

Parkplatzbewirtschaftung beim Pizolpark und Pizolcenter

Brigitte Reber
Holzwiesstrasse 33
8645 Jona
brigitte.reber.btz@htwchur.ch

Anita Hobi
Gonzenweg 4
7310 Bad Ragaz
anita.hobi.btz@htwchur.ch



Empirische Studienarbeit
HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft
Prof. dipl. W.-Inf, MBA, Ivan Nikitin
18. Dezember 2007



Inhaltsverzeichnis

1	Entdeckungszusammenhang	3
1.1	Alltagserfahrung und erste Problematisierung.....	3
1.2	Hypothese.....	3
1.3	Zielsetzung.....	4
1.4	Nutzen.....	4
1.5	Fragestellung.....	4
2	Begründungszusammenhang	5
2.1	Theoriebezug.....	5
2.1.1	Einbezug bestehender Studien.....	5
2.1.2	Begriffsklärung.....	6
2.2	Datenerhebung.....	6
2.3	Operationalisierung.....	7
2.3.1	Untersuchungsobjekte.....	7
2.3.2	Erhebung.....	7
2.3.3	Einschränkungen.....	7
3	Verwertungszusammenhang	8
3.1	Auswertung.....	8
3.2	Änderung des Verkehrsverhalten.....	8
3.3	Art der Änderung des Verkehrsverhaltens durch die Parkplatzgebühr.....	9
3.4	Höhe und Wirksamkeit der Parkplatzgebühr.....	10
3.5	Änderung des Verkehrsverhaltens bei einer höheren Parkplatzgebühr.....	11
3.6	Höhe der Gebühr, die zu einem Umstieg auf den ÖV führen würde.....	11
4	Vergleich der Ergebnisse unserer Befragung	13
4.1	Statistisches Material der Postautobetreiberin.....	13
4.2	Interview mit dem Leiter des Pizolparks.....	14
4.3	Literaturrecherche.....	15
4.3.1	Selbst bei einer Parkgebühr von CHF 4.00 pro Stunde keine grossen Reaktionen.....	15
4.3.2	Unterschiede zwischen Einkaufszielen in der Agglomeration und in Städten.....	16
5	Fazit und Konklusionen	18
6	Erkenntnisse und Konsequenzen	21
7	Offene Punkte	22
8	Literaturverzeichnis	23
9	Anhang	24

1 Entdeckungszusammenhang

1.1 Alltagserfahrung und erste Problematisierung

Seit dem 1. Oktober 2007 müssen die Kunden des Pizolparks und des Pizolcenters im Melser Riet für die Benützung der Parkplätze eine Parkgebühr von einem Franken pro Stunde bezahlen. Gemäss dem Sargansleränder (2007) hat der Verkehrsclub der Schweiz (VCS) diese Gebühr als Gegenleistung für den Rückzug der Baueinsparungen durchgesetzt. Der VCS bezweckt mit dieser Massnahme den Umstieg vom motorisierten Individualverkehr auf den öffentlichen Verkehr (S. 3).

Das Thema Parkplatzgebühr Pizolpark und -center ist spätestens seit dem 1. Oktober 2007 ein sehr beliebtes Gesprächsthema. „Wegen der Parkplatzgebühr steigt doch niemand auf den öffentlichen Verkehr um“, ist eine viel gehörte Aussage. Das Verkehrschaos rund um die Hauptkreuzung im Melser Riet bleibt auch nach Einführung der Gebühr bestehen. Es kommen Zweifel auf, ob die Parkplatzgebühr den vom VCS formulierten Nutzen tatsächlich erzielt.

Zweifel an der Tauglichkeit der Parkplatzgebühr als Massnahme zur Förderung des ÖV kommen auch durch die Erkenntnisse aus verschiedenen Studien (z. B. Metron / Neosys / HSR (2002), Bundesamt für Raumentwicklung [ARE] (2006) und Robert Enz (2005)) auf:

- ♦ Die Nutzung des ÖV in abseits gelegenen Einkaufszentren ist gering, wie aus der Studie von Metron / Neosys / HSR (2002, S. 90 – 91) hervor geht.
- ♦ “Selbst das beste ÖV-Angebot vermag die überwiegende Zahl der Konsumenten nicht vom Einkaufen mit dem Auto abzuhalten. Die Kunden brauchen und benützen das Auto, um zeitsparend und praktisch einkaufen zu können. Es geht vor allem darum, Waren zu transportieren. Der ÖV ist dafür in der Regel ungeeignet. Ein zusätzliches Angebot des ÖV vermag den Motorisierungsgrad der Kunden nicht wesentlich zu beeinflussen“ (Enz, 2005, S.10).
- ♦ Das Bundesamt für Raumentwicklung (ARE, 2006, S. 54) weist darauf hin, dass die Versorgungsqualität im näheren Wohnumfeld entscheidend ist, ob mit dem eigenen Autos in Einkaufszentren oder lokal eingekauft wird.

Auf Grund der genannten Erkenntnisse haben wir folgende Hypothese formulieren können.

1.2 Hypothese

Die Parkplatzgebühr des Pizolparks und Pizolcenters in der Höhe von einem Franken pro Stunde begünstigt den öffentlichen Verkehr nicht.

1.3 Zielsetzung

Wir verfolgen in dieser Studie die folgenden zwei Ziele:

1. Wir möchten herausfinden, ob die Parkplatzgebühr als umweltpolitisches Lenkungsinstrument geeignet ist und
2. wir wollen aufzuzeigen, welche Effekte die Parkplatzgebühr sonst noch mit sich bringt.

1.4 Nutzen

Die Ergebnisse unserer Studie vermitteln Anhaltspunkte über die Wirksamkeit der Parkplatzgebühr als umweltpolitische Massnahme und sind eine eingeschränkte (nicht repräsentative) Orientierungshilfe für Interessierte.

Der Nutzen wird dadurch erreicht, dass die Ergebnisse unserer Umfrage der Regionalpresse sowie interessierten Kreisen zur Verfügung gestellt werden.

1.5 Fragestellung

Aus der Hypothese leiten wir folgende konkrete Fragestellungen ab:

- ♦ Bewirkt die neu erhobene Parkplatzgebühr von einem Franken pro Stunde in den Einkaufszentren Pizolpark und Pizolcenter eine erhöhte Nutzung der ÖV?
- ♦ Besteht ein Zusammenhang zwischen der Höhe einer Parkplatzgebühr und der Nutzung des ÖV?
- ♦ Sind durch die eingeführte Parkplatzgebühr andere Änderungen des Einkaufsverhaltens der Besucher festzustellen?
- ♦ Welcher Zusammenhang zwischen der Höhe der Parkplatzgebühr und den Einkaufsgewohnheiten kann exemplarisch im Pizolpark und -center ermittelt werden?

2 Begründungszusammenhang

2.1 Theoriebezug

2.1.1 Einbezug bestehender Studien

Die Ergebnisse unserer Studie liefern Anhaltspunkte zur Überprüfung der formulierten Hypothese. Unsere Studie ist jedoch nicht repräsentativ, da wir auf Grund zeitlicher und finanzieller Möglichkeiten keine vollständige Untersuchung durchführen können. Wir beschränken unsere Untersuchung auf eine Literaturrecherche und eine quantitative Befragung von 225 Personen aus dem Sarganserland.

Die Ergebnisse unserer quantitativen Befragung (siehe 2.2) werden im Rahmen der Literaturrecherche verglichen und auf ihre Plausibilität überprüft:

- ♦ Wir werten statistisches Material der lokalen Postautobetreiberin über die Sitzplatzauslastung aller Linien, welche das Melser Riet bedienen, aus. Wir vergleichen die Auslastung vor und nach Einführung der Parkplatzgebühr und zeigen auf, ob sich die Auslastung seither verändert hat. So können wir nachweisen, ob die Parkplatzgebühr zu einer Zunahme der ÖV-Nutzung geführt hat und ob die Ergebnisse unserer Studie mit den Daten der Postautobetreiberin korrespondieren.
- ♦ Wir ziehen wissenschaftliche Studien über die Bewirtschaftung von Parkplätzen und über das Verkehrsverhalten von Personen bei (siehe Literaturverzeichnis) und untersuchen, ob die Ergebnisse unserer Befragung mit den Aussagen dieser Studien übereinstimmen. Auf diese Weise können wir überprüfen, ob Parallelen zwischen unserem Fall „Pizolpark und Pizolcenter“ und den anderen Untersuchungsobjekten in der Schweiz bestehen. Durch diesen Vergleich ist eine Aussage über die Repräsentativität unserer Ergebnisse auf Schweizerischer Ebene möglich.
- ♦ Wir befragen den Leiter des Pizolparkes, Herrn Heinz Messmer, über die Entwicklung der Besucher- und Umsatzzahlen seit der Einführung der Parkplatzgebühr. Durch den Vergleich seiner Beobachtungen mit unseren Umfrageergebnissen können wir Rückschlüsse über deren Plausibilität ziehen. Da uns die Umsatz- und Besucherzahlen jedoch nicht vorliegen, ist aus diesem Vergleich höchstens eine Tendenz abzuleiten.

Durch diese Vergleiche betrachten wir unsere Ergebnisse im Rahmen der Zielsetzung der Arbeit als ausreichend aussagekräftig.

2.1.2 Begriffsklärung

KEP	„Kontinuierliche Erhebung Personenverkehr“, durchgeführt vom Bundesamt für Statistik und vom Bundesamt für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK)
Langsamverkehr (LV)	Damit ist die Fortbewegung ohne Motor gemeint: z. B. mit dem Velo, zu Fuss, mit den Skates, Kickboard, etc.
MIV	Abkürzung für „motorisierter Individualverkehr“
Verkehrsverhalten	Benützen die Einkaufenden zum Beispiel ihr Auto, das Velo oder kommen sie zu Fuss?

2.2 Datenerhebung

Da in unserer Studie die Meinung der Bevölkerung zur Wirksamkeit der Parkplatzgebühr erhoben werden soll, ist in unserer Untersuchung die quantitative Befragung mittels Fragebogen die wichtigste Datenerhebungsmethode. Der Fragebogen enthält mehrheitlich geschlossene Fragen, bei welchen dem Befragten eine Auswahl an Antwortmöglichkeiten zur Verfügung steht. Die Fragen Nummer zwei und fünf sind bewusst offen formuliert, um die zu Befragenden nicht mit einer Vorgabe zu beeinflussen. Bei diesen Fragen geht es darum, herauszufinden, wie hoch die Parkplatzgebühr sein muss, um eine bestimmte Änderung des Verhaltens herbei zu führen. Den ausführlichen Fragebogen finden Sie im Anhang.

Auf Grund der eingeschränkten zeitlichen und finanziellen Möglichkeiten beschränkt sich die Befragung in Rahmen unserer Studie auf zwei Stichproben:

- ♦ Befragung der Kunden der beiden Einkaufszentren persönlich vor Ort
- ♦ Personen aus dem Sarganserland, welchen wir den Fragebogen auf elektronischem Weg zusenden. So können wir auch jene Personen berücksichtigen, die ihr Verhalten allenfalls bereits geändert haben und somit bei einer Befragung vor Ort nicht erfasst werden könnten.

Daher erhebt unsere Studie keinen Anspruch auf Repräsentativität oder Vollständigkeit.

2.3 Operationalisierung

2.3.1 Untersuchungsobjekte

Die statistische Masse bilden alle Personen aus der Region Sargans, die älter als 18 Jahre sind und welche die Möglichkeit haben, das Pizolcenter oder den Pizolpark mit dem Auto zu besuchen. Die statistische Einheit bildet eine Person der Region Sargans, welche die oben erwähnten Eigenschaften erfüllt. Das Merkmal bildet die Beeinflussbarkeit des Verkehrsverhaltens einer Person durch eine Parkplatzgebühr. Somit ist die Merkmalsausprägung die Reagibilität auf finanzielle Anreize.

2.3.2 Erhebung

Wir führen eine Teilerhebung durch, die aus 2 Teilen besteht:

- a) Persönliche Befragung von Besuchern im Pizolpark und Pizolcenter. Die Befragung findet im Eingangsbereich statt, wo alle Besucher unabhängig vom Verkehrsmittel, mit dem sie anreisen, befragt werden können.
- b) Befragung von Personen aus dem Sarganserland mit demselben Fragebogen mittels Email

Die Kundenstruktur des Pizolparks und -centers ist uns nicht bekannt. Wir gehen davon aus, dass diese etwa der Demografie des Sarganserlandes entspricht. Aus diesem Grund achten wir darauf, dass die von uns Befragten möglichst dem demografischen Bild des Sarganserlandes entsprechen und wir somit auf die Grundgesamtheit schliessen können.

Die Auswertung der Erhebung wird unter Punkt 3.1 erläutert.

2.3.3 Einschränkungen

Alle möglichen Faktoren wie zum Beispiel die Entfernung vom Einkaufscenter oder die Lebenssituation, die einen Einfluss aufs Verkehrsverhalten beim Einkaufen von Personen haben, schliessen wir aus.

3 Verwertungszusammenhang

3.1 Auswertung

Wir führten die persönliche Befragung am 16. Oktober 2007 vor dem Pizolpark und -center wie geplant durch. Total befragten wir 154 Personen. Die elektronische Version versandten wir am 19. Oktober an total 112 Personen via Email. Bis zum 29. Oktober erhielten wir von 71 Personen eine Antwort. Die total 225 Antworten setzen sich gemäss Abbildung 1 und 2 zusammen:

Abbildung 1

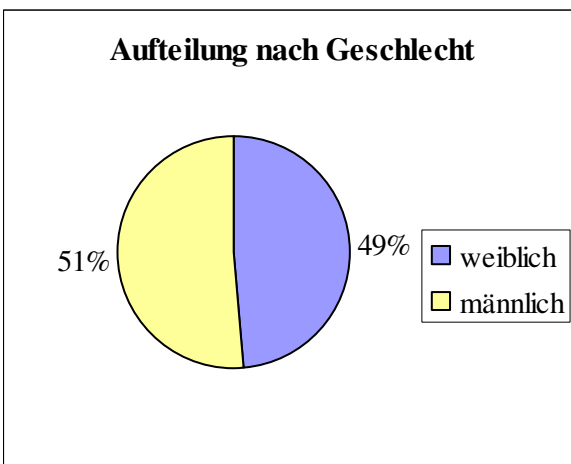
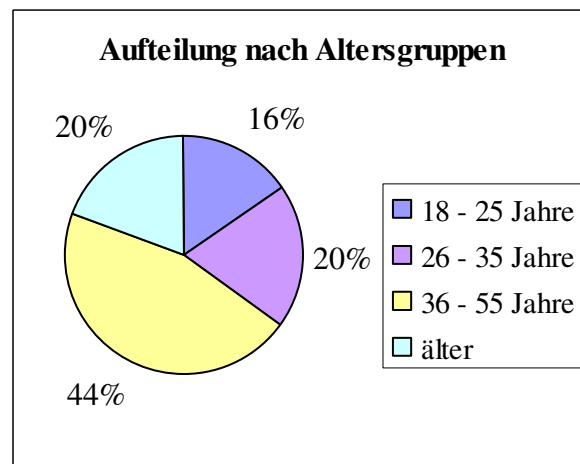


Abbildung 2

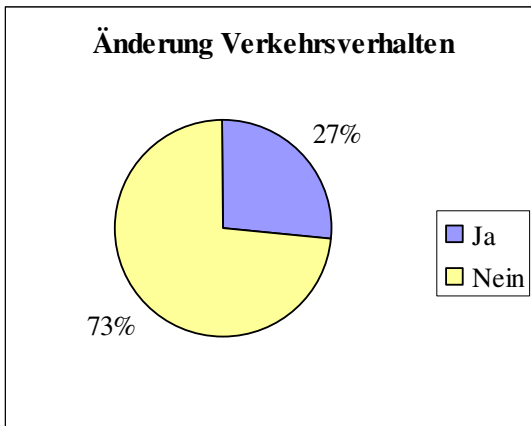


Die Verteilung von Altersgruppen und Geschlecht der Befragten entspricht ungefähr der Demographie der statistischen Masse. Deshalb haben wir keine Gewichtung der Umfrageergebnisse vorgenommen, sondern haben die Antworten der 225 Befragten unmittelbar ausgewertet.

3.2 Änderung des Verkehrsverhalten

Als erstes wollten wir von den Befragten wissen, ob sie ihr Verkehrsverhalten beim Einkaufen geändert haben, seit sie im Pizolpark und -center eine Parkplatzgebühr von CHF 1.00 pro Stunde bezahlen müssen. Das Resultat sehen Sie auf der nächsten Seite (Abbildung 3).

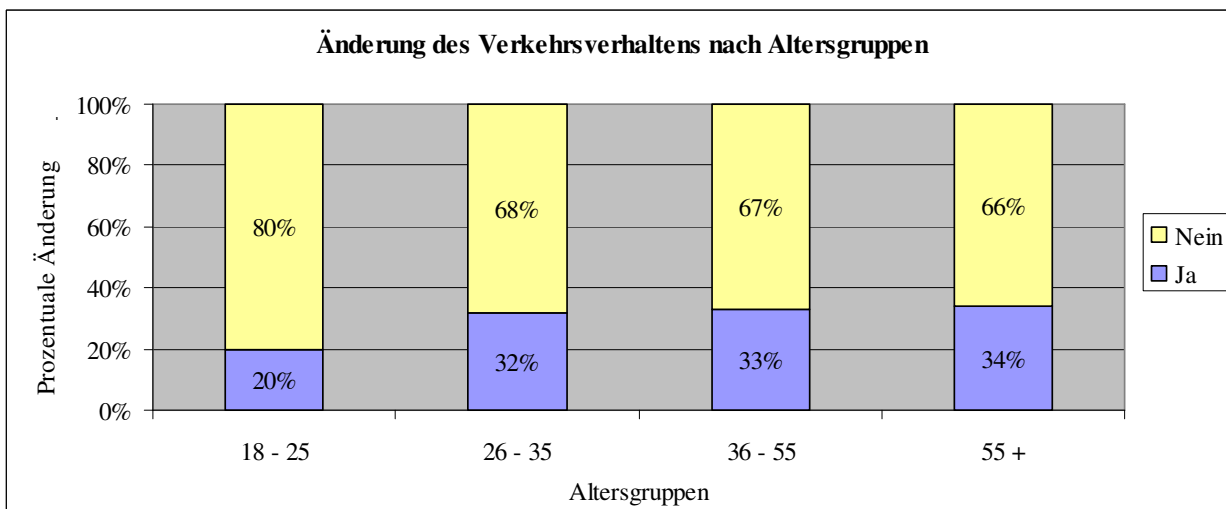
Abbildung 3



Die Abbildung 3 zeigt, dass von den total 225 Befragten 27 % angaben, ihr Verhalten aufgrund der eingeführten Parkplatzgebühr geändert zu haben. 73 % verhalten sich gleich wie vor der Einführung der Gebühr.

Wir haben die Frage nach Alterskategorien und Geschlecht ausgewertet. Zwischen den Geschlechtern gibt es prozentual keinen nennenswerten Unterschied. Wie Sie anhand der Abbildung 4 erkennen, zeigt sich bei den Alterskategorien jedoch, dass die 18 – 25 jährigen ihr Verhalten prozentual weniger geändert haben als jene, die älter als 26 Jahre sind.

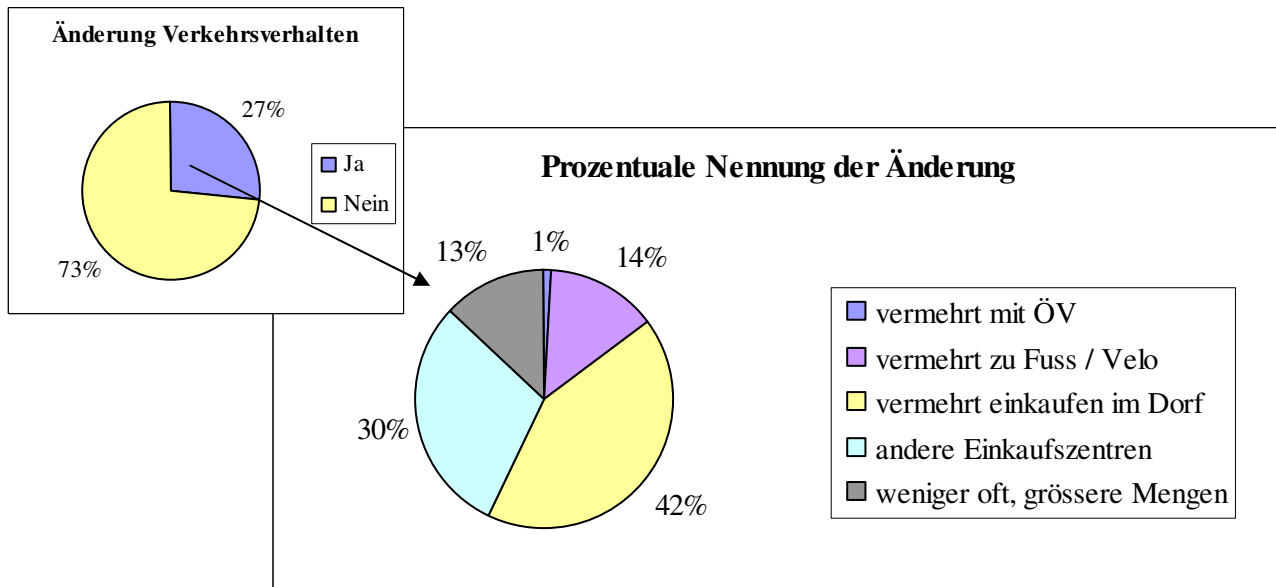
Abbildung 4



3.3 Art der Änderung des Verkehrsverhaltens durch die Parkplatzgebühr

Betrachten wir vorerst nur noch die 27 % der Befragten, die aussagten, die Parkplatzgebühr habe bei ihnen eine Änderung des Verkehrsverhaltens beim Einkaufen ausgelöst. Wir wollten wissen, wie sich die Gebühr auf das Verhalten konkret ausgewirkt hat. Mehrfachnennungen waren möglich. Aus diesem Grund bezieht sich die Prozentzahl nicht mehr auf die 27 % der Personen, die ihr Verhalten geändert haben, sondern auf das Total der Nennungen. Das Ergebnis ist in der Abbildung 5 auf der nächsten Seite ersichtlich.

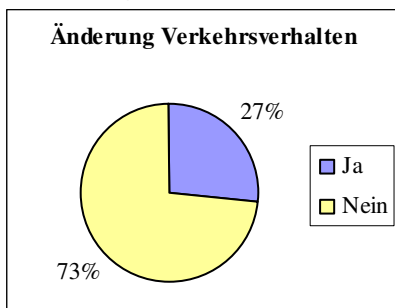
Abbildung 5



42 % aller Nennungen besagen, dass die Einkäufe nun wieder vermehrt lokal im Dorf getätigt werden. Fast ein Drittel der Nennungen, nämlich 30 %, fielen auf das Einkaufen in anderen Einkaufszentren. Die beiden Auswahlmöglichkeiten, entweder vermehrt zu Fuss / mit dem Velo zum Einkaufen zu kommen oder weniger oft, dafür konzentrierter einzukaufen, erhielten prozentual ähnlich viele Nennungen. Weit aus am wenigsten oft fiel die Nennung auf die vermehrte Benützung von öffentlichen Verkehrsmitteln. Mit 1 % wurde diese Option lediglich von einer Person genannt.

3.4 Höhe und Wirksamkeit der Parkplatzgebühr

Abbildung 6

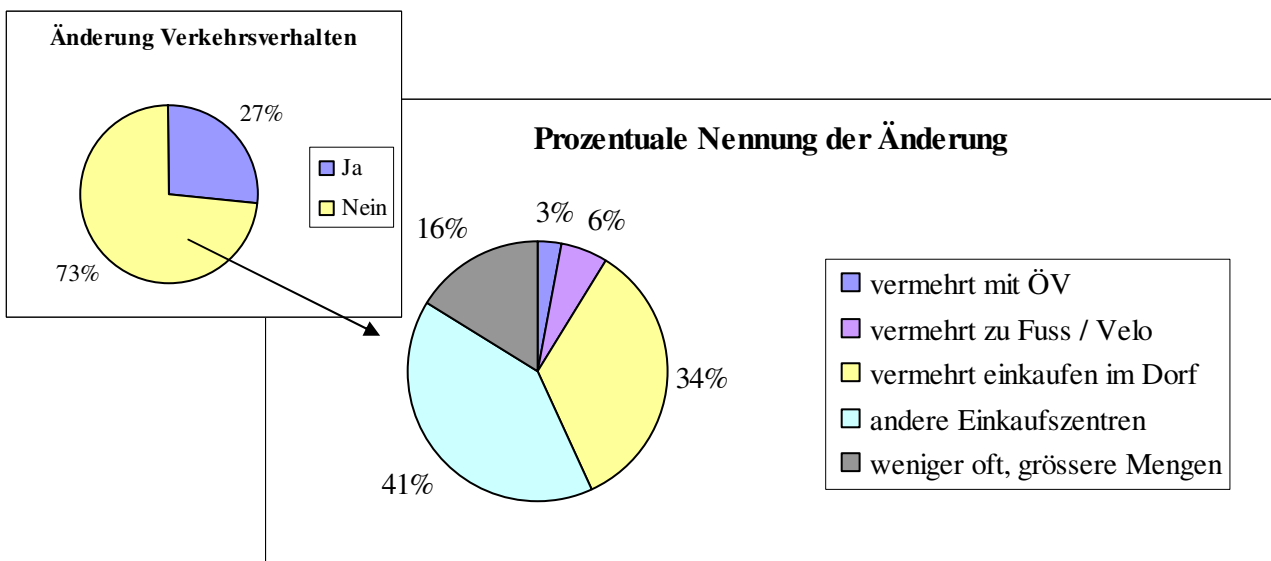


Von den Personen, welche angaben, ihr Verkehrsverhalten beim Einkaufen seit der Einführung der Parkplatzgebühr nicht verändert zu haben (73 % der Befragten, siehe Abbildung 6 nebenan), wollten wir wissen, welche Gebührenehöhe bei ihnen zu einer Änderung führen würde. Im Durchschnitt wurde eine Gebühr von CHF 4.60 pro Stunde genannt. Dieser hypothetische Wert ist 4.6 mal höher als die tatsächlich eingeführte Gebühr von CHF 1.00 pro Stunde. Für eine grosse Mehrheit ist die jetzige Gebühr also zu gering, um eine Wirkung zu erzielen.

3.5 Änderung des Verkehrsverhaltens bei einer höheren Parkplatzgebühr

Wie im Abschnitt 3.4 erwähnt, müsste die Gebühr durchschnittlich CHF 4.60 betragen, damit sie bei den erwähnten Kundinnen und Kunden des Pizolparks und -centers eine Änderung ihres Verkehrsverhaltens bewirkt. Wir wollten auch von diesen Einkaufenden wissen, wie sie handeln würden, wenn die von ihnen genannte, höhere Gebühr eingeführt würde. Mehrfachnennungen waren hier ebenfalls möglich. Die Prozentzahl bezieht sich auf die Anzahl Nennungen.

Abbildung 7



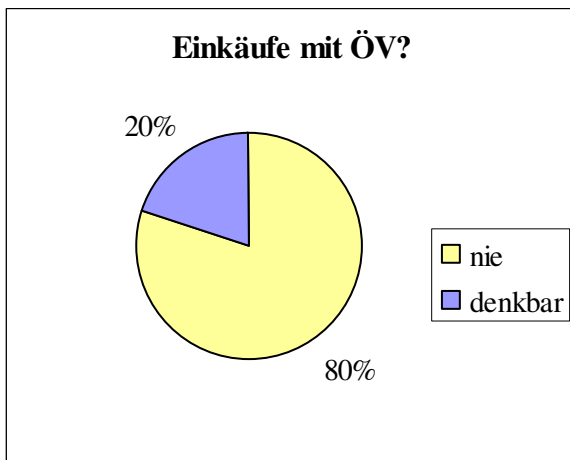
Hier zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei jenen Personen, die angaben, ihr Verkehrsverhalten bereits geändert zu haben. Allerdings liegt mit 34 % aller Nennungen nicht das Einkaufen im Dorf an erster Stelle, sondern mit 41 % das Einkaufen in anderen Einkaufszentren. Wieder deutlich an letzter Stelle liegt das Umsteigen auf öffentliche Verkehrsmittel mit lediglich 3 % der Nennungen.

3.6 Höhe der Gebühr, die zu einem Umstieg auf den ÖV führen würde

Schliesslich wollten wir von den Befragten wissen, wie hoch die Gebühr sein müsste, damit die Einkäufe vorwiegend mit den öffentlichen Verkehrsmitteln getätigt würden. Die Befragten konnten entweder einen Betrag angeben oder ankreuzen, dass sie ihre Einkäufe unabhängig von der Parkplatzgebühr nicht mit dem ÖV erledigen.

Wie Abbildung 8 auf der nächsten Seite zeigt, ziehen lediglich 20 % von allen Befragten in Erwägung, die Einkäufe teilweise mit den ÖV zu erledigen. 80 % gaben an, beim Einkaufen unter keinen Umständen aufs eigene Auto zu verzichten.

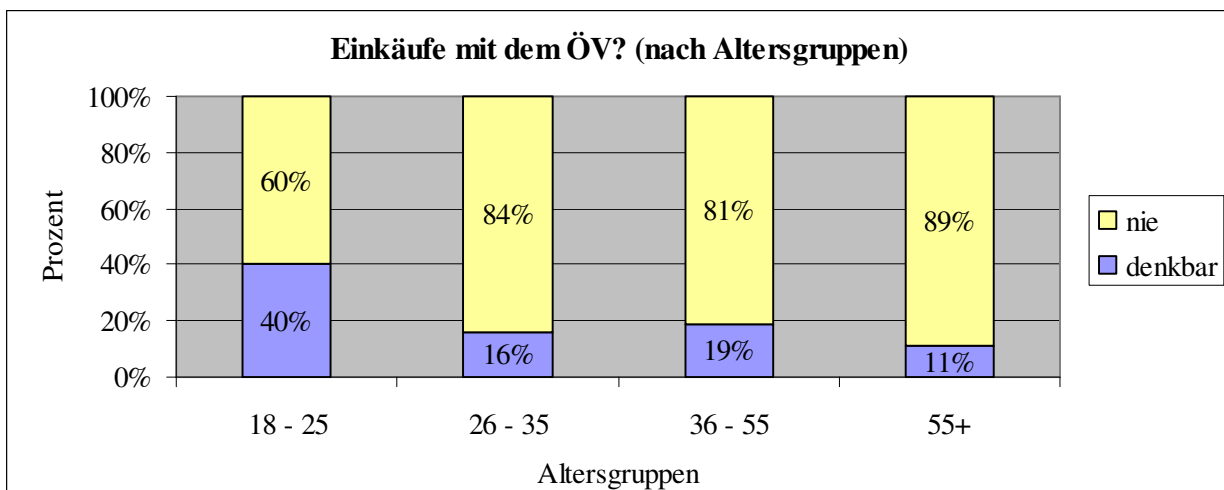
Abbildung 8



Auf die Frage, wie hoch denn die Gebühr pro Stunde sein müsste, damit die Einkäufe vermehrt mit dem ÖV getätigt würden, nannten die erwähnten 20 % der Befragten einen durchschnittlichen Betrag von CHF 7.82 pro Stunde.

Wenn wir die Frage, ob Einkäufe mit dem öffentlichen Verkehr getätigt würden, nach Alterskategorie aufteilen, ist, wie in Abbildung 9 dargestellt, ersichtlich, dass die 18 – 25-jährigen tendenziell eher bereit sind, auf den öffentlichen Verkehr umzusteigen als Befragte, die älter als 55 Jahre sind.

Abbildung 9



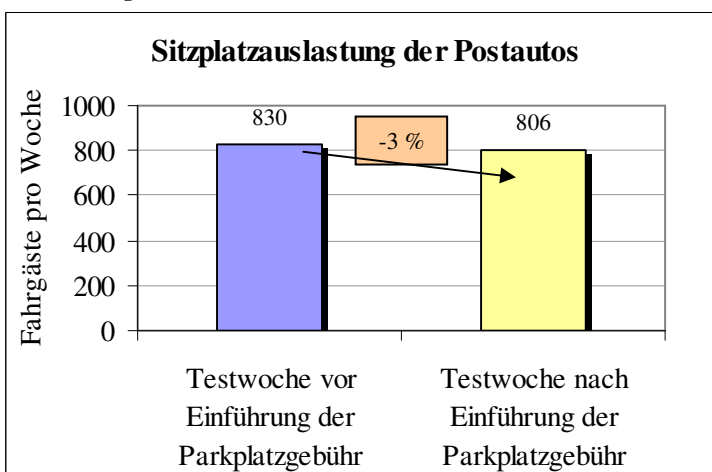
4 Vergleich der Ergebnisse unserer Befragung

4.1 Statistisches Material der Postautobetreiberin

Bei unserer Umfrage wurde deutlich, dass die wenigsten Leute wegen der eingeführten Parkplatzgebühr auf den öffentlichen Verkehr umsteigen. Wir wollten es genau wissen und fragten bei der Postautobetreiberin nach, welche die beiden Einkaufszentren Pizolpark und Pizolcenter ab Sargans, Mels, Vilters-Wangs und Plons bedient.

Herr Kurt Willi, stellvertretender Leiter Region Graubünden der Postauto Schweiz AG, stellte uns statistisches Material über die Sitzplatzauslastung zur Verfügung. Diese Daten basieren auf der Erfassung der Fahrgäste pro Tag, die bei der Haltestelle Pizolpark oder -center, ein- bzw. aussteigen. Die Postautobetreiberin führt diese Zählungen jedes Jahr viermal durch. Die Messungen werden jeweils an allen Wochentagen erhoben, so dass Schwankungen auf Grund der Wochentage aufgefangen werden können. Die Auslastung in einer durchschnittlichen Testwoche vor Einführung der Parkplatzgebühr, verglichen mit der Auslastung der Testwoche nach Einführung der Gebühr im Oktober 2007 ergab folgendes Resultat: Die Sitzplatzauslastung nahm nicht etwa zu, sondern ging mit 3 % sogar leicht zurück! (Siehe dazu Abbildung 10). Kurt Willi war von diesen Zahlen nicht sonderlich überrascht: „Das Auto ist zum Einkaufen einfach zweckmässiger als das Postauto, daran ändert auch ein besserer Taktfahrplan nichts. Der Rückgang von 3 % muss aber etwas relativiert werden. Schwankungen von einigen Prozentpunkten können beispielsweise auch wetterbedingt sein und liegen im ordentlichen Streubereich der Zählungen.“

Abbildung 10



Mit diesen Zahlen der Postautobetreiberin haben wir nachgewiesen, dass der öffentliche Verkehr von der Parkplatzbewirtschaftung bisher nicht profitiert hat. Wir konnten somit das Ergebnis unserer Umfrage stützen.

4.2 Interview mit dem Leiter des Pizolparks

In unserer Umfrage haben 27 % ausgesagt, ihr Einkaufsverhalten durch die Parkgebühr geändert zu haben. Der grösste Teil dieser Personen sagte aus, entweder vermehrt in anderen Einkaufszentren oder lokal oder weniger oft, dafür grössere Mengen einzukaufen. Diese Veränderungen des Einkaufsverhaltens müssten sich auf die Umsatzzahlen und die Besucherfrequenz der Einkaufszentren auswirken. Ob ein Umsatz- und Besucherrückgang tatsächlich beobachtbar ist, wollten wir von Heinz Messmer, Leiter des Pizolparks, wissen:

Herr Messmer, wie reagieren Ihre Kunden auf die neue Parkplatzgebühr?

Wir hören täglich Reklamationen. Viele Kunden sind sehr verärgert und verstehen nicht, wieso sie plötzlich fürs Parkieren bezahlen müssen. Sie denken, die Migros wolle damit eine neue Einnahmequelle erschliessen.

Wie steht die Migros dazu, diese Gebühr einfordern zu müssen?

Wir sind ganz und gar nicht glücklich darüber. Besonders frustrierend ist es zu sehen, dass die Einnahmen der Gebühr, welche vollumfänglich dem ÖV zufliessen, nichts bewegen: Die Postautos sind tagtäglich praktisch leer.

Sind die Leute denn gegen Umweltschutz?

Im Gegenteil! Aber die Parkplatzbewirtschaftung wird nicht als Umweltschutzmassnahme aufgefasst, zumal die meisten unserer Kunden gar keine Alternative zum Auto haben. Einen Wocheneinkauf für eine Familie mit dem Bus nach Hause zu transportieren, ist einfach nicht vorstellbar.

Sie glauben also nicht, dass die Parkplatzgebühr Ihr Ziel - den Umstieg auf den ÖV - erreichen wird, wie es der VCS beabsichtigt?

Nein, ich glaube nicht, dass man mit einer Parkplatzgebühr in einem abseits gelegenen Einkaufscenter, wie dem unsrigen, das Verhalten der Besucher beeinflussen kann. Viele andere Faktoren sind weit wichtiger als die ein, zwei Franken Parkgebühr. Zudem sind die Parkplätze von anderen Einkaufszentren direkt neben uns noch gratis. Es ist also nicht so, dass Kunden überall bezahlen müssen, wenn sie ihr Auto benutzen. Damit wird höchstens ein Standortvor- oder nachteil geschaffen, was der Umwelt aber wenig nützt.

Mussten Sie Umsatz- oder Besucherrückgänge verschmerzen, seit das Parkieren bei Ihnen nicht mehr gratis ist?

Wir stellen fest, dass am Wochenende die Besucherfrequenz und der Umsatz genauso hoch wie immer sind. Unter der Woche zeigt sich ein anderes Bild: Wir müssen seit der Einführung der Parkplatzgebühr leichte Umsatzeinbussen und einen marginalen Rückgang der Besucherzahlen hinnehmen.

Heinz Messmer wollte keine genauen Umsatz- und Besucherzahlen nennen, sagte aber, dass es sich beim Rückgang um wenige Prozente handle. Damit wird klar, dass ein Teil der Kunden ihre Einkaufsgewohnheiten geändert hat. Das Ergebnis unserer Umfrage wird dadurch also bestätigt. Indessen scheint jedoch der tatsächliche Anteil jener Personen, die ihr Einkaufsverhalten wegen der Gebühr verändert haben, in Realität kleiner zu sein, als aus unserer Befragung resultierte. Der Ärger über die Parkgebühr scheint also

grösser zu sein, als die tatsächlich festgestellte Veränderung. In unserem Fazit ab Seite 18 werden wir auf diese Thematik zurückkommen.

4.3 Literaturrecherche

4.3.1 Selbst bei einer Parkgebühr von CHF 4.00 pro Stunde keine grossen Reaktionen

Metron / Neosys / Hochschule Rapperswil (HSR) (2002) wollten in ihrer empirischen Studie „Parkplatzbewirtschaftung bei Publikumsintensiven Einrichtungen“ von den Befragten wissen, ob Sie ihr Verkehrsverhalten ändern würden, falls bei einem Einkaufszentrum ihrer Wahl eine Parkplatzgebühr von CHF 4.00 pro Stunde eingeführt würde. Die Auswertung ergab, dass 81 % der Befragten auch bei einer Gebühr von CHF 4.00 pro Stunde mit dem Auto in ein Einkaufscenter fahren würden, 1/4 dieser 81 % der Befragten führen nun in ein anderes mit kostenlosen oder billigeren Parkplätzen und ein weiteres Viertel tätigte mehr Grosseinkäufe. 6 % der Befragten würden bei einer Parkplatzgebühr von CHF 4 pro Stunde, gemäss dieser Studie, zu Fuss, mit dem Velo oder dem ÖV in das Zentrum kommen (S. 88).

Aus den Resultaten der Befragung schlossen die Autoren der Studie von Metron / Neosys / HSR (2002), dass durch die Einführung einer Parkgebühr in der Höhe von CHF 4.00 pro Stunde keine nennenswerte Reduktion des Individualverkehrs erfolgen wird (S. 138).

Die Ergebnisse der Studie von Metron / Neosys / HSR (2002) lassen sich ansatzweise mit unseren vergleichen. Beachtet werden muss jedoch, dass bei unserer Befragung die Parkplatzgebühr lediglich CHF 1.00 pro Stunde beträgt. Ebenfalls haben wir die Frage anders formuliert: bei der Verhaltensänderung auf Grund der Parkplatzgebühr (Frage drei und vier, siehe Fragebogen im Anhang) waren bei uns Mehrfachnennungen möglich. Wie unter Abschnitt 3.2 erwähnt, sagten 73% der Befragten bei unserer Studie aus, sich genau gleich wie vor der Einführung der Parkplatzgebühr zu verhalten. Zählen wir zu diesen 73 % die prozentualen Nennungen „andere Einkaufszentren“ und „weniger oft, grössere Mengen“ von den 27 % der befragten Personen, die angaben ihr Verhalten geändert zu haben, dazu (siehe Seite 11), erhalten wir einen Wert von gerundet 85 %. Das bedeutet, dass bei unserer Befragung ungefähr 85 % der Befragten weiterhin mit dem Auto in ein Einkaufscenter fahren. Da bei unserem Fragebogen bei der Frage nach der Art der Verhaltensänderung wie erwähnt Mehrfachnennungen möglich waren, ist der Wert von 85 % mit Vorsicht zu geniessen. Er soll bloss aufzeigen, dass unser Wert ziemlich genau jenem der Studie von Metron / Neosys / HSR (2002) entspricht.

Um auf die Problematik Nutzen für die Umwelt zurückzukommen, beziehen wir uns auf eine Arbeit von Robert Enz (2005), der die Auswirkungen einer Parkplatzbewirtschaftung bei Einkaufszentren untersuch-

te. Er zitiert dabei eine Studie des Luzerner Instituts für Umwelttechnik und Ökologie, die besagt, dass lediglich 10 % des gesamten motorisierten Individualverkehrs (MIV) in der Schweiz einkaufsbedingt ist (S. 55). Weiter schreibt Enz: „Selbst mit einer utopischen Umsteigerate zum ÖV von 50 % der heutigen Autobenutzer [beim Einkaufen in Zentren] könnte der gesamtschweizerische MIV lediglich um 1.65 % reduziert werden. Das effektive Umsteigepotential bei Einkaufszentren liegt aber nur im Bereich von 5 – 11 %, was eine allfällige Abnahme des gesamtschweizerischen MIV von 0.17 – 0.36 % erwarten lässt“ (S. 55).

4.3.2 Unterschiede zwischen Einkaufszielen in der Agglomeration und in Städten

Tabelle 1

Nutzung von ÖV bei Einkaufszielen in Städten und ausserhalb

Einkaufsdestination		Individualverkehr	ÖV
Zürich	Stadt Zürich	47.30%	52.70%
	Shopping Spreitenbach	100%	0%
Bern	Stadt Bern	57.20%	42.80%
	Shopyland Schönbühl	100%	0%
Luzern	Stadt Luzern	77.80%	22.20%
	Emmencenter	100%	0%

Anmerkung. In Anlehnung an: ARE, 2006, S. 54.

Die oben aufgeführte Tabelle 1 aus der ARE-Studie (2006) zeigt, dass es in Bezug auf die Nutzung des ÖV grosse Unterschiede zwischen Einkaufszielen in den Städten und jenen in Einkaufszentren in Agglomerationsgebieten gibt. Vergleichsweise hohe Besucheranteile am öffentlichem Verkehr zeigen sich bei Einkaufszielen in den Städten Zürich und Bern: In einem Einzugsgebiet von bis zu 20 km benutzen fast 53 % in Zürich und 43 % in Bern öffentliche Verkehrsmittel.

Ein ganz anderes Bild zeigt sich bei Einkaufszentren in der Agglomeration, wie beispielsweise das Einkaufszentrum Spreitenbach in der Agglomeration Zürich oder dem Shopyland Schönbühl bei Bern, welche mit dem Pizolpark und Pizolcenter vergleichbar sind. Bei den erwähnten Einkaufszentren in Spreitenbach und Schönbühl benützen 100 % der Besucher mit einem Anfahrtsweg zwischen 3 – 20 km das eigene Auto (S. 52).

Weiter wurde in der ARE-Studie ein eindeutiger Zusammenhang zwischen der Versorgungsqualität am Wohnort und dem Besuch von Einkaufszentren oder Einkaufsflächen in Städten festgestellt (siehe Tabelle 2 auf der nächsten Seite). Je besser die Einkaufsmöglichkeiten am Wohnort (kurzer Anfahrtsweg), desto

grösser war die Zahl der Personen, die beim Einkaufen aufs eigene Auto verzichteten. Bei einer schlechten Versorgungssituation am Wohnort werden überdurchschnittlich häufig Einkaufszentren oder grössere Städte zum Einkaufen aufgesucht. Diese Zusammenhänge haben wir bei unserer Befragung nicht untersucht, möchten sie hier jedoch zur Vervollständigung der Gesamtsituation aufzeigen.

Tabelle 2

Zusammenhang zwischen Versorgungsqualität am Wohnort und Art des Einkaufsverhaltens

Nahversorgungsflächen	Ziel Einkaufszentren	Ziel grosse Städte	Individualverkehr	ÖV	Langsamverkehr
kein Laden	33.40%	21.10%	62.10%	8.20%	28.90%
30-100m ²	17.60%	13.10%	55.30%	9.60%	34.50%
100-400m ²	18.10%	19.90%	44.20%	10.70%	44.60%
400-1000m ²	12.10%	16.90%	36.50%	13.00%	49.90%
1000-2500m ²	9.20%	17.30%	28.00%	14.80%	56.10%
2500-4000m ²	6.30%	8.20%	25.50%	12.10%	61.80%
4000-12'000m ²	3.40%	3.50%	19.60%	10.20%	69.80%

Anmerkung. In Anlehnung an: ARE, 2006, S. 56.

5 Fazit und Konklusionen

Unsere Befragung hat deutlich gezeigt, dass die Einführung der Parkgebühr von CHF 1.00 pro Stunde nicht die gewünschte Wirkung erzielt: 73 % der Befragten sagten aus, dass sie ihr Verkehrsverhalten beim Einkaufen deswegen nicht geändert haben. Der öffentliche Verkehr profitiert laut den Aussagen unserer Befragten nur marginal von der Parkplatzgebühr.

Dennoch bleibt die Parkplatzbewirtschaftung nicht ohne Wirkung: Ein Teil der Befragten sagte aus, öfters woanders einzukaufen, sei es lokal oder in anderen Einkaufszentren, welche auch weiter entfernt sein können. Metron / Neosys / HSR (2002) haben in ihrer Studie geschätzt, wie sich die erwähnten Verhaltensänderungen insgesamt auf die Fahrkilometer auswirken. Sie gehen davon aus, dass 50 % der Personen, die lokal einkaufen, das Auto benutzen und die andere Hälfte auf den Langsamverkehr umsteigt. Andererseits fährt ein Teil der Befragten in weiter entfernte Einkaufszentren. Während die erste Gruppe also weniger Fahrweg zurücklegt, nimmt die zweite Gruppe eine längere Anfahrt mit dem Auto in Kauf. Daher kommen Metron / Neosys / HSR (2002) zum folgenden Schluss: „Summiert man nun alle Fahrleistungen, so heben sich die Reduktion und die zusätzliche Leistung auf. Wir sind also insgesamt wieder bei der gleichen Fahrleistung wie vor Einführung der Gebühr“ (S. 91). Anders ausgedrückt: Die Erhebung einer lokalen Parkplatzgebühr fördert einerseits das Ausweichverhalten und führt somit zu einer Zunahme der Fahrkilometer fürs Einkaufen. Auf der anderen Seite animiert die Gebühr zum Einkaufen vor Ort. Dabei werden Fahrkilometer eingespart. Unter dem Strich kann es daher laut Metron / Neosys / HSR (2002) ein Nullsummenspiel sein. Ob dies im Fall Pizolpark und -center zutrifft oder ob die Gebühr eine Reduktion der vom MIV verursachten Fahrkilometer zur Folge hat, wäre Gegenstand von genaueren Untersuchungen.

Die leichte Umsatzeinbusse der Migros in einer wirtschaftlich florierenden Zeit lässt die Vermutung zu, ebenfalls eine Folge der Parkplatzbewirtschaftung zu sein. Hier wirft die divergierende Gebührenpflicht die Frage von zweifelhaften Standortvorteilen auf. Während einige Einkaufszentren Parkgebühren erheben müssen, können andere nach wie vor Gratisparkplätze anbieten. Das Ausweichen auf andere Zentren wird, wie oben erwähnt, damit gefördert. Nebst einem fragwürdigen, kaum messbaren Nutzen für die Umwelt, scheint den Betreibern von Einkaufszentren mit der Parkplatzbewirtschaftungspflicht eine Umsatzeinbusse zu entstehen. Eine flächendeckende Parkplatzgebühr, wie sie der VCS seit längerem fordert, würde dieses Problem beheben.

Unsere Studie liefert relevante Anhaltspunkte, dass das Verkehrsverhalten in Einkaufszentren nur bedingt durch eine lokale Parkplatzgebühr beeinflussbar ist. In unserer Befragung sagten 73% aus, an ihrem Ver-

kehrverhalten trotz der Parkgebühr nichts geändert zu haben. Diese Aussage wird auch durch die Studien von Robert Enz (2005) und Metron / Neosys / HSR (2002) gestützt. Metron / Neosys / HSR fassen zusammen: „Bei Einführung einer lokalen Parkplatzgebühr nimmt die Fahrleistung geringfügig ab“ (S. 91). Und Enz (S. 53) sagt dazu: „Die Auswirkungen von – selbst relativ hohen – Parkplatzgebühren auf das Verkehrsverhalten der Kunden von Einkaufszentren werden überschätzt. Der Nutzen der erwarteten Kundenreaktionen für die Umwelt ist marginal und steht in keinem Verhältnis zum Eingriff in die Eigentums- und Wirtschaftsfreiheit“ (siehe dazu Punkt 4.3.2, S. 16 bzw. 17).

Es ist anzunehmen, dass viele Leute für grössere Einkäufe in Einkaufszentren kommen und schwere Lasten mit dem Auto nach Hause transportieren müssen und wollen. Wir wurden von mehreren Einkaufenden im Pizolpark und -center ausdrücklich darauf hingewiesen, dass sie für Grosseinkäufe ins Einkaufscenter kämen und der ÖV dafür ungeeignet sei. Bei vielen scheint eine Bereitschaft da zu sein, etwas für den Umweltschutz zu tun, sie sehen aber beim Einkaufen keine Möglichkeit dazu.

Enz (2005) schreibt dazu: “Selbst das beste ÖV-Angebot vermag die überwiegende Zahl der Konsumenten nicht vom Einkaufen mit dem Auto abzuhalten. Die Kunden brauchen und benützen das Auto, um zeitsparend und praktisch einkaufen zu können. Es geht vor allem darum, Waren zu transportieren. Der ÖV ist dafür in der Regel ungeeignet. Ein zusätzliches Angebot des ÖV vermag den Motorisierungsgrad der Kunden nicht wesentlich zu beeinflussen“ (S. 10).

Die Nutzung des ÖV in abseits gelegenen Einkaufszentren ist gering, wie aus der Studie von und Metron / Neosys / HSR (2002, S. 90 – 91) eindeutig hervor geht. Im konkreten Fall vom Pizolpark und Pizolcenter zeugen die Zahlen über die Sitzplatzauslastung der Postautobetreiberin davon, dass diese Aussage zutrifft: Seit Einführung der Parkplatzgebühr ging die Sitzplatzauslastung leicht zurück.

Offen bleibt, ob die Verhaltensänderungen der Befragten wirklich ihren Aussagen in der Befragung entsprechen. Verschiedene Theorien der sozialpsychologischen Forschung weisen darauf hin, dass die Einstellung und das Verhalten von Personen einer Sache gegenüber nicht übereinstimmen müssen (Vergleich z.B. Feldtheorie von Lewin, Dreikomponenten-Ansatz). Metron / Neosys / HSR (2002) schreiben dazu: „Die empirische Überprüfung des Zusammenhangs zwischen – verbal geäussertes – Einstellung und – beobachtbarem – Verhalten ergab aber nur niedrige Korrelationen. [...] Bei umweltbezogenen Fragestellungen zeigt sich, dass die meisten Mensch in Fragebogen und Umfragen wohl einen hohen Grad an affektiver und verbaler Besorgnis über die Gefährdung der Umwelt äussern, dass sie aber wenig tun [...]“ (S. 115). Auch Robert Enz (2005) schätzt den Grad des Umsteigepotentials kleiner ein, als aus den verschiedenen Umfrageergebnissen resultiert. Verhaltensänderungen fallen in vielen Fällen also schwächer aus, als von Befragten angekündigt. Dies könnte auch beim Thema Parkplatzbewirtschaftung zutreffen.

Der Ärger über eine neue Gebühr könnte schon bald einem gewissen „Gewöhnungseffekt“ weichen, die Wirkung aufs Verhalten der Einkaufenden würde dadurch abnehmen (S. 52). Daraufhin deutet auch das Resultat unserer Studie: In unserer Befragung gaben 27 % der Befragten an, ihr Verhalten auf Grund der Parkgebühr geändert zu haben. Ein Teil dieser Verhaltensänderung hat jedoch keinen Einfluss auf den Umsatz. Dazu gehören die vermehrten Grosseinkäufe oder die Nutzung von ÖV/LV. Diese, für die Umsatzentwicklung irrelevanten Veränderungen, betreffen nur 28 % der Nennungen. Aus diesem Grund wäre eine deutliche Reduktion des Umsatzes vorstellbar, was jedoch gemäss den Aussagen von Herrn Messmer nicht der Fall ist.¹

¹ Da bei der Frage Nr. 4 (siehe Fragenbogen im Anhang) Mehrfachnennungen möglich waren, ist kein Schluss über den Anteil Personen ableitbar, die wegen der Gebühr nicht mehr ins Pizolcenter und Pizolpark kommen. Auch ist nicht klar, ob es eine Korrelation zwischen Umsatzstärke und Anzahl Personen innerhalb dieser Gruppe gibt.

6 Erkenntnisse und Konsequenzen

Der VCS versucht mit dem Durchsetzen von Parkplatzbewirtschaftung den öffentlichen Verkehr zu fördern. Unsere Hypothese lautete: Die eingeführte Parkgebühr des Pizolparks und Pizolcenters in der Höhe von einem Franken fördert das Umsteigen auf den öffentlichen Verkehr nicht. Diese These wurde durch die Umfrage, durch die Zahlen der Postautobetreiberin, durch Aussagen des Pizolparkleiters sowie von empirischen Studien zum Thema Verkehrsverhalten und Parkplatzbewirtschaftung bestätigt.

Die Ergebnisse unserer Studie lassen den Schluss zu, dass Parkplatzgebühren bei abseits gelegenen Einkaufszentren, wie im Pizolcenter und Pizolpark als sinnvolle, umweltpolitische Massnahme in Frage gestellt werden kann. Zur Sicherung dieser Ergebnisse sollten detaillierte Untersuchungen durchgeführt werden.

7 Offene Punkte

Wir sind in unserer Arbeit immer von einer lokalen Parkplatzbewirtschaftung ausgegangen. Die Ergebnisse aus unserer Stichprobe lieferten keine Anhaltspunkte, dass die Nutzung der ÖV durch Parkplatzgebühren im Pizolpark und -center verbessert werden kann.

Nicht klären bzw. untersuchen konnten wir jedoch, wie die Wirksamkeit bei einer flächendeckenden Parkplatzgebühr wäre.

8 Literaturverzeichnis

- Bundesamt für Raumentwicklung [ARE]. (2006). *Raumstruktur und Mobilität von Personen. Ergebnisse einer Sonderauswertung des Mikrozensus 2000 zum Verkehrsverhalten. Technischer Arbeitsbericht*. Bern: Autor. Erhältlich bei Homepage des Bundesamtes für Raumentwicklung ARE, <http://www.are.admin.ch>
- Einkaufen kostet pro Stunde einen Franken. (2007, 2. Oktober). *Sarganserländer*. S. 3.
- Enz, R. (2005). *Fakten statt Wunschdenken in der Verkehrspolitik. Zur Wirkung von Parkplatz- und Fahrtenbeschränkungen im Einkaufsverkehr*. (Verband der Immobilien-Investoren VIV, Interessengemeinschaft privater professioneller Bauherren IPB). Gefunden am 2. Okt. 2007 unter <http://www.ipb-news.ch>, Rubrik Arbeitshilfen.
- Metron, Neosys & HSR. (2002). *Parkplatzbewirtschaftung bei „Publikumsintensiven Einrichtungen“ . Auswirkungsanalyse*. (Forschungsauftrag 49/00 der Vereinigung Schweizerischer Verkehrsingenieure (SVI). Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation / Bundesamt für Strassen).

9 Anhang

Fragebogen über die Parkplatzbewirtschaftung beim Pizolpark / -center

Wir sind 2 Betriebsökonomiestudentinnen der HTW Chur. Im Rahmen einer Semesterarbeit untersuchen wir, ob sich das Verkehrsverhalten der Besucher des Pizolparks und Pizolcenters wegen der Einführung der Parkplatzgebühr verändert hat.

1 Hat sich ihr Verkehrsverhalten beim Einkaufen geändert, seit Sie im Pizolpark und -center eine Parkplatzgebühr von CHF 1.00 pro Stunde bezahlen müssen?

- Ja (direkt weiter bei Frage 4) Nein (weiter bei Frage 2)

2 Falls nein:

Wie hoch müsste die Parkgebühr pro Stunde sein, dass Sie Ihr Verkehrsverhalten beim Einkaufen im Pizolpark und -center ändern würden?

_____ Franken

3 Wie würde sich Ihr Verkehrsverhalten ändern, wenn die von Ihnen genannte Gebühr eingeführt würde?

Vermehrte Benützung...

- ...der öffentlichen Verkehrsmittel
 ...der Einkaufsläden im Dorf
 ... von anderen Einkaufszentren mit Gratisparkplätzen, die auch weiter entfernt sein können
 Ich kaufe weniger oft, dafür grössere Mengen ein
 Ich komme vermehrt zu Fuss oder mit dem Velo

(direkt weiter bei Frage Nr. 5)

4 Falls Frage Nr. 1 mit ja beantwortet:

Inwiefern hat sich Ihr Verkehrsverhalten beim Einkaufen im Pizolpark und -center verändert?

Ich benütze jetzt öfters...

- ...öffentliche Verkehrsmittel
 ...die Einkaufsläden im Dorf
 ... andere Einkaufszentren mit Gratisparkplätzen, die auch weiter entfernt sein können (bsp. Buchs)
 Ich kaufe weniger oft, dafür grössere Mengen ein
 Ich komme vermehrt zu Fuss oder mit dem Velo

5 Wie hoch müsste die Gebühr pro Stunde sein, damit Sie Ihre Einkäufe vorwiegend mit dem öffentlichen Verkehr tätigen?

_____ Franken

- Egal wie hoch die Gebühr ist, ich würde nie mit den öffentlichen Verkehrsmitteln kommen.

Alter:	<input type="checkbox"/> 18 – 25 Jahre	<input type="checkbox"/> 26 – 35 Jahre	<input type="checkbox"/> 36 – 55 Jahre	<input type="checkbox"/> 55 plus
Geschlecht:	<input type="checkbox"/> weiblich	<input type="checkbox"/> männlich		

Herzlichen Dank für Ihre Mithilfe!

Brigitte Reber und Anita Hobi