

Wie Sie das Fahrrad erfolgreich für Ihr Innenstadtmarketing nutzen!

Eine neue Initiative stellt sich vor: „City-Marketing Fahrrad“

von Dr.-Ing. Iris Utzmann für die Arbeitsgemeinschaft fahrradfreundliche Städte, Gemeinden und Kreise in NRW e.V. (AGFS)

City- und Stadtmarketinggesellschaften sind inzwischen sehr weit verbreitet. Sie haben die Aufgabe, Strategien für eine attraktive, lebendige und konkurrenzfähige Innenstadt zu entwickeln und umzusetzen. City-Marketing-Verantwortliche nutzen eine Vielzahl von Marketing-Instrumenten und sind auf vielen Themenfeldern tätig. Eines wird jedoch häufig übersehen: das Thema „Fahrrad“.

Innenstädte mehr als nur Einkaufsstandort, sie sind auch Freizeit-, Kultur- und Erlebnisraum, zudem oft Zentrum von Baukultur und Zentrum der Identität einer Stadt. Gerade bei diesem Verständnis von Innenstadt sieht die AGFS die ganz besonderen Chancen des Fahrrads als platzsparendes, umweltfreundliches und „bewegendes“ Verkehrsmittel. Mit der Initiative „City-Marketing Fahrrad“ wird daher explizit auf die Chancen des Fahrrads zur Belebung der Innenstädte aufmerksam gemacht.

Aus den Erfahrungen der inzwischen 45 Mitgliedskommunen der AGFS wird deutlich: Das Fahrrad ist ein effektives Instrument für das City-Marketing. Zum Start der Initiative wird eine hochwertige Broschüre herausgegeben, die viele nicht alltägliche Beispiele bereithält.

Bundesweit werden darüber hinaus in Zusammenarbeit mit Stadt- und City-Marketing-Organisationen Fachvorträge zum Thema angeboten. Die Initiative „City-Marketing Fahrrad“ wird durch das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung im Rahmen des Nationalen Radverkehrsplanes gefördert.



Radfahrer als Kunden

Eine gute Erreichbarkeit der Innenstädte ist Grundvoraussetzung für das Funktionieren der City. Für den Radverkehr bedeutet dies in erster Linie, eine attraktive Infrastruktur und Service-Komponenten. Je attraktiver die Voraussetzungen fürs Fahrradfahren in der Stadt, desto häufiger wird das Fahrrad zum Besuch der Innenstadt genutzt. Und dass Radfahrer besonders wertvolle Kunden sein können, zeigt ein Beispiel aus den Niederlanden: 31 Prozent der Besucher kommen mit dem Fahrrad in die Groninger City, sind aber an 34 Prozent des Umsatzes beteiligt. Vom radfahrenden Kunden können alle profitieren, denn das Fahrrad braucht auch weniger Platz als Autos. Das heißt, der öffentliche Raum kann großzügiger und attraktiver gestaltet werden. Zudem bietet es eine umweltschonende Transportmöglichkeit, was sowohl dem Einzelhandel, der Gastronomie und insgesamt allen Besuchern der Innenstadt zugute kommt.

Die Transportmöglichkeiten mit dem PKW werden oft als aus-



Foto: www.spf.de, Gunmar Fehlner

schlaggebendes Argument für die Bedeutung von Parkplätzen genannt. Bekannt ist jedoch, dass große, schwere und sperrige Gegenstände gar nicht so häufig transportiert werden. Und wenn es doch mal schwer wird, kann ein Lieferservice, wie er z.B. in Mülheim an der Ruhr oder in Ansbach angeboten wird, Abhilfe schaffen. Eine empirische Untersuchung von 50 Kommunen, die den Zusammenhang zwischen Kaufkraftbindungsquote im Zentrum und PKW-Parkplätzen pro 10.000 Einwohner untersucht, bestätigt dass mehr Parkplätze nicht automatisch mehr Umsatz bedeuten. (vgl. Baier, R., Schäfer, K.-H.; in: der Städtetag 8/1997)

Was sind Handlungsansätze von „City-Marketing Fahrrad“? Die AGFS-Broschüre zu „City-Marketing Fahrrad“ enthält viele Beispiele und vertiefende Informationen mit Ansprechpartnern. Im Folgenden werden einige Handlungsansätze und Beispiele für den Einsatz des Fahrrads im City-Marketing beschrieben.

Auf Rädern durch die Stadt

Ob Fahrradrikschas, „ConferenceBikes“ (Fahrradbus mit bis zu acht Personen), Lastenfahrräder oder ganz normale Fahrräder – durch die muskelbetriebenen Fahrgeräte kommt Bewegung in die Stadt. Fahrradrikschas erfreuen sich zunehmender Beliebtheit und sind inzwischen in vielen Städten im Einsatz. Gerade auch Touristen profitieren davon. Das „ConferenceBike“ hingegen ist noch wenig bekannt, seine Vorteile sind das Gruppenerlebnis sowie das interaktive Erlebnis – denn jeder muss sich am Treten beteiligen. Der direkte Kontakt mit der Umgebung und eine Geschwindigkeit, die es

erlaubt, das Umfeld intensiv zu erfahren, das haben diese Konzepte gemeinsam.

Wussten Sie, dass ein Logistikdienstleister in Köln die Waren



Foto: UPS, Köln

in der Innenstadt mit dem Lastenfahrrad ausfahren lässt? Das ist aus dem Kölner Stadtbild kaum mehr wegzudenken. Ein aktueller Trend in der Fahrradindustrie wird diesen Impulsen im wahrsten Sinn des Wortes weiteren Schwung verleihen. Damit das Fahrradfahren für die „Tretfaulen“ oder für Fahrten im bergigen Gelände noch attraktiver wird, werden immer mehr Fahrräder mit modernen Elektromotoren ausgestattet. Sieht man den Radfahrer als willkommenen Kunden, sind entsprechende Fahrradabstellanlagen natürlich das A und O. Diese sorgen für Komfort bei den Radfahrern, nützen aber auch allen anderen Besuchern, da so Fahrräder nicht mehr dort stehen, wo sie andere stören.



Foto: Stadt Bielefeld

Dass Fahrradabstellanlagen ein echter Hingucker sein können, zeigt der „Fahrradparkplatzausrollrasen“ der AGFS. Temporär bringt dieser Abwechslung ins Stadtbild und dürfte nicht nur Fußballfreunde zum Schmunzeln bringen. Werden Fahrradabstellanlagen mit Werbung ausgestattet, ergibt sich für die Stadt ein attraktives Finanzierungsmodell. Je nach Ausgangslage werden heute individuell auf die Stadt abgestimmte Fahrradabstellanlagen entwickelt, die sich ins Stadtbild einfügen und über Werbung refinanziert werden. Aus der Sicht der AGFS ist natürlich die Qualität von Abstellanlagen wichtig. Fahrradgaragen, Schließfächer oder auch bewachtes Fahrradparken runden das Angebot ab und bieten dem Radfahrer Komfort.

Das Fahrrad bietet jede Menge Stoff für Aktionen

Das inzwischen in vielen Städten etablierte Fahrradfest ist ein Publikumsmagnet. Ob auf das Thema „Kinder“ ausgerichtet, wie z.B. beim Verkehrssicherheitstag 2007 in Bonn, der traditionelle „Marler Fahrradtag“ mit rund 4.000 Besuchern oder als Mega-Event angelegt, wie die ADAC-Sternfahrt in Berlin, an der dieses Jahr allein 250.000 Radfahrer teilgenommen haben: Aktionstage rund um das „Fahrrad“ locken Besucher und Journalisten in die Stadt. Für kurzzeitig initiierte Aktionen eignet sich z.B. eine mobile Fahrradwaschanlage, wie sie die Radstation in Unna anbietet. Neue Perspektiven mit Event-Charakter werden auch ermöglicht, wenn Inliner, Fußgänger und Fahrradfahrer den Straßenraum für sich allein beanspruchen. In vielen Städten haben sich inzwischen „Inline-Skate-Nights“ etabliert.



Foto: Stadt Hamm

Das Fahrrad ist ferner ein optimales Verkehrsmittel für Bewohner und Besucher, um die Stadt in besonderen Themenrouten zu (er)fahren. Diese können zielgruppenspezifisch je nach Stadt individuell ausgestaltet werden. Ein bekannter Anbieter von Themenradtouren, wie die NaTour, die BierTour oder die TheaterTour ist „Spurwechsel München“. Was das Fahrrad für solche Touren so attraktiv macht, ist, dass im Vergleich zu Touren zu Fuß größere Entfernungen relativ mühelos zurückgelegt werden. Die unmittelbare Erfahrung der Umwelt bleibt aber erhalten. Auch in anderen Städten werden inzwischen solche Fahrradtouren angeboten, z.B. in Münster die Skulpturen-Tour, im Ruhrgebiet die Route der Industriekultur oder auch in Berlin, Touren rund um den Berliner Mauerweg.

Das Fahrrad gibt Anstoß zu Innovationen

Technische Innovationen im Stadtbild, die zukunftsweisend, modern und zugleich die Aufmerksamkeit auf sich ziehen? Die gibt es, und zwar rund um das Fahrrad. Ein Beispiel hierfür sind Lufttankstellen für Radfahrer, die natürlich jeden Fahrradfahrer glücklich machen und für „pralle Reifen“ sorgen. Werden diese jedoch - wie z.B. in Münster mit Solarenergie betrieben - sind sie eine echte Innovation. Ein anderes Beispiel hierfür kommt aus Odense in Dänemark. Rund um die Innenstadt sind 26 automatische Zählstellen für den Radverkehr angebracht. Der besondere Gag: Die Zählraten der so genannten „Fahrradbarometer“ werden auf eine Webseite im Internet übertragen, so dass das Fahrradaufkommen im Internet verfolgt werden kann. Die Barometer sind ansprechend gestaltet und animieren förmlich zu neuen Rekorden. Eine Stadt, die das Potenzial des Fahrrads zur Belebung der Innenstadt offenbar erkannt hat, ist Paris mit dem erfolgreichen Verleihsystem „Vélib“, welches weit über 10.000 Leih-Fahrräder bereitstellt. An Verleihstationen, die ca. 300 Meter voneinander entfernt sind, können Fahrräder entliehen und wieder zurückgebracht werden. ■

i Information

Dr.-Ing. Iris Utmann
P3 Agentur für Kommunikation und Mobilität
(im Auftrag der AGFS)

Informationen zur AGSF unter:
www.fahrradfreundlich.nrw.de

