



9. Nationaler Radverkehrskongress

9. Erkenntnisse

Berlin, 3. Juni 2025

1

Rad, Raum & Regal: eine Chance!

Der Radverkehr ist kein Gegner des Einzelhandels – im Gegenteil: Er kann ein umsatzförderndes Verkehrsmittel sein. Zwar ist der Radverkehr allein nicht die alleinige Lösung für die Herausforderungen des stationären Handels, doch richtig eingesetzt kann er ein bedeutender Baustein sein und wird aktuell noch zu wenig genutzt, um Innenstädte zu stärken.

Standortspezifische Lösungen sind notwendig – one fits all funktioniert nicht

Nicht jede Stadt und nicht jeder Standort benötigt dieselbe Verkehrs- oder Gestaltungslösung. Besonders für Klein- und Mittelzentren mit starken stadtregionalen Verflechtungen und – je nach Situation – einer dünnen ÖPNV-Taktung, ist die multimodale Erreichbarkeit von zentraler Bedeutung.

Aktive Mobilität für die attraktiven Orte: ein Schlüssel zum Erfolg im Handel

Ein angenehmes Umfeld lädt zum Verweilen, Flanieren und Einkaufen ein – das ist ein entscheidender Faktor für den Erfolg des stationären Handels. Eine klare, gut gestaltete Infrastruktur schafft Orientierung, vermeidet Reibung zwischen Verkehrsteilnehmenden und fördert ein entspanntes Miteinander im öffentlichen Raum. Das kommt nicht nur allen Nutzergruppen zugute, sondern stärkt direkt die Attraktivität und Funktion der Handelsstandorte.



2

Aktive Mobilität: Ein Schlüssel für Gesundheit und gesellschaftlichen Nutzen

Aktive Mobilität, auch und vor allem in der Alltagsmobilität, ist ein zentraler Schlüssel zur Gesundheitsförderung. Aktiv mobil sein verbessert die Lebensqualität und fördert eine gesunde Lebensweise. Das tatsächliche Potenzial bleibt jedoch bisher oft ungenutzt.

Es gilt daher, den Nutzen stärker herauszuarbeiten und sektorenübergreifend auf allen Ebenen zu kommunizieren. Der Policy Brief von RKI und BAST kann hierbei unterstützen.

Um das Potenzial der aktiven Mobilität in Bezug auf die Gesundheitsförderung sichtbar zu machen, braucht es einen einfach verständlichen und regelmäßig erhobenen Indikator, der zeigt, in welchem Umfang Menschen aktiv mobil sind und welchen Anteil die aktive Mobilität am gesamten Bewegungsmix hat. Damit wird gesellschaftlicher Mehrwert aktiver Mobilität quantifiziert: der Stellenwert von aktiver Mobilität – insbesondere von Zufußgehen und Radfahren – kann in der Gesellschaft und in einzelnen Regionen und Kommunen aufgezeigt werden. Dies schafft eine wichtige gemeinsame Grundlage für Mobilitäts- und Gesundheitsakteure im Sinne einer gemeinsamen Stärkung von Strukturen und Angeboten für mehr aktive Mobilität – datenbasiert und mit Blick auf den gesellschaftlichen Nutzen.

3

Radverkehr als Wegbereiter sozial gerechter Mobilität

Das Fahrrad ist als ein Baustein sozial gerechter Mobilität zu verankern, denn die Zugänglichkeit zum Radverkehr schafft sozial- und gesellschaftspolitischen Mehrwert, Teilhabe und Gesundheit. Potenzielle Zielgruppen sind insbesondere die Menschen, die bislang kaum Rad fahren, jedoch unter passenden Rahmenbedingungen motivierbar wären. Mögliche Anreize sind niedrigschwellige Zugänge zu Fahrrädern, gezielte finanzielle Förderungen, etwa für Lastenräder oder pendeltaugliche Pedelecs, sowie die sozialpolitische Weiterentwicklung bestehender Instrumente zur Förderung des Umweltverbundes zugunsten einer stärkeren Berücksichtigung des Fahrrads als „Mobilitätsermöglicher“.



4

Radtourismus und Radsportevents als politische Hebel für nachhaltige Mobilität und regionale Entwicklung

Radtourismus und Radsportevents sind keine Nischenthemen – sie leisten einen relevanten Beitrag zur regionalen Wertschöpfung, fördern nachhaltige Mobilität und stärken das Image des Fahrrads als Freizeit- und Verkehrsmittel. Sie schaffen positive Aufmerksamkeit auf das Thema Fahrrad und machen das Thema Radfahren erlebbar – jenseits der klassischen Alltagsmobilität. Durch Radsportevents kann ein niedrighschwelliger Zugang zu einer neuen Zielgruppe entstehen. Die neu zu erstellende Grundlagenuntersuchung Fahrradtourismus wird die Bedeutung des Radtourismus in Deutschland und Trends aufzeigen.

Um diese Potenziale stärker zu nutzen, braucht es branchenübergreifendes Denken und eine koordinierte Zusammenarbeit zwischen Tourismus, Sport, Verkehr und Wirtschaftsförderung – insbesondere auf Landes- und kommunaler Ebene.

Eine Herausforderung besteht in der parallelen Zuständigkeit verschiedener Fachbereiche, insbesondere im Verkehrs- und im wirtschaftspolitischen Bereich, mit je eigenen Ansprechpersonen und Strukturen.

5

Fahrradwirtschaft und Infrastruktur müssen gemeinsam den Radverkehr stärken

Fahrradindustrie, Fahrradwirtschaft und Infrastrukturausbau ergänzen sich strategisch – alle verfolgen das Ziel, mehr und besseren Radverkehr. Daher spielt der Ausbau von Radverkehrsinfrastruktur eine wesentliche Rolle für die Fahrradwirtschaft. Unternehmen der Fahrradwirtschaft engagieren sich zunehmend aktiv in die lokale und regionale Radverkehrsförderung und -planung. Dies geschieht unter anderem durch die Mitwirkung in Gremien, öffentliche Stellungnahmen sowie durch den Dialog mit lokalen Industrie- und Handelskammern und weiteren relevanten Akteuren.

Um das volle Wirtschaftspotenzial zu heben, muss das Fahrrad als fester Bestandteil eines Mobilitätsmixes auch in den Förderstrukturen zu Forschung, Wissenschaft und Innovation in der Mobilität stärker berücksichtigt und in bestehende Strukturen der Wirtschaftsförderung als vollwertiges Verkehrsmittel integriert werden.



6

Radverkehr und Rettungskräfte stehen sich nicht im Weg!

Die Bedürfnisse des Radverkehrs und der Rettungskräfte stellen grundsätzlich keine Gegensätze dar. Durch gute Planung und frühzeitige Abstimmung können beide Seiten von Maßnahmen der Mobilitätswende sogar profitieren. Besonders wichtig sind ferner die Verbesserung der Aus- und Weiterbildung der Planenden, die Verfügbarkeit spezialisierter Ansprechpartner bei den Rettungs- und Sicherheitskräften sowie stets aktuelle Routing-Daten für das Rettungswesen.

7

Naturschutz und Radverkehr: Ein notwendiger Dialog für nachhaltige Infrastruktur im ländlichen Raum

Gemeinsames Verständnis: Für die Radverkehrsförderung im ländlichen Raum ist ein Netz an sicheren und alltagstauglichen Wegen notwendig. Die Anforderungen an die Wegeinfrastruktur unterscheiden sich jedoch zwischen Radverkehr und der land- bzw. forstwirtschaftlichen Nutzung. Zudem bedeutet der Infrastrukturausbau häufig ein Flächenverlust auf Seiten der Land- oder Forstwirtschaft. Für diese Situation müssen die Radverkehrsakteure sensibilisiert werden.

Bei der Asphaltierung von Radwegen müssen derzeit zulasten der Land- und Forstwirtschaft Ausgleichsflächen geschaffen werden, was einen zusätzlichen Flächenverlust darstellt. Eine gemeinsame Lösung könnte in der Anpassung der Rechtslage bestehen, die den Radverkehr als klimafreundliches Verkehrsmittel mit Verlagerungspotenzial anerkennt und somit in diesem Fall auf Ausgleichsmaßnahmen verzichtet. Dies ist zu prüfen.



8

Fahrradfreundliche Immobilien als Schlüssel für nachhaltige Stadtentwicklung und wirtschaftliche Effizienz

Die Notwendigkeit der Mobilitätsförderung mit dem Fahrrad ist im Immobilienbereich angekommen und wird zunehmend als wirtschaftlich relevanter Faktor erkannt. Fahrradfreundliche Immobilien entstehen auch aus ökonomischen Gründen, da die Fahrradfreundlichkeit Baukosten senken kann und den Bedarf trifft.

Erforderliche Änderungen in der Landesbauordnungen und Stellplatzsatzungen könnten Kommunen und der Immobilienbranche mehr Möglichkeiten und bessere Rahmenbedingungen für die Integration des Radverkehr in die Immobilienentwicklung und Sanierung schaffen.

Appell an Planungsakteure und Multiplikatoren: Gute Praxisbeispiele müssen in eine veränderte Planungskultur übernommen werden und noch bekannter werden.

9

Jugendliche und das Fahrrad: Mehr als Mobilität – ein Lebensgefühl mit Potenzial

Das Fahrrad ist für Jugendliche Sportgerät, Freizeitmittel und Alltagsmobilität und steht zugleich für Unabhängigkeit, Flexibilität und Gemeinschaft. Um Jugendliche zum Radfahren zu motivieren, sind zielgruppengerechte Kommunikationswege entscheidend. So können soziale Medien, passende Sprachwahl und authentische Multiplikator*innen – etwa Influencer mit Fahrradbezug – helfen, das Radfahren hip zu machen, das Gemeinschaftsgefühl zu stärken und das Fahrrad als attraktives, selbstbestimmtes Verkehrsmittel erlebbar zu machen.

Die Anforderungen junger Menschen an die Infrastruktur ähneln grundsätzlich denen anderer Altersgruppen. Dennoch gibt es auch spezifische Bedürfnisse, etwa in Bezug auf das Wegenetz oder das subjektive Sicherheitsempfinden auf dem Weg zur Schule oder Ausbildungsstätte. Beispielsweise finden Jugendliche es wichtig, dass Radfahren so komfortabel ist, dass man nebeneinander fahren und sich dabei entspannt unterhalten kann. Um Bedürfnisse gezielter zu berücksichtigen, sollten junge Menschen nicht nur als Zielgruppe, sondern als aktive Mitgestaltende in Planungs- und Entscheidungsprozesse einbezogen werden.