

Radfahren ist zukunftsfreundlich



Wichtige Informationen
für den fahrradfreundlichen Einzelhandel

So klingelt`s **in der Kasse**



Allgemeiner
Deutscher
Fahrrad-Club

Machen Sie

Ihre Rendite sattelfest!

Unbegrenzter Parkraum in neuen Einkaufszentren am Rand der Städte, Umsatzkrise in den City-Lagen, flächendeckende Konsumzurückhaltung bei allen Verbrauchern – der deutsche Einzelhandel hat gute Gründe, zu klagen. Ein ebenso effektives und einfaches Mittel, den Trend zu bremsen, wenn nicht gar umzukehren, ist die Förderung des Fahrradverkehrs: Verbraucher auf zwei Rädern sind ideale Stammkunden des örtlichen City-Einzelhandels wie auch der kommunalen Nebenzentren: Sie erreichen jedes Geschäft ohne nervende Parkraumsuche, auf ihren Velos transportieren sie problemlos Lasten bis zu zehn Kilo – und last but not least handelt es sich bei ihnen überdurchschnittlich oft um Mitglieder eines gut verdienenden kaufkräftigen Mittelstandes, der qualitativ hochwertige Waren im gehobenen Preissegment schätzt.

Wenige Maßnahmen genügen, um diese sportlichen, kaufkräftigen Menschen wirksam an sich zu binden: Fahrräder benötigen überdachte Stellplätze, die Zuwege sollten fahrradfreundlich ausgebaut sein, eventuell sind für die Zwischenlagerung der Waren Depots erforderlich. Alles Dinge, die sich in Absprache mit örtlichen Verwaltungen ebenso rasch wie kostengünstig lösen lassen. Die Folgen für den regionalen Einzelhandel aber sind ringsum positiv: Städte und Gemeinden, die das Fahrrad fördern, gewinnen an urbaner Attraktivität, sie reaktivieren nicht genutzten Stellraum für gewerbliche Zwecke, sie ziehen Neukunden und Touristen in die Innenstädte, sie unterstützen die regionale Wirtschaft – und sie beteiligen sich auf höchst sinnvolle Weise am Nationalen Radverkehrsplan (NRVP).



Der Nationale Radverkehrsplan (NRVP):

Mehr City-Umsatz hat zwei Räder

Die Bundesregierung beschloss den Nationalen Radverkehrsplan am 24. April 2002. Dieses Förderprogramm für die Jahre 2002 bis 2012 soll den Radverkehr in Deutschland sicherer und attraktiver gestalten und den Anteil des

Radverkehrs am gesamten Verkehr deutlich erhöhen. Vorbild sind die Niederlande mit einem Radverkehrsanteil von 27 Prozent. Der NRVP wendet sich vor allem an Bürger, Arbeitgeber, Verwaltungen und Einzelhandel, um sinnvolle Einzelmaßnahmen zu propagieren und zu fördern. Dieses Faltblatt stellt Ihnen sinnvolle Ansätze dafür vor.



Beweglich Intelligent Praktisch: Radfahr-Tipps fürs City-BIP

Kundenbindung auf kurzen Wegen

Noch immer erledigen Deutschlands Konsumenten 75 % ihrer Einkäufe in einem Radius von nur drei Kilometern. Bei Entfernungen bis zu 6 Kilometern aber ist das Fahrrad allen anderen Verkehrsmitteln weit überlegen – in Sachen Schnelligkeit ebenso wie bei der direkten Erreichbarkeit eines Ziels. Wer der schwindenden Attraktivität der City-Lagen entgegen wirken will, muss daher auch aufs Fahrrad setzen.

Einkaufslust statt Parkraumfrust

Durchschnittlich kaufen Konsumenten bei jedem City-Besuch 2,05 kg an Waren ein. Für das Fahrrad ein ideales Einkaufsgewicht. Der Transport sperriger und schwergewichtiger Waren lässt sich mit einem gemeinsamen Liefer-Service des Einzelhandels problemlos organisieren. Etliche Städte praktizieren solche Modelle bereits erfolgreich.

Spontankauf oder Expeditionsausrüstung?

Gute Laune sorgt für guten Umsatz: Mit dem Fahrrad sind die Kunden des Einzelhandels ruckzuck vor Ort. Frisch trainiert und in bester Stimmung steht ihnen die gesamte Zeit fürs Bummeln, Genießen und Shoppen zur Verfügung. Während die Autofahrer fast die Hälfte ihrer Zeit im Parkraumsuchverkehr und im Stau verbringen.

So kommt Geld in die Kassen

Neuere Untersuchungen, die auch die Besuchsfrequenz beim Wert der Einkäufe berücksichtigen, zeigen, dass Radfahrer besonders viel Geld in den Kassen des Einzelhandels zurücklassen: Setzt man den Durchschnitt aller monatlichen Einkäufe mit 100 an, dann erreichen ÖPNV-Kunden mit einem Umsatzindex von 87 den geringsten Wert, während Autokunden bei 107 liegen. Radfahrer aber können auf einen stolzen Index von 117 verweisen.

Regional wirkt kolossal

Zwei Drittel des alltäglichen Einkaufs spielt sich zwischen Freizeit und Haushaltsversorgung in den fahrradfreundlichsten Entfernungen ab. Aufs Fahrrad zu setzen, ist für den regionalen Einzelhandel daher eine der wirksamsten Möglichkeiten, die eigene Position im Wettbewerb mit überregionalen und Tele-Anbietern zu stärken. Vor allem auch deshalb, weil die kaufkräftigen Fahrradkunden statistisch zugleich die besten Kunden sind.

Selber treten macht fit

Für den Einzelhandel selbst ist das Fahrrad eine einfache und kostengünstige Alternative im Alltagsgeschäft. Viele Fahrten, die nicht gerade der Belieferung der Verkaufsstelle dienen – Behördengänge, Postfahrten etc. – lassen sich mit dem eigenen Fahrrad bequemer und schneller erledigen. Gesunde, trainierte und motivierte Mitarbeiter sind die Folge.

Die fahrradfreundliche Stadt:

Der Gewinn bleibt vor Ort

Der Weg zu einer fahrradfreundlicheren Stadt führt über Deutschlands regionalen Einzelhandel. Er stellt entscheidende Weichen für die Zukunft des Verkehrs in der Stadt. Hier eine Reihe ebenso nützlicher wie einfach umzusetzender Maßnahmen:

- Durchdachte Fahrradinfrastruktur
- Klare Markierungen und Hinweisschilder
- Parkmöglichkeiten im überdachten Bereich
- Abstellanlagen für sicheren Stand bepackter Räder
- Liefer-Service für Radfahrer ("Shop & Go")
- Verleih von Anhängern oder Taschen
- Flexible Nutzung des Fahrrads auch für betriebliche Zwecke
- Schließfächer für das Zwischenlagern von Einkäufen
- Intelligente Kommunikation des fahrradfreundlichen Angebots

Die Folgen:

- Steigende Attraktivität des City-Bereichs
- Wachsende Umsätze
- Höhere Kundenbindung
- Positives Medienecho
- Stärkung der regionalen Wirtschaft
- Vorbildliche Präsenz in der Öffentlichkeit



Der fahrradfreundliche Einzelhandel:
So klingelt's in der Kasse

Tipp: Bitte beachten Sie die lokalen Aktivitäten des Stadtmarketings oder der Handelskammern: Erreichbarkeit des innerstädtischen Einzelhandels und Einkaufen per Fahrrad sind in vielen Städten und Gemeinden zu einem wichtigen Thema geworden.

Weitere Hinweise und Ideen finden Sie im Internet:

www.adfc.de

www.bund-kiel.net

www.umweltbundesamt.de



Impressum

Herausgeber:

Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club

Postfach 107747

28077 Bremen

Konzept, Text & Gestaltung: idc-bremen

Die vorliegende Publikation wurde finanziell vom Bundesumweltministerium und vom Umweltbundesamt gefördert.