

BeNaMo
Hintergrundpapier zum
Policy Paper 1

Nr. 1

**„Der lokale Einzel-
handel und die
Verkehrswende“**

Impressum

Kurzinformation zum Autor

Dr. Weert Canzler ist Co-Leiter der Forschungsgruppe Digitale Mobilität und gesellschaftliche Differenzierung (DiMo) am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung.

Kontakt:

weert.canzler@wzb.eu

Reichpietschufer 50
10785 Berlin

Dieses Hintergrundpapier entstand im Rahmen der Begleitforschung Nachhaltige Mobilität (BeNaMo) und schließt sich thematisch an das Policy Paper Nr. 1 „Aber das geht doch überhaupt nicht...“ an. Das nexus Institut ist gemeinsam mit dem Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) beauftragt, die Fördermaßnahmen „MobilitätsWerkStadt 2025“ und „MobilitätsZukunftsLabor 2050“ zu begleiten.

E-Mail: mobilitaet@nexusinstitut.de

www.zukunft-nachhaltige-mobilitaet.de

Kontaktdaten

nexus Institut für Kooperationsmanagement
und interdisziplinäre Forschung

Willdenowstraße 38
12203 Berlin

www.nexusinstitut.de

Wissenschaftszentrum Berlin
für Sozialforschung

Reichpietschufer 50
10785 Berlin

www.wzb.eu/de

 nexus

 WZB

Layout: Meike Bunten, www.okkool.berlin

Hintergrundpapier Nr.1: Der lokale Einzelhandel und die Verkehrswende

Kurzfassung

Nach wie vor ist die Einschätzung verbreitet, dass der innerstädtische Einzelhandel im Wettbewerb mit den Einkaufszentren auf der „Grünen Wiese“ und gegenüber dem Onlinehandel weiter an Boden verliert, wenn er nicht mit dem Auto gut erreicht werden kann. Dazu gehören auch genügend Parkplätze. Allerdings hat sich die Welt längst verändert. Eine attraktive Aufenthaltsqualität ist wichtiger denn je. In den Städten, die sich getraut haben, den Verkehrsraum zugunsten von Fuß- und Radverkehr neu aufzuteilen, war und ist die Bilanz durchweg positiv. Von geschäftlichen Verlusten kann keine Rede sein. Vielmehr profitieren in der Regel sowohl der kleinteilige Einzelhandel als auch die lokale Gastronomie. Eine Reihe von Studien und Erfahrungsberichten aus vielen Städten in Europa und Amerika, die den Autoverkehr permanent oder temporär aus den Innenstädten zurückgedrängt haben, zeigen darüber hinaus Folgendes:

- Fahrradfahrer*innen machen zwar selten einen Wochenendgroßeinkauf, aber sie kaufen häufiger kleinere Mengen ein. Daher sind sie in der Summe jedoch häufig die kaufkräftigeren Kunden
- Die Krise der Parkhäuser ist offensichtlich. Sie werden vermehrt zu Mobilitätsstationen ausgebaut, an denen die Parkenden auf Leihräder oder E-Scooter umsteigen können.
- Eine höhere Aufenthaltsqualität in den Städten geht künftig mehr denn je mit einer höheren Resilienz gegenüber den Folgen des Klimawandels einher. Viel mehr entsiegelte Flächen und mehr Grün gerade in verdichteten Innenstädten sind die Folge.

Die Beispiele sowohl großer als auch kleiner und mittlerer Städte, die das Platzprivileg des privaten Autos abbauen, nehmen zu. Oft schaffen sie mehr Platz für die aktive Mobilität und führen ein ambitioniertes Parkraummanagement ein. Üblicherweise geht beides mit einer Entsiegelung und einer aktiven Klimaanpassung einher, denn der Druck steigt immens, Vorsorge gegen häufiger eintretende Hitzewellen und Starkregen zu treffen.

Kommunen können einiges tun, um die Aufenthaltsqualität zu verbessern und so auch den innerstädtischen Handel zu unterstützen. Dazu gehört nicht zuletzt auch, einen wirksamen Lärmschutz umzusetzen. Verkehrslärm schreckt Besucher*innen der Innenstadt ab, die das Einkaufen mit Flanieren und Kaffeetrinken verbinden wollen. Die Kommunen sollten überdies in ihrer Flächennutzungsplanung klare Prioritäten zugunsten von verdichteten und gut an den Öffentlichen Verkehr angebundenen Einzelhandel- und Gewerbestandorten setzen. Die Revitalisierung von bestehenden Innenstadtarealen beruht neben der guten Erreichbarkeit mit Öffentlichen Verkehrsmitteln und dem Fahrrad sowie einer auf einer attraktiven Fußläufigkeit auch in einer Nutzungsmischung von Geschäften, Gastronomie, Kulturstätten sowie Wohnen. Das bedeutet im Umkehrschluss auch, dass eine Ausweisung von Flächen für Einkaufszentren auf der „Grünen Wiese“ sehr restriktiv gehandhabt werden sollten.

Lokaler Einzelhandel in Bedrängnis

Im Einzelhandel und vor allem bei seinen Interessensvertreter*innen in den Verbänden und Branchenorganisationen herrscht nach wie vor große Skepsis gegenüber Maßnahmen, die es privaten Autos beschwerlich oder teuer machen, die Innenstadt zu erreichen und dort zu parken. Sie gehen von der jahrzehntelang gültigen Formel aus, dass die Autofahrer*innen den größten Umsatz bringen. Eine leichte Erreichbarkeit der Geschäfte mit dem eigenen Auto und bequeme, kostengünstige Parkmöglichkeiten sind für sie nach wie vor eine notwendige Voraussetzung für gute Verkaufserlöse. So warnt im Frühjahr 2023 der oberste Vertreter des Einzelhandels in Berlin, Nils Busch-Petersen, vor „ideologisch motivierten Experimenten“ wie einer temporären Sperrung von Geschäftsstraßen, denn der **„Autoverkehr bringe zahlungskräftige Kunden in die Städte“**.

Da tatsächlich die Konkurrenz im Einzelhandel durch den Erfolg des Online-Handels und infolge der Verlagerung von Einkaufszentren an den Rand der Städte insgesamt erheblich gestiegen ist, ist vor allem der innerstädtische Einzelhandel unter Druck geraten. Dieser Druck nahm mit der Corona-Pandemie noch einmal zu (s. Göcke, Rusche 2022). In dieser Position verschärfen sich seine Abwehrreaktionen oftmals noch einmal. Man sieht sich schnell als Opfer einer handelsfeindlichen Kommunalpolitik, die keine Rücksicht auf den traditionellen stationären Einzelhandel und seine Beschäftigten nimmt. Ein Beispiel dafür ist die Kampagne „Vorfahrt-für Vernunft“, die im Frühjahr 2023 von der IHK Bonn-Rheinsieg und anderen Interessengruppen ins Leben gerufen wurde (s.: <https://www.vorfahrt-vernunft.de/kampagne/>). Mögliche Vorteile einer autoarmen und umgekehrt eher fußgänger*innen- und radfahrer*innenfreundlichen Innenstadt werden nicht gesehen oder sogar geleugnet. Auch positive und möglicherweise einen allgemeinen Trend vorwegnehmende Beispiele lebendiger autoarmer Innenstädte werden nicht ernst genommen. Das seien die Regel bestätigende Ausnahmen und eben mit der eigenen Stadt überhaupt nicht zu vergleichen.

Diese verfestigte Defensivhaltung auf Seiten des Einzelhandels und seiner organisierten Interessenvertretung trägt vielfach zu Konflikten in Kommunen bei, wenn es um konkrete Vorhaben geht, das Auto zurückzudrängen. Bisweilen werden Klagen gegen die Kommune angedroht und Klagen einzelner Mitgliedsfirmen unterstützt. Ebenso werden politische Bündnisse mit anderen Verkehrswendegegnern eingegangen und eine entsprechende mediale Strategie verfolgt, in der man sich als Retter der innerstädtischen Einkaufs- und Versorgungswelt sieht. Das Leitbild der autogerechten Stadt der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts wird nicht in Frage gestellt.

Die Interessenvertreter*innen des Einzelhandels halten an Ideal der „autogerechten Stadt“ fest

Die Einschätzung lässt sich so zusammenfassen: Wenn die private Fahrzeugnutzung in Städten erschwert wird, leidet der innerstädtische Einzelhandel und er geht im Wettbewerb gegen die Einkaufszentren auf der ‚Grünen Wiese‘ und gegen den Online-Handel unter. Es brauche daher eine gute Erreichbarkeit mit dem Auto und genügend Parkplätze. Vertreter*innen von Industrie- und Handelskammern sowie von Einzelhandelsverbänden tragen diese Einschätzung immer wieder und unisono vor. Sie fühlen sich bestätigt durch Kundenbefragungen und durch die Selbsteinschätzungen vieler Einzelhändler*innen. So ist eine der Kernbotschaften der jüngsten Passantenbefragung des Kölner Instituts für Handelsforschung (IFH), dass die innerstädtischen Geschäfte gut mit dem Auto erreichbar und ausreichend Parkplätze vorhanden sein müssten (IFH 2023).

Es ist über Jahrzehnte zu einer Gewissheit geworden, dass innerstädtische Geschäfte von Kund*innen frequentiert werden, die gerne mit dem eigenen Auto vorfahren und die gekauften Waren darin verstauen. Viele Kaufhäuser haben daher Parkhäuser gebaut oder Parkhauskapazitäten belegt. Auch kleinere Einzelhandelsgeschäfte haben versucht, Stellplätze zu schaffen und manchmal sogar teure Tiefgaragenplätze akquiriert, die sie ihren Kund*innen anbieten. Fußgängerzonen wurden – wo es irgendwie ging – mit einem Ring von Parkhäusern umsäumt. Doch sind Einkaufszonen mit großen Kaufhäusern als Besuchermagneten schon seit längerem ein Auslaufmodell (vgl. Gegner 2021). Einkaufsmeilen mit Fußgängerzonen haben für Kund*innen, die mit dem Auto anreisen, gegenüber Einkaufszentren außerhalb der Stadt, oft an Autobahnabfahrten gelegen, längst an Attraktivität verloren. Sie wollen sich die mühselige An- und Abfahrt auf überfüllten städtischen Straßen nicht antun. Die anderen Kund*innen ohne Auto hingegen wollen weder in lauten und gefährlichen Einkaufsstraßen flanieren noch für vorgehaltene Parkplätze und -häuser mitbezahlen.

Es sind nicht alle Bedürfnisse unterschiedlicher Kundengruppen gleichzeitig zu befriedigen. Ein harmonisches Nebeneinander der verschiedenen Verkehrsteilnehmenden ist schwierig, denn der Platz auf und an den Straßen ist begrenzt. Eine für Radfahrende und Zufußgehende attraktive Aufenthaltsqualität ist nur mit deutlich weniger Autos und zudem ohne störendes Parken möglich. Dass das so ist, zeigen eine Reihe von empirischen Studien und Fallbeispielen. Diese stammen jedoch vorwiegend aus dem Ausland, bekannt geworden sind die Beispiele wie das spanische Pontevedra oder die slowenische Hauptstadt Ljubljana (Der SPIEGEL 2019). Die Studienlage in Deutschland ist im Vergleich dürftig. Allerdings hat jüngst eine Studie für Aufsehen gesorgt, die mit Daten zur Entwicklung des Mietmarktes für Einzelhandelsgeschäfte von 2015 bis 2021 in Aachen gezeigt hat, dass Platz für Zufußgehende und Radfahren sowie eine gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln die Mieten für Einzelhandelsstandorte in die Höhe getrieben und umgekehrt viele Parkplätze in unmittelbarer Nähe der Geschäfte ihren Vermietwert gedrückt haben (Merten, Kuhnimhof 2023). Insgesamt gibt es noch erheblichen Forschungsbedarf (vgl. Vöckler et al. 2022). Zu den strukturell verzerrten Wahrnehmungen vieler Einzelhändler*innen, woher denn die eigenen Kund*innen kommen, liefert eine jüngere Studie aufschlussreiche Ergebnisse. So meinten beispielsweise nur 12,6 Prozent der befragten Einzelhändler*innen, dass ihre Kunden aus der nächsten Nähe, d.h. innerhalb eines Radius von einem Kilometer, kommen, während es tatsächlich mehr als die Hälfte der befragten Kunden*innen waren (vgl. Schneidmesser, Betzien 2021).

Einzelhandel profitiert von mehr Aufenthaltsqualität: Beispiele und empirische Befunde

Es gibt eine Reihe von Studien und vielfältige Erfahrungen aus Städten verschiedener Größe und Struktur, in denen die veränderte Situation in den innerstädtischen Einkaufslagen sichtbar wird. Im Zentrum stehen neben der Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln immer die Aufenthaltsqualität und eine urbane Funktions- und Nutzungsmischung. Infolge der durch die Corona-Pandemie verschärften Krise des Einzelhandels ist die Einsicht in vielen Städten gewachsen, die „Transformation der Innenstädte“ anzugehen (s. Diringer et al. 2021). Es ist aber keine neue Erkenntnis, dass zu einer urbanen Qualität neben der Erreichbarkeit mit dem Öffentlichen Verkehr und dem Fahrrad auch ein attraktives gastronomisches und kulturelles Angebot gehört (s. Pätzold 2011).

Sicherlich sind Millionenstädte wie London und Madrid nicht so einfach mit deutschen Mittelzentren zu vergleichen. Nach Einführung einer City-Maut in London und eines Parkverbots für Nichtanwohner*innen im Innenstadtbereich von Madrid zeigen die Zahlen eines sehr klar: Die Warnrufe vieler Einzelhändler*innen und ihrer Verbände verstummen, wenn die Maßnahmen wirken und die Ergebnisse spürbar sind. Die zentrale Erkenntnis der Erfahrungen aus London und Madrid lautet: Von geschäftlichen Verlusten kann keine Rede sein. In beiden Fällen haben die Umsätze der betroffenen Geschäfte vielmehr zugelegt, in Madrid beispielsweise 2019, im ersten Jahr nach Inkrafttreten der Parkbeschränkungen, um knapp 10 Prozent (vgl. Reid 2019). Auch in London hat der Einzelhandel innerhalb der Mautzone profitiert (s. Transport for London 2018). So bestätigte sich, was bereits 2015 in einer vergleichenden Auswertung von 12 Fallstudien ermittelt wurde. In diesen Fallstudien waren die Auswirkungen der Umwandlung von Seitenstreifen an Straßen und Parkbuchten zu geschützten Fahrradwegen auf den Einzelhandel untersucht worden. Darunter waren nicht nur die US-Metropolen New York, Seattle, San Francisco, Los Angeles und Portland, die kanadische Millionenstadt Vancouver sowie die australische Metropole Melbourne und das neuseeländische Auckland, sondern auch die kleinere kalifornische Universitätsstadt Davis, die mittleren neuseeländischen Großstädte Christchurch und Wellington, das irische Dublin sowie die ebenfalls kleineren Großstädte Bristol in Großbritannien und Graz in Österreich. Dabei stiegen die Umsätze in den meisten Fällen oder blieben ansonsten zumindest gleich (vgl. Jaffe 2015).

Die Auswirkungen von neuen Radwegen statt Parkstreifen wurden vor einigen Jahren auch in Toronto ausgewertet, mit einem ganz ähnlichen Ergebnis: Während die Einzelhändler*innen auch hier keine Umsatzeinbußen hatten bzw. von leichten Zuwächsen berichteten, konnten Cafés und Restaurants ihr Geschäft kräftig ausbauen. Nach dem Wegfall von Stellplätzen in der untersuchten Einkaufsstraße sank zwar der Anteil von Kund*innen, die mit ihrem Auto zum Einkaufen fuhren, leicht. Dieser Verlust wurde jedoch durch ein kräftiges Wachstum beim Radverkehr mehr als ausgeglichen. Der Anteil der Fahrrad-Kund*innen stieg von 8 auf 22 Prozent (vgl. Arancibia et al. 2019).

Ähnliche Erfahrungen wurden ebenso in Städten gemacht, in denen in manchen Quartieren oder in der historischen Innenstadt das private Auto weitgehend verbannt oder ganz ausgeschlossen wurde (vgl. Der SPIEGEL 2019). In Europa sind die Auswirkungen auf die Geschäfte und auf die Gastronomie in den Städten Houten in den Niederlanden, Pontevedra in Spanien und Gent in Belgien gut dokumentiert.

Auch in diesen eher kleineren Städten haben der stationäre Einzelhandel und die Gastronomie profitiert (vgl. Pander 2019). Wie diese Beispiele zeigen, gibt es starke Erfolge auch in kleineren Städten im europäischen Ausland, die eine Übertragbarkeit auf deutsche Mittelstädte zulassen und somit positive Signale für ein Umdenken in Deutschland senden.

Die Erfahrungen mit der Neuaufteilung des Verkehrsraumes zugunsten von Fuß- und Radverkehr sind in vielen Städten positiv. Die Attraktivität des städtischen Nahraums als Ort zum Verweilen und Einkaufen steigt in aller Regel, das hat sich während der Corona-Pandemie im Übrigen oft bestätigt (s. u. a. Follmer 2020). Trotzdem wehren sich Einzelhändler*innen und insbesondere ihre Verbandsfunktionäre oft gegen mehr Platz für Zufußgehende und Radfahrende, weil sie auf die autofahrenden Kunden fixiert sind und die Kaufkraft der Fahrradfahrenden unter- und ihr Kaufverhalten falsch einschätzen. Fahrradfahrer*innen machen zwar selten einen Wochenendgroßeinkauf – das passiert allerdings auch dort, wo das Lastenrad stark verbreitet ist wie bspw. in Kopenhagen –, sondern sie kaufen häufiger kleinere Mengen ein. In der Summe sind sie oft die kaufkräftigeren Kunden (dazu mit verschiedenen europäischen Beispielen in: ADFC o. J.).

Das Einkaufen – und auch das Einkehren in Cafés und Restaurants – ist in einer verkehrsberuhigten und leisen Umgebung viel attraktiver. Verstärkt wird dies durch einen Trend zum „erlebnisorientierten Einkaufen“. Außerdem wird der Anteil der Kund*innen, die mit dem Auto kommen, erheblich überschätzt. Das belegt neben der bereits erwähnten Untersuchung in Berlin von Schneidmesser und Betzien (2021) eine Studie, die in den Städten Bristol und Graz gemacht wurde. Die Einzelhändler*innen dort schätzten den Autofahreranteil unter ihren Kund*innen fast doppelt so hoch ein wie er tatsächlich war (vgl. Dilba 2019).

Der Ruf nach Parkplätzen für die Kund*innen auf öffentlichen Flächen, der bisweilen von Verbandsvertreter*innen des Einzelhandels kommt, steht in einem offenen Widerspruch zu einem Befund in vielen Städten: dem chronischen Leerstand in Parkhäusern. Dass viele Parkhäuser wenig genutzt werden, ist nicht erst während der Corona-Krise offensichtlich geworden. Auch schon vorher haben Parkhausbetreiber über gestiegenen Leerstand geklagt. In die Jahre gekommene und ungastliche Betonkolosse mit schmalen Parkbuchten und engen An- und Abfahrten schrecken ab, insbesondere Ältere scheuen vor Parkhäusern zurück. Insofern sind Parkhäuser Opfer des demografischen Wandels. Daher verwundert es nicht, dass die Forderung dringlicher wurde, Parkhäuser freundlicher und vor allem heller zu gestalten. Zugleich werden Parkhäuser vermehrt zu Mobilitätsstationen ausgebaut, an denen die Parkenden auf Leihräder oder E-Scooter umsteigen können. Dass das mit einer umfassenden Digitalisierung einhergeht, beispielsweise um Stellplätze und Ladepunkte reservieren und Leihfahrzeuge buchen zu können, liegt nahe (vgl. <https://www.frankfurt-university.de/de/hochschule/fachbereich-1/ffin/fachgruppen-des-ffin/relut/forschungsprojekte/ilapark/>).

Neue Angebote und Dienstleistungen

Eine weitere jüngere Entwicklung hat ebenfalls Auswirkungen auf das Einkaufsverhalten. Auch beim Einkaufen gilt: das Pedelec verändert alles. Da das mit einem Elektroantrieb unterstützte Fahrrad auch das Überwinden längerer Strecken erleichtert und zudem das Radfahren bei Anstiegen und Gegenwind weniger mühsam ist, wächst das Potenzial in eine neue Dimension. Strecken bis 10 Kilometer Länge – und auch darüber hinaus – sind mit dem Pedelec kein Problem. Ein Großteil der Shopping-Trips ist deutlich kürzer als 10 Kilometer. Nur selten werden so große und schwere Waren erworben, dass sie nicht mit dem Fahrrad transportiert werden können. Für größere und schwerere Waren braucht es allerdings eine Lieferoption.

Einen automatischen Umstieg vom Auto auf das elektrisch unterstützte Fahrrad gibt es jedoch nicht. Denn die potenziellen Pedelec-Nutzer*innen erwarten zum einen gesicherte und günstig gelegene Abstellanlagen für ihre Gefährte. Zum anderen steigen sie nur dann um, wenn es ein sicheres und möglichst lückenloses Radwegenetz gibt, auf dem die Innenstädte und die Geschäfte gefahrlos und bequem zu erreichen sind. Auch in diesem Fall gilt im Übrigen die Doppelstrategie von Push- und Pull, so dass es zugleich unattraktiv sein muss, mit dem Auto zu kommen, weil es nicht mehr so einfach und kostengünstig ist, das Fahrzeug zu parken (vgl. Randelhoff, Holz-Rau 2022).

Die Beispiele für eine signifikante Steigerung des Fahrradanteils haben gemeinsam, dass sie systematisch und konsequent ein sicheres, vom sonstigen Verkehr getrenntes Radwegenetz aufgebaut und genügend Abstellmöglichkeiten geschaffen haben (ebd.). Kopenhagen und Utrecht, aber auch Vancouver, London oder die kleineren niederländischen Städte Leiden, Groningen oder Delft zeigen anschaulich, wie ein sicheres Radwegenetz aussieht, auf das sich auch weniger Fahrrad-affine trauen (vgl. Jason, Gulsrud 2019). Der lokale Einzelhandel muss zudem in der Lage und bereit sein, die gekauften Waren auch zu liefern.

Es reicht nicht, die Dominanz des Autos in den Innenstädten abzubauen und den Verkehrsraum gerechter zu verteilen. Das ist eine wichtige, aber nicht hinreichende Voraussetzung für eine neue Attraktivität von innerstädtischen Einkaufs- und Erlebniszonen. Ebenso wichtig ist eine lärmarme und insgesamt wenig störende Organisation des Lieferverkehrs. Dafür bedarf es einer effizienten City-Logistik (vgl. Bode 2021). Zudem muss es Abstellmöglichkeiten für Fahrräder sowie Lademöglichkeiten für Pedelecs und nicht zuletzt auch schattige und zugleich auch vor Regen schützende Sitzgelegenheiten sowie Spielgelegenheiten für Kinder geben. All das ist keineswegs neu, aber in vielen Städten finden sich nur einzelne Elemente. Wichtig ist jedoch ein Gesamtangebot.

Manchmal wird das Konzept, das Auto aus der Stadt zurückzudrängen, auch als ein Motiv für einen so genannten „tactical urbanism“ verstanden (Lydon, Garcia 2015). Der tactical urbanism will mit Pop-up-Nutzungen, temporären Kunstinstallationen, aber auch Urban Gardening oder Gemeinschaftsfesten kurzfristig und mit überschaubarem Aufwand den städtischen Raum umgestalten. Zentrale Akteure dieser Umgestaltung sind Bürger*innen und zivilgesellschaftliche Gruppen. Verwaltungen und die politischen Gremien sind lediglich „Ermöglicher“, sie sind nicht selbst Akteur. In München und Berlin werden „Sommerstraßen“ oder „Spielstraßen“ für Tage oder Wochen eingerichtet, auf denen gezeigt werden kann, was alles auf Flächen möglich ist, die eben nicht mit fahrenden und parkenden Autos belegt sind.

Vielerorts sind es jedoch gerade die Stadtverwaltungen, teilweise getrieben durch ambitionierte Beschlüsse der örtlichen politischen Gremien, die die Vorherrschaft des Autos aktiv abbauen. Sie stoßen dabei nicht selten auf Skepsis und Widerstand. Erfolgreiche Beispiele wie etwa die Einkaufsmeile Mariahilferstraße in Wien, in der 2018 Schrittgeschwindigkeit zunächst probeweise, dann auf Dauer gestellt für alle Verkehrsmittel eingeführt wurde, zeigen ein wiederkehrendes Muster: Am Anfang gibt es große Ablehnung und teilweise erheblichen Widerstand, nach einiger Zeit steigt die Zustimmung. So ergab eine Umfrage unter Händler*innen und sonstigen Anrainern nach der halbjährigen Probephase, dass es eine Zustimmung von 70 Prozent gab, das Modell des shared spaces in der Mariahilferstraße zu verstetigen (Pander 2019).

Die Vorteile des Endes der privilegierten Position des Autos lassen sich offensichtlich erst dann erkennen, wenn die veränderte Realität erlebt werden kann (ebd.). Diese Erkenntnis ist nicht neu, bei vielen Verkehrsberuhigungsprojekten der letzten Jahrzehnte war genau das zu beobachten. Kaum jemand möchte in Oslo die konsequent verkehrsberuhigte Innenstadt wieder für den Autoverkehr öffnen oder in Berlin Autos durch das Brandenburger Tor fahren lassen. Auch in der Corona-Krise wurde mit der Einrichtung von geschützten Pop-up-Radwegen erneut sichtbar, dass die Neuaufteilung von Straßenraum zu einer signifikanten Änderung in der Wahl des Verkehrsmittels und damit zu einer breiten Akzeptanz einer „neuen Straßenrealität“ führt (vgl. Becker et al. 2022). Diese Erfahrungen ermutigen dazu, spontanen Abwehrreaktionen gegenüber autoreduzierenden Vorhaben nicht nachzugeben und auf die Überzeugungskraft einer erfolgreichen Veränderung gewohnter Verkehrspraktiken zu setzen.

Zukunftsaufgabe Klimaanpassung

Eine höhere Aufenthaltsqualität in den Städten geht künftig mehr denn je mit einer höheren Resilienz gegenüber den Folgen des Klimawandels einher. Das gilt vor allem für verdichtete und vom Verkehr besonders belastete Innenstädte. Anstelle des in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts dominierenden Leitbildes der „autogerechten Stadt“ ist längst ein anderes Leitbild getreten. Manche nennen es „Städte für Menschen“ (Deutscher Städtetag 2021), andere die „postautomobile Stadt“ (Allianz der freien Straße 2023) oder die „15-Minutenstadt“ (Moreno 2020).

Zunehmend wird deutlich, wie wichtig es ist, die Folgen des Klimawandels zu bewältigen. Hitzestaus müssen verhindert werden und das Oberflächenwasser nach Starkregen muss versickern können. Das Aufheizen der Beton- und Asphaltwüsten wird gerade in der alternden Gesellschaft zur zunehmenden Gefahr. Das heißt vor allem, mehr zu entsiegeln. Die innerstädtische Entsiegelung wird in erster Linie darauf hinauslaufen, asphaltierte Verkehrsflächen, d. h. Straßenflächen und Stellplätze an Straßen und auf Plätzen, aufzureißen. Auf den entsiegelten Flächen können dann Pflanzen Platz finden. Mehr Grün ist eine der Voraussetzungen, damit Städte gegenüber Extremwetterereignisse resilienter werden. Das Konzept der „Schwammstadt“ gewinnt an Relevanz. Es geht im Kern darum, eine neue „blau-grüne Infrastruktur“ aufzubauen (vgl. Nenz et al. 2020).

Kommunen können darüber hinaus noch mehr tun, um die Aufenthaltsqualität zu verbessern und so auch den innerstädtischen Handel zu unterstützen. Sie können für einen wirksamen Lärmschutz sorgen. Besucher*innen der Innenstadt, die das Einkaufen mit Flanieren und Kaffeetrinken verbinden, wollen keinen Verkehrslärm.

Kommunen sind im Rahmen ihrer Kompetenzen durchaus in der Lage, die Aufenthaltsqualität zu verbessern und so auch den innerstädtischen Handel zu unterstützen (s. Hatzfeldt, Weis 2021). Sie sollten in ihrer Flächennutzungsplanung klare Prioritäten zugunsten von verdichteten und gut an den Öffentlichen Verkehr angebundenen Einzelhandel- und Gewerbestandorten setzen. Die Revitalisierung von bestehenden Innenstadtarealen beruht neben der guten Erreichbarkeit mit den Öffentlichen Verkehrsmitteln und mit dem Fahrrad sowie einer attraktiven Fußläufigkeit auch in einer Nutzungsmischung von Geschäften, Gastronomie und Kulturstätten sowie Wohnen. Gleichzeitig sollten sie keine Flächen für Einkaufszentren auf der „Grünen Wiese“ ausweisen.

Platz schaffen für die aktive Mobilität und mehr Grün in den Straßenraum bringen, ist für Innenstadtlagen die zentrale Herausforderung. Der erste Schritt dahin ist oft ein ambitioniertes Parkraummanagement (s. Agora Verkehrswende 2019). Die Kommunen kommen jedoch bisher verkehrsrechtlich schnell an Grenzen, wenn sie in der Verkehrs- und Straßenraumgestaltung weitergehende Ziele verfolgen, die über die Verkehrssicherheit hinausgehen. Deshalb ist es dringend nötig, dass eine höhere Aufenthaltsqualität und Resilienz gegenüber Extremwetterereignissen im Verkehrsrecht den Rang gleichberechtigter Ziele kommunaler Verkehrspolitik erhalten. Denn eine auch für den Einzelhandel so wichtige Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum wird es künftig nur mit einer massiven Entsiegelung von Stellplätzen und Straßenraum geben. Eine effektive innerstädtische Klimaanpassung ist eine Voraussetzung für einen florierenden Einzelhandel.

Referenzen, weiterführende Publikationen und Links:

ADFC (o. J.): Fahrradverkehr gut fürs Geschäft. Argumente für den Einzelhandel, online:
<https://www.adfc.de/artikel/fahrradfoerderung-ist-gut-fuers-geschaeft-argumente-fuer-den-einzelhandel>

Agora Verkehrswende (2019): Parkraummanagement lohnt sich! Leitfaden für Kommunikation und Verwaltungspraxis. Berlin. Online:
https://www.agora-verkehrswende.de/fileadmin/Projekte/2017/Parkraummanagement/Parkraummanagemet-lohnt-sich_Agora-Verkehrswende_web.pdf

Allianz der freien Straße (2023): Manifest der freien Straße, Berlin: Jovis, online-Version:
<https://www.strassen-befreien.de>

Arancibia, D.; Farber, St.; Savan, B.; Verlinden, Y.; Smith Lea, N.; Allen, J.; Vernich, L. (2019): Measuring the Local Economic Impacts of Replacing On-Street Parking With Bike Lanes, in: Journal of American Planning Association. 463-481, online:
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01944363.2019.1638816>

Becker, S.; D. von Schneidemesser; A. Caseiro; K. Götting; S. Schmitz; E. von Schneidemesser (2022): Pop-up cycling infrastructure as a niche innovation for sustainable transportation in European cities: An inter- and transdisciplinary case study of Berlin. In: Sustainable Cities and Society 87, S. 104168. DOI: 10.1016/j.scs.2022.104168

Bode, W. (2021): Neue City-Logistik-Konzepte und -Techniken für mehr Nachhaltigkeit in der Stadt. In: C. Deckert (Hg.): CSR und Logistik. Spannungsfelder Green Logistics und City-Logistik. 2. überarbeitete Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer Gabler (Management-Reihe Corporate Social Responsibility), S. 237–249

Der SPIEGEL (online) (2019): Best Practice: Houten, Niederlande; Brüssel; Pontevedra, Spanien; Madrid, Spanien; Paros; Gent:
<https://www.spiegel.de/auto/aktuell/autofrei-wie-staedte-versuchen-strassen-mit-leben-zu-fuellen-a-1284291.html>

Deutscher Städtetag (2021): Städte für Menschen. Erwartungen und Forderungen des Deutschen Städtetages an den neuen Bundestag und die neue Bundesregierung, online:
<https://www.staedtetag.de/publikationen/beitraege-zur-stadtpolitik/heft-117-staedte-fuer-menschen-2021>

Dilba, D. (2019): Autofrei einkaufen? Per Auto oder zu Fuß: Wie die Kunden in den Einzelhandel kommen, in: MIT Technology 12/19, online:
<https://www.heise.de/select/tr/2019/12/1928415150081101926>

Diringer, J., Pätzold, R., Trapp, J., Wagner-Endres, S. (2022): Frischer Wind in die Innenstädte. Handlungsspielräume zur Transformation nutzen. Berlin 2022: Difu-Sonderveröffentlichung, online: <https://difu.de/publikationen/2022/frischer-wind-in-die-innenstaedte>

Follmer, R. (2020): Mobilitätsreport 01, Ergebnisse aus Beobachtungen per repräsentativer Befragung und ergänzendem Mobilitätstracking bis Ende Mai, hrsgg. v. Infas. Bonn, Berlin. Online: <https://www.infas.de/publikationen/mobilitaetsreport-01-ergebnisse-aus-beobachtungen-per-repraesentativer-befragung-und-ergaenzendem-mobilitaetstracking-bis-ende-mai/>

Gegner, M. (2021): Fußgängerzonen in Deutschland. Erfolge, Probleme und Perspektiven eines fast hundertjährigen Straßenmodells. In: Derive (83), S. 20–26.

Goecke, H. und C. Rusche (2022): Coronapandemie: Auswirkungen auf den Einzelhandel in den Innenstädten, Wirtschaftsdienst, 102(4), 298-302, online: <https://www.wirtschaftsdienst.eu/inhalt/jahr/2022/heft/4/beitrag/coronapandemie-auswirkungen-auf-den-einzelhandel-in-den-innenstaedten.html>

Hatzfeld, U. Weis, P. (2021): Die „neuen Innenstädte“: Zwischen Multifunktionalität und Gemeingut, in: WISO direkt, 14, online: <https://library.fes.de/pdf-files/wiso/17644.pdf>

Henderson J.; N.M. Gulrud (2019): Street Fights in Copenhagen, Taylor and Fancis 2019.

Jaffe, E. (2015): The Complete Business case for Converting Street Parking Into Bike Lanes. An annotated, chart-filled review of 12 studies from around the world. online: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2015-03-13/every-study-ever-conducted-on-the-impact-converting-street-parking-into-bike-lanes-has-on-businesses>

IFH (2023): Vitale Innenstädte 2022, Köln (kostenpflichtig, siehe im Überblick: <https://www.ifhkoeln.de/produkt/vitale-innenstaedte-2022-2/>)

Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021): UMPFLASTERN! Neue Wege zur Lebendigen Innenstadt, online: <https://kreativ-bund.de/downloads#entwicklung-und-innovation>

Lydon, M., A. Garcia (2015). Tactical urbanism: Short-term action for long-term change. Washington, DC: Island Press.

Merten, L., Kuhnimhof, T. (2023): Impacts of parking and accessibility on retail-oriented city centres, in: Journal of Transport Geography. 113, online: <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2023.103733>

Moreno, C. (2020): The 15 minute city - a TED-talk, online: https://www.ted.com/talks/carlos_moreno_the_15_minute_city

Nenz, D., Trapp, J. H., Matzinger, A., Rouault, P., Gunkel, M., Anterola, J., Reichmann, B. Infrastrukturen in Berlin. Potenziale und Umsetzungsmöglichkeiten am Beispiel eines Stadtbaugebietes und Neubauvorhabens. Unter Mitarbeit von Forschungsverbund netWORKS: Deutsches Institut für Urbanistik -Difu-, Berlin.

Online: <https://repository.difu.de/jspui/handle/difu/579132>

Pätzold, R. (2011): „Draußen nur Kännchen“. Stadtbetrachtungen rund um den Caféhausstuhl, in: Flecken, U. und Calbet i Elias, L. (Hg.): Der öffentliche Raum. Sichten, Reflexionen, Beispiele. Dankschrift für Urs Kohlbrenner. Unter Mitarbeit von Urs Kohlbrenner. Berlin: Univ.-Verl. der TU, Univ.-Bibliothek (Sonderpublikation des Instituts für Stadt- und Regionalplanung, Technische Universität Berlin), S. 147–158.

Pander, J. (2019): Autofreie Viertel: Erst sind alle dagegen – und dann dafür, in: SPIEGEL Mobilität v. 31.8.2019, online: <https://www.spiegel.de/auto/aktuell/autofrei-wie-staedte-versuchen-strassen-mit-leben-zu-fuellen-a-1284291.html>

Randelhoff, M., Ch. Holz-Rau (2022): Relative Erfolgsfälle strategischer Verkehrsplanung und Verkehrspolitik in Europa, Arbeitspapier Nr.8, Universität Dortmund, online:

https://www.zukunft-mobilitaet.net/wp-content/uploads/2022/04/2022_randelhoff_relative-erfolgsfaelle-verkehrspolitik-europa.pdf

Reid, C. (2019): Closing Central Madrid to Cars Resulted in 9,5% Boost to Retail Spending, Finds Bank Analyses, in: Forbes 8.3.2019, online:

<https://www.forbes.com/sites/carltonreid/2019/03/08/closing-central-madrid-to-cars-resulted-in-9-5-boost-to-retail-spending-finds-bank-analysis/>

Schneidemesser, D. Betzien (2021): Local Business Perception vs. Mobility Behavior of Shoppers: A Survey from Berlin, online: https://publications.iass-potsdam.de/rest/items/item_6000977_2/component/file_6000978/content

Transport for London (Ed.), University of Westminster (2018): Healthy Streets: a Business View Results from a survey of London's Business Improvement Districts. London, November 2018. online: <https://content.tfl.gov.uk/healthy-streets-a-business-view.pdf>

Vöckler K., P. Eckart, M. Knöll u. M. Lanzendorf (Hg.) (2022): Mobility Design. Die Zukunft der Mobilität gestalten. Offenbacher Schriftenreihe zur Mobilitätsgestaltung, Bd. 2 Forschung

