



Befragung von Unternehmen am Pilatusplatz

Grundlagenarbeit für die «Städtebauliche Studie Pilatusplatz», anonymisiert

19. November 2019

Inhalt

1	EINBETTUNG DER ERHEBUNG	1
2	ERGEBNISSE	2
2.1	Kundenkontakt	2
2.2	Mobilitätsform der Kunden	5
2.3	Aufenthaltsdauer der Kunden	5
2.4	Verfügbarkeit von eigenen Parkplätzen	7
2.5	Zentrale Gründe für die Anfahrt mit Auto	7
2.6	Einschätzung von Parkhäusern	9
2.7	Anlieferung	11
2.8	Aufwertung	13
2.9	Zukunft	16
3	ERKENNTNISSE	18

1 EINBETTUNG DER ERHEBUNG

Das Tiefbauamt der Stadt Luzern hat das Planerteam Appert Zwahlen Landschaftsarchitekten beauftragt, eine «Städtebauliche Studie Pilatusplatz» zu verfassen. Das Planerteam schlug als Teil der Grundlagenarbeit vor, eine Befragung unter den am Pilatusplatz ansässigen Unternehmen durchzuführen. So sollte mehr über deren Bedürfnisse in Bezug auf die Aufwertung des Pilatusplatzes sowie den Bedarf nach Parkplätzen herausgefunden werden.

Insgesamt wurden 54 Unternehmen angeschrieben. Zwei Adressen waren ungültig und ein Unternehmen weggezogen. Teilgenommen haben 27 Unternehmen, also mehr als 50 Prozent.

Tabelle 1: «Zu welcher Branche zählen Sie?»

Branche	Anzahl
Gewerbe im Erdgeschoss	9
Kantonale Dienstleistung	5
Sonstige Dienstleistungen	3
Beratung	3
Gastro / Hotel	2
Städtische Dienstleistung	1
Weiterbildung / Fachschule	1
Praxis	1
Liegenschaftsverwaltung Parkhaus	1
Tourismus	1
Total	27

Teilgenommen haben neun Detailhändler mit Flächen im Erdgeschoss, fünf kantonale Dienstabteilungen, drei Dienstleister mit Kundschaft, drei Beratungsunternehmen, ein Gastronomiebetrieb, eine städtische Abteilung, eine Fachhochschule, eine Praxis, ein Tourismus-Unternehmen sowie eine Liegenschaftsverwaltung, welche das Parkhaus am Hallwilerweg bewirtschaftet.

Die Hälfte der befragten Unternehmen hat ihren Standort am Hallwilerweg. Ein Drittel ist am Hirschengraben, ein Sechstel an der Pilatusstrasse und zwei Unternehmen an der Obergrundstrasse ansässig. Verhältnismässig haben am meisten Unternehmen teilgenommen, die am Hirschengraben ansässig sind.

Tabelle 2: Adressen der befragten Unternehmen

Strasse	Anteil	Anzahl
Hallwilerweg	48%	13
Obergrundstrasse	4%	2
Hirschengraben	30%	8
Pilatusstrasse	15%	4
Total	100%	27

Von den 27 Unternehmen, die geantwortet haben, gaben 25 die Erlaubnis, dass die Stadt Luzern die individuellen Antworten erfahren darf. Zwei davon haben allerdings keinen Namen hinterlassen. Diese werden in der Folge mit «Detailhandel» wiedergegeben. Zwei Unternehmen bevorzugten es, anonym zu bleiben. Im internen Bericht für die Stadt werden die Namen der Unternehmen offengelegt, im Bericht, der veröffentlicht wird, werden sämtliche Namen anonymisiert.

2 ERGEBNISSE

2.1 Kundenkontakt

Die Unternehmen wurden gefragt, wie viele Kunden und/oder Besuche sie in einer durchschnittlichen Woche ungefähr haben. Tabelle 3 zeigt die durchschnittliche gerundete Zahl der Kunden pro Betrieb in einer Branche. In Branchen mit nur einem befragten Unternehmen entspricht der Durchschnitt dem Wert dieses Unternehmens. Die Unternehmen können in drei Gruppen geteilt werden: eine Gruppe mit sehr vielen Kunden, eine Gruppe mit beachtlichem Anteil Kunden/Besuche und eine Gruppe mit wenig Kundenkontakten.

Tabelle 3 «Wie viele Kunden und/oder Besuche haben Sie in einer durchschnittlichen Woche?» (Mittelwert, n=25)

Branche	ϕ Zahl der Kunden pro Woche pro Betrieb in der Branche
Gastronomie / Hotel	2'025
Bildung	700
Detailhandel (Gewerbe im Erdgeschoss)	400
Kantonale Dienstleistung	350
Dienstleistungen	75
Tourismus	30
Beratung	5

Die folgende Tabelle zeigt die Angaben für die einzelnen befragten Unternehmen. Die selbst angegebene Zahl der Kunden pro Woche wird für die weiteren Rechnungen auf einen Tag heruntergebrochen, um ein Vergleichsmass zu erhalten. Dabei wird vereinfacht von einer 7-Tage-Woche ausgegangen.

Tabelle 4: Kundenbesuche nach Anzahl (n=27)

Wer	Anzahl Kunden pro Woche	Anzahl Kunden pro Tag
Gastronomie / Hotel 2	2800	400
Kantonale Dienstleistung 3	1600	230
Gastronomie / Hotel 1	1250	180
Detailhandel; Detailhandel 1	900	130
Bildung	700	100
Detailhandel 2; Detailhandel 4	250	35
Dienstleistungen 5	150	20
Detailhandel 6, Dienstleistungen 3, Arztpraxis 1	100	15
Anonym	65	10
Anonym, Kantonale Dienstleistung 1	60	10
Dienstleistungen 4	52	7
Detailhandel 8; Kantonale Dienstleistung 2; Detailhandel	40	6
Tourismus	30	4
Detailhandel 3; Dienstleistungen 2	21	3
Kantonale Dienstleistung 5; Dienstleistungen 1	15	2
Beratungsunternehmen 2	10	1
Beratungsunternehmen 3; Beratungsunternehmen 1	3	1

Die Unternehmen konnten in eigenen Worten beschreiben, welche saisonalen Schwankungen sie in Bezug auf Kunden und Besuche haben. Solche Schwankungen gibt es beim Tourismus-

Unternehmen (Ferienzeit), zwei kantonalen Dienstleistern (Rekrutierungsphase, Hochsaison Frühjahr bis Herbst), einem Detailhändler (Neuheiten, Ende Saison) sowie Gastronomie/Hotel (Winterzeit viel, Sommerzeit wenig resp. Sommer Touristen, Herbst/Winter eher Restaurantgäste) (Tabelle 5).

Tabelle 5: «Beschreiben Sie bitte saisonal abhängige Kundenstatistiken»

Wer	Was
Tourismus	Zu Ferienzeiten benötigen wir oft einen gut erreichbaren Parkplatz für kurze Pausen und Lieferungen ins Büro, müssen aber auch sofort fahrbereit sein, weshalb kurze Gehdistancen für uns sehr wichtig ist.
Kantonale Dienstleistung 1	Während den Rekrutierungsphasen der Polizeiaspiranten (mehrfach pro Jahr) fallen mehr Besuche an.
Dienstleistungen 3	Ziemlich gleichmässige Verteilung mit einem kleinen Peak im April.
Detailhandel 4	Da wir ein Kleiderladen sind, sind wir auf die Neuheiten der Saison fixiert. Aber durch unser Branchenmix, sind auch Ende Saison viele Kundschaft im Shop. Ab September zieht es an, im Dezember ist die Frequenz deutlich am höchsten und nimmt stetig bis Juni ab. Die Sommerferienzeit Juli August sind die Frequenzschwächsten Monate.
Kantonale Dienstleistung 3	Hochsaison: April/Mai (abhängig von Osterferien) bis August/Sept. Zwischensaison: September bis März Kunden: 1'000 (Winter-Halbjahr) bis 1'600 (Hochsaison - April bis Sept)
Gewerbe im Erdgeschoss	Es besteht keine Saisonalität. Die Frequenzen sind ganzjährig +/- identisch und stabil.
Gastronomie	Im Winter sind die Besucherzahlen um 30% höher als in den Sommermonaten (Juni, Juli, August). Die Plätze werden besonders während der Winterzeit stark beansprucht.
Gastronomie / Hotel 1	Von Juni bis Ende September speziell Hotelgäste/Tourismus. Von September bis Ende März saisonal mehr Restaurantgäste aber auch zusätzlich Hotelgäste.

Die befragten Unternehmen haben auch beantwortet, ob die Termine ihrer Kunden spontan oder auf Termin erfolgen. Auch hier können drei Gruppen gebildet werden (Tabelle 6): Unternehmen, bei denen die Kunden mehrheitlich auf Termin kommen (knapp zwei Drittel), Unternehmen, bei denen die Kunden hälftig spontan oder auf Termin kommen (zwei Unternehmen) und solche, bei denen die Kunden spontan vorbeikommen (ein Drittel).

Tabelle 6: Anteil der Kundenbesuche nach Art (auf Termin oder Spontan) (n=26)

Wer / Kunden pro Tag:	auf Termin	spontan
Mehrheitlich auf Termin		
Bildung	100%	0%
Kantonale Dienstleistung 3	90%	10%
Arztpraxis 1	90%	10%
Detailhandel 3	90%	10%
Dienstleistungen 1	90%	10%
Detailhandel 8	88%	12%
Kantonale Dienstleistung 1	80%	20%
Dienstleistungen 4	80%	20%
Dienstleistungen 2	80%	20%
Beratungsunternehmen 2	80%	20%
Detailhandel 2	80%	20%
Gastronomie / Hotel 1	70%	30%
Beratungsunternehmen 1	70%	30%
Beratungsunternehmen 3	70%	30%
Detailhandel	65%	35%
Hälftig		
Dienstleistungen 3	50%	50%
Detailhandel	50%	50%
Mehrheitlich spontan		
Detailhandel 6	30%	70%
Kantonale Dienstleistung 2	20%	80%
Detailhandel	20%	80%
Gastronomie / Hotel 2	20%	80%
Detailhandel 4	15%	85%
Detailhandel	10%	90%
Kantonale Dienstleistung 5	5%	95%
Detailhandel	0%	100%
Tourismus	0%	100%

2.2 Mobilitätsform der Kunden

Die Unternehmen haben anteilmässig geschätzt, mit welchen Verkehrsmitteln ihre Kunden anreisen: zu Fuss oder mit dem Velo, mit dem öffentlichen Verkehr oder mit dem Auto. Aus der Anzahl Kunden pro Woche kann die Anzahl Kunden grob abgeschätzt werden, die mit dem Auto anfährt (Tabelle 7): Zu den Unternehmen, die absolut viel zu den motorisierten Kunden beitragen, zählen ein Gastronomieunternehmen sowie eine kantonale Dienstleistung. Zu den Unternehmen mit einer mittleren Anzahl an motorisierten Kunden zählen eine Bildungsinstitution, ein Hotel/Gastronomie-Unternehmen und mehrere Detailhändler. Daneben gibt es eine Vielzahl von Unternehmen, die täglich wenige Kunden haben, die motorisiert anreisen. Der Grossteil des motorisierten Kundenverkehr geht in der Befragung auf rund einen Drittel der Unternehmen zurück.

Tabelle 7: Kundenbesuche nach Mobilitätsform und daraus berechnete Kundenzahl mit Auto pro Woche (n=26, 1 Geschäft ohne Angaben)

Wer	Kunden pro Woche	zu Fuss / Velo	ÖV	Auto	Berechnete Kundenzahl mit Auto
Viele Kunden mit Auto					
Gastronomie / Hotel 2	2'800	55%	10%	35%	980
Detailhandel	900	0%	10%	90%	810
Kantonale Dienstleistung 3	1'600	5%	45%	50%	800
Detailhandel 1	900	20%	20%	60%	540
Mittlerer Anzahl Kunden mit Auto					
Bildung	700	5%	35%	60%	420
Gastronomie / Hotel 1	1'250	30%	30%	40%	500
Detailhandel 4	250	5%	15%	80%	200
Detailhandel 2	250	10%	10%	80%	200
Detailhandel 8	40	5%	5%	90%	36
Wenig Kunden mit Auto					
Detailhandel	65	10%	10%	80%	52
Detailhandel 6	100	25%	25%	50%	50
Dienstleistungen 3	100	10%	40%	50%	50
Arztpraxis 1	100	25%	25%	50%	50
Tourismus	60	0%	0%	100%	60
Anonym	60	20%	30%	50%	30
Kantonale Dienstleistung 1	30	10%	40%	50%	15
Kantonale Dienstleistung 2	52	20%	20%	60%	31
Anonym	40	20%	20%	60%	24
Dienstleistungen 4	40	0%	50%	50%	20
Dienstleistungen 2	20	0%	10%	90%	18
Kantonale Dienstleistung 5	21	0%	10%	90%	19
Detailhandel 3	15	0%	30%	70%	11
Beratungsunternehmen 2	10	10%	10%	80%	8
Beratungsunternehmen 1	15	0%	0%	100%	15
Dienstleistungen 1	3	10%	45%	45%	1
Beratungsunternehmen 3	3	33%	33%	33%	1

2.3 Aufenthaltsdauer der Kunden

Um mehr über die Aufenthaltsdauer der Kunden zu erfahren, sollten die Unternehmen angeben, wie lange die Besuche ungefähr dauern. Tabelle 8 zeigt, bei wem der Bedarf an Parkplätzen am

grössten ist: Gemäss den Selbstangaben der Unternehmen ist dieser bei der Bildungsinstitution und dem Gastronomiebetrieb am höchsten, da sie nicht nur viele Kunden haben, sondern diese auch lange bleiben. Ein mittlerer Bedarf geht von einem kantonalen Dienstleister und zwei Detailhändlern im Erdgeschoss aus. Deren Kunden bleiben häufig weniger als 30 Minuten bis zu einer Stunde. Ein kleiner Bedarf besteht bei allen anderen Unternehmen, die eine überschaubare Anzahl Kunden pro Tag haben. Die berechnete Parkdauer pro Woche ist nicht in exakten Minuten zu verstehen, sondern als Indikator dafür, wie gross der Anspruch an Parkplätzen in der Rangfolge der Unternehmen ist.

Tabelle 8: Kundenbesuche nach Dauer, Berechnung der Parkdauer der Kunden pro Tag (n=25, 2x Detailhandel)

Wer	Anz. Kunden mit Auto / Woche	Anz. Kunden mit Auto / Tag (7-Tage-Woche)	< 30 Minuten	Ca. 1h	Ca. 2-3h	1/2 Tag	> ½ Tag (werden ausgenommen)	Berechnete Parkdauer / Tag [h]
Hoher Bedarf								
Gastronomie / Hotel 2	980	140	35%	50%	15%	0	0%	147
Detailhandel 1	540	77	100%	0%	0%	0	0%	38
Mittlerer Bedarf								
Detailhandel	810	116	0%	89%	8%	0	0%	126
Kantonale Dienstleistung 3	800	114	100%	0%	0%	0	0%	57
Bildung	420	60	0%	0%	30%	0	70%	45
Gastronomie / Hotel 1	500	71	0%	0%	30%	0	70%	53
Detailhandel 4	200	29	50%	40%	10%	0	0%	26
Kleiner Bedarf								
Detailhandel 2	200	29	100%	0%	0%	0	0%	14
Kantonale Dienstleistung 1	30	4	0%	50%	50%	0	0%	8
Anonym	52	7	80%	20%	0%	0	0%	6
Detailhandel 3	15	2	10%	0%	90%	0	0%	6
Dienstleistungen 3	50	7	50%	45%	4%	0	1%	5
Dienstleistungen 2	18	3	10%	10%	80%	0	0%	5
Detailhandel 6	50	7	65%	30%	5%	0	0%	4
Arztpraxis 1	50	7	75%	25%	0%	0	0%	4
Anonym	30	4	50%	50%	0%	0	0%	3
Detailhandel	24	3	80%	20%	0%	0	0%	3
Tourismus	30	4	80%	20%	0%	0	0%	2
Dienstleistungen 4	26	4	80%	20%	0%	0	0%	2
Kantonale Dienstleistung 2	24	3	80%	20%	0%	0	0%	2
Kantonale Dienstleistung 5	14	2	90%	0%	10%	0	0%	1
Beratungsunternehmen 2	8	1	60%	30%	10%	0	0%	1
Dienstleistungen 1	6	1	20%	40%	40%	0	0%	1
Beratungsunternehmen 1	3	1	5%	90%	5%	0	0%	1
Beratungsunternehmen 3	1	1	0%	0%	100%	0	0%	1

Aus der grob abgeschätzten Anzahl motorisierter Kunden – die aus der Selbstangabe der befragten Unternehmen abgeleitet wird – und der Aufenthaltsdauer in Tabelle 8 – welche ebenfalls einer Selbstangabe entspricht – kann die Parkdauer der heutigen Kunden in Stunden umgerechnet werden. Diese Berechnung stellt die heutige Parkplatznutzung dargestellt. Sie geht nicht darauf ein, wie sich die Parkplatznutzung ändern würde, wenn sich der flexible Anteil der Kundschaft im Verhalten an veränderte Rahmenbedingungen anpassen würde.

Die Kunden, die länger als einen halben Tag parkieren, werden aus der Berechnung ausgenommen, da sie nicht die oberirdischen Parkplätze nutzen. Wird vereinfacht davon ausgegangen, dass eine Woche sieben Tage hat und an einem Tag rund zehn Stunden parkiert wird (8 bis 18 Uhr), so müssten knapp 60 Parkplätze pro Tag zur Verfügung stehen. Wird die Parkdauer auf 7

bis 19 Uhr ausgedehnt, so schrumpft die Zahl auf knapp 50 Parkplätze. Wird davon ausgegangen, dass die befragten Unternehmen den Anteil motorisierter Kunden eher zu hoch respektive deren Parkdauer zu lange eingeschätzt haben, so kann die heutige Parkplatznutzung nochmals reduziert werden. Hinzu kommt die Nutzung durch Kunden der nicht befragten Unternehmen. Da die grossen und kundenintensiven Unternehmen an der Befragung teilgenommen haben ist allerdings nicht davon auszugehen, dass sich der Anteil wesentlich erhöht. Heute gibt es am Pilatusplatz 46 Parkplätze. Insgesamt kann davon ausgegangen werden, dass diese Parkplätze gut durch die Kunden der befragten Unternehmen ausgelastet werden, ergänzt durch die Parkplätze in den umliegenden Parkhäusern und weiteren oberirdischen Parkplätzen, die sie nutzen.

2.4 Verfügbarkeit von eigenen Parkplätzen

Die Unternehmen wurden gefragt, ob sie eigene Parkplätze in der Umgebung zur Verfügung haben. Nur fünf der befragten Unternehmen bejahen die Frage.

Tabelle 9: «Haben Sie eigene Parkplätze in der Umgebung?»

Antwort	Anzahl	Anteil
ja	5	19%
nein	22	81%
Total	27	100%

2.5 Zentrale Gründe für die Anfahrt mit Auto

Die Unternehmen wurden gefragt, ob es zwingende Gründe gibt, weshalb ihre Besucher mit dem Auto anreisen. Aus den Antworten ergibt sich eine Reihe unterschiedlicher Argumente: Alter und Gesundheit, Transport von Gegenständen, Geschäftsverkehr (Kunden sind geschäftlich mit dem Auto unterwegs), Herkunft der Besucher (schlechte Erschliessung am Abfahrtsort) und Kundendienstleistung (Kunden sollen anfahren, wie sie wollen). Um die Antworten möglichst unverfälscht zu lassen, werden sie in der folgenden Tabelle im Wortlaut abgebildet.

Tabelle 10: Gründe für oberirdische Parkplätze (n=24, vereinfacht: Woche = 7 Tage)

Unternehmen	Total Kunden / Tag	Frage: «Gibt es zwingende Gründe, weshalb Ihre Besucher mit dem Auto anreisen?»
Gesundheit, Alter		
Arztpraxis 1	15	Unsere Patienten sind aufgrund des Alters oder Krankheiten teilweise gehbehindert. Arztbesuch muss in Begleitung erfolgen. Aufgrund ihres Zustandes Anreise im Auto nötig, da sonstige Verkehrsmittel nicht möglich sind.
Detailhandel	6	Ältere Kunden in Begleitung Gehbehinderung- Rollator, Rollstuhl
Kantonale Dienstleistung 5	2	IV-Personen, gehbehindert, auf Behindertenparkplatz angewiesen
Detailhandel 8	6	Das Gros der Angehörigen ist 75+ Abholung von Urnen, Grabkreuzen oder sonstigem Material mit ÖV quasi nicht möglich.
Transport		
Beratungsunternehmen 2	1	Zum Teil haben die Leute viele Unterlagen mit dabei (verschiedene Bundesordner)

Unternehmen	Total Kunden / Tag	Frage: «Gibt es zwingende Gründe, weshalb Ihre Besucher mit dem Auto anreisen?»
Detailhandel	130	Ein Grossteil der Produkte ist sperrig, wofür ein Auto für den Transport erforderlich ist. Zahlreiche Personen kommen zudem von ländlichen Gegenden und haben keine oder nur sehr begrenzte ÖV-Möglichkeiten
Detailhandel 6	15	viele Kunden bringen Computer, Drucker usw. in die Reparatur oder für Installationsarbeiten. Bei Neukauf werden entsprechende Geräte (Computer, Drucker, Multifunktionsgeräte, Monitore, Bürostühle) (z.T. Gewicht erheblich über 20 kg) abgeholt. Verbrauchsmaterial wie Toner ist voluminös. Kunden bringen Material zur fachgerechten Entsorgung (Computer für Datenlöschung)
Detailhandel	6	Da es oft schwere Sachen sind, die man nicht im ÖV transportieren kann.
Detailhandel 3	3	• Muster für Beratungstermine (Parkett / Fliesen / Granit / etc.) • Viel Beratungsunterlagen mit dabei
Geschäftsverkehr		
Beratungsunternehmen 1	1	• Aus Zeitgründen gar nicht anders möglich • Unsere Besucher/Kunden sind immer Unternehmer und müssen das Auto benutzen • Unsere Besucher bringen meistens Unterlagen mit, die nur mit einem Auto transportiert werden können.
Gastronomie / Hotel 2	400	Ja, wenn die Personen altersbedingt nicht mehr in der Lage sind grössere Distanzen zu laufen. Zudem gibt es sehr viele Kunden die einen Zwischenhalt bei uns einlegen, bevor oder nach der Arbeit. (Bestellungen) Wenn die Parkplätze wegfallen gibt es kaum mehr spontane Gäste. Die regionalen Lieferanten können nur bis 6:30 ohne grosse Probleme Waren anliefern. (Mundo, Pistor, Aerni Metzgerei und FläckeChäsi, Schürch Getränke)
Kantonale Dienstleistung 1	10	Vor allem seitens Polizeipatrouillen und Lieferdienst Bedarf gegeben.
Kantonale Dienstleistung 2	5	Vorwiegend Handelsreisende und Schausteller sind mit ihrem eigenen Fahrzeug unterwegs. Sie bereisen die ganze Schweiz mit dem eigenen Fahrzeug.
Tourismus	4	Ja, Taxi (Auto) ist unser Fortbewegungsmittel.
Herkunft der Besucher		
Beratungsunternehmen 3	1	z.B. Besuchen uns Kunden aus Gebieten ohne ÖV. Sonst müssen wir die Kunden besuchen = doppelter Aufwand
Detailhandel	130	Viele Kunden aus der Umgebung Luzern
Detailhandel 4	35	Unsere Kundschaft kommt aus der ganzen Schweiz. Natürlich auch aus Luzern, dies macht aber ein Bruchteil aus. Da unsere Kundschaft mehrheitlich aus Männern besteht, die vom Land stammen, schätzen es extrem, wenn sie aussteigen können, nicht weit laufen müssen und schon sind sie im Shop. Ohne zu übertreiben hören wir täglich diesen Satz von Männern, die es nicht mögen Shoppen zu gehen. Es ist unglaublich, dass diese sogar teilweise so faul sind und nicht einmal kommen, weil es rundherum nichts frei ist. Sie rufen lieber kurz an ob wir die Hose schnell rausbringen können, er fände keinen Parkplatz. Zwingende Gründe sind bei uns, da viele Kunden älter, schwerer oder sonstiges sind und daher nicht lange laufen wollen/können. Parkieren, 1.-- reinlassen, Hosen probieren, auf die Autobahn und nach Hause. Unser Kunde ist nicht die Einkäufer der dann noch ein Kaffee an einer Promenade schlürfen möchte.
Dienstleistungen 4	7	Sie kommen auf Termin aus der ganzen Schweiz und International
Dienstleistungen 2	3	Wir haben viele Besucher aus der ländlichen Umgebung, welche mit dem Auto viel flexibler sind als mit der ÖV. Die

Unternehmen	Total Kunden / Tag	Frage: «Gibt es zwingende Gründe, weshalb Ihre Besucher mit dem Auto anreisen?»
		Postautoverbindung ist nicht immer gegeben. Zum Teil fährt das Postauto nur all 2-3h.
Kantonale Dienstleistung 3	230	Alle im Kanton Luzern wohnhaften Schweizerinnen und Schweizer (Kinder und Erwachsene müssen für neue Ausweise (Pass und Identitätskarte) nach Luzern ins Passbüro. Aus ländlichen Gebieten erfolgt die Reise i.d.R. per Auto.
Bildung	100	Fahrzeit ÖV, schlechte Anbindung, peripherer Wohnort (NW, OW, UR, SZ)
Gastronomie / Hotel 1	180	Ja, zwingende Anreise von Hotelgästen aus dem In- & Ausland für mindestens eine Nacht. Zusätzlich Restaurantgäste die für einen Besuch bei uns auch mit dem Auto anreisen.
Kundendienstleistung		
Detailhandel 2	35	Stammkunden wollen vor das Geschäft fahren
Dienstleistungen 3	15	Hauptargument wird immer Bequemlichkeit sein. Es ist nicht an uns, als Dienstleister, die Kunden zu ökologischem Verhalten zu erziehen. Sondern wir müssen für unsere Kunden einfach erreichbar sein, sonst wandern diese zur Konkurrenz ab.

2.6 Einschätzung von Parkhäusern

Als Alternative zu oberirdischen Parkplätzen könnten rund um den Pilatusplatz auch Parkplätze in Parkhäusern angeboten werden. Als Grundlage für die Umgestaltung des Pilatusplatzes wurde auch untersucht, ob ein unterirdisches Parkhaus in unmittelbarer Nähe des Pilatusplatzes gebaut werden könnte. Um mehr über das Bedürfnis nach solchen Parkplätzen zu erfahren, konnten die befragten Unternehmen die Vor- und Nachteile nennen. Diese sind in der Tabelle 11 im Wortlaut aufgeführt. Genannt wurden vor allem Nachteile. Für die meisten liegen diesen in den langen Wegen: diese stehen in Zusammenhang mit dem Zeitaufwand (Verhältnis kurzer Besuch – langer Weg), den Transport von Gegenständen, der nicht mehr möglich ist oder die Gesundheit, die keine langen Wege mehr zulässt, respektive die Anfahrt beschwerlich macht. Als zweites wird darauf hingewiesen, dass der Kesselturm heute häufig besetzt ist und deshalb die Verfügbarkeit nicht gegeben ist. Weiter werden Komfort und Kosten genannt (zu eng, zu teuer). Nur wenige Unternehmen nennen auch Vorteile: dass mit zusätzlichen Parkplätzen in einem Parkhaus die Kapazitäten erweitert werden können. Insgesamt bevorzugen die Unternehmen aber klar oberirdische (Kurzzeit-)Parkplätze.

Tabelle 11: Vor- und Nachteile von Parkplätzen in einem nahegelegenen Parkhaus (vereinfacht: Woche = 7 Tage, n=25)

Unternehmen	Total Kunden / Tag	Frage: «Bitte beschreiben Sie, welche Vor- und Nachteile Sie in Parkplätzen in einem nahegelegenen Parkhaus sehen.»
Nachteil langer Weg		
Arztpraxis 1	15	Parkplatzmöglichkeit vor Praxis muss gewährleistet sein, da viele Patienten gehbehindert sind oder auf einen Rollstuhl angewiesen sind.
Beratungsunternehmen 2	1	Für mein Geschäft hat das Parkhaus primär den Nachteil, dass die Kunden einen längeren Fussweg in Kauf nehmen müssen. Gewisse Personen sind zum Teil über 80-jährig und sind zu Fuss etwas eingeschränkt.
Detailhandel	130	Kunden kommen zu uns gezielt und parkieren gerne vor dem Laden.
Detailhandel 4	35	Rollstuhlfahrer schätzen es, dass sie bei uns gleich rein können, deshalb ist ein Weg von 200m ein Hindernis. Alles was nicht bei uns unmittelbar ist, interessiert unsere Kunden leider nicht.
Detailhandel 6	15	Schwere Artikel können nicht so weit geschleppt werden (Drucker, Bürostühle). Kunden würden sich andere Anbieter mit besseren Parkmöglichkeiten

Unternehmen	Total Kunden / Tag	Frage: «Bitte beschreiben Sie, welche Vor- und Nachteile Sie in Parkplätzen in einem nahegelegenen Parkhaus sehen.»
		(ausserhalb der Stadt) suchen ältere Kunden sind gehbehindert und können kaum gekaufte Artikel allein ins Parkhaus tragen.
Detailhandel	6	Unsere Kunden werden die Schweren Sachen nicht soweit Tragen können. Oftmals ältere Herrschaften, die vor unserem Ladenlokal parken und uns zum Tragen rufen, in der Regel sind wir alleine im Geschäft, so dass wir das vom Parkhaus aus nicht anbieten können.
Detailhandel 3	3	Der grosse Teil unserer Kunden parkiert im Kessel; meistens haben sie viel Material dabei; je nach Wetter nicht immer einfach zu handhaben;
Dienstleistungen 3	15	Die Distanz und der Zeitaufwand für einen Kurzbesuch vom 7. Stock im Kesselturm bis zu unseren Räumlichkeiten steht in keinem Verhältnis. Diese schwächt die Attraktivität unserer Agentur.
Dienstleistungen 2	3	Da unsere Kundschaft etwas älter ist und zum Teil nicht so gut zu Fuss sind sie sehr dankbar, wenn sie vor dem Haus parkieren können und nur wenige Schritte machen müssen bis sie uns erreichen.
Gastronomie / Hotel 2	400	Viele spontan-Kunden sind nicht bereit (für einen Kaffee oder Take-Away Produkt) 500 Meter zu laufen. Dieses Kundensegment wird wegfallen. Die Einbusse wird 25%-30% des Umsatzes ausmachen, was für unser Geschäft eine grosse Herausforderung sein wird. Hinzu kommt die Lärmbelastung und grössere Verkehrsbeanspruchung während der Bauphase.
Kantonale Dienstleistung 1	10	Für kurzzeitige Besuche sind die jetzigen Parkplätze von Vorteil. Für die fallweise anrückenden Polizeipatrouillen sowie für den Lieferdienst würde bei einem Wegfall dieser Parkplätze die unmittelbare Parkiermöglichkeit entfallen. Ansonsten heben sich Vor- und Nachteile auf.
Kantonale Dienstleistung 5	2	Für Gehbehinderte und Rollstuhlfahrerinnen und -fahrer nicht zu bewältigen
Gastronomie / Hotel 1	180	Restaurantgäste möchten zudem so nah wie möglich am Haus parkieren.
Tourismus	4	Das Taxiunternehmen muss stets flexibel und schnell zur Verfügung stehen, dies erreichen wir nur mit absoluter kurzer Gehdistanz und einfachen Ein- und Ausfahrten. Unser Sitz wurde bewusst an dieser Kreuzung gewählt, da auf dem schnellsten Wege am Bahnhof, im Kantonsspital oder aber durch die Hauptachse auch schnell in Kriens oder Autobahn sein kann. Zum Parkhaus Kesselturm, zu laufen wäre zeitraubend, auch wenn es nur 3 Minuten sind und dann das Ticket noch zu bezahlen bzw. Dauerparkkarte zu stecken und raus zu fahren benötigt weitere 5 bis 10 Minuten je nach Auslastung des Parkhauses, somit können wir unsere Flexibilität und Schnelligkeit nicht mehr einhalten.
Detailhandel 8	6	Längerer Fussweg zum Büro (-) Kostenintensiver (-) Zeitfaktor (-) Risiko für Schaden am Fahrzeug (-)
Detailhandel	130	Zugang zum Parkhaus Kesselturm ist meist nicht möglich, da es tagsüber oft restlos besetzt ist. Dies vorwiegend auch von Langzeitparkierenden.
Detailhandel 4	35	Kesselturm ist zu den frequenzstarken Zeiten ab Mittag voll.
Beratungsunternehmen 1	1	• Parkhaus Kesselturm oft besetzt • Parkhaus Kesselturm Benützung ist teilweise zeitlich sehr aufwändig
Dienstleistungen 3	15	Das Parkhaus Kesselturm weist eine sehr gute Auslastung auf. Im Dezember ist es fast vollständig ausgebucht und es sind keine Parkplätze frei.
Dienstleistungen 4	7	Nachteil, nicht immer freie Parkplätze. Aufenthalte weniger als 30 Minuten könnten wegfallen
Nachteil Komfort		
Detailhandel	6	Ältere Leute- Gehbehinderung, im Parkhaus ist es eng und meistens schlecht zu parken - Rollator, Rollstuhl können nicht eingesetzt werden
Detailhandel 4	35	Niemand geht gerne freiwillig dorthin, da es zu eng ist.

Unternehmen	Total Kunden / Tag	Frage: «Bitte beschreiben Sie, welche Vor- und Nachteile Sie in Parkplätzen in einem nahegelegenen Parkhaus sehen.»
Dienstleistungen 2	3	Viele Besucher fahren nicht gerne in ein Parkhaus. Die Parkfelder z.B. im Kesselturm sind sehr eng und lassen das Ein/Aussteigen sehr mühsam zu.
Kantonale Dienstleistung 3	230	- höhere Kosten (Parkhausgebühren) - grösserer Zeitaufwand (Weg vom Parkhaus zum Hallwilerweg) - für Gehbehinderte und Betagte mühsamer + ruhigere Umgebung + Kunden reisen dann möglicherweise eher per ÖV an
Kantonale Dienstleistung 2	5	Kundenfreundlich - sie benötigen weniger Zeit für Termine. Kantonale Verwaltung - darum viele Kunden ausserhalb des Stadtgebietes.
Nachteil Kosten		
Detailhandel 2	35	Nachteil: Kosten
Vorteil Entlastung		
Gastronomie / Hotel 1	180	Kesselturm und umliegende Parkhäuser sind auf Grund der Aufenthaltsdauer unserer Gäste zu teuer. Restaurantgäste möchten zudem so nah wie möglich am Haus parkieren.
Beratungsunternehmen 1	1	Neues zusätzliches Parkhaus könnte die Situation entspannen > falls natürlich immer mehr PP aufgehoben werden wird langfristig auch dieses Parkhaus überbelegt
Detailhandel 4	35	Die Stadt Luzern hat zu wenig Parkplätze, so hätte man wenigstens noch ein paar.
Dienstleistungen 1	2	Grössere Kapazität, eine längere Aufenthaltszeit ist möglich - z.B. Aufstockung von Kesselhaus Parkhaus
Bildung	100	Nähe zu Schule, bessere Konditionen für immer wieder Parkierende.

2.7 Anlieferung

Neben der Parkplatzsituation wird sich mit der Umgestaltung des Pilatusplatzes auch die Anlieferungssituation verändern. Die Unternehmen beschreiben in einer offenen Antwort die heutige Situation. Aus den Antworten zeigt sich, dass diverse Unternehmen mehrmals pro Tag angeliefert werden. Bei den meisten findet die Anlieferung mehrmals wöchentlich statt. Heute erfolgt die Anlieferung vorwiegend über die Parkplätze vor den Geschäften, da so kurze Wege möglich sind, im Einzelfall auch über die breiten Trottoirs.

Tabelle 12: Art und Häufigkeit der Anlieferung (n=23, vereinfacht: Woche = 7 Tage)

Unternehmen	Total Kunden / Tag	Frage: «Wann und wie oft wird angeliefert?»	Frage: «Wie/wo wird heute angeliefert?»
Täglich mehrmals			
Detailhandel	6	Mehrmals täglich, zu unterschiedlichen Zeiten	Parkplätze direkt vor der Türe.
Dienstleistungen 1	2	Tagsüber, 4-5 Mal	Auf dem Troittoir vor dem Geschäft "Detailhandel 1"
Gastronomie / Hotel 2	400	mehrmals täglich 2-3 Mal, vormittags vor 7:00 Uhr, 10:30 und ab 17:00 Uhr	Die Anlieferung erfolgt meistens am frühen Morgen. (zwischen 5:00-7:00 Uhr) wenn die Parkplätze noch leer sind und die Lastwagen dort anhalten können. Die eigene Anlieferung von den Wocheneinkäufen erfolgt durch normale Fahrzeuge und finden (wenn vorhanden!) bei den normalen Parkplätzen statt.

Unternehmen	Total Kunden / Tag	Frage: «Wann und wie oft wird angeliefert?»	Frage: «Wie/wo wird heute angeliefert?»
Kantonale Dienstleistung 5	2	Postlieferung interner Postdienst des Kantons 2x am Tag.	Eingang Hirschengraben 19. Anlieferer fahren zum Teil direkt vor die Tür. Postzustellung durch kantonalen internen Postdienst
Tourismus	4	ca. 5mal täglich	Ein Parkplatz in der Nähe des Eingangs wird jeweils bevorzugt. (Obergrundstrasse und nicht Hallwilerweg)
Gastronomie / Hotel 1	180	Im Schnitt täglich 2-3 Mal. Ab 7.00 Uhr morgens bis später nachmittag. Zusatzlieferungen auch früher oder später nach Absprache.	Direkt vor dem Hotel auf dem Trottoir. Gerade in Bezug auf Liefermengen (Euro-Paletten) sind unsere Lieferanten auf einen direkten Zugang angewiesen, welcher auch nicht durch Stufen oder Kanten behindert werden kann.
Einmal täglich			
Detailhandel	130	Jeden Tag oft Mittagszeit	Von Hauptgeschäft in Baar, jeden Tag.
Detailhandel 6	15	Anlieferungen täglich (Post, DPD usw.) ca. 2 x wöchentlich Lieferungen mit Lastwagen	Lastwagen fahren vor dem Laden halbseitig aufs Trottoir (genügend breit) und Laden Paletten ab Post und Liefersdienste bringen Pakete und halten auch auf dem Trottoir
Detailhandel 4	35	Fast täglich um 11.00 Uhr, manchmal ebenfalls noch DHL um 17.00 Uhr	Gerade auf der Rampe vor dem Geschäft. Auch der Güterumschlag ist perfekt für die Transporteure. Hinter dem Geschäft ebenfalls ideal, auch für Postbus für Paketlieferungen etc. Es ist ideal.
Mehrere Male pro Woche			
Arztpraxis 1	15	ca. 3x pro Woche	Anlieferungen erfolgen durch die Firmen mit Lastwagen oder Kleintransporter.
Detailhandel	130	Individuell, wöchentlich bis 2x	Produkte wie Kindersitze, Velohelme, Textilien werden per Transporteur angeliefert.
Detailhandel 2	35	Individuell, wöchentlich bis 2x	Auto
Dienstleistungen 3	15	alle 2 Wochen Warenlieferung 3x/Woche DHL oder sonstiger Kurier	Anlieferung geschieht durch Kurzzeit-Anhalter unter dem Gebäude (dort wo es mit dem Kino Rex verbunden ist).
Kantonale Dienstleistung 1	10	Interner Postdienst 1 x täglich Interner Materialdienst 1 x wöchentlich Diverse Lieferanten 2 x wöchentlich	Vor der Liegenschaft bestehen öffentliche Kurzzeitparkplätze.
Kantonale Dienstleistung 2	5	interner Postdienst = 1 x täglich interner Materialdienst = 1 x wöchentlich diverse Lieferanten = 2 x wöchentlich	Vor der Liegenschaft Hallwilerweg bestehen öffentliche Kurzzeitparkplätze
Bildung	100	Unterschiedlich, Post täglich, Paketdienst 2-3x pro Woche	Halt auf der Strasse
Einmal pro Woche			
Beratungsunternehmen 2	1	Ca. 1 x pro Woche.	Direkt vor dem Haus
Detailhandel 3	3	Einmal pro Woche im Schnitt	Nur bei Umbauten oder Events haben wir Anlieferungen; da steht uns ein Anlieferparkplatz zur Verfügung (Hinter dem Gebäude im Innenhof)
Detailhandel	6	Unterschiedlich- wöchentlich 1x	Anlieferung per Auto / und Post
Seltener			

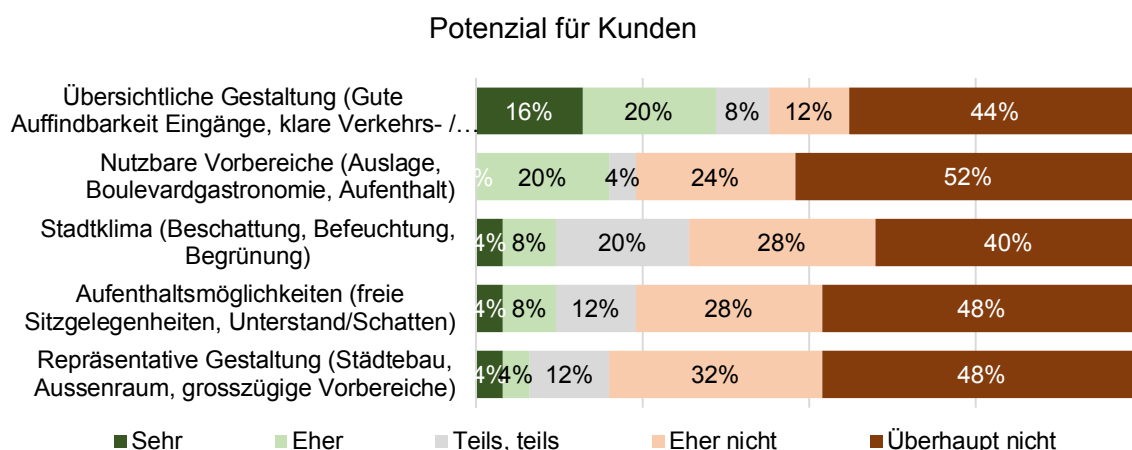
Unternehmen	Total Kunden / Tag	Frage: «Wann und wie oft wird angeliefert?»	Frage: «Wie/wo wird heute angeliefert?»
Beratungsunternehmen 1	1	Lieferungen von Büro-Material etc. sehr selten	Benützung PP Pilatusplatz
Beratungsunternehmen 3	1		Ab 1. September haben wir auch ein kleines Lager an Tankwägen. Dazu haben wir keine Erfahrung.
Dienstleistungen 2	3	Ein- bis zweimal pro Monat	vor dem Haus per LKW
Kantonale Dienstleistung 3	230	Alle 2 Wochen (Lastwagen bringt neue Container und holt volle ab). Wöchentlich Büromaterial	Hallwilerweg 5 (Entsorgung alte Ausrüstung) Hallwilerweg 7 (Material-Lieferung)

2.8 Aufwertung

Die befragten Unternehmen erhielten auch die Gelegenheit, die Ideen zur Aufwertung des Pilatusplatzes zu beurteilen. Sie sollten angeben, wie sie die Aufwertung für ihre Kunden einschätzen. Zu beachten ist, dass die Beurteilung eine einseitige Sicht der Unternehmen ist, und weitere Nutzergruppen (z.B. Passanten, Angestellte, Anwohner) nicht befragt wurden.

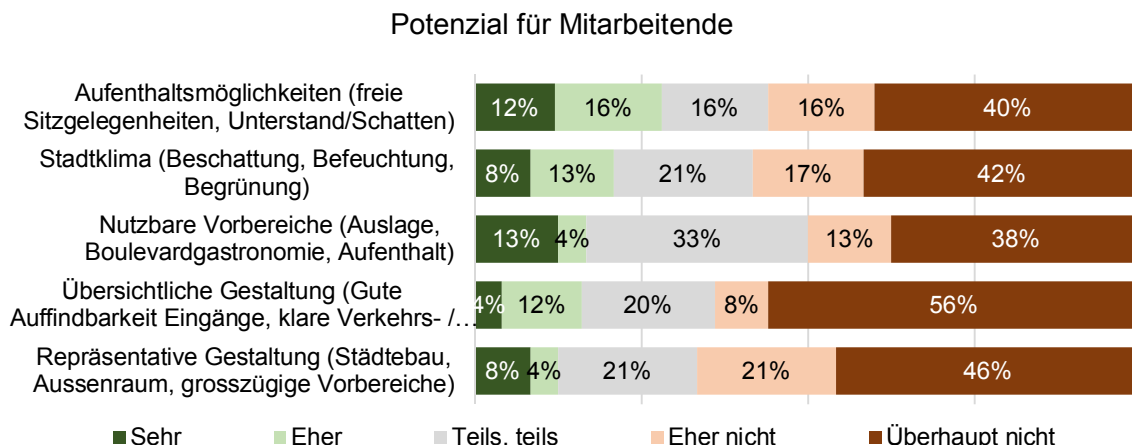
Die Antworten ergeben ein ernüchterndes Bild: am besten bewerten die Unternehmen eine übersichtliche Gestaltung, mit der die Auffindbarkeit der Geschäfte verbessert wird (Abbildung 1). An zweiter Stelle wird das Potenzial von gut nutzbaren Vorbereichen gesehen. Den Beitrag an ein besseres Stadtklima wird teilweise gesehen. Weniger gut bewertet werden die besseren Aufenthaltsmöglichkeiten und die repräsentative Gestaltung, die aus Sicht der Unternehmen wenig Mehrwert für ihre Kunden bringt.

Abbildung 1: «Bitte schätzen Sie ein, von welcher Art von Aufwertung rund um den Pilatusplatz Ihre Kunden profitieren würden» (n=25, sortiert nach der grössten Zustimmung)



Dieselbe Frage konnten die Unternehmen auch für ihre Mitarbeiter bewerten. Auch hier werden die Aufenthaltsmöglichkeiten am besten beurteilt. Mit einer zurückhaltenden Bewertung schätzen sie auch die nutzbaren Vorbereiche als potenziellen Mehrwert für Mitarbeiter ein.

Abbildung 2: «Bitte schätzen Sie ein, von welcher Art von Aufwertung rund um den Pilatusplatz die Mitarbeiter profitieren würden» (n=25, sortiert nach der grössten Zustimmung)



Insgesamt wird allerdings deutlich, dass die Unternehmen von der Umgestaltung des Pilatusplatzes keine relevante Aufwertung für ihre Kundschaft und Mitarbeiter erwarten.

Dies spiegelt sich auch in den offenen Rückmeldungen, was bei der Aufwertung des Pilatusplatzes für die Geschäftstätigkeit der Unternehmen besonders wichtig ist: Der Grossteil wünscht sich, dass ein möglichst geringer Abbau von Parkplätzen am Pilatusplatz stattfindet (Tabelle 13). Ebenfalls als sehr wichtig eingeschätzt wird die Erreichbarkeit des Standorts, was vor allem in Bezug zur Anlieferung sowie die Anfahrt steht.

Tabelle 13: Was wäre für die Geschäftstätigkeit des Unternehmens besonders wichtig? (n=23, vereinfacht: Woche = 7 Tage)

Unternehmen	Total Kunden / Tag	Was wäre für die Geschäftstätigkeit des Unternehmens besonders wichtig?
Erhalt Parkplätze in der Nähe		
Detailhandel	6	Dass die Parkplätze erhalten bleiben.
Beratungsunternehmen 1	1	Park-Plätze für unsere Kunden in unmittelbarer Nähe und auch verfügbar!
Beratungsunternehmen 2	1	Genügend Parkplätze in nächster Nähe, gute Zufahrtsmöglichkeit
Kantonale Dienstleistung 1	10	Eine Anzahl von Kurzzeit-Parkplätzen für externe Besuche, Polizeipatrouillen und Anlieferungen.
Kantonale Dienstleistung 2	5	Kein Abbau der Parkplätze
Kantonale Dienstleistung 3	230	eine Anzahl von Kurzzeit-Parkplätzen (Auto und Zweiräder) für Kunden
Arztpraxis 1	15	Parkplatzmöglichkeit vor der Praxis. Bushaltestelle in unmittelbarer Nähe.
Detailhandel 4	35	Die Erreichbarkeit mit dem Auto. Schon nur Kundenparkplätze wäre ein Traum, aber wenn das natürlich dann jedes Geschäft möchte... Wir bezahlen zum Teil sogar die Parkbusse des Kunden, damit er sich nicht ärgert. Neu führen wir Motorradbekleidung. PP wurden schon für Fahrradplätze zum Teil gestrichen. So kann der Kunde kaum das Motorrad hinstellen.
Bildung	100	Parkplatzangebot in unmittelbarer Nähe
Detailhandel	130	Es ist für uns wichtig und essenziell, dass die bestehenden Parkplätze beibehalten werden. Diese sind direkt ab der Hauptverkehrsachse und ohne Umwegfahrten erreichbar.
Gastronomie / Hotel 2	400	Beibehalten aller Parkplätze. Wenn das nicht geht mindestens 15 Kurzzeitparkplätze, Ausladeplatz für Lieferanten und eigene Anlieferungen mit einplanen! Kurze Bauphase wenn möglich

Unternehmen	Total Kunden / Tag	Was wäre für die Geschäftstätigkeit des Unternehmens besonders wichtig?
		während der Nacht. Wenig Bauarbeiten während dem Wochenende. Genaue Zeitplanung damit die Mitarbeiter und Kundschaft informiert werden können.
Gastronomie / Hotel 1	180	Der Aufenthalt unserer Gäste sollte zu keiner Zeit von Baulärm und Umbauten beeinträchtigt werden. Wir können auf die Parkplätze am Pilatusplatz für unsere Gäste nicht verzichten.
Erreichbarkeit / Zufahrt		•
Detailhandel 6	15	• Gute Erreichbarkeit für alle Kunden • Warenumsatz muss zwingend möglich sein. • Mitarbeiter müssen das Auto im Hof parkieren können, damit jederzeit ohne Verzögerung zu einem Kunden gefahren werden kann um IT-Probleme schnell lösen zu können sowie Ware ausgeliefert werden kann.
Dienstleistungen 2	3	Dass unsere Besucher uns einfach erreichen können, zu jeder gewünschten Zeit.
Dienstleistungen 5	20	Zufahrt Einstellhalle von beiden Seiten möglich, ohne Umweg.
Dienstleistungen 3	15	Erreichbarkeit für ALLE Verkehrsteilnehmer. Am liebsten hätte ich PP für meine 20 Aussendienstmitarbeitenden vor dem Haus.
Dienstleistungen 4	7	Freie Anbindung Autoverkehr
Detailhandel 3	3	Einfache Autobahn zu und abfahrt; Ist heute möglich - Autobahn City - um Gebäudeversicherung - Kessel - Retour auf die Autobahn
Tourismus	4	Dass das Parkieren von Fahrzeugen (Taxis für uns zumindest) stets erlaubt ist bzw. gewährt werden kann.
ÖV-Anbindung, Gestaltung		
Dienstleistungen 1	2	- gute ÖV-Anschlüsse für Haltestelle Pilatusplatz - Vorbereiche besser nutzbar v.a. für das Restaurant (Mieter Dienstleistungen 1)
Keine Veränderung		
Detailhandel	6	Dass es so bleibt wie es ist - für unser Unternehmen sehr wichtig!!!
Detailhandel 2	35	So wie es ist. Hat sich seit 40 Jahren bewährt.
Zugang für Gehbehinderte		
Kantonale Dienstleistung 5	2	Zugang für Gehbehinderte und Rollstuhlfahrerinnen und -fahrer muss gewährleistet sein.

Die befragten Unternehmen konnten auch wünschenswerte Aufwertungen angeben. Die meisten Nennungen betreffen nochmals die Parkierungsmöglichkeiten, etwa mehr Parkplätze für Motorräder oder längere Parkdauer bei bestehenden Parkplätzen. Einige Nennungen betreffen die Aufenthaltsmöglichkeiten oder die Verkehrsführung, die zu einer Verflüssigung des Verkehrs beitragen soll.

Tabelle 14: Was wäre für die Geschäftstätigkeit des Unternehmens besonders wichtig? (n=13, vereinfacht: Woche = 7 Tage)

Unternehmen	Total Kunden / Tag	Welche weiteren Aufwertungen wären wünschenswert?
Parkierungsmöglichkeiten		
Kantonale Dienstleistung 1	10	Mehr Parkplätze für Motorräder
Kantonale Dienstleistung 2	5	Mehr Abstellplätze für Motorräder
Beratungsunternehmen 2	1	Mehr Parkplätze zu haben als heute; vereinzelt auch die Möglichkeit, dass die Parkdauer bis 3 h betragen könnte.
Detailhandel 4	35	Wiederholung: Eigene Parkplätze die für den Kunde zur Verfügung gestellt wird. Da wir kein Passbüro sind, wo die Leute dahin MÜSSEN, müssen wir mit anderen Möglichkeiten punkten.
Dienstleistungen 2	3	längere Parkzeiten bei den bestehenden Parkuhren.
Detailhandel	6	längere Parkzeiten

Unternehmen	Total Kunden / Tag	Welche weiteren Aufwertungen wären wünschenswert?
Aufenthaltsmöglichkeiten		
Kantonale Dienstleistung 3	230	Brunnen, Schatten, Sitzbänke
Detailhandel	130	Öffentliche Begegnungszone im direkt angrenzenden Stadthauspark
Gastronomie / Hotel 2	400	Ausladeplatz für Geschäftsinhaber und Lieferanten, Veloparkplatz, sicherer Fussgängerstreifen, mehr Sitzgelegenheiten und Bäume
Dienstleistungen 3	15	Ein belebter Hof macht m.E. nur Sinn, wenn er gänzlich verkehrsberuhigt ist. Dann dürften auch die Busse nicht mehr durchfahren.
Gute Verkehrsführung		
Detailhandel 6	15	Guter Verkehrsfluss, damit möglichst keine Zeit im Stau verloren geht (bei Fahrt zu Kunden, Thema konkurrenzfähig bleiben)
Keine		
Detailhandel	6	keine
Beratungsunternehmen 1	1	Keine nötig

2.9 Zukunft

Zum Schluss wurden die Unternehmen gefragt, was ihre langfristigen Pläne für die Zukunft sind. Gut die Hälfte bleibt mit hoher Wahrscheinlichkeit langfristig am Standort (Tabelle 15). Ein Fünftel bleibt mindestens für weitere fünf Jahre am Standort und bei sieben Unternehmen ist es noch ungewiss.

Tabelle 15: Was sind Ihre langfristigen Pläne für den Standort am Pilatusplatz, unabhängig der Veränderungen am Platz?

Antwort	Anteil	Anzahl
Unternehmen bleibt mit hoher Wahrscheinlichkeit langfristig am Standort	56%	15
Unternehmen bleibt mindestens die nächsten fünf Jahre am Standort	19%	5
Die Zukunft ist offen	26%	7
Total Antworten	100%	26
Detailhandel		1
Total		27

Mindestens fünf Jahre bleiben die kantonalen Dienstleistungen. Diese werden voraussichtlich an den neuen Standort am Seetalplatz umziehen (Tabelle 16). Offen ist die Zukunft für diverse Gewerbebetriebe im Erdgeschoss. Diese halten es offen, ob sie Geschäftsgang bei einer Veränderung aufrechterhalten können.

Tabelle 16: Unternehmen, deren Zukunft offen ist oder die mindestens fünf Jahre bleiben (n=12, vereinfacht: Woche = 7 Tage)

Unternehmen	Total Kunden / Tag	Was sind Ihre langfristigen Pläne für den Standort am Pilatusplatz, unabhängig der Veränderungen am Platz?
Mindestens fünf Jahre		
Kantonale Dienstleistung 5	2	Unternehmen bleibt mindestens die nächsten fünf Jahre am Standort
Kantonale Dienstleistung 1	10	Unternehmen bleibt mindestens die nächsten fünf Jahre am Standort
Kantonale Dienstleistung 2	5	Unternehmen bleibt mindestens die nächsten fünf Jahre am Standort
Kantonale Dienstleistung 3	230	Unternehmen bleibt mindestens die nächsten fünf Jahre am Standort
Detailhandel	6	Unternehmen bleibt mindestens die nächsten fünf Jahre am Standort
Ungewiss		
Anonym	16	Die Zukunft ist offen
Detailhandel 6	15	Die Zukunft ist offen
Beratungsunternehmen 1	1	Die Zukunft ist offen
Detailhandel 3	3	Die Zukunft ist offen
Detailhandel 8	6	Die Zukunft ist offen
Detailhandel 2	35	Geschäftsaufgabe bei Veränderung
Beratungsunternehmen 3	1	Unternehmen bleibt langfristig, falls die Erreichbarkeit mit Auto bleibt

3 ERKENNTNISSE

Die vorliegende Grundlage bietet eine breite Argumentationsgrundlage zu den Bedürfnissen der Unternehmen am Pilatusplatz und deren Einschätzung der heutigen Situation. Diese Bedürfnisse können bei der Umgestaltung des Pilatusplatzes nicht vollumfänglich berücksichtigt werden. Es ist aber möglich, auf sie einzugehen. Das beauftragte Projektteam hat diverse Informationen direkt in ihre Arbeit einfließen lassen. In diesem Schlusskapitel werden nur die wichtigsten Erkenntnisse wiedergegeben, die für die Arbeit des Teams handlungsleitend waren. Diese Erkenntnisse sind auch im Schlussbericht enthalten.

Die befragten Unternehmen können in drei Typen mit unterschiedlichen Anforderungen an die Erreichbarkeit aufgeteilt werden:

- Verkauf und Vertrieb sowie Praxen und (kundenintensive) Gastronomie, Hotellerie: Die Erreichbarkeit mit dem Auto ist strukturell notwendig, weil Gegenstände transportiert werden müssen (z.B. Computer, Möbel) oder ein tragender Teil der Kundschaft entweder nur mit dem Auto anfahren kann (z.B. Patienten, ältere Trauergäste, Kunden vom Land) oder bei Verlust des Parkplatzes zur Konkurrenz geht (z.B. Restaurant). Aufgrund der Transportwege oder der gesundheitlichen Situation der Kunden müssen die Parkplätze möglichst nahe an den Geschäften sein. Fallen sämtliche Parkierungsmöglichkeiten weg, können die Unternehmen den Geschäftsgang nicht mehr oder nur mit deutlichem Verlust aufrechterhalten. Konsequenz ist ein Standortwechsel oder eine Neupositionierung.
- Kundenintensive Dienstleistungen (z.B. Dienstleistungen, kantonale Verwaltung): Deren Kunden kommen in der Regel auf Termin und können die Anfahrt planen. Bei bestimmten Kundengruppen ist die Anfahrt mit dem Auto unumgänglich (Arbeitstätige, die mit dem Auto unterwegs sind) oder ausschlaggebend für die Wahl des Anbieters (z.B. vom Land). Sie können sich aber darauf einstellen, vom Parkplatz zum Dienstleister eine gewisse Strecke zu Fuss zu gehen. Fallen sämtliche Parkierungsmöglichkeiten weg, verlieren diese Unternehmen bestimmte Kundengruppen. Bei einer Umstellung auf weniger Parkplätze wird es eine Anpassungszeit geben, bis sich Kunden an die Anfahrt mit dem ÖV gewöhnt haben. Alternative Parkplätze könnten in umliegenden Parkhäusern angeboten werden.
- Unternehmen mit wenig Kundenkontakt: Die Anfahrt mit dem Auto ist eine Dienstleistung an Kunden und Geschäftspartner oder in bestimmten Situationen notwendig. Kunden können sich darauf einstellen, vom Parkplatz zum Unternehmen eine gewisse Distanz zurückzulegen. Alternative Parkplätze könnten in umliegenden Parkhäusern angeboten werden.

Die Unternehmen sind also je nach Geschäftstätigkeit und Kundenstruktur unterschiedlich stark vom Parkplatzabbau betroffen. Bei den einen Unternehmen hängt der alltägliche Geschäftsgang von der Verfügbarkeit von oberirdischen Parkplätzen ab. Anderen schafft die Verfügbarkeit der Parkplätze – auch wenn sie nur selten genutzt werden – eine bessere Erreichbarkeit für Kunden in bestimmten Alltagssituationen. Ein Ersatz von oberirdischen Parkplätzen mit Parkplätzen in einer Tiefgarage ist vor allem für jene Kunden eine Option, die auf Termin anreisen, keine (altersbedingten) gesundheitlichen Einschränkungen haben und wenn sie preislich vergleichbar mit den Oberirdischen sind. Solche Parkplätze können in bestehenden umliegenden Parkhäusern angeboten werden. Die Unternehmen schätzen den Mehrwert einer neuen Tiefgarage als

gering ein. Diverse Unternehmen weisen hingegen darauf hin, dass mehr (platzsparende) Motorradparkplätze erwünscht sind.

Die Anlieferung ist für diverse Unternehmen von grosser Bedeutung. Teilweise findet sie mehrmals pro Tag und zu allen Tageszeiten statt. Heute nutzen die Lieferanten in der Regel (freie) Parkplätze vor dem Geschäft, wenige nutzen das breite Trottoir. Auch hier gilt, dass der kurze Weg für den Transport von Gegenständen zentral ist und die Erreichbarkeit gewährleistet werden muss.