

Evaluierungsergebnisse Bike&Buy Kampagne 2012

Die Kampagne Bike&Buy wurde 2012 im Zug des von der EU geförderten Projekts Cyclelogistics in Wien und Graz durchgeführt.

Ziel der Kampagne, die auch im Frühjahr 2013 in Wien und Graz laufen wird, ist es das Einkaufsverhalten von Privatpersonen dahingehend zu ändern, dass sie für den Transport ihrer Einkäufe öfter das Fahrrad statt des Autos nutzen. Es ist dafür wichtig herauszufinden, was Supermärkte, Geschäfte, aber auch die Städte selbst, dazu beitragen können, den Einkauf mit dem Fahrrad für VerbraucherInnen attraktiver zu gestalten.

Immerhin dienen mehr als 80% der Einkaufsfahrten dem Kauf von Gütern des täglich Bedarfs (siehe Baseline Study Cyclelogistics www.cyclelogistics.eu) und daher würde schon eine teilweise Verlagerung dieser Fahrten die Lebensqualität in Städten sehr verbessern.

Immer mehr wird außerdem klar, dass RadfahrerInnen auch gute KundInnen sind. Es zahlt sich daher für LadenbesitzerInnen und Supermärkte gleichermaßen aus RadfahrerInnen-freundlichkeit zu beweisen.

Die Kampagne wurde sowohl von der Firma SPAR als auch von der Stadt Wien und der Stadt Graz unterstützt. In beiden Städten haben TestkäuferInnen ab Mitte Mai bis Ende Juni für einen Monat lang so viele Einkäufe als möglich mit dem Rad statt mit dem Auto durchgeführt. Als Anreiz für das Mitmachen konnten die TesterInnen zwischen einem Fahrradkorb, einem guten Radständer oder einem Rabatt auf eine Radtasche wählen. Diese Ausrüstung zur Verbesserung der Einkaufstauglichkeit der Fahrräder wurde teilweise von der Stadt Wien und teilweise von der EU gesponsert. Alle TeilnehmerInnen erhielten nach der Schlussbefragung außerdem einen € 20 Gutschein der Firma SPAR. Wie sich bei der Anwerbung der TesterInnen zeigte, waren diese Anreize ein wichtiger Faktor für die Beteiligung an der Kampagne.

Bei der Auswahl der TesterInnen wurde darauf geachtet, mindestens 50% AutofahrerInnen zur Teilnahme zu gewinnen. FußgängerInnen und ÖV-NutzerInnen waren keine Zielgruppe. Insgesamt wurden in Graz 150 TesterInnen angeworben und 82 in Wien. Davon standen in Graz 122 nach der Kampagne für eine Schlussbefragung und Evaluierung zur Verfügung; in Wien waren es 69.

Standorte für die Kampagne in Wien und in Graz

Wien	Graz
Zentagasse 11-13; 5. Bezirk	Mariatroster Straße 164D; 8043 Graz
Dommesgasse 8-10, 11. Bezirk	Floßlendstraße 11, 8020 Graz
Pastorgasse 18, 21. Bezirk	Rotmoosweg 40, 8045 Graz
Biberhaufenweg 117; 22. Bezirk	Moserhofgasse 42, 8010 Graz
Sterngasse 3, 23. Bezirk	Friedrichgasse 21, 8010 Graz

Es wurden sowohl in Wien als auch in Graz Supermärkte ausgewählt, bei denen ein hohes Umstiegspotenzial vom Kfz auf das Rad vermutet wurde. Daher können die Zahlen nicht auf alle anderen Standorte oder auf das gesamte Stadtgebiet umgelegt werden.

Kriterien, die bei der Auswahl der Märkte beachtet wurden, waren außerdem das Vorhandensein von Fahrradabstellanlagen am Standort sowie das Vorhandensein von Autoparkplätzen, um sicherzustellen, dass für die Kampagne auch ein Mindestanteil an 50% Kfz-NutzerInnen gewonnen werden konnte. Märkte, die hauptsächlich von FußgängerInnen/ÖV-NutzerInnen frequentiert werden, wurden nicht ausgewählt.

Bezüglich der Standorte in Wien haben wir die Rückmeldung bekommen, dass an den Standorten in den Außenbezirken viele AutofahrerInnen einkauften, die im Umland wohnten und daher lange Anfahrtszeiten mit dem Kfz hatten. Diese Strecken wären nicht mit dem Rad zu bewältigen gewesen.

TeilnehmerInnen-Anzahl	Graz	Wien
Zur Teilnahme angemeldet	150	82
Für die Evaluierung erreichbar	122	69
Davon überwiegende Kfz-NutzerInnen	55	42

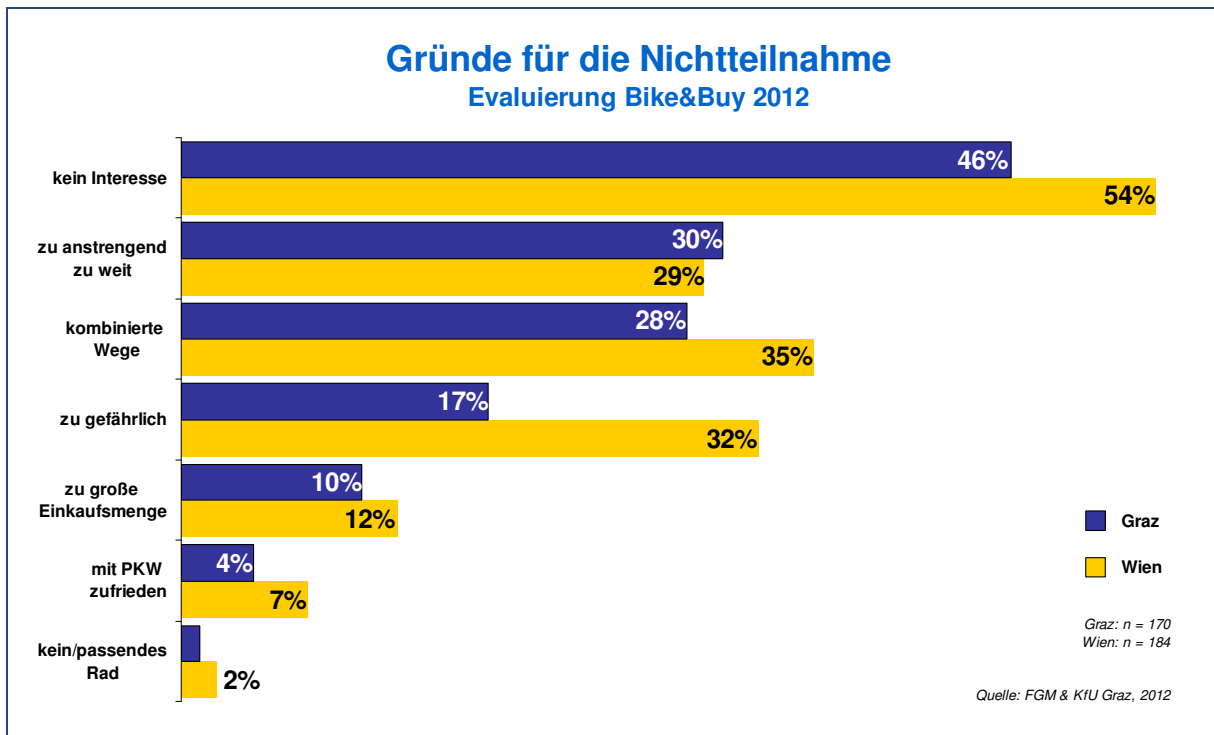
Die Zeit, um ProbandInnen für die Kampagne zu finden, sowie der Ressourceneinsatz standen in Graz und Wien in einem Faktor 1 : 2,5.

Das entspricht etwa dem Unterschied des Radvanteils der beiden Städte (Graz 16%, Wien 6%).

	Graz	Wien
Arbeitsstunden 2er Teams in Stunden	40	86
Verhältnis	1	2,2
Radverkehrsanteil der Bevölkerung an allen Wegen in %	16	6
Verhältnis	2,7	1

Der Zeitaufwand, um TesteinkäuferInnen zu finden, war in Graz und Wien etwa umgekehrt proportional zum Radverkehrsanteil in diesen Städten. Wenn auch keine direkte Korrelation herstellbar ist, so kann dies doch als Indiz dafür gewertet werden, dass es in Städten mit höherem Radverkehrsanteil für Kfz-LenkerInnen leichter vorstellbar ist, testweise ein Fahrrad zu benutzen als in Städten mit geringerem Radverkehrsanteil.

**Warum ist es für Sie als Pkw-NutzerIn nicht denkbar mit dem Rad bei SPAR einzukaufen?
(Gründe von Kfz-NutzerInnen, sich nicht an der Aktion zu beteiligen. Mehrfachnennungen möglich)**



- Der Hauptgrund, warum ungefähr die Hälfte aller Befragten nicht mit dem Rad einkaufen geht, ist Ablehnung oder Desinteresse.
- Gefolgt von einer kombinierten Wegekette bzw. weil das Radfahren subjektiv als zu anstrengend bzw. die Distanz zu groß eingeschätzt wird.
- Bei der gefühlten Sicherheit beim Radfahren zeigt sich der größte Unterschied zwischen den beiden Städten. In Graz geben nur 17% aller Befragten an, nicht mit dem Rad einzukaufen, weil es ihnen zu gefährlich ist. In Wien sind das fast doppelt so viele: 32%.

**Wie oft sind Sie durchschnittlich pro Woche mit dem Rad zum Einkaufen gefahren?
Einkaufsverhalten von TestteilnehmerInnen während der Testperiode bezogen auf Rad und Pkw-Nutzung für ihren Einkauf**

	überwiegende RadfahrerInnen	überwiegende Kfz-NutzerInnen
mit Rad	2,5	2,1
mit Auto	0,3	0,6
in Summe	2,8	2,7

VerbraucherInnen, die normalerweise das Auto zum Einkaufen nutzen, haben während des Aktionszeitraums zu 77% ihre Einkäufe mit dem Rad erledigt.

Für die oben genannten Ergebnisse wurden RadfahrerInnen und Kfz-NutzerInnen befragt. Die Befragten gaben Auskunft darüber, wie oft sie während des Testzeitraums mit dem Rad und mit dem Auto einkaufen waren.

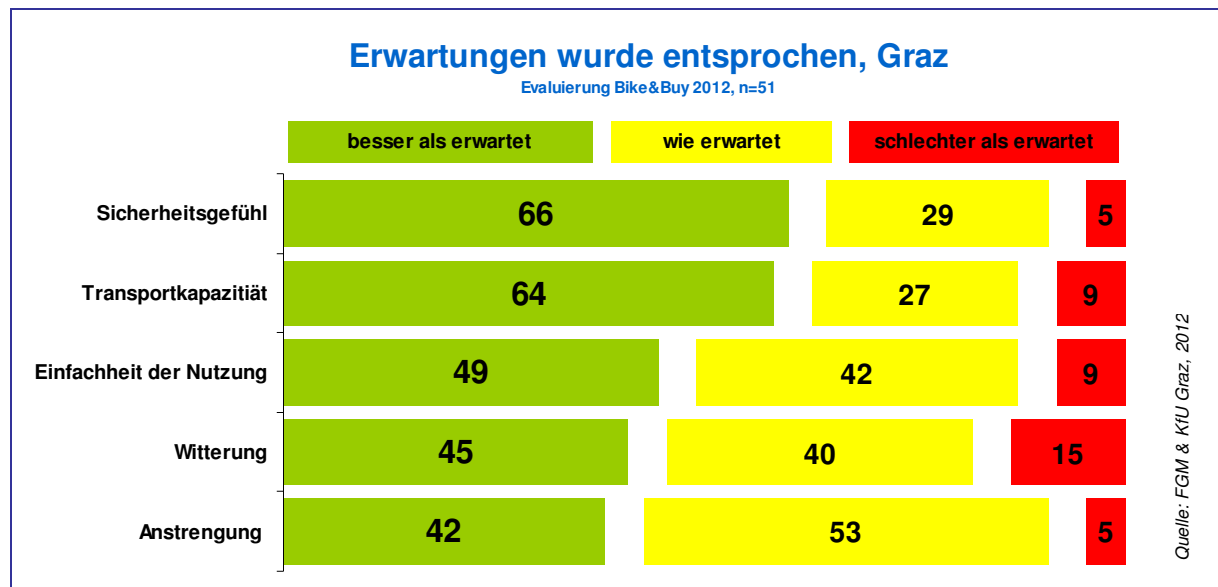
Die folgenden Zahlen stammen aus einer Umfrage des deutschen Bundesverbraucherministeriums, die erfragte, wie oft VerbraucherInnen (in den Supermarkt) einkaufen gehen.

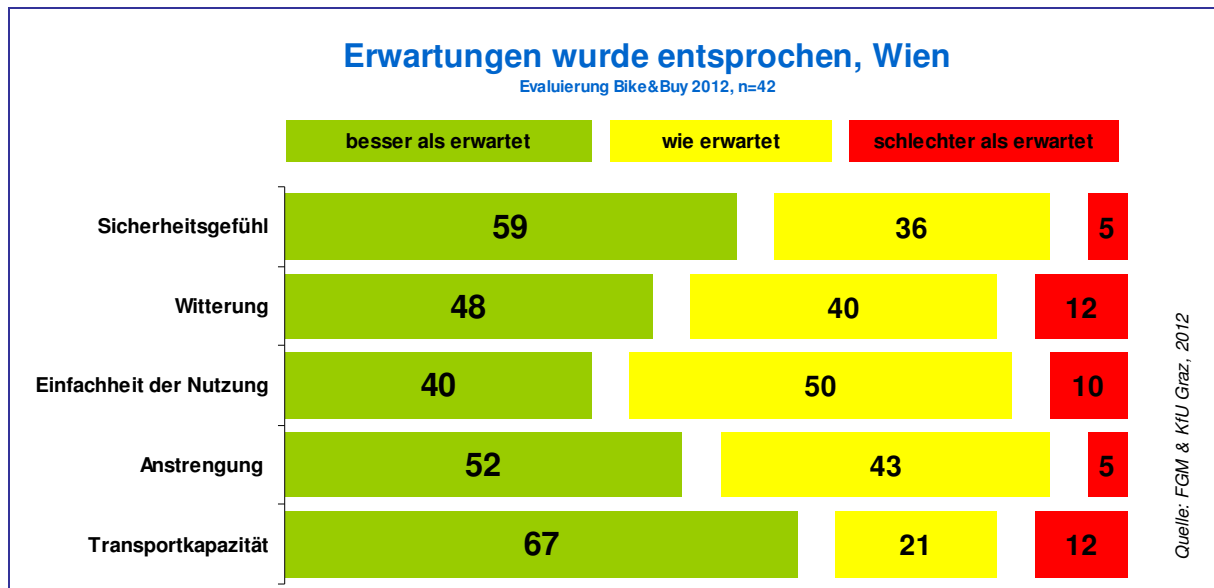
57% aller KonsumentInnen kaufen mehrmals in der Woche ein. 32% nur einmal in der Woche, 2% alle zwei Wochen und 1% nur einmal pro Monat.

Sich täglich mit Lebensmitteln zu versorgen, ist ein Luxus, den sich nur 6% der VerbraucherInnen leisten. Daher liegt der Anteil der täglich einkaufenden Hausfrauen mit 11% auch mehr als doppelt so hoch als der von ArbeitnehmerInnen (5%).

Supermärkte sind dabei die beliebtesten Einkaufsziele: 82% der VerbraucherInnen kaufen dort häufig und 17% kaufen zumindest „hin und wieder“ dort ein. Wochenmärkte werden im Vergleich nur von 15% der VerbraucherInnen häufig, von 53% „hin und wieder“ und von 31% gar nicht genutzt.

Haben Ihre Erfahrungen während des Testmonats Ihren Erwartungen entsprochen?
(Frage wurde an überwiegende Kfz-NutzerInnen gestellt)





Probieren geht über Studieren! In der Fantasie/Vorstellung der Kfz-NutzerInnen existieren viele Barrieren (Wetter, Anstrengung,...), die sie davon abhalten, es nur in Erwägung zu ziehen, mit dem Rad zum Einkaufen zu fahren.

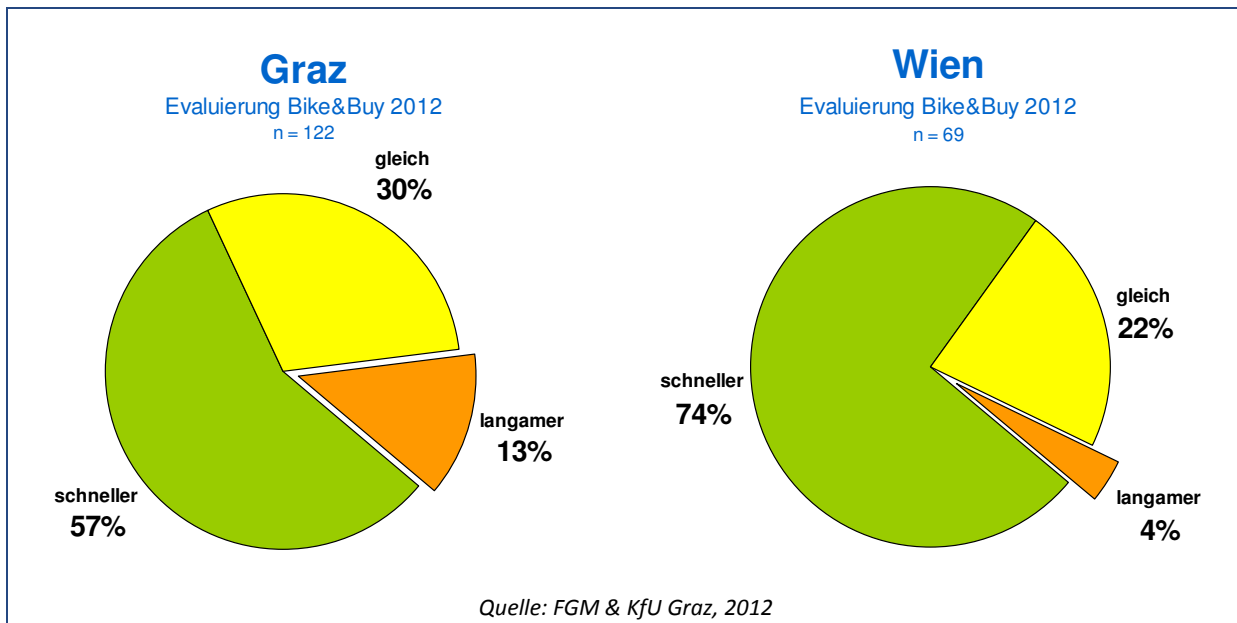
Durchwegs werden diese Einschätzungen durch die praktische Nutzung widerlegt. Die Herausforderung besteht aber darin, Kfz-NutzerInnen dazu zu bringen, es tatsächlich auszuprobieren und nicht als unmöglich zu erachten.

Um diese erste Hürde der Wahrnehmung einer Alternative zu überspringen, schlägt die Verhaltenswissenschaft eine mehrstufige Vorgangsweise vor:

- Stufe1: Wenn alle das Kfz nutzen, gibt es ein Problem, und wenn ich es nutze, bin ich Teil dieses Problems.
- Stufe2: Es gibt Alternativen zur Kfz-Nutzung und diese sind auch für mich gangbar.
- Stufe3: Ich probiere es aus und mache mir mein eigenes Bild.
- Stufe4: Wenn es mir gefällt, mache ich es künftig anders.
- Stufe5: Ich spreche mit anderen darüber.

Bei der Bike&Buy Kampagne wurde direkt die Stufe des Ausprobierens angesprochen. Der hohe Anteil an Befragten, die persönliche Hinderungsgründe sahen, spricht aber dafür, künftig auch in die vorgelagerten Stufen der Bewusstseinsbildung zu investieren.

Wie schätzen Sie den Zeitaufwand im Vergleich zum Einkaufen mit dem Pkw ein?



Haben Sie mit dieser Aktion etwas Gutes für a) Ihre Gesundheit, b) die Umwelt getan?

	Gesundheit (Angabe in %)	Umwelt (Angabe in %)
Graz	89	96
Wien	97	100

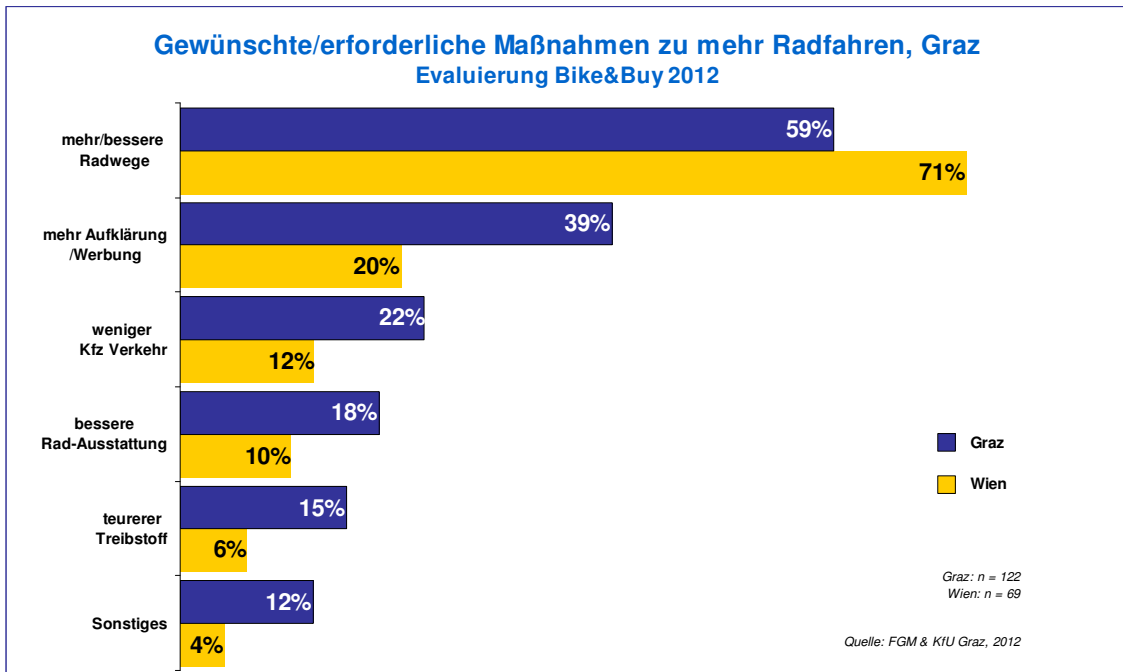
Haben Sie in Ihrem Umfeld über die Aktion gesprochen?

Graz		Wien	
67% ja	davon 100% positive Reaktionen	65% ja	davon 94% positive Reaktionen

Beispiele für positive Reaktionen:

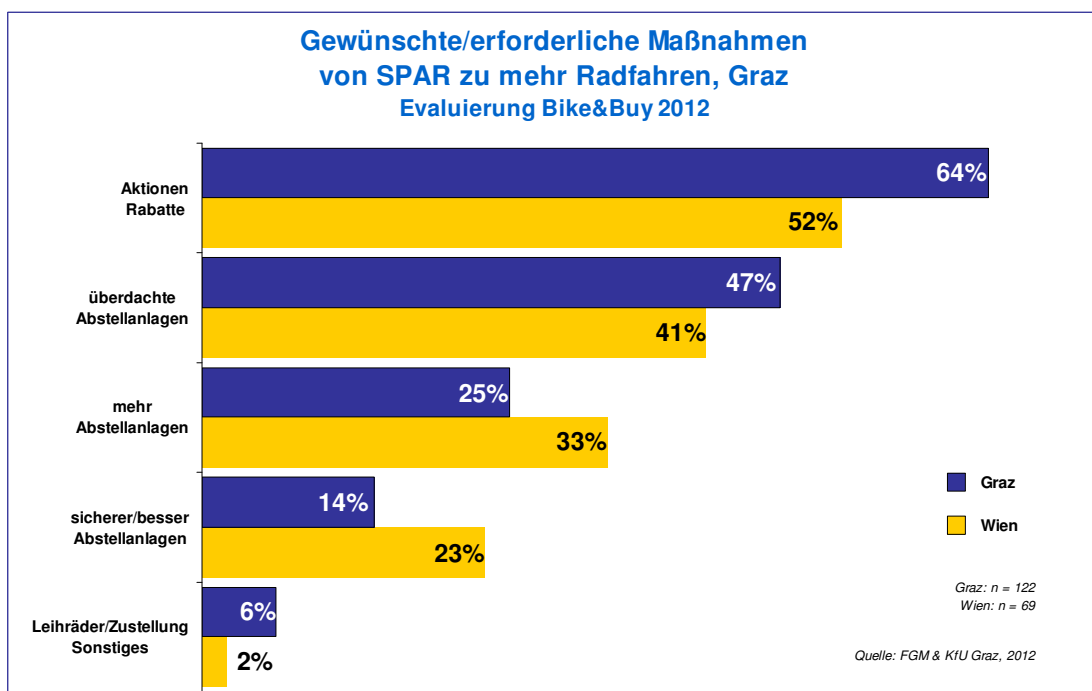
- Aktion ist sehr positiv/tolle Aktion
- gute Idee
- endlich macht mal wer was
- bringt Bewegung
- motiviert zum Mitmachen
- fördert Fitness & Sportlichkeit
- gut für die Umwelt

**Welche Maßnahme(n) müsste(n) gesetzt werden, damit mehr Leute mit dem Rad einkaufen?
(Mehrfachantworten möglich)**



Die Infrastruktur ist sowohl den WienerInnen als auch den GrazerInnen wichtig. Allerdings besteht in Wien doch noch ein deutlich größerer Wunsch nach besseren und mehr Radwegen. Treibstoff ist für die WienerInnen eine deutlich unwichtigere Rahmenbedingung. Möglicherweise, weil in Wien die Möglichkeit auf ÖV und Fußverkehr auszuweichen, doch deutlich besser ist.

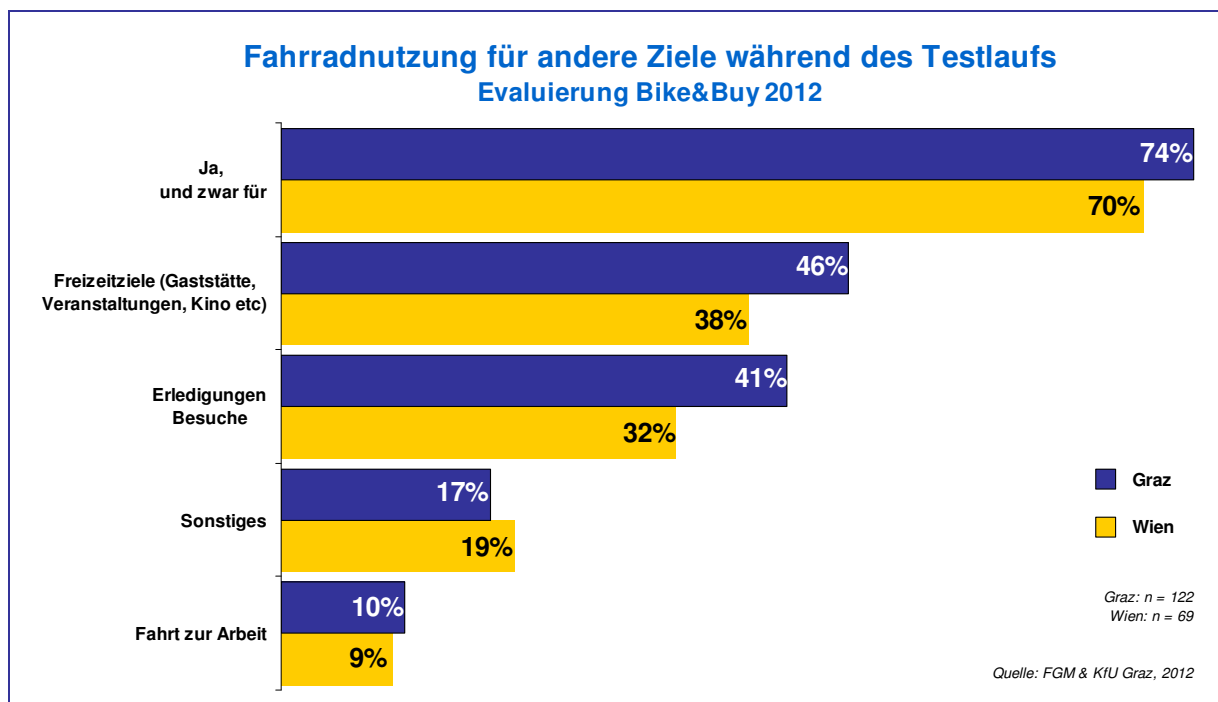
**Welche zusätzlichen Maßnahmen könnte SPAR durchführen?
(Mehrfachantworten möglich)**



Werden Sie das Fahrrad auch weiterhin für den Einkauf nutzen?
(nur Kfz-NutzerInnen befragt)

	Graz (Angabe in %)	Wien (Angabe in %)
ja sicher	86	88
vielleicht / je nach Umständen	12	12
nein	2	0

Hat der Testversuch auch Einfluss auf Ihre Fahrradnutzung für andere Fahrten als Einkaufsfahrten?



Was hat Ihnen an der Aktion am besten gefallen?

	Graz und Wien in %
Dass die Teilnahme mit einem SPAR Gutschein belohnt wird.	61
Dass ich praktische Artikel für mein Rad bekam (Tasche, Korb, Ständer).	30
Anderes (z.B. dass ich einen Anstoß bekam, was auszuprobieren; dass ich gefragt wurde; dass sich mal wer um das Thema annimmt etc.)	9

Ausgewählte Zitate von TesteinkäuferInnen:

- Wenn ich jetzt mit dem Rad vom Einkaufen nach Hause komme, habe ich keine Probleme mehr, erst einen Parkplatz für mein Auto suchen zu müssen, sondern ich parke direkt vor der Haustüre.
- Es war nur ein wenig schwierig, ein Bügelbrett zu transportieren.
- Tragetaschen sind super, da kann man auch den Laptop gut transportieren.
- Es hat mich sehr gefreut, dass SPAR umweltfreundliches Verhalten belohnt.
- Ich war überrascht darüber, wie viel in so einem großen Korb platz hat ... ich habe sogar Getränkekisten transportiert.
- Wenn man junge Mütter sieht – mit hinten einem Kind und einem Kind im Anhänger und die dann auch noch so einkaufen gehen – dann denke ich, dass die Welt noch zu retten ist.
- Ich habe im letzten Monat die Erfahrung gemacht, dass man auch mit dem Rad gut zurechtkommt und nicht immer ein Auto für alles braucht.
- AutofahrerInnen sind meist sehr rücksichtslos.
- Den SPAR-Markt in Mariatrost (Graz) sollte/könnte man leicht mit dem Radweg verbinden/verlängern.

Bike&Buy bezogene Produkte für SPAR-Märkte

Notwendige Produkte	Nützliche Produkte	Nice-to-have
Korb (hinten, vorne, groß, klein) mit Halterungen	Einkaufsfahrrad ideal ausgestattet als Vorzeigemodell oder tatsächlich zu kaufen	Radkarte Graz/Wien (als zusätzlicher Gratisartikel)
Seitentaschen (2-3 Varianten)	Pumpe & Werkzeug etc.	SPAR-Sattel (Herren/Damen)
Ständer 3 Varianten (2-Bein, vorne, hinten)	Sattelschoner	Auflagegerät für Mobiltelefon
Einkaufsanhänger	Profiegepäckträger	Fahrrad Kinderbuch/Spielzeug
	Poncho und/oder Rainlegs	Holzspielzeuge von BAJO im SPAR Design
	Fahrradhandschuhe, Stirnband, Haube	Speichenspiele (siehe Video)
	SPAR Roller und Laufrad (z.B. zu Ostern)	
	SPAR Lufttankstelle (auch Radhecktage)	
	SPAR Themenangebote (Kühltasche, Picknicktasche, Korb, Decke, Picknickanhänger mit Partyzelt etc.)	