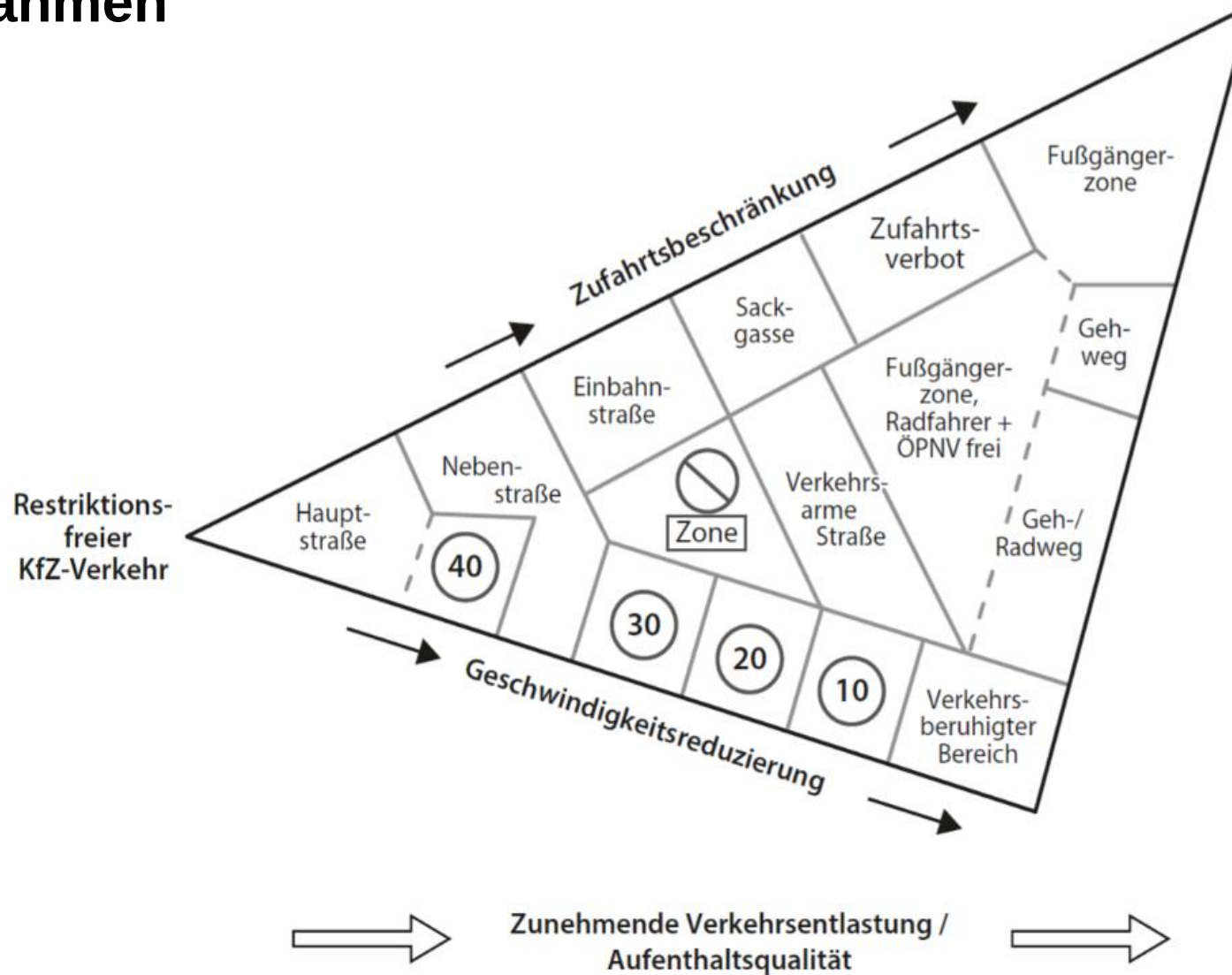




No parking, no business

Auswirkungen von
Verkehrsberuhigungen auf den
Einzelhandel

Möglichkeiten verkehrsberuhigender Maßnahmen



Ursprüngliche Idee

MIV Konflikte bereinigen

Passant:innenfrequenzen erhöhen

Standort durch Funktionalität stärken

Öffentliche Räume aufwerten

Gesamtprobleme lösen

Fremdenverkehrsförderung

Renditeerhöhung

Freizeitangebot & Citybelebung

Umweltschutz

Stadtimagepflege

Multifunktionalität

Oft vernachlässigt

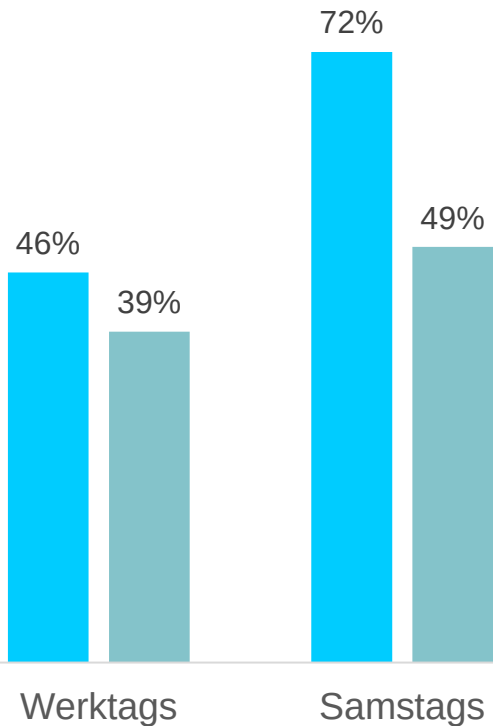
Zeichen postmoderner Urbanität

Tourismus & Gastronomie werden wichtiger

4

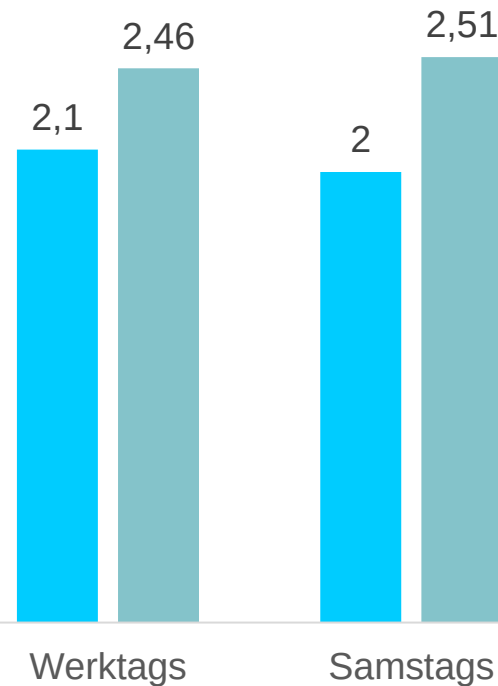
Hauptsächlich Einkaufende

■ 1988 ■ 2005



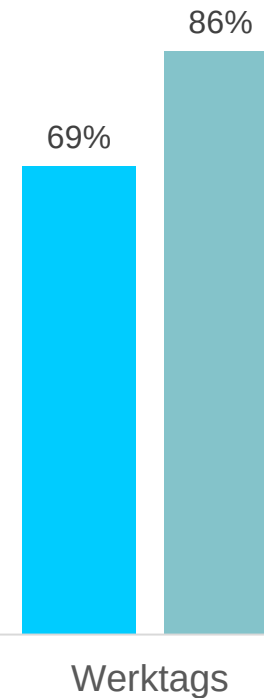
Durchschnittliche Tätigkeiten

■ 1988 ■ 2005



Anteil Besucher:innen

■ 1988 ■ 2005





Warburg.de

Beengter Raum

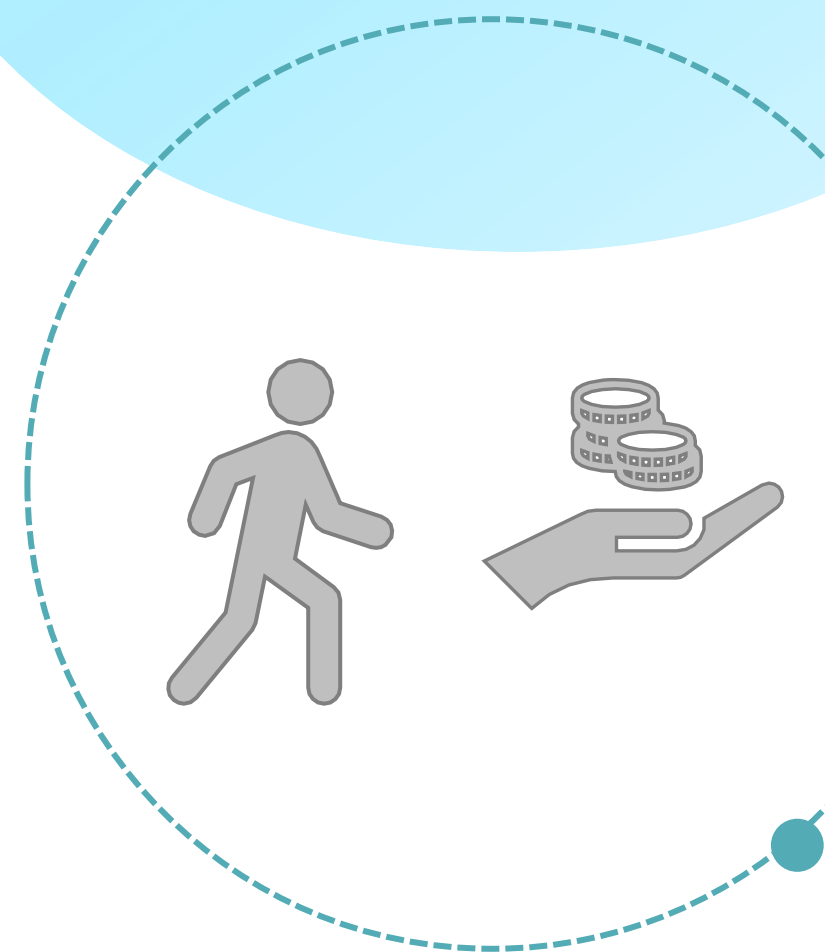
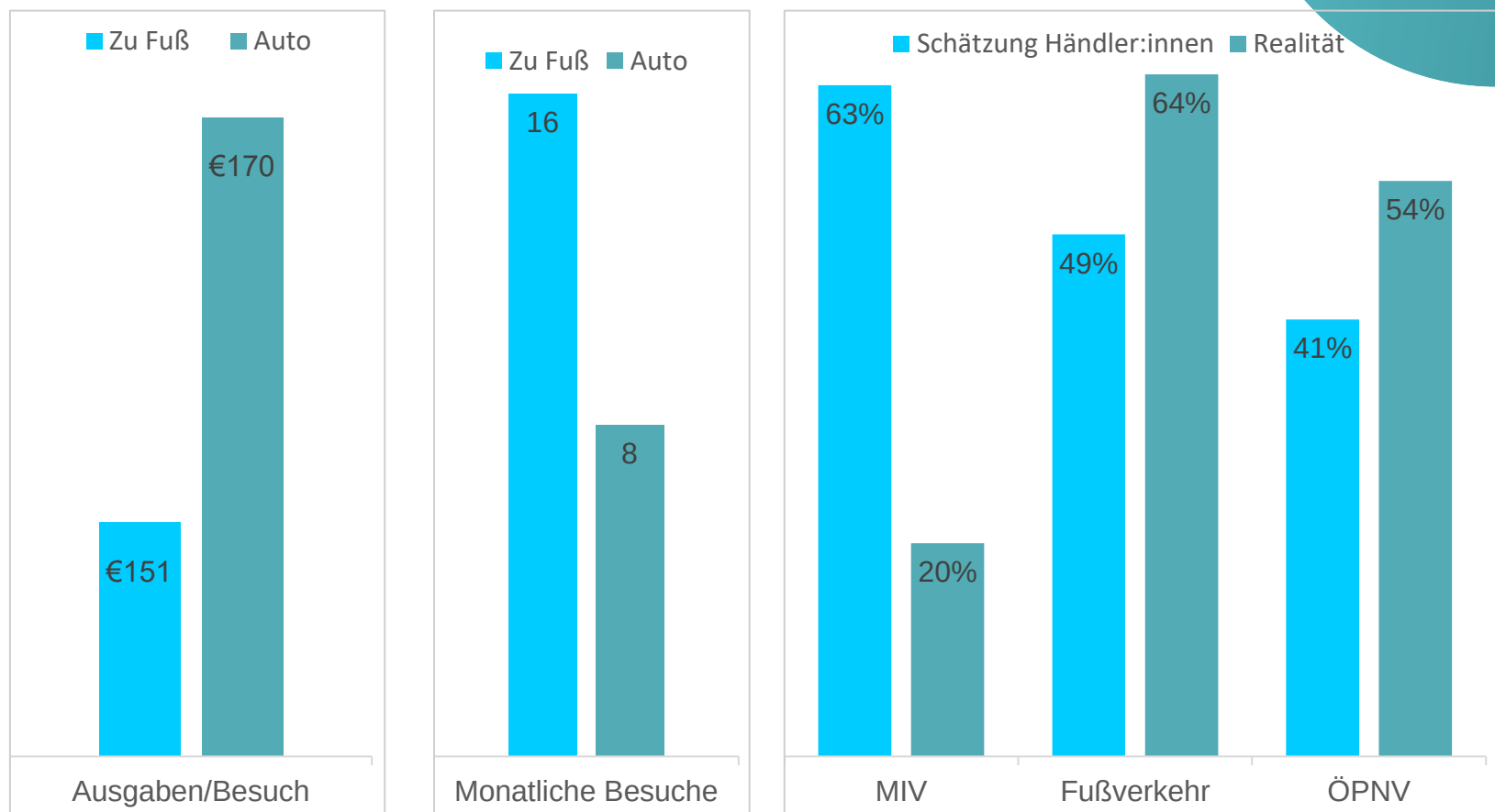
Viele Verkehrsteilnehmer:innen
Leistungsfähigkeit > Qualität

No parking, no business

Selten volle Parkhäuser
Werktags <50%
Samstags Vorweihnachtszeit >80%

Übernahme Verkehrsfunktionen

Nebenstraßen
Kaufkraftabfluss
Sinkende Sozialstruktur



Transport for London Studie 2016

Einschätzungen Händler:innen vs. Realität

Fußgänger:innen besuchen Stadt häufiger

Kompensationseffekte

„Gute Adresse“: Erreichbarkeit, Sichtbarkeit, Attraktivität

Deffner, 2011: 362
 Stimpel, 2020: 488
 Dziomba, 2020: 134

A photograph of Regine Günther, a woman with short blonde hair, smiling and standing on a city street. She is wearing a light-colored trench coat over a blue shirt and dark trousers. The street is paved with asphalt and has yellow lane markings. In the background, there are buildings, trees, and other people walking. A red banner with the text 'rbb ABENDSCHAU' is at the top. A quote is overlaid on the left side of the image.

„Es ist nicht nur ein Verkehrsthema, wenn wir weniger Autoverkehr wollen: Es geht um mehr Lebensqualität in der Metropole. Es geht um soziale Gerechtigkeit.“

REGINE GÜNTHER
VERKEHRSSENATORIN



Massenmotorisierung

Beeinträchtigt Aufenthaltsqualität
Kein Drive-In für Ladentische
Sperrung vs. Flächengewinn



Zugewinn Außenfläche

Aufsteller, Gastronomie
Aufenthaltsfläche
Große Nutzungsvielfalt



Effizienz Fußverkehr

4m breite Straße: 200.000 Menschen/h
2-spurige Straße: 5000 Autos/h





Stadterleben

Postmodernes Urbanitätsverständnis
Wahrnehmung
Interaktion & Impulse

Vielfalt & Ermöglichung

Altersgruppen, Einkommen, Geschlecht,
Bildung, Einkommen etc.
Erweiterter Aktionsradius

Mensch-Umwelt Wechselwirkung

Kommunikation & Information
Sozialisation & Integration
Orientierung & Identifikation



Gesellschaftlicher Beitrag

Beobachtung

Begegnung

Oberflächliche Kontakte



Sichtbeziehungen

Tempo entscheidet, was wir sehen

Anreiz zu Spontankäufen

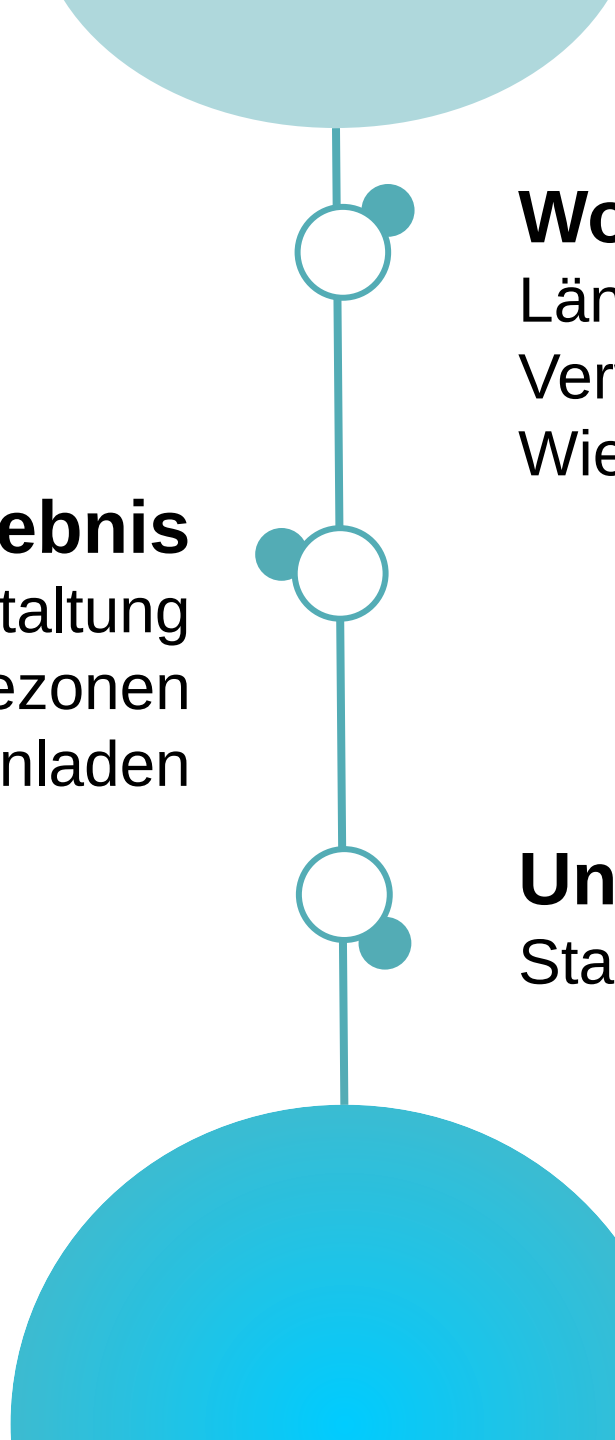


Erhebliche Strecken

1/3 aller Wege in der Stadt

FGZ: <500m nur geringe Rolle

22-29% über 2000m



Einkaufserlebnis
Abwechslungsreiche Gestaltung
Ruhezonen
Zum Verweilen einladen

Wohlfühlfaktor

Länger bleiben
Verweilen
Wiederkommen

Unverwechselbarkeit

Stadtbild & Stadtstruktur

Atmosphäre und Gestaltung

Subjektive Wahrnehmung

Leichter, unverbindlicher Zugang

Bestimmen Erscheinungsbild & Identität

Funktionen einen Raum geben

Nutzungsplanung

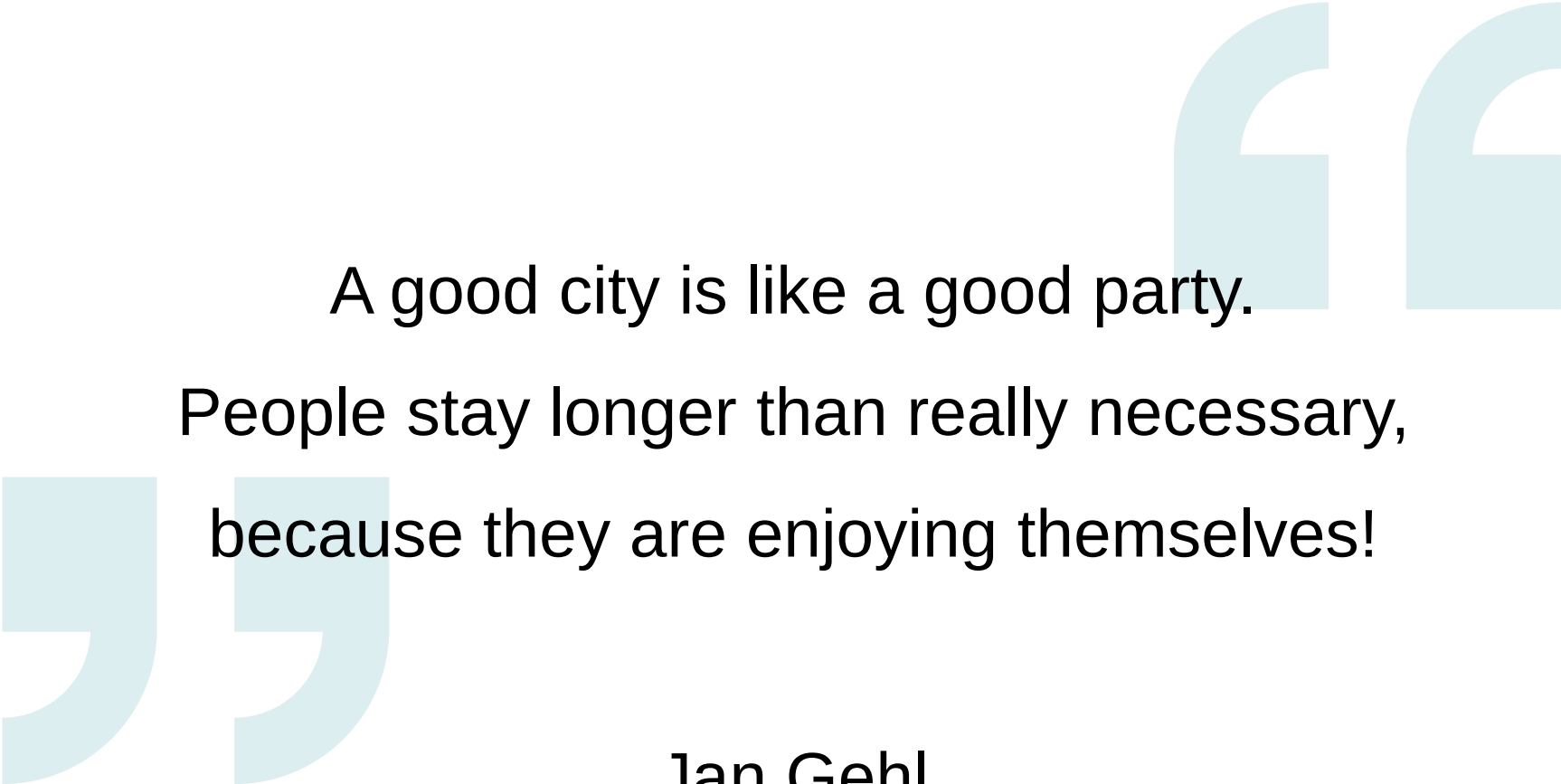
Möglichst individuelle Ansprache

Multikontextualität

Ensemble am Standort

Spontankäufe maximieren

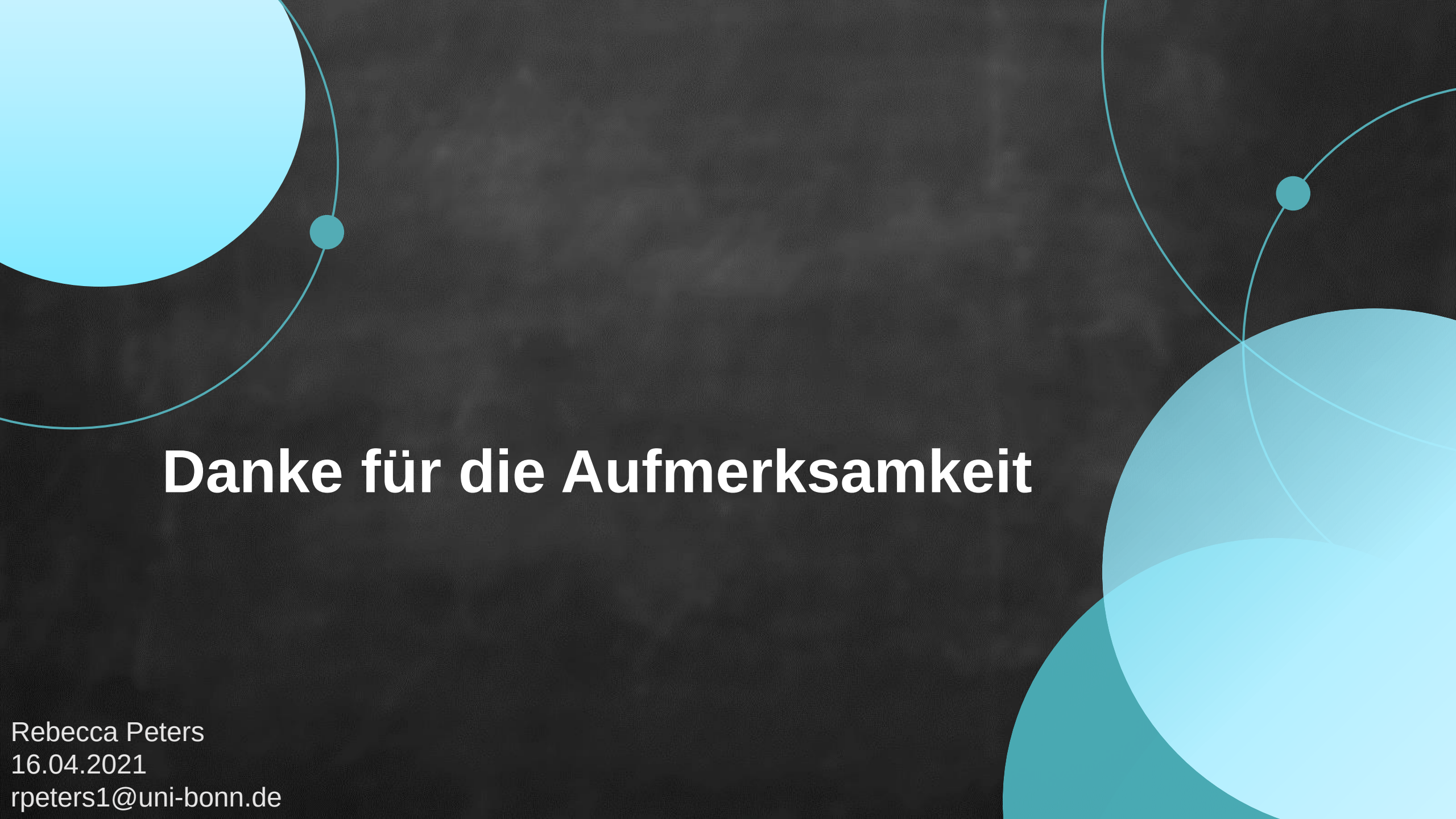
Verteilung auf Netz



A good city is like a good party.

People stay longer than really necessary,
because they are enjoying themselves!

Jan Gehl



Danke für die Aufmerksamkeit

Rebecca Peters
16.04.2021
rpeters1@uni-bonn.de

Literatur

- Bracher, T. (2011): Stadtverkehr. In: Schwedes, O. (Hrsg.): Verkehrspolitik. Auflage 1. VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 275-295
- David, T. und M. Hilpert (2016): Der unberechenbare Kunde. In: Standort (40). Springer-Verlag Berlin Heidelberg. S. 189- 193
- Deffner, J. (2011): Stadtverkehr. In: Schwedes, O. (Hrsg.): Verkehrspolitik. Auflage 1. VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 361-390
- Dziomba, M. (2020): Immobilienmarkt und Handel. In: Neiberger, C. und B. Hahn (Hrsg.): Geographische Handelsforschung. Springer-Verlag GmbH. Berlin. S. 113-145
- Ermann, U. und R. Pütz (2020): Geographien des Konsums: ein Überblick. In: Neiberger, C. und B. Hahn (Hrsg.): Geographische Handelsforschung. Springer-Verlag GmbH. Berlin. S. 63-74
- Gertz, C., Flämig, H., Gaffron, P. und G. Polzin (2018): Stadtverkehr. In: Schwedes, O. (Hrsg.): Verkehrspolitik. Eine interdisziplinäre Einführung. 2. Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 293-322
- Heinemann, G. (2017) (Hrsg.): Die Neuerfindung des stationären Einzelhandels. Kundenzentralität und ultimative Usability für Stadt und Handel. Springer Gabler. Wiesbaden.
- Kopp, P. (2019): Zukunft Stadtraum – Entwicklung von Straßen und Plätzen als wichtige Aufgabe der Stadtentwicklung. In: Altröck, U., Kurth, D., Kunze, R., Schmidt, H. und G. Schmitt (Hrsg.): Programmatik der Stadterneuerung. Jahrbuch Stadterneuerung. Springer VS. Wiesbaden. S. 153-170
- Kulke, E. (2020): Zentren und Zentrensysteme. In: Neiberger, C. und B. Hahn (Hrsg.): Geographische Handelsforschung. Springer-Verlag GmbH. Berlin. S. 172-181
- Manfrahs, F. (2020) (Hrsg.): Citymanagement. Innenstadt-Belebung mit System-starke Zentren mit Erlebnisqualität gestalten. Springer Gabler. Wiesbaden.
- Monheim, R. (1987): Entwicklungstendenzen von Fußgängerzonen und verkehrsberuhigten Einkaufsstraßen. In: Universität Bayreuth (Hrsg.): Arbeitsmaterialien Raumordnung und Raumplanung. Heft 41.
- Monheim, R. (2000): Fußgängerbereiche in deutschen Innenstädten. In: Geographische Rundschau 52 (7-8). S. 40-46
- Monheim, R. (2008): zunehmende Vielfalt und Aktivität beim Innenstadtbesuch als Ausdruck der Entwicklung von Lebensstil und Stadtstruktur – das Beispiel der Nürnberger Innenstadt. In: Geographische Handelsforschung. Nr. 24. Berlin. S. 15-20

Literatur

- Neiberger, C. und B. Hahn (2020): Warum geographische Handelsforschung? In: Neiberger, C. und B. Hahn (Hrsg.): Geographische Handelsforschung. Springer-Verlag GmbH. Berlin. S. 3-7
- Neuhoff, B. (1991): Die Fußgängerzone. Entstehung und Einfluss auf die Stadtentwicklung. Dissertation der Gesamthochschule Kassel.
- Pez, P. (2020): Verkehrsplanung. In: Neiberger, C. und B. Hahn (Hrsg.): Geographische Handelsforschung. Springer-Verlag GmbH. Berlin. S. 157-167
- Popp, M. (2020): Wer kauft wo? Die Einkaufsstättenwahl der Konsumenten. In: Neiberger, C. und B. Hahn (Hrsg.): Geographische Handelsforschung. Springer-Verlag GmbH. Berlin. S. 75-88
- Stimpel, R. (2020): Stadtverkehr zu Fuß - So einfach wie smart. In: Etezadzadeh, C. (Hrsg.): Smart City – Made in Germany. Springer Vieweg. Wiesbaden. S. 485-492
- Rohm, H. (1974): Aufgabe und Bedeutung von Fußgängerzonen. In: Glaser, H. (Hrsg.): Urbanistik, neue Aspekte der Stadtentwicklung. C.H. Beck. S. 163-170
- Topp, H.H. (1998): Erreichbarkeit, Parkraum und Einzelhandel in der Innenstadt. In: Raumforschung und Raumordnung 56. S. 186-193
- Transport for London (2018): Walking and Cycling. The economic benefits. Online abrufbar unter: content.tfl.gov.uk/walking-cycling-economic-benefits-summary-pack.pdf (11.12.2020)
- Van Laak, D. (2017): Vom Lebensraum zum Leitungsweg. Die Stadtstraße als soziale Arena. In: Flitner, M., Lossau, J. und AL Müller (Hrsg.): Infrastrukturen der Stadt. Springer VS, Wiesbaden. S. 145-162