

Sperrfrist für alle Medien

Veröffentlichung erst nach der Medienkonferenz zur Gemeinderatssitzung

Beantwortung**Schriftliche Anfrage „Versuchsabbruch Boulevard“**

Am 5. Juli 2018 reichte Gemeinderat Daniel Moos namens der Fraktion Freie Liste/Rägebogä eine schriftliche Anfrage „Versuchsabbruch Boulevard“ ein (Beilage 1).

Der Stadtrat beantwortet die Fragen wie folgt:

- 1 Repräsentativität (meist als repräsentative Stichprobe oder repräsentative Befragung bezeichnet) ist die Charakteristik bestimmter Datenerhebungen, die es ermöglicht, aus einer kleinen Stichprobe Aussagen über eine wesentlich grössere Menge (Grundgesamtheit) treffen zu können. Warum ist der Stadtrat der Meinung, dass die Umfrage das Stimmungsbild der Gewerbetreibenden am Boulevard und in der Bevölkerung wiedergibt? Erfüllt die Umfrage die Kriterien einer repräsentativen Umfrage? Falls ja, wie hoch ist die Schwankungsbreite und wie hoch ist das Vertrauensintervall?**

Betreffend der Repräsentativität der Umfrage stützt sich der Stadtrat auf das Gutachten von Dr. Hans Naef von der Gesellschaft für Standortanalysen und Planungen AG (GSP AG), Zürich, ab. Die Firma GSP AG wurde beauftragt, eine Anzahl von Gewerbetreibenden bezüglich ihrer Erfahrung mit der neuen Verkehrsführung zu befragen (Beilagen 2 und 3). Im Hinblick auf den Einfluss anderer Faktoren wurden ergänzend auch noch Fragen zur allgemeinen Entwicklung im Schweizer Detailhandel gestellt. Ebenfalls wurden insgesamt 300 Haushalte zu diesem Thema befragt. Beide Umfrageergebnisse wurden mit der vor fünf Jahren durchgeführten Befragung verglichen.

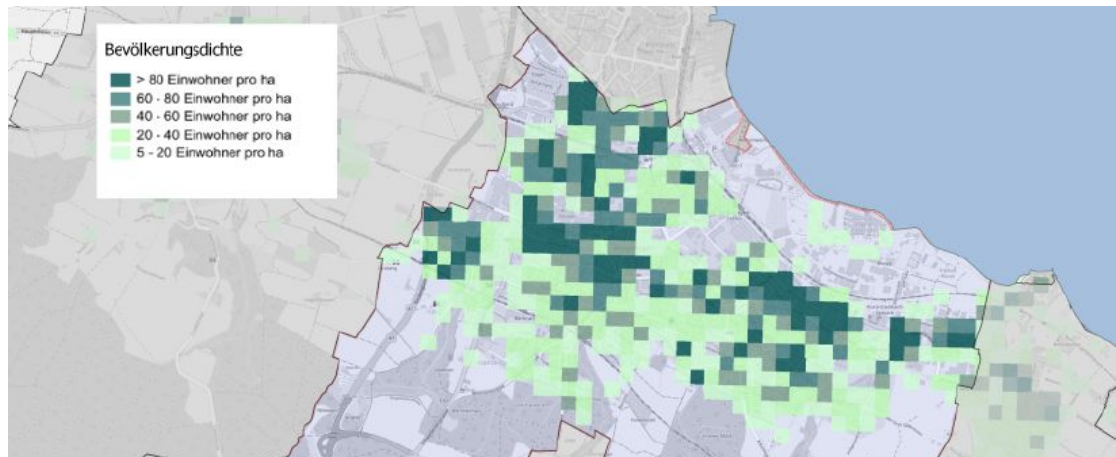
Die Befragung der Gewerbetreibenden erfolgte in nachfolgend ersichtlichem Perimeter.



Es wurden insgesamt 121 Fragebogen versandt, davon war einer nicht zustellbar. Bis zum Rücklaufdatum kamen 49 Fragebogen zurück, wobei 3 ungültig waren, sodass 46 Fragebogen ausgewertet werden konnten. Dies entspricht einer Rücklaufquote von rund 41 %, was als zufriedenstellend betrachtet werden kann. Aufgrund der Aussagen auf den Fragebogen ist davon auszugehen, dass das Gewerbe die Angelegenheit als weitgehend „erledigt“ betrachtet. Die Sorgen des Gewerbes beziehen sich neben den Verkehrsproblemen vor allem auf generelle Probleme des Handels in einer Zentrumslage.

Aufgrund des breiten Spektrums der Betriebe, welche geantwortet haben, kann von einer repräsentativen Stichprobe ausgegangen werden.

Die Auswahl der Versandadressen (Haushalte) erfolgte aufgrund der nachfolgenden Dichtekarte.



Von den 300 versandten Fragebogen kamen bis zum Rücklaufdatum 58 zurück, wobei 4 ungültig waren. Um die Struktur eines durchschnittlichen Haushalts zu gewährleisten wurden sechs Auswertungsbogen ausgeschieden. Damit konnte vermieden werden, dass die Meinung eines bestimmten Haushaltstyps überproportional zu seiner Bedeutung berücksichtigt wird. In der Regel ist es so, dass der Anteil von Haushalten mit älteren Personen beim Rücklauf höher ist als der effektive Anteil an der Gesamtzahl der Haushalte. Insgesamt wurden somit 48 Fragebogen ausgewertet.

Die Rücklaufquote von 18 %, bezogen auf gültige Fragebogen, ist geringer als die des Gewerbes. Aufgrund von Randbemerkungen in den Fragebogen kann von einer gewissen Verdrossenheit der Befragten ausgegangen werden.

Damit die Repräsentativität beurteilt werden kann, müsste grundsätzlich noch die Schwankungsbreite und das Vertrauensintervall angegeben werden. Um diese beiden Werte berechnen zu können, wird vorausgesetzt, dass alle Fragen von allen Befragten beantwortet werden. Dies ist bei solchen Umfragen praktisch nie der Fall, weil man entweder keine Antwort weiss oder nicht antworten will. Zu jeder Frage einzelne Schwankungsbreiten und Vertrauensintervalle anzugeben, macht jedoch keinen Sinn (siehe Beilage 3).

- 2 **Offensichtlich gewichtet der Stadtrat die Meinung des Gewerbes stärker als die Meinung der Bevölkerung. Am 17. Mai 2009 sprach sich das Kreuzlinger Stimmvolk mit 62 % Ja-Stimmen für den Kredit zur „Neugestaltung der Hauptstrasse zwischen Helvetiaplatz und Löwenplatz“ aus. Mit den beantragten Mitteln wurde der zentrale Abschnitt der Hauptstrasse zu einer Begegnungszone umgestaltet, welche die Interessen des lokalen Gewerbes, des Verkehrs wie auch der Passanten, Kunden und Anwohner gleichermassen berücksichtigen sollte. Auch fast zehn Jahre nach dem Volksentscheid sind wesentliche Merkmale welche in der Volksbotschaft verbrieft waren nicht umgesetzt, z. B. Steigerung der Aufenthaltsqualität. Bereits Verkehrszählungen vor der Einführung der Begegnungszone Ende Mai 2011 und während über zwei Jahren Betrieb ergaben eine Reduktion des durchschnittlichen Tagesverkehrs (DTV) von ca. 12'000 auf ca. 9'000 Fahrzeuge. Diese Reduktion des motorisierten Individualverkehrs (MIV) um 25 % lag klar unter den Erwartungen des Stadtrats wie aus der Botschaft an den Gemeinderat „Zur Volksinitiative für einen autofreien Boulevard“ erkennbar ist. Zudem konnte nachgewiesen werden, dass immer noch der grösste Teil des Verkehrs — rund 70 % — reiner Durchgangsverkehr (bezogen auf den Boulevard) von Einheimischen oder Ortskundigen ist.**

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage warum der Stadtrat einen Volksentscheid teilweise ignoriert und nur für die vermeintlichen Bedürfnisse des Gewerbes Gehör findet. Warum verweigert sich der Stadtrat in Teilen bei der Umsetzung der Vorgaben aus der Volksbotschaft, z. B. bei der Entlastung vom Durchgangsverkehr?

Der Stadtrat nimmt die Meinung der Bevölkerung ebenso ernst, wie die Meinung des Gewerbes. Gemäss der durchgeführten Befragung steht nur rund die Hälfte der befragten Haushaltungen verkehrsberuhigenden Massnahmen nicht grundsätzlich ablehnend gegenüber. Seit der Einführung der neuen Verkehrsführung sind zudem unzählige negative Rückmeldungen eingegangen, mitunter eine Petition, die von 173 Personen unterschrieben wurde.

Der Stadtrat setzte den Volksentscheid vom 17. Mai 2009 vollumfänglich um. Die Strasse wurde gemäss der Botschaft neu gestaltet und es konnte damit eine sichtbar bessere Aufenthaltsqualität geschaffen werden. Alle baulichen Grundvoraussetzungen für eine Begegnungszone wurden realisiert. Zur Verkehrsregelung hiess es in der Botschaft (Beilage 4): „Grundsätzlich bleibt das Verkehrsre-

gime im Zentrum unverändert. Sämtliche heutigen Verkehrsbeziehungen werden auch zukünftig möglich sein. Einzige Änderung ist die Fahrtrichtung der Marktstrasse. Sie dient künftig als Einbahnstrasse zum Verlassen der Hauptstrasse und als Zufahrt zum neuen Parkplatz an der Kreuzung Sonnenstrasse / Marktstrasse.“

In der Volksbotschaft von 2009 wurde keine Zielvorstellung betreffend der Entlastung des Durchgangsverkehrs genannt. Es wurde lediglich erwähnt: „Sollte dies später einmal erwünscht sein, wäre das Konzept auch geeignet, mit minimalem Aufwand zu einer Fussgängerzone weiterentwickelt zu werden.“ Aus Sicht des Stadtrats ist die Zeit für grundlegende Veränderungen am Verkehrsregime noch nicht gekommen.

3 In der vom Stadtrat erwähnten Umfrage wurden Umsatzeinbussen des Gewerbes erwähnt. Hat der Stadtrat detaillierte und belastbare Kenntnisse der Finanzkennzahlen der klagenden Detaillisten? Handelt es sich bei den Umsatzrückgängen um Einbussen gegenüber dem letzten Monat, der gleichen Vorjahresperiode oder dem langjährigen Umsatzdurchschnitt der gleichen Periode? Wie ordnet der Stadtrat die möglichen Umsatzeinbussen im Gesamtkontext der wirtschaftlichen Situation der Detaillisten im Thurgau und in der Schweiz ein?

Dem Stadtrat liegen keine konkreten Zahlen der einzelnen Gewerbebetriebe vor. Aufgrund der Fragestellung der Umfrage bezieht sich der erwähnte Umsatzrückgang auf den jeweiligen Monat des Vorjahres. Diesbezüglich wurde den Gewerbebetrieben ein entsprechendes Hilfsblatt abgegeben (Beilage 5). Die Gewerbebetreibenden mussten Angaben zu ihrem Betrieb machen, die Befragung wurde dennoch anonym behandelt. Wie im Bericht der GSP AG erwähnt, findet im Schweizer Detailhandel eine erhebliche Umstrukturierung statt. Die Hauptgründe dafür sind der zunehmende Online-Handel und der starke Franken, welcher in der Grenzregion besonders deutlich ins Gewicht fällt. Dies gilt für fast alle Branchen und trifft Fachgeschäfte ebenso wie Grossverteiler. Der Stadtrat masst sich nicht an, diese sich verändernden schweizweiten Rahmenbedingungen in irgendeiner Weise regional einzuordnen. Der Stadtrat bildet seine Meinung aufgrund der vorliegenden und regionalen Fakten.

- 4 In der am 13. Juni veröffentlichten MM teilt der Stadtrat mit, dass sein vorrangiges Ziel sei, die Aufenthaltsqualität nicht nur auf dem Boulevard sondern im gesamten Stadtzentrum zu verbessern. Merkmale eines funktionierenden Stadtzentrums sind hohe Fussgänger- und Radfahrerfrequenzen sowie eine durchmischte Bevölkerungsstruktur. Um das zu erreichen, muss das Zentrum auf die Bedürfnisse aller Benutzer ausgerichtet werden. So steht es in der Volksbotschaft zur Boulevard Abstimmung aus dem Jahr 2009. Mit welchen konkreten Massnahmen möchte der Stadtrat die Aufenthaltsqualität verbessern? Gibt es einen konkreten Zeitplan, bis die vom Stadtrat angedachten Massnahmen umgesetzt sind?**

Wie in der Botschaft aus dem Jahr 2009 erwähnt (Beilage 4), war die Umgestaltung der Hauptstrasse die Initialzündung für private Bauvorhaben, welche die Aufenthalts- sowie Nutzungsqualität gesteigert haben. Des Weiteren sind die ebenfalls in der Botschaft erwähnten Erweiterungen der Tempo-30-Zonen grösstenteils umgesetzt. Die geplante Umgestaltung der Löwenstrasse und der nördlichen Hauptstrasse (jeweils Tempo 30) werden zu einer weiteren Beruhigung des Verkehrsflusses und damit auch zu einer besseren Aufenthaltsqualität im Zentrum führen.

Der Bushof beim Dreispitzpark, der Neubau des Stadthauses, das Freizeit- und Familienbad Egelsee sowie die Umgestaltung der südlichen Hauptstrasse (ebenfalls Tempo 30) werden zu einer weiteren positiven Zentrumsentwicklung beitragen.

- 5 Gemäss der aktuellen behördenverbindlichen Richtplanung ist der Bereich der Hauptstrasse zwischen Helvetiaplatz und Löwenplatz als Begegnungszone ausgewiesen. Eine Begegnungszone ist eine Form der Verkehrsberuhigung, in der Fussgänger Vortritt vor Fahrzeugen haben. Sie zielt auf eine Steigerung der Strassenraumattraktivität und eine Erhöhung der Verkehrssicherheit ab, indem die Wohn- und Geschäftsnutzung gegenüber der Verkehrsfunktion stärker gewichtet und die Aufenthalts- und Verkehrsbedingungen für den langsamen Verkehr verbessert werden.**

Mit welchen konkreten Massnahmen stellt der Stadtrat sicher, dass die Wohn- und Geschäftsnutzung gegenüber der Verkehrsfunktion stärker gewichtet und die Aufenthalts- und Verkehrsbedingungen für den langsamen Verkehr verbessert werden?

Die Aufenthaltsqualität hat sich, im Vergleich zu den früheren Verhältnissen, mit den umgesetzten Massnahmen bereits stark verbessert. Die drei Gutachten (Stadtanalyse Netzwerk Altstadt, Detailhandelsgutachten GSP AG und Zentrumsstudie Metron AG) zeigen auf, dass die neu gestaltete Begegnungszone aus verkehrstechnischer Sicht keine zusätzlichen Massnahmen erfordert. Trotzdem möchte der Stadtrat mit den Teilnehmern des „runden Tisches“ Lösungen erarbeiten, wie die Qualität der Begegnungszone gesteigert werden könnte. Das heutige Verkehrsaufkommen soll weiter reduziert werden, wenn möglich ohne zusätzliche Verbote, sondern mit anderen Massnahmen, die gemeinsam entwickelt werden sollen. Dies gilt für die Fussgänger wie auch für den Langsamverkehr im ganzen Zentrumsgebiet.

6 Der Stadtrat schreibt in seiner MM, dass er die Erkenntnisse aus der Versuchsphase in die weiteren Überlegungen miteinfließen lassen möchte. Welche Erkenntnisse hat der Stadtrat aufgrund der viermonatigen Versuchsphase erlangt?

Auch wenn der Versuch bereits nach vier Monaten abgebrochen wurde, konnte der Stadtrat Erkenntnisse aus diesem Versuch gewinnen, die nachfolgend stichwortartig aufgeführt werden:

- Die Verkehrsverlagerungen, die vorgängig mit dem Verkehrsmodell ermittelt wurden, hatten sich weitgehend bestätigt.
- Erneut hatte sich gezeigt, dass die Verkehrsmodellberechnungen eine verlässliche Entscheidungsgrundlage sind, und es zu keinem Verkehrskollaps kam.
- Der Verkehr verlagerte sich nur, es war keine Verkehrsabnahme erkennbar.
- Massgebend waren nicht der durchschnittliche tägliche Verkehr (DTV) sondern die Spitzenstunden beziehungsweise die Spitzenviertelstunden. Die unterschiedliche Zunahme dieser Werte variierte sehr stark und beeinflusste massgebend das subjektive Empfinden des Verkehrsaufkommens.
- Grundsätzlich bestätigte sich, dass der Stadtrat jeweils negative Rückmeldungen und kaum positive erhielt. Dies war auch beim Abbruch des Versuchs der Fall, obwohl nach dem Abbruch des Versuchs die negativen Rückmeldungen bedeutend geringer ausfielen.
- Die Verkehrszahlen der Verkehrsverlagerung hatten sich relativ rasch eingestellt und nicht mehr wesentlich verändert. Hingegen hatte sich das Fahrverhalten der Fahrzeuglenker verändert. Obwohl am Tag gleichviele Fahrzeuge

unterwegs waren, hatten sich die Staulängen an den Verkehrsknoten reduziert, das heisst, die Spitzenzeiten hatten sich zeitlich verlagert beziehungsweise ausgedehnt.

Der Stadtrat hat seinen Standpunkt betreffend des Boulevards klar bezogen und steht nach wie vor hinter dem Verkehrsregime der Begegnungszone. Er vertritt die Meinung, dass zum jetzigen Zeitpunkt eine weitere Einschränkung des Verkehrs im Boulevard (Einbahn oder verkehrsfrei) nicht im Sinne der Zentrumsentwicklung ist. Der Stadtrat möchte in einem nächsten Schritt die Aufenthaltsqualität des Zentrums durch bauliche und signaltechnische Massnahmen verbessern. Eine grundlegende Veränderung und Neuordnung der städtischen Verkehrsführung wird im Zuge der Fertigstellung der schon erwähnten grossen Bauten und Strassensanierungen vom Zeitpunkt zielführender sein, als vorweg Erschliessungen einzelner Stadtgebiete festzulegen.

Kreuzlingen, 27. November 2018

Stadtrat Kreuzlingen

Thomas Niederberger, Stadtpräsident

Michael Stahl, Stadtschreiber

Beilagen

1. Schriftliche Anfrage „Versuchsabbruch Boulevard“
2. Befragung von Gewerbebetreibern und Haushaltungen Mai 2018
3. Schreiben GSP AG vom 14. August 2018
4. Volksbotschaft „Kreditbegehren von CHF 3'850'000 für die Neugestaltung der Hauptstrasse zwischen Helvetiaplatz und Löwenplatz“ vom 17. Mai 2009
5. Hilfsblatt Befragung Gewerbebetriebe

Mitteilung an

- Gemeinderat Daniel Moos, Marktstrasse 3, 8280 Kreuzlingen
- Mitglieder des Gemeinderates
- Medien
- Heinz Theus, Leiter Bauverwaltung
- Sandro Nöthiger, Leiter Tiefbau

Schriftliche Anfrage „Versuchsabbruch Boulevard“

Sehr geehrter Herr Präsident

Ich reiche Ihnen gestützt auf Art. 49 der derzeit gültigen Geschäftsordnung des Gemeinderates zuhanden des Stadtrates folgende Schriftliche Anfrage ein:

Am 13 Juni kommunizierte der Stadtrat den vorzeitigen Abbruch der Versuchsphase am Boulevard.

Der Stadtrat bricht die einjährige Versuchsphase des neuen Verkehrsregimes im Boulevard vorzeitig ab obwohl die Verkehrszählungen, vorläufig die einzigen Fakten bei diesem Versuch sowie die meisten Aussagen vom Runden Tisch für eine Weiterführung der Versuchsphase sprachen.

Boulevard - 35 % und im östlichen Quartier Bodan mit Bodanstrasse - 28 %, Schulstrasse - 27 %, im westlichen Quartier die Sonnenstrasse östlich vor dem Karussell gerade mal + 10 %, die Gutenbergstrasse (vor der westlichen Einfahrt zum Karussell) + 9 %, Schützenstrasse - 12 % und die Löwenstrasse (Einkaufsstrasse) + 22 %. Dann kommen die Meinungen aus der Umfrage: **Gewerbe** (Rückfluss 40 %), 60 % dagegen, die **Haushaltung** (Rückfluss 20 %) 50/50 %, also geteilt. Zudem werden Meinungsumfragen von Stimmungen beeinflusst und haben das Merkmal, das negative Wahrnehmungen eher mitgeteilt werden als positive!

Als Begründung welche zum Abbruch geführt hat werden einzig die Ergebnisse der Umfrage aufgeführt. Andere Aspekte wie die Aufenthaltsqualität, Verkehrssicherheit und die Verkehrsflüsse wurden bei der Entscheidungsfindung gemäss der vorliegenden Medienmitteilung nicht berücksichtigt.

Gemäss der obengenannten Medienmitteilung ist das vorrangige Ziel des Stadtrates, die Aufenthaltsqualität nicht nur am Boulevard sondern im gesamten Stadtzentrum zu verbessern. Massnahmen nennt er diesbezüglich aber keine, diese möchte der Stadtrat gemeinsam mit den Mitgliedern des „Runden Tisches“ erarbeiten.

In diesem Zusammenhang stellen sich folgende Fragen:

1. Repräsentativität (meist als repräsentative Stichprobe oder repräsentative Befragung bezeichnet) ist die Charakteristik bestimmter Datenerhebungen, die es ermöglicht, aus einer kleinen Stichprobe Aussagen über eine wesentlich größere Menge (Grundgesamtheit) treffen zu können. Warum ist der Stadtrat der Meinung, dass die Umfrage das Stimmungsbild der Gewerbetreibenden am Boulevard und in der Bevölkerung wiedergibt? Erfüllt die Umfrage die Kriterien einer repräsentativen Umfrage? Falls ja, wie hoch ist die Schwankungsbreite und wie hoch ist das Vertrauensintervall?

2. Offensichtlich gewichtet der Stadtrat die Meinung des Gewerbes stärker als die Meinung der Bevölkerung. Am 17. Mai 2009 sprach sich das Kreuzlinger Stimmvolk mit 62 % Ja-Stimmen für den Kredit zur "Neugestaltung der Hauptstrasse zwischen Helvetiaplatz und Löwenplatz" aus. Mit den beantragten Mitteln wurde der zentrale Abschnitt der Hauptstrasse zu einer Begegnungszone umgestaltet, welche die Interessen des lokalen Gewerbes, des Verkehrs wie auch der Passanten, Kunden und Anwohner gleichermaßen berücksichtigen sollte. Auch fast zehn Jahre nach dem Volksentscheid sind wesentliche Merkmale welche in der Volksbotschaft verbriefte waren nicht umgesetzt, z.B. Steigerung der Aufenthaltsqualität. Bereits Verkehrszählungen vor der Einführung der Begegnungszone Ende Mai 2011 und während über zwei Jahren Betrieb ergaben eine Reduktion des durchschnittlichen Tagesverkehrs (DTV) von ca. 12'000 auf ca. 9'000 Fahrzeuge. Diese Reduktion des motorisierten Individualverkehrs (MIV) um 25 % lag klar unter den Erwartungen des Stadtrates wie aus der Botschaft an den Gemeinderat „Zur Volksinitiative für einen autofreien Boulevard“ erkennbar ist. Zudem konnte nachgewiesen werden, dass immer noch der grösste Teil des Verkehrs – rund 70 % - reiner Durchgangsverkehr (bezogen auf den Boulevard) von Einheimischen oder Ortskundigen ist.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage warum der Stadtrat einen Volksentscheid teilweise ignoriert und nur für die vermeintlichen Bedürfnisse des Gewerbes Gehör findet. Warum verweigert sich der Stadtrat in Teilen bei der Umsetzung der Vorgaben aus der Volksbotschaft, z.B. bei der Entlastung vom Durchgangsverkehr?

3. In der vom Stadtrat erwähnten Umfrage wurden Umsatzeinbussen des Gewerbes erwähnt. Hat der Stadtrat detaillierte und belastbare Kenntnisse der Finanzkennzahlen der klagenden Detaillisten? Handelt es sich bei den Umsatzrückgängen um Einbussen gegenüber dem letzten Monat, der gleichen Vorjahresperiode oder dem langjährigen Umsatzdurchschnitt der gleichen Periode? Wie ordnet der Stadtrat die möglichen Umsatzeinbussen im Gesamtkontext der wirtschaftlichen Situation der Detaillisten im Thurgau und in der Schweiz ein?
4. In der am 13. Juni veröffentlichten MM teilt der Stadtrat mit, dass sein vorrangiges Ziel sei, die Aufenthaltsqualität nicht nur auf dem Boulevard sondern im gesamten Stadtzentrum zu verbessern. Merkmale eines funktionierenden Stadtzentrums sind hohe Fussgänger- und Radfahrerfrequenzen sowie eine durchmischte Bevölkerungsstruktur. Um das zu erreichen, muss das Zentrum auf die Bedürfnisse aller Benutzer ausgerichtet werden. So steht es in der Volksbotschaft zur Boulevard Abstimmung aus dem Jahr 2009. Mit welchen konkreten Massnahmen möchte der Stadtrat die Aufenthaltsqualität verbessern? Gibt es einen konkreten Zeitplan bis die vom Stadtrat angedachten Massnahmen umgesetzt sind?
5. Gemäss der aktuellen behördenverbindlichen Richtplanung ist der Bereich der Hauptstrasse zwischen Helvetiaplatz und Löwenplatz als Begegnungszone ausgewiesen. Eine Begegnungszone ist eine Form der Verkehrsberuhigung, in der Fußgänger Vortritt vor Fahrzeugen haben. Sie zielt auf eine Steigerung

der Straßenraumattraktivität und eine Erhöhung der Verkehrssicherheit ab, indem die Wohn- und Geschäftsnutzung gegenüber der Verkehrsfunktion stärker gewichtet und die Aufenthalts- und Verkehrsbedingungen für den langsamen Verkehr verbessert werden.

Mit welchen konkreten Massnahmen stellt der Stadtrat sicher, dass die Wohn- und Geschäftsnutzung gegenüber der Verkehrsfunktion stärker gewichtet und die Aufenthalts- und Verkehrsbedingungen für den langsamen Verkehr verbessert werden?

6. Der Stadtrat schreibt in seiner MM, dass er die Erkenntnisse aus der Versuchsphase in die weiteren Überlegungen miteinfließen lassen möchte. Welche Erkenntnisse hat der Stadtrat aufgrund der 4 monatigen Versuchsphase erlangt?

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'D' followed by a horizontal line and a vertical stroke.

GR Daniel Moos, Freie Liste

Stadt Kreuzlingen / Boulevard

Befragung von Gewerbebetrieben und Haushaltungen



GSP

Gesellschaft für Standortanalysen
und Planungen AG

Forchstrasse 60, 8008 Zürich

Telefon 044 422 06 11

Fax 044 422 07 01

E-Mail gsp.naef@bluewin.ch

Stadt Kreuzlingen / Boulevard

Befragung von Gewerbebetrieben und Haushaltungen

Die GSP AG wurde anfangs 2018 beauftragt, im Hinblick auf die neue Verkehrsführung im Zentrum von Kreuzlingen eine Anzahl von Gewerbebetrieben bezüglich ihrer Erfahrungen zu befragen. Im Hinblick auf den Einfluss anderer Faktoren wurden ergänzend auch noch Fragen zur allgemeinen Entwicklung im CH-Detailhandel gestellt.

Ebenfalls befragt wurden aus gleichem Anlass insgesamt 300 Haushaltungen. Auch bei diesen war ein Vergleich mit einer vor fünf Jahren durchgeführten Befragung möglich.

Zürich, im Mai 2018

G S P A G

Dr. H. Naef

lic. iur. A. Naef
FA Immobilienentwicklung

INHALT

1. Einleitende Bemerkungen.....	4
2. Facts zu Kreuzlingen.....	5
3. Befragung von Gewerbebetrieben	6
3.1 Perimeter der Befragung.....	6
3.2 Ablauf der Befragung	7
3.3 Ergebnisse der Befragung	7
1. <i>Schweiz: Allgemeine Entwicklung im Bereich Retail und publikumsorientierte Dienstleistungen</i>	<i>7</i>
1.1 <i>Veränderungen im CH-Detailhandel.....</i>	<i>7</i>
1.2 <i>Strukturen</i>	<i>8</i>
1.3 <i>Branchentypische Umsatzentwicklung</i>	<i>8</i>
1.4 <i>Standortpräferenzen</i>	<i>8</i>
2. <i>Kreuzlingen: Retail und publikumsorientierte Angebote.....</i>	<i>9</i>
2.1 <i>Entwicklung.....</i>	<i>9</i>
2.2 <i>Attraktivität der Zentrumszone von Kreuzlingen</i>	<i>10</i>
2.3 <i>Zukunft.....</i>	<i>10</i>
3. <i>Ihr eigener Betrieb.....</i>	<i>11</i>
3.1 <i>Entwicklung seit 2015</i>	<i>11</i>
3.2 <i>Konkurrenzsituation</i>	<i>11</i>
3.3 <i>Standortqualität.....</i>	<i>12</i>
4. <i>Boulevard.....</i>	<i>12</i>
4.1 <i>Neue Verkehrsführung: erste Erfahrungen.....</i>	<i>12</i>
4.2 <i>Echo der Kunden</i>	<i>12</i>
4.3 <i>Folgen der neuen Verkehrsführung?.....</i>	<i>13</i>
4.4 <i>Zukunft.....</i>	<i>13</i>
3.4 Vergleich Befragungsergebnisse 2018 mit 2013.....	14

4. Befragung von Haushaltungen	14
4.1 Auswahl der Haushaltungen	14
4.2 Ablauf der Befragung	15
4.3 Ergebnisse der Befragung	16
1. <i>Allgemeine Einkaufsgewohnheiten.....</i>	<i>16</i>
1.1 <i>Einkaufsorte</i>	<i>16</i>
1.2 <i>Einkaufsort und Verkehrsmittel.....</i>	<i>16</i>
1.3 <i>Einkaufsort und Produktgruppen</i>	<i>17</i>
1.4 <i>Einkaufen: Früher und heute</i>	<i>18</i>
1.5 <i>Einkaufen im Ausland</i>	<i>18</i>
2. <i>Einkaufen in Kreuzlingen.....</i>	<i>19</i>
2.1 <i>Angebot</i>	<i>19</i>
2.2 <i>Einkaufsatmosphäre, Attraktivität, Aufenthaltsqualität</i>	<i>19</i>
3. <i>Boulevard.....</i>	<i>20</i>
3.1 <i>Verkehrsfreie Zentrumszone</i>	<i>20</i>
3.2 <i>Einkaufsgewohnheiten</i>	<i>20</i>
3.3 <i>Positive Aspekte</i>	<i>21</i>
3.4 <i>Negative Aspekte</i>	<i>21</i>
3.5 <i>Wünschbar wäre noch</i>	<i>22</i>
4.4 Vergleich Befragungsergebnisse 2018 mit 2013.....	22
5. Ergebnisse und Schlussfolgerungen	23
5.1 Ergebnisse der Befragungen	23
5.2 Schlussfolgerungen.....	23

2. Facts zu Kreuzlingen

Bei der Beurteilung der Ergebnisse der Befragungen sollten einige für die Situation in Kreuzlingen relevante Sachverhalte nicht unbeachtet bleiben und zwar:

- Im Zeitraum 2006 – 2016 nahm die Wohnbevölkerung um + 20.6 % zu gegenüber + 12.1 % im CH-Durchschnitt.
- Der Anteil der potentiell erwerbstätigen Altersklassen (20 – 64 Jahre) liegt in Kreuzlingen bei 64.2 %, im CH-Durchschnitt aber bei 61.8 %.
- Der Ausländeranteil liegt in Kreuzlingen bei 54.6 % gegenüber 25.0 % im CH-Durchschnitt.
- Die durchschnittliche Haushaltsgrösse in Kreuzlingen liegt bei 2.1 Personen gegenüber 2.4 Personen in der ganzen Schweiz.
- Der Anteil der 1-Personen-Haushaltung in Kreuzlingen erreicht 40.8 % gegenüber 35.3 % in der ganzen Schweiz.
- Die Arbeitslosenquote liegt in Kreuzlingen fast eineinhalbmals höher als im ganzen Land.
- Der Leerwohnungsbestand lag Mitte 2017 in Kreuzlingen mit 1.61 % höher als im ganzen Land (1.45 %).
- In der Hotellerie entfallen in Kreuzlingen auf 1000 Einwohner ca. 2220 Logiernächte, in der ganzen Schweiz deren 4270.
- Die Preise für Stockwerkeigentum in Kreuzlingen entsprechen fast auf den Franken genau dem CH-Durchschnitt (CHF 6550.-- / m²) und die Mieten sind seit 2000 um nicht weniger als 55 % angestiegen.
- In Kreuzlingen entfallen 578 PW auf 1000 Einwohner gegenüber 537 in der ganzen Schweiz.

Als Ergebnis dieser und anderer Merkmale erreicht Kreuzlingen im Rating von 924 Gemeinden mit mehr als 2000 Einwohnern den Rang 425, liegt also im Mittelfeld. Die z.T. relativ grossen Abweichungen bei einzelnen Kennziffern können aber durchaus Anlass sein für ein etwas von der Norm abweichendes Konsumverhalten.

3.2 Ablauf der Befragung

Für den Ablauf ergibt sich folgendes:

Versandte Fragebogen	121
Nicht zustellbar	1
Rücklauf bis 10. Mai 2018 (Poststempel)	49
<u>Ungültig / anonym</u>	<u>3</u>
Gültige / auswertbare Fragebogen	46

Die Rücklaufquote von rund 41 % ist zufriedenstellend. Aufgrund der Bewertungen auf den Fragebogen ist davon auszugehen, dass man die Angelegenheit als weitgehend „erledigt“ betrachtet. Die Sorgen des Gewerbes beziehen sich neben den Verkehrsproblemen vor allem auf die generell geringe Attraktivität der Zentrumszone von Kreuzlingen.

Die ausgewerteten Fragebogen stammen aus 18 Retail- und 6 publikumsorientierten Dienstleistungsbranchen. Darunter befanden sich Betriebe aller Grössenkategorien. Aufgrund des Spektrums der antwortenden Betriebe kann von einer repräsentativen Stichprobe ausgegangen werden.

3.3 Ergebnisse der Befragung

Die Auswertung der Fragebogen ergab folgende Antworten bzw. Feststellungen:

1. **Schweiz: Allgemeine Entwicklung im Bereich Retail und publikumsorientierte Dienstleistungen**

1.1 Veränderungen im CH-Detailhandel

Im CH-Detailhandel sind grosse Veränderungen im Gange. In einzelnen Bereichen wächst der Internet-Handel mit zweistelligen Zuwachsraten und in wenigen Jahren soll kein Schweizer Haushalt mehr als 15 Minuten von einer Abholstation entfernt sein. Sogar an den teuersten Geschäftslagen des Landes eröffnen Pop-up-shops.

Wie schätzen Sie das Veränderungspotential in Ihrer Branche ein?

Es ergaben sich für einzelne Entwicklungen folgende Anteile:

Starke Veränderungen zu erwarten	54.3 %
Nicht allzu grosse Veränderungen zu erwarten	45.7 %
<u>Kaum bzw. keine Veränderungen zu erwarten</u>	<u>- %</u>
Total	100.0 %

Kommentar:

Praktisch alle Befragten gehen von Veränderungen im CH-Detailhandel aus, sind sich aber nicht einig über das Ausmass. Hier spiegeln sich offensichtlich unterschiedliche Entwicklungen in einzelnen Branchen.

1.2 Strukturen

Veränderungen beim Konsumverhalten können immer auch zu Strukturanpassungen führen, was halten Sie in Ihrer Branche für wahrscheinlich?

Verkaufseinheiten werden grösser	15.2%
Verkaufseinheiten werden kleiner	39.1%
Beides möglich, aber mittelgrosse Betriebe werden am ehesten verschwinden	45.7 %
Total	100.0 %

Kommentar:

Beim Antwortenspektrum macht sich offensichtlich der zunehmende Marktanteil des online-Handels bemerkbar. Kleinere Einheiten sind in der Regel eher spezialisiert oder fokussiert.

Als Grund für den zunehmenden Kaufkraftabfluss ins Ausland wurde neben dem Preisvorteil auch die im Vergleich zu Kreuzlingen dort weit aus grössere Attraktivität der Einkaufszonen immer wieder genannt.

1.3 Branchentypische Umsatzentwicklung

Welche Entwicklung ist für Ihre Branche typisch?

Für meine Branche ist in der Regel folgendes typisch:

Umsätze rückläufig	28.3 %
Umsätze etwa stabil	58.7 %
Umsätze nehmen eher zu	13.0 %
Total	100.0 %

Kommentar:

Das Ergebnis ist als „knapp gehalten“ zu interpretieren und bestätigt sich im Übrigen auch in der Verbraucherstatistik des BfS.

1.4 Standortpräferenzen

In verschiedenen Städten des Landes ist zu beobachten, dass sich die Standortpräferenzen einzelner Anbieter verändert haben, teilweise mit erheblichen Auswirkungen auf das Mietenniveau. Dies gilt nicht zuletzt auch für Zentrumsanlagen. Kann diese Entwicklung auch in Ihrer Branche beobachtet werden?

Ich beurteile die Situation in Kreuzlingen wie folgt:

Ja, das kennen wir auch	75.0 %
Keine grosse Bedeutung	13.9 %
Nein, sicher nicht	11.1 %
Total	100.0 %

Kommentar:

Obwohl sich aus der Grenzlage z.T. andere Einflussfaktoren ergeben, gelten die Erfahrungen und Entwicklungen im CH-Detailhandel auch für Kreuzlingen.

2. Kreuzlingen: Retail und publikumsorientierte Angebote

2.1 Entwicklung

Welche Entwicklung war in den letzten drei Jahren – also vor der neuen Verkehrsführung - für das Zentrum von Kreuzlingen typisch?

Marktstellung konnte nicht gehalten werden	26.1	%
Marktstellung konnte in etwa gehalten werden	54.3	%
<u>Marktstellung wurde besser</u>	<u>19.6</u>	<u>%</u>
Total	100.0	%

Falls die Marktstellung nicht gehalten werden konnte: was waren die Gründe dafür?

Einzugsgebiet wurde konkurrenzbedingt kleiner	--	%
Einzugsgebiet wurde gehalten, aber schlechter ausgeschöpft	--	%
Individuelles Konsumverhalten hat sich verändert	25.0	%
Kaufkraftabfluss ins Ausland hat zugenommen	58.3	%
Andere Gründe, nämlich	16.7	%
Zunehmende Bedeutung des online-Handels		
<u>Zunehmende Billig-Angebote</u>		
Total	100.0	%

Falls die Marktstellung besser wurde: was waren die Gründe dafür?

Einzugsgebiet wurde grösser	11.1	%
Ausschöpfung Einzugsgebiet wurde besser	--	%
Individuelles Konsumverhalten hat sich verändert	77.8	%
<u>Kaufkraftabfluss ins Ausland ging zurück</u>	<u>11.1</u>	<u>%</u>
Total	100.0	%

Kommentar:

Die branchenspezifische Entwicklung fällt unterschiedlich aus, doch ist per saldo wohl von gewissen Einbussen auszugehen. Dort wo von einer besseren Marktstellung ausgegangen wurde – dies betrifft etwa 40 % der Antworten – wird oft von einem veränderten individuellen Konsumverhalten ausgegangen. Relativ zahlreich waren die Hinweise, dass die Umsatzentwicklung besser gewesen wäre, wenn mehr Kundenparkplätze zur Verfügung gestanden hätten.

2.2 Attraktivität der Zentrumszone von Kreuzlingen

Was trifft Ihrer Meinung nach für die Zentrumszone von Kreuzlingen zu?

	Ja	Nein
Branchenmix ist vielfältiger und interessanter geworden	11.1%	88.9 % = 100.0 %
Angebot ist preisgünstiger geworden	25.0 %	75.0 % = 100.0 %
Einkaufen ist bequemer geworden	13.8 %	86.2 % = 100.0 %
Kompetenz der Anbieter ist besser geworden	41.7 %	58.3 % = 100.0 %
Parkieren ist einfacher geworden	2.7 %	97.3 % = 100.0 %
Ladenöffnungszeiten passen besser als früher	61.1 %	38.9 % = 100.0 %

Kommentar:

Die vorstehend erwähnten durchwegs positiven Merkmale treffen (mit einer Ausnahme) nach grossmehrheitlicher Ansicht des Gewerbes für Kreuzlingen nicht zu. Interessant ist, dass bezüglich der Ladenöffnungszeiten von einem gewissen Fortschritt ausgegangen wird (weil diese offenbar einheitlicher geworden sind).

2.3 Zukunft

Was halten Sie mittelfristig, d.h. in den nächsten ca. 10 Jahren für die wahrscheinlichste Entwicklung?

Die Strukturen im Zentrum von Kreuzlingen werden ähnlich aussehen wie heute und die Situation von Detailhandel und publikumsorientierten Dienstleistungen bleibt in etwa unverändert.	25.0 %
Es wird sich vieles verändern und die Bedeutung des Detailhandels nimmt ab.	41.7 %
Dank der Anstrengungen von Behörden und Gewerbe wird der Detailhandel in Kreuzlingen an Bedeutung gewinnen und das Zentrum wird sich weiter entwickeln.	8.3 %
Primär ist die weitere Entwicklung abhängig von der weiteren Entwicklung der Wechselkurse und damit durch uns nicht beeinflussbar.	25.0 %
Total	100.0 %

Kommentar:

Es bestätigen sich bei diesen Antworten die unterschiedlichen Perspektiven in den einzelnen Branchen. Wenn von einer abnehmenden Bedeutung des Detailhandels ausgegangen wird, dann spiegelt dies nicht zuletzt auch die zunehmende Bedeutung des online-Geschäftes.

3. Ihr eigener Betrieb

3.1 Entwicklung seit 2015

Wie würden Sie die Entwicklung in Ihrem eigenen Betrieb unter rein wirtschaftlichen Gesichtspunkten auf der nachstehenden Zehner-Skala einstufen (passendes Feld bitte ankreuzen)?

schlechte Entwicklung					//					hervorragende Entwicklung
					//					
1										10

Durchschnitt: 5.4

Kommentar:

Der Durchschnitt ist zwar noch einigermaßen passabel, aber dass der Anteil der Betriebe, welche den Durchschnitt nicht erreichen, höher ist als derjenige der sich gut entwickelnden Betriebe ist alarmierend. Es ist durchaus mit Betriebsaufgaben zu rechnen.

3.2 Konkurrenzsituation

Was gilt für Ihren Betrieb bezüglich der Veränderungen der Konkurrenzsituation?

Konkurrenz hat zugenommen	36.1 %
Konkurrenz ist gleich geblieben	38.9 %
<u>Konkurrenz hat abgenommen</u>	<u>25.0 %</u>
Total	100.0 %

Wer sind für Ihren Betrieb die wichtigsten Konkurrenten?

gering = 1 Pkt., mittel = 2 Pkt., stark = 3 Pkt.

	Punktzahl
Grossverteiler, Supermärkte	38
Fachmärkte	54
Billiganbieter, Discounter	46
Versand, e-commerce	65
Outlet	35

Kommentar:

Etwas weniger als die Hälfte der Betriebe geht von einer stabilen Konkurrenzsituation aus. Dort wo aber Veränderungen stattgefunden haben, ist die Situation eindeutig. Als starke Konkurrenz wird klar der nicht-stationäre Detailhandel (e-commerce, online, usw.) wahrgenommen.

3.3 Standortqualität

Wie beurteilen Sie die Qualität des Standortes, an welchem sich Ihr Betrieb heute befindet im Hinblick auf die Zukunft?

Gute Standortqualität, keine Veränderung vorgesehen	75.0 %
Nicht ganz optimale Standortqualität, aber keine Veränderung vorgesehen	20.5 %
Standortwechsel könnte allenfalls ein Thema sein	4.5 %
<u>Unbefriedigende Standortqualität, Standortwechsel nötig</u>	<u>-- %</u>
Total	100.0 %

Kommentar:

An sich wäre das Ergebnis erfreulich. Dahinter steht jedoch die Einsicht der Betriebe, dass es kaum Alternativen zum heutigen Standort gibt und ein Standortwechsel mit untragbaren Kosten und Risiken verbunden wäre.

4. Boulevard

4.1 Neue Verkehrsführung: erste Erfahrungen

Welches ist Ihre grundsätzliche Einstellung zur neuen Verkehrsführung aufgrund der Erfahrungen seit Januar?

Ich bin nicht zufrieden, man hätte nichts verändern sollen.	61.1 %
Ich bin nicht gegen Veränderungen, aber bitte nicht so.	27.7 %
Ich bin einigermassen zufrieden.	5.6 %
<u>Ich bin sehr zufrieden.</u>	<u>5.6 %</u>
Total	100.0 %

Kommentar:

Das Ergebnis lässt an Deutlichkeit nichts zu wünschen übrig. Immerhin ist aber ein Drittel des Gewerbes für Veränderungen offen, hält aber das aktuelle Konzept für untauglich. Hier deckt sich die Meinung des Gewerbes mit ebenfalls einem Drittel der befragten Haushaltungen.

4.2 Echo der Kunden

Werden Sie von den Kunden bezüglich der neuen Verkehrsführung angesprochen?

Ja, sehr oft sogar	61.1 %
Ja, gelegentlich	25.0 %
Nicht sehr oft	8.3 %
<u>Praktisch nie</u>	<u>5.6 %</u>
Total	100.0 %

Wie fällt die Beurteilung durch die Kunden mehrheitlich aus?

Generell ungünstig	50.0	%
Eher etwas kritisch	25.0	%
Positive und negative Aspekte	16.7	%
Recht zufrieden	5.6	%
<u>Begeistert</u>	<u>2.7</u>	<u>%</u>
Total	100.0	%

Kommentar:

Bezüglich der neuen Verkehrsführung wird offensichtlich zwischen Gewerbe und Kunden kommuniziert und das Ergebnis ist kaum eine Überraschung.

4.3 Folgen der neuen Verkehrsführung?

Wie machen sich die Folgen der neuen Verkehrsführung in Ihrem Geschäft bemerkbar?

Kriterium	positiv	negativ
Zahl der Kunden / Tag	13.8 %	86.2 % = 100.0 %
Einkaufsbetrag	16.7 %	83.3 % = 100.0 %
Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr	25.0 %	75.0 % = 100.0 %

Kommentar:

Sehr unerfreulich ist, dass als Folge der neuen Verkehrsführung nicht nur die Zahl der Kunden, sondern auch der Einkaufsbetrag zurückgeht. Dies ist auch andernorts bei ähnlichen Rahmenbedingungen beobachtet worden, wenn die Distanz zwischen Einkaufsort und Standort des parkierten PW's grösser geworden ist.

4.4 Zukunft

Welche Meinung bezüglich der neuen Verkehrsführung könnten Sie unterstützen?

Versuch sollte abgebrochen werden	72.2	%
Versuch sollte in jedem Fall länger dauern	2.8	%
Versuch sollte allenfalls modifiziert werden	25.0	%
<u>Versuchsanordnung sollte definitiv beibehalten werden</u>	<u>-</u>	<u>%</u>
Total	100.0	%

Kommentar:

Die Meinung des Gewerbes braucht nicht weiter kommentiert zu werden. Interessant ist, welche zusätzlichen Massnahmen vorgeschlagen werden. Nachstehend werden diese in der Reihenfolge ihrer Häufigkeit genannt.

<i>Vorschlag</i>	<i>Häufigkeit</i>
1. Mehr Parkplätze am Boulevard	21 x
2. Einbahnstrassen aufheben	15 x
3. Abbiegeverbote aufheben	10 x
4. Parkleitsystem einführen	7 x
5. Bessere Beschilderung	6 x

Alle anderen Vorschläge wurden weniger als 6 x unterstützt.

3.4 Vergleich Befragungsergebnisse 2018 mit 2013

Die im Abstand von fünf Jahren durchgeführten Befragungen zeigen bei identischen Fragen leichte Abweichungen. Diese sind indessen vorsichtig zu interpretieren, da ja nicht genau die gleichen Betriebe geantwortet haben. Auf einen einfachen Nenner gebracht fällt der Vergleich so aus,

dass das Gewerbe den Kaufkraftabfluss ins grenznahe Ausland möglicherweise etwas überschätzt hat bzw. an dessen Stelle in vielen Branchen ein höherer Anteil des online-Geschäftes getreten ist;

dass das Gewerbe die Attraktivität des Zentrums von Kreuzlingen überschätzt hat. Diese hat im Vergleich zu anderen Zentrumszonen relativ abgenommen.

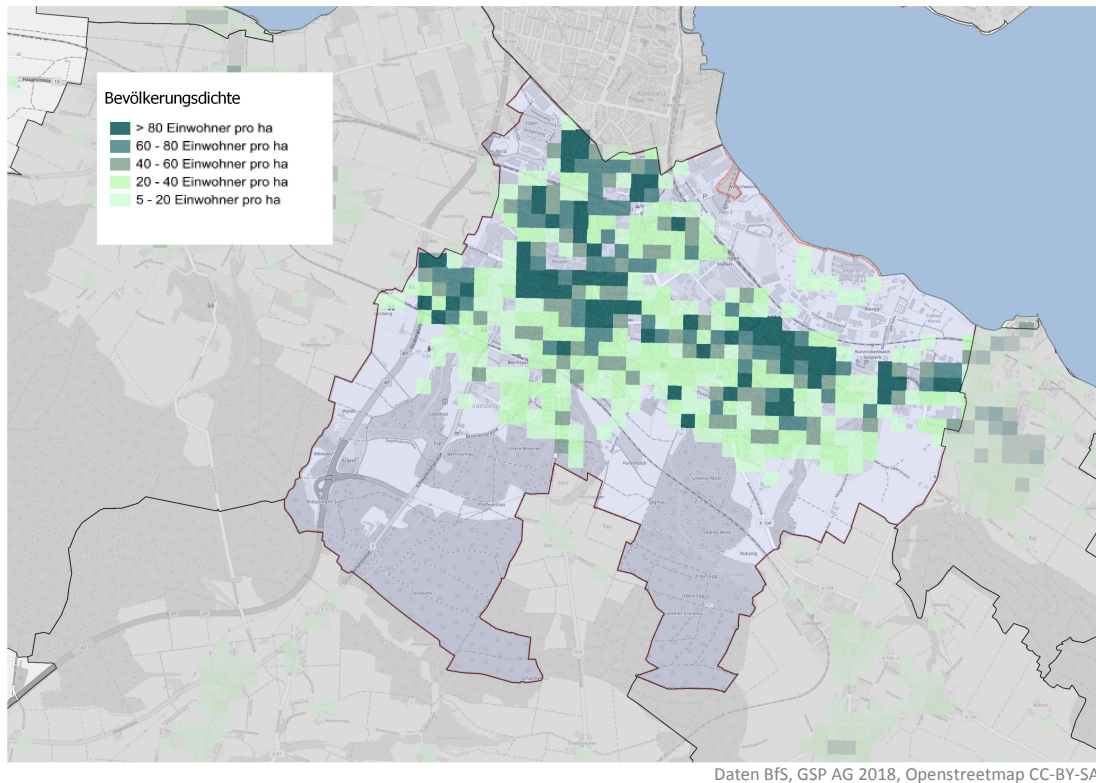
Wenn es dem Gewerbe heute im Durchschnitt allenfalls leicht besser geht, hat dies wohl kaum damit zu tun, dass nennenswerte Marktanteile zurückgewonnen wurden, sondern dass Grenzanbieter inzwischen ausgeschieden sind und sich so der Durchschnitt zwangsläufig nach oben verschoben hat.

4. Befragung von Haushaltungen

Auch die Befragung von Haushaltungen ist zweiteilig angelegt: einerseits wurden Fragen zum Einkaufen im Zentrum von Kreuzlingen und konkurrierenden Destinationen gestellt, andererseits solche zur neuen Verkehrsführung.

4.1 Auswahl der Haushaltungen

Der Versand von 300 Fragebogen berücksichtigte die Verteilung der Haushaltungen auf dem Stadtgebiet gemäss nachfolgender Dichtekarte.



Aus den rücklaufenden Fragebogen wurde in der Folge eine Stichprobe so gezogen, dass die Struktur in etwa derjenigen entsprach, welche die Haushaltungen in Kreuzlingen heute aufweisen. Damit konnte vermieden werden, dass die Meinung eines bestimmten Haushaltstyps überproportioniert zu seiner Bedeutung berücksichtigt wird. In der Regel ist es so, dass der Anteil von Haushaltungen mit älteren Personen beim Rücklauf höher ist als der effektive Anteil an der Gesamtzahl der Haushaltungen.

4.2 Ablauf der Befragung

Für den Ablauf der Befragung ergibt sich folgendes:

Versandte Fragebogen	300
Rücklauf bis 15. Mai 2018	58
<u>Ungültige Fragebogen</u>	<u>4</u>
Gültige Fragebogen	54
<u>Nach Stichprobe ausgeschiedene Fragebogen</u>	<u>6</u>
Ausgewertete Fragebogen	48

Die Rücklaufquote – bezogen auf gültige Fragebogen – von 18 % ist schlechter wie diejenige beim Gewerbe. Aufgrund der Bemerkungen in den Fragebogen kann man wohl durchaus von einer gewissen Verdrossenheit der Konsumenten ausgehen. Originalzitate in diesem Zusammenhang sind etwa:

- Wir haben genug!
- Nichts mehr verändern, es ist eh schon schlimm genug.
- Kreuzlingen = langweiliges Einkaufen
- Verkehrsplanung = Beschäftigungstherapie

4.3 Ergebnisse der Befragung

Die Auswertung der Fragebogen ergab folgende Antworten bzw. Feststellungen.

1. Allgemeine Einkaufsgewohnheiten

1.1 Einkaufsorte

Wie oft kaufen Sie regelmässig an den aufgeführten Orten ein?

Für die einzelnen Destinationen ergaben sich folgende Häufigkeiten.

	Kreuz- lingen	Kon- stanz	Frauen- feld	Winter- thur	Zürich	St. Gallen
4 – 5 Mal pro Woche	16	3				
2 – 3 Mal pro Woche	17	4				
1 Mal pro Woche	7	15	1	2		2
1 – 2 Mal pro Monat	6	10	2	2	2	8
seltener als 1 Mal pro Monat	2	12	6	5	10	13

Kommentar:

Die Einkaufsgewohnheiten sind eher noch etwas konservativ. Konstanz wird primär für grössere Einkäufe aufgesucht. Erstaunlich nach wie vor die Stellung der vergleichsweise weit entfernten Stadt St. Gallen.

1.2 Einkaufsort und Verkehrsmittel

Wenn Sie an den nachstehenden Orten einkaufen: wie tun Sie das in der Regel?

Bei einzelnen Destinationen ergaben sich folgende Häufigkeiten für die einzelnen Verkehrsmittel:

	Kreuz- lingen	Kon- stanz	Frauen- feld	Winter- thur	Zürich	St. Gallen
Mit dem Auto	33	18	10	9	13	15
Mit dem Velo	13	11	--	--	--	--
Mit dem ÖV	7	9	2	2	3	2
Zu Fuss	24	17	--	--	--	--

Hinweis: es erfolgten pro Ort viele Mehrfachnennungen (Bsp. Auto u. Velo)

Kommentar:

Angesichts des sehr hohen Anteils der motorisierten Kunden ist es folgerichtig, dass nicht nur das Gewerbe die verkehrseinschränkenden Massnahmen kritisiert! Interessant sicher auch der für eine Stadt dieser Grösse sehr niedrige Anteil des ÖV.

Unter möglichen weiteren Einkaufsorten wurde am häufigsten Tägerwilen / Migros-Markt genannt.

1.3 Einkaufsort und Produktgruppen

Wo kaufen Sie die folgenden Produktgruppen am häufigsten ein und wo beanspruchen Sie wichtige Dienstleistungen?

Bei einzelnen Produktgruppen bzw. Dienstleistungen ergeben sich für die einzelnen Destinationen folgende Häufigkeiten.

	Kreuz- lingen	Kon- stanz	Frauen- feld	Winter- thur	Zürich	St. Gallen
Kioskartikel	38	9				
Lebensmittel/Getränke	42	15				
Reinigungsmittel	29	22				
Apotheke / Drogerie	30	25				
Haushaltartikel	31	17			2	2
Blumen / Pflanzen	38	13				
Bekleidung / Schuhe	29	24	2	2	4	5
Geschenkartikel	27	20				2
Papeterie	31	13			2	1
Sport / Freizeit	30	17	2		2	2
U-Elektronik	28	12		1		

Restaurant	36	34	4	2	3	2
Bank	46	5				
Coiffeur	39	6				
Post	48	3				

Kommentar:

Es ist bei der Interpretation zu beachten, dass als Einkaufsorte auch noch andere Destinationen in Frage kommen. Deren Anteil liegt je nach Produktgruppe bzw. Dienstleistung erfahrungsgemäss aber selten höher als 10 %. Interessant sind vor allem zwei Positionen bei den Einkäufen in Konstanz: Einkäufe in Apotheken / Drogerien und Restaurantbesuch.

1.4 Einkaufen: Früher und heute

Was trifft bezüglich all Ihrer Einkäufe im Verlauf der letzten fünf Jahre am ehesten zu?

Die Entwicklung der Einkäufe wird von den Haushaltungen wie folgt beurteilt:

Einkäufe sind deutlich grösser geworden	4.2 %
Einkäufe sind etwas grösser geworden	25.0 %
Einkäufe sind gleich geblieben	31.2 %
Einkäufe sind leicht zurückgegangen	27.1 %
<u>Einkäufe sind deutlich zurückgegangen</u>	<u>12.5 %</u>
Total	100.0 %

Kommentar:

Per saldo dürften die Haushaltungen nur knapp so viel ausgegeben haben wie vor fünf Jahren. Die entscheidende Frage ist natürlich, wo sie dies getan haben.

1.5 Einkaufen im Ausland

Welches sind für Sie die beiden wichtigsten Motive für Einkäufe im Ausland, ungeachtet ob diese regelmässig oder unregelmässig und wo auch immer erfolgen?

Für die einzelnen Beweggründe ergaben sich folgende Häufigkeiten:

<i>Motiv, Grund, usw.</i>	<i>sehr wichtig</i>	<i>wichtig</i>	
ausschliesslich der Preisvorteil	69.2 %	30.8 %	= 100.0 %
gute Auswahl, bestimmte Marken	60.0 %	40.0 %	= 100.0 %
guter Service	61.5 %	38.5 %	= 100.0 %
Allgemein: Vorteile einer grösseren Stadt	33.3 %	66.7 %	= 100.0 %
gute/preisgünstige Verpflegungsmöglichkeiten	44.0 %	56.0 %	= 100.0 %
ergänzende Angebote, z.B. Vergnügungsparks, Kinderzoo, usw.	18.2 %	81.8 %	= 100.0 %

Als Folge des vorstehend festgehaltenen Verhaltens ergibt sich für die Einkäufe im grenznahen Ausland:

Einkäufe sind zurückgegangen	29.2 %
Einkäufe sind gleich geblieben	52.1 %
<u>Einkäufe haben zugenommen</u>	<u>18.7 %</u>
Total	100.0 %

Kommentar:

Tendenziell dürften die Einkäufe im Ausland etwas abgenommen haben. Grund dafür sind wahrscheinlich die zunehmenden Einkäufe bei online-Anbietern.

Bei den wichtigsten Motiven für den Einkauf im Ausland erstaunt weniger der Preisvorteil und die Verfügbarkeit guter Marken als vielmehr die Bedeutung von guten Service-Leistungen!

2. Einkaufen in Kreuzlingen

2.1 Angebot

Wie beurteilen Sie die Veränderung des Angebots in Kreuzlingen in den letzten drei Jahren, aber noch vor dem Start des Projektes der neuen Verkehrsführung?

Die Entwicklung des Angebots in Kreuzlingen wird wie folgt beurteilt.

Das Angebot ist schlechter geworden	56.3 %
Das Angebot ist etwa gleich geblieben	35.4 %
<u>Das Angebot ist besser geworden</u>	<u>8.3 %</u>
Total	100.0 %

Kommentar:

Die Verschlechterung des Angebots dürfte vor allem auf den Rückzug von Fachgeschäften zurückzuführen sein.

2.2 Einkaufsatmosphäre, Attraktivität, Aufenthaltsqualität

Welche Feststellungen bezüglich der Veränderungen der Einkaufsatmosphäre, Attraktivität, usw. ergeben sich für den gleichen Zeitraum – unabhängig von der Veränderung des Angebots – für das Zentrum von Kreuzlingen?

Die Attraktivität hat abgenommen	64.6 %
Die Attraktivität ist etwa gleich geblieben	31.3 %
<u>Die Attraktivität ist besser geworden</u>	<u>4.1 %</u>
Total	100.0 %

Welche Veränderung war – unabhängig ob sie positiv oder negativ ins Gewicht gefallen ist – für Sie am wichtigsten?

Zu viele Banken, Elektronik und Immobilien-Agenturen	12 x
Schliessung von Fachgeschäften	10 x
Auswahl ist geringer geworden	9 x
Zu viel Verkehr	6 x
Mehr Events als früher	3 x

Kommentar:

Ungleichgewichte beim Angebot werden von den Kunden rasch wahrgenommen!

3. Boulevard

3.1 Verkehrsfreie Zentrumszone

Was ist – unabhängig von der Situation in Kreuzlingen – Ihre grundsätzliche Meinung bezüglich von verkehrsfreien Zonen im Zentrum von kleineren Städten?

Die Meinungen der Befragten zum grundsätzlichen Sachverhalt spiegeln sich wie folgt:

Ich bin kategorisch dagegen	8.3 %
Eher dagegen	14.8 %
Muss von Fall zu Fall beurteilt werden	43.8 %
Meistens sinnvolle Lösung	14.6 %
<u>In jedem Fall zu befürworten</u>	<u>18.5 %</u>

Total 100.0 %

Sind Ihnen Beispiele für attraktive verkehrsfreie Zentrumszonen in anderen Städten bekannt?

Die antwortenden Haushaltungen kennen verkehrsfreie Zentrumszonen in 21(!) verschiedenen Städten und Ortschaften, auch im Ausland. An Vergleichsmöglichkeiten für eine kompetente Beurteilung der Situation in Kreuzlingen fehlt es also nicht.

3.2 Einkaufsgewohnheiten

Haben sich seit Beginn der neuen Verkehrsführung im Zentrum von Kreuzlingen Ihre Einkaufsgewohnheiten verändert?

ja, sehr stark	28.1 %
ja, gelegentlich schon	23.9 %
nur wenig	4.2 %
<u>überhaupt nicht</u>	<u>43.8 %</u>
Total	100.0 %

Falls sich Ihre Einkaufsgewohnheiten – wie auch immer – verändert haben: was trifft zu?

Zusammensetzung der Einkäufe hat sich verändert	16.7 %
Häufigkeit des Einkaufs hat sich verändert	53.3 %
Menge der Einkäufe hat sich verändert	6.7 %
<u>Ausgaben für Einkäufe haben sich verändert</u>	<u>23.3 %</u>
Total	100.0 %

Was trifft bezüglich einzelner Sachverhalte zu?

	mehr	weniger	
Häufigkeit	16.7 %	83.3 %	= 100.0 %
Menge	9.1 %	90.9 %	= 100.0 %
Ausgaben	20.0 %	80.0 %	= 100.0 %

Kommentar:

Hier dürfte der Schlüssel liegen bezüglich der Folgen der neuen Verkehrsführung: man geht weniger oft hin und kauft weniger.

3.3 Positive Aspekte

Welche konkreten Veränderungen im Zusammenhang mit der neuen Verkehrsführung sind für Sie am erfreulichsten?

Als vorteilhaft angesehen wird folgendes:

Weniger Verkehr	15 x
Strassen einfacher zu queren	7 x
Entspanntere Atmosphäre	6 x
Besser für Velofahrer	4 x
Bessere Luftqualität	3 x
Vorteile für ÖV	2 x

Kommentar:

Relativ magere Ausbeute!

3.4 Negative Aspekte

Welche konkreten Veränderungen im Zusammenhang mit der neuen Verkehrsführung missfallen Ihnen am meisten?

Als ungünstig angesehen wird folgendes:

Zu wenig Parkplätze	18 x
Zufahrt zum Karussell, Einbahnstrasse	15 x
Zu grosse Umwege	15 x
Mehrverkehr, Umwegfahrten	13 x
Schlechte Signalisation	10 x
Gefährliche Massnahmen	3 x

Kommentar:

Angesicht der Einkaufsgewohnheiten der Haushaltungen erstaunt nicht, dass der Wunsch nach mehr Parkplätzen (direkt bei den Läden) an der Spitze steht.

3.5 Wünschbar wäre noch

Welche bisher noch nicht realisierte Massnahme sollte man im Zusammenhang mit dem Boulevard allenfalls auch noch prüfen?

Es wurden folgende Vorschläge gemacht:

Totale Fussgängerzone, auch kein ÖV(8 x)

Verkehrsberuhigung nur am Abend

Mehr Strassencafés

Subventionierung von speziellen Geschäften durch die öffentliche Hand, tiefere Preise

Eventkultur einführen

Boulevard an den See verlegen

Kommentar:

Es wurden noch wesentlich mehr Vorschläge gemacht. Diese bezogen sich aber nicht auf die Frage nach weiteren Massnahmen, sondern auf die Rückgängigmachung der aktuellen Massnahmen.

4.4 Vergleich Befragungsergebnisse 2018 mit 2013

Die Haushaltungen in Kreuzlingen wurden bereits vor fünf Jahren bezüglich ihres Konsumverhaltens, aber auch hinsichtlich der Zufriedenheit mit dem Angebot in Kreuzlingen und allfälligen Wünschen befragt. In die Befragung einbezogen wurden 400 Haushaltungen und 110 rücklaufende Fragebogen konnten ausgewertet werden. Das Ergebnis der damaligen Befragung der Haushaltungen wurde im Bericht wie folgt festgehalten:

1. Die Befragung bestätigt den aufgrund der theoretischen Überlegungen festgehaltenen grossen Kaufkraftabfluss ins benachbarte Ausland.
2. Das Einkaufsverhalten der Kreuzlinger Haushaltungen zeigt, dass der urbane Verdichtungsraum Konstanz – Kreuzlingen als eine Stadt angesehen wird.
3. Der Kaufkraftabfluss erfolgt nicht nur wegen des Preisgefälles. Ein fast ebenso wichtiger Grund dafür ist die Attraktivität der grösseren Stadt.
4. Der Kaufkraftabfluss in Richtung von konkurrierenden CH-Standorten ist nicht zu unterschätzen. Er hat weniger mit dem Preis zu tun als vielmehr mit der Integration der betr. Einkäufe in die individuellen Wegketten der einzelnen Haushaltungen (z.B. Pendler-Haushaltungen).
5. Den Kreuzlinger Haushaltungen ist die eher geringe Attraktivität der eigenen Versorgungsstrukturen ohne Zweifel bewusst. Dass man sich damit abgefunden hat, dürfte auch daran liegen, dass der zentralste Teil dieser

Struktur – die Hauptstrasse mit den beiden Einkaufszentren – im Grunde genommen fast ein Idealkonzept aufweist, aber leider schwach besetzt ist.

6. Die Kreuzlinger Haushaltungen benutzen bei ihrem Einkauf in erheblichem Ausmass ihre privaten Motorfahrzeuge. Dieses Verhalten sollte angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen respektiert und nicht in Frage gestellt werden.
7. Im Gastro-Bereich bestehen ohne Zweifel noch Marktnischen, welche geschlossen werden können. Die den heutigen Zeitgeist spiegelnden Betriebstypen fehlen weitgehend, ebenso die geschätzte Spezialisierung bzw. Themenorientierung.

Die vor fünf Jahren aus der Befragung der Haushaltungen gewonnenen Erkenntnisse bestätigen sich heute ohne Ausnahme. Hinzugekommen ist ohne Zweifel noch die Einsicht, dass eine Verkehrsberuhigung allein eben noch keine Attraktivität im Sinne einer Zentrumszone mit hoher Aufenthaltsqualität bringt.

5. Ergebnisse und Schlussfolgerungen

Das (kombinierte) Ergebnis der Befragungen von Gewerbe und Haushaltungen ist relativ eindeutig. Es sollte aber in grösseren Zusammenhängen gesehen werden. Eine neue Verkehrsregelung ersetzt keine Zentrumsplanung und Kreuzlingen kann sich den übergeordnet ablaufenden Entwicklungen im CH-Detailhandel auch nicht entziehen.

5.1 Ergebnisse der Befragungen

Als Ergebnis der erneuten Befragung von Gewerbe und Haushaltungen kann festgehalten werden, dass das Gewerbe die neue Verkehrsregelung grossmehrheitlich ablehnt und dass etwa die Hälfte der befragten Haushaltungen sich dieser Meinung mehr oder minder ausgeprägt anschliesst.

Eine Minderheit des Gewerbes und die andere Hälfte der Haushaltungen stehen verkehrsberuhigenden Massnahmen nicht grundsätzlich ablehnend gegenüber, aber nur als Teil eines umfassenden, die Aufenthaltsqualität verbessernden und die Attraktivität erhöhenden Zentrumssanierung. Ob eine solche möglich ist, wäre zu prüfen.

5.2 Schlussfolgerungen

Es dürfte sich allenfalls die Frage stellen, ob der gestartete Versuch mit einem neuen Verkehrsregime abubrechen oder aber im Gegenteil über einen längeren Zeitraum hinweg weitere Erfahrungen zu sammeln sind.

Bei einer Entscheidung können kaum nur die lokalen Verhältnisse berücksichtigt werden. Im CH-Detailhandel sind erhebliche Umstrukturierungen im Gange

und viele Positionen werden in Frage gestellt. Dies gilt für fast alle Branchen und trifft Fachgeschäfte ebenso wie Grossverteiler. In dieser Situation sollte deshalb auch die Frage gestellt werden, ob sich aus der Überlagerung von übergeordnet ablaufenden Entwicklungen und einem gleichzeitigen „Stress-test“ durch ein von vielen Beteiligten als suboptimal wahrgenommenes neues Verkehrsregime nicht eine Situation ergibt, welche nur Verlierer zurücklässt.

*



Gesellschaft für Standortanalysen
und Planungen AG

Forchstrasse 60, 8008 Zürich
Telefon 044 422 06 11
Fax 044 422 07 01
E-mail gsp.naef@bluewin.ch

Geht an: SN

Eing. 16. Aug. 2018

Sekretariat: AS

Herrn Sandro Nöthiger
Leiter Tiefbau
Stadtverwaltung Kreuzlingen
Bauverwaltung
Hauptstr. 88
8280 Kreuzlingen 2

Zürich, 14. August 2018

Kreuzlingen: Befragungen Gewerbe und Haushaltungen

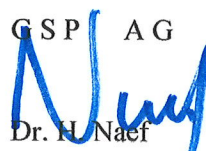
Sehr geehrter Herr Nöthiger

Bezugnehmend auf Ihr e-mail vom 10. August und unser kürzliches Gespräch kann ich folgendes festhalten.

1. Es ist natürlich immer vorteilhaft, wenn möglichst viele Gewerbetreibende und Haushaltungen befragt werden können, letztlich aber eine Frage des Aufwandes. Bezüglich der Repräsentativität darf daran erinnert werden, dass die Eidgenossenschaft die Befragungen in nationalen Belangen für mehr als 8 Mio. Einwohner auf etwas mehr als 1000 Haushaltungen abstützt.
2. Bei den Schlussfolgerungen spielt es eine wesentliche Rolle, wie eindeutig die Stellungnahme der Befragten ist. Im Falle von Kreuzlingen ergaben sich Mehrheiten von seltener Deutlichkeit.
3. Zuverlässige Schwankungsbreiten und Vertrauensintervalle zu berechnen setzt im Prinzip voraus, dass alle Fragen von allen Befragten beantwortet werden. Dies ist bei solchen Umfragen praktisch nie der Fall, weil man entweder keine Antwort weiss oder nicht antworten will. Zu jeder Frage einzelne Schwankungsbreiten und Vertrauensintervalle anzugeben, macht aber kaum Sinn.
4. Es kann durchaus Sinn machen, bei schwierig zu interpretierenden Befragungsergebnissen noch flankierend Interviews durchzuführen. Angesichts der Eindeutigkeit der Aussagen kann man sich in Kreuzlingen diesen (grossen) Aufwand aber ersparen.
5. Die Erfahrung aus mehr als 100 Befragungen hat gezeigt, dass insbesondere beim Gewerbe die nicht antwortenden Betriebe grossmehrheitlich eine negative Sicht der Dinge haben. Bei den Haushaltungen wird oft nicht geantwortet, weil einer bestimmten Angelegenheit keine grosse Bedeutung zukommt.

Ich hoffe, Ihnen mit diesen Angaben gedient zu haben und verbleibe

mit freundlichen Grüssen

GSP AG

Dr. H. Naef



Volksabstimmung vom 17. Mai 2009

**Kreditbegehren von CHF 3'850'000
für die Neugestaltung der Hauptstrasse
zwischen Helvetiaplatz und Löwenplatz**

Inhaltsverzeichnis

1. Worum geht es?	3
2. Ausgangslage	4-5
3. Zentrumsentwicklung	6-7
4. Gestaltungskonzept Hauptstrasse	8-16
6. Kosten	17-18
Baukosten	17
Folgekosten	18
7. Weiteres Vorgehen	19
8. Antrag	20

1. Worum geht es?

Stadtrat und Gemeinderat unterbreiten den Stimmbürgerinnen und Stimmbürgern Kreuzlingens hiermit eine Vorlage zur Neugestaltung der Hauptstrasse. Das Kreditbegehren von CHF 3.85 Mio. wurde vom Gemeinderat am 22. Januar 2009 einstimmig, mit 36 Ja-Stimmen und 1 Enthaltung, verabschiedet und gelangt am 17. Mai 2009 zur Volksabstimmung. Mit den beantragten Mitteln soll die Hauptstrasse im zentralen Abschnitt zu einer Begegnungszone umgestaltet werden, welche die Interessen des lokalen Gewerbes, des Verkehrs wie auch der Passanten, Kunden und Anwohner gleichermaßen berücksichtigt.

Der letzte Ausbau der Hauptstrasse liegt gut 50 Jahre zurück. In ihrer Funktion als Geschäftszentrum, Begegnungs- und Aufenthaltsort weist die Hauptstrasse heute grosse Defizite auf. Die aktuelle vom motorisierten Verkehr dominierte Situation ist für Anwohner, Geschäfte und Kunden unbefriedigend. Mit der Neugestaltung der Hauptstrasse werden die Voraussetzungen geschaffen, dass das Kreuzlinger Stadtzentrum zu einem belebten und attraktiven Ort wird, der auch unser Gewerbe regional – und das heisst für Kreuzlingen international – konkurrenzfähiger macht. Es ist höchste Zeit, diesen wichtigen Schritt zur Zentrumsentwicklung Kreuzlingens zu tun.

**Sehr geehrte Stimmbürgerinnen und Stimmbürger
Stadt- und Gemeinderat beantragen Ihnen, dem Kreditbegehren von
CHF 3'850'000 für die Neugestaltung der Hauptstrasse zuzustimmen.**

2. Ausgangslage

2009 wird für Kreuzlingen ein bedeutendes Jahr. Mehrere wichtige Projekte werden abgeschlossen: Zum Einen das Strassenprojekt «Chance Nord», welches das Zentrum vom Durchgangsverkehr entlasten soll, zum Anderen die Erneuerung der Einkaufszentren Karussell und ceha! (ehemalige EPA). Diese beiden Einkaufszentren bilden wichtige Publikumsmagnete im Stadtzentrum, von denen besonders die auf der Verbindungsachse – das heisst an der Hauptstrasse – liegenden Geschäfte und Betriebe profitieren können. Der Stadtrat und der Gemeinderat möchten den mit diesen grossen privaten Investitionen von über CHF 50 Mio. eingeleiteten Aufschwung nutzen und mit verschiedenen Massnahmen zur Zentrumsbildung unterstützen.

Der Wunsch nach einem attraktiveren Zentrum beschäftigt die Stadt Kreuzlingen schon seit Jahren. Am 23. September 2001 verwarf das Volk den Vorschlag einer Neugestaltung der Hauptstrasse an der Urne. Zwar war der Grundsatz wenig bestritten, doch wurde mit einem billigeren Gegenvorschlag das vorgelegte Projekt in Frage gestellt. Der Wunsch der Bevölkerung nach einem pulsierenden Zentrum und der Ruf des Gewerbes nach einer Verbesserung der Einkaufssituation an der Hauptstrasse sind jedoch geblieben. Passiert ist seither aber nichts. Deshalb nahm der Stadtrat im September 2007 die Entwicklung des Zentrums als vordringliches Ziel für die Legislaturperiode 2007 - 2011 auf. Im Januar 2008 reichte zudem die SVP-Fraktion eine Interpellation zum Thema Zentrumsbildung ein.

Der Stadtrat hat in seiner Stadtentwicklungsplanung (Step) das Zentrum definiert. Den Kern bildet das Dreieck Hauptstrasse – Löwenstrasse – Sonnenstrasse. Viele Detailgeschäfte, Gewerbe- und Dienstleistungsbetriebe, Restaurants und Cafés sind im Abschnitt zwischen Helvetiaplatz und Löwenplatz konzentriert. Deshalb soll dort mit der Neugestaltung des Strassenraums die erste und zugleich wichtigste zentrumsbildende Massnahme umgesetzt werden.

Die in den 50er-Jahren erstellte Hauptstrasse wurde ganz auf den motorisierten Verkehr ausgerichtet. Besonders in ihrer heute gewünschten Funktion als Flaniermeile, Begegnungs- und Aufenthaltsort hat die Hauptstrasse jedoch deutliche Schwächen. Die Strasse kann nur an wenigen Orten überquert werden, während die Fussgänger möglichst direkt zu den Geschäften und Restaurants beidseits der Strasse gelangen wollen.

Flankierende Massnahmen zur Neugestaltung Hauptstrasse

Die vorliegende Botschaft behandelt die Neugestaltung des Abschnitts zwischen dem Helvetia- und Löwenplatz. Die beiden Plätze – oder Eingangstore zur Hauptstrasse – werden bereits dieses Jahr gestaltet. Dieses Vorgehen erfordert einerseits die Fertigstellung der «Chance Nord» im Herbst 2009 sowie andererseits die Wiedereröffnung des Einkaufszentrums ceha! am Löwenplatz ebenfalls im Herbst dieses Jahres. Mit den neuen Plätzen wird die gewünschte Entlastung der Hauptstrasse vom Durchgangsverkehr verstärkt. Beide Projekte werden über das Budget 2009 finanziert, das das Volk 2008 bewilligte.

Sanierungsbedarf Hauptstrasse

Für die Realisierung der Neugestaltung der Hauptstrasse in den Jahren 2010/2011 spricht auch der sowieso anstehende Erneuerungsbedarf. Der letzte Ausbau der Hauptstrasse zwischen Helvetia- und Löwenplatz erfolgte in den Jahren 1956/1957. Eine Sanierung der Strassen- und Trottoirflächen, der Werkleitungen der Technischen Betriebe Kreuzlingen sowie der Hauptwasserleitung des Zweckverbandes steht zwingend in den nächsten Jahren an und löst Kosten von zirka CHF 1.6 Mio. aus. Führt man diese Sanierungen zusammen mit der Umgestaltung aus, können Kosten von zirka CHF 100'000 gespart und die Belastung der Anwohner wegen der Bauarbeiten insgesamt reduziert werden. Die notwendigen Sanierungsarbeiten mit der Neugestaltung zu verbinden, drängt sich deshalb auf.

3. Zentrumsentwicklung

Ein lebendiges und urbanes Stadtzentrum braucht eine hohe Aufenthaltsqualität mit Orientierungs- und Identifikationspunkten, welche sich in den Gebäuden, Strassenräumen und auch in den Nutzungen widerspiegeln. Merkmale eines funktionierenden Stadtzentrums sind hohe Fussgänger- und Radfahrerfrequenzen sowie eine durchmischte Bevölkerungsstruktur. Um das zu erreichen, muss das Zentrum auf die Bedürfnisse aller Benutzer ausgerichtet werden.

Kernstück der Zentrumsbildung im Bereich Hauptstrasse – Löwenstrasse – Sonnenstrasse ist deshalb die Attraktivitätssteigerung und Neugestaltung der Hauptstrasse zwischen Helvetiaplatz und Löwenplatz.

Wie in anderen Städten soll auch in Kreuzlingen das Zentrum für den Zielverkehr attraktiv bleiben. Das heisst, Zufahrt und Parkierung für den bestehenden Geschäfts- und Einkaufsbereich werden problemlos möglich sein. Die reine Durchfahrt soll jedoch für den motorisierten Verkehr erschwert werden. Mit dem bestehenden Strassennetz lässt sich die Umfahrung des Zentrums gut organisieren.

Temporegime

Das Kernstück des Zentrums, die Hauptstrasse vom Löwen- bis zum Helvetiaplatz, wird als Begegnungszone mit Tempo 20 gestaltet. Die Geschwindigkeitslimiten werden im gesamten Zentrum neu definiert. Schon heute kann aufgrund des Verkehrsaufkommens oft nur mit diesem Tempo gefahren werden. Die Begegnungszone soll die Attraktivität der Hauptstrasse als Lebensraum und Geschäftsstandort steigern. Die Hauptstrasse wird so zum Erlebnisraum. Die Verkehrsberuhigungsmassnahme respektiert sowohl die Bedürfnisse der Fussgänger und Anwohner als auch diejenigen der übrigen Verkehrsteilnehmer. Ein separater Velostreifen entfällt. Der Velofahrer fährt im Verkehr mit. Aufgrund der tiefen Fahrgeschwindigkeit ist eine solche Vermischung des Verkehrs problemlos möglich. Der Fussgängervortritt und die Höchstgeschwindigkeit von 20 km/h für den Fahrverkehr beruhigen den Verkehrsfluss und erhöhen die Verkehrssicherheit. Aufgrund der Tempolimits kann die Lärm- und Abgasbelastung für die Anwohner reduziert werden. Der Bund hat diese Zone bereits 2002 in die Strassenverkehrsordnung aufgenommen.

Verkehrsführung

Grundsätzlich bleibt das Verkehrsregime im Zentrum unverändert. Sämtliche heutigen Verkehrsbeziehungen werden auch künftig möglich sein. Einzige Änderung ist die Fahrtrichtung der Marktstrasse. Sie dient künftig als Einbahnstrasse zum Verlassen der Hauptstrasse und als Zufahrt zum neuen Parkplatz an der Kreuzung Sonnenstrasse / Marktstrasse (siehe «Parkierung» Seite 11). Mittelfristig sind weitere Tempo-30-Zonen vorgesehen auf der Bahnhofstrasse Ost ab dem neuen Kreisel Hauptbahnhof, auf der nördlichen Hauptstrasse vom Helvetiaplatz bis zum Hauptzoll und möglicherweise auf der Löwenstrasse.

Die Auswirkungen der neuen Verkehrsverhältnisse auf die Quartiere werden genau beobachtet, um nötigenfalls flankierende Massnahmen ergreifen zu können. Das geplante Verkehrserschliessungskonzept Zentrum entspricht den übergeordneten Planungen Stadtentwicklungskonzept und Verkehrsrichtplan.



Muster Begegnungszone in der Hauptstrasse

4. Gestaltungskonzept Hauptstrasse

Das vorliegende Gestaltungs- und Betriebskonzept wurde auf der Basis einer Konzeptidee aus der Bauverwaltung erstellt. Der Stadtrat hatte entschieden, aus Zeit- und Kostengründen eine Planung mit eigenen Kapazitäten und unter Beizug der bereits vorhandenen Projekte und Studien zu erstellen. Entstanden ist die Idee des «Boulevards», wie er hier auch schon früher existierte: ein Strassenzug mit Baumallee, viel Platz für Fussgänger, Ladenauslagen und Strassencafés, aber auch für den Verkehr der Kunden und Anwohner. Ein Planungsteam aus den Fachbereichen Verkehr, Städtebau, Grün- und Lichtplanung wurde vom Stadtrat beauftragt, diese Idee zu prüfen und die Grundlagen für eine Abstimmungsvorlage zu erarbeiten. Abgestimmt auf die gegebenen räumlichen und baulichen Verhältnisse und in enger Zusammenarbeit mit der Bauverwaltung entwickelte das Planungsteam einen auf unsere Kreuzlinger Verhältnisse zugeschnittenen modernen «Boulevard».

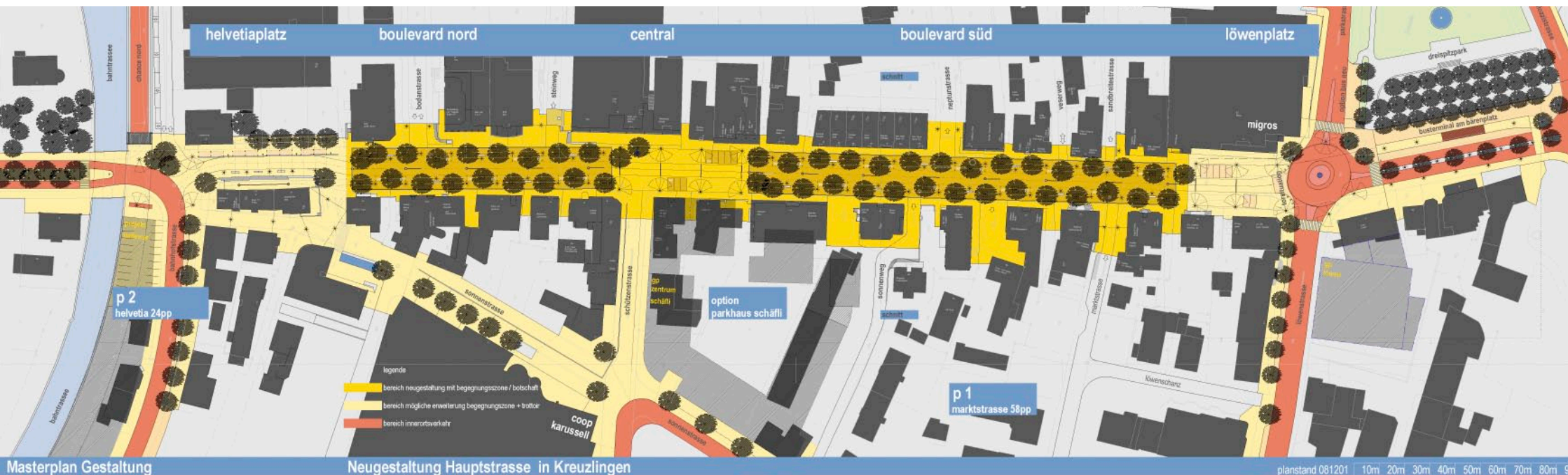
Der «Boulevard» bildet das Grundthema der stadträumlichen Neukonzeption der Hauptstrasse. Unter Einbezug des Helvetia- und des Löwenplatzes, welche ohnehin

separat und zeitlich vorgezogen umgestaltet werden, wurde ein übergeordnetes städtebauliches Gesamtkonzept entwickelt.

Die Gestaltung der zentralen Hauptstrasse lässt sich in drei Bereiche gliedern:

- **Boulevard Nord** Helvetiaplatz bis Einmündung Schützenstrasse
- **Central** Platz mit Überleitung zur Schützenstrasse (Karussell)
- **Boulevard Süd** Einmündung Schützenstrasse bis Löwenplatz

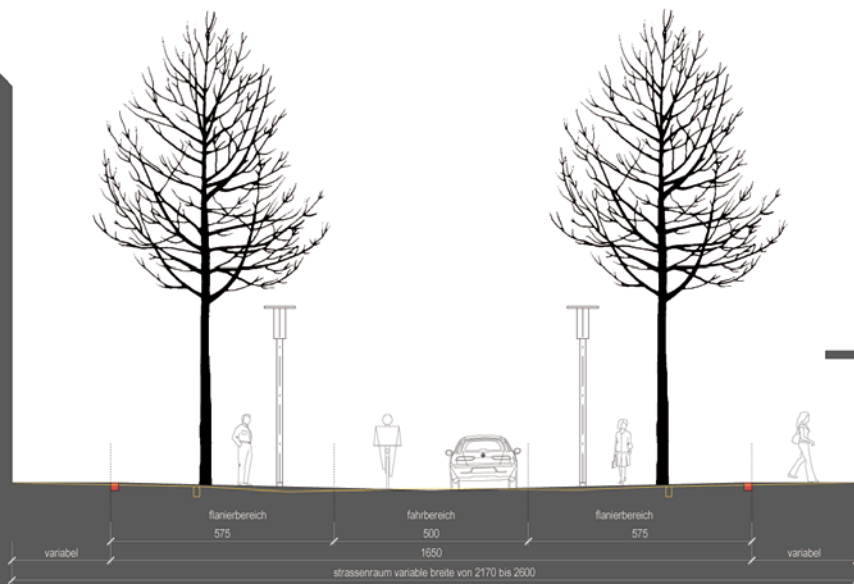
Mit dem neuen Raum- und Gestaltungskonzept wird für die Hauptstrasse in Kreuzlingen ein Stadtraum von hoher Aufenthalts- und Nutzungsqualität realisiert, der die Initialzündung für weitere private Bauvorhaben sein soll. Nehmen die Detailisten und Hausbesitzer diese Idee auf, wird Kreuzlingen bald die attraktivste Geschäftsstrasse im ganzen Kanton erhalten. Sollte dies später einmal erwünscht sein, wäre das Konzept auch geeignet, mit minimalem Aufwand zu einer Fussgängerzone weiterentwickelt zu werden.



Beschrieb Boulevard

Die Gestaltung bezieht die gesamte Strassenraumbreite zwischen den Häusern ein, wobei die bestehenden Plätze berücksichtigt werden. Sämtliche Bodenbeläge werden in pflegeleichtem Asphalt gehalten. Die Einfassungen dieser Bereiche erfolgen in Granit. Der ganze Strassenraum erscheint so als homogene Fläche ohne Absätze. Dabei werden die Flächen jeweils mit leichtem durchgehendem Gefälle in die Achse geneigt. Dort wird das Oberflächenwasser gefasst und abgeleitet. Das Projekt lehnt sich an die bestehende Strassenkonstruktion an und ist deshalb eine einfache und kostengünstige Konzeption.

Die mittlere durchgehende Verkehrsfläche ist auf das Kreuzen zweier Personenfahrzeuge ausgelegt und weist immer mindestens fünf Meter auf. Beim Kreuzen zweier Lastwagen oder Busse kann der seitlich alternierend vorhandene, freie Bereich mitbenutzt werden, da die Fahrbahn zur Seite nicht durch Hindernisse begrenzt wird. Wo dieser bis zu zwei Meter breite Bereich nicht für das Kreuzen benötigt wird, sind Parkplätze angeordnet.



stadt kreuzlingen _ neugestaltung hauptstrasse in kreuzlingen _ schemaschnitt m 1:200

Bus

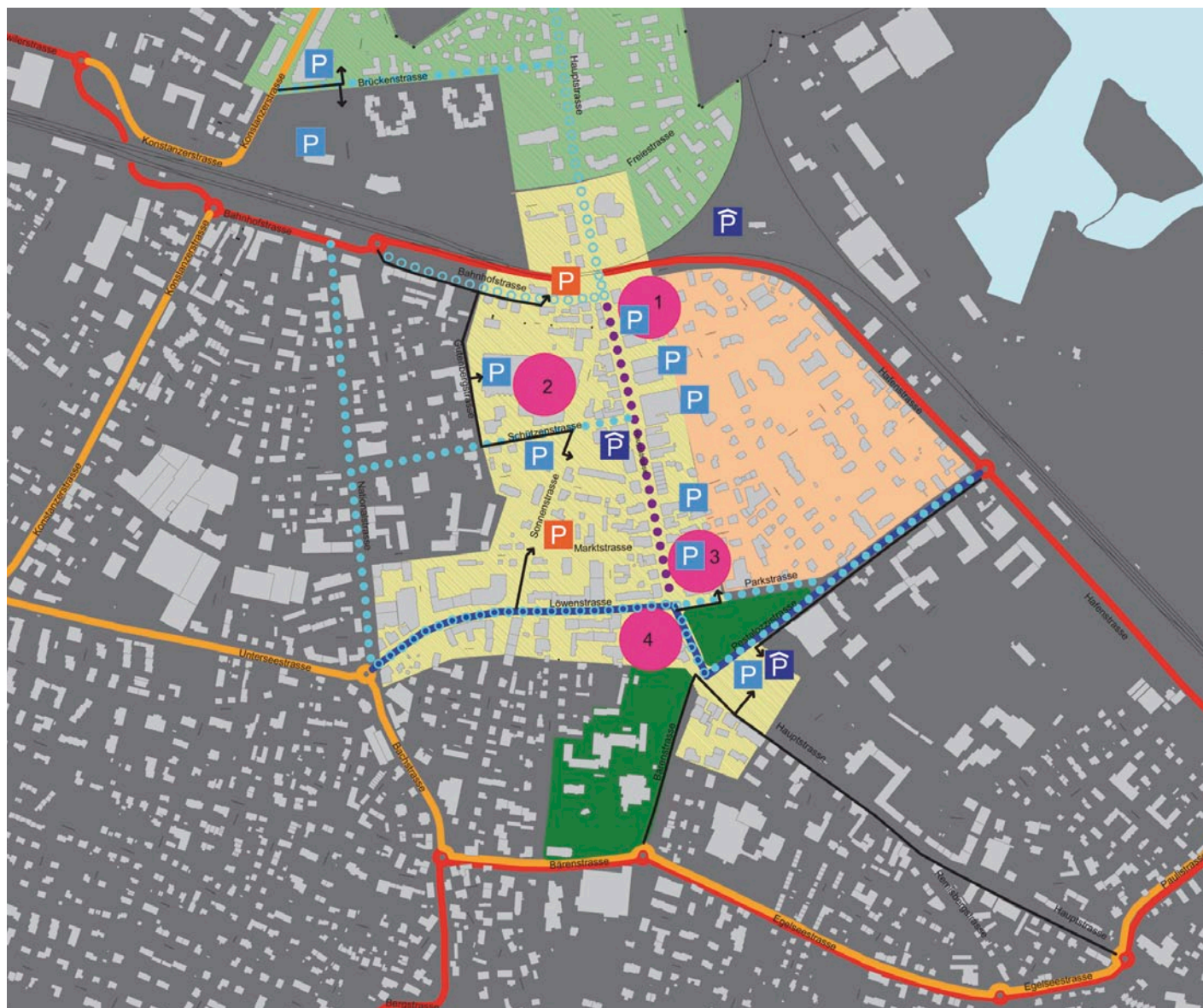
Die heutige Busführung (Buslinien 901, 903, 908) in der Hauptstrasse wird unverändert beibehalten. Die Bushaltestelle wird ungefähr an heutiger Lage als gegenüberliegende Fahrbahnhaltestelle konzipiert. Ein Wetterschutz und eine Haltekante sind vorgesehen.



Auch in der Begegnungszone können sich ein Bus und ein Lastwagen kreuzen.

Parkierung

Neu werden rund 90 zusätzliche Parkplätze (blaue Zone bis 1.5 Stunden und Langzeitparkplätze) in unmittelbarer Nähe der Hauptstrasse geschaffen. Zwischen Löwen- und Helvetiaplatz werden zirka 45 Kurzzeitparkplätze (heute zirka 65) angeboten, mit einer Parkdauer von 30 bis 45 Minuten. Das heisst, es werden im Kreuzlinger Zentrum zusätzlich etwa 70 Parkplätze für die Kunden zur Verfügung stehen. Durch die vorgesehene Verkürzung der Parkierungszeit in der Hauptstrasse erhöht sich der Umschlag, weshalb eher Parkplätze frei werden. Die Parkplätze in der Hauptstrasse werden jeweils wechselseitig so angeordnet, dass sich der Fussgänger weitgehend frei von einer Seite zur andern bewegen kann. Die Felder sind einzeln markiert, damit es keinen Stellplatzverlust infolge ungenauen Parkierens mehr gibt. Für Behinderte werden Parkplätze mit längerer Verweildauer reserviert.



Neu werden insgesamt 70 zusätzliche Parkplätze (beim Helvetiaplatz und der Marktstrasse) für Kundinnen und Kunden im Kreuzlinger Zentrum zur Verfügung stehen.

Legende

- Zentrumsraum
- Zentrumsraum 2.Etappe
- Grünflächen im Zentrum
- Zone mit flankierende Massnahmen
(Massnahmen zum Schutz vor Durchgangsverkehr)
- Begegnungszone Neu
- Tempo 30 bestehend
- Tempo 30 Neu
- Zentrumserschliessung
(innerer Ring: kein Durchgangsverkehr)
- Rückgrat der Zentrumserschliessung
(mittlerer Ring: kleiner Durchgangsverkehr)
- Umfahrung Zentrum
(äusserer Ring: grosser Durchgangsverkehr)
- bestehender Parkplatz/Parkhaus
- Ersatz Parkplatz für wegfallende PP in der Hauptstrasse - Nur temporär (bei Neubau Parkhaus aufzuhebender Parkplatz)
- Standort für mögliches neues Parkhaus
- Zufahrt Parkhaus
- Entwicklungspunkte
 1. Alte Molli
 2. Karussell
 3. Migros
 4. Löwen

Begrünung

Die bestehenden Bäume werden umplatziert und durch geeignete hochstämmige «Boulevard»-Bäume ersetzt. Weil die jetzigen Baumstandorte nicht in das geänderte Raumkonzept integriert werden können, werden die gesunden Bäume an andere Orte im Stadtgebiet verpflanzt. Zudem verfügen die heutigen Hauptstrassen-Bäume teilweise über eine äusserst kleine Baumgrube und können sich nicht richtig entfalten. Eine einheitliche Bepflanzung mit einer speziellen Baumart, die auch für den Verkehrsbereich geeignet ist, verleiht der Hauptstrasse eine neue und eigene Identität. Die gute Verträglichkeit des Stadtklimas und die Resistenz gegen Schädlinge und Krankheiten sind bei der Wahl der Baumart entscheidende Faktoren. Neue, ausreichend grosse Wurzelräume unterstützen das Gedeihen der Bäume.



Beleuchtung

Die Beleuchtung der «Boulevard»-Bereiche wird geprägt durch dekorative Stadtleuchten mit einer Lichtpunkthöhe von zirka 4.50 Meter. Lichtemissionen nach oben werden durch eine geeignete Leuchtauswahl vermieden. Damit soll unnötiger «Lichtsmog» verhindert werden. Dank dieser tiefen Anordnung sowie der Wahl von Leuchtmitteln mit einer warmweissen Lichtfarbe wird die Hauptstrasse einen «wohnlichen» und warmen Charakter erhalten. Mit Hilfe einer ergänzenden Lichtführung im Bereich der Entwässerung in der Raummitte, auf Fahrbahn- beziehungsweise Flanierniveau, wird die Begegnungszone optisch akzentuiert. Diese punktuellen Leuchten sind regulierbar, um in den Nachtstunden, wenn die Verkehrsflächen mehrheitlich frei sind, optisch Hindernisse zu simulieren.



Der vergrösserte «Central»-Platz zeichnet sich durch eine Freifläche aus, die Raum bietet für wechselnde Aktivitäten. Im Gegensatz zu den niedrigen Stadtleuchten im Boulevard-Bereich wird hier eine Beleuchtung mit einer hohen Lichtpunkthöhe gewählt. Diese werfen gezielte Lichtkegel auf den Boden und beleuchten so den Platz. Es werden – analog zum neuen Bahnhofplatz – hohe Masten mit Verbindungsseilen eingesetzt. Gleichzeitig bieten die Lichtmasten den geeigneten Ort zur Anbringung einer festlichen Beflaggung. Die gleichen Installationen sind auch bei den beiden Eingangsportalen am Helvetiaplatz und Löwenplatz vorgesehen. Damit erhält der öffentliche Raum im Zentrum ein einheitliches, identitätstiftendes Gestaltungselement.

Auf diese Weise gliedert sich die Beleuchtung in das architektonische Raum- und Nutzungskonzept der Begegnungszone ein. Durch den bewussten Einsatz von wechselnden Lichtpunkthöhen und unterschiedlicher Arten der Lichtführung in den Boulevard- und Platzbereichen werden die entsprechenden Nutzungen, räumlichen Abfolgen und unterschiedlichen Atmosphären differenziert betont.

Für die Adventsbeleuchtung wird ein zur neuen Gestaltung passendes Konzept erarbeitet werden. Ein entsprechender Betrag von CHF 140'000 für die Beschaffung neuer festlicher Beleuchtungselemente wurde in die Gesamtkosten bereits eingerechnet.

Diverse Details, die mit einem grösseren Planungsaufwand verbunden sind, erfolgen nach Massgabe des vorliegenden Masterplanes erst im öffentlich aufzulegenden Ausführungsprojekt zur Neugestaltung der Hauptstrasse. Das sind zum Beispiel die genaue Platzierung und Anzahl der Bäume, Leuchten, Bänke, Veloständer, Wasserspiele, Informationstafeln etc.

6. Kosten

Baukosten

Die Baukosten setzen sich wie folgt zusammen:

1. Projektierung und Planung	CHF	230'000.–
2. Strassenbaukosten	CHF	1'490'000.–
3. Nebenarbeiten für Realisierung (Provisorien)	CHF	13'000.–
4. Begrünung / Möblierung	CHF	725'000.–
5. Beleuchtung / Signalisation / Markierung	CHF	800'000.–
6. Diverses (Botschaft Volksabstimmung, Visualisierungen etc.)	CHF	40'000.–
7. Nebenkosten (Vermessungskosten, Anpassungsarbeiten zu angrenzenden Liegenschaften etc.)	CHF	105'000.–
8. Unvorhergesehenes	CHF	175'000.–
Total	CHF	3'578'000.–
Mehrwertsteuer 7.6 %	CHF	272'000.–

Gesamtkosten inkl. 7.6% MWST

CHF 3'850'000.–

(Baukostenindex Stand November 2008)

Folgekosten

Unmittelbar aus den Investitionen ergeben sich die Kapitalkosten (Abschreibung und Verzinsung). Diese präsentieren sich wie folgt:

Basis der Abschreibungen

Brutto Erstellungswert	CHF	3'850'000.–
./. Vorfinanzierung der Stadt	- CHF	800'000.–
./. Entschädigung des Kantons für Übernahme des Strassenstückes (November 1998)	- CHF	310'000.–
Netto Erstellungswert	CHF	2'740'000.–

Abschreibung pro Jahr

4% linear, 25 Jahre	CHF	109'600.–
---------------------	-----	-----------

Basis der Verzinsungen

Brutto-Erstellungswert abzüglich Entschädigung Kanton	CHF	3'540'000.–
---	-----	-------------

Zinsaufwand pro Jahr

4% vom halben Betrag im Durchschnitt während 25 Jahren	CHF	70'800.–
--	-----	----------

Total Abschreibungen und Zinsaufwand	CHF	180'400.–
---	------------	------------------

Kosten für den betrieblichen Unterhalt der Hauptstrasse fallen bereits heute an und werden sich nur unwesentlich verändern. Kosten für den baulichen Unterhalt der Neugestaltung fallen in den ersten zehn Jahren praktisch keine an.

7. Weiteres Vorgehen

Die Planaufgabe für die Umgestaltung der Strasse erfolgt nach der Genehmigung des Kredites durch das Volk in der Abstimmung vom 17. Mai 2009. Für die Ausarbeitung des Auflage- und Ausführungsprojektes wird eine Baukommission gebildet, in der alle relevanten Interessensgruppen vertreten sind. Der definitive Baubeginn hängt von allfälligen Einsprachen ab. Ziel ist es, mit den Bauarbeiten Anfang 2010 zu beginnen. Die Bauzeit beträgt zirka ein Jahr. Die neu gestaltete Hauptstrasse soll 2011 mit einem Stadtfest eröffnet werden.

8. Antrag

Sehr geehrte Stimmbürgerinnen und Stimmbürger
Der Stadt- und Gemeinderat beantragen ihnen, dem Kreditbegehren
von CHF 3'850'000.– für die Neugestaltung der Hauptstrasse
zwischen Helvetiaplatz und Löwenplatz zuzustimmen.

Stadt Kreuzlingen

Hauptstrasse 62

8280 Kreuzlingen

Tel. 071 677 61 11

stadt@kreuzlingen.ch

www.kreuzlingen.ch

Stadt Kreuzlingen / Boulevard / Hilfsblatt Befragung Gewerbebetriebe

(am einfachsten ist ankreuzen)

	Sachverhalt	Febr. 2018	März 2018	April 2018
A	Gegenüber dem gleichen Monat im Vorjahr (2017) hat/ist der Umsatz: abgenommen zugenommen gleich geblieben			
B	Branchentypisch hat/ist der Umsatz gegenüber dem Vorjahr (2017) in der Schweiz eher abgenommen zugenommen gleich geblieben			
C	Wie beurteilen Ihre Kunden die neue Verkehrsführung mehrheitlich? negativ positiv neutral, ohne Meinung			
D	Hat sich seit Inbetriebnahme der neuen Verkehrsführung etwas an Ihrer Kundenstruktur geändert? nein ja			