukunftsstrategie bis 2030 einher: unvorhergesehene Neuwahlen, knappe öffentliche Haushalte und Verteilungskämpfe um Ressourcen, aber auch neue Schärfen nicht nur an den politischen Rändern, das gesellschaftsfeindliche Erstarken reaktionärer politischer Akteur:innen, die Verkehrspolitik und Klimaschutz als „Kulturkampf“ missbrauchen und die Instrumentalisierung von grundsätzlichen Fragen der Mobilität. All das legt nahe, dass der ADFC gerade jetzt sein starkes, mitgliederbasiertes Fundament stärkt, bewusst seine Position als Akteur in einer demokratischen Gesellschaft einnimmt und seine Ziele für das Radfahren und die Menschen im zukünftigen Fahrradland Deutschland schärft – um sie mit Klarheit und Nachdruck im Handeln zu verfolgen.

Politik und Gesellschaft

Der ADFC arbeitet auf allen Ebenen für ein „Fahrradland-Plus“²: ein Deutschland, in dem Radfahren fehlerverzeihend, sicher, komfortabel und selbstverständlich ist – für Menschen jeden Alters, mit unterschiedlichen Lebensrealitäten sowie unabhängig von Herkunft und Wohnort. Wir verstehen uns als parteiunabhängige und demokratisch verankerte Interessenvertretung aller Menschen, die Rad fahren oder Rad fahren wollen. Der ADFC berät Politik und Gesellschaft und motiviert, die Potenziale des Radverkehrs konsequent zu nutzen. Dazu reagieren wir sowohl intern als auch in unserer Außenwirkung auf sich verändernde politische und gesellschaftliche Verhältnisse.

Der ADFC tritt auf allen politischen Ebenen für die Stärkung des Radverkehrs als sichere, gesunde, nachhaltige und komfortable Mobilitätslösung ein. Untermauert mit überzeugenden Argumenten und Daten stellen wir die Potenziale des Radfahrens für das Mobilitätssystem Deutschlands heraus und zeigen, welche gesetzlichen Rahmenbedingungen und Standards für eine nachhaltige Mobilität mit dem Fahrrad im Mittelpunkt erforderlich sind. Dafür arbeiten wir in Kooperationen und Bündnissen, die unseren Zielsetzungen zuträglich sind und dabei die Werte des ADFC reflektieren.

Den Verwaltungen des Bundes, der Länder und Kommunen stehen wir beratend und begleitend zur Seite – lösungsorientiert und wissensbasiert und nicht nur als „kommentierender Zaungast“. In diesem Zusammenhang beobachten wir die Entwicklungen des Radverkehrs in Deutschland und anderen Ländern intensiv, bewerten diese und bereiten Handlungsempfehlungen, Best Practice-Beispiele und Entwicklungen auf.

Prioritäten unserer Arbeit sind sichere, lückenlose Infrastruktur, Intermodalität und ein respektvolles Miteinander im Verkehr.

Potenziale des Radverkehrs:

Gesundheit, Klimaschutz, Wirtschaft, soziale Teilhabe und Lebensqualität

Um das Potenzial des Fahrrads als selbstverständlichen, lebenslangen und flexiblen „Mobilitätspartner“ zu etablieren, stellen wir das Fahrrad als vielseitiges Verkehrsmittel mit Herz und Charme in den Mittelpunkt unserer Aktivitäten und Kommunikation. Die Potenziale und positiven Effekte des Radfahrens sind zentral in unserer Außenkommunikation und sprechen unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen entsprechend ihrer unterschiedlichen Mobilitäts- und Lebensbedürfnisse an.

Wer sich schon jung gern bewegt und Radfahren früh positiv erlebt, wird auch als erwachsener Mensch gern aktiv und mit dem Rad unterwegs sein. Daher setzen wir frühzeitig mit unseren Angeboten und Informationen an und überzeugen bereits Kinder und Eltern von den Vorteilen des Fahrrads. Wir unterstützen beim Radfahren lernen und bieten positive Erlebnisse mit dem Rad für Klein und Groß. Wir nehmen die Sorgen von Eltern in Bezug auf selbstständige Fahrradmobilität der Kinder ernst und

setzen uns für sichere (Schul-)Wege ein. In Schulen wird Mobilitätsbildung mit dem ADFC zukunftsorientiert und vielseitig.

Insbesondere mit den gesundheitlichen Vorteilen des Radfahrens wirbt der ADFC intensiv für mehr Radverkehr. Radfahren im Alltag und in der Freizeit bietet eine breite Palette an Benefits – von der Prävention schwerer Erkrankungen über die Verbesserung der körperlichen und mentalen Fitness bis hin zur Förderung sozialer Kontakte und Lebensfreude. Die positiven Effekte sind wissenschaftlich gut belegt und gelten für Menschen jeden Alters. Damit ist Radfahren nicht nur für die individuelle Gesundheit elementar, sondern senkt auch die Kosten für das deutsche Gesundheitssystem und Krankheitskosten für Unternehmen.

(Volks-)Wirtschaftliche Effekte des Radfahrens sind sinkende Krankheitskosten und damit einhergehend steigende Produktivität. Radtourismus und die Fahrradbranche mit Produktion, Dienstleistungen und Services sowie Handel sind für die Wirtschaftsleistung in Deutschland von wachsender Bedeutung. Zusammen mit Unternehmen, Wirtschaftsverbänden und Gewerkschaften arbeiten wir daran, das betriebliche und gesundheitliche Mobilitätsmanagement mit dem Fahrrad im Mittelpunkt flächendeckend zu etablieren und den Standortfaktor Fahrrad effektiv zu nutzen.

Mehr Radverkehr bedeutet auch mehr Lebensqualität für alle Menschen in Deutschland – für Radfahrende ebenso wie für alle anderen. Je mehr Menschen ihre kurzen und mittleren Wege mit dem Fahrrad erledigen, desto leiser und flüssiger rollt der Verkehr, desto weniger Schadstoffe und Gestank liegen in der Luft. Stattdessen entstehen Begegnungsräume für Menschen. Die Zunahme an Lebensqualität durch mehr Radverkehr ist eine Zielsetzung des ADFC: Wir setzen uns für sie ein und machen sie sichtbar und erlebbar.

Da Radfahren als elementare und weitverbreitete Kulturtechnik grundsätzlich unabhängig vom Geldbeutel, von sozialer Herkunft und Bildung möglich ist, ist das Fahrrad das inklusivste und sozialste Verkehrsmittel der Welt. Für breite Schichten der Gesellschaft ist Radfahren grundsätzlich möglich und sinnvoll. Der ADFC stellt die Potenziale des Fahrrads für soziale Teilhabe dar und setzt sich dafür ein, dass Radfahren für alle Menschen möglich ist und Rahmenbedingungen für ein inklusives Radverkehrssystem geschaffen werden. Wir verstehen das Fahrrad als „Integrationshilfe“ und verbindendes Element in einer vielfältigen Gesellschaft und machen Angebote, die allen Menschen zugänglich sind.

Das Fahrrad ist für den Klimaschutz im Verkehrssektor wirksam. Wir werden nicht müde, die Potenziale des Radverkehrs für den Klimaschutz zu betonen und die Wirkung von schon kleinsten Änderungen im Mobilitätsverhalten herauszustellen. Zusammen mit anderen wachen wir über die Einhaltung der Klimaschutzziele im Verkehr und erhöhen den Druck auf die Politik zu handeln, um allen Menschen in Deutschland eine Chance auf eine gute und gesunde Zukunft zu ermöglichen.

Radtourismus in Deutschland – qualitativ und quantitativ

Radfahren in der Freizeit ist Stressabbau und Erholung, Familienzeit und soziales Miteinander, Sport und Gesundheit. Die Beliebtheit von Radtouren und Radurlaub ist seit Jahren ungebrochen. Der ADFC setzt Anreize, liefert Informationen und Tipps und macht Angebote für Freizeit und Urlaub auf zwei Rädern – für vielfältige Zielgruppen. Wer in der Freizeit positive Rad-Erlebnisse hat, steigt auch im Alltag mit Freude aufs Rad. Wir setzen uns daher mit Angeboten und Informationen dafür ein, dass mehr Menschen auch im Alltag zu Radfahrenden werden.

Wir beraten und begleiten die Tourismuswirtschaft, liefern Daten und Fakten. Gemeinsam kommunizieren wir die Vorteile des Radtourismus und die Chancen, die darin liegen: Als Form des sanften Tourismus bietet der Radtourismus eine echte Perspektive sowohl für strukturschwache ländliche Räume als auch für einstige Wintersportregionen durch Umorientierung auf den Ganzjahrestourismus. Radtourismus ist eine nachhaltige Alternative zu klimaschädlichen Fernreisen, zu Massen- und Übertourismus.

Verband und Struktur

Der ADFC erreicht seine Ziele durch die Arbeit von hauptamtlich Tätigen und ehrenamtlich Aktiven. Haupt- und Ehrenamt arbeiten im ADFC eng und ergänzend zusammen. Wir leben ein zielorientiertes und wertschätzendes Miteinander beider Arbeitsformen, die für beide Seiten ebenso produktiv wie ressourcenschonend sind.

Aufbau und Organisation

Unsere Arbeit lebt von einer klaren Aufgaben- und Rollenstruktur ebenso wie vom Austausch von Erfahrungen und Expertise, für den wir gezielt Möglichkeiten zwischen haupt- und ehrenamtlich Tätigen im ADFC gestalten. Zu diesem Zweck setzen wir vermehrt auf Netzwerkformate zu bestimmten Themen oder zwischen Personengruppen und nutzen digitale und hybride Formate, um die Zusammenarbeit zu erleichtern. Besonders wichtig ist, dass unterschiedliche Austauschformate wie Netzwerke, Foren und Kongresse ziel- und adressatengerecht gestaltet und genutzt werden.

Der ADFC stärkt das Hauptamt auch in den unteren Gliederungsebenen sowie in Regionen, in denen unser Verband bisher noch nicht über starke Strukturen und Verankerung verfügt. Ein starkes Hauptamt erleichtert ehrenamtliche Arbeit gerade für diejenigen, die nicht so viel Zeit oder das Gefühl haben, die Anforderungen eines Ehrenamts nicht allein erfüllen zu können. Das Hauptamt ist eine wichtige und verbindende Grundlage für das Engagement von Menschen, die unterschiedliche Voraussetzungen und Bereitschaft mitbringen, ebenso wie für den gelingenden Austausch auf allen Gliederungsebenen.

Fachliches Wissen und qualifizierte Menschen bringen den ADFC voran. Die thematische Facharbeit wird im ADFC insbesondere auf der Bundesebene und den Landesebenen von hauptamtlichen Expert:innen verantwortet und auf allen Ebenen von ehrenamtlichen Expert:innen gestärkt und in ihren Möglichkeiten erweitert: Mit dem Ausschuss Facharbeit und anderen Formen der Zusammenarbeit und Interaktion sind bereits Möglichkeiten für die Mitwirkung von ADFC-Mitgliedern in der Facharbeit geschaffen worden. Diese Formen der Zusammenarbeit sind wichtige Komponenten, voneinander zu lernen und miteinander Themen zu entwickeln. Sie werden stetig weiterentwickelt.

Die ADFC-Akademie ist eine noch junge Fort- und Weiterbildungseinrichtung des ADFC. Sie bietet ein vielfältiges Bildungsangebot für ehrenamtlich Aktive im ADFC und ADFC-Mitglieder an. Die Akademie hat das Ziel, die weitere Professionalisierung des ADFC und damit die Erreichung unserer Ziele voranzutreiben. Sie ist ein Lern- und Diskussionsort innerhalb des ADFC, wo ADFC-Positionen und Wissen miteinander geteilt und besprochen werden.

Unsere Mitglieder

Der ADFC hat derzeit mehr als 240.000 Mitglieder und zählt über 11.000 Aktive. Die Mitglieder- und Aktivenzahlen sind in den vergangenen Jahren stetig gestiegen. Der ADFC möchte weiterhin wachsen und kalkuliert zugleich realistisch und kontinuierlich Chancen und Herausforderungen der Mitglieder-

entwicklung angesichts politischer und gesellschaftlicher Stimmungen, des demografischen Wandels und seiner eigenen Identität.

Der ADFC gestaltet die Mitgliedschaft attraktiv. Die ADFC-Pannenhilfe ist innerhalb der Mitgliederservices ein besonders wichtiger Baustein. Durch die Pannenhilfe positioniert sich der Verband als verlässlicher Partner für Radfahrende im Alltag und auf Reisen. Das Angebot stärkt die Sichtbarkeit des ADFC als praktischer Serviceverband und unterstützt dabei, neue Mitglieder zu gewinnen. Ziel ist es, bis 2030 die Qualität und Zuverlässigkeit der Pannenhilfe weiter zu verbessern. Durch eine enge Verzahnung mit anderen Angeboten (z. B. Bett+Bike) wird die Pannenhilfe zu einem wichtigen Baustein einer umfassenden ADFC-Servicekette.

Unsere Verbandsidentität

Der ADFC wird als professioneller Partner auf allen Ebenen gesehen und gefragt. Dadurch ist der Aufwand erheblich, der mit der aktuellen Anzahl an Aktiven kaum noch zu bewältigen ist. Wir wollen deutlich mehr Menschen dafür begeistern, aktiv zu werden, um mit uns gemeinsam an allen möglichen Stellen den ADFC und unsere Inhalte zu entwickeln und zu verbreiten. Dazu stärkt der ADFC seine Willkommens- und Unterstützungskultur auf allen Ebenen.

Perspektivisch entwickelt sich der ADFC zu einem Verband, in dem Leitungspositionen zu gleichen Teilen mit Männern* und Frauen* besetzt sind, wie dies bereits für den Bundesvorstand in der Satzung festgeschrieben ist. Der Anteil an Frauen und diversen Personen an den ADFC-Vorständen wächst von aktuell 23 auf 50 Prozent und ihr Anteil an BHV-Delegierten von 37 auf 50 Prozent. Der Anteil an weiblichen und diversen Aktiven und Hauptmitgliedern sowie der Anteil von Familienmitgliedern mit E-Mail-Adressen steigt deutlich. Zukünftig wird der ADFC zunehmend weitere Diversitätsfelder thematisieren und bei seiner fachlichen Arbeit berücksichtigen.

Der ADFC als Arbeitgeber

Der ADFC ist auch zukünftig und angesichts der weiteren Professionalisierung zunehmend auf qualifizierte hauptamtliche Mitarbeiter:innen angewiesen. Um die richtigen Personen trotz Fachkräftemangels anzuwerben und als Mitarbeiter:innen zu halten, muss der ADFC als Gesamtverband bei den Arbeits-, Gehalts- und Einstellungsbedingungen sowie bei der innerverbandlichen Arbeits- und Führungskultur einheitlich attraktiv sein. Dazu gehören insbesondere eine angemessene Bezahlung, Entgeltgleichheit zwischen den Geschlechtern, wertschätzende Umgangsformen und berufliche Weiterentwicklungschancen.

Verhaltenskodex und Miteinander

Wir formulieren einen Wertekanon und leiten daraus einen verbandsweiten Verhaltenskodex ab, der bei Verstößen konkrete Prozesse und Sanktionen vorsieht. Wir entwickeln einen Maßnahmenplan zur Vermittlung des Wertekanons und des Verhaltenskodexes sowie zur Prävention von und zum Umgang mit Verstößen.

Bis spätestens 2027 wird geprüft, ob und wie wir die Ressourcen für eine Ombudsperson für Betroffene von Mobbing, Diskriminierung, Sexismus und sexueller Gewalt bereitstellen können und wie Vorstände auf Kreis- und Landesebene unterstützt werden können.

Der Junge ADFC

Der Junge ADFC etabliert sich langfristig als starke Jugendorganisation innerhalb des ADFC. Als Leitlinie gilt hier zum einen die Gewährung von ausreichend Autonomie für eigenverantwortliche Aktivitäten der Jugendorganisation, und zum anderen ihre Integration in den ADFC insgesamt sowie das Sicherstellen erfolgreicher generationsübergreifender Zusammenarbeit im Gesamtverband.

Der Junge ADFC wirkt an ADFC-internen Prozessen mit und wird daher an relevanten Strukturen, Gremien und Prozessen beteiligt. Die finanzielle und hauptamtliche Unterstützung der überwiegend ehrenamtlichen Aktiven des Jungen ADFC wird nachhaltig gewährleistet. Gliederungen des ADFC unterstützen in Koordination mit dem Bundesjugendvorstand und dem Hauptamt in der Bundesgeschäftsstelle den Aufbau lokaler und regionaler Gruppen und/oder Gliederungen des Jungen ADFC. Sie schaffen darüber hinaus Möglichkeiten für junge Aktive, sich innerhalb der jeweiligen Gliederung nach ihren Möglichkeiten und Interessen einzubringen.

Unternehmensnetzwerk und Fördermitgliedschaften

Der ADFC agiert grundsätzlich unabhängig. Er begibt sich finanziell weder in eine Abhängigkeit einzelner Unternehmen noch vertritt er die Interessen einzelner Unternehmen oder Unternehmer:innen. In diesem Rahmen wird der bisherige ADFC Business Club zu einem branchenoffenen Unterstützungsnetzwerk weiterentwickelt werden, in dem deutschlandweit agierende Unternehmen und Unternehmer:innen sich engagieren. Schnittmengen in der Zielsetzung und mit anderen Formaten des ADFC, etwa dem Fahrradfreundlichen Arbeitgeber usw., werden explizit genutzt.

Die Fördermitgliedschaft ist daneben eine wichtige Einnahmequelle und eine große Netzwerk-Chance für die Gliederungen des ADFC. Fördermitgliedschaften durch den regionalen Einzelhandel auszubauen, sieht der ADFC dabei als Potenzial an. Bei der Akquise von neuen Fördermitgliedern soll das verbindende Element die Leidenschaft fürs Radfahren sein. Für die Akquise des ADFC im Bereich der Fördermitgliedschaften werden Grundlagen und Handreichungen für alle Gliederungen aktualisiert.

Finanzielle Ressourcen

Zu den finanziellen Ressourcen des ADFC gehören Mitgliedsbeiträge, Überschüsse der wirtschaftlichen Geschäftsbetriebe (Dienstleistungen), Einnahmen aus dem Business Club (zukünftig Unternehmensnetzwerk), Spenden, Erbschaften, Geldauflagen, Sponsoring und Fördermittel. Der ADFC hat klare Regeln für seine Finanzierung auf allen Ebenen und agiert nach innen und außen transparent. Alle Gliederungen des ADFC verfügen über Rücklagen in angemessener Höhe. Der ADFC wird dafür klare Kriterien sowie Ober- und Untergrenzen definieren.

Der ADFC stellt Compliance-Regeln auf und führt sie ein. Die Bundesebene des ADFC hat die Voraussetzungen dafür geschaffen, um einer etablierten Transparenzinitiative beitreten zu können und

unterstützt die landesweiten Gliederungen bei einem vergleichbaren Prozess. Der ADFC überprüft in regelmäßigen Abständen, ob die Mittelallokation innerhalb des Verbandes den Zielsetzungen bestmöglich dient und passt ggf. die Mittelverteilung an. Alle Gliederungen des ADFC stellen ihre finanzielle Situation für den Gesamtverband transparent dar.

Im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb konzentriert sich der ADFC auf Dienstleistungen und Produkte, die klar zum ADFC und seinen Zielsetzungen passen und die Glaubwürdigkeit des ADFC nicht gefährden. Alle Dienstleistungen und Produkte, die für das Image und die Marke des Verbandes relevant sind, werden regelmäßig evaluiert und in einheitlicher, verlässlicher und überprüfbarer Qualität erbracht; bestehende Dienstleistungen werden bedarfsgerecht weiterentwickelt und neue eingeführt.

Digitalisierung und IT-Infrastruktur

Die technische Grundlage unserer Arbeit ist in vielen Bereichen die IT. Wir wollen die evolvierenden technischen Optionen nutzen, um unsere Arbeit effizienter zu gestalten und die Zusammenarbeit in der Bundesgeschäftsstelle, in den einzelnen Gliederungen und im Gesamtverband zu verbessern.

Dienstleistungen und Services

Der ADFC ist ein gemeinnütziger Verein, der qualitativ hochwertige Dienstleistungen auf all seinen Ebenen anbietet. Alle Gliederungen des ADFC unterstützen das Angebot der Dienstleistungen und Services im Rahmen ihrer Möglichkeiten und Ausrichtung. Kritik und Verbesserungsvorschläge werden innerverbandlich diskutiert.

Die Dienstleistungen und Services des ADFC verfolgen das Ziel, den Verband in seiner Wirkung, Reichweite und finanziellen Stabilität nachhaltig zu stärken und zivilgesellschaftlich zu wirken. Sie sind ein strategisches Instrument, um die Radverkehrsförderung voranzubringen und die gesellschaftliche Positionierung des ADFC zu verbessern.

Ein zentrales Anliegen ist es, den finanziellen Handlungsspielraum der Gliederungen durch zusätzliche Einnahmequellen zu erweitern. Gleichzeitig tragen die Angebote dazu bei, den ADFC bekannter zu machen und ein klares Profil als Mitglieder- und Nichtregierungsorganisation (NGO) zu zeichnen. Durch praxisnahe und niedrighschwellige Services werden neue Zielgruppen angesprochen, die bislang wenig Berührungspunkte mit den Zielen des Verbands und dem Verband selbst hatten.

Dienstleistungen des ADFC bringen den ADFC weiter in die gesellschaftliche Breite, indem die Angebote den Aufbau von Netzwerken mit anderen Organisationen sowie Ministerien, Behörden und Kommunen ermöglichen. Dienstleistungen des ADFC sollten idealerweise Lücken im bestehenden Dienstleistungsspektrum rund ums Rad identifizieren und gegebenenfalls schließen. So verfolgt der ADFC auch das Ziel, Standards zu setzen und die Qualität der Angebote für Radfahrende zu verbessern.

Der ADFC wird bis 2030 sowohl von Businesspartner:innen als auch von Verbraucher:innen als professioneller Ansprechpartner in allen Fragen zu Dienstleistungen und Services rund ums Rad wahrgenommen.

Zertifizierungen

Die Zertifizierungs-Dienstleistungen werden durch die Bundesebene entwickelt und angeboten. Die Kriterienkataloge und Preisstrukturen werden in regelmäßigen Abständen überprüft und angepasst. Marktdaten (z. B. Radreiseanalyse) bilden die Grundlage für marktgerechte Kriterien. Ergänzend zu den Zertifizierungen wird ein Beratungsangebot geschaffen. Aktuell bestehen für die unterschiedlichen Zertifizierungsprodukte unterschiedliche und z. T. sehr kleine Personengruppen, die als Auditor:innen auftreten. Der ADFC prüft die Möglichkeit, ein Stellenprofil „ADFC-Auditor:in und Berater:in“ für alle (oder mehrere) Zertifizierungsprodukte zu schaffen, um Landes- und Kreisverbänden ein zusätzliches, ggf. anteilig finanziertes Hauptamt zu ermöglichen.

Fahrradfreundlicher Arbeitgeber (FFA)

Bis 2030 verdoppeln wir die Anzahl der zertifizierten Betriebe. Die Zahl der Arbeitnehmer:innen, die in zertifizierten Betrieben tätig sind, übersteigt aktuell bereits deutlich die Zahl der ADFC-Mitglieder. Wir

nutzen diese Reichweite, um über unsere Arbeit und unsere Angebote zu informieren. Die Arbeitgeber sind lokal bzw. regional wichtige Partner gegenüber der Politik. Bis 2030 etablieren wir einen regelmäßigen Austausch der FFA miteinander und gegenüber der Politik unter Federführung des ADFC, z. B. in der Form von Round Tables. Der ADFC unterstützt die Betriebe bei der kommunalen Lobbyarbeit zur Radverkehrsförderung.

Bett+Bike

Durch das Angebot von Bett+Bike positioniert sich der ADFC als zentraler Akteur für fahrradfreundlichen Tourismus. Bett+Bike stärkt die Sichtbarkeit des Verbands in der breiten Öffentlichkeit und fördert die positive Wahrnehmung des Radfahrens als erlebnisreiche Mobilitätsform. Damit erschließt der ADFC neue Zielgruppen. Bett+Bike ermöglicht die Positionierung des ADFC als tourismuspolitischen Akteur. Der ADFC überprüft, ob die aktuellen Strukturen ideal und effizient sind und passt sie ggf. an.

Weitere Dienstleistungen und Services³

Diese Dienstleistungen werden durch die Landesverbands- und Kreisverbandsebene angeboten.

Radtouren

Der ADFC ist und bleibt auch 2030 der größte Anbieter von Radtouren in Deutschland. Dazu erhöht er die Zahl der angebotenen Radtouren kontinuierlich. Radtouren dienen der Mitgliederbindung und -gewinnung, indem sie Gemeinschaftserlebnisse schaffen und den ADFC als engagierten, lokal verankerten Akteur erlebbar machen. Radtouren stärken die Positionierung des ADFC als tourismuspolitischer Akteur.

Codierung

Bis 2030 hat jeder Kreisverband die Möglichkeit, FEIN-Codierungen anzubieten. Dabei werden die Kreisverbände von den Landesverbänden und anderen Kreisverbänden unterstützt und Nadelcodiergeräte ggf. verliehen. Die Codiertätigkeit hilft dabei, den Austausch mit Polizei und Innenministerien zu intensivieren.

Fahrsicherheitstrainings und Fahrradaktionstage

Aktuell schafft die Bundesebene die Voraussetzungen für einen bundesweiten Roll-out der Fahrsicherheitstrainings nach einheitlichen Standards. 2030 können Fahrsicherheitstrainings flächendeckend angeboten werden. Dabei muss nicht jeder Kreisverband oder jede Ortsgruppe das Angebot allein durchführen. Sie werden vom Landesverband unterstützt. In jedem Landesverband ist pro 1.000 Mitglieder ein:e Trainer:in ausgebildet. An vielen Stellen im ADFC gibt es bereits Angebote für betriebliche Fahrradaktionstage. Bis 2030 wird ein modulares, einheitliches Modell entwickelt, bei dem sich Betriebe zentral ein Angebot einholen können. Dabei werden ggf. auch Fördermitglieder (z. B. Fahrradwerkstätten) mit eingebunden.

Informieren und Beraten

Insbesondere die Gliederungen ertüchtigen Radfahrende in den Bereichen Navigation, Fahrradreparatur oder Vorbereitungen auf Radreisen usw. Um dieses Wissen zu vermitteln, werden Informationsveranstaltungen, Infomaterialien oder Seminare entwickelt.

Unser Fundament: Kommunikation

Kommunikation ist das Fundament unserer Arbeit. Wir kommunizieren entlang unserer Ziele, adressaten- und anlassbezogen sowie stets sachlich und konstruktiv. In der Facharbeit, für die Außendarstellung sowie in der internen Zusammenarbeit und Kommunikation adressieren wir fokussiert und konsequent unsere Themen, Argumente und Angebote. So stellen wir unsere Arbeit nach außen dar, überzeugen Menschen von unseren Zielen und verstehen umgekehrt ihre Ansichten und Bedürfnisse, die wir in unsere Arbeit integrieren können.

Die Ziele unserer Kommunikation:

- Steigerung der Bekanntheit des ADFC als politische, gesellschaftliche und technische Experten:innenorganisation für Radverkehr
- Marke stärken: einheitliches, wiedererkennbares ADFC-Profil auf allen Kanälen
- Zielgruppen erreichen: Kontaktaufnahme zu neuen Zielgruppen (junge Menschen, Familien, migrantische Communities usw.) und bestehende Kontakte intensivieren
- Emotionen und Fakten verbinden: Spaß am Radfahren, Zuversicht, Humor – kombiniert mit Expertise
- Themen, die in gesellschaftlichen Debatten verhandelt werden, in unserem Sinne (z. B. Verkehrswende, Gesundheit, Klimaschutz) zu setzen und mitzuprägen und mit unseren Positionen klar erkennbar zu sein
- Mitglieder aktivieren: Community-Aufbau und Sichtbarkeit von Vorteilen (z. B. Kooperationen)
- Professionalisierung: digitale Vorlagen, besserer Support für Gliederungen
- resiliente Kommunikation: Krisenkommunikation weiter etablieren

Unsere politischen und radtouristischen Zielsetzungen können wir nur mit intensiver kommunikativer Begleitung und Unterstützung erreichen. Ein wichtiges Instrument dafür sind u. a. Kampagnen. Der ADFC entwickelt z. B. den Fahrradklima-Test zu einer Kampagne des Verbandes auf allen Ebenen fort, setzt damit ein weithin sichtbares Schwerpunktthema und gewinnt Menschen zum Mitmachen und zur Interaktion. Weitere wichtige Instrumente unserer kommunikativen Positionierung sind die Pressearbeit, eigene Veranstaltungen, Social Media und unsere Website sowie Aktionen und Publikationen.

Den Anforderungen qualitativ hochwertiger Beratungsleistungen kann ein Verband wie der ADFC am besten in Verbindung mit breiten kommunikativen Angeboten begegnen. Damit wird nicht nur der Informations- und Beratungsbedarf adressiert, sondern der ADFC zugleich in seiner Rolle als Expert:innenverband gestärkt. In den Themenfeldern Technik und Verbraucher:innenberatung wird ein „Themen-Scout“ zum einen aktiv Fragestellungen aufspüren und sammeln, die für ADFC-Mitglieder und Radfahrende von Belang sind – etwa als Ansprechperson für Landesverbände, Gliederungen sowie Mitglieder, durch Umfragen, auf Messen und Veranstaltungen. Zum anderen wird die Bearbeitung und Beantwortung dieser drängenden Fragestellungen von vornherein für ein größeres Publikum geplant und umgesetzt.

Kern unserer Kommunikation ist ein Markenkonzept und ein gelebter Leitfaden für die verschiedenen Kommunikationskanäle und Kommunikationsaktivitäten – von Fachpapieren über Social Media und Kampagnen bis hin zu Aktionen vor Ort.

Davon ausgehend formulieren zentrale Botschaften die Anliegen des ADFC gegenüber seinen Mitgliedern und der Öffentlichkeit. Sie vermitteln, welche Services und Unterstützungen der ADFC auf Bundesebene bei der Kommunikation für die Gliederungen leistet. Die gesamte Kommunikation im ADFC ist standardmäßig breit und umfassend auf gesellschaftliche Zielgruppen ausgerichtet, passgenau entlang der Ziele des ADFC und seiner Kommunikationsanlässe.

Durch eine verbesserte, institutionalisierte Zusammenarbeit insbesondere der Kommunikationsverantwortlichen der Bundesgeschäftsstelle und der Landesverbände wird sichergestellt, dass zentrale Kommunikationselemente von den Gliederungen genutzt und Kommunikationselemente, die einen bundesweiten Aspekt haben, stärker auf nationaler Ebene kommuniziert werden.

Die erhöhte kommunikative Schlagkraft des ADFC und die stärkere Einheitlichkeit der Kommunikation zeigen sich etwa in deutlich größerer Reichweite in Social Media, in einer gestiegenen Zahl von Newsletter-Abonnent:innen und einer größeren Zahl von online abgeschlossenen Mitgliedschaften.

Vielen Dank an die Kommission zur Zwischenevaluierung der Zukunftsstrategie des ADFC:

Sarah Holczer, Caroline Lodemann, Kathleen Lumma, Frank Masurat,
Maren Mattner, Samina Mir, Janek Mücksch, Sofrony Riedmann, Sebastian Vogel

Impressum:

Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V.
Zimmerstraße 26/27, 10969 Berlin
Stand November 2025

Radfahren lieben. Zukunft bewegen.
Gemeinsam gestalten wir unseren ADFC –
engagiert, leidenschaftlich und innovativ.
