

Pressemitteilung

02.09.2021

Handel überschätzt Bedeutung von Parkplätzen

Im ersten Moment klingt es paradox, aber es ist durch viele Studien belegt: Einzelhändler im Ortszentrum profitieren nicht von Kfz-Parkplätzen direkt vor der Ladentür. Der Allgemeine Deutsche Fahrrad-Club (ADFC) wundert sich deshalb über die Diskussion in Eislingen.

Ein Leserbrief von Klaus Rollmann, Inhaber von Quickschuh in Eislingen, hat eine Diskussion um den Standort eines mobilen Geschwindigkeitsmessers auf dem Parkplatz vor seiner Ladentür ausgelöst. Aus Sicht des Einzelhändlers und Göppinger Stadtrats sind Parkplätze ein Kundenmagnet für die Innenstadt.

Die Ansicht von Klaus Rollmann steht jedoch im Widerspruch zu vielen Studien, die sich mit Fragen zur Innenstadtbelebung befassen haben. 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 und dem Bau von Radwegen 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, in denen sich Geschäfte wie das von Herrn Rollmann befinden. 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 Verbraucherparks 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 „Shoppen“, 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. Es ist kein Zufall, dass sich die begehrten 1a-Lagen des Einzelhandels nicht an viel befahrenen Straßen befinden, sondern in Fußgängerzonen.

Der ADFC kann die Einwände von Herrn Rollmann deshalb nicht teilen und hofft auch im Sinn des Einzelhandels, dass die Devise „Mehr Platz fürs Rad“ (und für Fußgänger) auch im Filstal Einzug halten und für mehr Lebensqualität sorgen wird.

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://agfk-bayern.de/dateienupload/dokumente/Publikationen_AGFK/AGFK-WirtschaftsRad.pdf

Beide Quellen enthalten weitere Literaturverzeichnisse und Quellennachweise