

## Einführung in die Tagung

*Burkhard Horn*

(Stadt- und Verkehrsplaner, SRL, Göttingen)

The cover page features several logos at the top: the German Federal Eagle logo for the Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen; the SRL logo (SRL VEREINIGUNG FÜR STADT-, REGIONAL- UND LANDESPLANUNG); and the Göttingen logo (GÖTTINGEN STADT. DIE WISSEN SCHÄFFT). The central text reads: **Mit dem Fahrrad zum Einkaufen – Chancen und Perspektiven für Kommunen und Handel**, followed by **Fachtagung am 30. Juni 2005 in Göttingen**. At the bottom, logos for Handelsverband BAG, Deutscher Städtetag, and IHK Industrie- und Handelskammer Hannover are displayed.

## **Mit dem Fahrrad zum Einkaufen – Chancen und Perspektiven für Kommunen und Handel**

### **Anlass und Problemlage (I):**

- Das Fahrrad als Alltagsverkehrsmittel zu fördern, ist unbestrittenes verkehrspolitisches Ziel auf allen Ebenen, vom kommunalen Verkehrsentwicklungsplan bis zum Nationalen Radverkehrsplan der Bundesregierung. Haupthandlungsebene sind die Kommunen.
- Während für den Berufs-, Ausbildungs- und Freizeitverkehr auf zahlreichen Ebenen aktiv Radverkehrsförderung betrieben wird, ist dieses Thema für den Einkaufsverkehr weitgehend Neuland, obgleich dieser ein wichtiges Segment im gesamtstädtischen Verkehrsgeschehen darstellt. Kommunikation zwischen den hier betroffenen Akteuren besteht kaum.
- Dabei treffen bei der Frage der Abwicklung des Einkaufsverkehrs wichtige Themen von Wirtschaftsförderung, Stadtentwicklung und Verkehrspolitik mit teilweise sehr unterschiedlichen Interessenlagen aufeinander.

## **Mit dem Fahrrad zum Einkaufen – Chancen und Perspektiven für Kommunen und Handel**

### **Anlass und Problemlage (II):**

- Angesichts der drängenden Probleme der Städte hinsichtlich ihrer Zukunft (insbesondere der Attraktivität ihrer Zentren, der demographischen Veränderungen und der Gefährdung von Nahversorgungsstrukturen), der schwierigen Situation vor allem des innerstädtischen Einzelhandels und der aktuellen verkehrs- und umweltpolitischen Herausforderungen besteht hier dringender Bedarf für das Zusammenführen der Akteure, für Informationsaustausch und für Strategieentwicklung.
- Göttingen als Stadt mit hohem Radverkehrsanteil und einer regen aktuellen Diskussion um die Zukunft der Innenstadt bietet sich als Tagungsort für eine offene und produktive Diskussion ohne ideologische Scheuklappen an.
- Die sofortige Kooperationsbereitschaft aller Mitveranstalter ist ein erster Erfolg auf dem Weg zum gemeinsamen Handeln.

## **Mit dem Fahrrad zum Einkaufen – Chancen und Perspektiven für Kommunen und Handel**

Ziele der Tagung:

- Kommunikation zwischen den Akteuren (Handel, Kommune, Kunde)
- Vermittlung und Austausch von Fakten, Erfahrungen, Positionen und Ideen
- Entwicklung gemeinsamer Perspektiven und Strategien
- Einleitung eines Kommunikationsprozesses, der über diese Tagung hinaus geht (lokal, auf Verbändeebene etc.)

## **Mit dem Fahrrad zum Einkaufen – Chancen und Perspektiven für Kommunen und Handel**

Struktur der Tagung (I):

- Die Potenziale: Informationen aus Mobilitätsuntersuchungen (bundesweit und lokal) und Kundenbefragungen
  - Leitfragen: Wie groß ist derzeit die Bedeutung des Fahrrads als Einkaufsverkehrsmittel? Wie hoch sind die Potenziale? Wie stark sind lokale Einflussfaktoren? Wie ist die Kaufkraft einzuschätzen?
- Die aktuelle Realität: die Beispiele Bremen (aus Sicht der Wirtschaft) und Göttingen (aus Sicht der kommunalen Planung)
  - Leitfragen: Wie sind die bisherigen Erfahrungen der Akteure? Welcher Handlungsbedarf leitet sich daraus ab?
- Die Maßnahmen: Fahrradtechnik, Radverkehrsplanung, Fahrradparken
  - Leitfragen: Welche positiven Erfahrungen und Beispiele gibt es? Wie entstehen umsetzbare integrierte Konzepte?

## **Mit dem Fahrrad zum Einkaufen – Chancen und Perspektiven für Kommunen und Handel**

Struktur der Tagung (I):

- Die Potenziale: Informationen aus Mobilitätsuntersuchungen (bundesweit und lokal) und Kundenbefragungen
  - Leitfragen: Wie groß ist derzeit die Bedeutung des Fahrrads als Einkaufsverkehrsmittel? Wie hoch sind die Potenziale? Wie stark sind lokale Einflussfaktoren? Wie ist die Kaufkraft einzuschätzen?
- Die aktuelle Realität: die Beispiele Bremen (aus Sicht der Wirtschaft) und Göttingen (aus Sicht der kommunalen Planung)
  - Leitfragen: Wie sind die bisherigen Erfahrungen der Akteure? Welcher Handlungsbedarf leitet sich daraus ab?
- Die Maßnahmen: Fahrradtechnik, Radverkehrsplanung, Fahrradparken
  - Leitfragen: Welche positiven Erfahrungen und Beispiele gibt es? Wie entstehen umsetzbare integrierte Konzepte?