

Kampagne "Zu Fuss einkaufen"

Das Pilotprojekt "zu Fuss einkaufen" brachte wertvolle Erkenntnisse für die Kommunikation und die Wirksamkeit von Kampagnen zu Gunsten des Zu Fuss Gehens.



Im März/April 2003 führte Fussverkehr Schweiz im St. Galler Rheintal in Zusammenarbeit mit der Detailhandelskette Volg im Einzugsgebiet von 17 Filialen eine Kampagne zum Thema "Zu Fuss Einkaufen" durch. Die Kampagne bestand aus verschiedenen Elementen (Flugblatt, Inse- rate, Informationen in den Läden, Wettbewerb, Web-Site www.zu-fuss.ch, Pressearbeit usw.). EnergieSchweiz, der Aktionsplan Umwelt und Gesundheit (APUG) des Bundesamtes für Ge- sundheit sowie der Kanton St. Gallen unter- stützten die Kampagne.

Ziel war, herauszufinden, ob eine solche Kam- pagne überhaupt verstanden und wahrgenom- men wird und wie die Angesprochenen auf die verschiedene Kampagnen-Elemente reagieren. In einem ersten Schritt ging es darum, die Öffentlichkeit für das Thema zu sensibilisieren und diejenigen zu bestärken, die heute ihre all- täglichen Einkäufe zu Fuss erledigen.

Ein wichtiges Element der Kampagne war die Umfrage bei den Kundinnen und Kunden. Der Fragebogen stellte nicht nur Fragen zum Ein- kaufen, sondern generell zum "zu Fuss Gehen". Fussverkehr wertete insgesamt 400 Frage- bogen aus.



Gut sichtbar wurde auf die Aktion hingewie- sen.

Fast alle Leute gehen gerne zu Fuss

Fast alle Antwortenden sagen, dass sie gerne zu Fuss gehen (96%).

Mehr als die Hälfte der Leute gibt an, dass sie öfters nicht den kürzesten Weg nehmen, wobei als Grund für den Umweg "schönerer Weg" viel häufiger angegeben wird als "sicherer Weg". Die Frauen gehen länger zu Fuss als die Män- ner, und sie machen häufiger Umwege.

Tägliche Unterwegszeit nach Geschlecht



Tabelle 1: Unterwegszeit und "gerne häufiger zu Fuss" n = 256¹						
Ich würde gerne häufiger zu Fuss gehen:	Pro Tag zu Fuss unterwegs (Minuten)					
	bis 10	10-20	20-30	30-40	über 40	alle
Ja, trifft zu	44%	63%	53%	51%	38%	51%
Nein, trifft nicht zu	56%	37%	47%	49%	62%	49%

Tabelle 2: Alter und "gerne häufiger zu Fuss" n = 274						
Ich würde gerne häufiger zu Fuss gehen:	Alter					
	bis 18	18-30	30-50	50-65	über 65	alle
Ja, trifft zu	17%	56%	45%	71%	51%	51%
Nein, trifft nicht zu	83%	44%	55%	29%	49%	49%

Tabelle 3: Benzinpreis und Arztrezept n = 159			
Ich würde gerne häufiger zu Fuss gehen:	"Wenn das Benzin doppelt so teuer wäre, würde ich mehr zu Fuss gehen"		"Wenn der Arzt mir mehr Bewegung verschriebe, würde ich mehr zu Fuss gehen."
	Ja, trifft zu	Nein, trifft nicht zu	
Ja, trifft zu	35%		64%
Nein, trifft nicht zu	65%		36%

Tabelle 4: Arztrezept und Zeitbudget n = 98			
Ich würde gerne häufiger zu Fuss gehen:	Vom Arzt beeinflussbar		alle
	Keine Zeit, um mehr zu Fuss zu gehen	Ich habe Zeit, um mehr zu Fuss zu gehen	
Keine Zeit, um mehr zu Fuss zu gehen	88%	49%	74%
Ich habe Zeit, um mehr zu Fuss zu gehen	12%	51%	26%

Tabelle 5: Autoverfügbarkeit und Autonutzung n = 247				
"wenn es keinen Volg gäbe, würde ich mehr Auto fahren"	Es steht mir ein Auto wie folgt zur Verfügung:			
	immer	nach Absprache	nie	alle
	n = 173	n = 103	n = 82	
Ja, trifft zu	61%	62%	70%	63%
Nein, trifft nicht zu	39%	38%	30%	37%

Auf die Frage, ob sie gerne häufiger zu Fuss gehen würden, antworten gleich viele Leute ja wie nein. Bei den Gründen, weshalb sie nicht häufiger zu Fuss gehen, steht an erster Stelle die "mangelnde Zeit" (79%), im weiteren wurde genannt: "Ich wohne zu weit vom Dorf weg" (23%), "Es hat zu viel Verkehr" (22 %) und "gesundheitliche Gründe" (19%) (inkl. Doppelnennungen).

Vergleicht man die tägliche Unterwegszeit mit dem Wunsch, häufiger zu Fuss zu gehen, zeigt sich, dass nicht die am wenigsten Aktiven (bis 10 Min.) den grössten "Bewegungsdrang" verspüren, sondern die, welche 10-20 Min. pro Tag zu Fuss unterwegs sind. (Tabelle 1)

Der Wunsch, häufiger zu Fuss zu gehen ist auch altersabhängig, er nimmt mit steigendem Alter tendenziell zu. Nach der Pensionierung nimmt er wieder ab. (Tabelle 2)

Die Altersgruppe der 50 bis 65 jährigen haben nach eigener Einschätzung auch am wenigsten Zeit, um häufiger zu Fuss zu gehen.

Gesundheit als Motiv um mehr zu Fuss zu gehen

Auf die Frage, ob sie mehr zu Fuss gehen würden, wenn der Arzt ihnen mehr Bewegung verschriebe, antworteten 64% Ja und 36% Nein. Bei der Frage, ob sie mehr zu Fuss gehen würden, wenn das Benzin doppelt so teuer wäre, haben nur 35 % mit ja geantwortet. (Tabelle 3)

Mit andern Worten, eine Erhöhung des Benzinpreises wirkt weniger als der Rat des Arztes. Die Gesundheit ist somit der grössere Anreiz, häufiger zu Fuss zu gehen als das Portemonnaie. – Dass die gesundheitliche Motivation auch tatsächlich zur Verhaltensänderung führen könnte, zeigt der Umstand, dass gut die Hälfte derjenigen, die auf den Arzt hören würde, auch gerne mehr zu Fuss gehen würde.

Leute, die von sich sagen: "Wenn der Arzt mir mehr Bewegung verschriebe, würde ich mehr zu Fuss gehen", werden als "vom Arzt beeinflussbar" bezeichnet. Ihr Zeitbudget ist deutlich kleiner als Leute die nicht vom Arzt beeinflussbar sind. Heisst das nun, dass sie auf Anraten eines Arztes das Zeitbudget neu verteilen würden oder würden sie auch dem Arzt antworten, dass sie gerne mehr gehen würden, aber keine Zeit dafür hätten? (Tabelle 4)

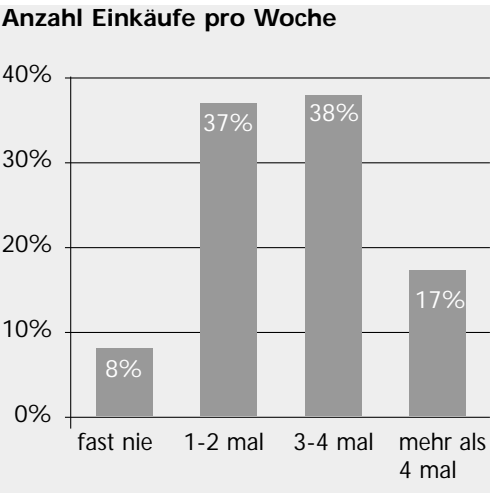
1 Zahl der auswertbaren Antworten

Würde der Volg schliessen, so würde mehr Auto gefahren.

63% der Leute haben angegeben “Wenn es bei uns keinen Volg gäbe, würde ich mehr Auto fahren” Damit bestätigten sie die These, dass Dorfläden ein wichtiger Faktor für kurze und umweltfreundliche Einkaufswege sind. Wichtig ist auch festzustellen, dass diejenigen, die kein Auto zur Verfügung haben, auf diese Frage häufiger mit Ja geantwortet haben, als diejenigen, die ein Auto zur Verfügung haben. Es muss angenommen werden, dass einige Haushalte ein (zusätzliches) Auto anschaffen würden. (Tabelle 5)

Zu Fuss wird häufiger im Volg eingekauft

Volg-Kunden sind regelmässige Kunden. Auf die Frage “Wie viele Male pro Woche kaufen Sie im Volg ein?” haben die Volg-Kundinnen und Kunden, wie folgt geantwortet:



Mehr als die Hälfte der Kund/innen besucht den Laden also mindestens jeden zweiten Tag. Die Leute, die zu Fuss einkaufen, sind besonders regelmässige Kundinnen und Kunden. 35% von ihnen kaufen 4 und mehr mal pro Woche im Volg ein. Bei den Autokunden sind es nur 5%. 70% der Autokunden kaufen nur 1mal wöchentlich ein.

Der Entscheid, mit dem Auto statt zu Fuss im Volg einzukaufen, wird weitaus am häufigsten mit der Grösse des Einkaufes begründet. Das Wetter und die Zeitknappheit sind zusammen weniger wichtig. Für über 90% der Befragten ist der Volg sowohl zu Fuss als auch mit dem Velo gut erreichbar.



Neben der Presse berichtet auch das Lokal-Fernsehen über die Aktion “zu Fuss einkaufen”.



Ein Laden an zentraler Lage ist die Voraussetzung für das “zu Fuss einkaufen”.

Fusswege: Hohe Zufriedenheit trotz Sicherheitslücken

Mit dem Fragebogen wurde auch ein Ortsplan abgegeben, auf welchem Eintragungen gemacht werden konnten mit konkreten Vorschlägen oder Kritik zum Fusswegnetz. Oft wurden gute und schöne Spazierwege erwähnt und eingetragen, oder auf Gefahrenstellen aufmerksam gemacht. Für viele Eltern mit Kindern stellt das schnelle Fahren auf Quartierstrassen ein Problem dar. Fehlende oder unzuweckmässig platzierte Fussgängerstreifen wurden häufig erwähnt (45 mal), besonders wenn sie für Schulwege von Bedeutung sind. In Lienz und Sax wurden Fussgängerstreifen besonders häufig vermisst. Enge Strassen ohne Trottoir sind dort ein Problem, wo sie für den Gang zu Fuss ins Dorfzentrum oder zur Schule wichtige Verbindungen darstellen (24 mal). Es wurde auch die Gelegenheit benutzt, der Gemeinde etwas mitzuteilen. Insgesamt bezeichnen die Leute die Fussgängersituation in ihrer Gemeinde mehrheitlich als gut.

Gespräche mit der Gemeinde

Diese Anregungen wurden zusammengestellt und mit den Verantwortlichen in den Gemeinden diskutiert. Thema waren hier

- Fussgängerstreifen (fehlende oder unzuweckmässig platzierte)
- mangelnde Übersichtlichkeit von Strassensituationen
- Vorschläge für neue Fussweg-Verbindungen bzw. Trottoirs.

Zur Sprache kamen aber auch Tempo 30 in den Quartieren, das Engagement der Gemeinde für Fragen der Nachhaltige Mobilität. Verkehrsprobleme entstehen auch dadurch, dass Eltern zunehmend Chauffeurdienste leisten und ihre Kinder mit dem Auto auch in die Schule bringen.

Die Gemeinden wurden gemäss unserem Konzept erst in der Auswertungsphase einbezogen. Hier zeigte es sich, dass eine verstärkte frühzeitige Kooperation zusätzlichen Nutzen hätte stiften können.

Fazit

Das Pilotprojekt zeigt, dass es nicht nur möglich, sondern auch sinnvoll ist, für das zu Fuss Gehen zu werben. Die Aktion wird von der Öffentlichkeit verstanden und grundsätzlich

positiv aufgenommen. Einer der Erfolgsfaktoren ist die Kooperation von verschiedenen Partnern (Ladenkette, Fachverband, Bundesstellen, Kanton und Gemeinde). Die verschiedenen Partner konnten von einander profitieren. Die öffentliche Hand, namentlich die beteiligten Bundesämter sahen eine zusätzliche Kommunikationsplattform für ihre Ziele.

Kanton und Gemeinden erhielten Informationen und Rückmeldungen aus der Bevölkerung für die Fusswegplanung in den Gemeinden.

Die Zusammenarbeit war auch für Volg imagegemäss eine Gewinn. Mit der Werbung für das Einkaufen in der Nähe und das zu Fuss Gehen kann mit einem Sympathiebonus gerechnet werden. Die bereits bestehende Ausrichtung von Volg auf die dörflichen Strukturen wurde durch die Kampagne gestärkt.

Für Fussverkehr Schweiz steht die Sensibilisierung der Öffentlichkeit für das Thema zu Fuss Gehen im Zentrum, für das neue Informationskanäle und -Elemente gesucht werden müssen.

Die Wirkung einer Sensibilisierungs- und Bewusstseins-Kampagne ist immer schwierig zu beziffern. Im Rahmen einer kleinräumigen Pilotkampagne lassen sich ohnehin keine messbaren Resultate erheben. Die Reaktionen aus der Bevölkerung, das Wohlwollen der Angesprochenen und der Presse lassen aber darauf schliessen, dass ein Potenzial besteht und dass die Botschaft – mindestens für einen Teil der Bevölkerung – Wirkungen zeigen könnte. Die gesundheitlichen Motive für das zu Fuss Gehen müssen bei künftigen Kampagnen gegenüber dem Geld oder Energie Sparen verstärkt ins Zentrum gerückt werden.

Weitere Arbeiten

Fussverkehr Schweiz will nun die gemachten Erfahrungen nutzen und weitere Kampagnen starten. Neben dem "zu Fuss einkaufen" sollen auch Kampagnen wie "zu Fuss zur Schule" und "zu Fuss zur ÖV-Haltestelle" konzipiert werden. Auch hier steht in einem ersten Schritt die Sensibilisierung für das Thema im Vordergrund. Die Bestärkung derjenigen, die sich heute schon gesund und umweltfreundlich verhalten ist ein weiteres Ziel. Für eine Verhaltensänderung sind zusätzliche Elemente notwendig.

Christian Thomas



Fussverkehr Schweiz plant weitere Kampagnen zu Gunsten des zu Fuss Gehens.

Der Bericht zur Umfrage kann unter www.fussverkehr.ch/news.php oder www.zu-fuss.ch/home.htm heruntergeladen werden.

Der Schlussbericht wird Ende Oktober aufgeschaltet.

Fussverkehr Schweiz
Klosbachstr. 48
8032 Zürich
Tel. 043 488 40 30