



Einkaufen mit dem Rad

Radverkehr belebt das Geschäft

Empfehlungen für Handel und Verwaltung

Wieso das Einkaufen mit dem Rad fördern?

Diese Empfehlungen wenden sich an Fachleute und Entscheider/-innen aus dem Einzelhandel, aus der Fahrradindustrie sowie aus Politik und Verwaltung. Der BUND möchte das Potenzial und die strategische Bedeutung des Fahrrads deutlich machen und zeigen, dass es als Fahrzeug für den Einkaufsverkehr ernst zu nehmen ist. Wer den Radverkehr fördert, gewinnt Kundinnen und Kunden und stärkt den lokalen Einzelhandel.

Welche Vorteile hat der Handel?

Steigende Energiepreise und Gesundheitsbewusstsein zeigen Folgen: Immer mehr Menschen steigen auf das Rad, um ihre täglichen Wege zu erledigen. Dazu gehört natürlich auch das Einkaufen. Wer diese Kundengruppe ignoriert, verliert sie langfristig an die Konkurrenz.

Was geht es die Fahrradindustrie an?

Vom Sportgerät zum Alltagsvehikel – das Fahrrad verändert seinen Stellenwert. Die Nutzer haben andere Ansprüche an das Fahrzeug, wenn sie mit dem Rad ihre Einkäufe transportieren wollen. Fahrradhersteller und -händler müssen darauf reagieren.

Was können Politik und Verwaltung tun?

Radverkehr bringt Lebensqualität in die Gemeinden (zurück): Er reduziert Lärm und Abgase, sorgt für lebendige Stadtzentren und fordert – verglichen mit anderen Verkehrsträgern – kaum kostspielige Baumaßnahmen. Aber: Ganz ohne ordnungsrechtliche Maßnahmen und öffentliche Investitionen geht es nicht.

Was bringt Radfahren der Umwelt?

Kein Verkehrsmittel, von den eigenen Füßen abgesehen, ist so umweltfreundlich wie das Rad: Es macht keinen Lärm, stößt keine Abgase aus, verbraucht kaum Energie in der Herstellung und fordert nur wenig versiegelte Fläche. Radfahren ist ein echter Beitrag zum Umweltschutz.

Warum bewirbt der BUND ausgerechnet das Einkaufen mit dem Rad?

Einkaufen müssen wir alle. Es ist einer der wichtigsten Gründe, warum wir uns von A nach B und zurück bewegen. Wenn man die Mobilitätsgewohnheiten nachhaltig ändern will, muss man bei den alltäglichen Wegen ansetzen. Da die Einkaufswege selten länger als vier oder fünf Kilometer sind, ist der Umstieg aufs Rad eine realistische Alternative zur Pkw-Nutzung. Einkaufen mit dem Rad ist keine Utopie, sondern bereits für viele Menschen erfolgreiche Alltagsbewältigung. Der BUND setzt darauf, dass es noch mehr werden.



Fahrradfreundliche Geschäfte lohnen sich

Kaufhaus, Supermarkt oder inhabergeführtes Geschäft: Handeltreibende haben jede Menge gute Gründe, sich um radfahrende Kundinnen und Kunden zu bemühen. Welche dies sind, lesen Sie in Abschnitt A. Abschnitt B erläutert, was zu tun ist, um ein Geschäft fahrradfreundlich zu gestalten. In Abschnitt C steht das Bekanntmachen der fahrradfreundlichen Maßnahmen im Vordergrund.

A. Warum es sich lohnt

► Kundenbindung

Radfahrer/-innen geben zwar pro Einkauf etwas weniger Geld als Autofahrer aus, kommen dafür aber deutlich häufiger wieder (wenn die Bedingungen stimmen) und bringen daher pro Person mehr Umsatz als die motorisierte Kundenschaft. Interessant ist dies vor allem für Geschäfte, die Waren des täglichen Bedarfs anbieten, sowie für Einzelhändler, die besonders unter der Konkurrenz auf der grünen Wiese leiden. Unter wirtschaftlichen Aspekten bringen Investitionen in eine fahrradfreundliche Infrastruktur mehr als ruinöse Schlachten um den niedrigsten Preis.



► Kostenfragen

Stellplätze für Fahrräder brauchen viel weniger Platz als Autoparkplätze und sind damit wesentlich preiswerter. Auf der Fläche eines Kfz-Stellplatzes können acht Fahrräder sicher und komfortabel untergebracht werden. Auch die Flächen für die Zufahrten, für die Rampen und zum Rangieren fallen deutlich

kleiner aus. Viele Angebote für Kundinnen und Kunden kommen auch den eigenen Beschäftigten zugute. Radelnde Angestellte sind seltener krank und nehmen keine teuren Kfz-Stellplätze in Anspruch.

► Image

Das Fahrrad ist zum Symbol für nachhaltige Lebensweise geworden. In Zeiten des Klimawandels kann der Einzelhandel mit Ökothemen punkten.

Kommen, sehen, kaufen: mit dem Rad kein Problem

B. Was ist fahrradfreundlich?

▶ Gute Radabstellanlagen

Grundsätzlich haben Radfahrer/-innen keine anderen Ansprüche an Stellplätze als Autofahrer. Sie wollen ihr Fahrzeug während des Einkaufens sicher und nicht allzu weit entfernt parken.

▶ ▶ **Sicher und standfest:** Sicher bedeutet, dass der Rahmen und das Vorderrad fest anschließbar sind. Standfest bedeutet, den Rahmen an den Fahrradständer anlehnen zu können. Beide Anforderungen erfüllen im Boden verankerte Stahlbügel am besten.

▶ ▶ **Eingangsnah:** Einkaufen mit dem Rad besticht nicht zuletzt durch Zeitvorteile. Wenn sich die Fahrradständer in der hintersten Ecke des Parkplatzes befinden, geht dieser Vorteil schnell verloren und die Fahrräder von eiligen Radfahrern

blockieren den Bürgersteig oder das Schaufenster. Wenn die Fahrradständer von den Kunden nicht angenommen werden, kann die Investition nicht die angestrebte Wirkung entfalten.

▶ ▶ **Trocken:** Überdachte Radabstellanlagen sind mittlerweile Standard (Beispiele: familia in Kiel, Weserpark Bremen). Noch besser: nicht nur überdacht, sondern auch bewacht.

▶ Gepäckaufbewahrung

Wenn der Besuch mehrerer Läden ansteht, fragen sich nicht nur Radfahrer/-innen, wohin mit den bereits getätigten Einkäufen.

▶ ▶ **Schließfächer:** Vorreiter mit dem Angebot von Schließfächern vor dem Eingang sind die Elektromärkte – allerdings eher aus Sorge um ihre teuren Produkte als um die Kunden/

Kundinnen. Dennoch stellen Schließfächer die schnellste und sicherste Lösung dar, um den Radfahrern das ausgedehnte Bummeln trotz schon getätigter Einkäufe einfacher zu machen.

▶ ▶ **Persönliche Gepäckaufbewahrung:** Die Mitarbeiter der Informationsschalter in Einkaufszentren und Kaufhäusern können häufig das Gepäck ihrer Kunden/ Kundinnen aufbewahren.



*Sicher, standfest,
trocken und
eingangsnah:
der perfekte
Fahrradparkplatz*

Bild: familia Kiel



► **Radservice**

► ► **Pumpstation:** Die meisten Fahrradläden haben im Außenbereich einen Kompressor installiert, an dem sich Radfahrer/-innen selbst mit neuer Luft versorgen. Wieso sollen nicht auch andere Geschäfte diesen Service bieten und damit neue Kunden/Kundinnen ansprechen?

► ► **Werkzeug:** Flickzeug und etwas Werkzeug bereitzuhalten, kostet fast nichts, bringt aber viel. Der Bremer Bioladen Flotte Karotte hat damit den Wettbewerb „Fahrradfreundlichstes Geschäft Bremens“ gewonnen.

► **Fahrradverleih**

Manche Kunden/Kundinnen kommen per Auto oder öffentlichem Verkehr in die Stadt, möchten aber dennoch einen Einkaufsbummel auf zwei Rädern unternehmen. Praktisch: Wer ein Leihfahrrad zurückgeben muss, kommt auf jeden Fall in den Laden zurück – und kauft vielleicht noch etwas mehr ein. Ein Beispiel dafür ist der Karstadt-Parkhaus-Betreiber Vinci.

► **Rabatte für Radfahrer/innen**

Bonussysteme für bestimmte Zielgruppen sind ein uraltes, aber bewährtes Mittel zur Kundengewinnung und -bindung. Für radfahrende Kundschaft gibt es sie etwa in Kiel und Chicago.

► **Lieferservice**

Die Kunden/Kundinnen müssen die Waren nur noch auswählen, den Rest erledigt der Lieferservice. So sinkt die Hemmschwelle beim Kauf sperriger Güter – nicht nur bei Radfahrer/-innen. Am besten organi-

sieren mehrere Einzelhändler gemeinsam einen Lieferservice (Beispiele: Mülheim/Ruhr, Ansbach, mittlerweile beendetes Pilotprojekt in Schopfheim). Auch Karstadt und Kaisers/Tengelmann bieten Lieferservice ab einem Einkauf von 15 Euro an. Besonders vorbildlich und dank seiner Glaubwürdigkeit imagefördernd ist der Lieferservice per Rad.

► **Verleih von Lastenfahrrädern und Anhängern**

Besonders Fachgeschäfte müssen dafür sorgen, dass die Waren zu den Kunden/Kundinnen nach Hause gelangen. Warum nicht einfach Lastenfahrräder verleihen (oder auch Anhänger, was aufgrund der Vielfalt an Kupplungen aber komplizierter ist)? Bei größeren, außergewöhnlichen Einkäufen ist auf Kundenseite die Bereitschaft vorhanden, das geliehene Vehikel zurückzubringen. Für motorisierte Kunden/Kundinnen stehen schließlich auch Leihanhänger zur Verfügung, zum Beispiel bei Baumärkten.



Ein Schild, das magische Anziehungskraft auf radfahrende Kundinnen und Kunden ausübt

C. Kommunikation

▶ Ran an die Menschen!

Gibt es fahrradfreundliche Angebote, so muss die Kundschaft davon erfahren, etwa durch den Hinweis: „Die überdachten Fahrradstellplätze finden Sie auf unserem Kundenparkplatz!“

▶ Gemeinsame Werbeoffensiven

Interessengruppen der örtlichen Händler können auf radrelevante Gegebenheiten ihrer Einkaufsstraße oder Innenstadt hinweisen.



Diese Investition hat sich gelohnt: Fahrradbügel an der Schloßstraße in Berlin-Steglitz

▶ Interne Kommunikation

Innerhalb der Unternehmen, in den Einzelhandelsverbänden und in der Industrie- und Handelskammer gilt es, über Chancen und Herausforderungen des Einkaufens mit dem Rad zu informieren.

D. Erfolgskontrolle

▶ Auslastung der Radabstellanlagen

Wenn bei gleichbleibenden oder sogar verbesserten Stellplatzangeboten die Zahl der freien Fahrradständer innerhalb eines (Einkaufs-)Gebietes abnimmt, so deutet dies auf eine wachsende Zahl von Menschen hin, die das Rad zum Einkaufen nutzen.

▶ Kundenbefragungen

Um das Mobilitätsverhalten der Kundschaft kennenzulernen, bieten sich Befragungen an. Je kürzer Interviews oder Fragebögen gehalten sind, desto mehr Menschen werden sich an der Umfrage beteiligen.

Weiterführende Informationen

- ▶ BUND Kiel „Einkaufen mit dem Rad - Tipps für EinzelhändlerInnen“ Bestellung oder Download unter www.einkaufen-mit-dem-rad.de/materialien



Mehr Produkte für den Alltagsverkehr

Das Rad hat Konjunktur. Langsam wandelt es sich in der öffentliche Wahrnehmung vom Freizeit- und Sportgerät zum alltagstauglichen Standardfahrzeug, mit dem man auch die Einkäufe erledigt. Die Fahrradindustrie sollte auf diesen Trend noch stärker reagieren.

► Bessere Anhänger

Anhänger kaufen oder leihen, Kupplung ans Rad schrauben und losfahren? So einfach geht es nur in den seltensten Fällen. Ein gemeinsamer Standard für Kupplungen und Anhänger wäre wünschenswert und im Sinne der Kundinnen und Kunden.

► Werbung für Transportmaterial

Die Angebote an Anhängern, Fahrradtaschen und Fahrradkörben sind so vielseitig wie auch verwirrend. Hier sind die Fahrradindustrie und der Fahrrad Einzelhandel gefragt, ihre Produkte offensiv zu vermarkten.

► Servicepakete für Einzelhandel und Arbeitgeber

Viele Geschäfte oder Betriebe würden sich freuen, wenn sie Kundschaft oder Beschäftigten mit einem kompakten Erste-Hilfe-Kasten für Fahrradpannen aushelfen könnten. Entsprechende Angebote einer praktischen Mini-Auswahl der wichtigsten Werkzeuge und Ersatz-



teile gibt es viele, allerdings keines, das sich speziell an Ladeninhaber oder Arbeitgeber wendet. Hier ist beherztes Marketing gefragt.

► Bügel statt Felgenkiller

Es wäre am einfachsten, wenn nur noch Radabstellanlagen produziert und vermarktet würden, die dem von Fachleuten empfohlenen Standard (siehe Abschnitt „Gute Radabstellanlagen“ auf Seite 4) entsprechen. Solange das nicht der Fall ist, sollten die Hersteller beim Verkauf der auch als Felgenkiller bekannten Vorderradklammern – so schön sie auch gestaltet sind – auf die Probleme bei der Nutzung hingewiesen werden.

Um den fälligen Generationen- bzw. Modellwechsel bei den Radabstellanlagen zu beschleunigen, könnte sich die Fahrradbügelindustrie ein Beispiel an Herstellern von Rasierapparaten und Rasenmähern nehmen und gegen die Rückgabe von veralteten Modellen einen Preisnachlass auf neue geben.

Anhänger: sehr praktisch zum Einkaufen mit dem Rad

Radverkehr ist die Lösung für viele Probleme

Ob Radfahrer/-innen zur Arbeit fahren, von der Schule kommen, ins Kino wollen oder Einkäufe tätigen – sie wollen im Wesentlichen nur eines: sicher, schnell und komfortabel ans Ziel kommen. Auch für die Kommunen bringt mehr Radverkehr mehr Vorteile; mehr dazu in Abschnitt A. Damit von wirklich guten Bedingungen für das Radfahren im Allgemeinen und für das Einkaufen mit dem Rad im Besonderen die Rede sein kann, müssen Politik und Verwaltung noch viel tun; was genau, steht in Abschnitt B. Alle Maßnahmen sollten kommuniziert (siehe Abschnitt C) und in ihrer Wirksamkeit überprüft werden (Abschnitt D).

A. Die Vorteile

► Standortsicherung

Die im Vergleich zum Auto geringe Reichweite des Fahrrads verhindert, dass Kaufkraft auf die grüne Wiese hinter der Stadtgrenze abwandert. Radverkehr sichert lebendige, attraktive Kommunen. In den dicht bewohnten Innenstädten sind die Distanzen so kurz und das Angebot an Pkw-Parkplätzen meist so

klein, dass das Einkaufen mit dem Rad schlicht aus Zeitgründen die beste Alternative darstellt. Auch in weniger dicht bebauten Wohngebieten oder kleineren Städten oder Dörfern kann das Rad seine Vorteile beim Einkauf ausspielen. Die Entfernungen zu den Versorgungseinrichtungen sind nicht mehr fußläufig, dafür eignen sich die oft vergleichsweise ruhigen Straßen gut zum Radfahren.

► Kostenvorteile

Die Infrastruktur für den Radverkehr ist sehr preiswert. So kann eine Kommune bei gleichem Mitteleinsatz mit der Förderung des Radverkehrs größere Effekte erzielen als mit der Förderung des motorisierten Individualverkehrs. Beispiel Parkplatz: Auf die Stellfläche von einem PKW passen acht bis zehn Fahrräder.

► Immissionsschutz

Ob Feinstaub oder Lärm – in vielen Innenstädten werden die gültigen Grenzwerte nicht eingehalten. Mit deutlichen Verlagerungen auf den äußerst emissionsarmen Verkehrsträger Fahrrad können die Kommunen dieses Problem entschärfen.



Schnell, günstig, umweltfreundlich und gesund: das Fahrrad ist die Zukunft des städtischen Verkehrs



► **Klimaschutz**

Die Städte und Gemeinden müssen einen Beitrag dazu leisten, die deutschen Kyoto-Ziele zu erreichen. Mit der Förderung des Radverkehrs können sie besonders kostengünstig Kohlendioxid einsparen.

► **Image**

Radfahren wird immer beliebter. Wenn die Zweiräder im Stadtbild präsent sind, strahlt dies ein positives und modernes Lebensgefühl aus. Bewohner und Besucher wissen lebhaft Städte zu schätzen.

► **Verkehrssicherheit**

Investitionen in zeitgemäße Radverkehrsanlagen senken die Zahl der Unfälle. Je mehr Menschen ihre täglichen Wege mit dem Rad zurücklegen, desto präsenter ist es im Straßenbild. Die Folge: Autofahrer/-innen gewöhnen sich daran, stärker auf den Radverkehr zu achten.

B. Was tun?

Es fehlt im öffentlichen Raum vor allem an Platz für den Radverkehr – zum Fahren wie zum Parken. Und das obwohl gute Radverkehrsanlagen deutlich weniger Platz benötigen als vergleichbare Angebote für den Kfz-Verkehr. Grundsätzlich sollte Radverkehr bei jeder Planung von Anfang an berücksichtigt werden – das erspart später aufwendige Umbauten.

Mit einigen **ordnungsrechtlichen Maßnahmen** können die Kommunen schon sehr viel tun, um das Einkaufen mit dem Rad zu fördern.

► **Öffnung von Fußgängerzonen**

Da sich ein großer Teil des Einzelhandels in den Fußgängerzonen konzentriert, machen radelnde Einkäufer/-innen recht schnell Bekanntschaft mit Fahrverboten. Diese sind oft, aber nicht immer gerechtfertigt. Je nach örtlichen Gegebenheiten wie Platzverhältnisse in der Fußgängerzone und potenzieller Raddurchgangsverkehr, sollten Fußgängerzonen für den Radverkehr freigegeben werden wie etwa in Frankfurt am Main, Augsburg und Schwerin; zumindest aber nach Geschäftsschluss, wie es ein Modellversuch in Mainz testet. Wenn keine Öffnung möglich ist, muss es Alternativen geben, so nah wie möglich per Rad an die Geschäfte zu kommen oder das Gefährt komfortabel abschließen zu können – sonst finden Radfahrverbote keine Akzeptanz. Darüber hinaus ist eine Kommunikation mit den Radfahrern nötig, die auf die Bedeutung einer angepassten Fahrweise hinweist.



In Dresden funktioniert die friedliche Koexistenz zwischen Radfahrern und Fußgängern gut

► Tempo 30

Die Aufenthaltsqualität in einer Einkaufsstraße wächst und die Lärmbelästigung nimmt ab, wenn die Geschwindigkeit des Autoverkehrs sinkt. Je geringer der Geschwindigkeitsunterschied zwischen motorisiertem und unmotorisiertem Verkehr, desto sicherer können sich Radfahrerinnen und Radfahrer auf den Straßen fühlen. Das Queren der Fahrbahn wird auch für Fußgänger einfacher und sicherer. Das Unfallrisiko nimmt ab. Nebenbei helfen Tempo-30-Zonen den Gemeinden beim Sparen, weil sie andere, teurere Maßnahmen wie Ampeln oder Kreisverkehre unnötig machen. Ebenfalls sollte die erlaubte Höchstgeschwindigkeit auf den zu den Einkaufsbereichen führenden Straßen auf 30 km/h beschränkt sein, damit diese bequem und sicher mit dem Rad erreichbar sind. Als Alternative zur Tempo-30-Zone bietet sich der „verkehrsberuhigte Geschäftsbereich“ mit erlaubten 10 km/h an.



Radspuren sind für alle Beteiligten die sicherste Lösung

► Einbahnstraßen für Räder öffnen

Kaum eine Einbahnstraße ist so schmal, dass sich Autos und Fahrräder nicht begegnen könnten. Für das Einkaufen mit dem Rad spielen für Radfahrer geöffnete Einbahnstraßen eine besondere Rolle, weil die Geschäftsstraßen häufig in historischen Stadtzentren liegen und nur über enge (Einbahn-)Straßen zu erreichen sind. Die Erfahrungen aus verschiedenen Städten zeigen, dass keine Unfallhäufungen zu erwarten sind, wenn Radfahrer/-innen gegen die Fahrtrichtung fahren dürfen. In Frankfurt am Main sind nahezu alle 6000 Einbahnstraßen für den Radverkehr in Gegenrichtung freigegeben. In Bern gilt das Prinzip der Beweisumkehr: Dort dürfen Radler/-innen grundsätzlich gegen die Einbahnstraße fahren, es sei denn, es sprechen besondere Gründe dagegen.

► Bauleit- und Flächennutzungsplanung

Neue Einkaufszentren und Gewerbegebiete sollten nur dort gebaut werden, wo die Kundschaft zu Fuß oder per Rad hinkommt. Standorte in den Innenstadtlagen sollten daher optimal genutzt werden (Beispiel: Bocholt). Flächen für das Fahrradparken können in Bebauungsplänen festgesetzt werden.

► Stellplatzverordnungen ändern

Die in den 1930er Jahren als „Reichsgaragenverordnung“ eingeführte Stellplatzverordnung legt fest, dass ein neu errichtetes Haus über Kfz-Parkplätze verfügen muss. Wie viele genau, bestimmen die Bauämter. Da diese Verordnung



Ländersache ist, fällt sie bundesweit nicht einheitlich aus. Es liegt in der Hand der Länder, die Kommunen zu ermächtigen, die Ordnung dahingehend zu verändern, dass der Bauherr Fahrradstellplätze nachweisen muss.

► **Ökonomische Restriktionen**

Die Verteuerung des Kfz-Verkehrs durch Parkraumbewirtschaftung, Citymaut oder Umweltzone macht die Benutzung des öffentlichen Verkehrs und des Rads finanziell attraktiver. Das so gesparte Geld können die nicht mit dem eigenen Auto gekommenen Kunden/Kundinnen direkt in den Geschäften ausgeben. Außerdem: Mit weniger Autoverkehr macht das Einkaufen mit dem Rad mehr Spaß.

Neben den ordnungsrechtlichen Maßnahmen brauchen wir **Infrastruktur und Service**, um den Einkaufsverkehr aufs Rad zu verlagern.

► **Radfahrer runter von den Bürgersteigen**

Auf den Bürgersteigen belebter Geschäftsstraßen ergeben sich zahlreiche

Nutzungskonflikte: Händler wollen ihre Waren vor den Geschäften ausstellen, Gastronomiebetriebe Gäste bewirten und Fußgänger wollen flanieren oder zügig voranschreiten. Auch wenn noch viele Radwege völlig unzeitgemäß über die Bürgersteige ver-

laufen, gilt: Radfahrer/-innen müssen auf die Straße. Im Interesse des Handels, der Fußgänger und ihrer eigenen Sicherheit.

► **Radfahrstreifen**

Auf Straßen mit höherem Verkehrsaufkommen sollten Radspuren (Radfahrstreifen oder Schutzstreifen) auf der Fahrbahn markiert werden. Baulich abgetrennte Radwege auf Bürgersteigen sind dagegen keine gute Lösung, da Autofahrer/-innen die dort fahrenden Radler/-innen oft übersehen; Unfälle beim Abbiegen sind vorprogrammiert.

► **Radroutennetz**

Je nach Verkehrsverhältnissen und Größe der Ortschaft gilt es, nicht nur einzelne Radspuren, sondern ein durchgehendes Netz von Radrouten einzurichten. Diese zeichnen sich unter anderem durch ihre Ausschilderung aus, auf der auch Einkaufsziele berücksichtigen werden sollten. Im Sinne einer bundesweit einheitlichen und verständlichen Beschilderung empfiehlt es sich, die Richtlinien der Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen (FGSV) zu benutzen.

► **Radabstellanlagen**

Auf öffentlichen Flächen sind die Tiefbauämter für Errichtung bzw. Genehmigung von Fahrradständen zuständig. „Wild“ geparkte Räder

Ein platter Reifen nach Ladenschluss macht weniger Ärger, wenn ein Schlauchomat in der Nähe ist



sind zuverlässige Indikatoren dafür, wo Bedarf an mehr und besseren Abstellanlagen ist. Fußgängerzonen, ob sie mit dem Rad befahrbar sind oder nicht, sollten an ihren Eingängen Stellplätze aufweisen. Auch wenn das Radfahren nicht gestattet ist, sind Fahrradständer vor den Geschäften notwendig (dies ist natürlich auch Aufgabe des Einzelhandels). Im Übrigen können Fahrradbügel als Straßenmöbel auch die Funktion von Pollern übernehmen und bestimmte Straßenabschnitte für den fließenden oder ruhenden Autoverkehr sperren.

► Bewachte Fahrradparkplätze

Bei Großveranstaltungen gibt es in einigen Orten (Berlin, Frankfurt am Main) bereits bewachte Fahrradparkplätze. Dies ließe sich auch in den Einkaufsspitzenzeiten praktizieren. In den niederländischen Städten Rotterdam, Den Haag und Scheveningen sind Fahrradwachen ständige Einrichtungen. Dort gingen die Fahrraddiebstähle mit 20 Prozent und mehr deutlich zurück.



Werbung für das Einkaufen mit dem Rad: Göttingen hat einen Fahrradstadtplan für die Innenstadt herausgegeben

Karte: Stadt Göttingen

► Gepäckaufbewahrung

Gepäcksafe, Helmsafe, Fahrradboxen: Was an Bahnhöfen schon Standard ist, könnte auch in den Ortszentren gute Praxis werden. Freiburg geht mit seinem „Päcklebus“ ebenso wie Kitzingen mit gutem Beispiel voran. Dies nützt nicht nur den Einkaufsgästen, sondern insbesondere auch Touristinnen und Touristen, die ihr Rad samt Gepäck sicher aufbewahren wollen. Ohne Fahrradboxen haben sie kaum die Möglichkeit, den lokalen Einzelhandel zu nutzen.

► Öffentliche Pumpstation

An zentralen Orten kann ein öffentlicher Kompressor Radfahrer/-innen helfen, den Luftdruck in ihren Reifen zu optimieren (Beispiele: Münster, Göteborg, Salzburg).

► Kostenloser Rad- und Zubehörverleih

Um Menschen mit wenig Fahrradfahrung den Zugang zur umweltfreundlichen Mobilität zu erleichtern, können die Kommunen einen kostenlosen Verleih von Fahrrädern, Taschen und Anhängern organisieren. Dies wird in Offenburg und mehreren niederösterreichischen Städten schon praktiziert. Darüber freuen sich auch diejenigen, die nur mit dem ÖPNV und ohne Rad kommen können – in der Stadt angekommen, starten sie ihre Shoppingtour auf zwei Rädern.

C. Kommunikation

► Informelle Gespräche

Erfahrungs- und Informationsaustausch innerhalb der Verwaltung sowie mit Vertretern von Handel, Interessenverbänden



und gesellschaftlichen Gruppen hilft, den Handlungsbedarf aufzuzeigen und zu gemeinsamen Lösungen zu kommen.

▶ **Organisation von Fachgremien**

Was an Runden Tischen, in Beiräten oder in weiteren mit Vertretern von Wissenschaft, Wirtschaft oder anderen gesellschaftlichen Gruppen besetzten Gremien besprochen wird, stellt eine gute Gelegenheit dar, möglichst viele Akteure miteinzubeziehen und Konflikte bereits im Vorfeld zu vermeiden. Ein gutes Beispiel für ein solches Fachgremium ist der Berliner „FahrRat“, der im Auftrag des Senats eine Radverkehrsstrategie erarbeitet hat. Die darin enthaltenen Maßnahmen setzen die Teilnehmer nun gemeinsam um.

▶ **Pressearbeit**

Wenn es darum geht, die Zielgruppe Bürger/-innen mit dem Thema „Einkaufen mit dem Rad“ zu erreichen, ist die Mitarbeit der städtischen Pressestelle hilfreich.

▶ **Fahrradstadtpläne**

Welche Fahrradrouen führen zum Zentrum, welche Straßen sollten gemieden werden, wo gibt es Fahrradstellplätze? In Freiburg und Göttingen beantwortet diese Fragen ein Fahrradstadtplan.

▶ **Gute Beispiele**

Besonders in kleineren und mittleren Gemeinden kann die Vorbildfunktion von bekannten Persönlichkeiten zum Tragen kommen. Aber auch größere Städte, wie etwa Nürnberg, setzen dieses Instrument bereits gezielt ein.

D. Erfolgskontrolle

▶ **Verkehrszählungen**

Steigende Radanteile am gesamten Verkehr können natürlich unterschiedliche Ursachen haben. Handelt es sich bei der untersuchten Straße um eine direkte Verbindung zu einem Einzelhandels-schwerpunkt (beispielsweise Fußgängerzone, Stadtzentrum oder Shoppingcenter), so liegt der Schluss auf vermehrtes Einkaufen mit dem Rad nahe. Grundsätzlich sollten Fahrräder bei Verkehrszählungen immer berücksichtigt werden – das ist noch nicht überall der Fall.

▶ **Passantenbefragungen**

„Wie sind Sie zum Einkaufen gekommen?“ Auch die Kommune sollte ermitteln, mit welchen Verkehrsmitteln ihre Bürgerinnen und Bürger zum Einkaufen kommen. Damit kann man Maßnahmen bewerten und weiter entwickeln.

Weiterführende Informationen

- ▶ Berliner Senatsverwaltung für Stadtentwicklung: „Fahrradparken in Berlin - Leitfaden für die Planung“

Download unter <http://www.verkehrsplanung.tu-berlin.de/spicycles/dokumente/LeitfadenFahrradparken.pdf>



Herausgeber

Merja Spott (Projektleiterin, v.i.S.d.P)
Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland, BUND Berlin e.V.
Crellestraße 35 • 10827 Berlin
Telefon: 030 - 78790031 • Fax: 030 - 78790018
E-Mail: spott@bund-berlin.de

Bilder (soweit nicht anders angegeben): BUND
Redaktion und Gestaltung: Sebastian Petrich/text-for-sale.de
© 2008 BUND Berlin e.V.

Mehr Informationen zum Einkaufen mit dem Rad unter www.einkaufen-mit-dem-rad.de



Bundesministerium
für Verkehr, Bau
und Stadtentwicklung

Das BUND-Projekt „Einkaufen mit dem Rad“ wird vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung aus Mitteln zur Umsetzung des Nationalen Radverkehrsplans gefördert

