

Pressemitteilung

25.12.2022

Innenstadtverkehr schadet dem Einzelhandel

Verkehrsberuhigte Innenstädte sind wie rauchfreie Gaststätten: Vor der Einführung sind alle dagegen, danach sind alle dafür. Der Allgemeine Deutsche Fahrrad-Club (ADFC) befürwortet deshalb auch im Interesse des Göppinger Einzelhandels den Pilotversuch zur autofreien Innenstadt.

Die NWZ hat am 24.12. über einen Briefwechsel zwischen dem Göppinger Rathauschef Alex Maier und dem Marketingverein „Göppinger City“. Der Verein fürchtet auch bei einer nur teilweise autofreien Kernstadt negative Auswirkungen auf die Umsätze der Betriebe.

Die Befürchtungen des Marketingvereins stehen allerdings im Widerspruch zu vielen Studien und Praxiserfahrungen zur Innenstadtbelebung. Anders als gern vermutet, profitieren Einzelhändler nicht von Kfz-Parkplätzen direkt vor der Ladentür. Im Gegenteil: Weniger Parkplätze bringen Wachstum beim Fuß- und Radverkehr. Das lockt mehr Kunden in die Innenstadt und sorgt für Umsatzzuwachs.

Die Studien zeigen, dass durch Maßnahmen zur Verkehrsberuhigung die Umsätze im Einzelhandel um bis zu 20% steigen. An einigen Standorten ist der Umsatzzuwachs sogar noch höher. Auch der Anteil von leerstehenden Geschäftslokalen nimmt ab, wenn weniger Parkplätze die Innenstadt verstopfen.

Selbstverständlich gelten diese Zahlen nicht für den Baumarkt auf der grünen Wiese. Aber sie treffen exakt für jene Innenstadtlagen zu, die zum Pilotprojekt gehören sollen. Das Institut für Trend- und Zukunftsforschung (ITZ) stellt dazu fest, dass „der Handel die Bedeutung von Autofahrern und Parkplätzen überschätzt.“

Das ITZ bestätigt außerdem eine Analyse der AGFK (Arbeitsgemeinschaft fahrradfreundlicher Kommunen) Bayern. Die AGFK kommt zu dem Ergebnis, dass *„der innerstädtische Einzelhandel durch autogerechte Verbraucherparcs auf der grünen Wiese und den Onlinehandel stark unter Druck geraten ist. Hier müssen Gegenmittel gefunden werden. Die Stadt autogerecht zu gestalten, kann nicht der richtige Weg sein, da sie nie so autogerecht sein kann, wie der Verbraucherpark auf der grünen Wiese. Mit Hinblick auf das heutige „Shoppem“, das „oft auch Freunde treffen, Kaffee trinken und Essen gehen oder sich einfach durch die Stadt treiben lassen“ impliziert, müssen der Einzelhandel und die Innenstadt an sich also an ihrer Attraktivität arbeiten.“*

Attraktive Innenstädte entstehen aber nur dann, wenn das PKW-Aufkommen reduziert wird und dadurch mehr Menschen aufs Rad steigen oder zu Fuß durch die Stadt flanieren.

Die Mitgliedsbetriebe des Marketingvereins lehnen Autoverbote in der Innenstadt ab und setzen stattdessen auf Anreize, das Auto stehen zu lassen. Zu den wichtigsten Anreizen zählt aber nachweislich eine attraktive und sichere Fahrrad-Infrastruktur. Autofreie Zonen sind Voraussetzung, damit sich Menschen sicher fühlen und vom Auto aufs Fahrrad umsteigen.

Der Umstieg aufs Fahrrad wirkt sich enorm positiv auf den Parkplatzmangel aus, denn ein Auto benötigt denselben Parkraum wie zehn Fahrräder.

Der Auto-Parkplatz vor der eigenen Ladentür wird deshalb leider immer noch von vielen Einzelhändlern als Umsatzgarant missverstanden. Tatsächlich befinden sich aber die 1a-Lagen des Einzelhandels nicht an viel befahrenen Straßen befinden, sondern in der Fußgängerzone. Das Ladensterben findet hingegen in den angrenzenden, von Autos zugesperrten Straßen statt.

Das Pilotprojekt ist deswegen aus Sicht des ADFC eine wichtige Maßnahme, um die Innenstadt für Einzelhandel und Gastronomie zukunftsfähig zu machen.

Quellen:

Institut für Trend- und Zukunftsforschung

<https://www.zukunftspassiert.de/2019/07/22/mythen-des-20-jahrhunderts-warum-der-handel-die-bedeutung-von-autofahrern-und-parkpl%C3%A4tzen-%C3%BCbersch%C3%A4tzt/>

AGFK Bayern

https://www.adfc.de/fileadmin/user_upload/AGFK-WirtschaftsRad.pdf

Beide Quellen enthalten weitere Literaturverzeichnisse und Quellennachweise