

# Fahrradfreundliche Nebenstraßen

## Einzelhandel und fahrradfreundliche Nebenstraßen

Oktober 2021

### Wir haben dazu Wissenswertes für Sie zusammengestellt.

Hierzu sind verschiedene Forschungsfelder relevant, welche die Einflussfaktoren eines gesteigerten Rad- und Fußverkehrsaufkommens auf den stationären Einzelhandel untersuchen. Die folgenden wissenschaftlichen Studien geben einen Überblick über die bisherigen Erkenntnisse. Insgesamt ergibt sich hieraus, dass der positive Einfluss des Radverkehrs unterschätzt wird und keine Umsatzeinbußen entstehen, wie oftmals vom Handel angenommen.

Zum einen wird immer wieder nach dem **Einfluss von neuer Radinfrastruktur und dem daraus resultierenden Entfall von Kfz-Parkplätzen auf den Umsatz gefragt**. Es gibt hierzu bereits zahlreiche Untersuchungen für Deutschland, Europa und die USA, die keinen signifikanten oder sogar einen positiven Einfluss auf Umsatzzahlen festgestellt haben, wenn Kfz-Stellplätze entfallen und stattdessen eine verbesserte Radinfrastruktur geschaffen wurde. Die aktuellste Publikation zu diesem Thema (Volker & Handy; April 2021) hat die bisherigen Ergebnisse nochmals bestätigt.

Zum anderen beweisen Untersuchungen, dass **die Ausgaben von Kund\*innen, die mit dem Auto kommen, in der Regel überschätzt werden**. „Kfz-Kund\*innen“ geben zwar bei einem einmaligen Einkauf durchschnittlich mehr aus, kommen aber auch weniger häufig in den Laden. Laut einer Studie der AGFK Bayern kommen Radfahrende 1,3 Mal und Autofahrende 0,7 Mal pro Woche vorbei, also nur etwa halb so oft (AGFK, 2016). Somit sind die wöchentlichen Ausgaben von Radfahrenden (24€), ÖPNV-Nutzenden (22€) und Kfz-Kunden (22€) in etwa gleich. Dagegen sollte man als Einzelhändler\*in gerade auf die Attraktivität und Aufenthaltsqualität für Fußgänger\*innen achten. Diese geben mit Abstand am meisten aus: 40€ pro Woche (Difu, 2011) und frequentieren 2x pro Woche das Geschäft (AGFK, 2016). In einer aktuellen Studie aus Berlin haben Fußgänger\*innen sogar noch besser abgeschnitten (Von Schneidmesser & Betzien, 2021). Fußgänger\*innen brachten hier 61% der Umsätze ein, Radfahrende 13,5%, ÖPNV-Nutzende 16,5% und Autofahrende 8,7%.

Nicht nur die Ausgaben, sondern auch **die Anzahl von Kfz-Kund\*innen wird in der Regel überschätzt**. Ein Beispiel gibt eine Untersuchung aus Bristol. Einzelhändler\*innen schätzten, dass 41% ihrer Kund\*innen mit dem Kfz kommen würden. Es waren allerdings lediglich 22%. Mehr als die Hälfte der Kund\*innen kam tatsächlich zu Fuß. 86% der Kund\*innen wohnte auch innerhalb eines Radius von drei Kilometern der untersuchten Läden (Sustrans, 2006).

Rad- und Fußverkehr kann somit entscheidend **zur Belebung und zum Erhalt des stationären Einzelhandels** durch die **Bindung lokaler Kund\*innen** beitragen. Laut Untersuchungen legen 80% der Kund\*innen für ihre Einkaufswege maximal 5 Kilometer zurück (AGFK, 2016). Bei stauanfälligen Strecken sowie im innerstädtischen Bereich – was in

Frankfurt bekanntermaßen Hand in Hand geht – ist das Fahrrad bei diesen Distanzen nachgewiesen das schnellste Verkehrsmittel (AGFK, 2016; UBA, 2014).

Um jedoch noch **mehr Rad- und Lauf-Kundschaft zu gewinnen**, spielen **Radverkehrsfreundlichkeit** und **Aufenthaltsqualität eine entscheidende Rolle**. Laut Untersuchungen der TU Berlin sind für die Kundschaft eine gute, sichere Erreichbarkeit der Geschäfte mit dem Fahrrad sowie zahlreiche, qualitative Radabstellmöglichkeiten maßgeblich für den Einkauf. 36% der Kund\*innen kaufen häufiger ein, wenn „positive fahrradfreundliche Signale“ gesendet werden, wohingegen 22% der Befragten bei fahrradunfreundlichen Voraussetzungen weniger einkaufen (TU Berlin, 2018). Zudem wurde bereits 1993 von der Planerin Hass-Klau beschrieben, dass eine verbesserte Aufenthaltsqualität und Verkehrsberuhigung einen positiven Einfluss auf die Anzahl von Fußgänger\*innen und damit auf die Umsatzzahlen von Einzelhändler\*innen haben kann. Auch der renommierte Stadtplaner Jan Gehl betont (2011), dass eine entsprechende Straßenraumgestaltung zu mehr Nutzungsmöglichkeiten beiträgt und zum längeren Verweilen und Flanieren einlädt. Dies führt im Umkehrschluss wiederum zu einem höheren Umsatz der ansässigen Geschäfte und Gastronomiebetriebe.

#### Literatur

- AGFK Bayern (2016): WirtschaftsRad - Mit Radverkehr dreht sich was im Handel. URL: [https://agfk-bayern.de/dateienupload/dokumente/Publicationen\\_AGFK/AGFK-WirtschaftsRad.pdf](https://agfk-bayern.de/dateienupload/dokumente/Publicationen_AGFK/AGFK-WirtschaftsRad.pdf) (abgerufen: 16.09.2021)
- Deutsches Institut für Urbanistik GmbH (2011): Mit dem Fahrrad zum Einkaufen. *Forschung Radverkehr – Analysen A-4*. URL: <https://repository.difu.de/jspui/handle/difu/186408> (abgerufen: 16.09.2021)
- Gehl, J. (2011): Three types of Outdoor Activities. In: *Life Between Buildings; Using Public Space*. Island Press: Washington.
- Hass-Klau, C. (1993): Impact of pedestrianization and traffic calming on retailing. *Transport Policy*, 1993: 1(1): 21-31. URL: <https://asset-pdf.scinapse.io/prod/19731801/19731801.pdf> (abgerufen: 16.09.2021)
- Sustrans (2006): Shoppers and How They Travel. Sustrans Information Sheet, LN02. URL: <https://bristolcyclingcampaign.org.uk/wp-content/uploads/2014/01/shoppersandhowtheytravel.pdf> (abgerufen: 16.09.2021)
- Technische Universität Berlin (2018): 2Rad–1Kauf–0Emission – Radverkehr als Perspektive für den innerstädtischen Einzelhandel. URL: [https://www.ivp.tu-berlin.de/fileadmin/fg93/Forschung/Projekte/2Rad%E2%80%931Kauf%E2%80%930Emission/190122\\_Endbericht\\_2-1-0\\_ohneBilder\\_Bericht\\_Anhang.pdf](https://www.ivp.tu-berlin.de/fileadmin/fg93/Forschung/Projekte/2Rad%E2%80%931Kauf%E2%80%930Emission/190122_Endbericht_2-1-0_ohneBilder_Bericht_Anhang.pdf) (abgerufen: 16.09.2021)
- Umweltbundesamt (2014): E-Rad macht mobil - Potenziale von Pedelecs und deren Umweltwirkung. URL: [https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/hgp\\_e-rad\\_macht\\_mobil\\_-\\_pelelecs\\_4.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/hgp_e-rad_macht_mobil_-_pelelecs_4.pdf) (abgerufen: 16.09.2021)
- Volker J.M.B. & Handy S. (2021): Economic impacts on local businesses of investments in bicycle and pedestrian infrastructure: a review of the evidence. *Transport Reviews*, 41:4: 401-431. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01441647.2021.1912849> (abgerufen: 16.09.2021).
- Von Schneidemesser, D. & Betzien, J. (2021): Local Business Perception vs. Mobility Behavior of Shoppers: A Survey from Berlin. *Transport Findings, June*. URL: [https://publications.iass-potsdam.de/rest/items/item\\_6000977\\_2/component/file\\_6000978/content](https://publications.iass-potsdam.de/rest/items/item_6000977_2/component/file_6000978/content) (abgerufen: 16.09.2021).