



# Das Magazin



A person wearing a black jacket, black pants, and red sneakers is riding a dark green bicycle. The background is a wall with a repeating geometric pattern of white and grey shapes. The text 'Unsere Blattlinie' is overlaid on the left side of the image.

## Unsere Blattlinie

### WIR SIND ...

Wir sind Bike Citizens – wir leben urbane Fahrradkultur. Fahrradfahren im städtischen Raum bedeutet für uns Freiheit, Unabhängigkeit und Spaß. Diese Begeisterung wollen wir weitergeben.

Wir beziehen Partei für das Fahrrad als Kernelement urbaner Mobilität: Mit unserem Beitrag wollen wir Städte in Zukunft lebenswerter machen. Das Urban Independence Magazin ist deshalb mehr als ein Fahrradmagazin – es ist Ausdruck einer Art und Weise, wie wir in der Stadt leben wollen: Urban Independence.

### UNSERE VERPFLICHTUNG GEGENÜBER UNSEREN LESER/INNEN

Unsere oberste Priorität sind authentische Informationen und nützlicher Service für unsere Leser/innen. Kooperationen mit anderen Qualitätsmedien, Gastbeiträgen von externen Expert/innen oder unseren Leser/innen sowie deren Feedback sind ausdrücklich erwünscht und angestrebt.

Unsere eigenen Produkte (v.a. Fahrrad-App) können in den Beiträgen miteinfließen, jedoch nur dort, wo sie einen Mehrwert für unsere Leserschaft bieten (zB. Stadterkundung mit der App, Visualisierungen von Wegstrecken, etc.).

# Unsere Blattlinie



## UNSER SCHREIBSTIL

Wir schreiben fundiert, intelligent und informativ. Unseren Lesern begegnen wir stets auf Augenhöhe. In der Tonalität sind wir positiv und unsere Haltung ist, wenn nicht anders gekennzeichnet, neutral. Dies gilt vor allem bei polarisierenden Themen, die mehrere Personengruppen im Verkehr betreffen. Wir achten darauf, nicht belehrend oder diffamierend zu schreiben (z.B. zeigen wir nicht mit dem Finger auf den/die „bösen“ Autofahrer/in). Das ist uns wichtig, da wir den „Krieg auf den Straßen“, wie viele Medien ihn bezeichnen, nicht unterstützen. In unserem Magazin beschränken wir die Menschen nicht auf das Transportmittel, das sie bevorzugt verwenden (Radfahrer vs. Menschen, die Radfahren). Wir glauben daran, dass man durch einen bewussten Umgang mit Sprache, für mehr Respekt und mehr Bewusstsein für nachhaltige Mobilität sorgen kann. Unsere Bildsprache zeigt, wie wir in der Stadt leben wollen.

## UNSER UMGANG MIT PRODUKTTESTS UND HERSTELLERN

Produktvorstellungen und -tests sind ein fixer Bestandteil des Urban Independence Magazines. Unsere Tests sind ehrlich, kritisch und dem Servicegedanken an unsere Leser/innen verpflichtet. Die Bewertung „Bike Citizens approved“ ist nicht käuflich und entspricht einem gewissen Qualitätsstandard. Die Tests werden von verschiedenen Nutzergruppen durchgeführt. Je nach Produkt können das Fahrradkurier/innen, Mitarbeiter/innen von Bike Citizens oder Alltagsradler/innen sein. Sollten Produkte im Test nicht gut abschneiden, geben wir dem Produzenten faires Feedback und die Möglichkeit zur Stellungnahme. Angenommene kostenlose Produktsamples, sowie bezahlte Produkttests werden im Beitrag gekennzeichnet.



## Unsere Ressorts

### WIE WIR UNSERE BEITRÄGE FÜR UNSERE LESER/INNEN IM MAGAZIN EINTEILEN

Alle im Urban Independence Magazin erscheinenden Beiträge sind in sechs Ressorts gegliedert. Wir schreiben über alles, was in Zusammenhang mit dem Leben in der Stadt und dem Fahrradfahren steht.

#### POLITIK & STÄDTPLANUNG

Verkehrspolitik, Radlobbies, Bikeability, Kampagnen, Flächen-gerechtigkeit, Cycle Behaviour, ökologische Themen und Lebensqualität in der Stadt, Infrastruktur und Stadtplanung, Gesetze, Wissenschaft & Big Data, Visionen, Kommentare & Meinungen, etc.

#### COMMUNITY

Gruppen, Vereine, Organisationen, Fahrradboten, Persönlichkeiten, Locations, Medien, Kreative, Vernetzung, etc.

#### PRODUKTE & TRENDS

Produkttests, Trends, Style, Fashion, Innovationen, Messen, etc.

### TIPPS & TECHNIK

How-To-Guides, Sicherheit, Fahrtechnik, Gewinnspiele, Kaufen/Tauschen/Märkte, Gesundheit, etc.

### WEGSCHATZ & REISEN

City Guides, Routen, Abkürzungen & Gefahrenstellen, Reiseberichte, Reiserouten, Freizeittipps, etc.

### EVENTS & FAHRRADKULTUR

Kurioses, Lustiges, Trivia, etc.; v.a. Kurzberichte, Videos, Bildergalerien, Bike Polo, Tweed Ride, Goldsprint, Critical Mass.



## Unsere Themen

### WORÜBER WIR SCHREIBEN

Für alle redaktionellen Tätigkeiten gilt diese Auflistung als eine erste Orientierung und Inspiration. Natürlich besteht hier kein Anspruch auf Vollständigkeit oder genaue Abgrenzung der einzelnen Themen.

Science active Sustainability Freedom  
Sharing economy Economy Storytelling  
Perspective Lobbying Global issues Fun  
Cooperation Vision dynamic Inspiration  
Environment Trends Media reliable  
Bike Culture Big Data Lifestyle  
Message smart Statement Growth  
Consciousness Energy City Leisure Tech  
Persuasion interactive Urban life  
Campaigns Independence Design  
Megatrends simple Future urban  
Community Know-how Ecology  
connective Information Networking Safety  
Understanding Cycling Innovation  
Style easy Quality of life Mobility  
Bicycle Adventure Motivation Efficiency  
enthusiastic Possibilities self confident  
Studies Engagement Responsibility  
Image hilarious Involvement Creativity  
Wegschatz Politics Entertainment  
Philosophy People open passionate  
Infrastructure Authenticity Legislation  
Solutions

# Unsere Leser/innen



## CORE GROUP

Fahrrad-Begeisterte, Fahrradkuriere, Bike Citizens Beta-User, Botschafter, etc.

### BEISPIEL-PERSONA

Finn, 25–40 Jahre, männlich oder weiblich  
(jedoch vorwiegend männlich)

### FAHRRADNUTZUNG

Viel und bewusst

### LEBENSSTIL UND WELTBILD

Bewusster Lebensstil, klare Meinungen und politische Ansichten; hohes Bewusstsein für Fahrradpolitik und Flächengerechtigkeit sowie Stadt- und Weltbürgerlichkeit; bewusste Ernährung, bewusster Konsum

### MEDIENNUTZUNG

Eher aktives und bewusstes Informationsverhalten (gibt auch gern Feedback zu Bike-Themen); technikaffin; viel online; gerne auch "hippe" Magazine

### INFORMATIONSBEDÜRFNIS BEI BIKE-THEMEN

Politik & Stadtentwicklung, Technik & Produktneuheiten, Community, Wissenschaft & Big Data, aber auch Entertainment



## URBANISTS

Urbaner Lebensstil, Studierende, Menschen in Ausbildung/  
zweiter Bildungsweg

### BEISPIEL-PERSONA

Klara, 20–30 Jahre, männlich oder weiblich (ausgewogen)

### FAHRRADNUTZUNG

Fährt viel Rad, aber nur bedingt bewusst. Rad ist Teil des Alltags, viele Wege in der Stadt (Uni, Jobs, Parties, etc.), aber keine festgelegten Routinen

### LEBENSSTIL UND WELTBILD

Sowohl "alternativ/bewusst" als auch "bürgerlich/neo-konservativ"; dynamischer Lebensstil; reisen viel; empfänglich für Rad als Style- und Kultur-Element; Gruppe "alternativ/bewusst" auch empfänglich für Community & Politik

### MEDIENNUTZUNG

Passiveres Informationsverhalten als Core Group; viel online, sehr stark Social Media; sind bei gutem Content empfänglich für Botschaften (eher Gruppe "alternativ/bewusst"), mögen jedoch auch Berieselung (eher Gruppe "bürgerlich/neo-konservativ")

### INFORMATIONSBEDÜRFNIS BEI BIKE-THEMEN

Tipps & How-To-Guides, Style und Produkte, Städteportraits & Reiseberichte, Tipps zum Geld sparen, Kaufen/Tauschen/Märkte, Kurioses & Entertainment, News, Events, Community





## COMMUTERS

Radpendler/innen, berufstätig

### BEISPIEL-PERSONA

Lasse, 30–60 Jahre, männlich oder weiblich, Angestellte/r

### FAHRRADNUTZUNG

Fährt täglich Rad; festgelegte Wegstrecken und Routinen; unbewusster und pragmatischer Zugang: Rad hat Funktion als effizientes Transportmittel, das persönliche Vorteile bringt. Am wichtigsten Zeitersparnis, dann Gesundheit, dann Lebensqualität, dann ökologische Vorteile.

### LEBENSSTIL UND WELTBILD

Wohnt mit Familie am Stadtrand oder alleine in der Stadt; soziale Kontakte sind wichtig, auch neue erwünscht; holt sich Infos von jüngeren Leuten bzw. eigenen Kindern; empfänglich für das Fahrrad als Statussymbol

### MEDIENNUTZUNG

Traditionelle Medien, Zeitungsabo; aber zunehmend online und Social Media

### INFORMATIONSBEDÜRFNIS BEI BIKE-THEMEN

Praktische Tipps, Wege-Tipps, Produktneuheiten, Sicherheit, Gesetzesänderungen und Verbesserungen, Kommentare & Meinungen, Reisen, Events, Unterhaltung

## WEITERE LESERGRUPPEN

### TRAVELLERS & STARTERS

Sind auf Reisen oder neu in der Stadt: wollen sich in der Stadt zurechtfinden und brauchen Ratschläge und Service für Routen sowie Location- und Event-Tipps

### LEISURES

Fahren unregelmäßig Rad, brauchen hier und da Ratschläge für Routen, Produkte, Locations und Ausflugstipps

# Unsere Kontaktdaten

---

Kerstin Oschabnig  
magazine@bikecitizens.net  
+49 30 920 366 15

Bike Citizens Mobile Solutions GmbH  
info@bikecitizens.net  
Geschäftsführer: Daniel Kofler  
Kinkgasse 7  
8020 Graz  
Austria  
+43 316 228724

UID: ATU68207004  
FN: 403483h  
Landesgericht für ZRS Graz

[www.bikecitizens.net](http://www.bikecitizens.net)