

# Wirtschaftlicher Nutzen eines Parkplatzes in der Zürcher Innenstadt

Ergebnisse einer Untersuchung des Stadtplanungsamtes der Stadt Zürich vom 25.–30. Oktober 1976

## Ausgangslage und Vorgehen

Gegen 200 000 Besucher und Touristen kommen schätzungsweise täglich in die Zürcher Innenstadt. Der Anteil der Autofahrer liegt unter 20 Prozent und gehört damit zu den niedrigsten in den Grossstädten West- und Mitteleuropas. Diesen ca. 35 000 motorisierten Citybesuchern stehen rund 4500 Parkplätze auf der Strasse und in Parkhäusern zur Verfügung. Immer wieder stellt sich die Frage, wieviel Geld ein City-Besucher ausgibt. Wohl kennt man Angaben über den Jahresumsatz in den Detailgeschäften der City, jedoch sind keine Aussagen über die Verteilung auf die verschiedenen Fahrtarten (Auto, Tram, Bahn, Fussgänger usw.) möglich. Alljährliche Zählungen und Befragungen einiger Warenhäuser in der City haben den Mangel, dass nur ihre Warenhauskundschaft erfasst wird und nicht auch die Käufer kleiner Geschäfte sowie solche, die aus anderen Gründen wie geschäftlich, Zahnarzt, Restaurant, die City aufsuchen.

Eine Untersuchung, die alle offenen Fragen beantworten sollte, wäre zu umfangreich gewesen, und ihre Ergebnisse wären wahrscheinlich auch nicht aussagekräftig genug ausgefallen. Da jedoch einschlägige Daten aus dem erwähnten Problembereich für die Stadtplanung von entscheidender Bedeutung sind, entschloss sich das Stadtplanungsamt der Stadt Zürich zumindest für eine Stichprobenerhebung mit dem Thema «Welche Gründe geben die Leute für ihren Citybesuch an, wenn sie mit dem Auto in die Innenstadt fahren, und wieviel geben sie dabei allenfalls in den Geschäften des Detailhandels aus?» Es galt also, den Kaufkraftnutzen eines Parkplatzes in der Innenstadt zu ermitteln.

Der Begriff Detailhandel wurde für die Zwecke der Umfrage weit interpretiert: all jene Angebote, wofür sich Privatpersonen in Geschäfte begeben, neben Waren demnach auch Dienste wie Coiffeur, Wäscherei, Schuhreparaturen. Nicht berücksichtigt wurden jedoch Banken, Reisebüros, Theater, Garagen usw. Geschäftliche (Engros-) Käufe gehörten ebenfalls nicht zur Erhebung. Massgeblich war nicht die physische Präsenz der Ware oder Dienstleistung, sondern der Abschluss des Kaufaktes innerhalb der Parkierungszeit. Hauslieferungen und Depots wurden somit berücksichtigt. Einbezogen wurde ausser dem Barkauf der Kredit- und Kreditkartenkauf sowie der Kundenkontokauf.

Die Erhebung wurde vom Stadtplanungsamt unter Beizug eines Wirtschaftsfachmannes, Dr. Kurt Vonesch, Bern, vorbereitet. An sechs speziell und sorgfältig nach voneinander abweichenden Kriterien ausgewählten Standorten mit je zehn Parkplätzen befragten zwölf darauf eingeschulte Polizeihostessen in Zivil alle weggehenden Autoführer. Es handelte sich dabei um eine Stichprobenerhebung, wobei die Auswahl der Zielpersonen dem Zufall überlassen wurde. Die Standorte waren drei Plätze mit einstündigen Parkuhren, nämlich Beatenplatz, Zähringerplatz und Sihlstrasse, sowie

drei Parkhäuser mit unbeschränkter Parkierdauer, nämlich Hohe Promenade, Urania und Gessner-Allee. Die Befragung fand vom Montag bis inkl. Samstag, 25.–30. Oktober 1976, von 9.00–13.00 und 14.00–18.00 Uhr statt. Der Oktober ist bezüglich der Parkierungsfrequenzen ein leicht überdurchschnittlicher Monat, die letzte Woche des Monats als Zahltagszeit insofern etwas überwertet.

Die Bestandteile des Fragezettels waren: Fragen nach dem Hauptgrund des City-Besuches, nach dem Wohnort und dem Geschlecht des Wagenführers, vor allem aber nach dem Total der während der Parkierzeit getätigten Ausgaben sowohl in Geschäften als auch in Restaurants. Als primäre Auskunftsperson wandte man sich an den Fahrer, die Befragung erweiterte sich aber auch auf seine Begleiter. Der Totalumsatz pro Fahrzeug unmittelbar vor dem Verlassen des Parkplatzes war massgebend. Die Umsätze der beim Verlassen neu zusteigenden Personen wurden also mitgezählt, eine Art Überkompensation für die Ankunftsahrgäste, die sich beim Verlassen nicht mehr einstellten.

## **Auswertung**

Total 1478 Autos verliessen während der Befragungszeit die fraglichen Parkplätze. Davon konnten 184 nicht erfasst werden, sei es wegen Abfahrtsgedränge, Antwortverweigerung, unverständlicher Fremdsprache o.ä. Die Zählgesamtheit betrug demnach 1294 auswertbare Zählzettel.

Wie zu erwarten, war die Belegungszeit der Parkplätze an den verschiedenen Standorten recht unterschiedlich, andererseits war jedoch eine bemerkenswerte Übereinstimmung in bezug auf sonstige Merkmale zu verzeichnen. Die durchschnittliche Rotationszeit betrug bei Parkuhren 1 Std. 17 Min., in den Parkhäusern 4 Std. 3 Min., d.h. etwa dreimal mehr. Auch wenn man die unbesetzten Parkuhrenplätze berücksichtigt, muss doch festgehalten werden, dass die Parkuhren offensichtlich durch Nachzahlen strapaziert werden, eine Feststellung, die von den Hostessen nur bestätigt werden konnte. Freie Parkplätze in Parkhäusern sind häufiger, die effektive Aufenthaltszeit ist deshalb um einiges kleiner als die genannte Rotationszeit. Im Gegensatz zu den Strassenparkplätzen wäre hier noch eine Reserve vorhanden.

## **Hauptgründe des City-Besuchs**

Nach dem Hauptgrund des City-Besuchs befragt (nur einer je Zählzettel), nannten 56 Prozent einen andern als den Einkauf: Darunter finden sich als grosse Posten die Motive «Geschäftlich, Arbeitsplatz, Vertreter», mit 36 Prozent, Parkuhren mit 40 Prozent, Parkhaus mit 28 Prozent. Vier Prozent gaben als Hauptgrund Restaurantbesuch an, und 16 Prozent der Befragten schliesslich erwähnten diverse Gründe: Arzt, Privatbesuch, Bummel, Kurs, Post, Versammlung, Kino, Auktion, Museum usw. Güterumschlag wurde nur in total acht Fällen ermittelt. Auf Hauptbahnhofbesuche ab Parkdeck Gessner-Allee entfielen lediglich drei Prozent der dortigen Zählfälle.

## Parkierungsgründe nach Parkplätzen

Parkplätze Parkhäuser	Parkierungsgründe – Prozentanteile			
	Einkauf	Geschäftlich	Restaurant	Diverse
Beatenplatz	36	47	6	11
Zähringerplatz	33	42	4	20
Sihlstrasse	59	29	4	8
Hohe Promenade	42	29	1	28
Urania	56	27	3	14
Gessner-Allee	53	28	4	15

## Wohnort des Fahrzeugführers

Gefragt wurde nach dem Stadtkreis resp. nach der Gemeinde, in der der Befragte wohnt. Aussagekräftige Ergebnisse liegen keine vor, der Wohnort verteilt sich mehr oder weniger dispers, wobei höchstens eine leichte Tendenz zugunsten der auf derselben Limmattseite liegenden Wohnorte festzustellen ist.

## Geschlechtsverteilung

26 Prozent der erfassten Fahrzeugführer waren Frauen und 74 Prozent Männer. Bei Parkuhren-Standorten sank der Frauenanteil auf 22 Prozent, in Parkhäusern stieg er von Montag bis Freitag auf 45 Prozent. Es erstaunt nicht, dass der Anteil der weiblichen Fahrerinnen am Samstag in Parkhäusern nur 17 Prozent betrug; setzt sich doch beim gemeinsamen Familieneinkauf meistens der Mann ans Steuer. An Parkuhrenstandorten dagegen bringt der Samstag (und damit auch die Sequenz Montag bis Freitag) keine Abweichung in der vorherrschenden Männer-Mehrheit.

## Ausgaben im Detailhandel

Sämtliche in der Erhebung eingeschlossene Motorfahrzeugbenützer gaben während der Befragungszeit in den Geschäften des Detailhandels (ohne Restaurants, jedoch einschliesslich der Dienstleistungsbetriebe) insgesamt Fr. 87 200.— aus, wovon 60 Prozent auf die Parkuhren-Parkierenden entfielen. Je Zählzettel wurde im Parkhaus etwa doppelt soviel verausgabt wie bei Parkuhren. Da die viel schwächere Rotation in Parkhäusern stark ins Gewicht fällt, wiesen die Parkuhren-Parkierer insgesamt aber den höheren Gesamtausgabenanteil auf.

Zwischen den einzelnen Standorten ergeben sich grosse Differenzen, sowohl in bezug auf die durchschnittlich ausgegebenen Beträge als auch hinsichtlich des Anteils derjenigen Leute, die überhaupt etwas eingekauft haben: Berücksichtigt man nämlich nur die kaufaktiven Zählzettel, so kauften 52 Prozent nichts in Geschäften ein (55 Prozent der Parkuhren-Parkierer, 44 Prozent der Parkhaus-Parkierer).

## Durchschnittliche Ausgabenbeträge in Franken und Kaufaktivität

Standort	Durchschnittlicher Ausgabenbetrag Je Fahrzeug in Franken	Anteil der Zählzettel mit Ausgaben <sup>1</sup> in Prozent	Durchschnittlicher Ausgabenbetrag je kauf- aktivem Zählzettel in Franken
Beatenplatz	53	40	134
Zähringerplatz	33	38	89
Sihlstrasse	81	59	138
Hohe Promenade	52	47	109
Urania	141	59	240
Gessner-Allee	121	61	198
Alle Standorte	67	48	142

<sup>1</sup> Am Total aller ausgeteilten Zählzettel

Mit Fr. 33.— wurde am Zähringerplatz der geringste Betrag ermittelt, sicher auch wegen der weniger ausgeprägten geschäftlichen Nachbarlage (u.a. keine Warenhäuser). An der Sihlstrasse ergab sich der höchste Ausgabenbetrag der Parkuhr-Parkierenden, offenbar weil manche Mittelzeitparkierer vor Erreichen des Jelmoli-Parkhauses Steinmühleplatz abgefangen werden. In der Tat wurden hier besonders viele Nachzahler registriert.

Der schwächste Kaufbetrag bei den Parkhäusern ergibt sich für die Hohe Promenade: Die relative Nähe zu detailgewerblichen Arbeits- und Verkaufsstätten entscheidet über den Kaufkraftnutzen; je näher der Standort beim City-Detailhandel, um so grösser der Parkingumsatz. Es ist deshalb ausdrücklich festzuhalten, dass man weder die Parkuhren- noch die Parkhäuserplätze gleich hoch einstufen darf. Globale Aussagen über die ganze Innenstadt sind mit grösster Vorsicht zu geniessen. – An sich überraschte es, dass von den 1294 auswertbaren Vorfällen nur sechs mit Beträgen über 1000 Franken zu Buche schlugen. Sie brachten jedoch 14 Prozent des Wochenumsatzes. Es zeigt sich, wie erheblich gerade wenige hochwertige Käufe den Durchschnitt der Verausgabungen anzuheben vermögen. Sechs Prozent aller Zählzettel resp. 13 Prozent der kaufaktiven erbrachten mehr als die Hälfte des Wochenumsatzes in Beträgen ab Fr. 251.— je Fall. 94 Prozent der Zählzettel (87 Prozent der kaufaktiven) ergaben nahezu die Hälfte des Wochenumsatzes in Beträgen bis zu Fr. 250.—.

Im Zeitraum Montag bis Freitag haben die Parkuhren-Parkierer die Hälfte ihrer Ausgaben am Nachmittag getätigt, die Parkhaus-Parkierer drei Viertel. Die einzelnen Standorte weisen diesbezüglich ziemlich gleichmässig die Merkmale ihrer Gruppe auf. Indirekt ist dies ein Indiz für die relativ ausgeglichene Ganztagesbelegung bei Parkuhren und der eher schwachen Morgenbelegung in Parkgaragen. – Der Samstag brachte 15 Prozent der Zählzettel und 25 Prozent der totalen Wochenausgaben. Am Samstag ist der Durchschnittskaufbetrag erwartungsgemäss höher.

## Ausgaben in Restaurants

Die erfasste Konsumation in Restaurants betrug während der Zählzeit total Fr. 5273.—. Da in diesem Betrag nicht alle Mittagessen erfasst waren – zwischen 13 und 14 Uhr wurde nicht befragt – und ebenfalls nicht die Abend-

konsumation, darf diesem Resultat keine grosse Bedeutung beigemessen werden. Je Zählzettel wurde in den Parkhäusern ein Betrag je Einzelkonsumation von Fr. 7.—, auf den Parkuhrenplätzen weniger als die Hälfte, nämlich Fr. 3.10, ermittelt.

### **Geschätzter Jahresumsatz 1976 pro Parkplatz**

Trotz aller Problematik einer Hochrechnung der Stichprobe auf einen wahrscheinlichen Jahresumsatz 1976 kann folgendes gesagt werden: An den sechs Standorten kauften 46–50 Prozent aller Parkplatzbenützer in Geschäften des Detailhandels ein und gaben dabei durchschnittlich zwischen Fr. 122.— und Fr. 162.— aus. Für die einzelnen Standorte ergab die Hochrechnung, die für die Parkhäuser auf den Dauerzählungen der Jahresfrequenzen, für die Parkuhren auf den Erhebungen über den Belegungsgrad der Parkfläche beruht – folgende Resultate.

### **Geschätzter Ausgabenbetrag der Parkierer an ausgewählten Standorten 1976**

Standort	Geschätzter jährlicher Ausgabenbetrag in Franken
Beatenplatz	110 000
Zähringerplatz	75 000
Sihlstrasse	158 000
Hohe Promenade	35 000
Urania	120 000
Gessner-Allee	91 000

Eine Zusammenfassung obiger Umsätze ergibt die nachstehende Ausgabenmittelwerte 1976: Parkuhren-Parkierer Fr. 115 000.—, Parkhäuser-Parkierer Fr. 82 000.—, Standorte links der Limmat Fr. 120 000.— und rechts der Limmat Fr. 55 000.—.

Trotz aller gebotenen Vorsicht lässt sich aufgrund der vorstehenden Angaben der Schluss ziehen, dass genügend Parkplätze, sowohl an Parkuhren wie auch in Parkhäusern, für den innerstädtischen Detailhandel wie auch die privaten Dienstleistungsbetriebe von entscheidender Bedeutung sind. Auch die Wahl des Standortes ist zudem von Wichtigkeit. Dabei zeigt es sich, dass, während die Parkuhren kaum mehr zu Umsatzsteigerungen beitragen können, die Parkhäuser noch Möglichkeiten einer Nutzungserhöhung bieten.

R. Ott, Stadtplanungsamt