

Erreichbarkeit und Kundennutzung der Bonner Innenstadt: eine kritische Analyse der aktuellen Verkehrspolitik

Im Zentrum einer jeden erfolgreichen Handels- und Wirtschaftsstandort-Strategie stehen die Erreichbarkeit und die damit verbundene Kundenfrequenz sowie der Umsatz der ansässigen Händler, Dienstleister und Gastronomien. Traditionell stellt der Einzelhandel den größten Anteil an diesem Wirtschaftsgefüge, wobei das Automobil im letzten Jahrhundert als das bevorzugte Transportmittel der Kunden eine zentrale Rolle eingenommen hat. Das Auto bietet entscheidende Vorteile wie die Möglichkeit, Waren bequem zu transportieren, eine hohe Sicherheit für Reisende, Wetter- und Zeitplanunabhängigkeit sowie vergleichsweise niedrige direkte Kosten. Allerdings geht die Nutzung des Automobils auch mit Nachteilen wie hohem Platzbedarf und Emissionen einher.

Seit 2022 treibt die Ratskoalition eine drastische Verkehrswende voran, die insbesondere von Bürgern, Wirtschaftsverbänden sowie den Händlern und Anbietern im Stadtzentrum als unausgewogen, unverhältnismäßig und unzureichend vorbereitet und kommuniziert wahrgenommen wird. Ein zentrales Element dieser Verkehrswende ist die Umverteilung der Verkehrsinfrastruktur, weg vom Kfz hin zu Fahrradwegen, vor allem auf der Adenauerallee. Dabei wird jedoch einseitig auf das Fahrrad gesetzt, ohne die sich abzeichnenden Entwicklungen bei Antriebstechniken für Kfz wie Elektroantriebe oder synthetische Kraftstoffe zu berücksichtigen. Dies führt zu einer radikalen Attraktivitätsminderung der Nutzung von Pkw, obwohl die Bereitschaft der Bevölkerung, das Verkehrsmittel zu wechseln, nicht erwiesen ist. Pendler bevorzugen weiterhin das Pkw.

Vor diesem Hintergrund hat city-marketing bonn e.V. in Zusammenarbeit mit Prof. Dr.-Ing. Theo Kötter von der Universität Bonn eine Händlerumfrage entwickelt und durchgeführt. Ziel war es, die erhebliche Bedeutung der Pkw-nutzenden Kunden für die Bonner Innenstadt zu belegen und die laufende Diskussion zu versachlichen. Die Ergebnisse dieser Handelsumfrage sind dieser Mail beigelegt.

Die Umfrage ergab, dass 44% der Kunden, die in der Bonner Innenstadt eingekauft haben, mit dem Pkw anreisen und dabei 61% des Gesamtumsatzes generieren. Der durchschnittliche Umsatz eines Pkw-Besuchers liegt dabei um 38% höher als der durchschnittliche Umsatz aller Kunden. Dies unterstreicht eindrucksvoll, dass eine attraktive Erreichbarkeit mit dem Pkw für eine wirtschaftlich relevante Innenstadt unerlässlich ist. Im Vergleich dazu machen ÖPNV-Kunden 29% der Gesamtkunden aus, tragen jedoch nur 20% zum Gesamtumsatz bei. Fahrradfahrende Kunden stellen lediglich 13% der Kunden und erwirtschaften nur 11% des Umsatzes, was deutlich zeigt, dass deren wirtschaftliche Bedeutung geringer ist. Die durchschnittlichen Warenkörbe sind hier 29% (ÖPNV) und 17% (Fahrrad) geringer als der gesamt-durchschnittliche Warenkorb.

city-marketing bonn e.V. fordert daher eine ausgewogenere Verkehrspolitik, die die Interessen aller Verkehrsteilnehmer berücksichtigt und die wirtschaftliche Attraktivität der Bonner Innenstadt nicht gefährdet. Es ist unerlässlich, die komfortable, effiziente Erreichbarkeit mit dem Pkw weiterhin zu gewährleisten, um die Innenstadt als lebendigen und florierenden Handelsstandort zu sichern.

Vorstand city-marketing bonn e.V.
Karina Kröber, Philipp Blömer, Rolf Hiller