



r und MobilitÄ tsagentur Wien begeistern die Wienerinnen und as Radfahren â€“ BILD

ID: LCG22301 | 26.07.2022 | Kunde: Die Goldkinder | Ressort: Medien
Ä-sterreich | Medieninformation

**Mit der zweistufigen 360-Grad-Kampagne begleitet die Wiener
Kreativagentur den Ausbau des Radverkehrsnetzes in der
österreichischen Hauptstadt und lässt die „#radliebewien“
wachsen.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © Die Goldkinder

Wien (LCG) – Im März dieses Jahres konnten sich Die Goldkinder in einem Ausschreibungsverfahren der Mobilitätsagentur Wien zur Kommunikation der kommunalen Förderung des umweltfreundlichen Radverkehrs in der Bundeshauptstadt durchsetzen. In einer mehrstufigen Kommunikationsstrategie wird der Ausbau des Radwegenetzes in Wien begleitet und die Liebe der Wienerinnen und Wiener zum klimaschonenden Radfahren geweckt. Die erste Kommunikationsphase erfolgte bereits im Mai 2022: Die für die Verbesserung der Radinfrastruktur notwendigen Baumaßnahmen wurden mit charmanten Illustrationen begleitet, die das Ziel einer klimafreundlichen Zukunft visualisieren und mit Zahlen und Fakten stützen – und so die Wiener Bevölkerung von Beginn an für die Maßnahmen und das positive Ergebnis begeistern. Die Baustellenkommunikation erfolgte breitflächig über Gewista-Citylights, digitale Kanäle und Social Media sowie auf lokaler Grätzl-Ebene direkt an den Baustellen.

Mit Mitte Juli 2022 erfolgte der Launch der übergeordneten Image-Kampagne „#radliebewien“.

„Die Stadt Wien investiert Millionen in die Verbesserung und den Ausbau des Radverkehrsnetzes. So wird die klimafreundliche Mobilität der Wienerinnen und Wiener gefördert und den Umstieg auf das Rad erleichtert. Die Vorteile des Radfahrens visualisiert die Kampagne #radliebewien“, so **Kathrin Ivancsits**, Mobilitätsagentur Wien.

„Die Freiheit und Unbeschwertheit, sich ressourcenschonend durch den Alltag und die Metropole zu bewegen, haben wir in inspirierende Kampagne-Sujets verpackt, die echte Menschen aus der Stadt zeigen, die ihre Liebe zum praktischen und klimafreundlichen Radfahren bereits gefunden haben“, kommentiert Die-Goldkinder-Geschäftsführer und Creative Director **Michael Stebegg**.

Während die aktuellen Image-Sujets zum „Sommer-Ausflug“ mit dem Rad inspirieren, forciert die Kampagne im Herbst während der Europäischen Mobilitätswoche die „#radliebewien“ am Weg zur Arbeit.

Credits zur Kampagne

Kunde: Mobilitätsagentur Wien – **Kathrin Ivancsits**

Agentur: Die Goldkinder – **Michael Stebegg ;Doris Lehmann, Katja Claus**

Illustrationen: **Maria Kondratieva**

Fotograf: PPM –**Philipp Schönauer**

Über die Goldkinder

Die Goldkinder sind eine eigentümergeführte Kreativagentur mit Sitz in Wien und Berlin (Deutschland) und betreut seit 2007 namhafte österreichische-und internationale Marken sowie Großunternehmen. Das rund 15-köpfige Wiener Kreativteam deckt mit

seinem Know-how das gesamte Leistungsspektrum der Kommunikation ab – von Full-Service-Kreation, digitalem Know-how bis zum strategischen Lead. Die Goldkinder gestalten umfassende Kommunikationsstrategien nicht nur für die Mobilitätsagentur Wien, sondern unter anderem auch für Vöslauer, Julius Meinl, Select Aperitivo, Senecura, Felix Austria, Knusperli, Thermalbad Vöslau und Eckes Granini – „YO Fruchtsirup“. Mit ihren zahlreichen Auszeichnungen, darunter zuletzt der iab WebAd, CCA-Venus, der Deutsche Preis für Onlinekommunikation sowie der Deutsche PR-Preis, zählen die Goldkinder zu den vielfach prämierten Kreativagenturen des Landes. Weitere Informationen auf diegoldkinder.at.

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at (Schluss)

