

Beilage zur Studie „Sicherung der Nahversorgung in den burgenländischen Gemeinden“

Handlungsempfehlungen für Nahversorger im Bereich Nahmobilität

Nahversorgung und Mikro-ÖV

Handlungsempfehlungen für Nahversorger

(Beilage zur Nahversorger-Studie Burgenland)

Im Projekt SmaShMob (*Smart Shopping Mobility in the AT-HU cross-border region*) wurden die Themenbereiche Nahversorgung und Nahmobilität im Grenzraum Österreich-Ungarn detailliert auf Basis einer Haushaltsbefragung untersucht. Ziel von SmaShMob war es, die beiden Themen in ihrer Wechselwirkung zu betrachten, was bislang nur in Teilbereichen stattgefunden hat. Folgende Fragen waren dabei zentral:

- Welche Anforderungen hat die Bevölkerung bei ihren Besorgungswegen an nachhaltige Verkehrsangebote?
- Können entsprechende Verkehrsangebote zu einer Sicherung der Nahversorgung beitragen?
- Können zwischen beiden Feldern Synergieeffekte identifiziert werden, die eine nachhaltige Finanzierbarkeit der Angebote vereinfachen?

Öffentliche Nahmobilität in Form von sogenannten Mikro-ÖV Angeboten (bedarfsgesteuerte Angebote wie z.B. die bekannten Gmoabusse) und insbesondere auch der Radverkehr wurden dabei als Möglichkeiten identifiziert, durch geeignete Mobilitätsangebote einen Beitrag zur Sicherung der Nahversorgung zu leisten.

Nachfolgende Handlungsempfehlungen sollen es insbesondere Nahversorgern ermöglichen, die Synergien durch Unterstützung geeigneter Mobilitätsformen zu nutzen.

Themenfeld Fahrrad

Auch aus der Sicht des lokalen Einzelhandels gibt es vielfältige Gründe, die für das Fahrrad als Nahverkehrsmittel sprechen:

Kundenbindung: Radfahrerinnen und Radfahrer geben zwar pro Einkauf statistisch gesehen etwas weniger aus, kommen dafür aber öfter und sind treuere Kunden. Investitionen in Radinfrastruktur können somit eine positive Wirkung auf die wirtschaftliche Basis der verbliebenen Nahversorger haben.

Positives Image: Das Fahrrad wird immer mehr zum Symbol für eine nachhaltige Lebensweise. Gerade für Nahversorger, die auf regionale Produkte setzen, sollte das von besonderem Interesse und gut für die Vermarktung nutzbar sein.

Platz- und Kostenfrage: Abstellanlagen für Fahrräder brauchen erheblich weniger Platz als PKW-Stellplätze und sind auch in der Errichtung kostengünstiger. Ein PKW-Stellplatz entspricht 7-9 Radstellplätzen.

Folgende Initiativen können Nahversorger ergreifen:

- **Gute, trockene Abstellmöglichkeiten**

Radfahrerinnen und Radfahrer schätzen gute, sichere Abstellmöglichkeiten im direkten Nahbereich des Geschäftseinganges. Ein überdachter Parkplatz ist für viele das Tüpfelchen auf dem I.

- **Gepäckfächer/Schließfächer**

Radfahrende Kundinnen und Kunden haben keine Möglichkeit bereits getätigte Einkäufe oder andere mitgebrachte Taschen in ihrem Fahrzeug zurück zu lassen. Daher werden Ablagemöglichkeiten sehr geschätzt.

- **Service- und Dienstleistungsangebote**

Ein Einzelhändler der für seine radfahrende Kundschaft zusätzliche Serviceangebote wie die Bereitstellung von Luftpumpen oder Werkzeug oder Dienstleistungen wie den Verleih von Radanhängern bereitstellt, zeigt seine Wertschätzung gegenüber dem Rad fahrenden Kunden und wird gerne wieder besucht.

- **Lieferservice für größere Einkäufe**

Auch wenn mit Gepäckkörben, Radtaschen oder Anhängern für fast alle Einkäufe eine passende Transportmöglichkeit bereitsteht, gibt es doch auch einmal Großeinkäufe oder sperrige Gegenstände, die nicht oder nur schwierig mit dem Fahrrad transportiert werden können. In diesen Fällen kann ein Lieferservice für die Kundinnen und Kunden Goldes wert sein und ein Abwandern mit dem PKW in das nächstgelegene Einkaufszentrum verhindern.

- **Aktionen für Radfahrerinnen und Radfahrer**

Auch für den Einzelhändler gilt, dass die Möglichkeit Einkäufe mit dem Rad zu erledigen bewusst gemacht werden muss. Rabatte für Radlerinnen und Radler oder Aktionstage sind hierzu ein erprobtes (z.B. Aktion „Einkaufen, Aufpacken, Losradln!“ in der Steiermark) und erfolgreiches Mittel.

- **Kommunikation und Kooperation**

Die Zusammenarbeit der örtlichen Kaufmannschaft bietet eine breite Basis für die Vermarktung von Angeboten für Radfahrern.

Themenfeld Mikro-ÖV

In vielen erfolgreichen Beispielen hat sich gezeigt, dass Mikro-ÖV Angebote die lokale und regionale Wirtschaft stärken können. Insbesondere Personen, die nicht auf den PKW bzw. auf Personen mit PKW angewiesen sind, wissen die Vorteile des Einkaufs in der Nähe zu schätzen und sind eine treue Kundschaft für die Nahversorger.

Viele Ansätze zur Sicherung der Nahversorgung gehen in die Richtung, dass die Geschäfte zusätzliche Dienstleistungen anbieten. Beliebte und in vielen Fällen erfolgreich sind hier Ansätze etwa durch Sitzmöglichkeiten/Kaffeecken den Nahversorger zum sozialen Mittelpunkt der Ortsbevölkerung machen. Für den Erfolg wesentlich ist aber, dass die Zielgruppen, oft z.B. ältere Menschen, diese Angebote auch regelmäßig und selbstbestimmt in Anspruch nehmen können.

Aus diesen Gründen ist eine Zusammenarbeit mit den Betreibern von Mikro-ÖV Angeboten aus Sicht der Nahversorger eine mehr als sinnvolle Idee.

Folgende Initiativen können Nahversorger ergreifen:

- **Zustelldienste**

Für den Nahversorger bietet sich eine Kooperation mit dem Mikro-ÖV Betreiber an, um den Kundinnen und Kunden eine Hauszustellung anbieten zu können, ohne dass eigenes Fahrzeug und Personal vorgehalten werden müssen. Nicht nur ältere oder mobilitätseingeschränkte Menschen wissen derartige Angebote zu schätzen, sondern etwa auch Käuferinnen und Käufer die zu-Fuß oder mit dem Fahrrad im Geschäft waren.

- **Kooperation im Marketing und der Bewusstseinsbildung**

Durch gemeinsame Marketingaktionen kann den Menschen die Möglichkeit der Versorgung im Ort leichter nahegebracht werden. Informationsmaterial in den Fahrzeugen sowie Werbung am Fahrzeug, an den Haltestellen oder in Infomaterialien erreicht die Zielgruppe der Nahversorger einfach und direkt. Gemeinsame Aktionen können diesen positiven Effekt weiter steigern – Rabattaktionen, vergünstigte Tickets für Kundinnen und Kunden oder großangelegte gemeinsame Aktionstage können hier Bausteine für einen gemeinsamen Erfolg sein.