

Pressemitteilung

Mobilität beim Einkaufen: Händler überschätzen Rolle des Autos

Potsdam, 20. Juli 2021. **Einzelhändler fürchten häufig einen Rückgang ihrer Umsätze, wenn der Platz zum Abstellen privater PKW reduziert wird. Tatsächlich schätzen sie damit das Mobilitätsverhalten ihrer Kundinnen und Kunden falsch ein, wie eine Umfrage von IASS-Forschenden am Beispiel zweier Einkaufsstraßen in Berlin zeigt. Die Erkenntnisse bieten eine Wissensgrundlage für eine besser informierte Entscheidungsfindung bezüglich der Flächennutzung in Städten.**

Die Forschenden befragten rund 2000 Kundinnen und Kunden sowie 145 Einzelhändlerinnen und -händler am Kottbusser Damm (Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg) und der Hermannstraße (Bezirk Neukölln). Die große Mehrheit der Einkaufenden – 93 Prozent – hatte die Einkaufsstraßen nicht mit dem Auto erreicht. 91 Prozent des Geldes, das die Kundinnen und Kunden in den lokalen Geschäften ließen, kam aus dem Geldbeutel derjenigen, die zu Fuß, mit dem Rad oder mit dem ÖPNV unterwegs waren. Diejenigen, die zum Einkaufen mit dem Auto in die Stadt fahren, waren also nur für 9 Prozent der Umsätze verantwortlich.

Nur 7 Prozent kommen mit dem Auto

„Dieser Befund kommt keineswegs überraschend. Er deckt sich mit Studien, die 2019 über die Innenstädte von Offenbach, Gera, Erfurt, Weimar und Leipzig erschienen sind. Auch die Forschung über Mobilität und lokale Wirtschaft aus anderen europäischen Ländern, aus Nordamerika und Australien spiegeln die gleichen Erkenntnisse wider“, sagt IASS-Wissenschaftler Dirk von Schneidemesser. Händlerinnen und Händler in den untersuchten Städten überschätzten den Anteil ihrer Kundinnen und Kunden, die mit dem Auto kommen – so auch in Berlin, wo sie ihn bei 22 Prozent vermuteten, er tatsächlich aber nur bei 7 Prozent liegt.

Die Fehleinschätzung könnte damit zusammenhängen, dass die Händlerinnen und Händler von sich auf andere schließen. Zum Beispiel schätzten Händler, die mit dem Auto zu ihrem Geschäft fahren, die Nutzung des Autos durch ihre Kunden auf 29 Prozent und damit viel höher als Händler, die andere Verkehrsmittel nutzen (10 bis 19 Prozent). Ein weiteres Ergebnis der Umfrage ist, dass Händler die Entfernung überschätzen, die Kunden zu ihrem Geschäft zurücklegen. Über die Hälfte (51 Prozent) der befragten Kundinnen und Kunden wohnen weniger als einen Kilometer von der Einkaufsstraße entfernt. Die Händlerinnen und Händler schätzten den Anteil auf 13 Prozent.

Bessere Infrastruktur für aktive Mobilität kann Händlern nutzen

„Die Ergebnisse unserer Umfrage stehen im Einklang mit einer wachsenden Anzahl an Studien, die nahelegt, dass eine verbesserte Infrastruktur für aktive Mobilität – also zu Fuß gehen, Rad fahren, den ÖPNV nutzen – wahrscheinlich der lokalen Wirtschaft zugutekommt“,



sagt Dirk von Schneidmesser. Organisierte Wirtschaftsverbände sollten sich daher evidenzbasiert mit Vor- und Nachteilen für Wirtschaftsakteure auseinandersetzen, um die Interessen der lokalen Wirtschaft bestmöglich vertreten zu können.

Publikation:

von Schneidmesser, D., Betzien, J. (2021 online): Local Business Perception vs. Mobility Behavior of Shoppers: A Survey from Berlin. - Transport Findings.
<https://doi.org/10.32866/001c.24497>

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Dr. Bianca Schröder
Referentin Presse & Kommunikation
Institute for Advanced Sustainability Studies e.V. (IASS)
Berliner Straße 130, 14467 Potsdam
Tel. +49 (0)331 288 22-341
Fax +49 (0)331 288 22-310
E-Mail bianca.schroeder@iass-potsdam.de
www.iass-potsdam.de

Das von den Forschungsministerien des Bundes und des Landes Brandenburg geförderte **Institut für transformative Nachhaltigkeitsforschung** (Institute for Advanced Sustainability Studies, IASS) hat das Ziel, Entwicklungspfade für die globale Transformation zu einer nachhaltigen Gesellschaft aufzuzeigen. Das IASS folgt einem transdisziplinären, dialogorientierten Ansatz zur gemeinsamen Entwicklung des Problemverständnisses und von Lösungsoptionen in Kooperation zwischen den Wissenschaften, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Ein starkes nationales und internationales Partnernetzwerk unterstützt die Arbeit des Instituts. Zentrale Forschungsthemen sind u.a. die Energiewende, aufkommende Technologien, Klimawandel, Luftqualität, systemische Risiken, Governance und Partizipation sowie Kulturen der Transformation.