

# 2 Rad 1 Kauf 0 Emission

Mit dem Fahrrad zum Einkauf

Fahrradfreundlichkeit als Kundenvorteil!

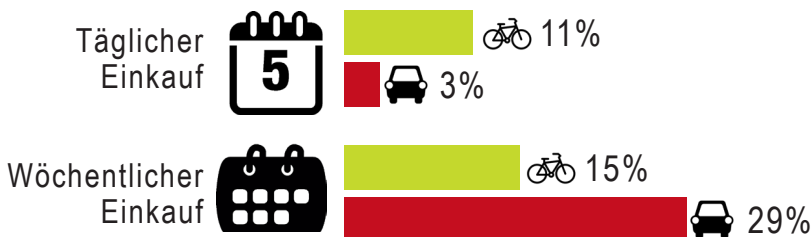
Schon mit einfachen Maßnahmen lässt sich der Einkauf mit dem Rad bequemer gestalten. Nutzen Sie dieses Potenzial und stärken Sie zusammen mit benachbarten Händlern Ihren Einkaufstandort.

## Wussten Sie schon, dass ...

**... radfahrende Kunden häufiger einkaufen als PKW-Fahrer:** 80 % der fahrradnutzenden Einkäufer\_innen versorgen sich mehrmals wöchentlich in den Handelsgeschäften. Unter den Pkw-Nutzer\_innen trifft dies nur auf 68 % zu. Radfahrer\_innen besuchen folglich öfter den lokalen Einzelhandel.

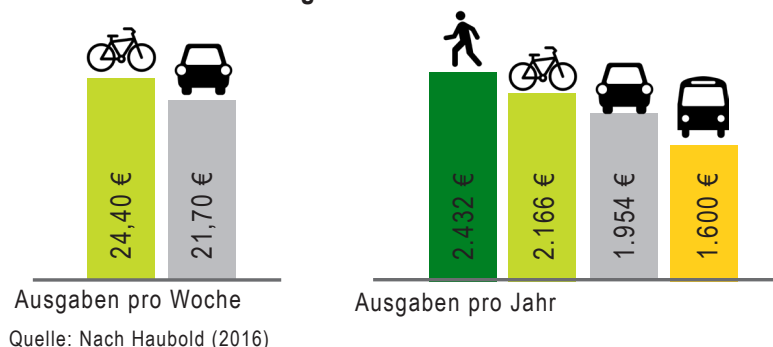
**... Radfahrer mehr Umsatz bringen als PKW-Fahrer:** Studien belegen, dass die Ausgaben von Radfahrern bei Einkäufen höher sind als die von PKW-Fahrern. Auch auf das Jahr gerechnet geben Radfahrer und Fußgänger mehr als Autofahrer und ÖPNV-Nutzer aus.

### Einkaufshäufigkeit



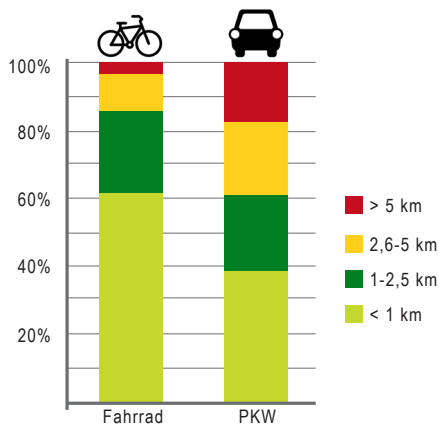
Quelle: Nach Gumpinger (2010)

### Durchschnittliche Ausgaben



Quelle: Nach Haubold (2016)

### Wegelängen von Fahrrad und PKW



Quelle: Nach Gumpinger (2010)

**... Radfahrer überwiegend in ihrer näheren Umgebung einkaufen:** 75 % der Einkäufer\_innen mit dem Fahrrad geben rund 3 km als Einkaufsstrecke an. Die überwiegende Mehrheit (60 %) der Kundschaft kommt aus der nahen Umgebung (< 1 km), da das Fahrrad auf kürzeren Strecken hinsichtlich der Schnelligkeit und Erreichbarkeit gegenüber anderen Verkehrsmitteln überlegen ist.

**... Radfahrer gerne verschiedene Einkäufe kombinieren:** 70 % der Kund\_innen verbinden bis zu drei verschiedene Besorgungen pro Einkaufstour. Sie kombinieren also den Einkauf von Waren unterschiedlicher Kategorien, wobei der Versorgungseinkauf mit Lebens- und Genussmitteln insbesondere mit der Beschaffung von Drogeriewaren einhergeht.

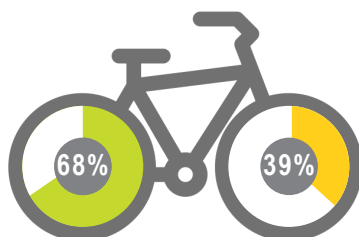
## Wie können Sie davon profitieren?

**Längere Aufenthaltsdauer:** Dadurch, dass fahrradfahrende Kund\_innen öfter den Handel aufsuchen, verbringen sie dort in Summe auch mehr Zeit. Durch eine stärkere Radorientierung kann dieses Potenzial besser genutzt werden.

**Bindung der Kund\_innen:** Positive fahrradfreundliche Signale sind für **36 %** der Kund\_innen ein Grund in einem Geschäft häufiger einzukaufen. Für **22 %** sind negative Beobachtungen (wie z.B. fehlende Abstellmöglichkeiten) ein Grund dafür, in einem Geschäft seltener einzukaufen. Fahrradfreundlichkeit ist für die langfristige Bindung der Kunden an ein Geschäft essenziell. Durch die höhere Besuchshäufigkeit der fahrradfahrenden Kund\_innen kann eine bessere Stammkundenbeziehung aufgebaut werden. Ebenso erhöht sich die Kontakthäufigkeit für Aktionen, Kampagnen und sonstige direkte Kundenansprachen.

### Fahrradfahren und Gesundheit

68 % der Radfahrer legen bis zu 50 Kilometer pro Woche zurück – auf ein Jahr gerechnet entspricht dies 2600 km.

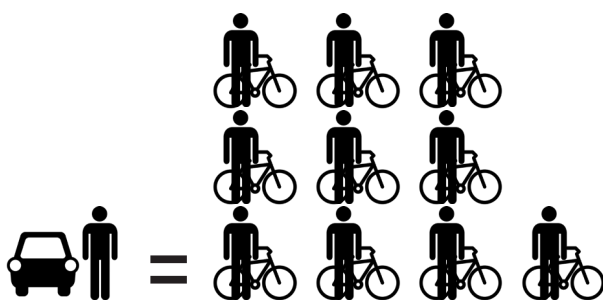


Menschen, die drei Stunden pro Woche mit dem Fahrrad fahren, haben eine um 39 % niedrigere Sterberate als diejenigen, die sich nicht oder nur in ihrer Freizeit aktiv bewegen.

Quelle: Nach Gumpinger (2010)

**Imagebildung:** Ein fahrradfreundliches Geschäft steht für eine ökologische, nachhaltige und gesunde Lebensweise. Durch die Schätzung und Förderung der Rad fahrenden Kundschaft wird das eigene Image als Befürworter einer nachhaltigen und gesunden Lebensfreude und –qualität aufgewertet.

### Mehr Platz für Kunden



1 Parkplatz für einen PKW verbraucht **12,0 m<sup>2</sup>**

1 Stellplatz für ein Fahrrad verbraucht **1,2 m<sup>2</sup>**

**Effiziente Raumnutzung:** Stellplätze für Fahrräder nehmen weniger Platz weg als Autoparkplätze. Auf der Fläche eines Kfz-Stellplatzes können sechs bis zehn Fahrräder sicher und komfortabel untergebracht werden – Raum für mehr potenzielle Kunden.

Angaben zu den Quellen finden Sie auf unserer Webseite:  
[www.tu-berlin.de/?id=174289](http://www.tu-berlin.de/?id=174289)  
[fahrradeinkauf@ivp.tu-berlin.de](mailto:fahrradeinkauf@ivp.tu-berlin.de)