

Mut zur lebenswerten Stadt

Flensburg wächst.

Flensburg will attraktiv bleiben.

Flensburg will Klimaschutz ernst nehmen.

Flensburg braucht Mut zur lebenswerten Stadt!

Quellen:

Gutachten zur Evaluierung des Grossflächenmoratoriums. Stadt Flensburg. BulwienGesa AG. Hamburg, 13.01.2011. (950 Personen, 26.-30.11.2009)
<http://docplayer.org/42784394-Gutachten-zur-evaluierung-des-grossflaechenmoratoriums.html>

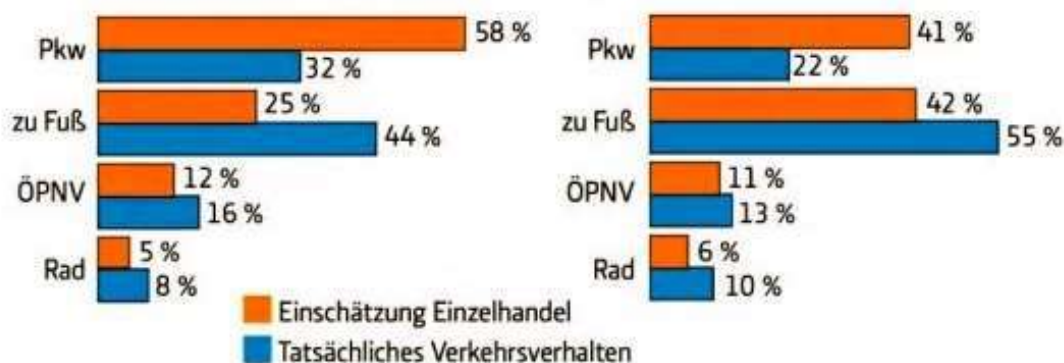
Technology Review 12/2019
<https://www.heise.de/select/tr/2019/12/1928415150081101926>



Einkaufsstadt Flensburg

Manches ist anders, als man denkt.

Wie Kunden zu den Geschäften kommen – am Beispiel Graz und Bristol



Quelle: www.sustrans.org.uk/liveableneighbourhoods, Information sheet LN02

veröffentlicht in: Jens Dilba. "Wenn die Ladenkasse des Einzelhandels wegen der Rad-, Bus- und Bahnfahrer dreimal klingelt". Technology Review 12/2019. Heise Verlag.

Was geben die Kund*innen aus?

Wieviel geben Kunden, die in der Innenstadt einkaufen, im Durchschnitt pro Einkauf aus?
Laut einer Befragung von 950 Personen im November 2010:

- Personen aus Flensburg: 69 €
- Personen aus dem dänischen Einzugsgebiet: 189 €

Also: Dänen und zufällige Touristen sind die wichtigsten Kunden.
Sie geben am meisten aus.
Oder?



Quelle: Gutachten zur Evaluierung des Grossflächenmoratoriums. Stadt Flensburg. Überarbeitete Endfassung nach Einarbeitung der Workshop-Ergebnisse vom 03.12. und 10.12.2010. BulwienGesa AG. Hamburg, 13.01.2011. Übersicht 45: Einkaufsbeträge nach Kundenherkunftsklassen, S. 88.

Aber wer sind die treuen Stammkunden?

Wer kauft in der Innenstadt ein?

- 6,5 Prozent der Kunden, also etwas mehr als jeder zwanzigste, kommen aus Dänemark.
- Aber:
74 Prozent, also drei Viertel der Kunden, stammen aus Flensburg oder dem nahen Einzugsgebiet.

Sie sind die Stammkunden!



Quelle: Gutachten zur Evaluierung des Grossflächenmoratoriums. Stadt Flensburg. Überarbeitete Endfassung nach Einarbeitung der Workshop-Ergebnisse vom 03.12. und 10.12.2010. BulwienGesa AG. Hamburg, 13.01.2011. Übersicht 33: Kundenherkunft im Standortvergleich, S. 76.

Kaufen Flensburger auch öfter ein?

Obendrein:

80 Prozent der Innenstadt-Kunden kaufen hier regelmäßig ein:

- 55 Prozent jede Woche
- 23 Prozent jeden Monat.



Die Studie erfasst leider nicht, wer mehr als einmal in der Woche kommt. Doch das wäre interessant, denn ...

Quelle: Gutachten zur Evaluierung des Grossflächenmoratoriums. Stadt Flensburg. Überarbeitete Endfassung nach Einarbeitung der Workshop-Ergebnisse vom 03.12. und 10.12.2010. BulwienGesa AG. Hamburg, 13.01.2011. Übersicht 38: Einkaufshäufigkeiten in der Innenstadt, S. 83.

Denn: Umweltverbund ist Umsatzbringer!



Quelle Grafik: Brichet 2003. Kundenbefragung (1298 Personen) in den französischen Städten Dijon, Grenoble, Lille, Nantes, Salon-de-Provence und Straßburg.

veröffentlicht in: Jens Dilba. "Wenn die Ladenkasse des Einzelhandels wegen der Rad-, Bus- und Bahnfahrer dreimal klingelt". Technology Review 12/2019. Heise Verlag.

Kunden zu Fuß, mit dem Rad und dem Bus kaufen für geringere Beträge, aber öfter!

Deshalb machen die Händler mit ihnen den größten Umsatz.

Problem Parken: Parken nervt.

Parken ist lästig. Man fährt herum auf der Suche nach einem Abstellplatz und muss dafür zahlen. Das findet niemand schön.

Manche parken deshalb einfach in der Fußgängerzone.



Zu wenig Parkplätze?

Doch gibt es in Flensburg wirklich zu wenig Parkplätze?
Fußballfeldgroße Flächen stehen leer. Mitten in der Stadt.
Immer leer.

Bestehende Parkflächen sind nicht ausgelastet.

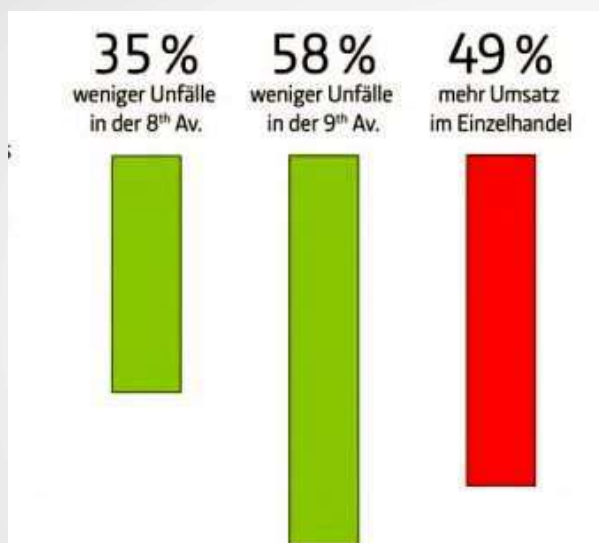


Zusammengefasst:

- Touristen und Gäste aus Dänemark geben pro Einkauf in der Innenstadt mehr Geld aus als Anwohner.
- Aber: Sie kommen sehr viel weniger häufig als andere Kunden.
- Die Anwohner kommen regelmäßig.
- Ihr Einkaufsbetrag summiert sich und übertrifft den von gelegentlichen Gästen.
- Deshalb: Mehr Aufmerksamkeit und Service für Anwohner!
- Förderung des Umweltverbunds - Fuß-, Rad- und Busverkehr
- Einzelhandel: Service verbessern - Aufbewahrung und Lieferdienst anbieten (... bevor die Kunden zum Onlinehandel abwandern).
- Aufenthalts- und Erlebnisqualität stärken (gelobt werden u.a. Stadtbild, historische Bausubstanz, Höfe, Fördenähe, Ambiente), damit Bummeln als wichtigstes Besuchsmotiv Spaß macht.



Umweltverbund fördern lohnt sich!



Quelle: www.nyc.gov/html/dot/downloads/pdf/2012-10-measuring-the-street.pdf

veröffentlicht in: Jens Dilba. "Wenn die Ladenkasse des Einzelhandels wegen der Rad-, Bus- und Bahnfahrer dreimal klingelt". Technology Review 12/2019. Heise Verlag.

Beispiel New York:

Fahrrad- und Busspuren statt vierspurigem Autoverkehr.

Der Einzelhandel machte in diesen Straßen daraufhin erheblich mehr Umsatz.

Außerdem: Die Zahl der Leerstände - und Unfälle! - ging markant zurück.

Mut zur lebenswerten Stadt!

Mehr Aufenthaltsqualität
durch Förderung von Fuß-, Rad- und öffentlichem Verkehr:



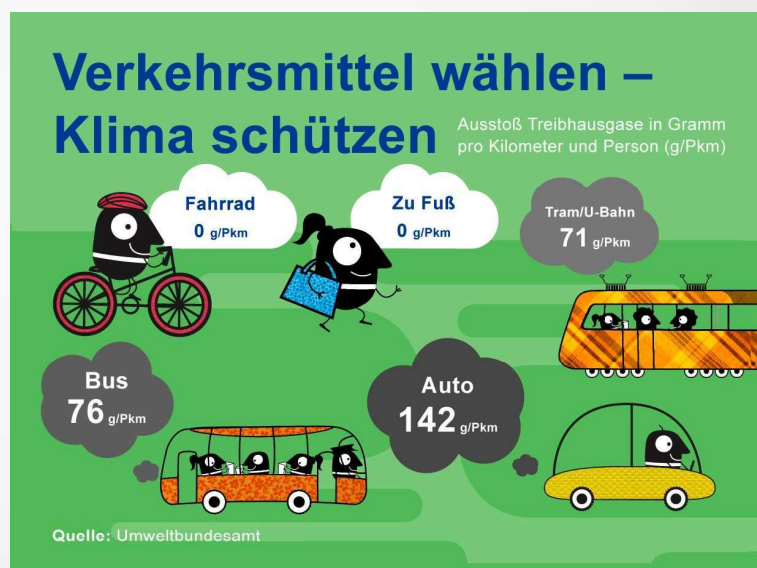
- längeres Verweilen
- häufigere Besuche
- mehr Umsätze
- weniger Leerstände
- weniger Unfälle
- weniger CO₂
- mehr Klimaschutz

Aufenthalts- + Erlebnisqualität = Wirtschaftsförderung

Zeit für Klimaschutz im Verkehr!

Der CO₂-Ausstoß durch den Verkehr ist in Flensburg
zwischen 1990 und 2013 sogar gestiegen.
Es ist Zeit zu handeln!

Quelle:
<https://klimapakt-flensburg.de/energieverbrauch-und-co2-emissionen/>
[18.12.2019]



Nicht ideologisch geleitet!

Bei Verkehrsmaßnahmen ist stets zu beachten:

Die Mobilitätswende darf „nicht ideologisch geleitet sein und einseitig einzelne Verkehrsträger benachteiligen“.

(IHK Flensburg: Verkehrspolitische Grundsatzpositionen der Industrie- und Handelskammer zu Flensburg, 3. Auflage 2019, S. 8)



Deshalb: Vorrang für den Umweltverbund!

Keinen Verkehrsträger benachteiligen!



Zum Vergleich: 11 € pro Kopf und Jahr gibt Amsterdam aus für den vorbildlichen Radverkehr.

Verkehrswende: Mut zur lebenswerten Stadt!

Forderungen von Aktionsgruppe KLIMA Flensburg, ADFC und VCD

- Günstige Preise für den ÖV und regelmäßige, zuverlässige Verbindungen
- auch zum Umland hin
- Radwege ausbauen:
Sichere, ausreichend breite Radwege im Stadtgebiet,
sichere Schnellverbindungen, Mitgliedschaft bei Rad.SH
- Fußgänger*innen schützen:
Ausreichend breite, sichere Fußwege
- Für Einhalten der Verkehrsregeln sorgen:
Kein Parken auf Fuß- und Radwegen
- Probeweise Verkehrsberuhigung der
Rathausstraße für drei Monate
- Tempo 30 im Innenstadtbereich und auf Schulwegen
- Lärmschutz ernst nehmen
- Parkgebühren im öffentlichen Bereich und in Parkhäusern angleichen



An einem Strang ziehen

„Fortführung der Verkehrswende“

- „Die Energiewende im Verkehr muss durch geeignete Anreizsysteme ... forciert werden.“
- „Die IHK Flensburg unterstützt ausdrücklich alle Maßnahmen und Projekte, die zu einem emissionsarmen Verkehr beitragen. Dazu gehören beispielsweise ... intelligente Lösungen in der City-Logistik“
- „Zur Sicherung der Daseinsvorsorge ... im ländlichen Raum“:
„Verstärkter Einsatz flexibler Bedienungsformen im ÖPNV als Ergänzung“, z.B. „Bürgerbusse und Anruf-Sammeltaxen“

(IHK Flensburg: Verkehrspolitische Grundsatzpositionen der Industrie- und Handelskammer zu Flensburg. 3. Auflage 2019, S. 6, 8)



Mut zur lebenswerten Stadt!

Aus dem Wahlprogramm eines Bürgermeisters:

- „Mein Ziel ist die kommunale Verkehrswende: Es muss bequemer und günstiger sein, mit dem Rad oder mit Bus und Bahn in die Stadt zu fahren, als mit dem eigenen Auto. ...
- Wir brauchen so gut ausgebaute und sichere Radwege, dass auch Zehnjährige dort gefahrlos fahren können.
- Ich möchte Fahrradstraßen zu echten Fahrradstraßen machen und das Veloroutennetz schnell umsetzen. ...
- Die autofreie Innenstadt ... [will ich] bis 2030 im Dialog mit Anwohner*innen und Gewerbetreibenden in der City umsetzen.“

Der Grüne Belit Onay wurde nach 70 Jahren SPD-Vertretern am 10.11.19 zum Oberbürgermeister von Hannover gewählt.

https://www.ndr.de/nachrichten/niedersachsen/hannover_weser-leinegebiet/Wenn-ich-OB-werde-Belit-Onay,obwahl208.html



Vielen Dank!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit und Ihr Interesse!

Julia Born, [VCD Ortsgruppe Flensburg](#)

Vielen Dank für die Veröffentlichungserlaubnis:

- Jens Dilba, failbetter.biz, und Heise Verlag, Hannover (Technology Review 12/2019)
- bulwiengesa AG, Berlin

