

Befragung von Anwohnern, Geschäftsleuten und Eigentümern in der Friedrich-Ebert-Straße zum Thema "Belebung und Neugestaltung der Friedrich-Ebert-Straße"

Vom 12.-15. August 2008 wurden ca. 1.000 Fragebögen verteilt, der Rücklauf wurde am 15. September 2008 abgeschlossen. Grundlage der Auswertung: 155 Fragebögen aus allen drei befragten Zielgruppen (dies entspricht einem Rücklauf von 16%). Antworten von 46 Anwohnern gingen ein, von 40 Geschäftsleuten und von 69 Hauseigentümern. 91 Antwortkärtchen wurden zurückgeschickt (91 möchten informiert werden und 41 an Treffen teilnehmen), 14 Besucher informierten sich auf der Homepage über Hintergründe der Befragung. Die Befragung verfügt über eine solide Auswertungsbasis. Als repräsentativ kann sie nicht betrachtet werden, es sind aber klare Trends erkennbar. Ein hoher Erkenntniswert liegt in den vielen Details, die durch insgesamt 700 Antworten auf die offenen Fragen erfolgten

Zusammenfassung der Befragungsergebnisse

1. Zum Profil der Befragungsteilnehmer

42% aller Befragungsteilnehmer kommen aus dem Straßenabschnitt Ständeplatz bis Annastraße, 58% aus dem Abschnitt Annastraße bis Stadthalle. 61% unter den Anwohnern sind weiblich, 39% männlich. Alle Altersgruppen bei den Anwohnern sind relativ gleichmäßig vertreten - zwischen 21 Jahren und über 70. 34% der Anwohner wohnen in Single-Haushalten, 36% in einem 2-Personen-Haushalt. 37% unter den Anwohner besitzen keinen Pkw, 49% verfügen über einen Pkw, der Rest über zwei. 37% der an der Befragung beteiligten Geschäftsleute wohnen auch in der Friedrich-Ebert-Straße - gleiches gilt mit 35% auch für die Gruppe der Hauseigentümer. Insgesamt kommen 56 von 69 befragten Eigentümern aus Kassel und Umgebung. 88% der Eigentümer verfügen über ein Gebäude in der Straße, der Rest über mehr.

2.1 Stärken-Schwächen-Profil

Bei dieser offenen Frage ergibt sich sowohl bei Stärken wie bei Schwächen der Straße ein breit gestreutes Antwortprofil. Hinsichtlich der Stärken wird vor allem auf die Vielfalt des Einzelhandels, das angenehme Flair der Straße und des Wohngebietes, die in Teilen historische Gestalt (Gründerzeitatmosphäre) und die hohe Lebensqualität abgehoben. Letztere begründet sich auch in der Vielzahl von Cafés, Gaststätten und Restaurants. Die guten Verkehrsverbindungen werden ebenso hervorgehoben, wie die Erreichbarkeit der Ziele in der Straße zu Fuß.

Seitens der Schwächen werden der unattraktive Zustand der Straße, das hohe Verkehrsaufkommen und hoher Leerstand und Fluktuation bei Geschäftsräumen genannt. In Teilen der Straße werden Bäume vermisst, vor allem aber auch Radfahrmöglichkeiten. Weitere verkehrliche Defizite beziehen sich auf fehlende Querungsmöglichkeiten der Fahrbahn, auf den schlechten Zustand der Gehwege und die unbefriedigende Parkplatzsituation. Ein spezieller Antwortkomplex widmet sich dem Lärm in der Straße mit vielfältigen Ursachen: Straßenlärm, Lärm aus Gaststätten und von der im öffentlichen Raum sich aufhaltenden Trinkerszene.

Konsequenter Weise beziehen sich Dinge, die als veränderungswürdig betrachtet werden, auf die Abstellung der unter "Schwächen" genannten Sachverhalte. Zum Teil wird hier aber auch schon auf konkretere Veränderungsmaßnahmen Bezug genommen: z.B. auf einen

neuen Lebensmittelmarkt in der Samuel-Beckett-Anlage oder die Abschaffung des Leerstandes in den Häusern 86-90.

2.2 Erste Beurteilung konkreter Situationen in der Straße

Insgesamt herrscht die Meinung vor, dass es in der Straße zu wenig Parkplätze gibt (55%). Dies sagen insbesondere die Geschäftsleute und die Hauseigentümer (63% und 65%), während nur 29% der Anwohner dieser Meinung sind - unter diesen sind 66% der Ansicht, der Parkraum reiche aus. Dies verwundert deshalb nicht, weil allein 37% der Anwohner nicht über einen Pkw verfügen. Etwa die Hälfte aller Befragten hat "eigentlich immer" oder "öfter" Probleme beim Überqueren der Straße. Dies gilt vor allem für die Anwohner (zu fast drei Vierteln), weniger ausgeprägt für Hauseigentümer (44%) und Geschäftsleute (43%). Hier muss man bedenken, dass ein Großteil der Geschäftsleute und Hauseigentümer nicht in der Straße wohnen - so dass ein Querungsbedarf im Alltag ggf. seltener vorkommt als bei Anwohnern. Weibliche Anwohner haben mehr Probleme mit der Überquerung (78%) als männliche (59%). Dies könnte auf einen höheren Altersschnitt bei Frauen hindeuten, aber auch auf spezifische Erfahrungen bei jüngeren Frauen (Kinderwagen).

Bei der Bewertung von fünf vorgegebenen Maßnahmen zur besseren Gestaltung der Straße entscheiden sich nur 15 Befragungsteilnehmer gegen eine Beantwortung, die überwiegende Mehrheit (140) wünscht sich zumindest eine dieser Maßnahmen. Oft werden Kombinationen angegeben (im Durchschnitt drei). Dabei stellt sich heraus, dass "mehr Bänke", "mehr begrünte Flächen", "mehr Bäume" und "mehr Pflanzkübel" die "Hitliste" der gewünschten Veränderungen anführen (mit jeweils 20-22%). "Mehr kleine Plätze" werden zwar auch häufig gewünscht (17%), hier scheint jedoch eine etwas skeptischere Haltung zu bestehen. Der Grund könnte entweder darin gesehen werden, dass man sich nur schwer vorstellen kann, dass der vorhandene Raum eine solche Maßnahme ermöglicht, ggf. könnte aber auch die Befürchtung eine Rolle spielen, dass solche Plätze der Trinkerszene als Aufenthaltsfläche dienen könnten.

2.3 Das Image der Straße

Die Befragungsteilnehmer wurden gebeten ihr eigenes persönliches Image der Straße anhand von Schulnoten zwischen 1 und 6 anzugeben, aber auch das vermutete Image, das die Straße bei anderen Zielgruppen besitzt. Grundsätzlich gilt: Das Image der Straße ist demnach bei den Befragten ein überwiegend schlechtes - es liegt im Durchschnitt bei einer "Drei minus", was bedeutet, dass relativ häufig auch eine Vier, jedoch auch Fünfen und Sechsen vergeben werden. Dies gilt trotz der eingangs erwähnten vielfältigen Benennung der Stärken der Straße - die Schwächen scheinen in der Bewertung und dem Bild, das man sich von der Straße macht, zu überwiegen.

Es muss - nicht nur anhand dieser Frage - darauf hingewiesen werden, dass wir es mit einer besonderen Auswahl von Befragungsteilnehmern zu tun haben. An der Befragung haben sich sicherlich vor allem die beteiligt, die einen besonders großen Problemdruck verspüren, und denen Veränderungen / Verbesserungen der Situation als wünschenswert gelten. Das trifft generell für alle drei Gruppen zu.

Beim eigenen persönlichen Image, aber auch beim vermuteten Fremdimage bei "Bewohnern", "Geschäftsleuten" und "Kasseler Bürgern allgemein" belegt der Kreis der Geschäftsleute den jeweils negativsten Imagewert unter allen drei Gruppen - dabei rangiert das persönliche Image auf dem schlechtesten Platz. Die Anwohner verhalten sich weniger skeptisch, aber unter den insgesamt schlechten Imagewerten sind die Hauseigentümer noch am Positivsten eingestellt. Sie glauben z.B. auch, dass die Bewohner insgesamt das beste Bild von der Straße haben (Note 3,1), auch wenn ihr persönlicher Imagewert nur bei 3,4 liegt.

3. Konkrete Situationsbeurteilung

Gefragt wird u. a. nach der Zufriedenheit mit der Versorgung im Lebensmitteleinzelhandel. Die Zahl der in der Straße vorhandenen Lebensmittelmärkte wird insgesamt gesplittet beurteilt, wenngleich eine leichte Mehrheit zum "sehr schlecht" oder "eher schlecht" tendiert. Seitens der Anwohner wird die Zahl der Märkte überraschender Weise sogar mehrheitlich positiv betrachtet. Nun wissen wir, dass objektiv gesehen die Verkaufsfläche der Märkte im Verlauf der Straße weit unter dem in Kassel und bundesweit üblichen Durchschnitt liegt - Fachleute gehen in den Wohnquartieren entlang der Friedrich-Ebert-Straße von einer deutlichen Unterversorgung aus. Die Gründe dafür, dass sich diese objektiv vorhandene Situation nur ansatzweise in der Beurteilung der Ortsansässigen niederschlägt, hat möglicherweise mit deren Einkaufserfahrung und -verhalten zu tun. Wir erfahren weiter unten, dass nur noch gut die Hälfte der Anwohner in der Straße ihre Haupteinkäufe tätigen. Der Rest empfindet die Zahl der vorhandenen Märkte vielleicht als ausreichend - für sog. "Ergänzungskäufe" und den gelegentlichen Einkauf. Für diesen Zweck reicht der nächstgelegene Lebensmittelmarkt am Bebelplatz, an der Westendstraße oder an der Haltestelle Karthäuserstraße ggf. aus. Die Geschäftsleute im Übrigen teilen mehrheitlich nicht die Meinung der Anwohner. Sie sehen zu 70% die Zahl der Märkte in der Straße negativ. Vielleicht ist ihre Meinung eher durch eine fachliche Beurteilung der Situation geprägt, als durch das eigene Einkaufsverhalten. Sie wissen, dass Lebensmittelmärkte kleine Magneten darstellen, die Käufer bzw. Passanten in die Straße ziehen.

Während sich bezüglich der Zahl der Märkte die Meinungen teilen, sieht man hinsichtlich der Verteilung der Märkte in der Straße ein größeres Problem - hier ist nur ein Viertel der Befragten relativ zufrieden. Fazit: Der objektiv vorhandene Mangel an Verkaufsfläche wird in erster Linie als Problem deren ungleichgewichtiger Verteilung entlang der Straße gesehen. Dass das eigene Empfinden aber auch der tatsächlichen Lage folgt zeigt das Ergebnis unter den Anwohnern zwischen Annastraße und Karl-Marx-Platz: Hier gibt es keinen Markt, infolgedessen drücken auch 90% der Anwohner ihre Unzufriedenheit damit aus.

Ähnlich wie bei der Zahl der Märkte halten sich bei der Sortimentsbeurteilung die Meinungen eher die Waage: Eine leichte Mehrheit ist mit der in den Lebensmittelmärkten angebotenen Sortimentsbreite eher zufrieden. Auch hier lohnt ein Blick auf die "objektiv" vorhandene Situation: Die Verkaufsfläche aller vier in der Straße noch vorhandenen Märkte ermöglicht nur ein eingeschränktes Sortimentsangebot, zumindest im Vergleich zu den in Kassel und anderswo entstandenen Markt-Neubauten.

Die Anzahl der Lebensmittelfachgeschäfte wird insgesamt als eher positiv gesehen, ihre Verteilung in der Straße eher negativ.

Die Friedrich-Ebert-Straße gilt als das Kasseler Zentrum für Gaststätten, Cafés und Restaurants. Deren Anzahl wird von den Befragten als absolut positiv betrachtet - mehr als 85% aller Befragten sind dieser Ansicht. Dies gilt trotz des Ergebnisses, dass die in der Straße Ansässigen diese gastronomischen Einrichtungen kaum nutzen, wie wir weiter unten sehen werden - zumindest sagt dies die Mehrzahl der befragten Anwohner.

Die Beschaffenheit der Straßenbeleuchtung betrachten die Befragungsteilnehmer offenbar überwiegend als positiv. An späterer Stelle im Fragebogen spricht sich die überwiegende Mehrheit jedoch auch für ein "interessantes Beleuchtungskonzept" aus (zu 81%) - vermeintlich ein Widerspruch. Vielleicht reift durch die Beantwortung der ersten Frage nach dem Zustand der Beleuchtung aber auch die Sensibilität für das Thema und der Wunsch nach Veränderung.

Ein ähnlicher Effekt zeigt sich bei der Frage nach der Breite der Fahrbahn. Fast 60% haben gegen die Breite nichts einzuwenden, empfinden sie als positiv. Anders sieht das Ergebnis aus, wenn man nach den Möglichkeiten der Fahrbahn-Querung fragt - dann antworten gut 63% mit "eher schlecht" oder "sehr schlecht". Infolgedessen spricht sich weiter unten im Fragebogen auch die Mehrheit für eine Verringerung der Fahrbahnbreite aus. Auch hier bleibt die eigene "Adresse" in der Straße nicht ohne Einfluss: Zwischen Ständeplatz und Annastraße haben wir es mit einer sehr breiten Fahrbahn zu tun, im westlichen Abschnitt hingegen mit einem relativ geringen Straßenquerschnitt. Die Befragten zwischen Ständeplatz und Annastraße sprechen sich zu 60% für eine Verringerung der Fahrbahnbreite aus, die zwischen Annastraße und Stadthalle zu 46%.

Fast ausschließlich positive Bewertungen erfährt die Bedienung durch die öffentlichen Verkehrsmittel – nur knapp 5% betrachten sie als "eher schlecht".

Die Parksituation insgesamt wird eher negativ gesehen - nicht überraschend nach den bereits unter 2.2 dargestellten Ergebnissen.

Bei der Beurteilung der Lage der Containerstandorte verhalten sich die Befragten eher leidenschaftslos - knapp 54% betrachten sie als positiv. 15% "weiß nicht"-Antworten verstärken den Eindruck, dass man sich entweder nicht so sehr auskennt oder diesen Punkt nicht für sonderlich wichtig erachtet.

Eindeutig wird wiederum die Situation für Radfahrer bewertet. Fast 80% sehen diese als "eher schlecht" oder "schlecht" an.

3.1 Die Haltung gegenüber bestimmten Veränderungen

Über 80% sprechen sich für einen neuen Lebensmittelmarkt in der Samuel-Beckett-Anlage aus - ein eindeutiges Ergebnis. Ebenfalls über 80% plädieren für die Schaffung einer Ladengalerie in den seit langen Jahren leer stehenden Läden der drei Häuser 86-90. Bei der (offenen) Frage nach der Art der dort gewünschten Läden werden vorwiegend außergewöhnliche Nutzungen bevorzugt, die der Qualität der räumlichen Möglichkeiten und den Bedarfen in der Straße (entsprechend der Defizite) Rechnung tragen: U. a. "Jungdesignerläden", "Hippieklamottenläden", "Wochenmarkt", "Kunstgewerbe" und "türkische/arabische Lebensmittel". Auch wenn die beiden hier angesprochenen Objekte (Lebensmittelmarkt in der Samuel-Beckett-Anlage) und die Häuser 86-90 im westlichen Teil der langen Friedrich-Ebert-Straße angesiedelt sind, werden diese Entwicklungsprojekte auch von den Bewohnern, Geschäftsleuten und Eigentümern im östlichen, City-nahen Bereich mehrheitlich befürwortet, obwohl jeweils etwa ein Viertel "weiß nicht"-Antworten hier deutlich macht, dass man über die Lage dieser Objekte oder ihre Wirkungspotenziale wenig weiß.

Entsprechend der Antworten auf die Eingangsfragen im Bogen (siehe 2.2) wird ein Alleincharakter der Straße durch Baumpflanzungen stark befürwortet (von 90% der Befragten).

Die Voten für die Verringerung der Fahrbahnbreite und für ein interessantes Beleuchtungskonzept wurden bereits dargestellt. Etliche Ideen und Beispiele für ein solches Beleuchtungskonzept werden von den Befragten benannt. Sie beziehen sich hinsichtlich der Gestalt von Lampen vorwiegend auf die Baulichkeit der umliegenden Quartiere, etwa: "passend zu den Häusern der Gründerzeit" oder "Straßenlaternen im altparisier Jugendstil". Interessante Vorschläge beziehen sich z. B. darauf, den Stil der Lampen der Gestalt des Straßenverlaufs anzupassen: der Innenstadt zugewandt moderner, nach Westen hin nostalgischer. Oder: "indirekte Beleuchtung", "Jugendstilhäuser könnten angeleuchtet werden". Gewünscht wird auch, dass neu errichtete Lampen auf den Fußwegen aufgestellt werden.

Große Mehrheiten richten sich auf "gleiche Öffnungszeiten" in den Geschäften der Straße, auf Maßnahmen zur "vorübergehenden Nutzung bei Leerstand" und auf "mehr Wirtschaftsgärten" in der Straße. Die Gruppe der Hauseigentümer tut sich bei den Mehrheiten hier besonders hervor, dies gilt zum Beispiel für die Angleichung der Öffnungszeiten, aber (überraschender Weise) auch bei der Befürwortung von mehr Wirtschaftsgärten. Offenbar herrscht in dieser Gruppe eine hohe Bereitschaft, Maßnahmen zu verwirklichen, die die Besucherfrequenz in der Straße erhöhen hilft, ggf. auch unter Zurückstellung möglicher Bedenken, die sich z. B. auf Konfliktsituationen innerhalb der eigenen Wohnungsmieterschaft gegenüber Lärmentwicklung durch benachbarte Wirtschaftsgärten beziehen könnte.

Deutliche Mehrheiten unter allen Befragten finden sich auch bezüglich "breiterer Gehwege", der Schaffung von "kleinen Aufenthaltsflächen" und "insgesamt mehr Platz für Fußgänger".

4. Einkaufsverhalten der Anwohner

Durchaus überraschende Erkenntnisse ergeben sich auf die Antworten zum Einkaufsverhalten der ortsansässigen Wohnbevölkerung. Es bestätigt sich allerdings die Vermutung, dass der über viele Jahre schleichend stattgefundene Rückzug des Lebensmitteleinzelhandels aus der Straße mittlerweile auch zu einem veränderten Einkaufsverhalten geführt hat. Nur noch eine knappe Mehrheit von 56% der Anwohner sagt, dass sie ihre Lebensmitteleinkäufe hauptsächlich in der Friedrich-Ebert-Straße vornimmt. Gefragt, warum nicht mehr vor Ort eingekauft wird, berichten die Betroffenen von "zu weiten Wegen" und "mangelnden Parkmöglichkeiten", davon, dass es dort "keine großen Einkaufsläden" gibt, von unzureichendem Sortimentsangebot, "zu wenig Auswahl" und mangelndem Frischeangebot. Bei vielen Anwohnern wird der Großeinkauf einmal pro Woche offenbar außerhalb der Wohnquartiere vorgenommen, mit dem Auto. Nur kleinere Dinge werden zu Fuß und in der Wohnungsumgebung gekauft (Ergänzungskäufe).

Ein nicht minder überraschendes und deutliches Ergebnis ergibt sich aus dem Besuchsverhalten der Anwohner bei den lokalen Gastronomen: Die Anwohner der Friedrich-Ebert-Straße sind keinesfalls "Stammgäste" in den vielen Kneipen, Cafés und Restaurants, soweit sich dies zumindest auf die Befragungsteilnehmer bezieht. Wenn dieses Ergebnis annähernd zuverlässig ist, finden nur bis zu einem Viertel der Anwohner einigermaßen regelmäßig ihren Weg in die benachbarten Gaststätten und Restaurants, nur gut ein Drittel in die Cafés. Wenn solche Besuche 3mal monatlich stattfinden, klingt dies eher nach "selten" und entspricht ungefähr dem Durchschnitt der Antworten der Anwohner. Die Gründe werden auch benannt: Entweder gefällt den Anwohnern der Stil der Lokalitäten nicht ("eher auf jüngeres Publikum ausgerichtet", "unangenehmes Publikum", mangelnde "Aufenthaltsqualität" etc.), oder es werden finanzielle Gründe genannt ("kein Geld", "kein Studentenpreinsniveau"). Es könnte durchaus sein, dass wir es hier mit dem Effekt zu tun haben, dass knapper werdende Budgets der Privathaushalte zum Sparverhalten führen, insbesondere bei Gaststättenbesuchen. Dass die Gaststätten trotzdem gut "laufen", läge dann an deren großem Einzugsbereich, der sich auf ganz Kassel und zum Teil die Region erstreckt, nicht aber am Besuch durch die benachbarte Wohnbevölkerung.

Wie steht es um die Frequentierung des sonstigen und ja vielfältig strukturierten Einzelhandels in der Straße durch die Anwohner? Auch hier erfahren wir eindeutige Erkenntnisse: Die am häufigsten besuchten Einzelhandelsbranchen in der Straße beziehen sich allesamt auf Warenkäufe des sog. täglichen Bedarfs. An der Spitze steht der Besuch von Bäckereien, Drogerien und Apotheken, von Bankfilialen, Eisdielen und Lebensmittelgeschäften. Auch die Buchhandlungen, Blumenläden und Kioske werden noch einigermaßen häufig benannt. Nahezu unbedeutend für die Bedürfnisse der Anwohner sind offenkundig Antiquitätenläden, Massagesalons, Schmuck- und Kunstgewerbeläden. Obwohl in einer Liste im Fragebogen enthalten, werden solche Branchen kaum genannt. Neben der Frage nach den am häufigs-

ten besuchten Branchen fragten wir auch nach dem Gegenteil: Branchen, die in der Straße nie, aber woanders besucht werden. Diese Antwortliste wird angeführt von "Bekleidung" und "Schuhen". Schuhläden gibt es in der Straße kaum, für Bekleidungsläden gilt dies nicht, sie sind eher zahlreich. Was die Anwohner nicht zu deren Besuch reizt, wird auch benannt, und bezieht sich auch auf andere Branchen: "Bessere Auswahl in der Innenstadt", "entspricht nicht meinen Bedürfnissen", "Angebot meist zu klein, zu teuer".

Selbst der vor Ort vorhandene Getränkehandel wird in vielen Fällen gemieden, offenbar zugunsten der Lebensmittelgroßmärkte in anderen Stadtbezirken, aus deren Getränkeabteilungen die oft schweren Kästen mit dem Auto abtransportiert werden. Für stadteinfremde Kunden sind die durchaus zahlreichen Design-Möbelläden der Straße offensichtlich attraktiv, für die "Einheimischen" wohl weniger. Dies gilt auch für den Computerladen um die Ecke, für den Musikhandel und für Reisebüros.

Die Frage nach in der Straße vermissten Branchen erhellt die Erkenntnisse über die Wünsche der Anwohner nur teilweise. Zwar finden sich hier Nennungen von Branchen, die eine gewisse Frequentierung im Fall der Existenz in der Straße realistisch erscheinen lassen. Dies bezieht sich zum Beispiel auf "verschwundene" oder ausgedünnte Branchen wie Metzger, Fischgeschäfte, Heimwerkerbedarf und Spielwaren. Das Problem insgesamt lösen diese Vorschläge wohl nicht. Das Problem scheint vielmehr darin zu liegen, dass für viele Anwohner der Einkauf vorwiegend über den Preis geht. Die Geschäfte in der Straße sind dabei die Verlierer - berechtigt oder auch unberechtigt. Hinzu kommt: Die "Magnetten" in der Straße sind verschwunden. Deren Verlust hat die Anwohner sich allmählich umorientieren lassen: Supermärkte und Einkaufsgalerien, selbst in der nicht gerade preisgünstigeren aber nahen Innenstadt, werden bevorzugt.

So ernüchternd und negativ diese Erkenntnisse sein mögen: Sie geben gleichzeitig Hinweise auf Veränderungsstrategien und mögliche Potenziale. Wenn der Runde Tisch alle Beteiligten zu vernetzten Kraftanstrengungen motivieren könnte, stünden folgende Handlungs-Notwendigkeiten auf der Agenda, durch die Erkenntnisse aus der Befragung: Die Einleitung einer Kampagne zur Förderung des Bewusstseins um den Erhalt der lokalen Ökonomie ("Der Einkauf um die Ecke stärkt die Lebensqualität im Quartier"). Die Qualität und Vielfalt der örtlichen Angebote gehört verstärkt an den Mann und an die Frau gebracht - dabei muss bei den potenziellen Kunden an die durchaus verbreitete Ablehnung des Besuchs von Ladenketten angeknüpft werden und an das Alleinstellungsmerkmal, das für die Straße gilt: die größte Ansammlung inhabergeführten Einzelhandels in Kassel. Daneben sagen uns die Ergebnisse der Befragung aber auch, dass Anstrengungen zur Erhöhung der Attraktivität der Verkaufsräume und ihres Umfelds zweifellos notwendig sind, um der "Modernität" der Einkaufstempel der Innenstadt zumindest ansatzweise Paroli bieten zu können. Erfolg versprechend können auch gemeinsame Werbe- und Vermarktungsstrategien sein, sowie Informationen über die Vielfalt des Angebots in der Straße. Etliche Angaben in den Antworten auf offene Fragen deuten darauf hin, dass hier durchaus Wissenslücken darüber bestehen, was die Straße für Anwohner eigentlich bereit hält.

5. Haltung der Geschäftsleute

Gerade Maßnahmen zur Kundenbindung, insbesondere auf der Basis gemeinsamer Verabredungen, werden von den Geschäftsleuten aber eher skeptisch betrachtet. Die Zustimmung zu solchen Maßnahmen bewegt sich entlang der 50%-Marke. Noch zurückhaltender sind die befragten Geschäftsleute bei gemeinsamen Maßnahmen zur Abstimmung der Öffnungszeiten - nur gut ein Drittel ist dazu bereit.

Eindeutig befürwortet werden hingegen gemeinsame Verabredungen zur Schaufenstergestaltung, Präsentation von Geschäftsauslagen und Werbekonzepten - die Zustimmung liegt

bei diesen Maßnahmen um die 70%. Veranstaltungen, Straßenfeste und verkaufsoffene Sonntage gehören zu weiteren Ideen, die die Geschäftsleute in der Befragung selbst vorschlagen.

6. Haltung der Hauseigentümer

Positiv überraschen die Angaben der Eigentümer, die sich an der Befragung beteiligt haben. Leer stehende Gewerberäume für temporäre Nutzungen zu vergeben, stößt auf eine Zustimmung von 88%. Gemeinsame Verabredungen mit anderen Eigentümern und Geschäftsleuten darüber, was die Straße braucht und darauf bei der Vermietung zu achten findet ebenso eine hohe Akzeptanz, bei 81% der Eigentümer. Selbst Anreize bei der Mietgestaltung bezüglich der Gewerberäume zu geben, finden drei Viertel der Eigentümer gut, ebenso, wie an der Schaffung einer Homepage mitzuwirken, die die Neuansiedlung von Geschäften in der Straße fördert.

Diese Ergebnisse sind Mut machend und entsprechen durchaus nicht den Erwartungen vor der Befragung, die speziell für die Gruppe der Eigentümer eine größere Beteiligungsskepsis vermuten ließen. Freilich ist anzunehmen, dass sich auch in dieser Befragungsgruppe nur diejenigen beteiligt haben, die dem Thema der Straßen-Revitalisierung gegenüber bereits aufgeschlossen sind. Dennoch sind 23% Beteiligung an der Befragung eine sehr gute Startbasis für die Einbeziehung der Gruppe der Eigentümer.

7. Aktivierungspotenzial

Abschließend wurden alle drei Zielgruppen gefragt, ob die Bereitschaft besteht, den Veränderungsprozess in der Friedrich-Ebert-Straße aktiv mitzugestalten. Nicht überraschend ist, dass nur eine starke Minderheit der Anwohner hierzu bereit ist (48%) - Umsetzung und Handlungsmöglichkeiten für diese "offene" Gruppe sind am schwierigsten zu bewerkstelligen. Deutlich jedoch die Zustimmung bei den Eigentümern (82%) und Geschäftsleuten (92%) zur Mitgestaltung. In diesen überschaubaren "geschlossenen" Gruppen erscheint eine Beteiligung durchaus praktikabel und könnte über eine erste Veranstaltung, ggf. auch über Arbeitskreis-Angebote eingeleitet werden.