



lebensministerium.at



Studie Radfahren und Einkaufen

Potentiale des Fahrrads für den Einzelhandel in Österreich





NACHHALTIG FÜR NATUR UND MENSCH SUSTAINABLE FOR NATURE AND MANKIND

Lebensqualität / *Quality of life*

Wir schaffen und sichern die Voraussetzungen für eine hohe Qualität des Lebens in Österreich.

We create and we safeguard the prerequisites for a high quality of life in Austria.

Lebensgrundlagen / *Bases of life*

Wir stehen für vorsorgende Verwaltung und verantwortungsvolle Nutzung der Lebensgrundlagen Boden, Wasser, Luft, Energie und biologische Vielfalt.

We stand for a preventive preservation and responsible use of the bases of life, soil, water, air, energy, and biodiversity.

Lebensraum / *Living environment*

Wir setzen uns für eine umweltgerechte Entwicklung und den Schutz der Lebensräume in Stadt und Land ein.

We support an environmentally benign development and the protection of living environments in urban and rural areas.

Lebensmittel / *Food*

Wir sorgen für die nachhaltige Produktion insbesondere sicherer und hochwertiger Lebensmittel und nachwachsender Rohstoffe.

We provide for the sustainable production in particular of safe and high-quality foodstuffs and of renewable resources.

I M P R E S S U M

Medieninhaber und Herausgeber:

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft,
Sektion Umwelt, Stubenbastei 5, 1010 Wien

Projektleitung und Gesamtkoordination:
DI Robert Thaler, DI Martin Eder

Verfasser:

Ing. Mag. Georg Gumpinger
CIMA Beratung + Management GmbH
Johannesgasse 8, 4910 Ried im Innkreis
www.cima.co.at

Titelfoto:

Alexander Seeger / www.radland.at

Wien, April 2010

Copyright: Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft

Alle Rechte vorbehalten

Bildnachweis: Lebensministerium

Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier und mit Pflanzenölfarben.





lebensministerium.at

Studie Radfahren und Einkaufen

Die wirtschaftliche Bedeutung und Potentiale des
Fahrrades für den Einzelhandel in Österreich

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	4
Executive Summary	5
Einleitung	7
Hohe Fahrraddichte in Österreich	8
Generelle Verkehrsmittelwahl	9
Verkehrsmittelwahl zum Einkaufen	12
RadfahrerInnen sind häufiger Gast im lokalen Einzelhandel	15
Verkehrszweckanteile der Wege mit dem Rad	17
Wegelänge	18
Gründe und Hemmnisse „Nichtnutzung“	19
Unterschiedliches Ausgabeverhalten	21
Bevorzugte Produkte im Fahrrad-Einkauf	23
Potentiale des/r Fahrradeinkäufers/In für den Einzelhandel	25
Handelwissenschaftliche Hochrechnung	26
Anhang	29

Executive Summary

RadfahrerInnen - eine vielversprechende Zielgruppe für den innerstädtischen bzw. innerörtlichen Handel

In den letzten Jahren wurden verstärkt Studien zum Thema „Rad“ durchgeführt. Dabei wurde ein Themenbereich zwar immer wieder am Rande angerissen, aber noch nicht vertiefend betrachtet, und zwar: „Radfahren und Einkaufen“. Was geben RadfahrerInnen für einen typischen Einkauf aus? Welche Produkte werden präferiert eingekauft? Und schließlich auch die Frage, was bringt dem Handel die Zielgruppe Fahrrad? Eine Kombination von Primärbefragungen in Österreich und weitreichender sekundär-statistischer Recherche bringt jetzt spannende Antworten zu diesen Fragestellungen.

Eine der wichtigsten Gründe das Fahrrad zu benutzen, stellt das Einkaufen dar. Rund 30 % der ÖsterreicherInnen geben an, gelegentlich mit dem Rad einzukaufen. Am häufigsten zeigt sich dies in Vorarlberg mit 44 %, am geringsten in Wien (mit 16 %). Fahrradfahrende Personen besuchen den lokalen Einzelhandel häufiger als PKW-EinkäuferInnen. Demnach versorgen sich mehr als 80 % der fahrradnutzenden Personen in Österreich zumindest mehrmals wöchentlich in den Handelsgeschäften. Im Vergleich dazu kommen die durchschnittlichen PKW-NutzerInnen auf 68 % im selben Zeitraum. Durch diese in Summe längere Verweilzeit (123 Einkaufstage PKW, 148 Einkaufstage Rad) kann eine bessere Stammkundenbeziehung aufgebaut werden.

Durch diese höhere Besuchshäufigkeit steigt proportional auch die Kontakthäufigkeit für Aktionen, Kampagnen und sonstige direkte Kundenansprache.

Auf kürzeren Strecken ist das Fahrrad allen anderen hinsichtlich Schnelligkeit, Kosten und direkter Erreichbarkeit überlegen. Geht man davon aus, daß jene Wegstrecken, die im Durchschnitt mit dem Fahrrad zurückgelegt werden (hier: etwa 1,5 km) künftig auch nicht mehr mit dem Pkw zurückgelegt werden, so könnte (unter Berücksichtigung der saisonalen Einschränkungen) max. 30-35 % am innerörtlichen (Einkaufs-)Verkehr mit dem PKW eingespart werden! In der Realität könnte somit ein Prozentsatz von 15 bis 20 % an Einkaufsfahrten mit dem PKW auf das Fahrrad umgelegt werden.

Ein oftmals genannter Grund, warum der PKW dem Fahrrad als Verkehrsmittel zum Einkaufen vorgezogen wird, liegt bei der größeren Transportkapazität. Allerdings zeigen sich aus empirischen Beobachtungen, daß die Hälfte aller Einkäufe weniger als 5 kg wiegt und sich rund 70 % der getätigten Einkäufe problemlos per Fahrrad oder Korb nach Hause transportieren lassen.

Fahrradnutzende Personen kaufen gern dort ein, wo sie wohnen oder arbeiten. Somit belassen Sie ihre Kaufkraft in der eigenen Gemeinde. Radverkehr sichert somit die Struktur der Ortskerne und Innenstädte. Geringere Affinität läßt sich zu den Angebotsstrukturen in den Streu- und Peripherielagen feststellen, insbesondere an verkehrssintensiven Standorten. Noch deutlicher gemieden werden diese Standorte bei Schwerpunkten mit „autoaffinen“ Branchen.

Bei einem normalen Einkauf gibt ein/e FahrradfahrerIn rund 20 € für seine/ihre Waren aus, PKW-NutzerInnen hingegen im Durchschnitt rund € 40. Rechnet man diese Werte mit der Besuchshäufigkeit hoch, so kann eine Wertschöpfungsprognose pro Verkehrsmittel auf das gesamte Land hochgerechnet werden.

Oberflächlich fällt diese Beurteilung zugunsten des PKWs aus, vergleicht man allerdings die Bundesland-Ergebnisse und jene nach ausgewählten Standortbereichen gesondert, zeigt sich in manchen Fällen ein gänzlich anderes Bild. So liegen beispielsweise die Bundesländer Steiermark und Vorarlberg hier gleichauf, ebenso wie die betrachteten (ländlichen) Gemeinden (meist mit 1.500 bis 3.000 Einwohnern/Innen).

Als Basis weiterer Potentialberechnungen werden die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumina herangezogen. Demnach verfügen Österreichs Haushalte gegenwärtig über ein Kaufkraftvolumen von rd. 38,1 Mrd. € für den Erwerb ihrer Konsumgüter pro Jahr.

Um die gegenwärtigen Marktanteile sowie die zukünftigen Potentiale des Rads am Einkaufen bemessen zu können, wurde eine weitere Hochrechnung vorgenommen. Dazu wurden alle Städte und Gemeinden Österreichs einer handelswissenschaftlichen Gliederung unterteilt und nach deren struktureller Angebotsdichte die Kaufkraftkennzahlen eingeschätzt bzw. aus der CIMA-eigenen Standortdatenbank verwendet.

Dabei läßt sich feststellen, daß der nichtmotorisierte Einkauf überwiegend auf den eigenen Ort beschränkt ist. Kaufkraftverflechtungen über den eigenen Ort hinaus, werden insbesondere durch (touristische) Gäste erzielt, der Einkauf spielt dabei eher

eine untergeordnete Rolle. Insgesamt ergibt sich daraus für Gesamtösterreich ein Marktanteil von 6,6 %, den der Fahrradeinkauf am gesamten Kaufkraftvolumen einnimmt. Dies entspricht einer Summe von 2,53 Mrd. €.

In den Bundesländern zeigen sich unterschiedliche gegenwärtige Marktanteile der Radeinkäufe mit dem Bundesland Vorarlberg (9,8 %) an der Spitze und Wien mit 4,9 % am Ende.

Aus der Modellberechnung konnte ebenfalls abgeleitet werden, daß eine Erhöhung des Radverkehrsanteils um 1 % gleichzeitig ein zusätzliches Umsatzpotential von 0,2 % für den lokalen Einzelhandel realisieren läßt. Dies entspricht einer Summe von € 87,6 Mio.

Sollte es gelingen, ein realistisches Einsparungspotential von Einkaufsfahrten mit dem PKW auszuschöpfen und diesen Anteil dann auf das Fahrrad umzulegen, so ergibt sich daraus ein zusätzliches Umsatzpotential von insgesamt 1,3 Mrd. € für den örtlichen Einzelhandel. Ganz eindeutig davon profitieren werden davon die Strukturen des innerstädtischen bzw. innerörtlichen Handels, denn diese werden vorrangig von den RadnutzerInnen zum Einkaufen genutzt.

Einleitung

Inhalt und methodische Vorgangsweise

In den letzten Jahren erlebt das Radfahren im Alltag eine Renaissance. Einen neuen Höhepunkt der Beliebtheit erreicht das Fahrrad durch die wachsende Sensibilisierung im Klimaschutz. Viele (touristische) Städte und Regionen setzen nun auch immer mehr auf das Fahrrad, der motorisierte Verkehr soll im Hintergrund bleiben.

Obwohl in den letzten Jahren verschiedenste Untersuchungen zum Thema „Fahrrad“ durchgeführt worden sind, wurde ein Themenbereich zwar immer wieder am Rande angerissen, aber noch nicht vertiefend betrachtet, und zwar: „Radfahren und Einkaufen“. Was geben RadfahrerInnen für einen typischen Einkauf aus? Welche Produkte werden präferiert eingekauft? Und schließlich auch die Frage, was bringt bzw. kostet dem Handel die Zielgruppe Fahrrad? Diese Fragestellungen sollen anhand der folgenden Studie untersucht werden. Dabei wurde auf die Methodik und den Teilergebnissen einer bereits im Jahr 2007 durchgeführten Untersuchung in Niederösterreich aufgebaut, die bereits diese Fragestellungen eingehender betrachtet hatte. Hier wurden 3.000 Haushalte telefonisch primär befragt sowie 500 Point of Sale-Befragungen in ausgewählten Städten Niederösterreichs durchgeführt. Die daraus erhaltenen Kennzahlen und Überlegungen werden nun auf ganz Österreich ausgedehnt.

Insgesamt wurde dazu in Februar/März 2010 eine repräsentative Anzahl von 1.000 Haushalten zusätzlich befragt, damit die Detailergebnisse auch auf die Bundesländer umgelegt werden können. Die Auswahl der Stichprobe erfolgte nach mehreren Kriterien, neben der Quotierung nach demografischen Gesichtspunkten wurde

auch den Unterschieden in Topographie und Zentralität Rechnung getragen. Dies ließ sich dadurch erreichen, indem neben stark verdichteten urbanen und suburbanen Räumen ebenfalls dezentrale Strukturen in peripheren ländlichen Räumen berücksichtigt worden sind.

Neben den Primärerhebungen wurde eine umfassende sekundärstatistische Recherche in ganz Europa und teilweise auch außerhalb davon durchgeführt, um auch hier Vergleichswerte zu erhalten. Abgerundet wurden diese Arbeiten durch Expertenbefragungen und –gespräche, insbesondere zur Evaluierung von Best Practice Beispielen und zur Abschätzung zukünftiger Potentiale des Fahrrades. Besondere Spannung erreichen die Ergebnisse dann im direkten Vergleich der Primärergebnisse mit den Sekundärergebnissen, die dann auch gemeinsam gegenübergestellt werden. Den Abschluß bildet die gutachterliche Einschätzung, welche Bedeutung das Fahrrad im Einkaufen haben kann.

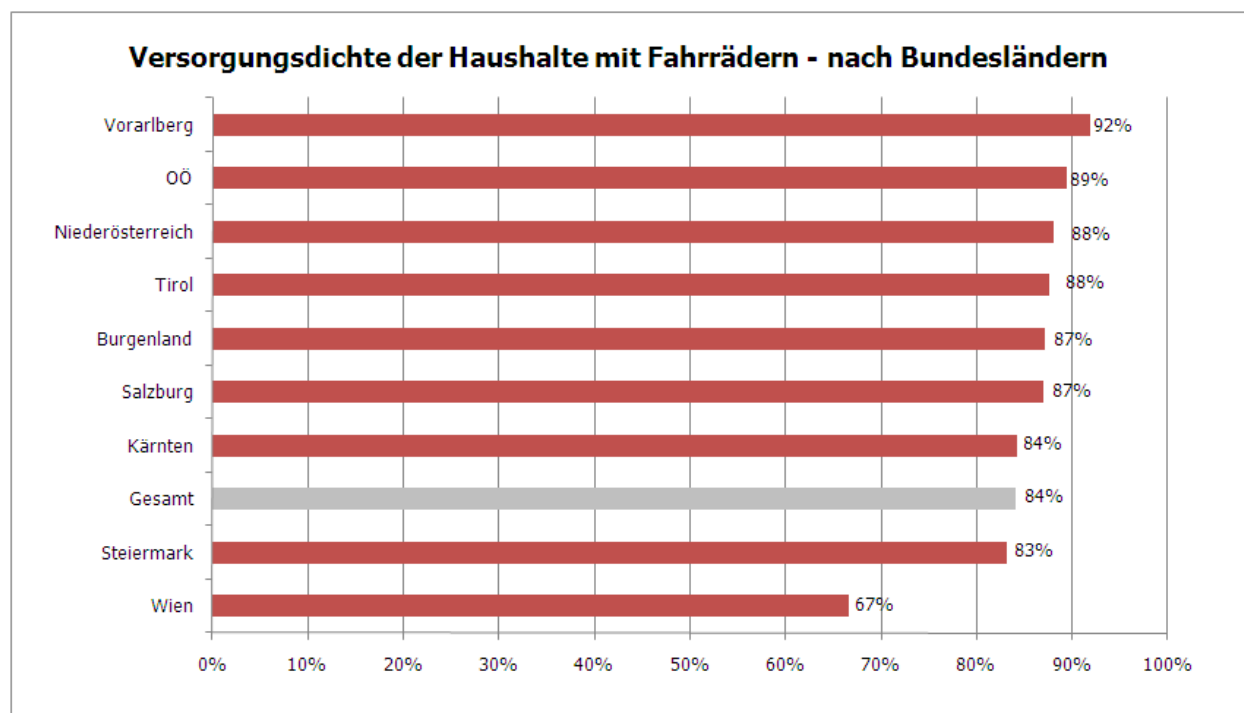
Hohe Fahrraddichte in Österreich

Österreich ist nahezu vollversorgt mit Fahrrädern

Bereits aus verschiedenen Untersuchungen wurde die relativ hohe Versorgungsdichte mit Fahrrädern in den österreichischen Haushalten festgestellt. Aus der Niederösterreichischen Mobilitätsbefragung 2008 (NÖ Landesregierung, Abt. Gesamtverkehrsangelegenheiten) wurde beispielsweise für Niederösterreich eine Fahrraddichte von 80 % erfaßt. Diese Größenordnung wird in den Ergebnissen, der im Rahmen dieser Studie durchgeführten Primärerhebungen, weitestgehend bestätigt. Insgesamt konnten daraus für Gesamtösterreich ein Wert von 84 % ermittelt werden, somit befindet sich in 84 von 100 österreichischen Haushalten zumindest 1 Fahrrad. Innerhalb der Bundesländer zeigen sich Differenzen mit dem geringsten Anteil in Wien (67 %) und dem Spitzenwert in Vorarlberg (92 %).

Berücksichtigt man die Gesamtanzahl der Fahrräder in Österreichs Haushalten, so lassen sich im Durchschnitt mehr als 2 Stück pro Haushalt nachweisen (genauer Mittelwert: 2,4). Kaum Unterschiede gibt es innerhalb der meisten Bundesländer, mit Ausnahme von Wien mit einem Durchschnittswert von 1 Fahrrad pro Haushalt. Meist befinden sich in „jüngeren Familien“ (mit mehreren Kindern) sogar noch wesentlich mehr, bei den älteren Altersgruppen über 70 Jahre tendenziell weniger.

Aus der Hochrechnung der Haushaltsergebnisse auf die gesamte Bevölkerung über 15 Jahre kommt auf jede/n ÖsterreicherIn (theoretisch) zumindest ein Fahrrad. Somit sollten sich in Österreichs Haushalten über 6 Mio. Fahrräder befinden.



Grafik 1: Versorgungsdichte der Haushalte mit Fahrrädern – nach Bundesländern
Quelle: CIMA 2007;2010

Generelle Verkehrsmittelwahl

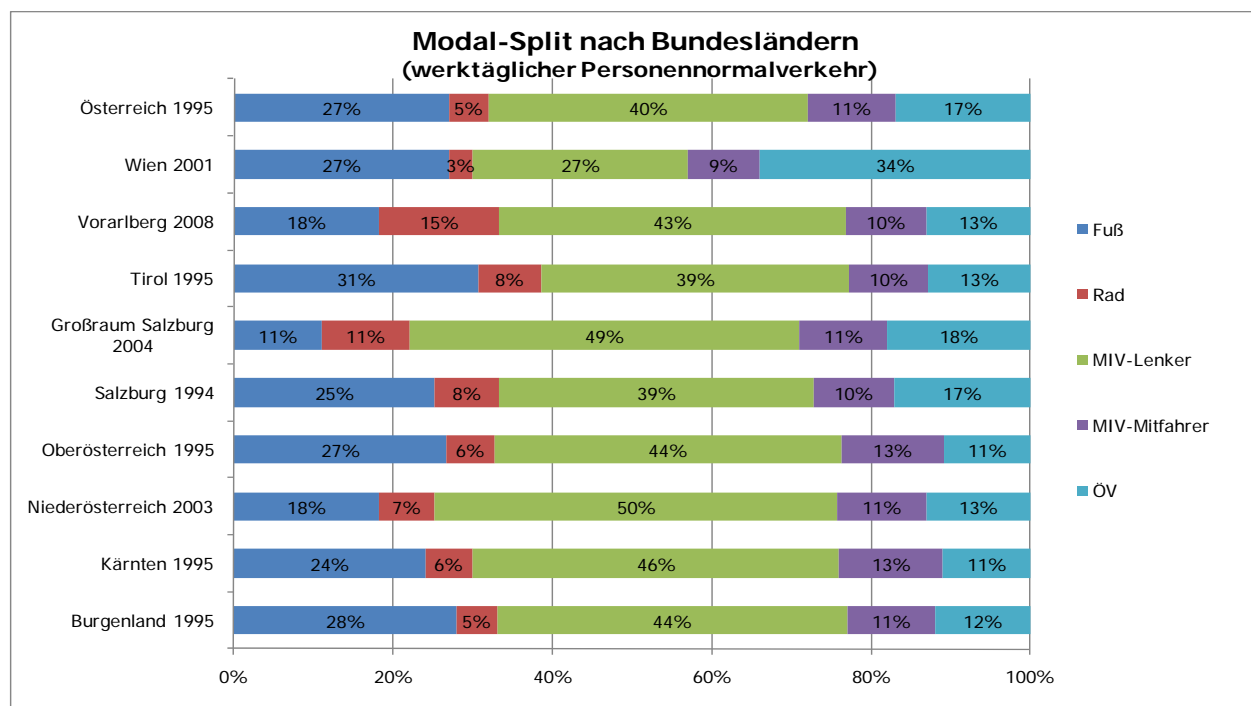
Radverkehr in Österreich im europäischen Durchschnitt

Betrachtet man den werktäglichen Personenverkehr in Österreich, so erweist sich der Anteil der radfahrenden Personen mit 5 % als relativ niedrig (Herry Consult, i.A. des BMWV, 2007, z.T. Zahlen aus 1995, 2001 und 2003). Innerhalb der Bundesländer zeigt sich dieser Prozentsatz allerdings als deutlich unterschiedlich. So steht Vorarlberg mit 15 % Radverkehrsanteil unangefochten an 1. Stelle. Der vergleichsweise geringste Anteil FahrradfahrerInnen an der Bevölkerung findet sich mit 5 % in Wien, hier präsentiert sich der Öffentliche Verkehr als leistungstark.

Auf einer anderen Betrachtungsebene wurde auf Basis des Mikrozensus (Statistik Austria, Studie Umweltbedingungen und Umweltverhalten, 2007) ein vielschichtiger Vergleich der Fahrradnutzung durchge-

führt. Dazu wurde die tägliche fahrradnutzende Bevölkerung in verschiedenen Kriterien abgebildet und miteinander in Beziehung gesetzt. Demnach nutzen 8,1 % der ÖsterreicherInnen täglich das Fahrrad, am meisten wieder in Vorarlberg (14,1 %), vor Salzburg (13,2 %), Tirol (11,5 %) und der Steiermark (9,3 %).

Aus diesem umfangreichen Datenfundus wurde eine zusätzliche Auswertung vorgenommen, um Bevölkerungsgruppen herauszulösen, die besonderes häufig das Rad insgesamt und insbesondere täglich nutzen (=“Rad-Stars“). Demgegenüber erfolgte eine Aufstellung von Personengruppen, die insgesamt nur geringe Fahrradaffinität aufweisen sowie diese Verkehrsmittel nur seltener nutzen (=“Radmuffel“).



Grafik 2: Modal-Split nach Bundesländern

Quelle: Statistik Austria, Studie Umweltbedingungen und Umweltverhalten, 2007; Herry Consult GmbH, Mobilität in Vorarlberg – Ergebnisse der Verkehrsverhaltensbefragung, 2008

"Rad-Stars"		
Gliederungsmerkmale (aus Mikrozensus, Personen über 15 Jahre)	tägliche Radnutzung in %	Keine Radnutzung in %
Personen in der Altersgruppe unter 20 Jahre	9,5	35,8
Personen in der Altersgruppe 40 bis unter 50 Jahre	8,7	33,8
SchülerInnen und StudentInnen	15,1	27,4
Personen mit (Fach-) Hochschulabschluss	10,9	34,6
Personen in Gemeinden über 20.000 Einwohnern (ohne Wien)	14	36,7
Personen in Gemeinden mit Agrarquote bis 2,9%	10,2	36,1
Gemeinden mit "Mittlerer Bevölkerungsdichte"	9,4	34,3
Personen in Haushalten mit 4 Personen	8,4	32,4
Gesamtdurchschnitt Österreich	8,1	41,7

Tabelle 1: „Rad-Stars“

Quelle: CIMA eigene Bearbeitung, 2010

So neigen beispielsweise BewohnerInnen in größeren Städten¹ mit höherem Verdichtungsgrad sowie mittlerer Bevölkerungsdichte tendenziell zu höherer Fahrradnutzung. Im ländlichen, dünn besiedelten Raum ist der Radanteil aufgrund der großen Distanzen zu den Katastralgemeinden und der oft auch unattraktiven Routen (Steigungen, lange Distanzen, usw.) niedriger. Eine ebenso höhere Nutzung des Rades kann bei Personen mit höherem Bildungshintergrund festgestellt werden, denen vermutlich auch höhere Kaufkraft zuzuschreiben sein wird als anderen Bevölkerungsgruppen.

Anders als die „Rad-Stars“ bewegen sich die „Radmuffel“ wesentlich geringer täglich mit dem Fahrrad und nutzen generell dieses Verkehrsmittel seltener. Die größte Gruppe sind „Singles“, meist höheren Alters (ab 70 Jahre), die oft aufgrund körperlicher Gebrechlichkeit bzw. Krankheit nicht mehr in der Lage sind das Fahrrad zu benutzen. Der geringe Anteil Wiens am Fahrradverkehr ist mit dem leistungsfähigen öffentlichen Verkehr in der Bundeshauptstadt

¹ Der Fahrradanteil liegt in der Stadt Graz bei 16 % (vgl. Mobilitätsverhalten der Grazer Bevölkerung, Stadt Graz 2009). Auch in der Stadt Salzburg werden vergleichbare Werte erzielt.

begründet, die auch weite Strecken einfacher erreichen lassen.

"Radmuffel"		
Gliederungsmerkmale (aus Mikrozensus, Personen über 15 Jahre)	tägliche Radnutzung in %	Keine Radnutzung in %
Personen in der Altersgruppe über 70 Jahre	5,5	68,1
Personen im (Bundesland) Wien	3,3	56,9
Städte und Gemeinden mit "Hoher Bevölkerungsdichte"	7,8	47,8
1-Personen-Haushalte	7,3	52,3
arbeitslose Personen	6,8	44,5
Gesamtdurchschnitt Österreich	8,1	41,7

Tabelle 2: „Radmuffel“

Quelle: CIMA eigene Bearbeitung, 2010

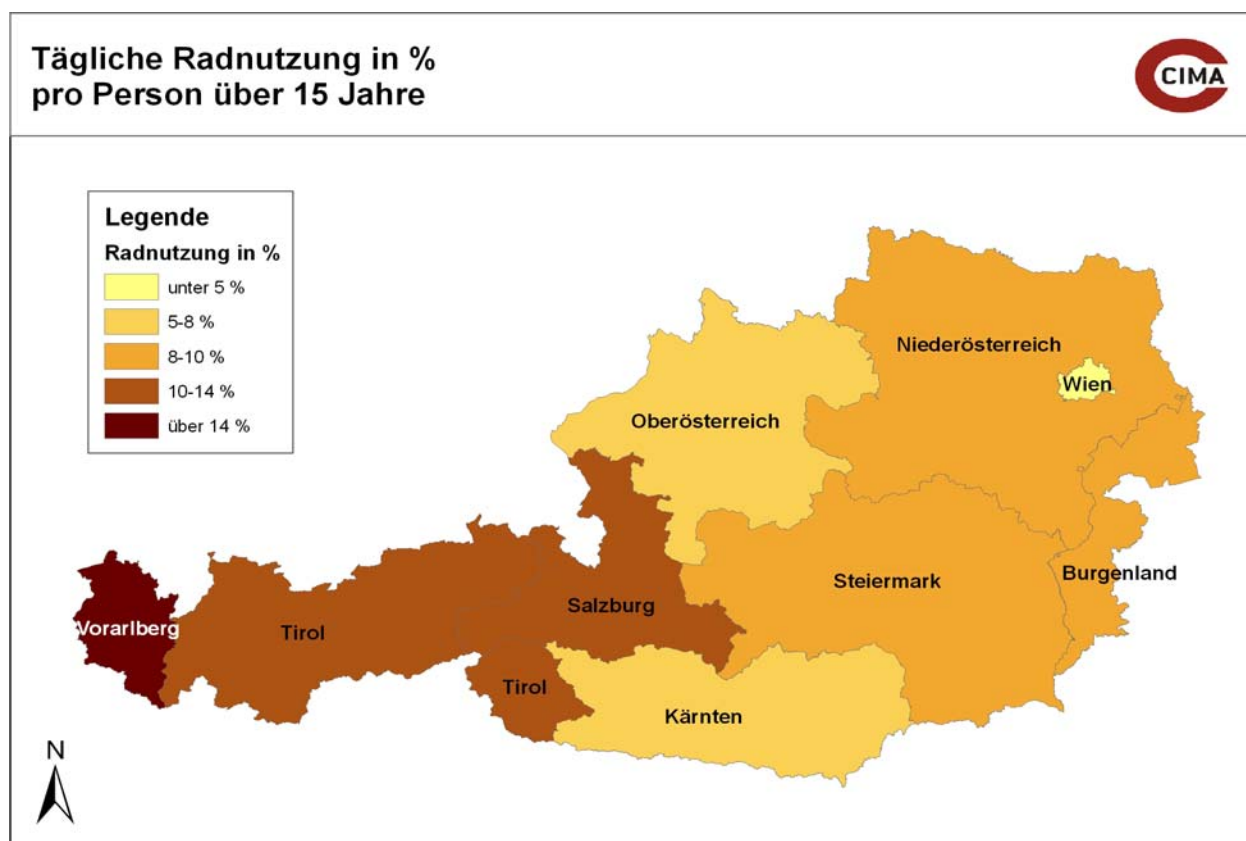


Foto 1: SchülerInnen / StudentInnen fahren überdurchschnittlich viel. Im internationalen Vergleich liegt Österreich mit 5 % Radverkehrsanteil im europäischen Mittelfeld. Hier liegt deutlich die Niederlande mit 27 % an der Spitze, dahinter mit 19 % Dänemark. Diese beiden Nationen liegen klar vor allen anderen Ländern mit sehr hohen Radanteilen in vielen (größeren) Städten. Am hinteren Ende der Rangliste liegt Großbritannien mit 2 % Radnutzung.

Land	Radnutzung in %	Detailinformationen
Niederlande	27%	Top-Städte zwischen 35 und 40 % Nutzungshäufigkeit, die geringsten Werte liegen bei 15 bis 20 %; z.B.: Zwolle (40 %), Groningen (39 %), Enschede (36 %), Utrecht (32 %), Amsterdam (28 %), Eindhoven (27 %), Den Haag (24 %), Maastricht (24 %), Rotterdam (19 %)
Dänemark	19%	größere Städte liegen alle meist um die 20 %, mit nur geringen Unterschieden
Deutschland	10%	deutlich höhere Werte in Westdeutschland, insbesondere in Nordrhein-Westfalen, mit Anteilen zwischen 20 und 30 %, geringere Werte insbesondere im Ruhrgebiet; an der Spitze die Fahrradstadt Münster (rd. 40 %), weitere Städte: Bremen (23 %), Erlangen (25 %), Freiburg (26 %), München (15 %), Hamburg (11 %)
Schweiz	9%	insbesondere der Kanton Winterthur (ca. 20 %) und einige Städte (Bern, 15 %; Basel, 17 %) mit höheren Anteilen
Belgien	8%	Fahrradanteil in der Region Flander mit 15 % am höchsten, an einigen Standorten werden sogar noch höhere Werte erreicht, z.B.: Bruges (beinahe 20 %)
Schweden	7%	In den Städten höher, meist bei rund 10 %; höhere Anteile in Lund und Malmö (20 %), höchster Anteil in Västerås (33 %)
Italien	5%	Höhere Werte in der Po-Region, mit Standorten wie Parma (über 15 %) oder Ferrara (beinahe 30 %), hoch auch in Florenz (20 %)
Frankreich	5%	Top in Strassburg (12 %) und Avignon (10 %)
Irland	3%	Kaum größere Abweichungen, am meisten noch in Dublin (5 %)
Tschechien	3%	Einige Städte mit höherem Anteil (Ostrava, Olmütz und Budweis mit Werten zwischen 5 und 10 %), die höchsten Anteile finden sich beispielsweise in Prostejov (20 %), Hauptstadt Prag mit 1 %
Großbritannien	2%	Einige isolierte Standorte mit höheren Nutzungsraten: York und Hull (11 %) sowie die Universitätsstädte Oxford und Cambridge (beinahe 20 %)
Österreich	5%	Bundesland Vorarlberg mit 14 % sehr hoch, ansonsten noch stark in Graz (14 %) und Salzburg (19 %), Innsbruck (13 %), Spitzenwerte auch in Vorarlberger und Tiroler Städten erreicht, insbesondere in den Innenstädten hohe Anteile, Hauptstadt Wien mit 5,5 %

Tabelle 3: Radnutzung in % nach Ländern

Quelle: CIMA eigene Bearbeitung, 2010; Bicycle Use in different Countries, Frulanu & de Munck, 2007



Karte 1: Tägliche Radnutzung in % pro Person über 15 Jahre

Quelle: CIMA eigene Bearbeitung, 2009; Statistik Austria, Studie Umweltbedingungen und Umweltverhalten, 2007

Verkehrsmittelwahl zum Einkaufen

Ein Drittel nutzen das Fahrrad gelegentlich zum Einkaufen

Aus den verschiedenen Untersuchungen zum Verkehrszweck werden die Gründe für die Fahrradnutzung sichtbar. Aus einer im Jahre 2007 durchgeführten umfassenden Studie in Niederösterreich zum Thema „Nichtmotorisierter Einkauf“ wurde aus diesem Grunde auch die Frage nach der gelegentlichen Nutzung des Fahrrades zum Einkaufen gestellt. Basierend auf diesen Ergebnissen und mit derselben Methodik wurde diese Fragestellung im Rahmen der vorliegenden Untersuchung auf ganz Österreich ausgedehnt und vergleichbare und somit valide Ergebnisse erhalten. Daraus wird erkennbar, daß rund 30 % der ÖsterreicherInnen gelegentlich mit dem Fahrrad einkaufen.



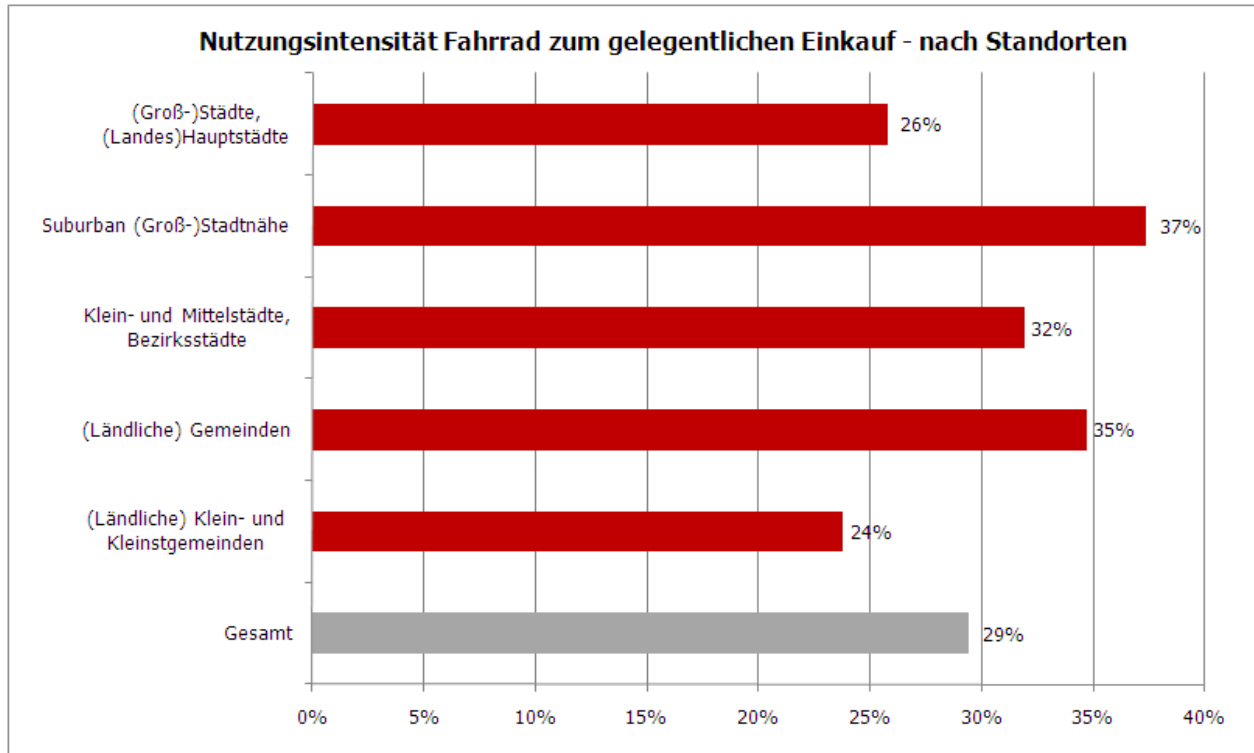
Foto 2: 30 Prozent fahren gelegentlich mit dem Rad einkaufen.

Diese Nutzungsintensität differiert innerhalb der Bundesländer relativ stark und deckt sich im Wesentlichen mit Aussagen und Kennzahlen der Bundesländer zu deren „Fahrradaffinität“. So präsentiert sich auch hier Vorarlberg als Bundesland mit der höchsten Fahrradnutzung zum Einkaufen (44 %).

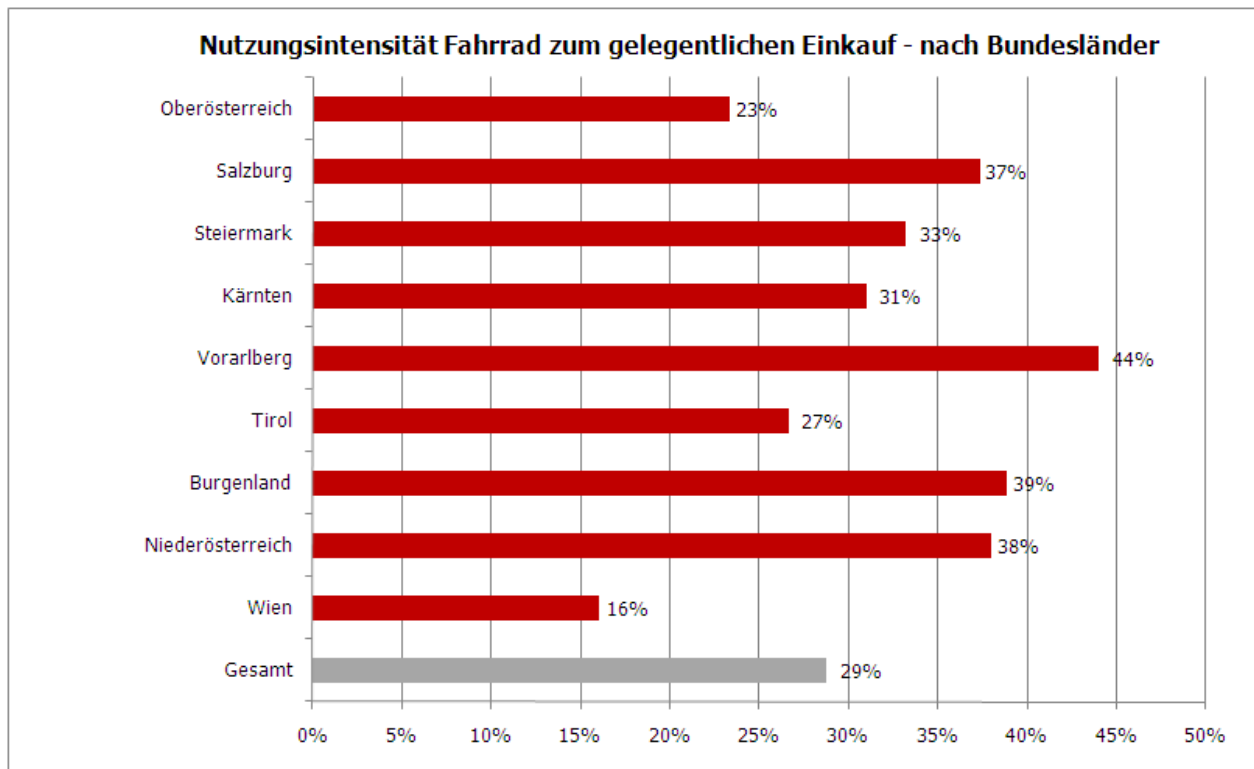


Foto 3: Die Hälfte aller Einkäufe wiegen weniger als 5 kg.

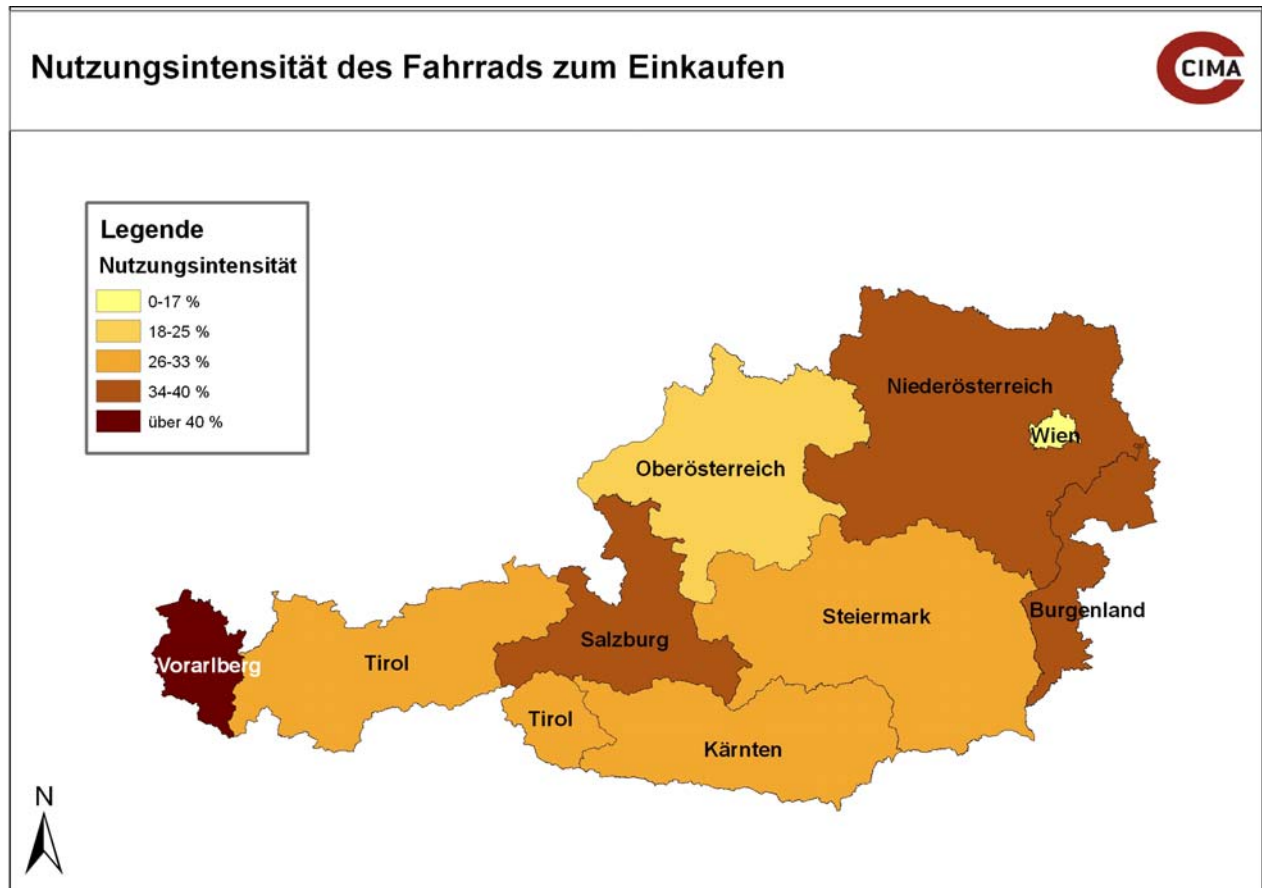
In der Detailbetrachtung nach Standorten erweisen sich hier die suburbanen Bereiche in der Nähe der großen Hauptstädte als die häufigsten Radnutzer. Ebenfalls häufig zeigen sich die EinkaufsradlerInnen in (ländlichen) Gemeinden mit Nahversorgungsstrukturen. Am geringsten ausgeprägt sind diese Nutzergruppen in den Großstädten, auch aufgrund der oftmals leistungsfähigen Öffentlichen Verkehrsmittel und in den peripheren ländlichen Klein- und Kleinstgemeinden. Hier fehlt oft die Handels- bzw. Nahversorgungsstruktur und somit das Fahrt- bzw. Einkaufsziel.



Grafik 3: Nutzungsintensität Fahrrad zum gelegentlichen Einkauf – nach Standorten
Quelle: CIMA 2007;2010



Grafik 4: Nutzungsintensität Fahrrad zum gelegentlichen Einkauf – nach Bundesländer
Quelle: CIMA 2007;2010

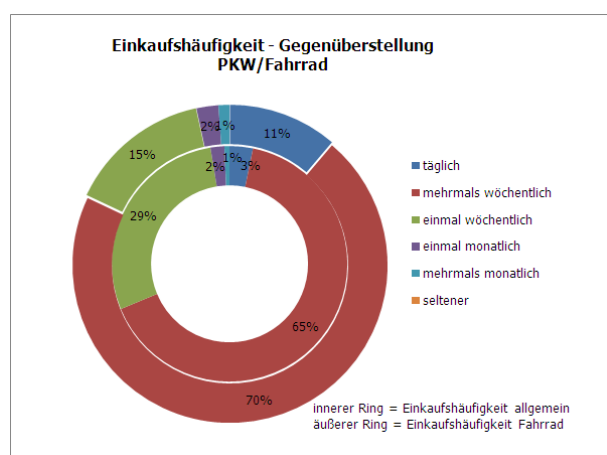


Karte 2: Nutzungsintensität des Fahrrads zum Einkaufen
Quelle: CIMA 2007;2010

Häufiges Einkaufen mit dem Fahrrad

RadfahrerInnen sind treue und häufige KundInnen

FahrradfahrerInnen sind die treueren Kunden/Innen, denn sie kommen wesentlich häufiger einkaufen als PKW-FahrerInnen. Diese Hypothese wurde bereits in einigen Untersuchungen angestellt (vgl. „Radverkehr belebt das Geschäft“, Land Steiermark, 2009 bzw. Dt. BAG Handelsverband, 2005). Empirisch nochmals bestätigt werden diese Werte durch die im Rahmen dieser Studie durchgeführte repräsentative Primäranalyse in 1.000 österreichischen Haushalten. Demnach versorgen sich mehr als 80 % der fahrradnutzenden Personen in Österreich zumindest mehrmals wöchentlich in den Handelsgeschäften. Im Vergleich dazu kommen die durchschnittlichen PKW-NutzerInnen auf 68 % im selben Zeitraum.

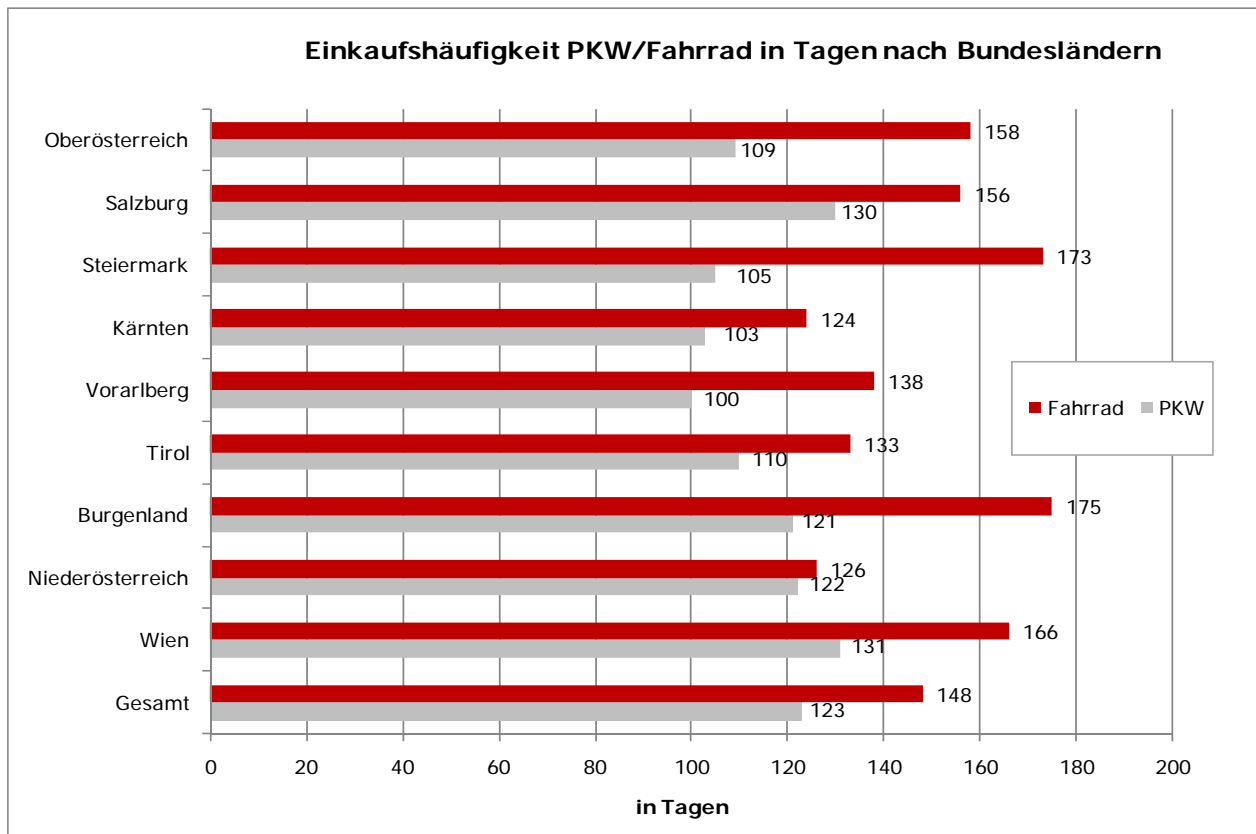


Grafik 5: Einkaufshäufigkeit – Gegenüberstellung PKW/Fahrrad
Quelle: CIMA 2010

Vergleicht man diese beiden Verkehrsmittel mit der Kennzahl „Einkaufshäufigkeit in Tagen“, so läßt sich die häufigere Einkaufsneigung der RadfahrerInnen deutlich erkennen. Der Einkauf mit dem PKW findet insgesamt an 123 Tagen statt, während der Einkauf mit dem Fahrrad an 148 Tagen erledigt wird. Somit müßte der lokale Einzelhandel eigentlich seine RadfahrerInnen gut kennen, denn diese sehen die VerkäuferInnen insgesamt 4 Wochen länger. Zu ähnli-

chen Ergebnissen bei den radnutzenden Personen kommt die TU Dresden bei ihrer Studie zum Einkaufsverkehr in Leipzig 1999. Hier wurden 114 Besuchstage der fahrradnutzenden Personen im innerstädtischen Handel gezählt. Deutlich allerdings unterscheidet sich diese Kennzahl bei den PKWs, die mit 62 Besuchen pro Jahr mehr als doppelt so gering ausfallen. Aufgrund der isolierten Betrachtung einer (einzigen) Großstadt in Deutschland erscheint dieser Wert für eine Gesamtbetrachtung (eines Bundeslandes bzw. Gesamtstaat) nicht ausreichend. Hier dürften die aus der projektrelevanten Primärerhebung gewonnenen Erkenntnisse besser geeignet sein, da sie verschiedene Standortstrukturen (Urbaner, Suburbaner und peripherer Raum) gemeinsam betrachten und damit brauchbare Kennzahlen für eine Querschnittsbetrachtung liefern. Allerdings eine Aussage bleibt unbestritten: Personen, die zum Fahrrad greifen sind häufigere Gäste im heimischen Einzelhandel, als die PKW-FahrerInnen.

In der Detailbetrachtung der Fragestellung nach der Einkaufshäufigkeit PKW versus Fahrrad kommen RadlerInnen in allen Bundesländern öfter in die Handelsbetriebe als PKW-nutzende Personen. Der größte Unterschied zeigt sich hier in der Steiermark, vor dem Burgenland, Oberösterreich und Vorarlberg, dem leistungsfähigsten Radfahrbundesland Österreichs.



Grafik 6: Einkaufshäufigkeit PKW/Fahrrad in Tagen nach Bundesländern
Quelle: CIMA 2007;2010

Innerhalb der örtlichen Strukturen erweisen sich rad-nutzende Personen als treue Kunden/Innen der kernnahen Geschäftsstrukturen, die meist in Orts- und Stadtkernen situiert sind. Geringere Affinität läßt sich zu den Angebotsstrukturen in den Streu- und Peripherielagen feststellen, insbesondere „grüne Wiese“-Standorte von uniformen Fachmarkt- und Einkaufszentren an verkehrsintensiven Standorten. (vgl. Studie Nichtmotorisierter Einkauf in Niederösterreich, CIMA Beratung und Management, 2007). Noch deutlicher gemieden werden diese Standorte bei Schwerpunkten mit „autoaffinen“ Branchen. Dazu gehören im Wesentlichen die Garten- und Baufachmärkte, Einrichtungshäuser sowie sonstige großflächige Anbieter im langfristigen Bedarfsbereich².

² „Güter des langfristigen Bedarfs“ (LFR Bedarfsgüter)
Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte und Beleuchtungsartikel, Foto und Optik, Haushaltswaren, Glas, Porzellan und Keramik, Werkzeug, Bau-/Heimwerkerwaren und Gartenbedarf, Möbel, Wohnungseinrichtung und Heimtextilien, Uhren und Schmuck.

Folgerichtig müßte die Förderung des Radverkehrs den Handel in den Kernbereichen stärken können. Schlüssige Beweise dazu liefern ebenfalls einige Untersuchungen aus den Niederlanden und Frankreich (vgl. Literature search bicycle use and influencing factors in Europe, Van Hout Kurt, 2008). Demnach könnten in einigen City-Centern durch stärkere Radorientierung höhere Umsätze durch längere Verweildauer dieser KäuferInnen erreicht werden. Somit stellt der/die Fahrradkunde/In eine potente Zielgruppe für den lokalen Einzelhandel dar, mit hohen Wertschöpfungseffekten. Weitere Beweise dazu werden in den nächsten Kapiteln geliefert.

Spannend dazu gestaltet sich die Frage der Einkaufshäufigkeit mit den Ausgabesätzen nach Verkehrsmittel. Dadurch läßt sich feststellen, welcher Fahrzeugtyp die größte Wertschöpfung für den heimischen Einzelhandel liefert.

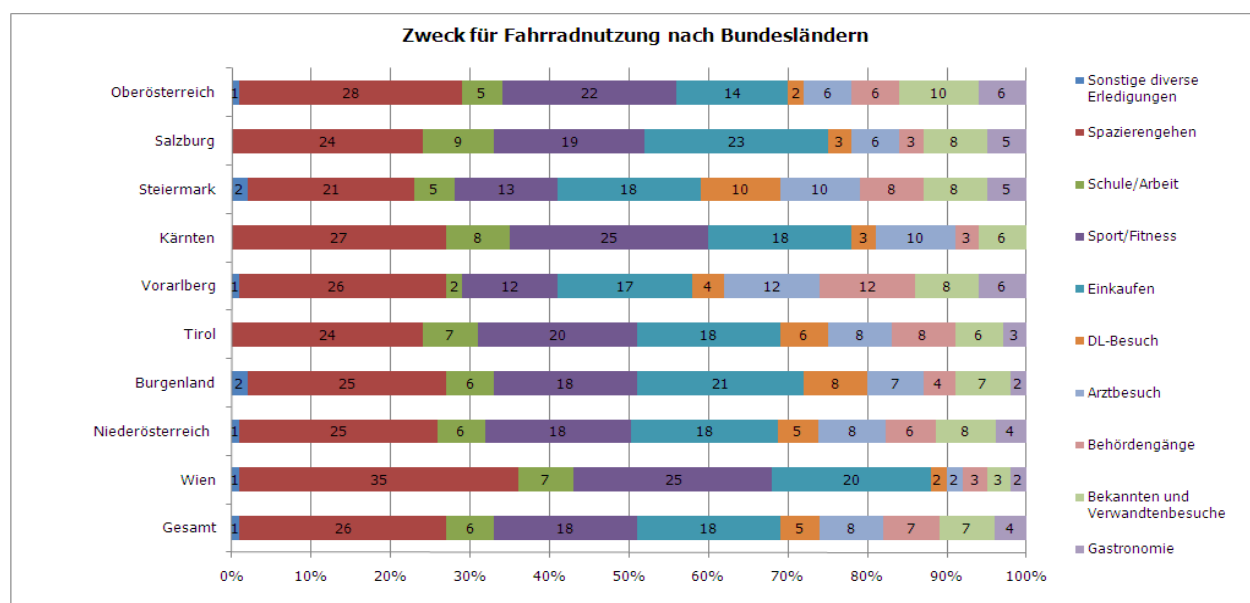
Verkehrszwecke der Wege mit dem Rad

Häufiger Fahrradnutzungsgrund Einkaufen

Aus verschiedenen Quellen werden den „privaten Erledigungen/Einkäufen“ die höchsten Prozentwerte des Wegzweckes mit dem Fahrrad zugewiesen. (vgl. dazu Verkehr in Zahlen 2007, Herry Consult, i.A. des BMWV; Steirischer Fahrradklimatest 2007, NÖ Mobilitätsbefragung 2003 und 2008, NÖ Landesregierung, Abt. Gesamtverkehrsangelegenheiten, u.a.). Dabei werden Werte zwischen 21 % und 35 % am werktäglichen Wegverkehr festgestellt. Nur in wenigen Fällen wird das Einkaufen als Zweck gezielt herausgenommen, dann werden aus den oben genannten Quellen zwischen 8 % (NÖ Mobilitätsbefragung 2008) und 26 % (Steirischer Fahrradklimatest 2007) angegeben. Ausgerüstet mit diesen sekundärstatistischen Grundwerten erfolgt der Vergleich mit der in den Monaten Februar und März 2010 durchgeführten Primäranalyse in den österreichischen Haushalten.

Der wichtigste Grund demnach das Fahrrad zu nutzen liegt bei Betrachtung aller Nennungen beim gemütlichen „Spazierenfahren“ (26 %), dann folgen mit gleicher Präferenz (18 %) das „Einkaufen“ sowie „Sport und Fitness“. Die Bandbreite des Einkaufens als Wegzweck wird zwischen 14 % und 23 % festgelegt, am liebsten gehen demnach die SalzburgerInnen mit dem Fahrrad einkaufen, am wenigsten Lust dazu haben die OberösterreicherInnen.

Nicht verwunderlich weisen Frauen beim Nutzungszweck Einkaufen mit dem Fahrrad wesentlich höhere Werte auf als die Männer. Umgekehrt zeigt sich dies bei der Nutzung des Fahrrades als Sport- und Fitnessgerät mit deutlich prozentuellem Übergewicht beim starken Geschlecht.



Grafik 7: Zweck für Fahrradnutzung nach Bundesländern (in % der gesamten Nennungen)
Quelle: CIMA 2010

Weglänge

Über 80 Prozent der Einkaufsfahrten mit dem Auto sind kürzer als fünf Kilometer

Laut einer Untersuchung des Verkehrsclub Österreich aus dem Jahre 2006 werden bei jeder zweiten Autofahrt weniger als 4-5 km zurückgelegt. Viele dieser Fahrten haben ausschließlich Versorgungscharakter. Ein ähnliches Ergebnis liefert eine Studie des Allgemeinen Deutschen Fahrradclubs (ADFC) in Deutschland. Hier werden von 75 % der KonsumentInnen nur rund 3 km als Einkaufsstrecke angegeben.

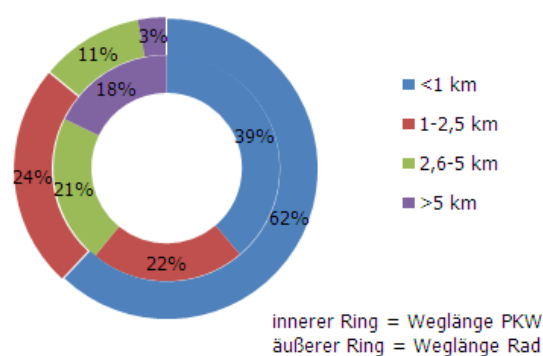


Foto 4: Michael Praschl / www.radland.at

Vergleichbare Ergebnisse liefert die Primäranalyse in den österreichischen Haushalten, denn bei den Personen, die mit dem PKW einkaufen, fahren rund 80 % eine kürzere Strecke als 5 km zu ihrer präferierten Einkaufsstätte. Mehr als 60 % der motorisierten EinkäuferInnen legen sogar unter 2,5 km für ihre Versorgungsfahrten zurück. Im Durchschnitt sind es etwa 2,5 km, die ein PKW zum normalen Einkaufsstandort zurücklegt. Im Vergleich dazu legen RadfahrerInnen im Durchschnitt eine Strecke von 1,6 km zurück, um sich mit den gewünschten Handelswaren zu versorgen. Rund 86 % der EinkäuferInnen mit dem Fahrrad nehmen eine Strecke von unter 2,5 km für ihre Erledigungen auf sich, sogar 3 % mehr als 5 km. Zwischen den

Bundesländern unterscheiden sich die Werte nur geringfügig, auch nach den Standortunterschieden lassen sich keine größeren Differenzen nachvollziehen. Eher noch weisen in suburbanen Regionen (meist direkte Nachbarmbereiche größerer Städte) mit 1,8 km durchschnittlicher Wegstrecke tendenziell höhere Werte auf, als Radeinkäufe aus anderen Regionen.

Gegenüberstellung Weglänge PKW-Rad



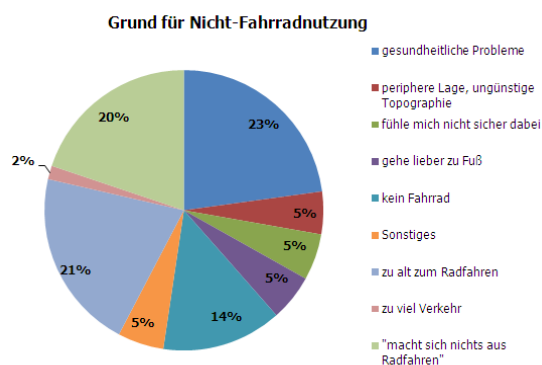
Grafik 8: Gegenüberstellung Weglänge PKW-Rad
Quelle: CIMA 2007;2010

Auf kürzeren Strecken ist das Fahrrad allen anderen hinsichtlich Schnelligkeit, Kosten und direkter Erreichbarkeit überlegen. Allein aus dieser Betrachtung würde sich ein großer Anteil des Pkw-Verkehrs zum Einkaufen auf das Fahrrad verlagern lassen (ohne Berücksichtigung schwerer, sperriger Einkaufsgüter). Geht man davon aus, dass jene Wegstrecken, die im Durchschnitt mit dem Fahrrad zurückgelegt werden (hier: etwa 1,5 km) künftig auch nicht mehr mit dem Pkw zurückgelegt werden, so könnte (unter Berücksichtigung der saisonalen Einschränkungen) max. 30-35 % am innerörtlichen (Einkaufs-)Verkehr eingespart werden! In der Realität dürfte somit ein Prozentsatz von 15 bis 20 % erreichbar sein.

Hemmnisse für die Fahrradnutzung

Gründe warum das Rad nicht zum Einkaufen verwendet wird

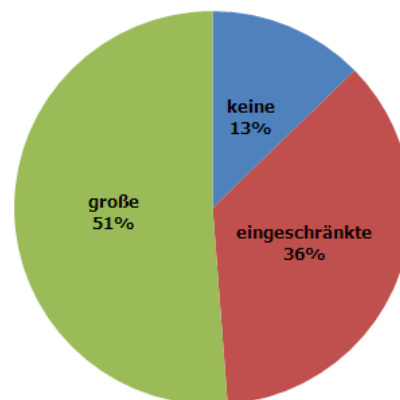
Das Fahrrad wird für verschiedenste Zwecke genutzt, sehr häufig auch zum Einkaufen. Im Vergleich dazu sollen nun die Gründe für Nichtnutzung des Fahrrades bzw. die Hemmnisse erläutert werden. Aus den Ergebnissen der Haushaltsbefragungen (Februar/März 2010) werden am häufigsten gesundheitliche Probleme bzw. altersbedingte Schwäche (zusammen rund 46 %) als Hauptgründe, das Fahrrad nicht zu benutzen, genannt. Besorgniserregend sind 20 %, die sich „nicht sicher fühlen“, denn hier wurde von der öffentlichen Hand verabsäumt, sichere und attraktive Radwegestrukturen zur Verfügung zu stellen.



Grafik 9: Grund für Nicht-Fahrradnutzung
Quelle: CIMA 2007;2010

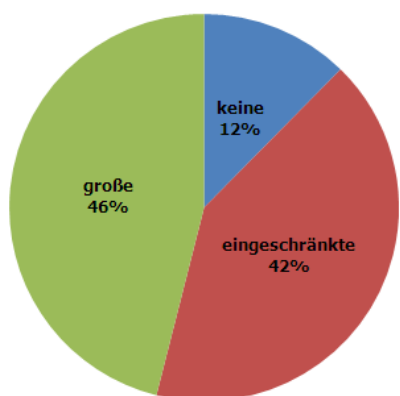
Neben den Gründen für einen generellen Verzicht auf das Fahrrad, stellen Wetter- und Witterungseinflüsse sowie klimatische Veränderungen Einschränkungen für die Fahrradnutzung dar. Bei der Frage, wie sich die Einkaufsneigung mit dem Fahrrad durch wetter- und jahreszeitbedingte Einflüsse verändern würde, sehen dies ca. die Hälfte aller Befragten als wichtigen Erschwernis- und Hemmnisgrund an.

Welche Rolle spielt das Wetter?



Grafik 10: Welche Rolle spielt das Wetter?
Quelle: CIMA 2007;2010

Welche Rolle spielt die Jahreszeit?



Grafik 11: Welche Rolle spielt die Jahreszeit?
Quelle: CIMA 2007;2010

Ein weiterer oftmals genannter Grund, den PKW dem Fahrrad als Verkehrsmittel zum Einkaufen vorzuziehen, liegt bei der größeren Transportkapazität des PKWs. Insbesondere für große, sperrige Waren und „volle“ Einkaufswägen stoßen die nichtmotorisierten EinkäuferInnen an ihre logistischen Grenzen. Allerdings zeigt sich aus empirischen Beobachtungen bei Anbietern großer sperriger Waren ein gänzlich anderes Bild. Denn so ließen sich rund 70 % der getätig-

ten Einkäufe problemlos per Fahrrad oder Korb nach Hause transportieren (vgl. „Radverkehr belebt das Geschäft“, Land Steiermark, 2009).



Foto 5: 70% der getätigten Einkäufe lassen sich problemlos mit dem Fahrrad transportieren.

Auch in anderen Quellen wird dies weitestgehend bestätigt, so konnte bei einer weiteren empirischen Beobachtung festgestellt werden, dass die Hälfte aller Einkäufe weniger als 5 kg gewogen habe und somit ein Transport mit dem Fahrrad (inklusive ggf. leistungsfähigem Transportkorb) problemlos zu erledigen sei.

Unterschiedliches Ausgabeverhalten

Mit welchem Verkehrsmittel kommt der „bessere“ Kunde

Bei einem normalen Einkauf gibt ein/e FahrradfahrerIn rund 20 € für seine/ihre Waren aus. Nur gering unterscheidet sich dieser Betrag innerhalb der Bundesländer, die Bandbreite liegt hier zwischen 26 € in Niederösterreich und rund 18 € in Oberösterreich. Diese Ergebnisse wurden aus der projektrelevanten Haushaltsbefragung erhalten, ähnliche Werte zeigen sich auch bei den unterschiedlichsten sekundärstatistischen Quellen. Meist liegt hier dieser Betrag bei rund 20 €. Kaum größere Abweichungen zeigen sich in der Bandbreite der Ausgabensätze, denn 90 % der Fälle liegen unter 30 €. Die Höhe der durchschnittlichen Ausgaben ist von einigen demographischen und sozioökonomischen Merkmalen direkt abhängig. So geben Haushalte mit geringem Einkommen wie erwartend auch deutlich weniger aus (sogar nur rund die Hälfte), umgekehrt zeigen sich Haushalte mit höherem Einkommen mit bis zu 40 € pro Fahrradeinkauf „konsumfreudiger“. Ebenso erweisen sich KonsumentInnen mit höherer Bildung, insbesondere HochschulabgängerInnen als spendabler bei den nichtmotorisierten Einkäufen.

Im Vergleich dazu werden bei einem Einkauf mit dem PKW in ausgewählten Klein- und Mittelstädten im Durchschnitt 32,50 € und im gesamten Bundesland Niederösterreich im Mittel rund € 40 ausgegeben³, (vgl. Nichtmotorisierter Einkauf in Niederösterreich, CIMA GmbH, 2007). Diese Werte können auch auf Gesamtösterreich angewendet werden. Bei diesem Durchschnittswert gibt es z.T. größere Abweichungen in der Literatur. Teilweise werden hier Werte zwischen 32 und 60 € angegeben (vgl. Studie TU Dresden, Einkaufsverkehr in

Leipzig 1999 bzw. Untersuchungen des BAG, 2005). Diese Unterschiede lassen sich auf die untersuchten Standorte und Strukturen umlegen. So liegen die Werte wesentlich niedriger bei Erhebungen an Strukturen mit Nahversorgungsschwerpunkten. Demgegenüber konnten bei Standorten mit umfassenden Handelsangeboten hier deutlich höhere Durchschnittswerte festgestellt werden.



Foto 6: Durchschnittlich geben RadfahrerInnen rund 20 Euro pro Einkauf aus.

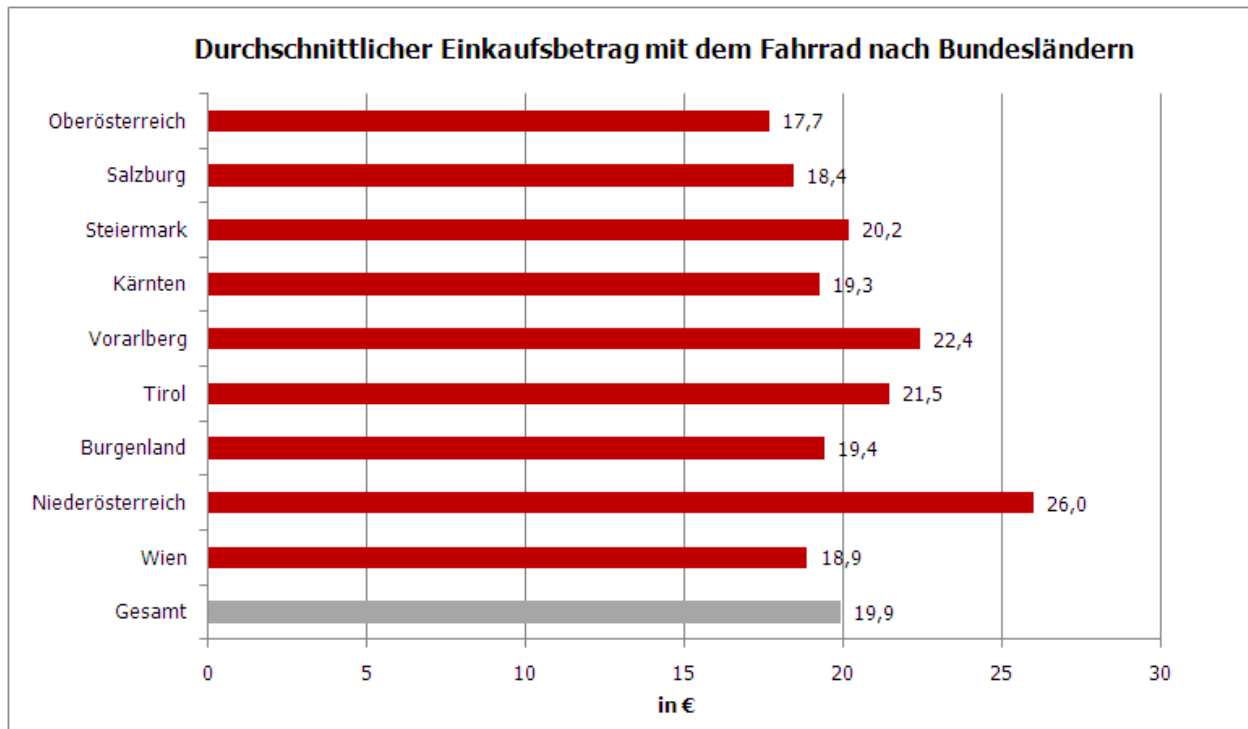
Vergleicht man nun die Wertschöpfung der beiden Verkehrsmittel zum Einkaufen, den PKW und das Fahrrad, so ergibt sich folgendes Bild:

Auf das gesamte Land Österreich gerechnet erreicht der PKW-Einkauf eine um 25 % höhere Wertschöpfung als der Fahrrad-Einkauf. Vergleicht man allerdings die Bundesland-Ergebnisse und jene nach ausgewählten Standortbereichen geson-

³ Als Mittelwert wird hier der Medianwert (=50 % der aufgetretenen Fälle) verwendet.

dert, zeigt sich in manchen Fällen ein gänzlich anderes Bild. So liegen beispielsweise die Bundesländer Steiermark und Vorarlberg hier gleichauf, ebenso wie die betrachteten (ländlichen) Gemeinden (meist mit 1.500 bis 3.000 Einwohnern/Innen). Demnach läßt sich die Einstiegsfrage des/der „besseren Kunden/In“, Radfahrer/In oder Autofahrer/In nur oberflächlich zugunsten der mit dem

PKW einkaufenden Personen bejahen, in der Detailbetrachtung liegt der/die Radfahrer/In bereits in einigen Fällen gleichauf. Unter Berücksichtigung der höheren Treue der radeinkaufenden Personen für den eigenen Standort, kann man dies auch berücksichtigen und somit dem/r Radfahrer/In bereits in einigen Fällen des Prädikat „Bessere/r Kunde/In für den örtlichen Handel“ zuerkennen.



Grafik 12: Durchschnittlicher Einkaufsbetrag mit dem Fahrrad nach Bundesländern
Quelle: CIMA 2007;2010

Bundesländer/ Standorte	Einkaufstage		Wertschöpfung Haushalte in € pro	
	PKW	Fahrrad	PKW	Fahrrad
Wien	131	166	4.258	3.132
Niederösterreich	122	126	3.965	3.276
Burgenland	121	175	3.933	3.394
Tirol	110	133	3.575	2.854
Vorarlberg	100	138	3.250	3.095
Kärnten	103	124	3.348	2.387
Steiermark	105	173	3.413	3.490
Salzburg	130	156	4.225	2.874
Oberösterreich	109	158	3.543	2.794
(Ländliche) Gemeinden	101	164	3.283	3.280
Klein- und Mittelstädte, Bezirksstädte	130	164	4.225	3.280
Gesamt	123	148	3.998	2.946

Tabelle 4: Vergleich PKW/Fahrrad nach Bundesländern
Quelle: CIMA 2007;2010

Bevorzugte Produkte im Fahrrad-Einkauf

Fahrradeinkauf ist eng mit „Versorgungseinkauf“ verbunden

Die Waren des „täglichen Bedarfs“ (=„kurzfristige Bedarfsgüter“⁴), Bücher, Zeitschriften, Papier und Schreibwaren werden als jene typischen Produkte bezeichnet, die mit dem Fahrrad bevorzugt eingekauft werden.



Foto 7: Das Fahrrad wird besonders für Waren des täglichen Bedarfs verwendet.

Wesentlich geringer ist das Einkaufsverhalten mit dem Fahrrad bereits bei den Waren im Bereich „Bekleidung/Schuhe“, „Spiel/Sport“ sowie „Uhr/Schmuck“. Diese Ergebnisse wurden deckungsgleich bei den Befragungen in Niederösterreich (2007) und in den anderen Bundesländern (2010) festgestellt. Nur in Einzelfällen werden auch noch „sonstiger Hausrat“ und „Elektro/Foto/Computer“ von fahrrad-nutzenden Personen beschafft, die aufgrund ihrer Größe eher zu den „auto-affinen“ Gütern zu zählen sind. Kaum erfolgt der typische „Erlebniseinkauf“ mit Waren im „konsumigen“ Segment, wie Bekleidung, Schuhe, Spiel, Sport oder Freizeitartikel mit dem Fahrrad. Denn nur rund ¼ aller Befragten gibt an, auch die-

⁴ „Güter des kurzfristige Bedarfs“ (KFR Bedarfsgüter) Nahrungs- und Genussmittel, Apotheken- und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren, Blumen, Pflanzen und zoologische Artikel.

se Waren mit dem Fahrrad einzukufen. Allerdings wird dies dann auch meist mit anderen Produkteinkäufen verbunden.

Eine andere Gewichtung zeigt sich bei den PKW-EinkäuferInnen, die neben den „grundversorgenden“ Warengruppen alle anderen Sortimente häufiger auswählen. Insbesondere die für den Erlebniseinkauf typischen „konsumigen“ Bereiche haben hier eine hohe Bedeutung. Als Fazit daraus kann geschlossen werden, daß ein Erlebniseinkauf gegenwärtig (noch) nicht mit dem Fahrradeinkauf in Verbindung gesetzt wird, die Einkaufstätigkeit wird auf die (reine) Versorgungsfunktion reduziert.



Foto 8: Erlebniseinkauf mit dem Fahrrad ist noch selten.

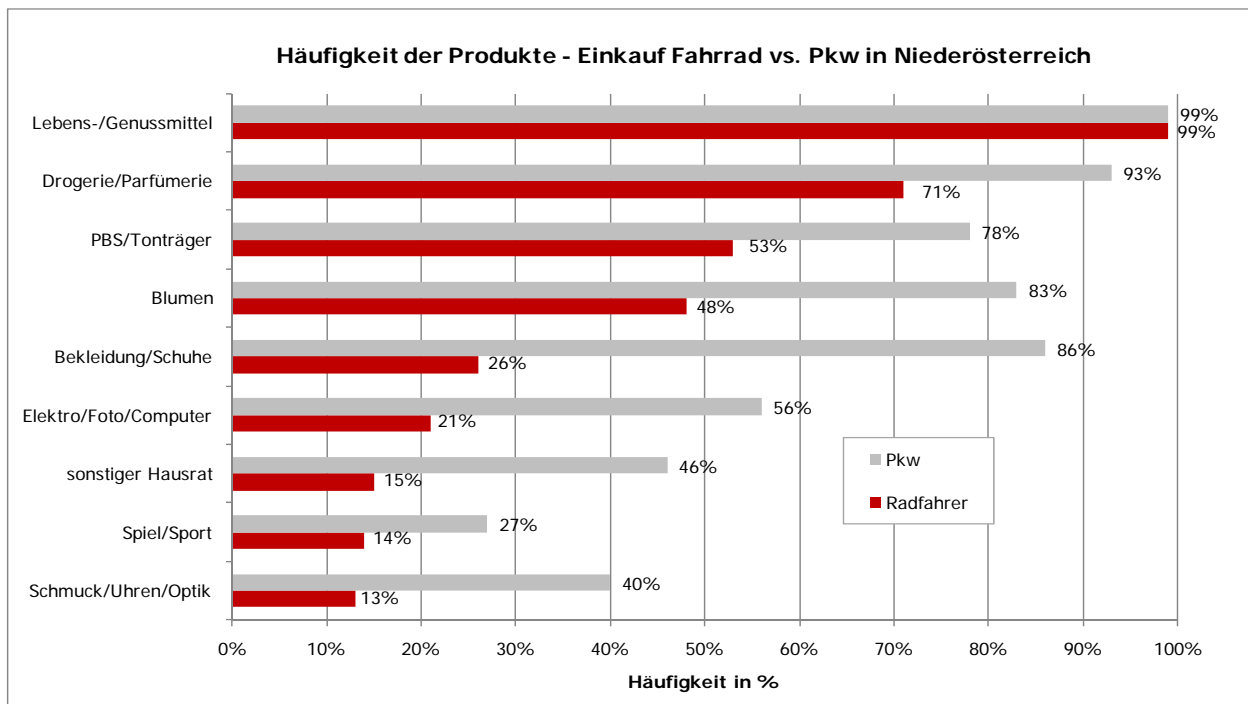
Im Widerspruch dazu kommt die Studie der TU Dresden bei ihrer Untersuchung zum Einkaufsverkehr in Leipzig 1999 auf andere Ergebnisse. Denn hier wurden kaum Unterschiede bei der Produktwahl von PKW-Kunden/Innen und Radfahrkunden/Innen gesehen. Dies läßt sich aus Gutachter-sicht noch für den Spezialfall einer leistungsfähigen Innenstadt anwenden, für ein Gesamtergebnis ei-

nes (Bundes-)Landes scheinen indes diese Ergebnisse nicht umlegbar zu sein.

Gibt es Produkte, die im Fahrradeinkauf immer gemeinsam konsumiert werden? Mit dieser Fragestellung setzt sich die nachstehende Tabelle auseinander. Daran läßt sich erkennen, daß der Versorgungseinkauf mit Lebens- und Genußmitteln (fast) immer mit der Beschaffung von Drogeriewaren (inkl. Reinigungsartikel, Parfümeriewaren, u.ä.) einhergeht. Auch Blumen (inkl. Gartenprodukte)

und Hausratsartikel werden oftmals gemeinsam besorgt.

Anders als der Versorgungseinkauf mit dem Fahrrad wird der „Erlebniseinkauf“ insbesondere in den Warengruppen „Bekleidung/Schuhe, Spiel- und Sportartikel“ sowie „PBS/Tonträger“ (=Papier, Bücher, Schreibwaren) gemeinsam erledigt.



Grafik 13: Häufigkeit der Produkte – Einkauf Fahrrad vs. Pkw in Niederösterreich
Quelle: CIMA 2007;2010

	LM	Drogerie	Bekleidung / Schuhe	Spiel / Sport	PBS / Tonträger	Elektro / Foto /	GPK	Blumen	Uhren / Schmuck /
LM	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe
Drogerie	orange	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	orange	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe
Bekleidung / Schuhe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	orange	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe
Spiel / Sport	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	orange	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe
PBS / Tonträger	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe
Elektro / Foto / Computer	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe
GPK	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe
Blumen	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe
Uhren / Schmuck / Optik	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe	keine Farbe
	kein Zusammenhang								
	niedriger Zusammenhang								
	mittlerer Zusammenhang								
	hoher Zusammenhang								

Tabelle 5: Zusammenhänge zwischen den Warengruppen
Quelle: CIMA 2007

Fahrradpotentiale für den Einzelhandel

RadfahrerInnen – noch wenig erschlossene Zielgruppe

Es lohnt sich der Zielgruppe auch von Seiten des Handels Beachtung zu schenken, denn diese Kunden/Innen kommen wesentlich häufiger als die motorisierten EinkäuferInnen. Durch diese in Summe längere Verweilzeit kann eine bessere Stammkundenbeziehung aufgebaut werden.

Darüber hinaus erhöht sich proportional mit der Besuchshäufigkeit auch die Kontakthäufigkeit für Aktionen, Kampagnen und sonstige direkte Kundenansprache. Fahrradnutzende Personen kaufen gern dort ein, wo sie wohnen oder arbeiten. Meist handelt es sich bei den Einkäufern/Innen mit dem Rad um Menschen, die wohnortnah oder auf dem Arbeitsweg ihre Besorgungen erledigen.

Somit belassen Sie ihre Kaufkraft in der eigenen Gemeinde. Radverkehr sichert somit die Struktur der Ortskerne und Innenstädte und zieht das Angebot des lokalen Einzelhandels in diesen Bereichen den „Grüne Wiese“-Standorten vor. (Quelle: BAG 2005)

Darüber hinaus steigen wegen hoher Energiepreise und wachsendem Gesundheitsbewußtsein immer mehr Menschen auf das Rad um. Wer es sich leisten kann diese Zielgruppe zu ignorieren, verliert langfristig wichtige potentielle Stammkunden.

RadfahrerInnen bringen nicht nur Umsatz, sondern helfen auch die Kosten zu reduzieren. So benötigt ein PKW für einen Stellplatz 12 m², auf denselben Platz lassen sich 10 Fahrräder problemlos abstellen. Dies zeigt sich auch im Vergleich der Kundenrentabilität (Wert der Einkäufe) und Kosten für die Kundenparkfläche (Verbraucherbefragung in Bern,

Quelle: EU-Kommission, 1999): RadlerInnen: 7.500 €/m² gegenüber AutofahrerInnen: 6.625 €/m².



Foto 9: durch geringere Parkplatzkosten bringen Fahrradkunden höhere Rentabilität.

Auch wenn man mentale, historische und geographische Unterschiede berücksichtigt, sind große Potentiale zur Steigerung des Radverkehrsanteils in Österreich erkennbar (Masterplan Radfahren, BMLFUW, 2006).

Innerörtliche, dörfliche, kleinräumige Strukturen eignen sich, um einen hohen Fuß- und Radverkehrsanteil beim Einkaufsverkehr zu erzielen. RadfahrerInnen und FußgängerInnen sind nicht als Konkurrenten der autoorientierten Kunden/Innen zu sehen – sie sind ein eigener, speziell anzusprechender Kundenkreis. (Vgl Radland NÖ, 2007).

Handelswissenschaftliche Hochrechnung

Pro ein Prozent höherem Radanteil können 0,2 Prozent Umsatzpotentiale im örtlichen Handel realisiert werden

Nachdem bereits in einigen Kennzahlen die Potentiale der FahrradeinkäuferInnen für den lokalen Einzelhandel herausgehoben worden sind, erfolgt in diesem Kapitel eine Hochrechnung der Umsatzpotentiale und Wertschöpfungseffekte auf das gesamte Bundesland sowie auf Gesamtösterreich. Hierzu erfolgt des weiteren eine Einschätzung der bisherigen Marktanteile des Radeinkaufs sowie deren Entwicklungsperspektiven. Dazu bedarf es zuerst einiger Modellerklärungen und Vereinfachungen, um diese komplexe Prognose zu erstellen. Die Basis der gesamten Potentialberechnungen liefern die Kaufkraftvolumina⁵ bzw. Kaufkraftpotentiale der österreichischen Bundesländer. Diese wurden aus den Ergebnissen der letztgültigen Konsumerhebung 2004 (vgl. Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte, Statistik Austria) sowie den Hochrechnungen aus den volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen der vergangenen Jahre erhalten. Ebenso berücksichtigt wurde der letztgültige regionale Kaufkraftindex⁶ (vgl. Regionplan, AC-Nielsen, 2008). Im Wesentlichen werden bei den Kaufkraftvolumina die wichtigsten Waren- und Sortimentsgruppen des Ladeneinzelhandels- und -handwerks berücksichtigt, die von privaten Verbrauchern/Innen nachgefragt werden können. Demnach verfügen Österreichs Haushalte gegen-

wärtig über ein Kaufkraftvolumen von rd. 38,1 Mrd. € für den Erwerb ihrer Konsumgüter pro Jahr.

Aus den Nutzungsintensitäten sowie den unterschiedlichen Warengruppenpräferenzen wird das Kaufkraftvolumen „Rad“ gebildet. Dabei wird berücksichtigt, daß manche Produkte „auto-affin“ zu bezeichnen sind und demnach kaum mit dem Rad eingekauft werden. Daraus ergibt sich das Gesamtpotential aller Fahrradeinkäufe von € 3,9 Mrd.



Foto 10: Kaufkraftpotential von 3,9 Mrd. Euro.

⁵ Das Kaufkraft-Volumen gibt an, wieviel Geld sämtliche ortsansässige Haushalte pro Jahr im Einzelhandel ausgeben. Anders ausgedrückt: Das Kaufkraft-Volumen zeigt, wie groß der zu verteilende „Kuchen“ im Einzelhandel, bezogen auf die ortsansässige Bevölkerung, ist.

⁶ Bedingt durch unterschiedliche Haushaltsgrößen und Einkommensverhältnisse ist das Ausgabenniveau der Haushalte von Region zu Region bzw. von Gemeinde zu Gemeinde unterschiedlich. Durch Einbezug des Kaufkraftindex (Daten aus 2008; Basis Gemeindeebene) werden diese Unterschiede berücksichtigt.

Nach der Bestimmung und Festlegung der Kaufkraftvolumina erfolgt die Schätzung des gegenwärtigen Marktanteils des Fahrradeinkaufs am gesamten Kaufkraftvolumen. Unter Berücksichtigung der durchschnittlich zurückgelegten Wegstrecke (rund 1,5 km) läßt sich

feststellen, daß der nichtmotorisierte Einkauf überwiegend auf den eigenen Ort beschränkt ist. Kaufkraftverflechtungen über den eigenen Ort hinaus, werden insbesondere durch (touristische) Gäste erzielt, der Einkauf spielt dabei eher eine untergeordnete Rolle. Daher entspricht der maximal erreichbare Wert der Kaufkrafteigenbindung⁷. Dazu wurden alle Städte und Gemeinden einer handelswissenschaftlichen Gliederung unterteilt und nach deren struktureller Angebotsdichte die Kaufkrafteigenbindungen eingeschätzt bzw. aus der CIMA-eigenen Standortdatenbank verwendet.

Die an den Standorten befindlichen Angebotsstrukturen sowie die Kaufkrafteigenbindung „schränken“ mögliche Umsatzpotentiale für den nichtmotorisierten Verkehr ein. D.h.: Bei geringer Angebotsdichte wird der nichtmotorisierte Einkauf im Wesentlichen auf wenige Warengruppen reduziert sein. Dabei stellt die Kaufkraft-Eigenbindungsquote hier auch die maximal erreichbare Größe dar. Niedrige Bindungsquoten gehen dann auch Hand in Hand mit geringeren Möglichkeiten für den nichtmotorisierten Einkauf. So werden beispielsweise Gemeinden ohne Nahversorgungsstrukturen bzw. gänzlich ohne Handelsbetriebe als Orte ohne Einkaufspotential mit dem Fahrrad eingestuft und reduzieren damit natürlich den bundeslandspezifischen Marktanteil. Demgegenüber werden Standorten mit hoher Strukturdichte des Handels hohe Potentiale für den Fahrradeinkauf eingeräumt.

Somit ergibt sich für Gesamtösterreich ein Marktanteil von 6,6 %, den der Fahrradeinkauf am gesamten Kaufkraftvolumen einnimmt. Dies entspricht einer Summe von 2,53 Mrd. €.

Ländername	Kaufkraftvolumen Gesamt in Mio. €	Kaufkraftvolumen Rad in Mio. €	Marktanteil in % am KK-Volumen gesamt
Burgenland	1.156	154	7,5%
Kärnten	2.320	265	7,5%
Niederösterreich	7.952	1.039	8,0%
Oberösterreich	6.942	539	4,7%
Salzburg	2.588	337	9,4%
Steiermark	5.267	627	7,2%
Tirol	3.230	311	5,6%
Vorarlberg	1.597	230	9,8%
Wien	7.043	409	4,9%
Österreich Gesamt	38.094	3.911	6,6%

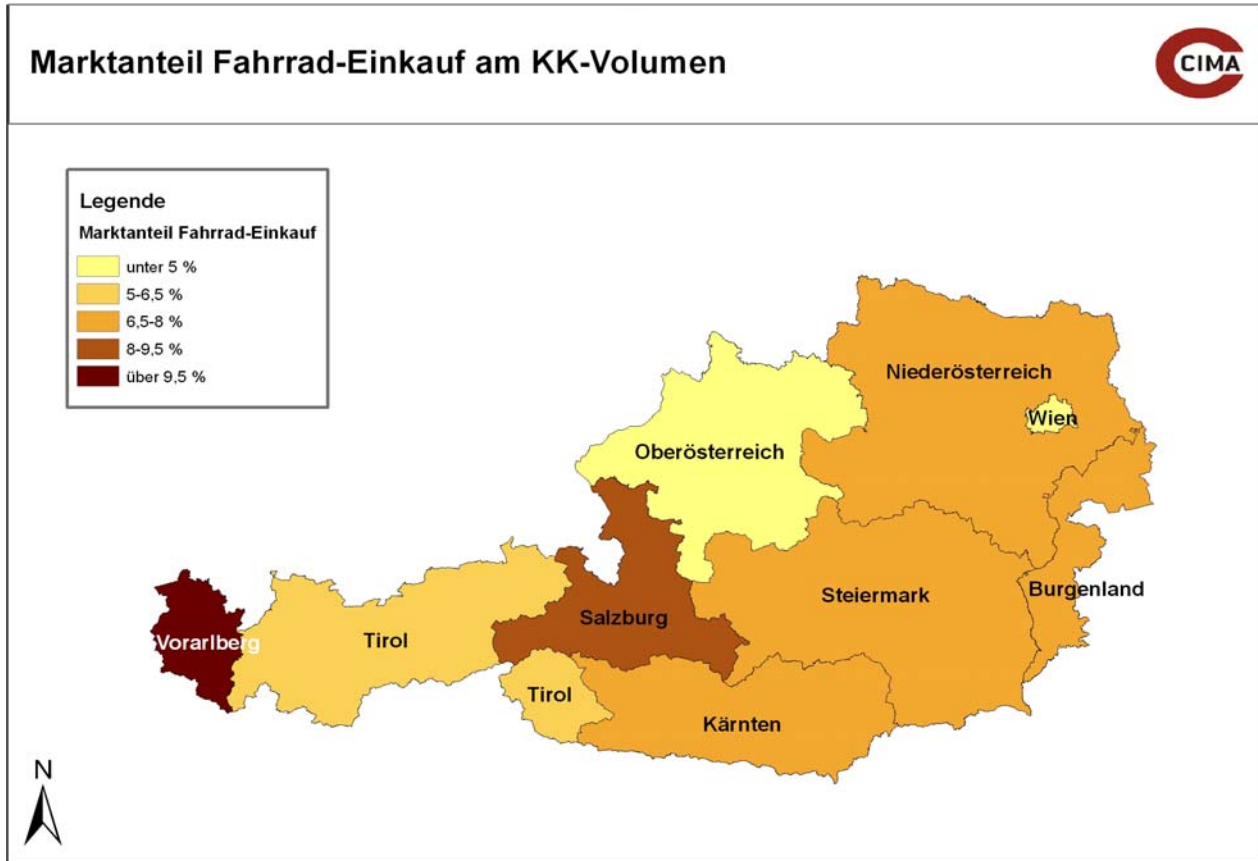
Tabelle 6: Kaufkraftvolumen nach Bundesländern
Quelle: CIMA 2007;2010

In den Bundesländern zeigen sich unterschiedliche gegenwärtige Marktanteile der Radeinkäufe am gesamten Kaufkraftvolumen. An der Spitze liegt hier wieder das Bundesland Vorarlberg mit 9,8 % Marktanteil vor Salzburg mit 9,4 % und Niederösterreich mit 8,0 %. Am Schluß findet sich Wien mit 4,9 %.⁸

Wie sind nun die zukünftigen Möglichkeiten des Radeinkaufs zu bewerten? Nachdem der gegenwärtige Marktanteil bei 6,6 % in Summe über 2,5 Mrd. € für den lokalen Einzelhandel Erlösen läßt, sollte nun bemessen werden, welche Möglichkeiten bei einer Erhöhung der Nutzungsintensität erwartbar sein können. Aus der Modellberechnung konnte abgeleitet werden, daß eine Erhöhung des Radverkehrs um 1 % (und zwar der Nutzungsintensität „gelegentliche Fahrradnutzung zum Einkaufen“), gleichzeitig ein zusätzliches Umsatzpotential von 0,2 % für den lokalen Einzelhandel realisieren läßt. Dies entspricht einer Summe von € 87,6 Mio. die überwiegend durch (zentrale) Handelsangebote realisiert werden kann.

⁷ Wieviel vom Kaufkraft-Volumen der ortsansässigen Bevölkerung auch tatsächlich im Bundesland bzw. in der eigenen Stadt ausgegeben wird, zeigt die Kaufkraft-Eigenbindung in Prozent vom Kaufkraft-Volumen bzw. die gebundene Kaufkraft in Mio. €.

⁸ Allerdings gestaltet sich dieser %-Anteil höher, als nach Nutzungsintensität und weiteren Kennzahlen erwartbar war. Hier erweist sich die strukturelle Stärke an Handelsgeschäften in der Bundeshauptstadt als wesentlicher Grund.



Karte 3: Marktanteil Fahrrad-Einkauf am KK-Volumen
 Quelle: CIMA 2007;2010

In den Bundesländern variiert der Anteil des zusätzlichen Umsatzpotentials zwischen 0,2 % (Burgenland, Oberösterreich, Niederösterreich, Tirol, Steiermark und Kärnten) und 0,3 % (Vorarlberg, Salzburg und Wien) und somit zwischen 2,2 Mio. € im Burgenland und 21,2 Mio. € in Wien.

Bereits im Kapitel „Weglängen“ wurde ein realistisches Einsparungspotential von 10 bis 15 % an PKW-Einkaufsfahrten festgestellt, die in Zukunft mit dem Fahrrad erledigt werden können⁹. Sollte dieses ambitionierte Ziel erreicht werden kann dadurch ein maximal erreichbares Umsatzpotential von zusätzlich insgesamt 1,3 Mrd. € für den örtlichen Einzelhandel aus dieser Zielgruppe ausgeschöpft werden. Dies würde eine monetäre Erhöhung des bisherigen Marktanteils um mehr als 50 % bedeuten.

⁹ Dabei sind wetterbedingte und saisonale Hemmnisse bereits berücksichtigt.

Ländername	Marktanteil Rad gesamt in € Mio	Marktanteile bei 15 % Erhöhung Radverkehr	Zusätzliche Umsatzpotenziale Rad in € Mio
Burgenland	87,0	10,4%	33,2
Kärnten	174,0	11,0%	81,2
Niederösterreich	633,9	11,0%	240,8
Oberösterreich	329,2	7,7%	205,3
Salzburg	243,3	13,2%	98,3
Steiermark	377,2	10,3%	165,3
Tirol	181,6	8,7%	99,4
Vorarlberg	156,3	13,5%	59,3
Wien	346,9	9,5%	322,1
Österreich Gesamt	2.529,5	10,1%	1.305,0

Tabelle 7: Marktanteil Rad nach Bundesländern
 Quelle: CIMA 2007;2010

Allerdings wird der Großteil dieser Summe nicht von neuen Kundengruppen erlöst werden können, sondern eher durch eine Umlage anderer VerkehrsmittelnutzerInnen erfolgen.

Ganz eindeutig davon profitieren werden, bei einer Erhöhung des Radverkehrs, die Strukturen des innerstädtischen bzw. innerörtlichen Handels, denn diese werden vorrangig von den RadnutzerInnen zum Einkaufen genutzt. Somit stärkt und fördert eine Erhöhung des Fahrradanteils im Einkaufen die Orts- und Stadtkerne.

Anhang

Grafikverzeichnis

Grafik 1:	Versorgungsdichte der Haushalte mit Fahrrädern – nach Bundesländern.....	8
Grafik 2:	Modal-Split nach Bundesländern	9
Grafik 3:	Nutzungsintensität Fahrrad zum gelegentlichen Einkauf – nach Standorten	13
Grafik 4:	Nutzungsintensität Fahrrad zum gelegentlichen Einkauf – nach Bundesländer	13
Grafik 5:	Einkaufshäufigkeit – Gegenüberstellung PKW/Fahrrad	15
Grafik 6:	Einkaufshäufigkeit PKW/Fahrrad in Tagen nach Bundesländern.....	16
Grafik 7:	Zweck für Fahrradnutzung nach Bundesländern (in % der gesamten Nennungen).....	17
Grafik 8:	Gegenüberstellung Weglänge PKW-Rad	18
Grafik 9:	Grund für Nicht-Fahrradnutzung	19
Grafik 10:	Welche Rolle spielt das Wetter?	19
Grafik 11:	Welche Rolle spielt die Jahreszeit?	19
Grafik 12:	Durchschnittlicher Einkaufsbetrag mit dem Fahrrad nach Bundesländern.....	22
Grafik 13:	Häufigkeit der Produkte – Einkauf Fahrrad vs. Pkw in Niederösterreich	24

Fotoverzeichnis

Foto 1:	Alexander Seger / www.radland.at	10
Foto 2:	www.pd-f.de / abus	12
Foto 3:	www.nihola.de / Carlos Labraña A.....	12
Foto 4:	Michael Praschl / www.radland.at.....	18
Foto 5:	Michael Praschl / www.radland.at.....	20
Foto 6:	Michael Praschl / www.radland.at.....	21
Foto 7:	Michael Praschl / www.radland.at.....	23
Foto 8:	www.flyer.ch	23
Foto 9:	www.pd-f.de / yuba	25
Foto 10:	www.pd-f.de / selle royal.....	26

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	„Rad-Stars“	10
Tabelle 2:	„Radmuffel“	10
Tabelle 3:	Radnutzung in % nach Ländern.....	11
Tabelle 4:	Vergleich PKW/Fahrrad nach Bundesländern	22
Tabelle 5:	Zusammenhänge zwischen den Warengruppen	24
Tabelle 6:	Kaufkraftvolumen nach Bundesländern	27
Tabelle 7:	Marktanteil Rad nach Bundesländern.....	28

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Tägliche Radnutzung in % pro Person über 15 Jahre	11
Karte 2:	Nutzungsintensität des Fahrrads zum Einkaufen	14
Karte 3:	Marktanteil Fahrrad-Einkauf am KK-Volumen	28

Quellenverzeichnis

Beiträge aus Fachpublikationen

AC-Nielsen: „Regionalplan“, 2008

Amt der NÖ Landesregierung Gruppe Raumordnung: „Radfahren im Alltag in NÖ -es geht nicht um den Bau von Radwegen, sondern ums radfahren“, 2007

Amt der NÖ Landesregierung, Abteilung Gesamtverkehrsangelegenheiten: „Mobilität in NÖ - Ergebnisse der landesweiten Mobilitätsbefragung 2008“, 2008

Amt der Oberösterreichischen Landesregierung Verkehrstechnik – Verkehrskordinierung: „OÖ. VERKEHRSERHEBUNG 2001“, 2001

Amt der Vorarlberger Landesregierung: „Verkehrskonzept Vorarlberg 2006 - Mobil im Ländle - Kurzfassung“, 2006

ARGUS Steiermark: „Beobachtungsstudie: Einkaufsverhalten in Graz und Umgebung“, 2009

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft: „Kurzstudie Wirtschaftsfaktor Radfahren“, 2009

Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen, „Nationaler Radverkehrsplan 2002–2012, Maßnahmen zur Förderung des Radverkehrs in Deutschland“, 2009

CIMA Beratung und Management GmbH: „Studie Nichtmotorisierter Einkauf in Niederösterreich“, 2007

Department of Traffic Planning and Engineering, University of Lund, Sweden: “How to enhance WALKing and CYcliNG instead of shorter car trips and to make these modes safer”, 1999

Deutscher Tourismusverband: „Untersuchung Fahrradtourismus in Deutschland“, 2009

EU-Kommission: „Verbraucherbefragung in Bern“, 1999

Fulanu & de Munck: “Bicycle Use in different Countries”, 2007

Herry Consult GmbH: “Verkehr in Zahlen - Ausgabe 2007“, 2007

HERRY Consult GmbH: „Mobilität in Vorarlberg - Ergebnisse der Verkehrsverhaltensbefragung 2008“, 2009

Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (ILS); Fachbereich Mobilität und Siedlungsentwicklung: „Evaluation des Verkehrskonzeptes im autoreduzierten Stadtteil Freiburg-Vauban“, 2003

Instituut voor Mobiliteit, Van Hout Kurt: „Literature search bicycle use and influencing factors in Europe“; 2008

Krumm, V.; Astleitner, H.; Baumann, B.; Feichtinger, R.: „Verkehrsmittelwahl beim Einkauf – eine verkehrspädagogische Untersuchung am Beispiel Salzburg“, 1993

Land Steiermark: „Radverkehr belebt das Geschäft - Auf dem Weg zum fahrradfreundlichen Geschäft“, 2009

Landesrätin Edlinger-Ploder, K.: „Das steirische Gesamtverkehrskonzept 2008+“, 2008

Mühlenbruch, I.; P3 Agentur für Kommunikation und Mobilität, Köln: „Evaluation der Radverkehrsförderung in NRW – Eine Vorstudie zur Erhebung des Modal-Splits in nordrhein-westfälischen Kommunen“, 2009

Norwegian Public Roads Administration: „National Cycling Strategy – Making cycling safe and attractive“, 2003

Presseinformation Bund Bremen: „Einkaufen mit dem Rad: Fahrradfreundliche Politik hilft dem Einzelhandel“, Juli 2007

Seyringer, E.: „Einzugsbereich und Modal Split von Nahversorgern“, Diplomarbeit für das Fachgebiet Verkehrswesen, 2009

Snizek + Partner Verkehrsplanung: „Mobilität mit Qualität – Salzburger Landesmobilitätsgesetz 2006-2015“, 2006

Stadt Graz Verkehrsplanung: „Mobilitätsverhalten der Grazer Wohnbevölkerung 2008“, 2008

Stadt Münster Stadtplanungsamt: „Broschüre Fahrradhauptstadt Münster – Alle fahren Rad: Gestern, heute, morgen“, 2009

Stadtentwicklung Wien, Magistratsabteilung 18: „Masterplan Verkehr Wien 2003“, 2003

Stadtentwicklung Wien, Magistratsabteilung 18: „Radfahrerbefragung Wien 2006“, 2006

Statistik Austria: „Umweltbedingungen, Umweltverhalten – Ergebnisse des Mikrozensus“, 2007

Statistik Austria: „Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte“, 2004

Thaler, R.; Gleissenberger, E.: „Masterplan Radfahren - Strategie zur Förderung des Radverkehrs in Österreich“, 2006

Beiträge aus Internetquellen

Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club; http://www1.adfc.de/files/2/8/ADFC-Radreiseanalyse_2009.pdf; März 2010

Australian Bicycle Council;
[http://www.goforyourlife.vic.gov.au/hav/admin.nsf/Images/Australian_National_Cycling_Strategy_2005-2010.pdf/\\$File/Australian_National_Cycling_Strategy_2005-2010.pdf](http://www.goforyourlife.vic.gov.au/hav/admin.nsf/Images/Australian_National_Cycling_Strategy_2005-2010.pdf/$File/Australian_National_Cycling_Strategy_2005-2010.pdf); März 2010

BUND; <http://www.einkaufen-mit-dem-rad.de/handel.shtml>; März 2010

Bundesvereinigung der Straßen- und Verkehringenieure;
http://www.bsvi.de/joomla/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=13&Itemid=58; März 2010

Grüner Ring – Region Bremen; <http://www.gruener-ring-region-bre-men.de/internet/page.php?navilD=901000002&site=901000008&brotID=901000002&typ=2&rubrik=901000002>; März 2010

Initiative FahrRad Oberösterreich; www.ifahrrad.at/cms/index.php?id=188; März 2010

Ministry of Transport; www.cyklostrategie.cz/eng/index.html; März 2010

Radland Steiermark;
http://www.radland.steiermark.at/cms/dokumente/10864939_24321473/448b1a92/Steiermark_Fahrradklimatest_final.pdf; März 2010

Radwegmodell Tirol; <http://www.tirol.gv.at/themen/sport/radfahren/radwegmodell/>; März 2010

Stadt Wien; www.wien.gv.at/stadtentwicklung/projekte/verkehrsplanung/radwege/erhebungen/index.html; März 2010

Umfrage Verkehrsclub Österreich 2009; www.oekonews.at/index.php?mdoc_id=1041827; März 2010

Wikipedia; http://de.wikipedia.org/wiki/Fahrradstadt_M%C3%BCnster; März 2010

Wikipedia; http://de.wikipedia.org/wiki/Radverkehr_in_Bremen; März 2010

Fragebogen

Ortscode _____

Cluster _____

1. Wie alt sind Sie?

bis 25 Jahre (1)	36 – 45 Jahre (3)	über 60 Jahre (5)
26 – 35 Jahre (2)	46 – 60 Jahre (4)	

2. Sind Sie

männlich (1) weiblich (2)

3. Nutzen Sie gelegentlich das Fahrrad und wenn ja zu welchem Zweck? (Mehrfachantworten möglich)

- ja (1) und zwar
 nein (2), weil< Grund hinschreiben >

- Spazierenfahren (1) zur Schule oder Arbeit (2) für Sport und Fitness (3)
 fürs Einkaufen (4) DL-Besuch (Frisör, usw.) (5) Arztbesuch (6)
 für Behördengänge (7) Bekannten und Verwandtenbesuche (8)
 Lokalbesuche (Gastronomie) (9) Für sonstige diverse Erledigungen (0).....

4. Aus welchem Grund Nutzen Sie das Fahrrad? (Mehrfachantworten möglich)

- Kostenersparnis (Kraftstoff) (1) Gesundheit, Fitness (2) Umwelt, Klima (3)
 Kein Parkplatzproblem (4) Teilweise sogar schneller als mit PKW, Zeitersparnis (5)
 Kein PKW (6) Sonstige (7).....

5. Welches Verkehrsmittel nutzen Sie am häufigsten zum Einkaufen?

- (eigener) PKW (1) zu Fuß (2) Fahrrad (3)
 Bus, Bahn, öffentl. Verkehr(4) Mitfahrmöglichkeit PKW fremd (5)
 Sonstiges (6)

6. Wie häufig gehen Sie normalerweise einkaufen (durchschnittlicher Versorgungseinkauf eines Haushaltes)?

täglich (1)	<input type="checkbox"/>	mehrmals wöchentlich (2)	<input type="checkbox"/>
einmal wöchentlich (3)	<input type="checkbox"/>	einmal monatlich (4)	<input type="checkbox"/>
mehrmals monatlich (5)	<input type="checkbox"/>	seltener (6)	<input type="checkbox"/>
eigentlich nie (7)	<input type="checkbox"/>		

7. Wenn Sie das Fahrrad zum Einkaufen nutzen, wie ändert sich diese Häufigkeit?

- Häufigkeit ändert sich nicht, gehe genauso häufig (0)
 gehe dann häufiger einkaufen (1).....
 (Witterungs- und Saisonbedingt) weniger, und zwar (2)

täglich (1)	<input type="checkbox"/>	mehrmals wöchentlich (2)	<input type="checkbox"/>
einmal wöchentlich (3)	<input type="checkbox"/>	einmal monatlich (4)	<input type="checkbox"/>
mehrmals monatlich (5)	<input type="checkbox"/>	seltener (6)	<input type="checkbox"/>
eigentlich nie (7)	<input type="checkbox"/>		

8. In welcher Entfernung liegt Ihre bevorzugte Einkaufsmöglichkeit? Wie viel Zeit benötigen Sie dorthin?

- <1 km (1) 1-2,5 km (2) 2,6-5 km (3) >5 km (4)
 <15 Min (1) 15-30 Min (2) 31-60 Min (3) >60 Min (4)

9. Wenn Sie mit dem Fahrrad unterwegs sind, ändert dies Ihre Einkaufsstättenwahl (im Hinblick auf Zeit und Entfernung)?

- Nein, Selbe Entfernung und Zeit wie bei der letzten Frage (0)
 Ja und zwar
 <15 Min (1) 15-30 Min (2) 31-60 Min (3) >60 Min (4)
 <1 km (1) 1-2,5 km (2) 2,6-5 km (3) >5 km (4)

10. Denken Sie nochmal an eine durchschnittlichen Einkauf mit dem Fahrrad, welchen Betrag geben Sie hier im Durchschnitt aus (in €)?

Betrag in €

11. Welche Produkte kaufen Sie bei einem durchschnittlichen Einkauf mit dem Fahrrad ein wie häufig? (1= sehr häufig, 2= häufig, 3=gelegentlich, 4=selten, kaum, 5=nie)

- | | | | | | |
|---|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Lebens- und Genussmittel | <input type="checkbox"/> (1) | <input type="checkbox"/> (2) | <input type="checkbox"/> (3) | <input type="checkbox"/> (4) | <input type="checkbox"/> (5) |
| <input type="checkbox"/> Drogerie/Parfümerie | <input type="checkbox"/> (1) | <input type="checkbox"/> (2) | <input type="checkbox"/> (3) | <input type="checkbox"/> (4) | <input type="checkbox"/> (5) |
| <input type="checkbox"/> Bekleidung/Schuhe | <input type="checkbox"/> (1) | <input type="checkbox"/> (2) | <input type="checkbox"/> (3) | <input type="checkbox"/> (4) | <input type="checkbox"/> (5) |
| <input type="checkbox"/> Spiel/Sport | <input type="checkbox"/> (1) | <input type="checkbox"/> (2) | <input type="checkbox"/> (3) | <input type="checkbox"/> (4) | <input type="checkbox"/> (5) |
| <input type="checkbox"/> Papier, Bücher, Schreibwaren/CDs | <input type="checkbox"/> (1) | <input type="checkbox"/> (2) | <input type="checkbox"/> (3) | <input type="checkbox"/> (4) | <input type="checkbox"/> (5) |
| <input type="checkbox"/> Elektro/Foto/Computer | <input type="checkbox"/> (1) | <input type="checkbox"/> (2) | <input type="checkbox"/> (3) | <input type="checkbox"/> (4) | <input type="checkbox"/> (5) |
| <input type="checkbox"/> Sonst. Hausrat, Geschirr, Glas | <input type="checkbox"/> (1) | <input type="checkbox"/> (2) | <input type="checkbox"/> (3) | <input type="checkbox"/> (4) | <input type="checkbox"/> (5) |
| <input type="checkbox"/> Blumen/Pflanzen | <input type="checkbox"/> (1) | <input type="checkbox"/> (2) | <input type="checkbox"/> (3) | <input type="checkbox"/> (4) | <input type="checkbox"/> (5) |
| <input type="checkbox"/> Uhren/Schmuck/Optik | <input type="checkbox"/> (1) | <input type="checkbox"/> (2) | <input type="checkbox"/> (3) | <input type="checkbox"/> (4) | <input type="checkbox"/> (5) |
| <input type="checkbox"/> Sonstiges: Tabakwaren | <input type="checkbox"/> (1) | <input type="checkbox"/> (2) | <input type="checkbox"/> (3) | <input type="checkbox"/> (4) | <input type="checkbox"/> (5) |
| <input type="checkbox"/> Sonstiges: | <input type="checkbox"/> (1) | <input type="checkbox"/> (2) | <input type="checkbox"/> (3) | <input type="checkbox"/> (4) | <input type="checkbox"/> (5) |

12. Wie lange halten Sie sich durchschnittlich für Ihre Einkäufe/Erledigungen an ihrem beliebtesten Einkaufsort auf?

- | | | | |
|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| bis 30 Minuten (1) | <input type="checkbox"/> | 1,5 bis 2 Stunden (4) | <input type="checkbox"/> |
| 30 bis 60 Minuten (2) | <input type="checkbox"/> | 2 bis 3 Stunden (5) | <input type="checkbox"/> |
| 1 bis 1,5 Stunden (3) | <input type="checkbox"/> | länger als 3 Stunden (6) | <input type="checkbox"/> |

13. Wie lange halten Sie sich durchschnittlich für Ihre Einkäufe an ihrem beliebtesten Einkaufsort auf, wenn Sie mit dem Fahrrad unterwegs sind?

- | | | | |
|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| bis 30 Minuten (1) | <input type="checkbox"/> | 1,5 bis 2 Stunden (4) | <input type="checkbox"/> |
| 30 bis 60 Minuten (2) | <input type="checkbox"/> | 2 bis 3 Stunden (5) | <input type="checkbox"/> |
| 1 bis 1,5 Stunden (3) | <input type="checkbox"/> | länger als 3 Stunden (6) | <input type="checkbox"/> |

14. Welche Rolle spielen Wetter und Jahreszeit für den Einkauf mit dem Fahrrad?

- | | | | |
|--------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|
| Wetter: | | Jahreszeit: | |
| keine (1) | <input type="checkbox"/> | keine (1) | <input type="checkbox"/> |
| eingeschränkte (2) | <input type="checkbox"/> | eingeschränkte (2) | <input type="checkbox"/> |
| große (3) | <input type="checkbox"/> | große (3) | <input type="checkbox"/> |

15. Verfügen Sie über einen PKW in Ihrem Haushalt?

ja (1) Anzahl:..... nein (2) bei Bedarf (3)

16. Anzahl der Fahrräder im Haushalt?

ja (1) Anzahl:..... nein (2)

17. Wie viele Personen umfasst Ihr Haushalt?

Anzahl:.....

18. In welchem Haushaltstyp leben Sie?

- Singlehaushalt (1)
 alleinerziehende Mutter/Vater mit minderjährigen Kindern (2)
 Haushalt mit zwei Erwachsenen Personen (3)
 Haushalt mit zwei erwachsenen Personen und minderjährigen Kindern (4)
 Haushalt mit zwei erwachsenen Personen und großjährigen Kindern (5)
 Sonstiges (6).....

19. Doppelverdiener-Haushalt?

ja (1) nein (2)

20. sportlich aktiv?

sehr aktiv (mehrmals die Wo) (1) aktiv (mehrmals im Mo) (2) wenig bis gar nicht (3)

21. Wie hoch ist das monatliche Gesamt-Nettoeinkommen Ihres Haushaltes?

bis € 750,-- (1) € 751,-- bis € 1.500,-- (2) € 1.501,-- bis € 2.000,-- (3)
 € 2.000,-- bis € 3.000,-- (4) € 3.001,-- bis € 5.000,-- (5) über € 5.000 (6)

Informationen zu Landwirtschaft, Lebensmittel,
Wald, Umwelt und Wasser:

www.lebensministerium.at



lebensministerium.at

Die Initiative GENUSS REGION ÖSTERREICH
hebt gezielt die Bedeutung regionaler Spezialitäten hervor:

www.genuss-region.at



Die Kampagne vielfalt**leben** trägt bei, dass
Österreich bei der Artenvielfalt zu den reichsten
Ländern Europas gehört:

www.vielfaltleben.at



Das Aktionsprogramm des Lebensministeriums
für aktiven Klimaschutz:

www.klimaaktiv.at



Die Jugendplattform zur Bewusstseinsbildung
rund ums Wasser:

www.generationblue.at



Das Österreichische Umweltzeichen ist Garant
für umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen:

www.umweltzeichen.at



Der Ökologische Fußabdruck ist die einfachste
Möglichkeit, die Zukunftsfähigkeit des eigenen
Lebensstils zu testen. Errechnen Sie Ihren
persönlichen Footprint unter:

www.mein-fussabdruck.at



www.mein-fussabdruck.at

Das Internetportal der Österreichischen Nationalparks:

www.nationalparksaustria.at



„Bio“ bedeutet gesunde, hochwertige Lebensmittel,
die keine Spritzmittel oder Antibiotika enthalten:

www.biolebensmittel.at





lebensministerium.at