

Mindl, Felix

Working Paper

Wirtschaftliche Auswirkungen der Förderung von Nahmobilität: Eine Einordnung des Verkehrsversuchs auf der Venloer Straße

IWP Discussion Papers, No. 1/2024

Provided in Cooperation with:

Institute for Economic Policy, University of Cologne

Suggested Citation: Mindl, Felix (2024) : Wirtschaftliche Auswirkungen der Förderung von Nahmobilität: Eine Einordnung des Verkehrsversuchs auf der Venloer Straße, IWP Discussion Papers, No. 1/2024, Universität zu Köln, Institut für Wirtschaftspolitik (iwp), Köln

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/318548>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Wirtschaftliche Auswirkungen der Förderung von Nahmobilität

Eine Einordnung des Verkehrsversuchs auf der Venloer Straße

Iwp Discussion Papers No. 1/2024 – Oktober 2024

Felix Mindl

Autoren

Felix Mindl
Telefon: 0221 470 5680
mindl@wiso.uni-koeln.de

Assistenz

Friederike Feld
Philipp Schuster

Kontaktadresse

Institut für Wirtschaftspolitik
an der Universität zu Köln
Pohligstr. 1
50969 Köln

Forschungsförderung & Kooperation

Wir danken der Stadt Köln für die Kooperation und finanzielle Forschungsförderung, die diese Studie ermöglichte.

Köln, Oktober 2024

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	ii
In aller Kürze	1
1. Zum Hintergrund.....	3
2. Verkehr und Handel.....	4
3. Die Venloer Straße zwischen Ehrenfeldgürtel und Piusstraße	6
4. Wirtschaftliche Auswirkungen der Förderung von Nahmobilität	7
4.1 Was sagt der aktuelle Forschungsstand?.....	8
4.1.1 Kundenaufkommen und Aufenthaltsdauer	9
4.1.2 Wahl des Transportmittels und damit verknüpfte Konsumausgaben.....	11
4.1.3 Umsatz.....	13
4.1.4 Gewerbemieten und Leerstand	16
4.2 Was lässt sich aus den bisherigen Erkenntnissen für die Venloer Straße ableiten? .	18
5. Konjunkturbericht.....	26
5.1 Online vs. stationärer Einzelhandel.....	29
5.2 Branchenspezifische Konjunkturberichte.....	29
6. Fazit	32
7. Literatur.....	35

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Verkehrsführung auf der Venloer Straße zwischen Ehrenfeldgürtel und Piusstraße seit Oktober 2023.....	6
Abbildung 2: Konsumausgaben je nach genutztem Fortbewegungsmittel auf zwei Berliner Einkaufsstraßen	11
Abbildung 3: Kundeneinzugsgebiet der Venloer Straße zwischen Ehrenfeldgürtel und Piusstraße	19
Abbildung 4: Entwicklung des Fahrradverkehrs auf der Venloer Straße im Vergleich zur Bonner Straße pro Quartal	21
Abbildung 5: Verteilung und Vielfalt der Ladengeschäfte auf der Venloer Straße zwischen Ehrenfeldgürtel und Piusstraße	25
Abbildung 6: Umsatzentwicklung im Einzelhandel: Stationär vs. Online	28

In aller Kürze

In einem Verkehrsversuch in Köln wurde im Oktober 2023 die Venloer Straße zwischen Ehrenfeldgürtel und Piusstraße in eine Einbahnstraße Richtung Innenstadt umgewandelt. Zusätzlich wurden die Kurzzeitparkplätze umgewidmet, um Platz für Liefer- und Wirtschaftsverkehr, Außengastronomie, Sitzgelegenheiten und Fahrradabstellflächen zu schaffen. Die Änderungen bei der Verkehrsführung haben das Ziel, die Venloer Straße, die zuvor die unfallreichste Straße in Nordrhein-Westfalen war, sicherer für den Fuß- und Radverkehr zu machen.

Seit Beginn des Verkehrsversuchs werden aber vor allem die Auswirkungen auf den lokalen Handel intensiv diskutiert. Wie bereits bei einem ähnlichen Verkehrsversuch auf der Deutzer Freiheit beklagen einige lokale Gewerbetreibende erhebliche Umsatzrückgänge. Dabei ist das Stimmungsbild unter den Ladeninhabern keinesfalls einheitlich. Vereinzelt berichten Gewerbetreibende auch von einer Verbesserung der Geschäftssituation.

Die vorliegende Untersuchung analysiert, wie die Reduktion des motorisierten Individualverkehrs und die Verbesserung der Bedingungen für Fußgänger und Radfahrer das lokale Geschäftsleben beeinflussen. Mit diesem Beitrag soll eine Grundlage für eine sachorientierte Debatte um weitere Anpassungserfordernisse geschaffen werden.

Wesentliche Erkenntnisse aus der wissenschaftlichen Literatur deuten darauf hin, dass ähnliche Maßnahmen in anderen deutschen und internationalen Städten

oft zu einer Erhöhung des Fußgänger- und Radverkehrs führten, was eine höhere Verweildauer der Kunden und steigende Umsätze nach sich zog. Langfristig verringert dies den Leerstand und erhöht Mieten von Gewerbeimmobilien. Die in der Literatur untersuchten Bezugsgrößen lassen sich in die folgenden vier Themengebiete aufteilen:

1. **Kundenaufkommen und Aufenthaltsdauer:** Studien zeigen, dass die Förderung der Nahmobilität, insbesondere durch Fußgänger- und Radfahrinfrastruktur, zu einer Steigerung des Kundenaufkommens führt. Ein wichtiger Faktor ist dabei, ob die veränderte Verkehrsführung auch zu einer verbesserten Verkehrssicherheit beiträgt. Außerdem erhöht ein durch Sitzgelegenheiten und Begrünung einladend gestalteter öffentlicher Raum nachweislich die Aufenthaltsqualität und damit auch die Verweildauer in den Einkaufsstraßen.
2. **Wahl des Transportmittels und damit verknüpfte Konsumausgaben:** Autofahrer tragen weniger zu den Gesamtausgaben in Einkaufsstraßen bei als oft angenommen. Fußgänger und Radfahrer, die zwar bei einzelnen Einkäufen weniger konsumieren, aber häufiger die Geschäfte besuchen, machten auf ähnlichen Straßen in Berlin 75 % des Umsatzes aus.
3. **Umsatz:** Historische Daten aus Deutschland und internationale Vergleichsstudien deuten darauf hin, dass die wirtschaftliche Attraktivität von Einkaufsstraßen durch Förderung

der Nahmobilität in der Regel gesteigert wird oder zumindest unverändert bleibt. Dabei verstärken eine hohe Ladendichte und -vielfalt diese positiven Effekte. Einzig bei autonomen Gewerben wie Werkstätten und KFZ-Zubehörgeschäften konnten Umsatzrückgänge beobachtet werden.

4. **Gewerbemieten und Leerstand:** Verschiedene Studien stellen fest, dass verkehrspolitische Maßnahmen zur Förderung der Nahmobilität tendenziell zu höheren Mieten und geringeren Leerständen bei Gewerbeimmobilien in den betroffenen Einkaufsstrassen führen, was auf eine gesteigerte Attraktivität für Gewerbetreibende hinweist.

Die genaue Entwicklung des Passantenverkehrs auf der Venloer Straße wurde noch nicht umfassend erhoben. Grundsätzlich birgt das Einzugsgebiet derer, die die Einkaufsstrasse in zehn Minuten mit dem Fahrrad erreichen können, mit ca. 63.000 Menschen ein großes Kundenpotenzial. Das um gut 50 % stärkere Wachstum des Radverkehrs auf der Venloer Straße in Relation zu einer vergleichbaren Kölner Straße während des zweiten Quartals 2024 weist bereits daraufhin, dass die neue Verkehrsführung das Radfahren begünstigt. Auch die Anzahl der Autofahrten ist nicht in dem Maße zurückgegangen, wie eingangs erwartet werden konnte. Tatsächlich stieg die Anzahl der PKW-Durchfahrten in die gewährte Fahrriichtung im Zeitraum von Dezember 2023 bis Juni 2024 sogar um fast 20 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Des Weiteren ähneln die auf der Venloer Straße

umgesetzten Umwandlungen der Kurzzeitparkplätze den Gestaltungseingriffen in der Literatur, welche nachweislich die Aufenthaltsdauer der Kunden im Einkaufsgebiet ausweiteten. Gleichzeitig zeigt die um etwa 20 % gestiegene Anzahl der Einfahrten im nahegelegenen Parkhaus, dass die Venloer Straße auch für PKW-Fahrer ein interessantes Einkaufsgebiet bleibt. Besonders gravierend fällt der Rückgang der Verkehrsunfälle aus. Während 2022 noch 30 Unfälle auf dem relevanten Straßenabschnitt dokumentiert wurden, waren es im Jahr 2023 gerade einmal zwei.

Diese Indizien geben Grund zur Annahme, dass lang- bis mittelfristig das Kundenaufkommen sowie Verweildauer zumindest stabil bleibt und in der Tendenz eher ansteigt. Auch die 154 ansässigen Gewerbe aus 34 verschiedenen Wirtschaftszweigen zeugen von einer hohen Ladendichte und -vielfalt. Obwohl konkrete Umsatzdaten für die Venloer Straße fehlen, deuten die zusammengetragenen Indizien darauf hin, dass die Umgestaltung langfristig positive Effekte auf das lokale Geschäftsleben haben kann.

Dennoch zeigt der Blick in die Konjunkturberichte, dass die Jahre 2022 und 2023 besonders schwierig für den stationären Einzelhandel waren. Auch 2024 bleibt aufgrund der nur langsam sinkenden Inflation und dem wachsendem Online-Handel eine Herausforderung. Deshalb ist die Beobachtung der wirtschaftlichen Entwicklung auf der Venloer Straße weiterhin notwendig.

1. Zum Hintergrund

Seit der Umwandlung der Venloer Straße in Köln-Ehrenfeld in eine Einbahnstraße im Oktober 2023 ist eine zum Teil hitzig geführte Diskussion um die örtliche Verkehrspolitik entbrannt.¹ Die Straße gehörte gemäß Unfallstatistik zu den gefährlichsten Straßen Deutschlands.² Um die Verkehrssicherheit zu verbessern und die Nahmobilität zu fördern, hat die Stadt Köln entsprechende Maßnahmen ergriffen und die Straße in eine Einbahnstraße umgewandelt. Seither berichten vereinzelte lokale Händler³ von starken Umsatzeinbrüchen. In dem Streit stehen sich Vertreter einer möglichst autofreundlichen Einkaufsstraße und Vertreter der Verkehrswende gegenüber. Übergeordnet stellt sich die Frage nach der Beziehung zwischen Verkehr und Handel. Zur Versachlichung der Debatte untersucht der vorliegende Beitrag genau diese Beziehung aus ökonomischer Perspektive.

Um die möglichen Auswirkungen des Verkehrsversuchs auf der Venloer Straße auf das lokale Geschäftsleben besser einordnen zu können, wird zunächst die Beziehung zwischen Verkehr und Handel historisch aufgearbeitet. Einer näheren Beschreibung der Verkehrsführung auf der Venloer Straße folgt eine Zusammenfassung des aktuellen Forschungsstandes zu den ökonomischen Effekten von verkehrspolitischen Eingriffen. Die resultierenden Erkenntnisse werden daraufhin mit den Anpassungen der Verkehrsführung auf der Venloer Straße abgeglichen. Da die ökonomische Entwicklung immer im wirtschaftlichen Gesamtkontext betrachtet werden muss, wird anschließend die Entwicklung des Einzelhandels in Deutschland im Allgemeinen aufgezeigt. Weiter wird im Speziellen auf die Branchenstruktur der Venloer Straße eingegangen und die Konjunkturberichte vor diesem Hin-

¹ Nachzulesen zum Beispiel bei Gross, Paul, Streit über Verkehrspolitik auf 800 Metern; Die Venloer Straße ist aktuell eine Einbahnstraße, doch die Meinungen darüber gehen weit auseinander – Ein Besuch, in: Kölner Stadt-Anzeiger, 22.01.2024

² Gemäß einer Auswertung des Unfallatlas der statistischen Ämter des Bundes und der Länder durch die Allianz-Versicherung. Nachzulesen zum Beispiel hier: Seibt, Thorsten: Das sind Deutschlands gefährlichste Straßen, in: auto motor sport, 15.09.2023 <https://www.auto-motor-und-sport.de/verkehr/unfallstatistik-deutschland-2022-gefaehrlichste-strassen/>, (abgerufen 10.10.2024)

³ Zur besseren Lesbarkeit wird in dieser Arbeit das generische Maskulinum verwendet. Die in dieser Arbeit verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich – sofern nicht anders kenntlich gemacht – auf alle Geschlechter.

tergrund branchenscharf analysiert. Abschließend werden die Ergebnisse der Studie zusammengefasst und in einem Ausblick betont, welche Aspekte bei der Beobachtung der wirtschaftlichen Entwicklung auf der Venloer Straße von besonderer Bedeutung sind.

2. Verkehr und Handel

Die Beziehungen zwischen Handel und Verkehr sind so alt wie die menschliche Zivilisation. Damit Handel überhaupt zustande kommt, spielt es schon immer eine übergeordnete Rolle, wie Anbieter und Nachfrager von Waren und Dienstleistungen zusammenkommen. Als Orte des Warenaustauschs etablierten sich schon früh Handelszentren, die den Grundstein für unsere heutigen Innenstädte setzten. Noch bis ins späte 19. Jahrhundert waren unsere Städte autofrei und der Verkehr in der Stadt bis hin ins nahe Umland spielte sich überwiegend zu Fuß ab. Erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts erfuhr der motorisierte Individualverkehr in Europa einen regelrechten Boom und wurde massentauglich. Mit dem Boom wurde das Auto zum Fokus der Verkehrspolitik. Um einen reibungslosen Verkehrsfluss zu gewährleisten, wurden Straßen verbreitert und Parkraum geschaffen. Früh wurde absehbar, dass man beim Straßenbau auf natürliche Grenzen stoßen würde. Im Jahr 1963 konstatierte Colin Buchanan in einer Studie für das britische Verkehrsministerium: „Es sieht so aus, als erzeuge jede neue Autobahn, die zur Bewältigung des vorhandenen Verkehrs gebaut wird, genügend neuen Verkehr, um weitere Stauungen entstehen zu lassen“.⁴ Schon vor 60 Jahren wurde also beobachtet, dass neu gebaute Kfz-Infrastruktur, die dazu dienen soll, den bestehenden Verkehr zu bewältigen, so viel neuen Verkehr erzeugt, dass es wieder zu Staus kommt. Mit dieser Erkenntnis schien der Anspruch, allen Kunden die Anfahrt bis zur Ladentür zu ermöglichen und ausreichend Parkraum vorzuhalten, zumindest in Stadtzentren nicht mehr realistisch. In den Folgejahren begannen viele deutsche Großstädte vermehrt den Ausbau des öffentlichen Nahverkehrsnetzes zu fördern, um eine Alternative zum Auto zu bieten. Zusätzlich wurden ab den 1970er Jahren erste Anläufe unternommen, den Autoverkehr in Innenstädten zu Gunsten von Fußgängerzonen wieder zu beruhigen (so zum Beispiel Aachen, Nürnberg, Freiburg und München). Vielerorts führte diese Entwicklung zu den lebendigen Stadtzentren, die bis heute die führenden Standorte des Einzelhandels bilden.

⁴ Siehe Buchanan (1964), Lenkungsausschuss Pkt. 23

Aktuell stellen die starke Expansion des Online-Handels, die hohe Inflation der vergangenen Jahre und die Unsicherheit durch anhaltende Kriege gleich mehrere große Herausforderungen dar. In vielerlei Branchen ersetzt der Einkauf im Internet den Gang ins Geschäft. Dadurch verändert sich die Funktion der Einkaufsstraßen zunehmend von der Versorgungsfunktion hin zur freizeitlichen Erlebnisfunktion. Außerdem gewinnt das Fahrrad als Fortbewegungsmittel in der Stadt durch ein wachsendes Bewusstsein für Umweltfragen, gesundheitliche Vorteile und städtische Verkehrsprobleme zusätzlich an Attraktivität. Infolgedessen rücken in der Wahrnehmung des öffentlichen Stadtraums bei den Bürgerinnen und Bürgern neue Nutzungsanforderungen in den Vordergrund. Wohn- und Lebensqualität sowie der Radverkehr bekommen eine wachsende Bedeutung. Das hat erhebliche Auswirkungen auf die Verkehrsplanung. Viele Städte investieren in den Ausbau der Fahrradinfrastruktur wie Radwege, Fahrradparkplätze und Fahrradverleihsysteme. Autoparkplätze werden wieder in öffentlichen Raum umgewandelt, der zum Verweilen einladen soll. Entsprechend bleibt die Abwägung zwischen motorisiertem und nicht-motorisiertem Individualverkehr in Städten hoch aktuell und weitet sich vom Stadtzentrum auf das weitere Stadtgebiet aus. Insbesondere wird die Verkehrsführung auf Verkehrsadern mit Verbindung zur Innenstadt – den sogenannten Radialstraßen – diskutiert und angepasst. Die verkehrspolitischen Anpassungen führen in der Regel zu einer Umverteilung des Straßenraums, bei denen Radfahrern und Fußgängern wieder mehr Platz eingeräumt wird. Im Vordergrund der Überlegungen stehen meist die Verbesserung des Verkehrsflusses und der Verkehrssicherheit. Doch werden die Transformationsprozesse stets von der Frage nach den ökonomischen Auswirkungen auf das Geschäftsleben begleitet. Denn häufig dienen die Radialstraßen auch als Stadtteils- bzw. Veedelszentren mit besonderer wirtschaftlicher Relevanz. Das Straßenbild ist hier typischerweise von Einzelhandelsgeschäften, Dienstleistungsunternehmen und Gastronomie geprägt. Folglich ist es in diesen Fällen von entscheidender Bedeutung, die Verbindung zwischen Verkehrspolitik und wirtschaftlicher Entwicklung besser zu verstehen.

3. Die Venloer Straße zwischen Ehrenfeldgürtel und Piusstraße

Im Juli 2022 startete auf der Venloer Straße ein zweistufiger Verkehrsversuch, um die Verkehrssicherheit zu verbessern und die Nahmobilität zu fördern.⁵ Bei der Venloer Straße handelt es sich um eine Radialstraße, also eine wichtige Verkehrsader vom Kölner Westen in die Innenstadt. Gleichzeitig dient sie als lebendiges kulturelles und wirtschaftliches Zentrum für den Stadtbezirk Ehrenfeld, die von einem vielfältigen Geschäfts- und Gastronomieangebot geprägt ist. Die Verkehrssituation gestaltet sich jedoch als sehr schwierig. Laut einer Analyse der Allianz-Versicherung zählte die Venloer Straße vor dem Verkehrsversuch zu den zehn gefährlichsten Straßen Deutschlands.⁶

Abbildung 1: Verkehrsführung auf der Venloer Straße zwischen Ehrenfeldgürtel und Piusstraße seit Oktober 2023



Notiz: Darstellung der Stadt Köln (<https://www.stadt-koeln.de/artikel/71940/index.html>).

⁵ Für mehr Details siehe <https://meinungfuer.koeln/verkehrsversuch-venloer-strasse#zeitplan>, (abgerufen 10.10.2024)

⁶ Vgl. Seibt (2023)

In der ersten Stufe des Versuchs wurden auf der Venloer Straße seit Juli 2022 rund 60 Kurzzeitparkplätze sukzessive in Räume für Liefer- und Wirtschaftsverkehr, Außengastronomie, Sitzgelegenheiten, Fahrradabstellanlagen, Abstellflächen für Sharing-Systeme oder Lastenradparken umgewandelt⁷ und eine „Tempo 20er Zone“ im Oktober 2022 eingeführt.

In der zweiten Stufe wurde die Verkehrsführung im Oktober 2023 nochmals geändert. Seitdem ist die Venloer Straße zwischen dem Ehrenfeldgürtel und der Kreuzung Piusstraße eine Einbahnstraße in Richtung Innenstadt. Zudem wurde ein zusätzlicher Zebrastreifen eingeführt (siehe *Abbildung 1*). Fußgängern und Radfahrern wird folglich mehr Platz eingeräumt. Im gesamten Bereich gilt Tempo 30. Gleichzeitig wurden Alternativrouten großflächig beschildert. Aus dem Kölner Süden kommend, werden Autofahrende über die Weinsbergstraße geleitet. Aus dem Kölner Norden und der Innenstadt geht die Ausweichroute über die Subbelrather Straße. Autofahrer, die die Venloer Straße besuchen möchten, werden über die Vogelsanger Straße zu den nahegelegenen Parkhäusern *Neptunplatz* und *Barthonia Forum* geleitet.

4. Wirtschaftliche Auswirkungen der Förderung von Nahmobilität

Die Erfahrung hat gezeigt, dass lokale Geschäftsinhaber häufig besorgt auf Änderungen der Verkehrsführung in unmittelbarer Ladennähe zugunsten von Fußgängern und Radfahrern und zulasten der Autofahrer reagieren. Dieser Besorgnis liegt die Annahme zugrunde, dass Autofahrer für einen erheblichen Teil der Einnahmen verantwortlich sind und diese durch die veränderte Verkehrsführung vom Geschäft ferngehalten werden. Regelmäßig wird in der Folge über Umsatzeinbußen geklagt, so auch auf der Venloer Straße. In Köln war dies ähnlich bei einem vorherigen Verkehrsversuch auf der Deutzer Freiheit der Fall.⁸ Das Stimmungsbild unter den Gewerbetreibenden ist jedoch keineswegs einheitlich, es gibt auf beiden Straßen auch Befürworter der Nahmobilitätsförderungen, die angeben wirtschaftlich davon zu profitieren.⁹

⁷ Eine genaue Erklärung zur Art der Umwandlung für jeden Parkplatz findet sich hier <https://meinungsfuer.koeln/user-media-library/232>, (abgerufen 10.10.2024)

⁸ Nachzulesen zum Beispiel bei Ebel, Sebastian: Veedel autofrei Kölner Geschäftsleute beklagen hohe Verluste, in Express, 20.12.2022

⁹ Siehe Gross (2024) und IHK Köln (2022)

Sicherlich werden die lokalen Handelsumsätze beeinflusst, wenn Änderungen an einer Straße dazu führen, dass mehr oder weniger potenzielle Kundinnen und Kunden die anliegenden Geschäfte besuchen, sich deren Transportmittel, die Aufenthaltszeit oder ihr Ausgabeverhalten ändern. Einerseits könnte die Reduzierung des Fahrzeugaufkommens – durch Entfernen von Fahrspuren oder von Parkplätzen am Straßenrand – die Anzahl der potenziellen Kundinnen und Kunden, die mit dem Auto anreisen, verringern. Andererseits könnte die Verbesserung des Zugangs für andere Verkehrsmittel – durch die Einrichtung von Radwegen oder Fahrradabstellplätzen, die Verbesserung des Anschlusses an den öffentlichen Nahverkehr, die Verbreiterung von Gehwegen oder die Erleichterung des Überquerens der Straße – die Kundenbasis vergrößern. Die damit möglicherweise verbundene Verbesserung der Aufenthaltsqualität könnte zur längeren Verweildauer einladen und bewirken, dass weitere Geschäfte aufgesucht werden. Je nachdem, wie sich die Attraktivität der Straße und das Kundenaufkommen entwickeln, kann dies Auswirkungen auf die Nachfrage nach den örtlichen Gewerbeimmobilien haben und durch steigende oder sinkende Mieten auch die Kostenseite der Betriebe beeinflussen.

Die aufgezeigten Wirkungskanäle stehen gegenläufig zueinander und es liegt nicht auf der Hand, welcher Effekt überwiegt. Eine systematische Analyse des Forschungsstands zur Förderung von Nahmobilität soll die genannten Aspekte (Kundenaufkommen und Aufenthaltsdauer, *Wahl des Transportmittels und damit verknüpfte Konsumausgaben*, Umsatz sowie *Gewerbemieten und Leerstand*) näher beleuchten (Kapitel 4.1), um dabei zu helfen, die möglichen ökonomischen Auswirkungen des Verkehrsversuchs auf der Venloer Straße besser einschätzen zu können (Kapitel 4.2).

4.1 Was sagt der aktuelle Forschungsstand?

Die für diesen Beitrag zusammengetragenen Forschungsarbeiten lassen sich in zwei zeitliche Episoden einteilen. Zum einen werden Erkenntnisse aus Studien zu der großen Welle neu eingeführter Fußgängerzonen in deutschen Innenstädten ab den 1970er Jahren zusammengefasst. Diese Studien arbeiten deskriptiv-vergleichend mithilfe von Passanten-

zählungen und Umfragen. Zum anderen werden internationale Studien ab den 2000er Jahren miteinbezogen. Diese bedienen sich zunehmend ökonomischer¹⁰ Methoden, um die ökonomischen Auswirkungen von Nahmobilitätsförderung zu quantifizieren. Der Großteil dieser jüngeren Studien bezieht sich auf den europäischen sowie den nordamerikanischen Raum. Beide Forschungsstränge liefern wichtige Bausteine, um die Kosten und Nutzen von Verkehrseingriffen zur Förderung der Nahmobilität besser zu verstehen. Die folgenden vier Unterkapitel stellen diese Bausteine inhaltlich differenziert dar.

4.1.1 Kundenaufkommen und Aufenthaltsdauer

Ein sehr naheliegender Faktor, der über den wirtschaftlichen Erfolg einer Einkaufsstraße bestimmt, ist das Vorhandensein potenzieller Kunden und deren Aufenthaltszeit im Einkaufsgebiet. In der Regel wird Nahmobilitätsförderung zumindest teilweise auf Kosten des motorisierten Individualverkehrs umgesetzt. In der Folge suchen sich Kunden, die zuvor mit dem Auto anreisten, entweder anderweitige Einkaufsmöglichkeiten oder wechseln ihr Transportmittel. Andersherum werden manche Kunden aus der Nachbarschaft die nahegelegenen Geschäfte nun eher aufsuchen und auf Fahrten mit dem Auto zu weiter entfernten Einkaufszentren verzichten.¹¹ Daher ist nicht eindeutig, wie sich die Förderung von Nahmobilität im Saldo auf das Kundenaufkommen auswirkt. Um diese Entwicklung näher zu betrachten, wurden schon die Einführungen von Fußgängerzonen in deutschen Innenstädten zwischen 1965 und 1975 durch Studien mit Passantenzählungen begleitet. Vorher-nachher-Vergleiche in sechs Städten (Aachen, Bamberg, Darmstadt, Herford, Nürnberg und Osnabrück) zeigten hier eine Steigerung des Fußgängeraufkommens um 20 bis 40 % infolge der Verkehrsänderungen.¹² Vergleichbare Ergebnisse zeigt eine jüngere Studie aus dem Jahr 2019 zum Ausbau von Fahrradspuren zulasten des Autoverkehrs in einer Einkaufsstraße in Toronto, Kanada. Nach einer Adaptionszeit im ersten Jahr mit nur leicht zunehmenden Kundenzahlen stieg die durchschnittliche Anzahl täglicher Kunden zwei Jahre

¹⁰ Der Begriff "ökonomisch" bezieht sich auf die Anwendung statistischer und mathematischer Methoden auf wirtschaftliche Daten. Mit ökonomischen Methoden versuchen Ökonomen, wirtschaftliche Zusammenhänge numerisch zu messen und die Ergebnisse statistisch zu testen.

¹¹ Siehe BMVBS (2011), 32 f.

¹² Siehe Hass-Klau (1993), S. 22

nach dem Verkehrseingriff um 44 % unter der Woche und um 30 % an Samstagen.¹³ Insgesamt zeigt die Literatur also, dass die Förderung von Nahmobilität das Fußgängeraufkommen in den betroffenen Bereichen signifikant erhöhen, wobei die Effekte teilweise eine gewisse Adaptionszeit benötigen.

Diese positiven Effekte könnten durch eine Reihe von Entwicklungen weiter verstärkt werden. So fand eine regionale Mobilitätsstudie in der Stadt Braunschweig im Jahr 2010 eine zurückgehende Motorisierung junger Menschen. Die Verfügbarkeit von PKWs bei Menschen im Alter von 18 bis 30 Jahren nahm dort im Vergleich zu 1993 um bis zu 50 % ab.¹⁴ Gleichzeitig wird beobachtet, dass die Nutzung des Fahrrads zunimmt. Im Zeitraum zwischen 2002 und 2008 stieg die Zahl der täglich mit dem Fahrrad zurückgelegten Wege deutschlandweit um 17 % an.¹⁵ Auch die zunehmende Verbreitung von sogenannten Pedelecs (Sammelbegriff für alle elektrisch unterstützten Fahrräder) bringt vor allem Personen über 60 Jahren wieder auf das Rad.¹⁶ Diese Beobachtungen lassen erahnen, dass Kunden – zumindest in Städten – ihre Erledigungen zunehmend mit den aktiven Fortbewegungsmitteln erledigen, so dass Einkaufsstrassen, die zu Fuß, per Rad oder mit dem ÖPNV gut erreichbar sind, in Zukunft noch stärker wirtschaftlich davon profitieren werden.

Eine Veränderung der Straßengestaltung zur Verbesserung der Fußgängerfreundlichkeit, die Reduzierung von Verkehr und Parkplätzen sowie die Bereitstellung von Radwegen führen laut Gehl (2010) nicht nur zu mehr Kunden, sondern zu einer längeren und geselligeren Nutzung öffentlicher Räume.¹⁷ Auch die regelmäßige Befragung "vitale Innenstädte" des Instituts für Handelsforschung Köln (IFH) bestätigt, dass die Gestaltung der Innenstadt, das Ambiente und die Vielfalt der Geschäfte für die Kunden einen größeren Einfluss auf die Attraktivität einer Stadt haben als deren Parkmöglichkeiten.¹⁸ Carmona et al. (2018) ver-

¹³ Siehe Arancibia et al. (2019), S. 476

¹⁴ Wermuth (2016), S. 301

¹⁵ infas (2010), S. 26 f.

¹⁶ Siehe Infas (2019), S. 95

¹⁷ Siehe Gehl (2010), S. 12 ff.

¹⁸ Im Rahmen der Studie wurden über 33.000 Innenstadtbesucher befragt. Siehe IFH Köln (2015), S. 19

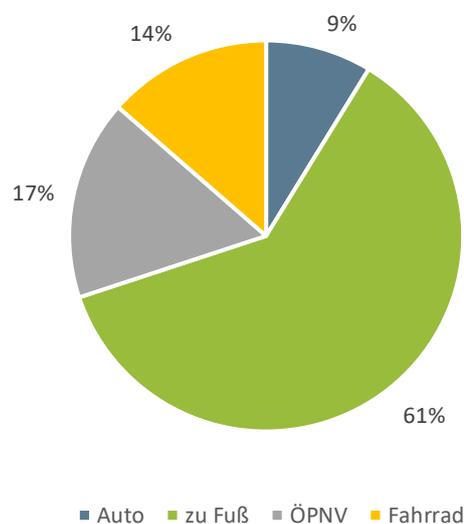
gleichen die Veränderungen von fünf Orten in London nach einer Neugestaltung des öffentlichen Raums mit einer Reihe unveränderter Orte und stellen eine Zunahme von Freizeitaktivitäten um 216% fest, wie etwa Sitzen und Entspannen oder das Verweilen in Cafés.¹⁹

Diese Studien verdeutlichen, dass sicher und attraktiv gestaltete städtische Umgebungen die Nahmobilität begünstigen, mehr Menschen anziehen, die Aufenthaltsqualität steigern und dazu einladen, mehr Zeit vor Ort zu verbringen.

4.1.2 Wahl des Transportmittels und damit verknüpfte Konsumausgaben

Die Präsenz möglicher Kunden im Einkaufsgebiet ist eine wichtige Voraussetzung für den Handel. Ähnlich wichtig ist allerdings die Frage nach ihren Konsumausgaben während des Einkaufs. Oftmals wird die Auffassung vertreten, dass speziell Kunden, die mit dem Auto anreisen, einen Großteil der Einnahmen generieren. Verschiedene Studien untersuchen deshalb, zu welchen Anteilen die verschiedenen Verkehrsmittel von den Kunden genutzt

Abbildung 2: Konsumausgaben je nach genutztem Fortbewegungsmittel auf zwei Berliner Einkaufsstraßen



Notiz: Eigene Darstellung auf Basis der gerundeten Werte von Von Schneidmesser und Betzien (2021).

¹⁹ Siehe Carmona et al. (2018), S. 2

werden und wie sich die Konsumausgaben der Besucher unterscheiden, je nachdem welches Verkehrsmittel sie nutzen.

Umfragen in Berlin und vielen europäischen Großstädten haben gezeigt, dass Gewerbetreibende auf Straßen mit PKW-Verkehr unterschätzten, wie häufig Kunden zu Fuß, mit dem Fahrrad oder den öffentlichen Verkehrsmitteln in die Einkaufsstraßen kommen. Gleichzeitig überschätzten die Befragten den Anteil der autofahrenden Kunden um etwa das Dreifache.²⁰ Tatsächlich nutzten auf Einkaufsstraßen, die mit dem PKW befahrbar sind, nur 6 % bis 10 % der Kundschaft das Auto für ihren Einkauf.²¹ Zwar geben Autofahrer durchschnittlich etwa doppelt so viel Geld aus wie Nutzer anderer Verkehrsmittel, stellen aber insgesamt – aufgrund ihres geringen Anteils am Gesamtkundenaufkommen und den seltenen Besuchen – die Gruppe mit dem geringsten Anteil an den Gesamtausgaben dar. Auf dem Kottbusser Damm und der Hermannstrasse, ebenfalls Radialstraßen in Berlin, kamen Autofahrer auf einen Anteil von 9 % an den Gesamtausgaben – berechnet aus Ausgaben pro Besuch multipliziert mit der Häufigkeit der Besuche. Fußgänger waren dort für 61 % der Gesamtausgaben verantwortlich, Nutzer öffentlicher Verkehrsmittel für 17 % und Fahrradfahrende für 14 %.²² Auch leben potenzielle Kunden meist näher als die Gewerbetreibenden denken (Siehe *Abbildung 2*).²³

Umfragen in Nordamerika (San Francisco, Davis und Toronto) zeigen ähnliche Ergebnisse. Eine Übersichtsstudie fasst zusammen, dass sechs betrachtete Studien allesamt zu demselben Ergebnis kommen: Die Kundschaft auf dem Rad und zu Fuß gibt monatlich mehr aus als Autofahrer.²⁴ Eine weitere Untersuchung der Verkehrsbehörde Londons beziffert, dass Fußgänger monatlich 40 % mehr ausgeben als die autofahrende Kundschaft.²⁵

Diese Untersuchungen zeigen, dass die Bedeutung von Autofahrern für den Einzelhandel auf städtischen Einkaufsstraßen häufig überschätzt wird. Obwohl Autofahrer pro Besuch

²⁰ Siehe Pfaffenbichler et al. (2016), S. 153 f.

²¹ Siehe Pfaffenbichler et al. (2016), S. 153 f. und Von Schneidemesser und Betzien (2021), S. 2

²² In der Umfrage wurden 145 Händler und über 2.019 Einkäufer befragt. Siehe Schneidemesser und Betzien (2021), S. 5

²³ Gerundete Werte, siehe Von Schneidemesser und Betzien (2021), S. 4

²⁴ Siehe Volker und Handy (2021), S. 406 ff.

²⁵ Siehe Traffic for London (2013), S. 52

mehr ausgeben, sind sie seltener und machen insgesamt einen kleineren Teil der Gesamtausgaben aus. Fußgänger, Radfahrer und Nutzer öffentlicher Verkehrsmittel kaufen durchschnittlich häufiger ein und geben in Summe mehr Geld aus als Autofahrer. Dies verdeutlicht, dass für den Einzelhandel nicht nur die Erreichbarkeit per Auto, sondern auch die Zugänglichkeit für Fußgänger und Radfahrer entscheidend ist.

4.1.3 Umsatz

Die bisherigen Ausführungen haben gezeigt, dass erstens Fußgänger, Radfahrer und ÖPNV-Nutzer auch auf PKW-Straßen im Innenstadtbereich den größten Teil der Gesamtausgaben ausmachen und zweitens, dass die Förderung von Nahmobilität und Umgestaltung des öffentlichen Raums mehr Kundinnen und Kunden anzieht sowie deren Verweildauer im Einkaufsgebiet erhöht. Diese Befunde legen nahe, dass Nahmobilitätsförderung auch positive Effekte auf harte Geschäftskennziffern der lokalen Gewerbe, wie den monatlichen Umsatz, haben sollte. Diese Daten sind für die Forschung schwer zugänglich. Untersuchungen zur Umsatzentwicklung nach der Einführung neuer Radwege oder der Umwandlung einer PKW-Straße in eine Fußgängerzone in Deutschland datieren größtenteils auf die Zeit deutlich vor den 2000er Jahren und basieren ausschließlich auf Umfragen bei den Gewerbetreibenden. Einen Überblick dazu bietet eine Übersichtsarbeit von Carmen Hass-Klau.²⁶ Die Ergebnisse sind überwiegend positiv. Allerdings sind Umfrageauswertungen zu Umsatzdaten aus zwei Gründen kritisch zu betrachten: Erstens gibt es keine Möglichkeit, die Angaben der befragten Personen zu überprüfen und zweitens sind die Teilnahmequoten in der Regel sehr gering. Das birgt das Risiko, dass die Teilnehmenden nicht repräsentativ für die gesamte Gewerbelandschaft der Straße sind. Dennoch soll im Folgenden kurz auf die Ergebnisse der Befragungen eingegangen werden. Mehr Aufschluss bieten hingegen internationale Studien, die tatsächliche Umsatzdaten untersuchen, welche unter anderem von den Finanzämtern bereitgestellt werden. Diese Forschungsarbeiten werden im Anschluss dargestellt.

Die Forschungsstelle für den Handel Berlin (FfH) befragte im Jahr 1978 im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums in elf deutschen Städten Gewerbetreibende in Straßen, die

²⁶ Siehe Hass-Klau (1993)

zuvor in Fußgängerzonen umgewandelt worden waren, sowie Gewerbetreibende in vergleichbaren PKW-Straßen, bei denen die Verkehrsführung unverändert blieb.²⁷ In den Umfragen berichten in den gerade umgewandelten Fußgängerzonen von 1.800 befragten Geschäften 83 % der Einzelhandelsgeschäfte und 63 % der Betriebe der Gastronomie von Umsatzanstiegen, wohingegen selbiges nur 20 % (bzw. 25 %) der Betriebe in PKW-Straßen berichteten. Außer den steigenden Umsätzen melden die Befragten in den Fußgängerzonen allerdings auch schneller ansteigende Kosten (Ein Aspekt, auf den im folgenden Unterkapitel *4.1.4 Gewerbemieten und Leerstand* weiter eingegangen wird).²⁸ Trotz der gestiegenen Kosten berichten innerhalb der Fußgängerzonen 47 % der Betriebe von Gewinnsteigerungen gegenüber 32 % in den Vergleichsstraßen. Eine weitere Veröffentlichung stammt vom *Industrie- und Handelstag* aus dem Jahr 1979 und betrachtet 170 Fußgängerzonen.²⁹ Unter dem Titel "Einkaufsmagnet Fußgängerzone" wurde festgestellt, dass in 141 (83 %) Fußgängerzonen durchschnittlich ein Umsatzanstieg, in 24 (14 %) keine Veränderung und in nur fünf (3 %) ein Rückgang verzeichnet werden konnte. In den Vergleichsstraßen mit PKW-Verkehr verzeichneten nur 24 (20 %) der Straßen durchschnittlich einen Umsatzanstieg, 75 (63 %) keine Veränderung und 20 (17 %) einen Rückgang.³⁰ Die präsentierten Untersuchungen sind aufgrund ihres Alters und der genannten methodischen Schwächen mit Vorsicht zu betrachten. Gleichwohl ist die Kernaussage deutlich: Die Förderung der aktiven Mobilität (zu Fuß und per Fahrrad) und die Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs führten in den insgesamt 181 untersuchten Städten überwiegend zu Umsatzsteigerungen oder zumindest zu keiner Veränderung. Umsatzrückgänge waren sehr selten.

Im nordamerikanischen Raum sind aus jüngerer Zeit sieben Studien, die insgesamt 25 Verkehrsanpassungen analysieren, relevant. Davon nutzen sechs statistische Testverfahren, um ihre Ergebnisse zu verifizieren.³¹ In allen untersuchten Straßen kommen die Forschenden – ähnlich zu den frühen Umfrageauswertungen aus Deutschland – zu dem Ergebnis,

²⁷ Bei den 11 Städten handelt es sich um Augsburg, Gelsenkirchen, Hildesheim, Köln, Nürnberg, Offenbach, Oldenburg, Rheine, Stade, Unna und Wolfenbüttel

²⁸ Siehe Hass-Klau (1993), S. 23

²⁹ Siehe DIHT – Deutscher Industrie- und Handelstag (1979)

³⁰ Siehe Hass-Klau (1993), S. 23

³¹ Diese Studien sind Liu (2020), Liu und Shi (2020), Rijo (2015), Arancibia et al. (2019), McCormick (2012), McCoy et al. (2019) und Department of Transportation New York City (2013), wobei

dass entweder ein positiver wirtschaftlicher Einfluss oder kein signifikanter Einfluss auf lokale Unternehmen festzustellen ist.³² Negative Auswirkungen werden nicht gefunden, mit einer einzigen Ausnahme: Automobilnahe Unternehmen, wie Tankstellen, Autohändler und -werkstätten, erleiden Umsatzrückgänge als Folge des Ausbaus zusätzlicher Fahrradinfrastruktur.³³

Besonders hervorzuheben sind dabei die zwei Studien von Liu (2020) sowie Liu und Shi (2020) und eine Studie des New York City Department of Transport (2013), welche unter anderem eine sehr ähnliche Situation zur Venloer Straße betrachten. Die beiden Studien von Liu (2020) und Liu und Shi (2020) analysieren die wirtschaftlichen Auswirkungen von insgesamt 14 neu angelegten Fahrradwegen in verschiedenen Städten in Nordamerika, darunter auch San Francisco. Die Autorinnen verwenden ökonometrische Modellierungstechniken, um statistische Unterschiede in den Wirtschaftsindikatoren *Umsatz* und *Beschäftigung* zwischen den Gebieten mit veränderter Verkehrsführung und ausgewählten Vergleichsstraße zu untersuchen. Der Untersuchungszeitraum erfasst drei Jahre vor sowie drei Jahre nach dem Bau. Für neun der 14 untersuchten Standorte ergab die Einführung des Fahrradweges durchweg positive wirtschaftliche Auswirkungen auf lokale Gewerbe, selbst wenn PKW-Fahrspuren oder Parkplätze reduziert wurden.³⁴ Bei drei Standorten waren die wirtschaftlichen Auswirkungen nicht signifikant und zwei Standorte zeigten positive sowie negative Auswirkungen.³⁵

Das New York City Department of Transport (2013) nutzt deskriptiv-statistische Vergleiche für sieben Verkehrseingriffe innerhalb der Stadt. Insbesondere auf der St. Nicholas Avenue ähneln die vorgenommenen Veränderungen sehr stark dem Verkehrsversuch auf der Venloer Straße: Ein Teilstück der Straße wurde in eine Einbahnstraße umgewandelt, zusätzlich wurden bedeutende Teile der Fahrbahn und Parkplätze durch Raumgestaltung und Sitz-

letztere zwar statistisch vergleichend arbeitet, die gemessenen Unterschiede aber nicht statistisch getestet.

³² Zusammengefasst werden die Ergebnisse in der Übersichtsstudie von Volker und Handy (2021), S. 419

³³ McCoy et al. (2019), S. 7

³⁴ Siehe Liu (2020), S. 4

³⁵ Ebenda

möglichkeiten in Fußgängerbereiche umgewandelt, die Fahrradwege verbessert und Ladezonen für lokale Geschäfte eingerichtet, um die Anlieferung zu erleichtern.³⁶ Die Veränderungen führten zu einer 48 prozentigen Steigerung der Einzelhandelsumsätze am Standort, im Vergleich zu 39 % im gesamten Bezirk. Die Studie kommt zu dem Schluss, dass die lokalen Geschäfte und Bewohner direkt von der erhöhten Sicherheit, dem gestiegenen Fußgängeraufkommen und der verbesserten Straßengestaltung profitieren.

Auch die Ergebnisse einer groß angelegten Studie in Spanien, welche insgesamt 14 Städte untersucht, zeigen, dass nach einer Verkehrsänderung Geschäfte in Fußgängerbereichen tendenziell höhere Umsätze aufweisen als Geschäfte in nicht-fußgängerfreundlichen Umgebungen.³⁷ Ein Schlüsselfaktor ist dabei die Geschäftsdichte in den Fußgängerzonen: Je höher die Geschäftsdichte, umso stärker sind die positiven Effekte. Dies gilt insbesondere für Gastronomiebetriebe.

Nachdem schon die Beobachtungen zu den Ausgaben je nach Wahl des Transportmittels, des Kundenaufkommens und der Verweildauer der Kunden erste Indizien dafür geliefert haben, dass Geschäfte durch die Förderung von Nahmobilität tendenziell profitieren können, zeigt sich dies auch in der Analyse der Umsätze. Die Studien kommen fast ausschließlich zu positiven oder zumindest neutralen Ergebnissen. Eine hohe Ladendichte und die Geschäftsvielfalt scheinen die positiven Effekte zusätzlich zu verstärken. Einzig autonome Gewerbe sind nachweislich negativ von Nahmobilität fördernden Verkehrseingriffen betroffen.

4.1.4 Gewerbemieten und Leerstand

Im Verlauf der vorangegangenen Kapitel wurde eine kohärente Wirkungskette aufgezeigt: Die Förderung von Nahmobilität hat in vergleichbaren städtischen Umgebungen überwiegend zu einem höheren Kundenaufkommen, längeren Verweildauern und in der Folge zu höheren Umsätzen geführt. Bei gleichen Kosten versprechen höhere Umsätze auch höhere Gewinne. Sofern diese Wirkungskette zutreffend ist, lockt der Ausblick auf höhere Gewinne kurzfristig zusätzliche Gewerbetreibende an den Standort. Dadurch entsteht eine höhere Nachfrage nach Gewerbeimmobilien, welche sich mittelfristig sowohl auf den Leerstand

³⁶ Siehe Department of Transportation New York City (2013), S. 23 f.

³⁷ Siehe Yoshimura et al. (2022)

als auch auf die Höhe der Gewerbemieten auswirken kann. Entsprechend werden Gewerbemieten in der Forschung als Indikator für den Erfolg eines Einkaufsgebiets genutzt. Einige Studien haben bereits den Einfluss von fahrradfahrer- und fußgängerfreundlich gestalteten Umgebungen auf Gewerbemieten untersucht.³⁸ Dieses Forschungsfeld untersucht unterschiedlich umfangreiche Maßnahmen der Nahmobilitätsförderung von der Einführung neuer Fahrradspuren bis hin zu ausschließlichen Fußgängerzonen und bezieht sich auf Städte, die sich in ihrer Größe und ihren geografischen und kulturellen Gegebenheiten unterscheiden. Die meisten der Studien kommen zu dem Schluss, dass die fahrradfahrer- und fußgängerfreundliche Umgestaltung von öffentlichen Räumen sowohl Miet- als auch Kaufpreissteigerungen bei Gewerbeimmobilien hervorruft.

In erster Linie unterstützen diese Resultate die Vermutung, dass die Umgestaltung der Einkaufsgebiete sich positiv auf den wirtschaftlichen Erfolg auswirkt. Allerdings weisen die Autoren auch darauf hin, dass dieser Erfolg ungewollte Nebeneffekte hervorrufen kann. Möglicherweise können die Umsatzsteigerungen kleiner Gewerbe (sofern sie Mieter und nicht Eigentümer sind) nicht mit den steigenden Mieten Schritt halten. So zeigte sich bei der Einführung einer Fußgängerzone in einem Stadtteil Istanbuls, das kleinere, ältere Geschäfte über die Zeit Warenhäusern großer internationaler Ketten wichen und dadurch die Geschäftsvielfalt sank.³⁹

Zu den Auswirkungen auf den Leerstand gibt es nur wenig wissenschaftliche Evidenz. In einer deskriptiven Analyse für die Immobilienanalyse-Firma CBRE beobachten Robinson et al. (2017) für prestigeträchtigere Projekte, wie beispielsweise den *Federation Square* in Melbourne, nach dem Umbau sinkende Leerstandsquoten.⁴⁰ Inwiefern diese Erkenntnisse auf weniger prestigeträchtige Projekte wie die Venloer Straße übertragbar sind, ist schwer abzuschätzen, könnte jedoch in den Folgejahren genauer untersucht werden.

Die Analyse von Gewerbemieten ist allgemein eine häufig genutzte Methode, um den Einfluss verschiedener Faktoren auf den wirtschaftlichen Erfolg eines Einkaufsgebiets zu messen. So zeigen zwei Studien, dass die Nähe zu öffentlichen Verkehrsmitteln den Wert von

³⁸ Siehe Özdemir und Selcuk (2017), Ivey und Bereitschaft (2021), Kang (2016), Netzell (2013) und Pivo und Fisher (2011)

³⁹ Siehe Özdemir und Selcuk (2017), S. 13

⁴⁰ Siehe Robinson et al. (2017), S. 10

Einzelhandelsimmobilien positiv beeinflusst.⁴¹ Merten und Kuhnimhof (2023) untersuchen am Beispiel von Aachen, welchen Einfluss die Erreichbarkeit mit dem Auto auf Gewerbemieten hat.⁴² Ihre Forschung ergibt, dass unter sonst gleichen Bedingungen eine Einzelhandelsimmobilie wertvoller ist, wenn sie von vielen anderen Geschäften umgeben ist und sich in einer Fußgängerzone befindet. Auch steigen die Mieten, wenn die Umgebung dicht besiedelt ist. Dahingegen wirkt sich eine gute Erreichbarkeit mit dem Auto, gemessen an der Anzahl der Einwohner, die das Geschäft innerhalb von 20 Minuten Fahrzeit erreichen können, negativ auf die Einzelhandelsmieten aus. Das bedeutet, dass Einzelhandelsimmobilien am Stadtrand, nahe an Hauptstraßen und somit gut mit dem Auto erreichbar, niedrigere Mieten pro Quadratmeter haben als solche in der Altstadt, wo die Erreichbarkeit mit dem Auto schlecht ist. In Bezug auf die Parkinfrastruktur zeigt ihr Modell, dass hohe Kapazitäten an Straßenparkplätzen innerhalb von 100 Metern Gehentfernung die Mieten sogar negativ beeinflussen, während dieser Faktor bei einer Entfernung von 100 bis 500 Metern umgekehrt wirkt. Dies erklären die Forschenden dadurch, dass Immobilien wertvoller sind, wenn parkende Autos nicht das Straßenbild prägen, aber genügend Parkplätze in wenigen Gehminuten vorhanden sind.⁴³

Die Ergebnisse dieser Studie legen nahe, dass für den wirtschaftlichen Erfolg einer Einkaufsstraße nicht die Parkplätze direkt vor den Geschäften entscheidend sind, sondern jene, die fußläufig gut erreichbar sind.

4.2 Was lässt sich aus den bisherigen Erkenntnissen für die Venloer Straße ableiten?

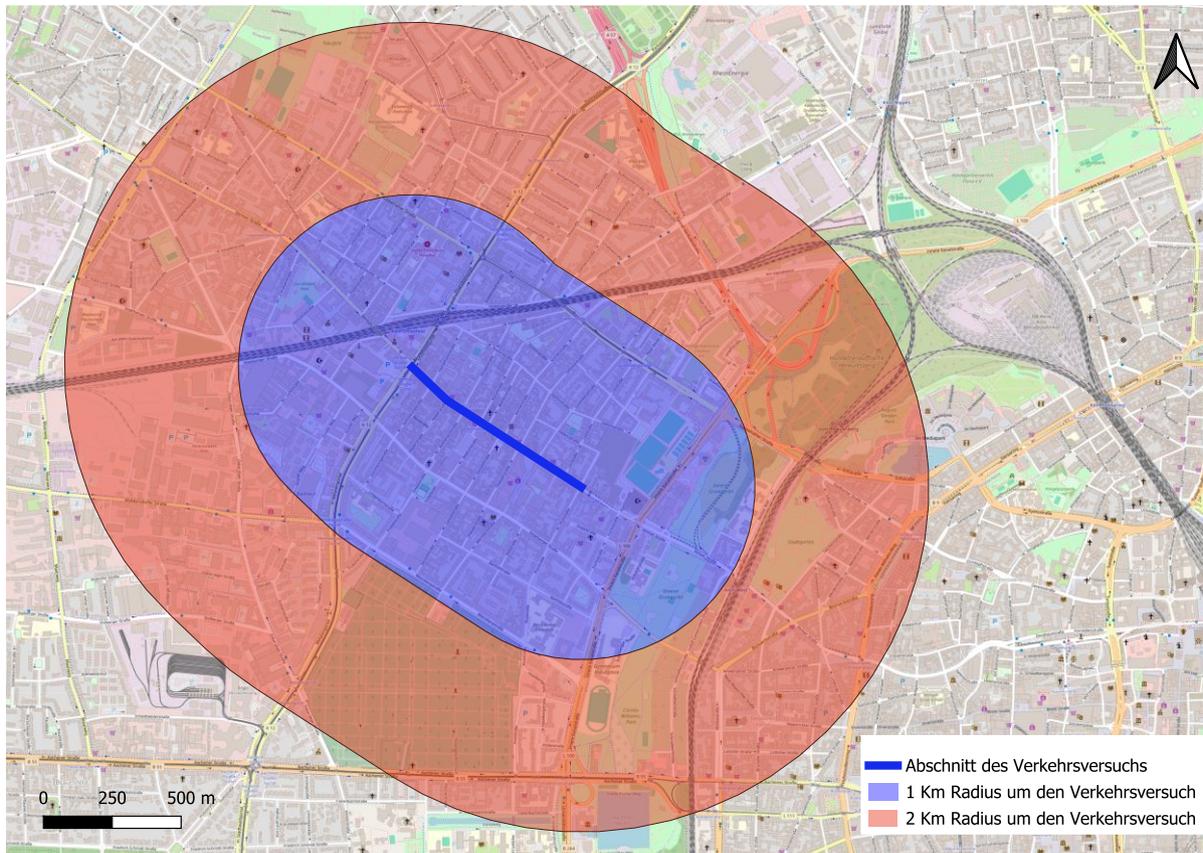
In Kapitel 4.1 wurde beleuchtet, wie verschiedene Faktoren darüber Aufschluss geben können, wie ein Eingriff in die Verkehrsführung einer Einkaufsstraße zur Förderung der Nahmobilität deren wirtschaftliche Entwicklung beeinflusst. Ein sehr aussagekräftiges Maß für die Wirtschaftlichkeit der anliegenden Geschäfte bietet deren Umsatzentwicklung. Leider liegen für die Venloer Straße derzeit keine belastbaren Umsatzdaten vor und für eine Analyse der Gewerbemieten ist der bisherige Zeithorizont sehr kurz. Die zwei zuverlässigsten Indikatoren, um die wirtschaftlichen Auswirkungen des Verkehrsversuchs zu quantifizieren,

⁴¹ Siehe Cervero und Duncan (2002) und Ko und Cao (2013)

⁴² Siehe Merten und Kuhnimhof (2023)

⁴³ Ebenda, S. 80

Abbildung 3: Kundeneinzugsgebiet der Venloer Straße zwischen Ehrenfeldgürtel und Piusstraße



Notiz: Die Rote bzw. blaue Fläche zeigt das Einzugsgebiet der Kunden, die den relevanten Abschnitt der Venloer Straße in zehn (2 Km Radius) bzw. fünf (1 Km Radius) Minuten mit dem Fahrrad erreichen können. Zu Fuß erreichen dieselben Kunden das Einkaufsgebiet in 28 bzw. 14 Minuten.

können zu diesem Zeitpunkt also nicht analysiert werden. Dennoch werden im Folgenden einige relevante Indizien zusammengeführt, die dabei helfen sollen, eine fundierte Abschätzung vornehmen zu können.

Zunächst stellt sich die Frage nach der zahlenmäßigen Entwicklung des Kundenaufkommens sowie dessen Zusammensetzung je nach Transportmittel. Zählungen der Passanten und Umfragen nach deren Transportmittel liegen für die Venloer Straße leider ebenfalls nicht vor. Drei Ansätze sollen aber dabei helfen erste Anhaltspunkte zu geben. Erstens wird ermittelt, wie gut die Venloer Straße in kurzer Zeit mit dem Fahrrad, zu Fuß oder per ÖPNV zu erreichen ist. Zweitens werden Messungen der PKW- und Raddurchfahrten ausgewertet und drittens die Auslastung der anliegenden Parkhäuser analysiert.

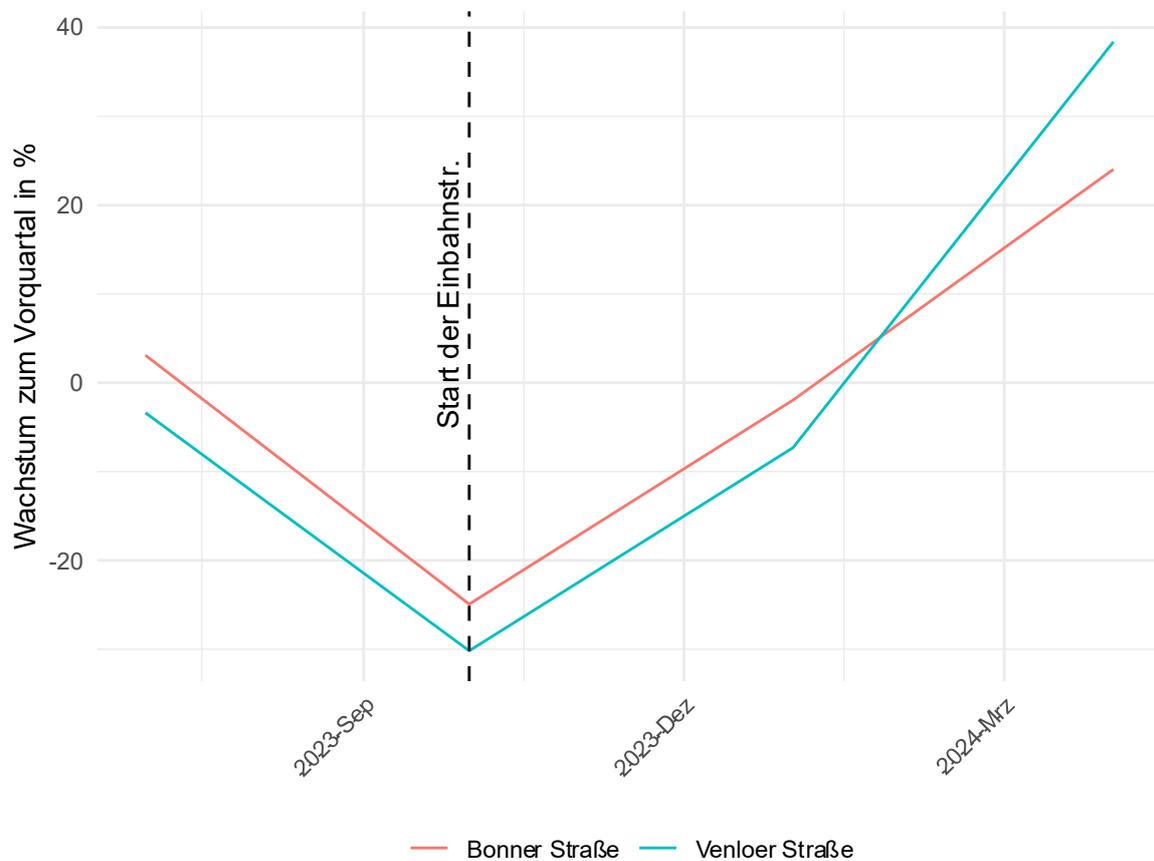
Ob die Anzahl derjenigen, die per Fahrrad, zu Fuß oder mit dem ÖPNV anreisen, überhaupt ansteigen kann, ist stark davon abhängig, wie viele Personen im nahen Umfeld zur Einkaufsstraße wohnen beziehungsweise wie gut die Anbindung an den ÖPNV gestaltet ist. Neben den Straßenbahnlinien 3 und 4, die die Venloer Straße entlangfahren, kreuzt die Linie 13 die Venloer Straße in Höhe Ehrenfeldgürtel (dem Startpunkt der Einbahnstraße). Dort befindet sich auch der Bahnhof Ehrenfeld mit den Linien S12 und S19 sowie diversen Regionalbahnschlüssen. Außerdem ist mit der Buslinie 142 eine gute Verbindung in den Kölner Süden und nach Köln Nippes gegeben. Der für den Verkehrsversuch relevante Bereich ist demnach sehr gut an den Nahverkehr angebunden und kann aus verschiedenen Teilen Kölns und sogar überregional mit dem ÖPNV gut erreicht werden. Betrachtet man das Einzugsgebiet, von welchem der Abschnitt der Venloer Straße zwischen Ehrenfeldgürtel und Piusstraße mit dem Fahrrad in zehn Minuten bzw. in fünf Minuten erreicht werden kann, zählt man ca. 63.000 bzw. knapp 22.000 Einwohner (Siehe *Abbildung 3*).⁴⁴ Fußläufig können dieselben Einwohner in 28 Minuten bzw. 14 Minuten in die Einkaufsstraße gelangen.⁴⁵ Die Venloer Straße ist also auch durch die aktiven Fortbewegungsmittel (per Fahrrad oder zu Fuß) von einer großen Zahl potenzieller Kunden erreichbar.

Eine Zählstelle, welche die PKW- und Raddurchfahrten misst, befindet sich auf der Venloer Straße kurz nach Ende der Einbahnstraße zwischen der Piusstraße und der Fuchsstraße. In Ehrenfeld wird traditionell viel Fahrrad gefahren. Besonders in den Coronajahren war das Rad in Köln ein beliebtes Fortbewegungsmittel. Auf der Venloer Straße waren die jährlichen Durchfahrten mit dem Rad 2020 und 2022 mit jeweils über 2 Millionen auf einem Allzeithoch. Im Folgejahr 2023 ging die Fahrradnutzung in ganz Köln leicht zurück, so auch auf der Venloer Straße. Auch im ersten Quartal 2024 liegt die zahlenmäßige Entwicklung hinter den Rekordjahren aus 2020 und 2022. Allerdings fällt die Wachstumsrate für das zweite Quartal 2024 im Verhältnis zur Bonner Straße – einer ähnlichen Straße in der Kölner Südstadt ohne Änderung der Verkehrsführung – deutlich stärker aus.

⁴⁴ Bei diesen Berechnungen wird eine Durchschnittsgeschwindigkeit von 15 Km/h angenommen. So lässt sich eine Strecke von 2,5 Km bzw. 1,25 Km in 10 Minuten bzw. 5 Minuten zurücklegen. Da man die Einkaufsstraße wahrscheinlich nicht auf direktem Weg erreichen kann. Wird ein Radius von 2 Km bzw. 1 Km angenommen, um Abweichungen von der Luftlinie zu berücksichtigen.

⁴⁵ Bei einer Schrittgeschwindigkeit von 4,3 Km/h.

Abbildung 4: Entwicklung des Fahrradverkehrs auf der Venloer Straße im Vergleich zur Bonner Straße pro Quartal



Notiz: Eigene Darstellung auf Basis der Daten der Zählstelle Venloer Straße der Stadt Köln.

Insgesamt nahm das Fahrradaufkommen auf der Venloer Straße vom ersten zum zweiten Quartal 2024 um 38,4 % zu. Der Differenzen-in-Differenzen-Ansatz⁴⁶ zeigt dabei einen um 20 Prozentpunkte stärkeren Anstieg im Vergleich zur Bonner Straße (siehe *Abbildung 4*).⁴⁷

⁴⁶ Der "Differenzen von Differenzen"-Ansatz (oder "Difference-in-Differences", DiD) ist eine Methode, um den Effekt einer bestimmten Maßnahme zu messen. Er vergleicht, wie sich eine Gruppe, die eine Maßnahme erfährt, über die Zeit verändert, im Vergleich zu einer statistisch ähnlichen Gruppe, die von der Maßnahme nicht betroffen ist. Wenn der Unterschied zwischen den Gruppen nach Inkrafttreten der Maßnahme größer ist als vorher, kann das als Hinweis dafür gesehen werden, dass die Maßnahme einen Effekt hatte.

⁴⁷ Eigene Auswertung der Daten der Zählstelle Venloer Straße der Stadt Köln

Diese Differenz entspricht 52,1 % des Wachstums im Vorquartal. Nach einer kurzen Eingewöhnungszeit in den Wintermonaten lässt sich dieser deutliche Zuwachs mit hoher Wahrscheinlichkeit auf die geänderte Verkehrsführung zurückführen.⁴⁸

Betrachtet man das PKW-Aufkommen ist zunächst festzuhalten, dass es für Radialstraßen charakteristisch ist, dass ein Großteil der Autofahrer die Straße einmal in die eine und später wieder in die andere Richtung passiert, um die Innenstadt oder eben die außenliegenden Bezirke aufzusuchen. Dabei kommt es häufig vor, dass die Durchfahrenden unterwegs stoppen, um Einkäufe zu erledigen. Durch die Einführung der Einbahnstraße würde man erwarten, dass eine dieser beiden Reisen nicht mehr durch die Venloer Straße führt und somit auch die Anzahl der Durchfahrten um knapp die Hälfte sinkt. Das bedeutet jedoch nicht zwangsläufig, dass auch die Hälfte der PKW-Kunden entfallen. Derselbe mögliche Kunde, der zuvor die Venloer Straße an einem Tag zweimal passiert hat, würde zwar nur noch einmal durch die Straße fahren, könnte dabei aber immer noch seine Einkäufe erledigen.

Tatsächlich war es in der Praxis aber so, dass das Autoaufkommen im ersten halben Jahr nach der Einführung der Einbahnstraße gar nicht um die Hälfte gesunken ist. In die gewährte Richtung durchfahren nun wesentlich mehr Autos die Venloer Straße als vor dem Verkehrsversuch. Während die Durchfahrten in Richtung Stadtauswärts naturgemäß entfallen, stiegen die Durchfahrten in Richtung Innenstadt in dem Zeitraum von Dezember 2023 bis Juni 2024 um 18,7 % im Vergleich zum selben Zeitraum im Vorjahr.⁴⁹ Möglicherweise hat sich der Verkehrsfluss so weit verbessert, dass sich zusätzliche Autofahrer für die Venloer Straße entscheiden, entweder um so die Innenstadt zu erreichen oder um eines der Parkhäuser auf der Venloer Straße anzusteuern und dort einkaufen zu gehen. Über letztere Möglichkeit bietet die Auswertung der Parkhausauslastung zusätzliche Informationen. Auf der Venloer Straße wurden seit Juli 2022 sukzessive ca. 60 Kurzzeitparkplätze in anderweitige Nutzungsflächen umgewandelt. Das reduziert die Möglichkeit, mit dem eigenen

⁴⁸ Bei diesen Zahlen handelt es sich tendenziell um eine konservative Schätzung. Das Amt für Mobilität Köln geht davon aus, dass seit der veränderten Verkehrsführung Fahrradfahrer vermehrt auf der Straße fahren und dadurch nicht von der Zählshranke auf dem Radweg erfasst werden. Somit könnte der Zuwachs an Radfahrern auf der Venloer Straße in Wahrheit noch stärker ausfallen.

⁴⁹ Eigene Auswertung der Daten der Zählstelle Venloer Straße Stadt Köln.

Auto direkt vor dem Geschäft zu parken. Wie in Kapitel 4.1.4. *Gewerbemieten und Leerstand* beschrieben, kommen Merten und Kuhminhof (2023) in ihrer Untersuchung zu dem Ergebnis, dass nicht die Parkplätze direkt vor dem Geschäft entscheidend für den kommerziellen Erfolg einer Einkaufsstraße sind, sondern solche, die zu Fuß gut erreichbar sind. Mit den zwei Parkhäusern *Neptunplatz* und *Barthonia Forum* gibt es in direkter Nähe über 1.100 Parkplätze an der Venloer Straße.⁵⁰ Erste Auswertungen zeigen, dass diese Möglichkeiten auch von den Kfz-Nutzern zunehmend angenommen werden. So verzeichnete das *Barthonia Forum* im ersten und zweiten Quartal 2023 einen Anstieg der eingefahrenen Autos um 24,3 % bzw. 17,3 % im Vergleich zu den jeweiligen Quartalen des Vorjahres (also der Zeit vor dem Wegfall der Straßenparkplätze).⁵¹ Dabei war das *Barthonia Forum* zu keinem Zeitpunkt ausgelastet. Vergleichsdaten aus dem Jahr 2022 liegen für das Parkhaus am Neptunplatz nicht vor. Die Auswertung der täglichen Maximalbelegung von Oktober bis Dezember 2023 zeigt jedoch, dass auch das deutlich kleinere Parkhaus im Durchschnitt nur zu 56.7 % ausgelastet war und das selbst am Karnevalstag, den 11. November, noch fast 30 % der Parkplätze verfügbar waren.⁵² Genug Parkraum in direkter Einkaufsnähe ist also für den aktuellen Bedarf und auch für eine weiter steigende Nachfrage – aufgrund zunehmender Bekanntheit – ausreichend vorhanden.

Obgleich die Förderung der Nahmobilität auf Kosten des Raums für PKWs umgesetzt wurde und nahezu eine Halbierung des Autoverkehrs erwartet werden konnte, deuten die angeführten Beobachtungen nicht darauf hin, dass dies auch für die Kundenzahl gilt, die mit dem Auto anreist. Zum einen ist aller Wahrscheinlichkeit nach ein Großteil der Autofahrer, die stadtauswärts jetzt eine der Ausweichrouten nutzen müssen, auf der Rück- bzw. Hinfahrt Richtung Kölner Innenstadt immer noch potenzieller Kunde. Zum anderen haben sich die Durchfahrten in die gewährte Richtung sogar signifikant erhöht, was sich positiv auf das potenzielle Kundenaufkommen auswirken sollte. Außerdem verdeutlicht die gestiegene Nutzung der Parkhäuser, dass die Venloer Straße auch nach dem Verkehrsversuch ein interessantes Ziel für PKW-Fahrer bleibt.

⁵⁰ Dabei ist das Barthonia Forum mit 1.043 Plätzen das deutlich größere Parkhaus. Parkgebühren betragen hier 4 Euro für zwei Stunden. Das Parkhaus Neptunplatz hat 113 Plätze. Dort kosten zwei Stunden 1,80 Euro.

⁵¹ Eigene Auswertungen der Belegungsberichte der Parkhäuser.

⁵² Ebenso.

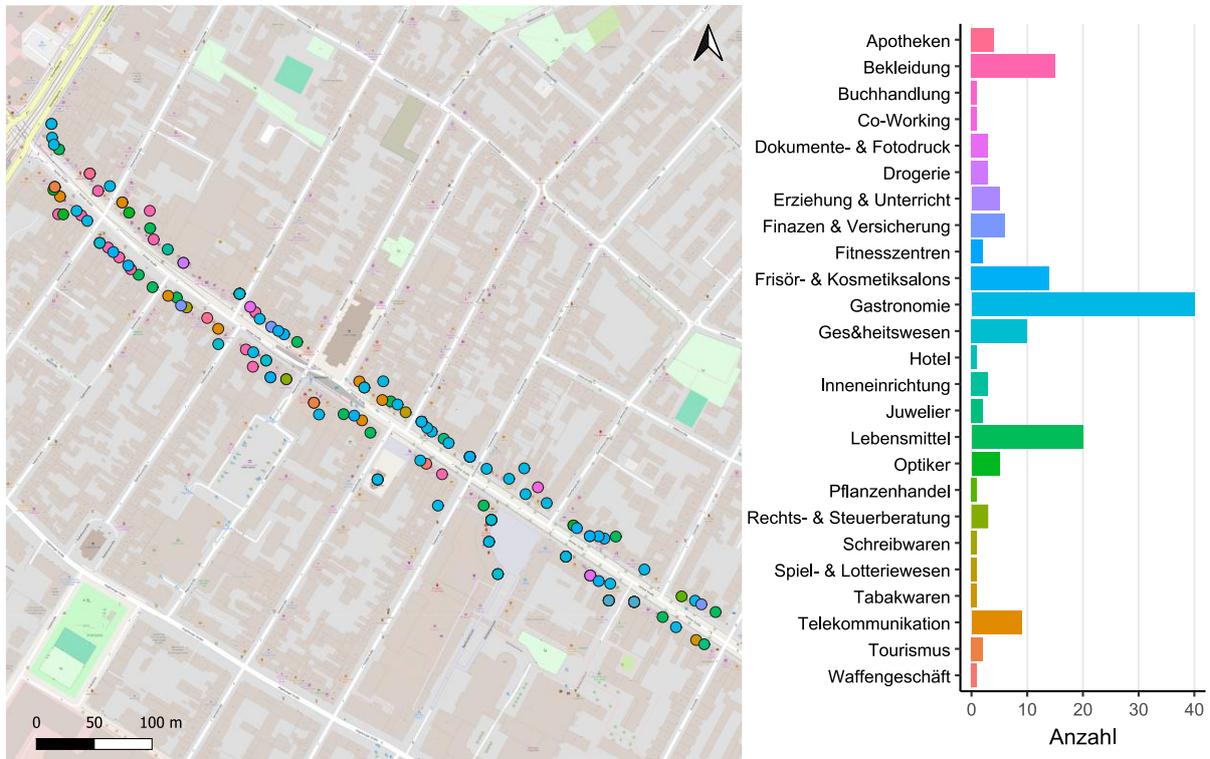
Die Literaturübersicht hat weiter ergeben, dass die Aufenthaltsdauer der Kundschaft zentral für die wirtschaftliche Entwicklung ist. Auch diese ist für die Kunden auf der Venloer Straße nicht genauer dokumentiert. Vergleicht man die auf der Venloer Straße umgesetzten Veränderungen mit Beispielen aus der Forschung, finden sich viele Elemente wieder, die sich nachweislich positiv auf die Verweildauer auswirken.

Zum einen verbessert eine gesteigerte Verkehrssicherheit die Aufenthaltsqualität. Hierzu trägt der zusätzliche Zebrastreifen auf der Venloer Straße zwischen Sömmeringstraße und Keplerstraße bei, der die Sicherheit beim Überqueren der Straße zu Fuß erhöht. Des Weiteren erhöht das niedrigere Autoaufkommen, das zudem seit Oktober 2023 die Straße nur in noch eine Richtung befährt, die Verkehrssicherheit. Dass diese Maßnahmen drastische Wirkung entfaltet haben, zeigt eine Auswertung der Verkehrsstatistik. Waren es 2021 noch 28 Unfälle (davon 26 mit Fahrradfahrer- oder Fußgängerbeteiligung) und 2022 (erst im Oktober 2022 wurde mit der „20er Zone“ die erste Stufe des Verkehrsversuch gestartet) 30 Unfälle (davon 25 mit Fahrradfahrer- oder Fußgängerbeteiligung), gab es im gesamten Jahr 2023 nur zwei Unfälle auf der Venloer Straße zwischen Ehrenfeldgürtel und Piusstraße.⁵³ Zum anderen sorgt ein einladend gestalteter öffentlicher Raum für eine gesteigerte Aufenthaltsdauer der Kunden. Dazu tragen umgewandelten Kurzzeitparkplätze bei. Davon wurden mittlerweile 16 zusätzlich für die Außengastronomie genutzt und zehn weitere Parkplätze wurden begrünt oder mit Sitzelementen versehen. Solcherlei Maßnahmen haben in anderen Städten nachweislich zu erhöhten Aufenthaltsdauern der Kunden im Einkaufsgebiet geführt (Siehe Kapitel 4.1.1 *Kundenaufkommen und Aufenthaltsdauer*).

Gemäß der Studie von Yoshimura et al. (2022) (siehe Kapitel 4.1.3 *Umsatz*) ist eine hohe Ladendichte und -vielfalt eine wichtige Grundvoraussetzung, damit sich Maßnahmen zur Nahmobilitätsförderung positiv auf die wirtschaftliche Entwicklung der Einkaufsstraße auswirken. *Abbildung 5* zeigt deshalb die Verteilung der Geschäfte entlang der Venloer Straße zwischen Ehrenfeldgürtel und Piusstraße sowie die Anzahl der Läden pro Branche. Gemäß dieser Auswertung gibt es in dem relevanten Straßenabschnitt 154 Gewerbe. Hierbei wird deutlich, dass in fast allen Gebäuden der Venloer Straße ein Ladengeschäft ansässig ist.

⁵³ Eigene Zählungen gemäß des Unfallatlas. Siehe Statistische Ämter des Bundes und der Länder, Unfallatlas, 2024, <https://unfallatlas.statistikportal.de/> (abgerufen 10.10.2024)

Abbildung 5: Verteilung und Vielfalt der Ladengeschäfte auf der Venloer Straße zwischen Ehrenfeldgürtel und Piusstraße



Notiz: Eigene Darstellung mit eigener Auswertung der Informationen auf Google Maps. Die zugeordneten Branchen orientieren sich an den WZ-2008, wurden aber für eine übersichtlichere Darstellung leicht modifiziert.

Gemäß der offiziellen Wirtschaftszweigsystematik WZ 2008⁵⁴ sind 34 verschiedene Wirtschaftszweigklassifizierungen auf der Venloer Straße vertreten (für eine übersichtlichere Darstellung wurden in der Grafik einige Wirtschaftszweige zusammengefasst), wobei die Konzentration von Gastronomiebetrieben, Bekleidungsgeschäften und dem Lebensmittel Einzelhandel sehr hoch ist.

Eine hohe Ladendichte sowie -vielfalt ist somit gegeben. Zuvor in Kapitel 4.1.3 Umsatz beschriebene Studien zeigen, dass dies eine gute Ausgangslage bietet, um positive wirtschaftliche Effekte durch die Förderung von Nahmobilität zu entfalten.

⁵⁴ Nähere Infos zu der WZ 2008 Systematik finden sich hier: <https://www.destatis.de/DE/Methoden/Klassifikationen/Gueter-Wirtschaftsklassifikationen/klassifikation-wz-2008.html> (abgerufen 10.10.2024)

Zusammenfassend zeigt sich, dass trotz fehlender direkter Umsatzdaten und des für eine Analyse der Gewerbemieten zu kurzen Zeitraums mehrere Indizien darauf hindeuten, dass die veränderte Verkehrsführung auf der Venloer Straße positive wirtschaftliche Effekte entfalten kann. Die gute Anbindung an den ÖPNV und die gute Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer ermöglichen es einer großen Anzahl potenzieller Kunden, die Einkaufsstraße bequem zu besuchen. Das vergleichsweise starke Wachstum des Fahrradaufkommens und die gestiegene Nutzung der Parkhäuser geben Hinweise darauf, dass sowohl Radfahrer als auch Autofahrer die Venloer Straße weiterhin frequentieren.

Maßnahmen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität, wie verbesserte Verkehrssicherheit durch einen zusätzlichen Zebrastreifen und die Reduzierung des Autoverkehrs, haben vermutlich zu einer erhöhten Verweildauer der Kunden beigetragen. Die Umwandlung von Kurzzeitparkplätzen in Flächen für Außengastronomie, Sitzmöglichkeiten und Begrünung schafft zudem einen einladenden öffentlichen Raum. Die hohe Ladendichte und -vielfalt entlang der Straße bilden eine solide Grundlage dafür, dass die Förderung der Nahmobilität zu positiven wirtschaftlichen Entwicklungen führen kann.

Insgesamt deuten die vorliegenden Indizien darauf hin, dass der Eingriff in die Verkehrsführung nicht nur die Nahmobilität fördert, sondern auch die wirtschaftliche Attraktivität der Venloer Straße steigern kann.

5. Konjunkturbericht

Der Überblick über den aktuellen Forschungsstand in Kapitel 4 ergab, dass bisherige Studien zu den wirtschaftlichen Auswirkungen der Förderung von Nahmobilität überwiegend positive Effekte für lokale Geschäfte finden, lediglich für autonahes Gewerbe, wie Tankstellen, Kfz-Werkstätten und -Zubehörgeschäfte konnten Umsatzrückgänge nachgewiesen werden. Dennoch klagen einige Gewerbetreibende anderer Branchen nach der Umsetzung des Verkehrsversuchs auf der Venloer Straße über Umsatzrückgänge. Daher stellt sich die Frage, wie sich die niedrigeren Umsätze erklären lassen. Neben der Verkehrssituation vor Ort ist die aktuelle konjunkturelle Gesamtsituation ein weiterer wichtiger Einflussfaktor für die Umsatzentwicklungen der lokalen Geschäfte. Zur besseren Einordnung des Verkehrsversuchs untersucht dieses Kapitel, wie sich der Einzelhandel und das für Einkaufsstraßen typische Dienstleistungsgewerbe wie Friseur- und Kosmetiksalons in Deutschland in den letzten Jahren entwickelt haben. Dabei wird auf die unterschiedliche Entwicklung zwischen

dem stationären Einzelhandel – also dem physischen Handel in einem Geschäft – und dem Onlinehandel eingegangen (Kapitel 5.1). Um auch Branchenunterschiede zu berücksichtigen, analysiert Kapitel 5.2. branchenspezifische Umsatzentwicklungen.

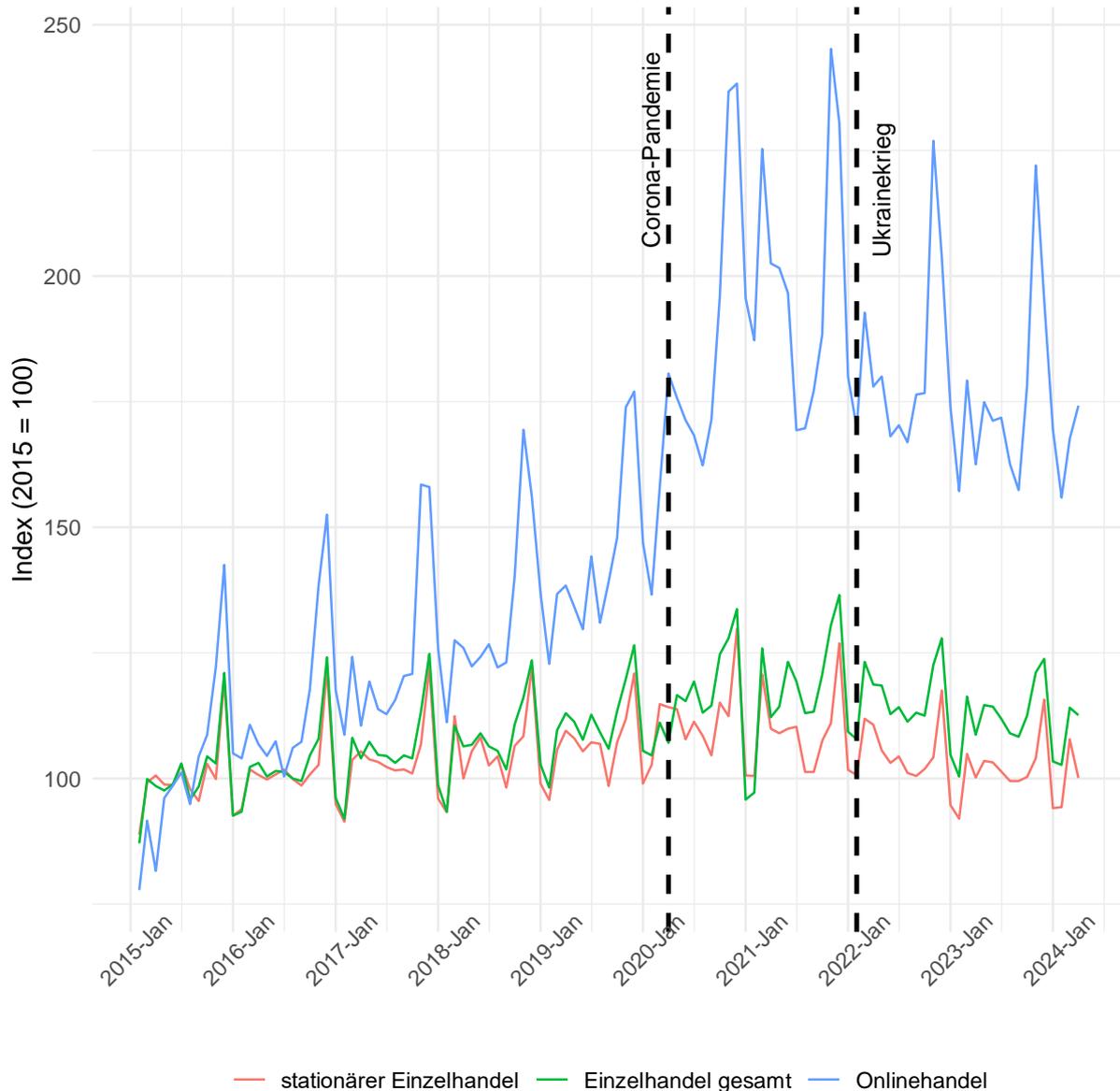
Der Beginn des Verkehrsversuchs auf der Venloer Straße im Juli 2022 fällt in eine wirtschaftlich schwierige Zeit. In den Jahren 2022 und 2023 stand der Einzelhandel in Deutschland vor außergewöhnlichen Herausforderungen, die stark von externen Faktoren geprägt wurden. Diese Faktoren reichten von den fortwährenden Auswirkungen der Corona-Pandemie über die geopolitischen Spannungen bis hin zur Inflation, die sowohl das Konsumverhalten als auch die betriebswirtschaftlichen Bedingungen beeinflussten. Während bereits ein allgegenwärtiger Fachkräftemangel herrschte und Lieferkettenstörungen weiterhin anhielten, sorgte der Einmarsch Russlands in die Ukraine im Februar 2022 für große Unsicherheit und ließ Energie- und Rohstoffpreise in die Höhe schnellen. Davon angetrieben stieg die Inflation rasant an. Im Jahresdurchschnitt lag sie 2022 bei 7,9 %, dem höchsten Wert seit Jahrzehnten.⁵⁵ Dies führte zu einem spürbaren Rückgang der realen Kaufkraft bei den Verbrauchern, welcher sich auch in einem Rückgang ihres Konsumverhalten niederschlug.⁵⁶ Im Jahr 2023 ist die Inflation zwar leicht rückläufig gewesen, verblieb aber mit 5,9 % auf einem hohen Niveau.⁵⁷ Die dadurch konstant hohen Preise und nur vereinzelt angepassten Löhne hielten die Kaufkraft niedrig und machten auch 2023 zu einem schwierigen Jahr für den Handel.⁵⁸

⁵⁵ Siehe Pressemitteilung Nr. 022, Statistisches Bundesamt (2023), https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2023/01/PD23_022_611.html (abgerufen 10.10.2024)

⁵⁶ Siehe HDE (2024a)

⁵⁷ Siehe Pressemitteilung Nr. 020, Statistisches Bundesamt (2024a), https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/01/PD24_020_611.html (abgerufen 10.10.2024)

⁵⁸ Ebenda

Abbildung 6: Umsatzentwicklung im Einzelhandel: Stationär vs. Online

Notiz: Eigene Darstellung mit Daten des statistischen Bundesamts. Bei diesen Graphen handelt es sich um die Abbildung des Indexwerts, man kann also keine absoluten Umsatzniveaus davon ablesen, sondern nur Entwicklungen relativ zur Basis in 2015. Absolut macht der Umsatz des Onlinehandels ca. 13% des gesamten Einzelhandels aus.

5.1 Online vs. stationärer Einzelhandel

Der stationäre Einzelhandel ist außerdem seit vielen Jahren mit einer zunehmenden Konkurrenz durch den Online- und Versandhandel konfrontiert, welcher seit einigen Jahren deutlich stärker wächst und insbesondere während der Corona-Pandemie nochmal deutlich zugelegt hat (siehe *Abbildung 6*). 2020 konnte der stationäre Einzelhandel seinen Umsatz zwar steigern, verzeichnete aber ab 2021 Umsatzverluste, die sich 2022 und 2023 weiter fortsetzten. Im ersten Quartal 2024 lag der Umsatz des stationären Einzelhandels knapp 4 % unter dem Niveau desselben Zeitraums 2019 vor der Pandemie. Der Onlinehandel konnte zwar von der Pandemie profitieren und wuchs in dieser Zeit real um 23,1 %, doch seit 2022 zeigt sich, dass der gesamte Einzelhandel von der Inflation betroffen ist. Hier erfuhr der Onlinehandel erstmals einen Verlust mit einem Minus von 2,5 % und verblieb auch 2023 auf einem ähnlichen Niveau.⁵⁹ Insgesamt machte der Onlinehandel 2023 13,2 % des Marktvolumens im gesamten Einzelhandel aus, verglichen zu 10,8 % 2019 vor der Pandemie.⁶⁰

Es scheint, als ob die Pandemie nicht nur unmittelbare Auswirkungen auf den Einzelhandel hatte, sondern das Einkaufsverhalten vieler Personen auch längerfristig beeinflusst. So zeigt eine Auswertung des statistischen Bundesamts in den fünf größten deutschen Städten, dass im Herbst 2023 weiterhin weniger Passanten auf den Einkaufsstraßen unterwegs waren als im Herbst 2019 vor der Pandemie.⁶¹ Auch der kontinuierliche Rückgang der Ladengeschäfte deutet auf die anhaltend schwierige Situation des stationären Einzelhandels hin. Innerhalb von zehn Jahren sank die Zahl der Ladengeschäfte in Deutschland seit 2010 um 10,2 % auf 403.000 Geschäfte.⁶²

5.2 Branchenspezifische Konjunkturberichte

Das vorangegangene Kapitel zeigte, dass der gesamte Einzelhandel sich in einer schwierigen wirtschaftlichen Situation befindet und speziell der stationäre Einzelhandel unter der

⁵⁹ Siehe HDE (2023), S. 3

⁶⁰ Siehe HDE (2024b), S. 10

⁶¹ Siehe Pressemitteilung Nr. N 065, Statistisches Bundesamt (2024b) https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2022/11/PD22_N065_45.html (abgerufen 10.10.2024) und Statista (2023) S. 23

⁶² Siehe Statistisches Bundesamt (2024b)

rasant steigenden Konkurrenz des Onlinehandels leidet. Die Betrachtung der Umsatzentwicklung des stationären Einzelhandels als Ganzes unterschlägt jedoch die starken Branchenunterschiede. Um diesen Unterschieden gerecht zu werden, ist ein differenzierter Blick auf die wirtschaftliche Entwicklung der auf der Venloer Straße vertretenen Branchen hilfreich. Im Fokus des folgenden Abschnitts liegen zum einen die Branchen, die auf der Venloer Straße stark vertreten sind, und zum anderen solche, die von sehr hohen Umsatzeinbußen berichten. Daraus ergibt sich die folgende Auswahl: Geschäfte des Lebensmitteleinzelhandels sowie Bäckereien, Apotheken, Bekleidungsgeschäfte, Friseur- und Kosmetikstudios und die Gastronomie.

Aufgrund pandemiebedingter Kontaktbeschränkungen und Homeoffice-Regelungen verbrachten viele Menschen 2020 deutlich mehr Zeit zuhause und haben entsprechend häufiger zuhause gegessen. Dies führte im **Lebensmitteleinzelhandel** zu einem Rekordanstieg der Umsätze von real 5,4 %.⁶³ In den Folgejahren verzeichnete der Lebensmitteleinzelhandel allerdings kontinuierliche Umsatzverluste, wozu 2023 besonders die stark steigenden Nahrungsmittelpreise beitrugen. Speziell im Lebensmittelhandel herrscht ein starker Wettbewerb zwischen Discontnern. Zudem verhalten sich Konsumenten sehr preissensibel. Deswegen können steigende Einkaufspreise von den Lebensmittelgeschäften nur sehr schwer an die Verbraucher weitergegeben werden. So lag der Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel 2023 5 % unterhalb des Vor-Pandemie Niveaus von 2019.⁶⁴ Das **Bäckerhandwerk** konnte seinen Umsatz 2022 und 2023 wieder steigern, lag aber 2023 ebenfalls real 1,7 % unterhalb seines Umsatzniveaus von 2019.⁶⁵

Die **Apotheken** befanden sich während der Corona-Pandemie in einer besonderen Position. Ihre realen Umsätze stiegen 2020 um 7 %, 2021 um 7,8 % und 2022 um 1,3 %.⁶⁶ Im Jahr 2023 nahm diese Entwicklung dann ein Ende und die Apotheken verzeichneten einen

⁶³ Siehe Pressemitteilung Nr. 041, Statistisches Bundesamt (2024c), https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/01/PD24_041_45212.html (abgerufen 10.10.2024)

⁶⁴ Ebenda.

⁶⁵ Eigene Berechnungen mit Daten des Nettoumsatzes im Bäckerhandwerk in Deutschland in den Jahren 1990 bis 2023, Statista (2024), <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/29290/umfrage/umsatz-der-baekereien-in-deutschland-zeitreihe/> (abgerufen 10.10.2024) und Statistisches Bundesamt (2024d)

⁶⁶ Eigene Berechnung mit Daten des Statistischen Bundesamtes (2024e)

realen Umsatzverlust von 3,1 %.⁶⁷ Während 2022 noch Sonderumsätze durch Schutzmasken, Covid-19-Zertifikate, -Impfstoffe, -Impfungen, -Arzneimittel und -Testungen in Höhe von 540 Mio. € erzielt werden konnten, fielen diese 2023 quasi weg.⁶⁸ Hinzu kamen im Jahr 2023 Umsatzrückgänge für rezeptfreie Arzneimittel und Nicht-Arzneimittel, steigende Kosten für den Wareneinsatz und zunehmende Konkurrenz aus dem Onlinehandel. Durchschnittlich führte dies 2023 zu einem um 13 % niedrigeren realen Betriebsergebnis⁶⁹ vor Steuern als noch im Vorjahr.⁷⁰ Außerdem lässt sich seit Jahren ein deutlicher Rückgang der Anzahl der Apotheken beobachten. Im Jahr 2023 schlossen netto knapp 500 Apotheken. Dabei war der Rückgang im 4. Quartal 2023 der stärkste seit Aufzeichnungsbeginn 1956.⁷¹

Friseur- und Kosmetikstudios waren von den Kontaktbeschränkungen während der Pandemie besonders betroffen und verzeichneten 2020 und 2021 starke Umsatzverluste. Im Jahr 2022 fiel der Umsatzzuwachs trotz der hohen Inflationsrate vergleichsweise groß aus, da die Umsätze in den beiden Vorjahren außergewöhnlich niedrig waren. Dennoch lag der Umsatz 2022 immer noch real 9,2 % unterhalb des Vor-Corona-Umsatzes von 2019.⁷²

Auch die stationären **Bekleidungsgeschäfte** wurden stark von der Pandemie getroffen. Lock-Down bedingt mussten die Geschäfte viele Monate geschlossen bleiben. Gleichzeitig ging der Bedarf nach formeller Kleidung fürs Büro und Freizeitklamotten für soziale Anlässe rapide zurück. In der Folge sank der Umsatz 2020 um 25,1 % zum Vorjahr. In dieser Phase erlebte der Online-Bekleidungshandel einen starken Boom, welcher sich auch nach der Pandemie als anhaltend starker Konkurrent etabliert. Auch 2021 war noch keine Erholung in Sicht und der Umsatz sank um weitere 5,9 % im Vergleich zu 2020. Erst 2022 gelang eine sprunghafte Erholung. Hier stieg der Umsatz um 27,8 % und konnte 2023 noch leicht ausgebaut werden. Damit lag der Umsatz 2023 allerdings immer noch 8 % unter dem Vor-Corona-Niveau von 2019.⁷³

⁶⁷ Ebenso.

⁶⁸ DAV (2023), S. 32

⁶⁹ Das Betriebsergebnis ergibt sich aus dem Netto-Umsatz abzüglich des Wareneinsatzes, der Personalkosten und aller sonstigen steuerlich abzugsfähigen Kosten.

⁷⁰ DAV (2024), S.89

⁷¹ DAV (2024), S.7

⁷² Eigene Berechnungen mit Daten des Statistischen Bundesamtes (2024f). Die Daten liegen nur bis einschließlich 2022 vor.

⁷³ Die Umsatzentwicklungen in diesem Abschnitt beziehen sich auf eigene Berechnung mit Daten des Statistischen Bundesamtes (2024e)

Die Umsätze von **Restaurants, Gaststätten und Imbissbuden** brachen 2020 real um knapp 34 % ein und sanken auch 2021 noch leicht. Trotz eines starken Zuwachses des realen Umsatzes 2022 von 41,3 %, hatte sich die Gastronomie nicht vollständig von den Auswirkungen der Pandemie erholt, als 2023 die nächste Herausforderung in Form steigender Nahrungsmittelpreise bevorstand. Der Umsatz von Restaurants, Gaststätten und Imbissbuden sank 2023 leicht und lag damit immer noch fast 10 % unterhalb des Niveaus vor der Pandemie von 2019.⁷⁴ Die Anzahl der Betriebsaufgaben in der Gastronomie stieg 2023 um 8,6 % gegenüber dem Vorjahr und lag rund 10 % über der Anzahl der Betriebsneugründungen im selben Jahr.⁷⁵

6. Fazit

Die Umwandlung der Venloer Straße in eine Einbahnstraße und die Einführung weiterer verkehrsberuhigender Maßnahmen haben kontroverse Reaktionen hervorgerufen. Insbesondere wird von einigen Gewerbetreibenden ein starker Umsatzrückgang beklagt. Diese Kritik ist nicht ungewöhnlich für verkehrspolitische Eingriffe, die die Nahmobilität fördern und den motorisierten Individualverkehr einschränken. Diese Studie beleuchtet jedoch mehrere wesentliche Punkte, die eine differenzierte Bewertung der wirtschaftlichen Auswirkungen ermöglichen:

1. **Einfluss auf Kundenzahlen und -verhalten:** Vergleichbare Studien aus Deutschland und dem internationalen Raum zeigen, dass verkehrsberuhigende Maßnahmen in Einkaufsstraßen häufig zu einem Anstieg des Fußgänger- und Radverkehrs führen. Auch auf der Venloer Straße konnte in Folge des Verkehrsversuchs ein stärkerer Zuwachs der Radfahrenden im Vergleich zur Bonner Straße (vergleichbarer Straßenzug in der Kölner Südstadt) verzeichnet werden. Dies lässt vermuten, dass die Attraktivität der Straße für Anwohner und Besucher gestiegen ist, was zu einer potenziellen Steigerung des Kundenaufkommens führen könnte. Langfristig könnte sich dies positiv auf die Geschäfte auswirken, insbesondere auf Gastronomiebetriebe und andere Einzelhandelsformen, die von einer hohen Verweildauer profitieren.

⁷⁴ Die Umsatzentwicklungen in diesem Abschnitt beziehen sich auf eigene Berechnung mit Daten des Statistischen Bundesamtes (2024g)

⁷⁵ DEHOGA, 2024, S. 9

2. **PKW-Verkehrsfluss:** Die PKW-Durchfahrten sind seit Einführung der Verkehrsberuhigung um wesentlich weniger als die Hälfte zurückgegangen. Möglicherweise erlaubt die Einbahnstraße einen besseren Verkehrsfluss und lockt so auch Neukunden mit dem PKW an. Die nahegelegenen Parkmöglichkeiten in den Parkhäusern *Barthonia Forum* und *Neptunplatz* werden immer häufiger genutzt und halten noch weitreichende Kapazitäten vor.
3. **Verkehrssicherheit und Aufenthaltsqualität:** Die Reduktion des motorisierten Verkehrs und die Schaffung von mehr Raum für Fußgänger und Radfahrer haben zu einer signifikanten Erhöhung der Sicherheit auf der Venloer Straße geführt. Dies spiegelt sich in einem starken Rückgang der Unfallzahlen wider. Der Rückbau von Parkplätzen zugunsten von Sitzgelegenheiten und Außengastronomieflächen sowie der Ausbau von Radwegen haben das Potential, die Aufenthaltsqualität in diesem Abschnitt erheblich zu verbessern.
4. **Wirtschaftliche Unsicherheit:** Die derzeit beklagten Umsatzeinbrüche müssen im Kontext der allgemeinen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gesehen werden. Der stationäre Einzelhandel in Deutschland leidet seit Jahren unter den Folgen der Corona-Pandemie, der steigenden Konkurrenz durch den Online-Handel und der hohen Inflation. Auch für die auf der Venloer Straße stark vertretenen Branchen, wie den Lebensmitteleinzelhandel oder die Gastronomie, stellen diese externen Faktoren eine erhebliche Belastung dar.
5. **Langfristige Perspektive:** Die Forschung zeigt, dass Maßnahmen zur Förderung der Nahmobilität häufig zu positiven wirtschaftlichen Effekten führen, insbesondere wenn diese Maßnahmen die Aufenthaltsqualität verbessern. Allerdings erfordert dies Zeit, da sich die Anpassungen des Kundenverhaltens und die damit verbundenen wirtschaftlichen Effekte oft erst nach einer gewissen Phase der Eingewöhnung voll entfalten. Die hohe Ladendichte und die Vielfalt der Geschäfte auf der Venloer Straße bieten dabei eine solide Grundlage, um diese Effekte auch hier erwarten zu können.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass es aktuell zu früh ist, um die wirtschaftlichen Auswirkungen des Verkehrsversuchs auf der Venloer Straße abschließend zu bewerten. Die bisherigen Erkenntnisse lassen jedoch darauf schließen, dass die langfristigen Effekte eher

positiv ausfallen könnten. Gleichzeitig bleibt es wichtig, die weitere Entwicklung der Kundenzahlen und der Umsätze kontinuierlich zu beobachten und gegebenenfalls nachzusteuern, um die positiven Effekte der Maßnahmen zu maximieren.

7. Literatur

- Arancibia, D., Farber, S., Savan, B., Verlinden, Y., Smith Lea, N., Allen, J., & Vernich, L. (2019). Measuring the Local Economic Impacts of Replacing On-Street Parking With Bike Lanes: A Toronto (Canada) Case Study. *Journal of the American Planning Association*, 85 (4), 463–481. <https://doi.org/10.1080/01944363.2019.1638816>
- BMVBS – Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung. (2011). Nahversorgung und Nahmobilität: Verkehrsverhalten und Zufriedenheit. BMVBS-Online-Publikation. https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/ministerien/BMVBS/Online/2011/DL_ON082011.pdf?__blob=publicationFile&v=2
- Brambilla, R., & Longo, G. (1977). For pedestrians only: planning, design, and management of traffic-free zones. Whitney Library of Design, New York.
- Buchanan, C. (1964). Verkehr in Städten. Übersetzung von Hinrich Lehmann-Grube. Deutsche Straßenliga e. V. (Hrsg.). Vulkan Verlag W. Classen, Essen.
- Carmona, M., Gabrieli, T., Hickman, R., Laopoulou, T. & Livingstone, N. (2018). Street appeal: The value of street improvements. *Progress in Planning*, 126, 1–51, <https://doi.org/10.1016/j.progress.2017.09.001>
- Cervero, R., & Duncan, M. (2002). Transit's Value-Added Effects: Light and Commuter Rail Services and Commercial Land Values. *Transportation Research Record*, 1805 (1), 8–15. <https://doi.org/10.3141/1805-02>
- DAV – Deutscher Apothekerverband. (2023). DAV-Wirtschaftsforum 2023. https://www.abda.de/fileadmin/user_upload/assets/Pressetermine/2023/DAV-WiFo-2023/Apothekenwirtschaftsbericht_2023_DAV_Wirtschaftsforum.pdf
- DAV – Deutscher Apothekerverband. (2024). Apothekenwirtschaftsbericht 2024. https://www.abda.de/fileadmin/user_upload/assets/Pressetermine/2024/DAV-WiFo-2024/Apothekenwirtschaftsbericht_2024.pdf
- DEHOGA. (2024). DEHOGA-Zahlenspiegel IV/2023. https://www.dehoga-bundesverband.de/fileadmin/Startseite/04_Zahlen_Fakten/07_Zahlenspiegel_Branchenberichte/DEHOGA-Zahlenspiegel_4_Quartal_2023.pdf
- Department of Transportation New York City. (2013). The Economic Benefits of Sustainable Streets. <https://www.nyc.gov/html/dot/downloads/pdf/dot-economic-benefits-of-sustainable-streets.pdf>
- DIHT – Deutscher Industrie- und Handelstag. (1979). Einkaufsmagnet Fußgängerzone. Bonn: DIHT.
- Ebel, Sebastian. (2022). Veedel autofrei Kölner Geschäftsleute beklagen hohe Verluste. in *Express*. 20.12.2022
- Eggs, J., Follmer, R., Gruschwitz, D., Nobis, C., Bäumer, M. & Pfeiffer, M. (2018). Mobilität in Deutschland – MiD Methodenbericht. Studie von infas, DLR, IVT und infas 360 im Auftrag des Bundesministers für Verkehr und digitale Infrastruktur (FE-Nr. 70.904/15). www.infas.de/publikationen/mobilitaet-in-deutschland-mid-methodenbericht/
- Gehl, J. (2010). *Cities for People*. Island Press (Hrsg.). ISBN: 9781597265737

- Gross, Paul. (2024). Streit über Verkehrspolitik auf 800 Metern; Die Venloer Straße ist aktuell eine Einbahnstraße, doch die Meinungen darüber gehen weit auseinander – Ein Besuch. in: Kölner Stadt-Anzeiger. 22.01.2024
- Hass-Klau, C. (1993). Impact of pedestrianization and traffic calming on retailing. A review of the evidence from Germany and the UK. *Transport Policy*, 1 (1), 21–31, [https://doi.org/10.1016/0967-070X\(93\)90004-7](https://doi.org/10.1016/0967-070X(93)90004-7)
- HDE – Handelsverband Deutschland. (2023). Online Monitor 2023. https://einzelhandel.de/images/attachments/article/2876/HDE_Online_Monitor_2023.pdf
- HDE – Handelsverband Deutschland. (2024a). Lage und Perspektive im Einzelhandel. <https://einzelhandel.de/images/presse/Pressekonferenz/2024/Konjunkturinfo.pdf>
- HDE – Handelsverband Deutschland. (2024b). Online Monitor 2024. https://einzelhandel.de/images/Online_Monitor_2024_1305_WEB.pdf
- IFH Köln. (2015). Vitale Innenstädte. Ergebnispräsentation der bundesweiten Befragung von über 33.000 Innenstadtbesuchern – Pressekonferenz, Berlin. www.bcsd.de/su-chargebisse/?datei=vitale_innenst_dte_ergebnispr_sentation_pressekonferenz_27.01.2015.pdf
- IHK Köln. (2024). Unternehmensbefragung zum Verkehrsversuch. <https://www.ihk.de/blu-eprint/servlet/resource/blob/5656988/3a256e295b10e2b894a66e264bf7aaa3/pm-deutzer-freiheit-studie-data.pdf>
- infas. (2010). Mobilität in Deutschland 2008 – Ergebnisbericht. Schlussbericht zum Forschungsprojekt im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Wohnungswesen. https://www.mobilitaet-in-deutschland.de/archive/pdf/infas_MiD2008_Abschlussbericht_1.pdf
- Ivey, R. & Bereitschaft, B. (2021). The impact of walkability on the sales price of commercial properties when controlling for the effects of economic recession: a case study of Omaha, Nebraska. *Journal of Real Estate Literature*, 29 (1), 43–59. <https://doi.org/10.1080/09277544.2021.1946256>
- Kang, C. D. (2016). Spatial access to pedestrians and retail sales in Seoul, Korea, *Habitat International*, 57, 110–120. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2016.07.006>
- Ko, K. & Cao, X. (2013). The impact of Hiawatha light rail on commercial and industrial property values in Minneapolis. *Journal of Public Transportation*, 16 (1), 47–66. <https://doi.org/10.5038/2375-0901.16.1.3>
- Liu, J. H. (2020). Economic Impacts of Bicycle and Pedestrian Street Improvements – Summary Report. <https://works.bepress.com/jenny-liu/62/>
- Liu, J. H. & Shi, W. (2020). Understanding Economic and Business Impacts of Street Improvements for Bicycle and Pedestrian Mobility – A Multicity Multiapproach Exploration. NITC-RR-1031/1161. <https://doi.org/10.15760/trec.248>
- McCoy, R., Poirier, J. A., Chapple, K. (2019). Bikes or Bust? Analyzing the Impact of Bicycle Infrastructure on Business Performance in San Francisco. UC Berkeley. <http://dx.doi.org/10.1177/0361198119850465>

- McCormick, C. (2012). York Boulevard: The Economics of a Diet. UCLA. https://nacto.org/docs/usdg/yorkblvd_mccormick.pdf
- Merten, L. & Kuhnimhof, T. (2023). Impacts of parking and accessibility on retail-oriented city centres. *Journal of Transport Geography*, 113, 103733, <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2023.103733>
- Netzell, O. (2013). The effect of accessibility on retail rents: testing integration value as a measure of geographic location. *J. Prop. Res.* 30 (1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/09599916.2012.713974>
- Özdemir, D. & Selçuk, İ. (2017). From pedestrianisation to commercial gentrification: The case of Kadıköy in Istanbul, *Cities*, 65, 10–23, <https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.02.008>
- Pfaffenbichler, P., Lemmerer, H., Winder, M. (2016). Die Förderung des Zu Fuß Gehens als wesentliches Element einer zukunftsfähigen Umwelt- und Verkehrspolitik für die Stadt Wien (ZEUS). Institut für Verkehrswissenschaften – Forschungsbereich für Verkehrsplanung und Verkehrstechnik, Technische Universität Wien. <http://hdl.handle.net/20.500.12708/24178>
- Pivo, G. & Fisher, J.D. (2011). The walkability premium in commercial real estate investments. *Real Estate Econ.* 39 (2), 185–219. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6229.2010.00296.x>
- Posit team (2023). RStudio: Integrated Development Environment for R. Posit Software, PBC, Boston, MA. URL <http://www.posit.co/>
- QGIS.org, %Y. QGIS Geographic Information System. QGIS Association. <http://www.qgis.org>
- R Core Team (2021). R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. URL <https://www.R-project.org/>
- Rijo, S. A. (2015). Economic and traffic impacts following the installation of new bicycle facilities: A Denver case study. University of Denver. <http://search.proquest.com.ezaccess.library.uitm.edu.my/docview/1767790870?accountid=42518>
- Robinson, S., Barkham, R., Carver, S., Gray, H., Siebrits, J., Holberton, R., Soholt, H. & Marini, R. (2017). Placemaking: Value and the Public Realm’s Impact on Value. CBRE Research. <https://news.cbre.co.uk/download/381443/globalplacemakingreport.pdf>
- Seibt, Thorsten. (2023). Das sind Deutschlands gefährlichste Straßen, in: auto motor sport, 15.09.2023. <https://www.auto-motor-und-sport.de/verkehr/unfallstatistik-deutschland-2022-gefaehrlichste-strassen/> (abgerufen 10.10.2024)
- Spannagel, R. (1978). Die Bedeutung der Fussgängerzonen für den Strukturwandel im Einzelhandel. Forschungsstelle für den Handel. <https://www.econbiz.de/Record/die-bedeutung-der-fu%C3%9Fg%C3%A4ngerzonen-f%C3%BCr-den-strukturwandel-im-einzelhandel-spannagel-rolf/10000613790>
- Statista (2023). Einzelhandel in Deutschland. <https://de.statista.com/statistik/studie/id/6557/dokument/einzelhandel-in-deutschland-statista-dossier/>

- Statista (2024). Nettoumsatz im Bäckerhandwerk in Deutschland in den Jahren 1990 bis 2023. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/29290/umfrage/umsatz-der-baeckereien-in-deutschland-zeitreihe/>
- Statistische Ämter des Bundes und der Länder. Unfallatlas. (2024). <https://unfallatlas.statistikportal.de/> (abgerufen 10.10.2024)
- Statistisches Bundesamt (2023). Pressemitteilung Nr. 022. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2023/01/PD23_022_611.html (abgerufen 10.10.2024)
- Statistisches Bundesamt (2024a). Pressemitteilung Nr. 020. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/01/PD24_020_611.html (abgerufen 10.10.2024)
- Statistisches Bundesamt (2024b). Pressemitteilung Nr. N 065 https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2022/11/PD22_N065_45.html (abgerufen 10.10.2024)
- Statistisches Bundesamt (2024c). Pressemitteilung Nr. 041. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/01/PD24_041_45212.html (abgerufen 10.10.2024)
- Statistisches Bundesamt (2024d). Tabelle 61111-0001: Verbraucherpreisindex.
- Statistisches Bundesamt (2024e). Tabelle 45212-0004: Umsatz im Einzelhandel.
- Statistisches Bundesamt (2024f). Tabelle 73311-0002: Umsatzsteuerpflichtige, Steuerbarer Umsatz, Umsatzsteuer
- Statistisches Bundesamt (2024g). Tabelle: 45213-0004: Umsatz im Gastgewerbe.
- Transport for London (2013) Town Centres 2013. <https://content.tfl.gov.uk/town-centres-report-13.pdf>
- Volker, J. M. B. & Handy, S. (2021). Economic impacts on local businesses of investments in bicycle and pedestrian infrastructure: a review of the evidence. *Transport Review*, 41 (4), 401–431. <https://doi.org/10.1080/01441647.2021.1912849>
- von Schneidmesser, D. & Betzien, J. (2021). Local business perception vs. mobility behavior of shoppers: a survey from Berlin. *Transport Findings*. <https://doi.org/10.32866/001c.24497>
- Wermuth, M. (2016). Personenwirtschaftsverkehr: Die empirische Analyse eines unterschätzten Teils des Straßenverkehrs. In O. Schwedes, W. Canzler, A. Knie. (Hrsg.), *Handbuch Verkehrspolitik*. (2. Aufl., S. 295–322). Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Yoshimura, Y., Kumakoshi, Y., Fan, Y., Milardo, S., Koizumi, H., Santi, P., Arias, J. M., Zheng, S. & Ratti, C. (2022). Street pedestrianization in urban districts: Economic impacts in Spanish cities. *Cities*, 120, 103468. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2021.103468>