



# 2030 ist Deutschland Fahrradland

---

Zukunftsstrategie des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club e. V.

## Eine Strategie für die Zukunft

Diese Zukunftsstrategie beschreibt die inhaltlichen Ziele, die der ADFC in den Bereichen Verkehrspolitik und Fahrradtourismus in den kommenden fünf Jahren erreichen will. Sie formuliert überdies strukturelle Ziele in den Bereichen Verband, Kommunikation, finanzielle Ressourcen, Digitalisierung sowie Verbraucherberatung, Technik und Recht, die die Basis für das Erreichen der inhaltlichen Ziele darstellen. Durch die gesetzten Ziele wird vor dem Hintergrund begrenzter Ressourcen eine Priorisierung der Aufgaben möglich.

## Unsere Werte

Im ADFC kommunizieren wir wertschätzend und respektvoll miteinander und leben die Werte Empathie und Solidarität. Wir fördern die konstruktive Zusammenarbeit zwischen Ehren- und Hauptamt. Wir setzen uns aktiv gegen jede Diskriminierung in der ADFC-Verbandsarbeit ein, insbesondere aufgrund von Geschlecht, Behinderung, sexueller Orientierung, Alter oder Herkunft. Wir unterstützen Menschen, die im ADFC bisher unterrepräsentiert sind, sich einzubringen und ehren- und hauptamtliche Aufgaben zu übernehmen. Der ADFC ist ein diverser Verband.

## Mit dem Rad zur Verkehrswende

Mobilität bestimmt unser Leben und unsere Lebensqualität. Das Fahrrad ist kostengünstig, gesundheitsfördernd, effizient, klima- und umweltfreundlich, platzsparend und selbstbestimmt. Es zu nutzen macht Spaß, und fast jede:r in Deutschland besitzt ein Fahrrad. Pedelecs, Fahrradanhänger und Lastenräder erhöhen die Reichweiten und Einsatzmöglichkeiten des Fahrrads und machen es für immer mehr Zielgruppen und Nutzungen attraktiv. In Verbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln, bei guten Abstell- und/oder Mitnahmemöglichkeiten kann das Fahrrad für Fahrten zur Ausbildungsstätte oder Arbeit, in der Freizeit und auf Reisen für viel mehr Menschen das Verkehrsmittel der Wahl werden. Trotzdem wird das Fahrrad nur für ein Zehntel aller Wege genutzt – und für fast zwei Drittel das Auto.

Das Rad besitzt in der Gesetzgebung, bei der Verkehrssicherheit, der Infrastruktur und der Finanzierung der Mobilität in Deutschland einen dem Auto untergeordneten Stellenwert. Das Straßenverkehrsgesetz ist autozentriert und sieht die Förderung des Radverkehrs nicht vor; die Einrichtung von Geschwindigkeitsbegrenzungen und andere Maßnahmen zum Schutz von Radfahrenden sind nur schwer möglich und die Finanzierung von kommunalem Radverkehr durch den Bund findet nur in Form von zeitlich begrenzten Sonderprogrammen statt. Viele Fernstraßen verfügen über keine sicheren Radwege, und durchgängige Radwegenetze, Radschnellwege und sichere Fahrradabstellanlagen sind in Deutschland noch immer Mangelware. Die Verbesserung der gesetzlichen Rahmenbedingungen und weitere Investitionen in die spezifische Infrastruktur sind wichtige Grundlagen,

um die Menschen zum Umstieg vom Auto aufs Fahrrad zu bewegen.

## Der ADFC – die wichtigste Lobby fürs Rad

Der ADFC ist mit mehr als 220.000 Mitgliedern die größte Interessenvertretung für Radfahrer:innen weltweit. Wir werden mit gezielter Lobby- und Öffentlichkeitsarbeit, gestützt auf fachliches Wissen, die oben beschriebenen Veränderungen von der Politik einfordern. Wir verfolgen unsere Ziele auch gemeinsam mit anderen in Bündnissen, hier in Deutschland und über die Landesgrenzen hinweg. Darüber hinaus werden wir mit und in eigenen Projekten und Programmen dazu beitragen, dass der Anteil der Wege, die Menschen mit dem Fahrrad zurücklegen, steigt.

## 2030 ist Deutschland Fahrradland.

So steht es im Nationalen Radverkehrsplan der Bundesregierung. Wir nehmen die Regierung beim Wort und wirken mit unserer Arbeit darauf hin, dass dieses Ziel erreicht wird.

Der Umweltverbund, also das Fahrradfahren und Zufußgehen und der öffentliche Verkehr, ist bis spätestens 2030 die dominante Mobilitätsform in Deutschland – in der Stadt und auf dem Land. Viele Wege im Alltag und in der Freizeit, die bisher mit dem Auto zurückgelegt wurden, werden dann mit dem Fahrrad gefahren. Der Anteil des Radverkehrs an den Wegen steigt auf 30 Prozent. Alle Menschen in Deutschland können immer sicher, zügig und komfortabel Fahrrad fahren.

## Verkehrspolitik fürs Rad

### Bis 2030 ist Deutschland Fahrradland.

#### Unsere Ziele:

Bis 2030 ist Deutschland Fahrradland und Millionen Menschen sind vom Auto auf den Umweltverbund und insbesondere auf das Fahrrad umgestiegen. Fläche wurde zulasten des Autos und zugunsten des Umweltverbundes, insbesondere des Fahrrads, umverteilt. Die Infrastruktur und der rechtliche Rahmen sind fahrradfreundlich und tragen die Handschrift des ADFC. Im Ergebnis ist der Anteil des Radverkehrs an den Wegen auf 30 Prozent gestiegen.

Die Infrastruktur ist fehlerverzeihend, intuitiv nutzbar, unterstützt intermodale Mobilität und lädt Menschen zum Radfahren ein. Durch breite und geschützte Radwege, geschützte Kreuzungen, Fahrradstraßen und -zonen und eine Umverteilung der Flächen sind Radfahrende geschützt, fühlen sich auf dem Fahrrad sicher und legen mehr und weitere Strecken zurück.

#### Unser Beitrag:

Wir organisieren eine Kampagne zur notwendigen StVG-Reform und koordinieren das StVG-Bündnis mit anderen zivilgesellschaftlichen Akteur:innen. Wir treten mit anderen einflussreichen gesellschaftlichen Akteur:innen bei der Politik für eine Reform des Straßenverkehrsgesetzes, der Straßenverkehrsordnung und der nachgeordneten Regelwerke und Verwaltungsvorschriften ein. Wir beeinflussen die Empfehlungen für Radverkehrsanlagen in unserem Sinne.

### Die Vision Zero findet sich in den relevanten Gesetzen und Regelwerken wieder.

#### Unsere Ziele:

Ob Fachkreise oder gesellschaftliche Gruppen, alle wollen die Vision Zero, das heißt, kein Mensch soll im Straßenverkehr verletzt oder getötet werden. Die Umsetzung der Vision Zero verläuft allerdings viel zu langsam. Wir werden in unserer politischen Arbeit der kommenden fünf Jahre daher einen Fokus auf die Verkehrssicherheit legen und uns dafür einsetzen, dass das Konzept breit umgesetzt wird. Um die Sicherheit im Radverkehr zu erhöhen, müssen vorrangig technische, dann organisatorische und zuletzt persönliche Maßnahmen ergriffen werden.

#### Unser Beitrag:

Wir entwickeln bereits existierendes Material zur Verkehrssicherheit und zur Vision Zero weiter und sorgen dafür, dass alle ADFC-Gliederungen, die sich für kommunale Verkehrspolitik einsetzen, das notwendige Know-how haben. Wir kommunizieren die Vision Zero gegenüber der Politik und setzen uns für deren Umsetzung ein. Wir prüfen die Machbarkeit und den Nutzen der Beteiligung des ADFC an Musterklagen zur Umsetzung der Vision Zero. Im Dialog mit der Interessenvertretung von Fahrschulen wirken wir darauf ein, dass die Belange von Radfahrenden in der Fahrausbildung stärker berücksichtigt werden.



### Der Beitrag des Fahrrads zum Klimaschutz ist deutlich sichtbarer geworden.

#### Unsere Ziele:

Die Klimakrise ist die größte Herausforderung, vor der die Menschheit je gestanden hat. Im Jahr 2019 trug der Verkehrssektor 20 Prozent zu den Treibhausgasemissionen Deutschlands bei. Er ist der einzige Sektor, der in den vergangenen Jahrzehnten seine Treibhausgasemissionen nicht gemindert hat. Die Bundesregierung hat sich im Klimaschutzgesetz dazu verpflichtet, die Emissionen im Verkehrssektor bis 2030 zu halbieren. Diese Reduktionen sind nur möglich, wenn die Verkehrswende mit dem Fahrrad im Zentrum rasch umgesetzt wird. Für eine klimafreundliche Verkehrswende braucht es deutlich weniger Autoverkehr und umso mehr Umstiege auf den Umweltverbund und besonders auf das Fahrrad.

Die Flächen in den Kommunen werden knapp, weil zu viel Platz für den Autoverkehr genutzt wird; durch Infrastruktur oder die Fahrzeuge selber. Diese Flächen werden dringend benötigt, um Raum für Menschen und Grünflächen zu schaffen. Es bedarf deswegen einer dringenden und konsequenten Neu- und Umverteilung von Flächen: vom Autoverkehr zu den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes und zu Freiräumen für mehr Lebensqualität.

#### Unser Beitrag:

Bei der Konzeption von Klimaschutzmaßnahmen im Verkehrssektor setzen wir uns für Maßnahmen zur Radverkehrsförderung ein. Wir beauftragen eine wissenschaftliche Studie, die die möglichen Emissionsreduktionen durch eine starke Förderung des Radverkehrs und die Verlagerung von Auto- zum Radverkehr berechnet. Wir speisen die Ergebnisse der Studie in die relevanten Entscheidungsprozesse ein. In unserer Öffentlichkeitsarbeit thematisieren wir die konkreten

Vorteile des Radverkehrs und des Umstiegs vom Auto auf das Fahrrad für den Klimaschutz.

Wir sammeln gute Beispiele von einer besseren Flächennutzung mit mehr Platz fürs Rad in deutschen Städten und Kommunen und machen diese Beispiele einer breiten Öffentlichkeit zugänglich.

## Der Beitrag des Fahrrads zum Gesundheitsschutz ist deutlich sichtbarer geworden.

### Unsere Ziele:

Radfahren ist gut für die physische und psychische Gesundheit und eine einfache und kostengünstige Form der Bewegung, der viele Menschen nachgehen können und die sich noch dazu leicht in den Alltag integrieren lässt. Wir wollen uns in diesem Themenfeld breiter aufstellen und von den Erfahrungen unserer internationalen Kolleg:innen lernen.

### Unser Beitrag:

Wir setzen uns bei Krankenkassen dafür ein, dass Radfahrende Vorteile bei ihrer Versicherung erhalten. Wir treten dafür ein, dass das Radfahren Einzug ins Mobilitäts- und Gesundheitsmanagement von Kommunen und Unternehmen hält. Wir wirken darauf hin, dass Schulen ein Mobilitätsmanagement aufbauen und Mobilitätsbildung auf Landesebene in den Lehrplänen verankert wird.

Radtourismus stärker zu fördern. Wir bieten Veranstaltungen zu radtouristischen Themen in der ADFC-Akademie an.



## Der ADFC ist der Treiber des Ausbaus sowie der Qualitätsentwicklung und -sicherung der touristischen Radinfrastruktur.

### Unsere Ziele:

Menschen für den Radtourismus zu begeistern, erfordert ein qualitativ hochwertiges Angebot und eine Ansprache, die den diversen Zielgruppen gerecht wird. ADFC-Qualitätsradrouten und -Radreiseregionen bleiben dafür die zentralen Instrumente. Die Zahl zertifizierter Qualitätsradrouten und Radreiseregionen sowie die Zahl der angegliederten Serviceangebote soll erhöht werden.

### Unser Beitrag:

Der ADFC setzt sich bei politischen Entscheidungsträger:innen für den weiteren Ausbau der touristischen Radinfrastruktur ein. Dies tut er alleine, ebenso wie in Kooperationen und in enger Abstimmung mit Tourismusverbänden und Radroutenbetreiber:innen.

## Der ADFC ist kompetenter Ansprechpartner und Ratgeber sowie Plattform für Radtourismus-Fragestellungen und Trends.

### Unsere Ziele:

In den nächsten fünf Jahren hat sich der ADFC als kompetenter Ansprechpartner und Ratgeber sowie als Plattform für Radtourismus-Fragestellungen und Trends etabliert.

## Radtourismus

### Der ADFC hat es geschafft, den Fahrradtourismus weiterhin positiv zu positionieren.

#### Unsere Ziele:

In den kommenden fünf Jahren werden wir den Fahrradtourismus weiter positiv positionieren, um ihn ebenfalls als wichtigen Treiber der Verkehrswende nutzen zu können. Dies wird dazu beitragen, den Anteil des Radtourismus am Deutschland-Tourismus zu erhöhen. Wir nutzen das Potenzial radtouristischer Themen und Angebote überdies für die Mitgliederbindung und -gewinnung, für den Ausbau der Diversität und die Verjüngung des Verbands. Zunehmender Radtourismus birgt aber auch Gefahren und Zielkonflikte, zum Beispiel zwischen Naturschutzbelangen und Mountain-/Gravel-Biking, zu denen sich der ADFC positionieren und gemeinsam mit anderen Akteur:innen Lösungsansätze entwickeln wird.

#### Unser Beitrag:

Wir entwickeln die ADFC-Radreiseanalyse – eine bundesweite Erhebung zum Radreise- und Ausflugsverhalten in Deutschland – weiter, um noch besser Impulse zur Verbesserung der touristischen Radinfrastruktur zu geben und unsere Positionen zu aktuellen radtouristischen Themen zu stärken. Wir diskutieren diese mit der Politik und der interessierten Öffentlichkeit. Wir fordern Entscheidungsträger:innen auf, den

## Unser Beitrag:

Wir erarbeiten eine Position zum Thema Radtourismus und Naturschutz und gehen damit in den gesellschaftlichen und politischen Dialog. Dabei setzt der ADFC auch auf die Zusammenarbeit mit geeigneten Partner:innen und Verbündeten.



## Verband

### Haupt- und ehrenamtlich Tätige im ADFC sind vernetzt und tauschen sich aus.

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 Bereiche, mit Arbeitsformen, die für beide Seiten ebenso produktiv wie ressourcenschonend sind. Wir schaffen deutlich mehr Möglichkeiten für Austausch und Vernetzung zwischen haupt- und ehrenamtlich Tätigen im ADFC. Zu diesem Zweck setzen wir vermehrt Netzwerkformate zu bestimmten Themenkomplexen oder zwischen Personengruppen, z.B. nach dem Vorbild des Netzwerks Junge Menschen, ein.

### Es werden Möglichkeiten für eine effektive Mitwirkung von Ehrenamtlichen bei der Facharbeit geschaffen.

Wir setzen die unter dem Ausschuss Facharbeit geschaffenen Möglichkeiten für die Mitwirkung von ADFC-Mitgliedern in der Facharbeit weiter um und evaluieren und optimieren diese kontinuierlich.

### Die ADFC-Akademie ist als Fort- und Weiterbildungseinrichtung etabliert.

Die ADFC-Akademie ist die neue Fort- und Weiterbildungseinrichtung des ADFC. Ehrenamtlich engagierte Mitglieder im ADFC sind die Hauptzielgruppe der ADFC-Akademie. Sie hat das Ziel, Menschen in den Bereichen zu schulen, die für die weitere Professionalisierung des ADFC und die Erreichung unserer Ziele von zentraler Bedeutung sind. Die ADFC-Akademie erhält ein einheitliches und attraktives Erscheinungsbild und wird pro Jahr mindestens 30 Veranstaltungen – online oder in Präsenz – anbieten.

### Die Zahl der Mitglieder und Aktiven ist deutlich gewachsen und sie sind diverser geworden.

Der ADFC hat derzeit mehr als 220.000 Mitglieder und zählt über 11.000 Aktive. Die Mitglieder- und Aktivenzahlen sind in den vergangenen Jahren stetig gewachsen. In den kommenden fünf Jahren wollen wir die Anzahl der Mitglieder und die der Aktiven deutlich erhöhen. Zu diesem Zweck setzen wir Mitgliederwer-

bung als einen zentralen Baustein unserer verbandlichen und kommunikativen Arbeit ein. Wir machen den ADFC zu einem paritätischen Verband: Leitungspositionen sind zu gleichen Teilen mit Männern\* und Frauen\* besetzt; der Anteil der Frauen und diversen Personen an den ADFC-Vorständen ist von aktuell 23 auf 50 Prozent gestiegen; der Anteil der Frauen und diversen Personen an BHV-Delegierten ist von 37 auf 50 Prozent gestiegen.

### Der ADFC steigert seine Attraktivität 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 anwerben und als Mitarbeiter:innen halten zu können, ist der ADFC als Gesamtverband bei den Arbeits-, Gehalts- und Einstellungsbedingungen sowie bei der innerverbandlichen Ethik einheitlich attraktiv. Dazu gehören insbesondere eine angemessene Bezahlung, Entgeltgleichheit zwischen den Geschlechtern, wertschätzende Umgangsformen und berufliche Weiterentwicklungschancen.

### Der ADFC bekämpft Mobbing und Diskriminierung im Verband.

Entsprechend unserem Selbstverständnis und unseren Werten bekämpfen wir Mobbing und Diskriminierungen jeder Art. Wir formulieren einen Wertekanon und leiten daraus einen verbandsweiten Verhaltenskodex ab. Wir entwickeln einen Maßnahmenplan zur Vermittlung von Wertekanon und Verhaltenskodex sowie zur Prävention von und zum Umgang mit Verstößen. Wir prüfen bis spätestens 2027, ob und wie wir die Ressourcen für eine Ombudsperson für Betroffene von Mobbing, Diskriminierung, Sexismus und sexueller Gewalt bereitstellen können.



## Fördermitgliedschaften und Business Club

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.

Die Zahl von Fördermitgliedschaften, insbesondere im Fahrrad Einzelhandel, ist deutlich gestiegen.

Wir arbeiten vorliegende Grundlagen für die Akquise-Strategie des ADFC flächendeckend für alle Gliederungen auf und aktualisieren sie stetig. In der Bundesgeschäftsstelle entwickeln wir Leitlinien für Gliederungen zur Akquise von Fördermitgliedern und stellen sicher, dass diese im Verband bekannt sind und genutzt werden.

Die Zahl der Mitglieder im ADFC Business Club ist gewachsen.

Die Pflege eines guten und engen Kontakts zur Fahrrad-Industrie ist ein fester Bestandteil der Arbeit des ADFC. Der Business Club ist für uns essentielles Netzwerk zur Steigerung unserer Relevanz im politischen und gesellschaftlichen Diskurs. Daher möchten wir in den kommenden fünf Jahren die wichtigsten deutschen Hersteller der Fahrrad-Branche für den ADFC Business Club gewinnen. Durch gemeinsame Veranstaltungen wird die Beziehung zwischen dem ADFC, der Fahrrad-Industrie und der Politik vertieft.

## Kommunikation

Die verkehrspolitischen und radtouristischen Zielsetzungen der kommenden fünf Jahre können wir nur mit intensiver kommunikativer Begleitung und Unterstützung erreichen. Mit Kampagnen machen wir Druck auf die Politik, damit Deutschland Fahrradland wird. Andere wichtige Instrumente sind die Pressearbeit, eigene Veranstaltungen, die sozialen Medien und unsere Webseiten, Aktionen und Publikationen.

### Der ADFC hat ein Kommunikationskonzept erstellt und breit im Verband verankert.

Wir erstellen ein Kommunikationskonzept und einen Leitfadens für die verschiedenen Kommunikationskanäle und Kommunikationsmaßnahmen. Alle Mitarbeitenden und Aktiven, die im ADFC Kommunikation machen, sind damit vertraut.

### Durch engere Abstimmung zwischen ADFC auf Bundesebene und Gliederungen hat sich die kommunikative Schlagkraft des ADFC erhöht.

Durch eine verbesserte, institutionalisierte Zusammenarbeit der Kommunikationsverantwortlichen der Bundesgeschäftsstelle und der Landesverbände stellen wir sicher, dass zentrale Kommunikationsele-

mente, die in der Bundesgeschäftsstelle entwickelt werden, von den Gliederungen genutzt und Kommunikationselemente, die einen bundesweiten Aspekt haben, stärker auf nationaler Ebene kommuniziert werden.



## Verbraucherberatung, Technik und Recht

### Verbraucher:innen und ADFC-Mitglieder sind durch den ADFC gut über Fahrräder, Zubehör und Technik sowie Verbraucherrechte rund ums Fahrrad informiert.

Verbraucher:innen und ADFC-Mitglieder sind durch den ADFC gut über Fahrräder, Fahrradzubehör, Fahrradtechnik sowie ihre Verbraucherrechte rund ums Fahrrad informiert. Durch das gut aufbereitete Informationsangebot gewinnt der ADFC neue Mitglieder.

## Digitalisierung

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

### Der ADFC hat eine moderne IT-Infrastruktur.

Wir schaffen ein gemeinsames und integriertes IT-System für die Zusammenarbeit. Wir ermöglichen unseren Mitarbeitenden und Aktiven die mobile Nutzung der IT.

---

## Der ADFC bietet IT-Dienstleistungen für seine Gliederungen.

Wir entwickeln ein klares Verständnis, welche IT-Services für die Bundesebene und für die Gliederungen bereitgestellt werden und welche nicht und wer jeweils welche Kosten trägt.

## Die Internet-Systeme des ADFC unterstützen verstärkt die Kommunikationsstrategie.

Wir entwickeln das gemeinsame Content Management System (CMS) für die Internetseiten der Gliederungen, das Touren- und Veranstaltungsportal sowie die Mitgliederverwaltungssoftware und die Adressen-WebApp weiter. Wir verbessern die Geschwindigkeit der ADFC-Internetseiten deutlich und optimieren sie für Suchmaschinen weiter. Wir prüfen die Potenziale für ein gemeinsames Social Media-CMS mit Landesverbänden und größeren Kreisverbänden und bei positiver Beurteilung testen wir es.

---

## Finanzielle Ressourcen

### Wir erhöhen unsere finanziellen Ressourcen.

Wir investieren in Mitgliederwerbung und weiten unsere Aktivitäten im Bereich der Spendenwerbung aus. Dadurch erzielen wir Mehreinnahmen. Die jährlichen Einnahmen aus dem Business Club wachsen. Wir prüfen neue, zusätzliche oder bisher wenig genutzte Finanzierungsquellen wie Erbschaftsmarketing.

### Wir erhöhen die Transparenz zu unseren finanziellen Ressourcen.

Wir stellen Compliance-Regeln auf und führen diese ein. Wir schaffen auf Bundesebene des ADFC die Voraussetzungen, um einer etablierten Transparenzinitiative beitreten zu können. Wir unterstützen die landesweiten Gliederungen bei einem vergleichbaren Prozess. Wir überprüfen in regelmäßigen Abständen, ob die Mittelallokation innerhalb des Verbandes den Zielsetzungen bestmöglich dient und führen bei Bedarf Anpassungen durch. Alle Gliederungen des ADFC stellen ihre finanzielle Situation für den Gesamtverband transparent dar.

### Wir bewahren unsere Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit.

Wir erarbeiten Richtlinien für die Nutzung von Geldquellen, die mit der Verkehrswende in Einklang stehen und führen diese ein. Eine übermäßige Einflussnahme einzelner Akteur:innen auf allen Ebenen des ADFC schließen wir durch klare Begrenzungen aus.

## Der ADFC verdient Geld für seine Ziele – aber nicht um jeden Preis.

Dienstleistungen und Produkte, die für das Image und die Marke des ADFC relevant sind, evaluieren wir regelmäßig. Bedarfsgerecht entwickeln wir bestehende Dienstleistungen weiter und führen neue ein.



---

## Impressum

Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V.  
Mohrenstraße 69, 10117 Berlin  
Telefon: 030 | 209 14 98-0  
E-Mail: kontakt@adfc.de  
www.adfc.de

Stand: Kurzfassung | November 2022