

Factsheet

Zusammenfassung von Studien zu Einkaufen und Mobilität

Die im Folgenden zusammengefassten neun Studien kommen unabhängig voneinander immer wieder zu sehr ähnlichen Resultaten. Damit wird eine konsolidierte Faktenbasis geschaffen, und für Politik und Behörden eine gut fundierte Entscheidungsgrundlage.

Alle Studien wurden wissenschaftlich erarbeitet und verfolgen vollständige Transparenz. Unter ihnen befinden sich zwei ex-post-Befragungen, die zum ersten Mal in der Schweiz tatsächliches und nicht hypothetisches Kundenverhalten nach Einführung von Parkgebühren bei Einkaufszentren beschreiben.

1. Gutachten "Parkgebühren bei Publikumsintensiven Einrichtungen - Analyse der Methodik und Belastbarkeit von zwei ASTRA/SVI-Studien"

Verfasst von Prof. Dr. Wolfgang Stölzle, Universität St.Gallen, Lehrstuhl für Logistikmanagement (LOG-HSG), St.Gallen, November 2009

Um die Lenkungswirksamkeit von Parkgebühren bei Verkehrsintensiven Einrichtungen (VE) zu beurteilen, stützt sich das Bundesgericht auf eine SVI-Studie aus dem Jahre 2002, die im Auftrag des ASTRA durchgeführt wurde. Das Gutachten der Universität St. Gallen (HSG), welche die Methodik und Aussagekraft dieser Studie untersuchte, kommt zu folgenden Schlüssen:

Kernaussagen:

- Beide analysierten ASTRA/SVI-Studien weisen erhebliche Mängel seitens der gewählten Formulierungen, der Methodik und der Argumentationsführung auf. Dies schränkt die Repräsentativität und Belastbarkeit der Arbeiten erheblich ein.
- Es kann nicht empfohlen werden, die Ergebnisse der Studien ohne deutliche Einschränkung hinsichtlich des Gültigkeitsbereiches und der Gültigkeitsvoraussetzungen als Grundlage für weitere Arbeiten oder für rechtliche und raumplanerische Entscheidungen zu nutzen.
- Beide ASTRA/SVI-Studien zeigen im Forschungsdesign deutliche Mängel hinsichtlich der gewählten Systemgrenzen sowie der Ableitung von Ergebnissen aus rein hypothetisch angelegten ex-ante-Befragungen auf.
- Die Datengrundlagen und die erhobenen Stichprobengrößen erweisen sich als nicht ausreichend, um daraus Rückschlüsse auf die Wirksamkeit von Parkplatzbewirtschaftungsmassnahmen für das Verkehrs- und Luftschadstoffaufkommen zu ziehen.
- Durch die gewählten Formulierungen und missverständlichen graphische Darstellungen wird der Leser faktisch in die Irre geführt.

2. Nettoverkehr von verkehrsintensiven Einrichtungen (VE)

Verfasst von Berz Hafner + Partner AG / Hornung Wirtschafts- und Sozialstudien / Künzler Bossert + Partner GmbH / Roduner BSB + Partner AG. Herausgeber: Eidg. Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) / Bundesamt für Strassen; Forschungsauftrag SVI 2003/001, Bern, September 2009

Kernaussagen:

- Die MIV-Bruttofahrleistung bei VE ist unter Berücksichtigung der Wegketten um 20 – 50%, bei Berücksichtigung des Phänomens "Hüpfens" um 30 – 50% zu reduzieren.
- Diese beiden Faktoren können multipliziert werden und im Extremfall zu Reduktionen von bis zu 50 – 80% der von VE induzierten Bruttofahrleistung führen.
- Es wird empfohlen, unter Berücksichtigung der jeweils einzelfallspezifischen Gegebenheiten, für Wegketten und Hüpfen einen Korrekturfaktor von je 0.5 – 0.9 anzuwenden.
- Bei der Ermittlung der Fahrleistungen von VE genügt eine (vereinfachte) Brutto-Betrachtung nicht. Die Berücksichtigung von Korrekturfaktoren ist zwingend.

3. Zweckmässige Verkehrsmittelwahl: Analyse zu Zweckmässigkeit und Umsteigepotenzial bei verschiedenen Verkehrsmitteln: „Hornung-Studie“

Verfasst von HORNUNG Wirtschafts- und Sozialstudien, Bern, Januar 2009

Kernaussagen:

- Die verschiedenen Verkehrsmittel (MIV, ÖV, LV) eignen sich nicht für alle Zwecke gleich gut.
- Je nach Verwendungsart und räumlichem Kontext sind einzelne Verkehrsmittel klar im Vorteil oder im Nachteil.
- Entsprechend klar und kaum beeinflussbar entscheiden sich die Menschen in ihren laufend wiederkehrenden Alltagssituationen für das eine oder andere Verkehrsmittel.
- Der öffentlichen Verkehr (ÖV) eignet sich vor allem für Fahrten der Arbeitspendler in dicht besiedeltem Gebiet oder von Zentrum zu Zentrum bei längere Strecken.
- Der Langsamverkehr (LV) eignet sich vor allem für kurze Wege zur Arbeit oder zum Einkauf kleiner Mengen in der Nähe.
- Das Auto (MIV) eignet sich vor allem für den Einkauf grösserer Mengen oder sperriger Waren sowie für verschiedene Arten des Freizeitverkehrs.
- Es gibt nach wie vor ein Umsteigepotential vom Auto auf den ÖV. Es liegt vor allem bei bestimmten Arten des Pendlerverkehrs.
- Kein oder nur sehr geringes Umsteigepotential vom Auto auf den ÖV besteht beim Ein-kaufen von grösseren Mengen oder sperrigen und schweren Gütern in Einkaufszentren und Fachmärkten.
- Auf Grund dieser Tatsachen wird klar, weshalb verkehrsbeschränkende Massnahmen bei Einkaufszentren kaum Wirkungen erzielen.

4. Studie zur Wirkung der Parkgebühren im Pizolpark und Pizolcenter Mels: „Pizol-Studie“

Verfasst von Transfer Plus AG, Stansstad, November 2008

Kernaussagen:

Parkgebühren sind ein untaugliches Mittel, um die EKZ-Besucher zum Umsteigen vom Auto auf den öffentlichen Verkehr (ÖV) oder Langsamverkehr (LV) zu bringen.

- Kein EKZ-Besucher wechselte das Hauptverkehrsmittel vom Auto zum ÖV.
- Nur 0.2% (1 Befragter von 572) sagen ohne Antwortvorgaben, dass sie am Befragungstag wegen den Parkgebühren mit dem ÖV kamen.

Parkgebühren haben generell einen geringen Einfluss auf das Verhalten der Kunden

- Spontan nennen 2% der EKZ-Besucher die Parkgebühren mit als Grund für seltenere EKZ-Besuche. Gar nur 1% geben sie mit als Grund für die Verkehrsmittelwahl am Befragungstag an und überhaupt niemand als Grund für einen Wechsel des Hauptverkehrsmittels.
- Bei der telefonischen Einwohnerbefragung sagen nur 0.4% (oder 2 Befragte von 500), dass sie wegen den Parkgebühren die EKZ nicht mehr besuchen.

Die meisten Besucher kommen mit dem Auto in die EKZ

- Im Jahres-Durchschnitt kommen die EKZ-Besucher zu 88% mit dem Auto, zu 5% mit dem ÖV und zu 7% mit dem LV in die EKZ.

Wer ein Auto hat, benutzt es auch für den Einkauf im EKZ

- Am Befragungstag kamen von den Auto-Besitzern 93% mit dem Auto und von den 5%, welche mit dem ÖV kamen, begründeten dies 44% damit, dass sie (heute) kein Auto haben.

Einfluss der Befragungstechnik

- Bei den gestützten Fragen nach der Wirkung von Parkgebühren zeigte sich im Vergleich zu den Spontanantworten, dass von einzelnen (wenigen) Probanden vermehrt taktische und sozial erwünschte Antworten gegeben werden
- Aus diesem Grund dürften Studien, die nur die direkte Fragemethode anwenden (gestützte Fragen), den Einfluss von Parkgebühren tendenziell überschätzen.

5. Neue Ergebnisse zur Wirkung von Parkgebühren bei Einkaufszentren: „JEKO-Studie“

Verfasst von JEKO AG, Bern, September 2007

Kernaussagen:

- Parkgebühren führen zu inakzeptablen Umsatzrückgängen in den betroffenen Einkaufszentren. Dadurch wird die Rentabilität dieser Anlagen in Frage gestellt. Es drohen Arbeitsplatzverluste und Fehlinvestitionen.
- Parkgebühren haben praktisch keinen Effekt auf die Verkehrsmittelwahl der Kunden! Die Gebührenhöhe spielt dabei kaum eine Rolle.
- Der Effekt von Parkgebühren ist in erster Linie Ausweichverkehr. Die Fahrt in ein EKZ bleibt aber weiterhin nötig, um sämtliche Einkaufsbedürfnisse befriedigen zu können. In Grenzregionen wandern die Kunden zudem ins nahe gelegene Ausland ab.
- Die Parkgebühr wird von allen Kundengruppen mehrheitlich abgelehnt (MIV: 69% eher ablehnend, 19% eher zustimmend; ÖV/LV: 55% eher ablehnend, 32% eher zustimmend). Dieses Ergebnis deckt sich mit den Resultaten des Mikrozensus 2005.
- Einkaufen = Warentransport! MIV-Kunden kaufen weniger oft, dafür grössere Mengen ein als ÖV/LV-Kunden. Der Anteil der Personen, die nur zum Flanieren ins EKZ kommen, ist bei beiden Gruppen gleich gering. Die oft gehörte Behauptung, wonach oft nur zum Flanieren ins EKZ gefahren wird, ist nicht haltbar.
- Der Modalsplit bei Einkaufszentren ist die logische Konsequenz aus zahlreichen, nachvollziehbaren Faktoren, die für die Verkehrsmittelwahl der Kunden entscheidend sind.
- Der Modalsplit lässt sich deshalb kaum verändern. Durch die Einführung eines negativen monetären Anreizes wie der Parkgebühr wird an den eigentlichen Beweggründen zur Benutzung des Autos nichts verändert. Die Auto-Kunden entscheiden sich für das Auto, weil es für sie das eindeutig zweckmässigste Verkehrsmittel zum Einkaufen ist.
- Bei ähnlichem Zeitbudget für den Einkaufsweg ist das Einzugsgebiet der MIV-Kunden deutlich grösser als dasjenige der ÖV-Kunden. Diese Tatsache unterstreicht die Wichtigkeit der MIV-Kunden für die Einkaufszentren.
- Die ÖV-Qualität am Ausgangsort (beim Kunden zu Hause) ist entscheidend für die Verkehrsmittelwahl. Eine einseitig hohe Erschliessungsgüte am Zielort (EKZ) kann deshalb niemals den gewünschten Effekt erzielen.

6. Fakten statt Wunschdenken in der Verkehrspolitik: „Studie Enz“

Verfasst von Robert Enz, dipl. ing. ETHZ, em. Dozent für Verkehrswesen an der Hochschule Winterthur, Zürich, Dezember 2005.

Kernaussagen:

- Das Auto ist für eine grosse Mehrheit der Kunden unentbehrlich, sei es in Einkaufszentren an der Peripherie der Ortschaften oder in Stadtzentren.
- Es gibt eine geringe Neigung der Autofahrer zum Umsteigen auf andere Verkehrsmittel, weil es vor allem darum geht, Waren zu transportieren.

- Auszugehen ist bei der Ermittlung des Parkplatzbedarfs vom Bedarf und nicht vom vorgegebenen Angebot, womit nicht Wunschvorstellungen zu Schlüsselgrössen werden, sondern Umsatzerwartungen und Motorisierungsgrad der Kunden.
- In einer grossräumigen und ganzheitlichen Betrachtung verursachen zusätzliche Einkaufszentren tendenziell weniger Verkehr.
- Ein zu knappes Parkplatzangebot führt zu Suchverkehr oder zu einem zeitlichen Ausweichen auf andere Tageszeiten und Wochentage und somit zu einer zusätzlichen Umweltbelastung.
- Der Nutzen von Parkplatzbewirtschaftungen ist gemessen an den erwarteten Kundenreaktionen für die Umwelt marginal und steht in einem Missverhältnis zum Eingriff in die Eigentums- und Wirtschaftsfreiheit.
- Für Fahrtenmodelle ist die umweltschützende Wirkung, ganzheitlich betrachtet, gering oder sogar kontraproduktiv.
- Die wesentliche Ursache des Autoverkehrs ist nicht ein Parkplatz, sondern der Autobesitz, gepaart mit dem Willen, sein Auto für dies und jenes zu gebrauchen, insbesondere für Einkäufe und während der Freizeit.
- Wer nicht parkieren kann, wo und wann er will, geht parkieren wo und wann er kann. Wer sucht, der findet.
- Verkehrsplanerisch vernünftige Lösungen, die den Autoverkehr realistisch lenken wollen, sind oft ökologisch besser als die von Wunschdenken geleiteten Versuche, die Leute um jeden Preis auf den öffentlichen Verkehr zwingen zu wollen.
- Der grosse Wochenendeinkauf ist zum Normalfall des Einkaufens geworden.

7. Einkaufen und Mobilität: „Studie Steffen“

Verfasst von Institut für Umwelttechnik und Oekologie GmbH und Advokatur Dr. Walder & Partner, Luzern, März 2006

Kernaussagen:

- Der Anteil PW-Einkaufsverkehr an gesamter PW-Strassenverkehrsleistung im Jahre 2000, inklusive Verkehr ausländischer Fahrzeuge in der Schweiz, beträgt 9,7%.
- Der Anteil von Einkaufszentren und Fachmärkten, die über 5'000 m² Verkaufsfläche aufweisen, liegt nur bei 3,3%.
- Verkehrsbeschränkende Massnahmen können das Verkehrsaufkommen an einem einzelnen Standort reduzieren. Eine Reduktionswirkung auf den Gesamtverkehr resultiert hingegen nicht. Vielfach sind höhere Verkehrsbelastungen durch Stau- und Suchverkehr und längere Wege zu erwarten.
- Die Mobilitätswahl wird in aller Regel am Ausgangsort getroffen. Beschränkungen am Zielort bewirken daher kaum die angestrebte Verlagerung vom Auto zu öffentlichen Verkehr.
- Einen Beitrag zur Sicherung der Erreichbarkeit können einzelne Massnahmen, etwa die gezielte Standortausscheidung von grösseren Verkehrsflächen, in Abstimmung mit weiteren Nutzungskonzepten der Raumordnung, bringen, wobei im Einzelfall die Grund-

sätze von Verhältnismässigkeit, gesetzlicher Grundlage, öffentliches Interesse und Rechtsgleichheit zu überprüfen sind.

- Die Wirksamkeit der objektbezogenen Massnahmen zur Verminderung der Luftschadstoffemissionen ist aus ganzheitlicher Sicht ernüchternd.
- Die quellenbezogenen, technischen oder fiskalischen Massnahmen schneiden mit Abstand am besten ab. Sie zeigen nicht nur klar am meisten Wirkung bezüglich der wichtigsten Luftschadstoffe, sondern es handelt sich auch um einfach umzusetzende, nicht diskriminierende Massnahmen.

8. Emissionsanteile des Einkaufsverkehrs zu PE gemessen an den Gesamtemissionen aller Verursacher: „Zusatz Studie Steffen“

Verfasst von Institut für Umwelttechnik und Oekologie GmbH und Advokatur Dr. Walder & Partner, Luzern, April 2006.

Kernaussagen:

- Die Emissionsanteile des PW-Einkaufsverkehrs zu publikumsintensiven Einrichtungen des Detailhandels liegen lediglich bei 0,2 bis max. 1,0% der Gesamtemissionen aller Verursacherguppen.
- Das bedeutet, dass Reduktionsmassnahmen beim PE-Einkaufsverkehr insgesamt und im besten Fall eine Verringerung der Schadstoffemissionen bringen können, die weit weniger als ein Promille der Gesamtemissionen betragen würde.
- Die verschiedentlich geforderten Verkehrsreduktionen bei Einkaufszentren und Fachmärkten haben somit keinerlei messbare Wirkung auf die Schadstoffemissionen in der Schweiz. Als wirkungsorientierte Umweltpolitik sind sie deshalb weder verhältnismässig noch geeignet.

9. Wirkung von Parkplatzbeschränkungen im Einkaufsverkehr: „Studie Konso“

Verfasst von KONSIO Institut für Konsumenten- und Sozialanalysen AG, Basel, September 2005

Kernaussagen:

- Einkaufen ist Warentransport. Bei Einkäufen am Wochenende tragen über 80% der Befragten 2 oder mehr Einkaufstaschen aus dem Laden. 40% schleppen 3 oder mehr Einkaufstaschen.
- Deutlich über 90% der Befragten benutzen für den Wochenendeinkauf das Auto.
- Obwohl die meisten Einkaufszentren sehr gut mit dem öffentlichen Verkehr erschlossen sind, benutzen nur wenige Kunden diese für den Einkauf am Wochenende.
- Trotz Reduktionen von Parkplätzen in Einkaufszentren sagen 84%, sie würden trotzdem auch weiterhin mit dem Auto einkaufen gehen. Als Ausweichstrategien werden genannt: Parkplatz suchen (5%), auf Parkplatz warten (19%), an einem anderen Wochentag einkaufen (26%) oder an einem anderen Ort einkaufen gehen (34%). Dieser andere Ort liegt bei mehr als der Hälfte weiter entfernt als das bisher bevorzugte Einkaufszentrum.

Download

Alle Studien können auf der Website www.espacemobilite.ch heruntergeladen werden (Rubrik: Studien).

Kontakt

Geschäftsführer Martin Kuonen steht Ihnen für Medienauskünfte und andere Anfragen gerne zur Verfügung. Er stellt auch den Kontakt zu Mitgliedern von espace.mobilité her.

espace.mobilité

Geschäftsstelle

Martin Kuonen

Monbijoustrasse 14

Postfach 5236

3001 Bern

Tel. 031 390 98 98

Fax 031 390 99 03

info@espacemobilite.ch

www.espacemobilite.ch