**Presseinformation DDBVB**

**Innovatives Communityprojekt ließ Gemeindebürger „zum Mond laufen“**

**The Coca-Cola Foundation & DDBVB | DOPPLINGER & DOPPLINGER bewegten 17.000 Menschen**

**St. Pölten / Wiener Neustadt – Ein innovatives Gemeinde-Konzept sorgte für Bewegung in der niederösterreichischen Bevölkerung: Von 6. April bis 20. Mai 2016 wurde in Wiener Neustadt und in Niederösterreichs Landeshauptstadt St. Pölten ein ganz besonderes und innovatives Projekt zum ersten Mal in Österreich umgesetzt - BEAT THE STREET.**

**Bis zum Mond**

Ziel von BEAT THE STREET war es, im Rahmen eines inklusiven Communityprojektes das Gemeinschaftsgefühl in beiden Städten nachhaltig positiv zu verändern und zu stärken. Über das Vehikel BEAT THE STREET und das Projektmotto „Gemeinsam mehr bewegen“ wurden die Bürgerinnen und Bürger motiviert kurze Strecken in ihrem Alltag mit dem Fahrrad, dem Scooter oder zu Fuß zurück zu legen und damit gemeinsam Kilometer und Punkte zu sammeln. Weiterer positiver Aspekt des Projektes war die Verbesserung des persönlichen Wohlbefindens durch mehr Alltagsbewegung sowohl für Erwachsene, als auch für Schulkinder. Es wurde eine Gemeindechallenge ausgerufen „St.Pölten vs Wiener Neustadt“ und ein gemeinsames großes Ziel definiert „Wir gehen, laufen, radeln gemeinsam bis zum Mond“ .

Insgesamt 45 Tage lang gingen, liefen und radelten tausende Gemeindebürger der beiden Städte um die Wette. Am Ende konnte Wiener Neustadt mit relativ großem Vorsprung das Rennen mit insgesamt 220.618 Kilometern vor St. Pölten mit 176.723 Kilometern für sich entscheiden. Nach dem Motto „race to space“ haben es die Bürger beider Gemeinden mit insgesamt 397.341 Kilometern sogar geschafft die Distanz zum Mond zurück zu legen. (Siehe allgemeine BEAT THE STREET Presseinformation 24.Juni 2016 <https://www.ddbvb.at/media/pdf/presseinfo-beat-the-street.pdf>.

**BEAT THE STREET Engagement Management durch DDBVB**

Das Management, die gesamte Projekt Implementierung und Umsetzung sowie das Engagement und die enge Kooperation mit den jeweiligen Stakeholdern – den Bürgermeisterbüros und dem Landesschulrat - für BEAT THE STREET in Österreich übernahm **DDBVB | Dopplinger & Dopplinger GmbH** . Auch die kommunikativen Maßnahmen, vornehmlich PR und Social Media wurden in house erledigt. „Nahezu täglich kann man lesen, dass sich Kinder mehr bewegen müssen. Über die großartige Kooperation mit dem Landesschulrat für Niederösterreich haben wir direkten Zugang zu den Kindern und deren Eltern erreicht. Mit der Umsetzung von BEAT THE STREET haben wir einen wertvollen Beitrag geleistet und Kinder, Eltern, Omas und Opas zum gemeinsamen Gehen Laufen, Radeln und Scootern gebracht.“, erklärt **Karin Dopplinger**, Geschäftsführerin von DDBVB und ergänzt, „Durch den langen Aktionszeitraum von sechs Wochen gehen wir davon aus, dass sich auch ein echter behaviour change eingestellt hat. Wir werden das auch längerfristig beobachten und über laufende Teilnehmerumfragen bis Oktober evaluieren“.

**Initialfinanzierung durch The Coca-Cola Foundation**

Die **The Coca-Cola Foundation** übernahm die Finanzierung von BEAT THE STREET. Die The Coca-Cola Company investiert jährlich ein Prozent des weltweit erwirtschafteten Gewinns über ihre Stiftung The Coca-Cola Foundation in gesellschaftliche Projekte und Initiativen in den Bereichen Wasserschutzförderung, Recycling, in der Katastrophenhilfe und speziell für Programme zur Stärkung von Gemeinden. „BEAT THE STREET wurde mittels Förderungen der Foundation weltweit schon in zahlreichen Ländern erfolgreich umgesetzt. Grundvoraussetzung ist das Fehlen jeglichen Brandings oder sonstiger Marketingmaßnahmen im Zusammenhang mit der Marke und dem Produkt

Coca-Cola. Wir haben uns schon vor Jahren freiwillig dazu verpflichtet Schulen als werbefreie Zonen zu sehen und Kinder unter 12 Jahren nicht anzusprechen“, so **Dr. Petra Burger** von der The Coca-Cola Foundation in Österreich.

**Technologie & Know How von Intelligent Health**

Die technologischen Voraussetzungen (Karten Leser = Beat Boxen, Auswertung, Karten…) wurden von **Intelligent Health** bereitgestellt.Intelligent Health ist ein Unternehmen mit Sitz in Großbritannien und hat mit BEAT THE STREET in den letzten vier Jahren weltweit mehr als 250.000 Menschen involviert. Das Programm wurde zunächst von der Queens University Belfast ausgewertet und zeigte eine signifikante, nachhaltige Zunahme der Bewegung von etwa 20% über dem Ausgangswert. Das führte zu einer Ausweitung des Projekts auf viele Gemeinden und Städte in Großbritannien, aber auch in New York, Vancouver oder Shanghai wurden die Einwohner mit BEAT THE STREET zu mehr Bewegung motiviert. 2014 wurde das Projekt erfolgreich in der italienischen Region Terni implementiert, 2015 in Athen. 2016 wurde das Projekt erstmals in Österreich umgesetzt.

**So funktioniert BEAT THE STREET**:

Smart Card Reader – so genannte „Beat Boxen“ – werden auf Lichtmasten installiert. Die teilnehmenden Schülerinnen und Schüler erhalten von ihrer Schule einen Schlüsselanhänger für sich selbst sowie eine Chipkarte für ihre Eltern. Hält man den Schlüsselanhänger bzw. die Chipkarte an das Lesegerät, ertönt sowohl ein akustisches „Biep Signal“ als auch ein Lichtsignal. Wiederholt man diesen Vorgang beim nächsten Lesegerät, erfasst dieses sowohl eine Strecke als auch Punkte und rechnet sie zu der Gesamtsumme der Klasse oder Gruppe (Verein/Firma), sowie der Schule und der ganzen Gemeinde, sodass hier ein starker Zusammenhalt generiert wird.

**Partner/Stakeholder:**

* Stadtgemeinde Wiener Neustadt – Bürgermeister Mag. Klaus Schneeberger
* Stadtgemeinde St. Pölten – Bürgermeister Mag. Matthias Stadler
* Landesschulrat für Niederösterreich / Amtsführender Präsident Mag. Johann Heuras &

Fachinspektor für Bewegung und Sport FI Prof. Mag. Gerhard Angerer

* Wissenschaftliche Begleitung - Prim. Univ. Prof. Dr. Karl Zwiauer
* Finanzierung – The Coca-Cola Foundation – Dr. Petra Burger
* Engagement Management - DDBVB Dopplinger & Dopplinger – Karin Dopplinger
* Technologie - Intelligent Health

**BEAT THE STREET – auf einen Blick**

Ziele:

* Gemeinsam ein Ziel verfolgen – den Zusammenhalt in der Gemeinde stärken
* Inklusion: Alt und Jung zusammenbringen – jeder kann seinen Beitrag leisten
* Über den „gamification“ Aspekt Spaß an der Gemeinschaft wecken
* Kinder, Eltern, Omas, Opas, Gemeindem gemeinsam und nachhaltig in Bewegung bringen

Nutzen für die Bürgerinnen und Bürger:

* Implementierung eines innovativen Projektes für die Gemeindebürger.
* Keine finanziellen Ressourcen sind seitens der Städte erforderlich.
* Für alle Teilnehmer gab es Wochengewinne, für die besten Schulen zusätzlich einen Preis in der Höhe von 1.000.- Euro, der für eine gemeinsame Nutzung zweckgebunden ist.
* Bei Zielerreichung – Motorik-Spielgeräte im öffentlichen Raum für die Gemeindebürger.
* Positives Image – inklusive – innovative Gemeinde.

Zahlen & Daten:

WIENER NEUSTADT

Gesamtkilometer 220.618 km

Schulsieger:

Gesamtpunktesieger BG GRÖHRMÜHLGASSE 430.300 Punkte

Durchschnittspunktesieger UNITAS LERNWERKSTADT 3.458 Punkte

Weitere Ergebnisse:

<https://wienerneustadt.beatthestreet.me/UserPortal/Wienerneustadt/Leaderboard>

ST.PÖLTEN

Gesamtkilometer 176.723 km

Schulsieger:

Gesamtpunktesieger MARY WARD PRIVATGYMNASIUM 201.370 Punkte

Durchschnittspunktesieger ALLG. SONERSCHULE HEINRICH

SCHNEIDMADL STRASSE 1.692 Punkte

Weitere Ergebnisse:

<https://stpoelten.beatthestreet.me/UserPortal/Stpoelten/Leaderboard>

**Rückfragehinweis:**

Michael Fiala 0699 108 47 619

[pr@ddbvb.at](mailto:pr@ddbvb.at)

Den Pressetext und honorarfreie Bilder finden Sie auch unter: <https://www.ddbvb.at/#downloadcenter>