Zimraum
Raum + Gesellschaft

Befragung Parkplatznutzer am Pilatusplatz

Grundlagenarbeit für die «Städtebauliche Studie Pilatusplatz»

Beilage 3

Im Auftrag des Tiefbauamts Stadt Luzern

19. November 2019

Inhalt

1 EINBETTUNG DER ERHEBUNG 1

2 ERGEBNISSE 3

2.1 Abfahrtsort 3

2.2 Art des Besuchs 4

2.3 Parkdauer 4

2.4 Gründe für das Auto als Verkehrsmittel 5

3 ERKENNTNISSE 7

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, im Rahmen des Auftrags eine Befragung unter Parkplatznutzern am Pilatusplatz durchzuführen. So sollte mehr über deren Motive für die Anfahrt mit dem Auto herausgefunden werden.

Insgesamt konnten 58 Parkplatznutzer an acht verschiedenen Tagen zu unterschiedlichen Tageszeiten befragt werden. Die Befragung erfolgte im Sommer und ist in diesem Sinne nicht repräsentativ für alle Jahreszeiten. In einer Befragung von Unternehmen, die am Pilatusplatz ansässig sind, haben wir Jahreszeitschwankungen im Geschäftsgang abgefragt. In diesem Sinne können die vorliegenden Ergebnisse eingeordnet werden. Zudem gibt es Zählungen zur Parkplatznutzung, die Aufschluss über die Nutzungsintensität geben. Mit unserer Befragung wollten wir vor allem die Motivation von unterschiedlichen Typen von Parkplatznutzern erfassen. Es ist möglich, dass bestimmte Motivationen nicht erfasst werden konnten (z.B. Autonutzung bei schlechtem oder kaltem Wetter). Wir erachten diese Informationslücken aber als vertretbar. Die Befragung bietet uns einen Einblick in die Nutzung, ohne Anspruch auf Repräsentativität.

Die Erhebungen haben an folgenden Tagen und zu folgenden Zeitpunkten stattgefunden:

Tabelle 1: Erhebungszeitpunkte

Tag	Datum	Uhrzeit	Anzahl Fragebögen
Montag	22.07.2019	12-13 Uhr	7
Dienstag	23.07.2019	9-10 Uhr	8
Mittwoch	24.07.2019	14-15 Uhr	8
Freitag	26.07.2019	10-11 Uhr	8
Samstag	27.07.2019	10.15-11.15 Uhr	7
Montag	29.07.2019	16-17 Uhr	8
Dienstag	30.07.2019	17-18 Uhr	4
Mittwoch	31.07.2019	8-9 Uhr	8
Total			58

Die Mehrheit der Befragten war allein mit dem Auto unterwegs:

Tabelle 2: Anzahl Personen im Auto

Personen im Auto	Anz.	Anteil
1	43	74%
2	10	17%
3	3	5%
5	1	2%
Nicht bekannt	1	2%
Total	58	100%

Die Befragung wurde zu zwei Drittel bei den Parkplätzen an der Obergrundstrasse und zu einem Drittel auf der Seite Hallwilerstrasse durchgeführt. Wir haben die Parkplätze an der

Obergrundstrasse höher gewichtet, da die städtebauliche Aufwertung vor allem diesen Bereich betreffen wird.

Tabelle 3: Erhebungsort

	Anzahl	Anteil
Obergrundstrasse (Nische)	40	69%
Hallwilerweg (stark befahrene Strasse)	18	31%
Total	58	

Zur Einordnung der Ergebnisse und korrekten Interpretation muss berücksichtigt werden, dass mit der Anzahl Befragten (58 Personen) vor allem qualitative Aussagen gemacht werden können. Prozentanteile dürfen nicht überinterpretiert werden. Sie geben vor allem einen Hinweis auf Verhältnisse und darauf, wo mehrheitlich geteilte oder eher differenzierte Bedürfnisse bestehen.

2 ERGEBNISSE

2.1 Abfahrtsort

Die erste Frage gibt Hinweise zur Stichprobe: wo sind die Befragten losgefahren. Hier interessiert vor allem, ob es sich um «hausgemachten» Verkehr (Abfahrtsort Luzern) oder Verkehr aus der Agglomeration oder dem (mit ÖV schlecht erschlossenen) Land handelt.

Ein Drittel der Befragten ist von einer Adresse in der Stadt Luzern losgefahren (Tabelle 4). Knapp die Hälfte von einer Adresse in der Agglomeration und ein Viertel kam aus einer ländlichen Gemeinde.

Tabelle 4: Abfahrtsort nach Raumtyp

	Anzahl	Anteil
Luzern	18	33%
Agglomeration	23	43%
Ländliche Gemeinde	13	24%
Total Antworten	54	100%
Keine Antwort:	4	
Total	58	

Der Grossteil der Parkplatznutzer war privat unterwegs und kam direkt vom Wohnort (Tabelle 5). Bei etwa einem Viertel handelte es sich um Mobilität im Rahmen des Geschäftsalltags. Wenige kamen von einem privaten Termin oder im Anschluss an einen Freizeittermin.

Tabelle 5: Art des Abfahrtsorts nach Raumtyp

	Luzern		Agglomeration		Ländliche Gemeinde		Nicht bekannt
Wohnort	14	78%	14	61%	11	85%	
Arbeitsplatz	4	22%	6	26%	2	15%	
Privater Termin	0	0%	1	4%	0	0%	
Freizeit/Besuch	0	0%	1	4%	0	0%	
Nicht bekannt	0	0%	1	4%	0	0%	4
Total	18	100%	23	100%	13	100%	4

2.2 Art des Besuchs

Die Parkplatznutzer wurden als nächstes nach der Art ihres Besuchs am Pilatusplatz gefragt. Knapp die Hälfte nahm spontan einen Termin wahr (Tabelle 6). Ein Drittel hatte einen Termin vereinbart und knapp ein Drittel war aus privaten Gründen vor Ort.

Tabelle 6: Termin nach Abfahrtsort und Art des Termins (Mehrfachantwort möglich)

	Spontan		Auf Termin		Privat	
Luzern	10	56%	7	39%	5	28%
Agglomeration	7	30%	7	30%	8	35%
Ländliche Gemeinde	7	54%	5	38%	3	23%
Total	24	44%	19	35%	16	30%

Unter den Zielen stechen zwei Adressen hervor, die zusammen von fast der Hälfte der befragten Parkplatznutzer aufgesucht werden: Der Hirschengraben 19 sowie der Hallwilerweg 5 (Tabelle 7). An diesen Adressen befinden sich das Restaurant Melissa's Kitchen und das Passbüro. Das Restaurant hat sonntags einen gut besuchten Brunch. Gemäss Aussagen von Melissa's Kitchen reisen viele Besucher mit dem Auto an. Die Zielorte der übrigen Befragten verteilten sich relativ gleichmässig auf weitere Adressen wie Hallwilerweg 7, Pilatusstrasse 39, Obergrundstrasse 1 und weitre. Nach Adressen sortiert ergibt sich folgendes Bild.

Tabelle 7: Zieladressen (und wo bekannt Zielort) der Parkplatznutzer

Adresse	Anzahl	Anteil	Beispiele (nicht vollständig bekannt)
Hirschengraben 19	15	26%	Melissas Kitchen (9), Arztpraxis (2), Rosenbörse (2), Gebäudeversicherung (1), Loszentrale (1)
Hallwilerweg 5	11	19%	Passbüro (10), Audika (1)
Hallwilerweg 7	4	7%	Vonarburg (3)
Jesuitenplatz	3	5%	Wochenmarkt (3)
Obergrundstr. 1	3	5%	Stadt Luzern Einwohnerdienste (1)
Pilatusstrasse 39	3	5%	Valiant Bank (2)
Hallwilerweg 16	2	3%	Tandoori Restaurant (2)
Hallwilerweg 2	2	3%	Physiotherapie (1)
Hirschengraben	2	3%	
Pilatusstraasse 38	2	3%	Die Mobiliar (1)
Pilatusstrasse 12	2	3%	Kantonalbank (2)
Bahnhofstrasse	1	2%	
Franziskanerplatz 12	1	2%	Hotel Schlüssel (1)
Obergrundstrasse 3	1	2%	Stadt Luzern Soziale Dienste (1)
Obergrundstrasse 44	1	2%	ÖKK (1)
Pfistergasse 23	1	2%	
Pilatusplatz	1	2%	
Pilatusstrasse 18	1	2%	
Pilatusstrasse 29	1	2%	Astoria Hotel (1)
Nicht bekannt	1	2%	
Total	58		

2.3 Parkdauer

Die durchschnittliche Parkdauer variiert je nach Aufenthaltsgrund. Gastronomie (Mittagessen, Cafétrinken etc.) benötigt Parkdauern von einer bis zwei Stunden (Tabelle 8). Wer auf einen

Termin gekommen ist, kann diesen in kurzer Zeit von einer Viertel- bis halben Stunde erledigen oder benötigt eine Stunde. Auch beim Einkauf zeigt sich eine Bandbreite: einige benötigen nur wenige Minuten bis eine Viertelstunde, um ihre Erledigung zu machen. Wer beispielsweise auf den Wochenmarkt geht, benötigt bis zu anderthalb Stunden.

Tabelle 8: Durchschnittliche Dauer der Parkplatznutzung nach Zielort und Aufenthaltsgrund

Zielort	Mittlere Parkierungsdauer [Min.]	Anzahl	Kategorie	%
Astoria Hotel	120	1	Gastro	23%
Indisches Restaurant In der Nähe	120	1	Gastro	
Meilenbeck, andere Orte für das Mittagsessen	90	1	Gastro	
Hotel Schlüssel	60	1	Gastro	
Melissa's Kitchen	57	9	Gastro	
Augenarzt	60	1	Termin	54%
Die Mobilliar	60	1	Termin	
Kantonalbank	60	1	Termin	
Nail Studio	60	1	Termin	
Soziale Dienste Luzern	60	1	Termin	
ÖKK	60	1	Termin	
Geschäftstermin	53	4	Termin	
Arztpraxis	38	2	Termin	
Pilatusstrasse physio	30	1	Termin	
Einwohnerdienste Luzern	23	3	Termin	
Valiant Bank	18	2	Termin	
Vonarburg	17	3	Termin	
Passbüro	15	10	Termin	
Wochenmarkt	80	3	Einkauf	19%
Kirche, Einkauf	60	1	Einkauf	
Einkauf	33	2	Einkauf	
Transa	30	1	Einkauf	
Audika	20	1	Einkauf	
Rosenbörse	15	2	Einkauf	
Toto Loszentrale	5	1	Einkauf	
Gebäudeinspektorat	Ganzer Tag	1	Anderes	4%
Privater Termin der Tochter	10	1	Anderes	
Keine Antwort		1		

2.4 Gründe für das Auto als Verkehrsmittel

Die Parkplatznutzer wurden gefragt, weshalb sie mit dem Auto unterwegs sind. Rund ein Drittel gab die Gewohnheit an (Tabelle 9). Bei einem Viertel stand die Gelegenheit im Vordergrund: dass es zu zweit billiger ist als mit dem ÖV, die Kombination mit einem anderen Termin, weil das ÖV-Abo abgelaufen ist und erst später verlängert wird oder weil es zu heiss war. Für ein Viertel stand der Zeitgewinn im Vordergrund, da die ÖV-Verbindungen vom Startort aus schlecht sind. Weitere Parkplatznutzer waren geschäftlich unterwegs oder mussten schwere Gegenstände abholen (z.B. Nähmaschine, schwere Taschen vom Markt, Entsorgung von Sperrgut im Ökohof). Einige waren aus gesundheitlichen Gründen mit dem Auto unterwegs. Die Antworten zeigen, dass das Auto von den meisten aus pragmatischen Gründen genutzt wird, und nicht aus Prinzip. Autoparkplätze schaffen also Möglichkeiten für bestimmte Tätigkeiten oder Situationen.

Tabelle 9: Grund für das Auto als Verkehrsmittel (Mehrfachantworten möglich)

Was	Anzahl	Anteil an den Befragten%
Gewohnheit	20	34%
Gelegenheit (z.B. Kombination Termine)	14	24%
Zeitgewinn (schlechte ÖV-Verbindung)	14	24%
Arbeitsverkehr	9	16%
Transport von Gegenständen	7	12%
Gesundheit	3	5%
Total Antworten	67	
Total Befragte	58	

Die Parkplatznutzer wurden gefragt, ob sie den Termin auch dann wahrgenommen hätten, wenn sie mit dem ÖV hätten anreisen müssen. Insgesamt wären gut ein Drittel der Kunden «verloren» gegangen (Tabelle 10). So viele hätten den Termin nicht wahrgenommen. Aus den Antworten ergeben sich aber auch unterschiedliche Muster: Die Termine (z.B. Verwaltung, Passbüro) hätte die grosse Mehrheit trotzdem wahrgenommen. Den Einkauf hätte mehr als ein Drittel der Kunden nicht gemacht. Am stärksten hätte das Gastronomieangebot gelitten: Mehr als zwei Drittel hätten den Restaurantbesuch nicht gemacht.

Tabelle 10: «Hätten Sie den Termin auch wahrgenommen, wenn Sie mit dem ÖV hätten anreisen müssen?» (n=57, eine Antwort nicht bekannt)

Art des Termins	Ja		Nein		Weiss nicht		Total	
Termin	24	75%	6	18%	3	8%	33	100%
Freizeit / Essen	3	21%	10	71%	1	8%	14	100%
Einkauf	5	50%	4	40%	1	10%	10	100%
Total Antworten	32	56%	20	37%	5	7%	57	100%

Differenziert nach dem Grund der Autonutzung sind diejenigen am wenigsten flexibel, die im Geschäftsverkehr unterwegs sind (Tabelle 11). Dazu gehören auch viele, welche das Restaurant besuchen. Wären die Parkplätze nicht da, würden sie woanders essen. Ebenfalls wenig flexibel sind diejenigen, die am Wohnort schlechte ÖV-Verbindungen haben. Am wenigsten «Verlust» wäre bei Kunden entstahnden, die aus Gewohnheit mit dem Auto gekommen sind, respektive eine Gelegenheit genutzt haben.

Tabelle 11: Wahrnehmung des Termins nach Grund für die Autonutzung (n=58)

	Ja		Nein		Weiss nicht		Total	
Geschäftsverkehr	2	20%	7	70%	1	10%	10	100%
Zeitgewinn (schlechte ÖV-Verbindung)	2	50%	1	43%	0	7%	3	100%
Gesundheit	9	67%	3	33%	1	0%	13	100%
Transport schwere Gegenstände	8	71%	1	29%	2	0%	11	100%
Gewohnheit	5	69%	2	23%	0	8%	7	100%
Opportunität (Kombination mit Terminen)	7	73%	6	9%	1	18%	14	100%

3 ERKENNTNISSE

Aus der qualitativen Befragung der Parkplatznutzer lassen sich für die Umgestaltung des Pilatusplatzes folgende Erkenntnisse gewinnen:

- Viele Autofahrer sind nicht prinzipiell mit dem Auto unterwegs, sondern aus einer bestimmten Konstellation: weil der Abfahrtsort schlecht mit ÖV angebunden ist, schwere Güter transportiert werden müssen, aus gesundheitlichen Gründen oder weil sich ein Termin kombinieren lässt. Das Auto ist für diese Kunden das geeignetste Verkehrsmittel für den Wegzweck.
- Wenig Flexibilität zeigen Kunden, die geschäftlich unterwegs sind. Zu diesen Kunden zählen Personen, die das Gastronomieangebot am Pilatusplatz nutzen. Da sie sowieso mit dem Auto unterwegs sind, würden sie das Angebot nicht nutzen, gäbe es keine Parkplätze.
- Wenig flexible Kunden sind auch diejenigen, die zum Einkauf kommen und Güter transportieren müssen. Haben sie keine Parkierungsgelegenheit, würden sie andernorts einkaufen.
- Die Gewohnheitsfahrer würden die Termine mehrheitlich auch dann wahrnehmen, wenn sie mit dem ÖV hätten anreisen müssen.
- Am flexibelsten sind die Kunden, die auf Termin anreisen. Sie müssen den Termin sowieso wahrnehmen, haben also Spielraum, die Anfahrt zu planen. Diese Kunden machen die Elastizität bei der Berechnung des Parkplatzbedarfs aus.

Am häufigsten genutzt wurden die Parkplätze während den Befragungen von Kunden des Passbüros sowie von Melissa's Kitchen. Die Kunden des Passbüros geben aber alle an, den Termin auch mit dem ÖV wahrzunehmen, während viele Kunden von Melissa's Kitchen ohne Parkplatz nicht gekommen wären. Einige Detailhändler im Erdgeschoss handeln mit schwerer Ware, die ohne Auto kaum transportiert werden könnten (z.B. Nähcenter). Während die Kunden von Melissa's Kitchen die Parkplätze rund eine Stunde besetzen, nutzen die Kunden des Passbüros oder der Geschäfte den Parkplatz nur etwa eine Viertelstunde.

Die Anbieter am Pilatusplatz weisen also unterschiedliche Kundenstrukturen auf und sind deshalb unterschiedlich stark auf Parkplätze angewiesen. Einige Anbieter haben strukturell keine «flexiblen» Kunden. Sie sind auf ein Grundangebot an Parkplätzen angewiesen. Auch die meisten anderen Anbieter haben Kunden, die aus bestimmten Gründen einmal mit dem Auto anreisen müssen. Selbst wenige Parkplätze schaffen deshalb Flexibilität und Sicherheit, da solche «Gelegenheitsfahrten» nicht von vornherein ausgeschlossen werden. Viele Anbieter haben auch eine hohe Zahl an «flexibler» Kundschaft, für die Parkplätze von Vorteil, aber nicht zwingend sind.

Für die Umgestaltung des Pilatusplatzes empfiehlt sich, ein Angebot an oberirdischen Kurzzeitparkplätzen zu realisieren, allenfalls mit einer Abstufung in eine kürzere und längere Parkdauer. So haben die Anbieter, die strukturell auf Parkplätze angewiesen sind die Möglichkeit, ihr Geschäft weiterhin zu betreiben. Diese Parkplätze müssen nahe an den Geschäften platziert sein. Damit die Kurzzeitparkplätze auch dem Zweck entsprechend genutzt werden, müssen sie einer Form von Kontrolle unterliegen.

Daneben ist ein Angebot an Parkplätzen wünschenswert, die für planbare Kundentermine genutzt werden können. Diese können auch weiter entfernt in einem Parkhaus platziert sein. Wichtig ist, dass sie von den Unternehmen für bestimmte Zeitfenster reserviert werden können. Diese Kunden können einen kurzen Weg auf sich nehmen, da sie den Termin im Voraus planen.