Universität Bremen

Business Improvement Districts in Bremen

Ergebnisse der Begleitforschung

Ivo Mossig

unter Mitarbeit von:
Heike Schröder, Christian Kluck, Lars Schieber, Tobias Tkaczick, Matthias Scheibner und Angela Bartelt

Universität Bremen
Institut für Geographie

Institut für Geographie
Universität Bremen

Universität Bremen
Fachbereich Sozialwissenschaften
Institut für Geographie

Prof. Dr. Ivo Mossig
Bibliothekstraße 1
28359 Bremen

Tel.: 0421 / 218 67019
Fax: 0421 / 218 7183

E-Mail: mossig@uni-bremen.de

www.geographie.uni-bremen.de/

Bremen, Oktober 2011

Inhaltverzeichnis

Tabellenverzeichnis..... **4**
Abbildungsverzeichnis..... **8**
Kartenverzeichnis..... **14**

TEIL I: Forschungsstand, Ausgangssituation und Zielsetzung..... **15**

1 Einleitung und Zielsetzung..... **15**

2 Das Konzept der Business Improvement Districts..... **18**
2.1 Stand der internationalen Forschungen über Business Improvement Districts..... 18
2.2 Business Improvement Districts in Deutschland..... 36
2.3 Business Improvement Districts in Bremen..... 47
2.3.1 Das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor im Bremer Viertel..... 47
2.3.2 Das BID Ansgarikirchhof..... 49

TEIL II: Das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor..... **51**

3 Untersuchungsdesign..... **51**
3.1 Methodische Vorgehensweise zur Bestandsaufnahme..... 51
3.2 Methodische Vorgehensweise der Eigentümerbefragung..... 54
3.3 Methodische Vorgehensweise bei der Passantenbefragung und Frequenzzählung..... 59

4 Ergebnisse der empirischen Erhebungen..... **65**
4.1 Branchenmix, weitere Nutzungen und Erscheinungsbild der Gebäude..... 65
4.2 Das BID aus Sicht der Eigentümer: Ergebnisse der Eigentümerbefragung..... 73
4.2.1 Kenntnisstand und Akzeptanz des BID-Ansatzes..... 73
4.2.2 Meinungsbild zur speziellen Umsetzung des BID-Ansatzes im Bremer Viertel... 80
4.2.3 Attraktivität des Viertels aus Sicht der Eigentümer..... 114
4.3 Das BID aus Sicht der Passanten..... 120
4.3.1 Die Herkunft der befragten Passanten..... 120
4.3.2 Verkehrsmittelnutzung und Beurteilung der Erreichbarkeit..... 121
4.3.3 Besuchsgrund, Ankerbetriebe und Angebotslücken..... 127
4.3.4 Kopplungsverhalten der Passanten mit der Bremer Innenstadt..... 147
4.3.5 Attraktivität des BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor..... 151
4.3.6 Veranstaltungen und Events im Bremer Viertel..... 17

5 Zusammenfassung der Ergebnisse für das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor..... **177**

TEIL III: Das BID Ansgarikirchhof **186**

6 Methodische Vorgehensweise bei der Passantenbefragung **186**

7 Ergebnisse der empirischen Erhebungen – Das BID aus Sicht der Passanten **190**

7.1 Herkunft der befragten Passanten 190

7.2 Verkehrsmittelnutzung und Beurteilung der Erreichbarkeit 190

7.3 Besuchsgrund, Ankerbetriebe und Angebotslücken 196

7.4 Die Attraktivität des BID 208

8 Zusammenfassung der Ergebnisse für das BID Ansgarikirchhof **215**

TEIL IV: Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des BID-Ansatzes im Land Bremen **218**

Literatur **225**

Anhang **230**

Tabellenverzeichnis

Tab. 2.1: Merkmale der BID-Landesgesetze in Deutschland…….. 42

Tab. 2.2: Jährliche geplante Investitionen zur Realisierung der BID-Maßnahmen im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor…….. 48

Tab 2.3: Geplante Investitionen zur Realisierung der BID-Maßnahmen im BID Ansgarikirchhof……..…….. 50

Tab. 3.1: Übersicht der aufgenommenen Variablen im Rahmen der Bestandsaufnahme des BIDs Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor..…….. 53

Tab. 3.2: Zusammensetzung der Stichprobe bezüglich der Immobiliennutzung der befragten Eigentümer……..55

Tab. 3.3: Zusammensetzung der Stichprobe bezüglich der Interessensgruppe der befragten Eigentümer……..56

Tab. 3.4: Zusammensetzung der Stichprobe bezüglich des Standorts der Immobilie der befragten Eigentümer……..56

Tab. 3.5: Zusammensetzung der Stichprobe bezüglich der Mitgliedschaft in der Interessengemeinschaft Viertel e.V. der befragten Eigentümer…….. 57

Tab. 3.6: Zusammensetzung der Stichprobe bezüglich der Herkunft der befragten Eigentümer…….... 57

Tab. 3.7: Verteilung der Stichprobe auf die vier Befragungsstandorte…….. 60

Tab. 3.8: Zusammensetzung der Stichprobe nach dem Alter der befragten Personen, differenziert nach den Befragungsstandorten…….. 61

Tab. 3.9: Zusammensetzung der Stichprobe nach dem Geschlecht der befragten Personen, differenziert nach den Befragungsstandorten…….. 61

Tab. 3.10: Zusammensetzung der Stichprobe nach der Herkunft der befragten Personen, differenziert nach den Befragungsstandorten…..... 62

Tab. 3.11: Ergebnisse der Passantenzählung im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor an den vier Befragungsstandorten…….. 63

Tab. 3.12: Befragte Personen, die angaben, keine Geschäfte, Gastronomiebetriebe oder Kultureinrichtungen im Viertel aufgesucht zu haben (Durchgangspassanten)….. 63

Tab. 3.13: Relatives Kundenpotenzial der vier Befragungsstandorte an allen Besuchern des BIDs Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor…….... 64

Tab. 4.1: Befürworter und Gegner des BID-Ansatzes innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer……... 73

Tab. 4.2: Kenntnisstand über das BID-Konzept innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer……... 76

Tab. 4.3: Die wichtigsten Themen, die das Viertel derzeit betreffen innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer……..... 80
Tab. 4.4: Kenntnisstand über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer……..... 81
Tab. 4.5: Beurteilung über die Informationslage im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer…….... 83
Tab. 4.6: Wünsche über die Informationserhaltung innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer……..... 91
Tab. 4.7: Bekanntheit der durchgeführten Maßnahmen im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer……. 92
Tab. 4.8: Bekanntheit von Maßnahmen im BID differenziert nach Befürwortern und Gegnern des BID-Ansatzes innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer……..... 93
Tab. 4.9: Anteil der „Weiß nicht“-Antworten bei der Beurteilung von BID-Maßnahmen im Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor……. 93
Tab. 4.10: Beurteilung der BID-Maßnahmen anhand von Schulnoten innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer…….. 94
Tab. 4.11: Beurteilung der BID-Maßnahmen differenziert nach Befürwortern und Gegnern des BID-Ansatzes…… 95
Tab. 4.12: Beurteilung der BID-Maßnahmen differenziert nach der Mitgliedschaft in der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV)…… 95
Tab. 4.13: Beurteilung der BID-Maßnahmen differenziert nach der Immobiliennutzung…… 95
Tab. 4.14: Beurteilung der BID-Maßnahmen differenziert nach den Interessensgruppen….. 96
Tab. 4.15: Beurteilung der BID-Maßnahmen differenziert nach dem Standort der Immobilie…… 97
Tab. 4.16: Beurteilung der BID-Maßnahmen differenziert nach der Herkunft der Immobilieneigentümer……..... 97
Tab. 4.17: Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel anhand von Schulnoten innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer……..... 98
Tab. 4.18: Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel differenziert nach verschiedenen Merkmalen……..... 98
Tab. 4.19: Verteilung der Zustimmung zur Aussage „Das BID-Konzept ist für das Viertel ein geeigneter Ansatz zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit am Standort“ differenziert nach den Untersuchungskategorien…….. 103
Tab. 4.20: Verteilung der Zustimmung zur Aussage „Ein freiwilliger Zusammenschluss ist besser als der Zusammenschluss über das BID“ differenziert nach den Untersuchungskategorien……..... 105

Tab. 4.21: Verteilung der Zustimmung zur Aussage „Ohne das BID wären viele Aktivitäten im Viertel nicht mehr möglich“ differenziert nach den Untersuchungskategorien…….. 106

Tab. 4.22: Verteilung der Zustimmung zur Aussage „Ich finde es gut, dass durch das BID sogenannte „Trittbrettfahrer“ mit an den Kosten beteiligt werden“ differenziert nach den Untersuchungskategorien…….. 108

Tab. 4.23: Verteilung der Zustimmung zur Aussage „Weniger Einkommensstarke Personen werden aus dem Viertel verdrängt, weil die Mieten durch die zusätzliche Abgabe steigen“ differenziert nach den Untersuchungskategorien…….…. 109

Tab. 4.24: Verteilung der Zustimmung zur Aussage „Ob mit oder ohne BID – Der Bereich braucht ein professionelles Management“ differenziert nach den Untersuchungskategorien…… 110

Tab. 4.25: Verteilung der Zustimmung zur Aussage „Die Interessen der Immobilieneigentümer sind für einen Zusammenschluss in Form eines BIDs zu unterschiedlich“ differenziert nach den Untersuchungskategorien…….... 111

Tab. 4.26: Verteilung der Zustimmung zur Aussage „Der Zuschnitt des BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor ist zu groß“ differenziert nach den Untersuchungskategorien…….. 113

Tab. 4.27: Beurteilung der Erreichbarkeit des Viertels am Befragungstag durch die Passanten differenziert nach dem genutzten Verkehrsmittel…….… 126

Tab. 4.28: Beurteilung der Erreichbarkeit des Viertels am Befragungstag differenziert der Herkunft der befragten Passanten…… 126

Tab. 4.29: Kopplungsverhalten der Passanten im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor mit der Bremer Innenstadt……... 147

Tab. 4.30: Kopplungsverhalten der befragten Passanten im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor mit der Bremer Innenstadt differenziert nach dem Wohnort…… 148

Tab. 4.31: Kopplungsverhalten der befragten Passanten im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor mit der Bremer Innenstadt differenziert nach dem Befragungsstandort…… 148

Tab. 4.32: Spontane Assoziationen bezüglich der Umgebung des Befragungsstandorts…. 151

Tab. 4.33: Bewertung der Gesamtattraktivität der unmittelbaren Umgebung des Befragungsstandorts nach Schulnoten……... 153

Tab. 4.34: Empfehlungen der befragten Passanten zur Attraktivitätssteigerung der Umgebung des Befragungsstandorts…….. 168

Tab. 4.35: Die wichtigsten Veranstaltungen im Viertel aus Sicht der befragten Passanten…….. 171

Tab. 6.1: Zusammensetzung der Stichprobe im BID Ansgarikirchhof differenziert nach dem Alter der befragten Personen…… 187

Tab. 6.2: Zusammensetzung der Stichprobe im BID Ansgarikirchhof differenziert nach dem Geschlecht der befragten Personen…… 187

Tab. 6.3: Zusammensetzung der Stichprobe im BID Ansgarikirchhof differenziert nach der Herkunft der befragten Personen…… 188

Tab. 6.4: Ergebnisse der Passantenzählung im BID Ansgarikirchhof sowie im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor…… 189

Tab. 6.5: Geschätztes Kundenpotenzial des BIDs Ansgarikirchhof im Vergleich zum BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor…… 189

Tab. 7.1: Beurteilung der Erreichbarkeit des BIDs Ansgarikirchhof am Befragungstag durch die Passanten differenziert nach dem genutzten Verkehrsmittel…… 195

Tab. 7.2: Beurteilung der Erreichbarkeit des Ansgarikirchhofs am Befragungstag differenziert nach der Herkunft der befragten Passanten…… 195

Tab. 7.3: Spontane Assoziationen bezüglich der Umgebung des Befragungsstandorts am Ansgarikirchhof…… 208

Tab. 7.4: Bewertung der Gesamtattraktivität der unmittelbaren Umgebung des Befragungsstandorts am Ansgarikirchhof nach Schulnoten…… 209

Tab. 7.5: Empfehlungen zur Attraktivitätssteigerung des Ansgari Quartiers…… 214

Abbildungsverzeichnis

Abb. 2.1: Systematisierung der Phasen und einzelnen Schritte zur Errichtung eines Business Improvement Districts in Deutschland……. 22

Abb. 2.2: Business Improvement Districts in Deutschland 2011……... 37

Abb. 2.3: Durchgeführte Maßnahmen der Business Improvement Districts in Deutschland……... 44

Abb. 2.4: Investitionsvolumen der BIDs in Bremen, Hamburg, Hessen, Saarland und Schleswig-Holstein……... 46

Abb. 3.1: Ausschnitt aus der Datenbank der durchgeführten Bestandsaufnahme im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor 2011……... 52

Abb. 4.1: Befürworter und Gegner des BID-Ansatzes differenziert nach den Interessensgruppen der antwortenden Eigentümer……... 74

Abb. 4.2: Befürworter und Gegner des BID-Ansatzes differenziert nach der Mitgliedschaft in der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV) der antwortenden Eigentümer…… 75

Abb. 4.3: Kenntnisstand über die Grundidee des BID-Konzepts der antwortenden Eigentümer differenziert nach Befürwortern und Gegnern des BID-Ansatzes…... 76

Abb. 4.4: Kenntnisstand über die Grundidee des BID-Konzepts der antwortenden Eigentümer differenziert nach den Interessensgruppen…… 77

Abb. 4.5: Kenntnisstand über die Grundidee des BID-Konzepts der antwortenden Eigentümer differenziert nach der Mitgliedschaft in der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV)……... 78

Abb. 4.6: Kenntnisstand über die Grundidee des BID-Konzepts differenziert nach dem Standort der Immobilie der antwortenden Eigentümer……... 79

Abb. 4.7: Kenntnisstand über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor differenziert nach Befürworter und Gegner……... 82

Abb. 4.8: Beurteilung der Informationen über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor differenziert nach der Interessensgruppe der antwortenden Eigentümer……... 84

Abb. 4.9: Beurteilung der Informationen über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor differenziert nach dem Standort der Immobilie der antwortenden Eigentümer……... 85

Abb. 4.10: Beurteilung der Informationen über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor differenziert nach der Mitgliedschaft in der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV) der antwortenden Eigentümer……... 86

Abb. 4.11: Quellennutzung zur Informationserhaltung innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer……... 87

Abb. 4.12: Quellennutzung zur Informationserhaltung differenziert nach der Herkunft der antwortenden Eigentümer…… 88

Abb. 4.13: Quellennutzung zur Informationserhaltung differenziert nach der Immobiliennutzung der antwortenden Eigentümer…….. 89

Abb. 4.14: Quellennutzung zur Informationserhaltung differenziert nach der Mitgliedschaft in der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV) der antwortenden Eigentümer…… 90

Abb. 4.15: Bekanntheitsgrad verschiedener Maßnahmenkategorien im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümern…….. 92

Abb. 4.16: Beurteilung der BID-Maßnahmen anhand von Schulnoten innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer…….. 94

Abb. 4.17: Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel differenziert nach Befürwortern und Gegnern des BID-Ansatzes…… 99

Abb. 4.18: Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel differenziert nach der Mitgliedschaft in der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV)…….. 100

Abb. 4.19: Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel differenziert nach der Immobiliennutzung…….. 100

Abb. 4.20: Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel differenziert nach den Interessensgruppen…… 101

Abb. 4.21: Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel differenziert nach dem Standort der Immobilie……... 102

Abb. 4.22: Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel differenziert nach der Herkunft der Eigentümer…… 102

Abb. 4.23: Bewertung ausgewählter Aspekte zur Attraktivität der Umgebung der eigenen Immobilie differenziert nach Befürwortern und Gegnern des BIDs…… 114

Abb. 4.24: Bewertung ausgewählter Aspekte zur Attraktivität der Umgebung der eigenen Immobilie differenziert nach Nutzungsformen…… 115

Abb. 4.25: Bewertung ausgewählter Aspekte zur Attraktivität der Umgebung der eigenen Immobilie differenziert nach Interessensgruppen…….. 116

Abb. 4.26: Bewertung ausgewählter Aspekte zur Attraktivität der Umgebung der eigenen Immobilie differenziert nach dem Immobilienstandort…….. 117

Abb. 4.27: Bewertung ausgewählter Aspekte zur Attraktivität der Umgebung der eigenen Immobilie differenziert nach der Herkunft der Eigentümer…….. 118

Abb. 4.28: Verkehrsmittelnutzung der befragten Passanten am Befragungstag zur Erreichung des Viertels……... 121

Abb. 4.29: Genutzte Verkehrsmittel zur Erreichung des Viertels am Befragungstag differenziert nach Befragungsstandort…….. 122

Abb. 4.30: Genutzte Verkehrsmittel zur Erreichung des Viertels am Befragungstag differenziert nach der Herkunft der befragten Passanten…… 123

Abb. 4.31: Genutzte Verkehrsmittel zur Erreichung des Viertels am Befragungstag differenziert nach Altersklassen der befragten Passanten…….…… 124

Abb. 4.32: Beurteilung der Erreichbarkeit des Viertels am Befragungstag durch die Passanten……..…… 125

Abb. 4.33: Hauptzweck des Aufenthalts im Viertel am Befragungstag…….. 127

Abb. 4.34: Hauptzweck des Aufenthalts im Viertel am Befragungstag differenziert nach dem Befragungsstandort…… 128

Abb. 4.35: Hauptzweck des Aufenthalts im Viertel am Befragungstag differenziert nach Wochentag und Samstag……... 129

Abb. 4.36: Hauptzweck des Aufenthalts im Viertel am Befragungstag differenziert nach dem Wohnort (ohne Personen auf dem Weg nach Hause/von Zuhause)…… 130

Abb. 4.37: Hauptzweck des Aufenthalts im Viertel am Befragungstag differenziert nach Altersklassen…… 131

Abb. 4.38: Hauptzweck des Aufenthalts im Viertel am Befragungstag differenziert nach dem Geschlecht…… 132

Abb. 4.39: Anteil von Geschäften, Gastronomiebetrieben und kulturellen Einrichtungen an allen besuchten Zielen im Viertel (Anteilswerte ohne Durchgangspassanten, Anwohner etc.)…… 133

Abb. 4.40: Anteil verschiedener Geschäftstypen an allen besuchten Geschäften im Viertel…… 134

Abb. 4.41: Anteil verschiedener Lebensmittelgeschäfte an allen besuchten Lebensmittelgeschäften im Viertel…… 134

Abb. 4.42: Anteil von Eiscafés, Cafés, Bars/Restaurants und Imbissen an allen besuchten Gastronomiebetrieben im Viertel…….. 135

Abb. 4.43: Häufigkeit des Besuchs von Geschäften, Gastronomiebetrieben und kulturellen Einrichtungen im Viertel in Prozent…….. 136

Abb. 4.44: Besuchshäufigkeit von Geschäften im Viertel differenziert nach dem Befragungsstandort…… 137

Abb. 4.45: Besuchshäufigkeit von Geschäften im Viertel differenziert nach Wohnort…… 137

Abb. 4.46: Besuchshäufigkeit von Geschäften im Viertel differenziert nach Altersklassen… 138

Abb. 4.47: Besuchshäufigkeit von Gastronomiebetrieben im Viertel differenziert nach dem Befragungsstandort…… 139

Abb. 4.48: Besuchshäufigkeit von Gastronomiebetrieben im Viertel differenziert nach Altersgruppen…….. 139

Abb. 4.49: Besuchshäufigkeit von Gastronomiebetrieben im Viertel differenziert nach dem Geschlecht…….. 140

Abb. 4.50: Besuchshäufigkeit von kulturellen Einrichtungen im Viertel differenziert nach Befragungsstandort……. 141

Abb.4.51: Besuchshäufigkeit von kulturellen Einrichtungen im Viertel differenziert nach Altersgruppen…….. 142

Abb. 4.52: Besuchshäufigkeit von kulturellen Einrichtungen im Viertel differenziert nach Geschlecht…….. 142

Abb. 4.53: Angebotslücken im Viertel…… ….. 143

Abb. 4.54: Anteil verschiedener Geschäftstypen an den Angebotslücken im Einzelhandel……. 144

Abb. 4.55: Anteil verschiedener Gastronomietypen an den Angebotslücken in der Gastronomie im Viertel…….. 145

Abb. 4.56: Anteile der gewünschten Eigenschaften des Angebots im Viertel…….. 145

Abb. 4.57: Anteil der Koppler unter den befragten Passanten, die als Hauptzweck des Besuchs im Viertel einen Einkauf angaben, differenziert nach Wohnort, Befragungsstandort und Befragungstag…….. 149

Abb. 4.58: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung der Befragungsstandorte……... 154

Abb. 4.59: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Theater am Goetheplatz differenziert nach der Herkunft der befragten Passanten……... 156

Abb. 4.60: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Theater am Goetheplatz differenziert nach dem Geschlecht der befragten Passanten……... 157

Abb. 4.61: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Theater am Goetheplatz differenziert nach dem Alter der befragten Passanten……... 158

Abb. 4.62: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Ulrichsplatz differenziert nach der Herkunft der befragten Passanten……... 159

Abb. 4.63: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Ulrichsplatz differenziert nach dem Geschlecht der befragten Passanten……... 160

Abb. 4.64: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Ulrichsplatz differenziert nach dem Alter der befragten Passanten……... 161

Abb. 4.65: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Ziegenmarkt differenziert nach der Herkunft der befragten Passanten……... 162

Abb. 4.66: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Ziegenmarkt differenziert nach dem Geschlecht der befragten Passanten..... 163

Abb. 4.67: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Ziegenmarkt differenziert nach dem Alter der befragten Passanten..... 164

Abb. 4.68: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Werder-Imbiss differenziert nach der Herkunft der befragten Passanten..... 165

Abb. 4.69: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Werder-Imbiss differenziert nach dem Geschlecht der befragten Passanten..... 166

Abb. 4.70: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Werder-Imbiss differenziert nach dem Alter der befragten Passanten..... 167

Abb. 4.71: Anzahl genannter Veranstaltungen im Viertel, die den befragten Passanten spontan eingefallen sind..... 170

Abb. 4.72: Teilnahme in den letzten zwei Jahren der befragten Passanten an ausgewählten Veranstaltungen und Events im Viertel..... 172

Abb. 4.73: Teilnahme an Veranstaltungen im Viertel in den letzten zwei Jahren differenziert nach der Herkunft der befragten Personen..... 173

Abb. 4.74: Teilnahme an Veranstaltungen im Viertel in den letzten zwei Jahren differenziert nach dem Geschlecht der befragten Personen..... 174

Abb. 4.75: Teilnahme an Veranstaltungen im Viertel in den letzten zwei Jahren differenziert nach dem Alter der befragten Personen..... 175

Abb. 7.1: Verkehrsmittelnutzung der befragten Passanten am Befragungstag zur Erreichung des BIDs Ansgarikirchhof..... 191

Abb. 7.2: Genutzte Verkehrsmittel zur Erreichung des BIDs Ansgarikirchhof am Befragungstag differenziert nach der Herkunft der befragten Passanten..... 192

Abb. 7.3: Genutzte Verkehrsmittel zur Erreichung des BIDs Ansgarikirchhof am Befragungstag differenziert nach Altersklassen der befragten Passanten..... 193

Abb. 7.4: Genutzte Verkehrsmittel zur Erreichung des BIDs Ansgarikirchhof am Befragungstag differenziert nach dem Hauptgrund des Besuchs..... 193

Abb. 7.5: Beurteilung der Erreichbarkeit des BIDs Ansgarikirchhof am Befragungstag durch die Passanten..... 194

Abb. 7.6: Hauptzweck des Aufenthalts im Ansgari Quartier am Befragungstag..... 196

Abb. 7.7: Hauptzweck des Aufenthalts im Ansgari Quartier am Befragungstag differenziert nach Wochentag und Samstag..... 197

Abb. 7.8: Hauptzweck des Aufenthalts im Ansgari Quartier am Befragungstag differenziert nach Wohnort……. 197

Abb. 7.9: Hauptzweck des Aufenthalts im Ansgari Quartier am Befragungstag differenziert nach Altersgruppen…… 199

Abb. 7.10: Besuchte Ziele im BID Ansgarikirchhof und in der näheren Umgebung…… 200

Abb. 7.11: Anteil von Geschäften, Gastronomiebetrieben und sonstigen Einrichtungen an allen besuchten Zielen im BID Ansgarikirchhof (Anlieger des BIDs) und in der näheren Umgebung…… 201

Abb. 7.12: Anteil verschiedener Geschäftstypen an allen besuchten Geschäften im BID Ansgarikirchhof (Anlieger des BIDs) und in der näheren Umgebung…… 201

Abb. 7.13: Häufigkeit des Besuchs von Geschäften und Gastronomiebetrieben im Ansgari Quartier in Prozent…… 202

Abb. 7.14: Häufigkeit des Besuchs von Geschäften im Ansgari Quartier differenziert nach der Herkunft der befragten Personen…… 203

Abb. 7.15: Häufigkeit des Besuchs von Geschäften im Ansgari Quartier differenziert nach Altersgruppen…… 203

Abb. 7.16: Häufigkeit des Besuchs von Gastronomiebetrieben im Ansgari Quartier differenziert nach der Herkunft der befragten Personen…… 204

Abb. 7.17: Häufigkeit des Besuchs von Gastronomiebetrieben im Ansgarikirchhof differenziert nach Altersgruppen…… 205

Abb. 7.18: Angebotslücken im Ansgari Quartier…… 206

Abb. 7.19: Anteil verschiedener Geschäftstypen an den Angebotslücken im Einzelhandel im Ansgari Quartier…… 207

Abb. 7.20: Anteil verschiedener Gastronomietypen an den Angebotslücken in der Gastronomie im Ansgari Quartier…… 207

Abb. 7.21: Bewertung einzelner Aspekte bezüglich der Attraktivität des Ansgarikirchhofs…… 210

Abb. 7.22: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung des Ansgarikirchhofs differenziert nach der Herkunft der befragten Passanten…… 211

Abb. 7.23: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung des Ansgarikirchhofs differenziert nach dem Geschlecht der befragten Passanten…… 212

Abb. 7.24: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung des Ansgarikirchhofs differenziert nach dem Alter der befragten Passanten…… 213

Kartenverzeichnis

Karte 1: Gewerbliche Nutzung im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor……..67

Karte 2: Einzelhandelsbetriebe im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor……..68

Karte 3: Bekleidungsgeschäfte im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor……..69

Karte 4: Gastronomische Betriebe im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor……...70

Karte 5: Dienstleistungsbetriebe im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor……...71

Karte 6: Bewertung des Erscheinungsbildes im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor……... 72

Karte 7: Herkunft der befragten Passanten im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor ……. 120

Karte 8: Herkunft der Kunden im BID Ansgarikirchhof ……..…….. 190

TEIL I: Forschungsstand, Ausgangssituation und Zielsetzung

1 Einleitung und Zielsetzung

Seit 2005 kommen in Deutschland Business Improvement Districts (BIDs) als Instrument der Quartiersentwicklung zum Einsatz. Das erste entsprechende Landesgesetz trat in Hamburg in Kraft. Kurze Zeit später wurde auch in Bremen die BID-Idee umgesetzt. Die Grundlage dafür bildet das Bremische Gesetz zur Stärkung von Einzelhandels- und Dienstleistungszentren (BGSED) vom 18.07.2006. Kleine Änderungen wurden per Gesetz im Juni 2009 vorgenommen. Seitdem sind in Bremen zwei sogenannte Innovationsbereiche entstanden, wie die BIDs im Bremer Gesetzestext offiziell heißen. Auf der Grundlage des Ortsgesetzes zur Einrichtung des Innovationsbereichs Ansgarikirchhof vom 06. Oktober 2009 wurde für eine Geltungsdauer von 3 Jahren (bis zum 15. Oktober 2012) der Bereich des Ansgarikirchhofs zum BID erklärt. Ebenfalls per Ortsgesetz vom 06.Oktober 2009, aber mit einer fünfjährigen Laufzeit bis zum 15. Oktober 2014, wurde der Innovationsbereich Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor eingerichtet. Von Seiten der Deutschen Industrie und Handelskammer (DIHK) wurde dieser Innovationsbereich mit dem BID-Award 2010 (3. Platz) ausgezeichnet.

Die beiden Bremer BIDs unterscheiden sich nicht nur hinsichtlich ihrer Laufzeit, sondern können auch im Hinblick auf ihre weiteren Merkmale unterschiedlicher kaum sein. Das BID Ansgarikirchhof gilt mit acht Eigentümern als das kleinste BID in Deutschland. Demgegenüber ist der Innovationsbereich Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor mit 268 Eigentümern das größte BID in Deutschland. Entsprechend unterschiedlich fällt auch das jährliche Budget aus. Dem BID Ansgarikirchhof stehen in den drei Jahren rund 150.000 € zur Verfügung, während im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor das geplante Abgabenaufkommen während der fünfjährigen Laufzeit insgesamt 1,12 Millionen € beträgt. Nicht zuletzt unterscheiden sich wegen der Größe sowie aufgrund der Lage innerhalb der Stadt Bremen die Eigentümerstrukturen in den beiden Innovationsbereichen. Im Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor ist die Eigentümerstruktur wesentlich heterogener mit einem vergleichsweise hohen Anteil an Wohneigentümern. Heinze/ Tschentscher (2008, S. 30) haben frühzeitig darauf hingewiesen, dass Wohneigentümer häufig die in ihren Maßnahmen oftmals gewerblich ausgerichteten BIDs nicht mittragen wollen und entsprechend Widersprüche gegen die Abgabenbescheide erheben. Dementsprechend gab es auch im Innovationsbereich Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor bei der öffentlichen Auslegung eine vergleichsweise hohe Widerspruchsquote (19%). Gegen die Abgabenbescheide haben sogar 29% der Eigentümer Widerspruch eingelegt. Einige Eigentümer haben gegen die Abgabebescheide geklagt. In einem Fall wurde vor kurzem in zweiter Instanz vom Oberverwaltungsgericht Bremen zugunsten einer Klägerin entschieden, dass die Beschwerde gegen den Abgabenbescheid aufschiebende Wirkung hat (Weser-Kurier vom 19.04.2011).

Somit stellt sich für die beiden BIDs in Bremen eine sehr unterschiedliche Ausgangssituation dar. Am Ansgarikirchhof hat das letzte Jahr der dreijährigen BID-Laufzeit bereits begonnen. Der Aufgabenträger und die Immobilieneigentümer stehen nun vor der Aufgabe, die durchgeführten Maßnahmen zu bewerten und zu entscheiden, ob das BID Ansgarikirchhof verlängert wird. Das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor hingegen hat noch eine Laufzeit von fast drei Jahren vor sich. Dennoch wird in diesem Bereich bereits jetzt eine sehr kontroverse Debatte über das

Für und Wider des BID-Ansatzes als Maßnahme der Quartiersentwicklung geführt, die zum Teil auch öffentlich über die Medien ausgetragen wird (Weser-Kurier vom 16.06.2011, vom 09.08.2011, vom 02.09.2011 sowie vom 13.10.2011). Vor diesem Hintergrund steht für das Land Bremen die Frage im Raum, wie der BID-Ansatz aufbauend auf den bisherigen Erfahrungen sinnvoll weiterentwickelt werden kann und unter welchen Voraussetzungen es aussichtsreich erscheint, den Prozess der Einrichtung weiterer Innovationsbereiche zu begleiten. Eine wichtige Hilfestellung soll dabei die vorliegende Begleitstudie liefern, die von Seiten der Wirtschaftsförderung Bremen GmbH (WFB) Ende März beim Institut für Geographie der Universität Bremen in Auftrag gegeben wurde.

Die Begleitforschung zu den Business Improvement Districts in Bremen verfolgt die folgenden Zielsetzungen:

1. Ausführliche **Aufarbeitung des internationalen Forschungsstands über Business Improvement Districts** unter besonderer Berücksichtigung der BID-Initiativen in Deutschland. Damit wird das Ziel verfolgt, theoriegeleitet einen Bezugsrahmen herzustellen, denen die BID-Aktivitäten in Bremen gegenübergestellt werden können. Im nationalen und internationalen Kontext gewonnene Erkenntnisse über erfolgreiche und häufig angewendete Maßnahmen, über auftretende Schwierigkeiten und Kritikpunkte sowie Best-Practice-Beispiele können somit in die Betrachtung der BID-Aktivitäten in Bremen einfließen. Die Darstellung des Forschungsstands erfolgt in Kapitel 2.
2. Entwicklung geeigneter **Grundlagen und Methoden der Begleitforschung**. Bisher liegen vergleichsweise wenige Studien vor, in denen eine systematische Begleitforschung durchgeführt wurde (eine Ausnahme stellt z.B. die Arbeit von Dorenkamp/Schubert 2011 dar). Giese/Rack (2008) haben eine Fülle relevanter Indikatoren zur Erfolgskontrolle von BID-Aktivitäten genannt und sich kritisch mit den Möglichkeiten einer Erfolgskontrolle in BIDs auseinander gesetzt. Die in dieser Studie durchgeführten empirischen Erhebungen werden entsprechend der Beauftragung ausführlich dargelegt und erläutert (vgl. Kapitel 3 und Kapitel 6 sowie die entwickelten und verwendeten Fragebögen im Anhang).
3. **Bestandsaufnahme der Gebäudenutzung im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor**. Darauf aufbauend erfolgt die Darstellung des Branchenmix und weiterer Nutzungsformen (z.B. Wohnen) sowie die Erfassung und Analyse des Erscheinungsbilds für die zentralen Straßen des Innovationsbereichs in Form von Karten und einem interaktiven Geographischen Informationssystem. Damit wird das Ziel verfolgt, die Angebotsvielfalt und Nutzungsdurchmischung für die verschiedenen Bereiche des BIDs für den Zeitpunkt der Erhebung zu dokumentieren. Diese Ergebnisse der Bestandsaufnahme können zudem mit der Wahrnehmung der befragten Passanten und Immobilieneigentümer verglichen werden. Hiermit wird eine Planungsgrundlage geschaffen, welche dazu beiträgt, den Branchen- bzw. Nutzungsmix zu verbessern. Auch können diejenigen Bereiche innerhalb des BIDs identifiziert werden, in denen Aufwertungsmaßnahmen im Hinblick auf das äußere Erscheinungsbild besonders geboten zu sein scheinen. Mit der Bestandsaufnahme wird außerdem die Grundlage gelegt, um durch vergleichbare Kartierungen an einem späteren Zeitpunkt Veränderungen aufzuzeigen, die im Innovationsbereich stattgefunden haben. Dadurch könnte, eine zweite Erhebungsphase an einem späteren Zeitpunkt vorausgesetzt, die Frage bearbeitet werden, ob und wenn ja welche der durchgeführten BID-Maßnahmen eine sichtbare Wirkung erzielt haben. Neben den erläuterten Kartendarstellungen in Kapitel 4.1

liegt diesem Bericht zudem eine CD mit dem Geographischen Informationssystem bei, auf dem die aufgenommenen Informationen einschließlich der jeweiligen Gebäudefotos abrufbar sind.

4. **Repräsentative Passantenbefragungen im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor sowie im BID Ansgarikirchhof**. Das Ziel dieser mit über 1100 geführten Interviews im BID Ostertorsteinweg und rund 320 Interviews im BID Ansgarikirchhof sehr umfangreichen empirischen Datenerhebung besteht darin, ein umfassendes Meinungsbild vom jeweiligen Befragungsstandort aus Sicht der Besucher zu erhalten. Die differenzierte Auswertung dieser umfangreichen Datensätze ist insbesondere für die Aufgabenträger der BIDs relevant. Angebotslücken und Attraktivitätsmängel werden dadurch aufgezeigt und Verbesserungsvorschläge der Passanten können geprüft und gegebenenfalls umgesetzt werden. Zudem wird festgestellt, ob die Erreichbarkeit des Standorts mit den verschiedenen Verkehrsmitteln zufriedenstellend gewährleistet ist oder ob diesbezüglich Handlungsbedarf besteht. Auch im Hinblick auf einzelne BID-Maßnahmen sind die Befragungsergebnisse von Interesse. Beispielsweise kann überprüft werden, in welchem Umfang die Gestaltungskonzepte der BIDs und die Erreichung von mehr Sauberkeit zur Attraktivitätsverbesserung von den Passanten wahrgenommen werden. Sind den befragten Personen in den Quartieren die imageprägenden Events und Aktionen bekannt und an welcher Stelle besteht noch Handlungsbedarf.
   Für die Passantenbefragung in den beiden BIDs gilt analog zur Bestandsaufnahme, dass die Erhebung im Mai 2011 die Grundlage bildet, um im Rahmen von späteren Untersuchungen positive wie negative Veränderungen feststellen zu können, die mit den durchgeführten BID-Maßnahmen einher gehen. Die umfangreichen Ergebnisse der Passantenbefragung werden für das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor in Kapitel 4.3 sowie für das BID Ansgarikirchhof in Kapitel 7 dargestellt.

5. **Befragung der Immobilieneigentümer im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor**. Eine derart umfangreiche schriftliche Eigentümerbefragung wurde nach unserem Kenntnisstand im Rahmen der BID-Forschung in Deutschland bislang nicht durchgeführt. Gerade vor dem Hintergrund der kontroversen Debatte im Viertel wird das Ziel verfolgt herauszufinden, wie gut die Eigentümer sich über den BID-Ansatz im Allgemeinen und die Umsetzung im Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor informiert fühlen, welche Informationsquellen sie diesbezüglich nutzen, ob sie Befürworter oder Gegner des BID-Ansatzes sind, welche BID-Maßnahmen sie wahrnehmen und wie sie diese beurteilen. Zudem wird ein Meinungsbild der Eigentümer zu verschiedenen Aussagen, die mit den BID-Aktivitäten verbunden sind, erhoben. Die Ergebnisse der Eigentümerbefragung sind von zentraler Bedeutung, um die Durchführung der geplanten BID-Maßnahmen zu optimieren und die Aktivitäten besser als bislang zu kommunizieren. Die systematische Auszählung nach einzelnen Subgruppen soll dabei helfen, gängige Argumentationsmuster bestimmten Eigentümergruppen zuzuordnen und ins Verhältnis zu den anderen Gruppen zu setzen. Die Resultate der Eigentümerbefragung sind Gegenstand des Kapitels 4.2.

6. **Handlungsempfehlungen** zur Weiterentwicklung des BID-Gesetzes und der BID-Aktivitäten im Land Bremen. Die Ergebnisse werden zunächst für die beiden Innovationsbereiche zusammenfassend dargelegt (Kapitel 5 und Kapitel 7), um auf dieser Grundlage im letzten Teil des Berichts konkrete Handlungsempfehlungen auszusprechen.

2 Das Konzept der Business Improvement Districts

2.1 Stand der internationalen Forschungen über Business Improvement Districts

Das Konzept der Business Improvement Districts (BID) wurde erstmals in den 1960er Jahren in Bloor West Village, einem Stadtteil von Toronto in Kanada, angewendet. Nachdem es sich zunächst über Kanada verbreitete, entstand 1975 mit dem Downtown Development District in New Orleans der erste BID in den USA. Insbesondere seit den 1990er Jahren kam es dort zu einem regelrechten Boom an BID-Gründungen. Bis heute wurden in den USA über 1500 BIDs eingerichtet (Bloem 2008). Etwa seit der Jahrtausendwende verbreitet sich das Konzept der BIDs auch in Europa (Pütz 2008, S. 9f.). Trotz den länger zurück reichenden Wurzeln des Konzepts, hat die internationale Forschung erst Mitte der 1990er Jahre begonnen, sich gezielt mit dem Thema BID auseinanderzusetzen. Mittlerweile ist die Literaturlage umfangreich, wobei der größte Teil der Arbeiten aus den USA und Kanada stammt. Die Autoren kommen dabei aus verschiedenen Disziplinen, z.B. aus der Stadtplanung und Geographie, den Rechtswissenschaften, dem Management der öffentlichen Verwaltung oder den Politikwissenschaften (Binger 2010, S. 79 f). Unabhängig von der Herkunft und Fachdisziplin der Autoren lassen sich einige allgemeine Aussagen zur bestehenden Literatur treffen.

Zum einen dominieren Fallstudien mit nationalem oder lokalem Fokus, welche Beschreibungen des BID-Modells in unterschiedlichen Kontexten liefern (Pütz 2008, S. 14). Der größte Teil der Arbeiten beschäftigt sich dabei mit großen BIDs, die in zentralen Geschäftsbereichen liegen (Stokes 2007, S. 279). Ausführlichere empirische Untersuchungen von BIDs sind dagegen selten. Als erste umfassende empirische Untersuchung von BIDs ist die Arbeit von Mitchell aus dem Jahr 1999 anzusehen, in der die Strukturen, umgesetzten Maßnahmen und die Führung von BIDs in den USA untersucht wurden (Binger 2010, S. 82). Zum anderen ist ein starker Praxisbezug auffällig. So existieren eine Reihe von Handbüchern, die Ratschläge zur Implementierung von BIDs enthalten, z.B. im Hinblick auf Gründungsmodalitäten, optimale Finanzierungsmodelle oder effektive BID-Gebietsgrößen (Pütz 2008, S. 14 f.). Insgesamt fällt auf, dass der größte Teil der Arbeiten vorwiegend deskriptiven Charakter hat, was selbst für viele empirische Untersuchungen gilt. In einigen Fällen wird sich auf die Vorstellung bestehender BID-Initiativen oder der zugrunde liegenden Landesgesetze beschränkt (z.B. CIMA 2006; Prey/Vollmer 2009; Huber 2007).

Nachfolgend soll anhand von neun zentralen Themenfeldern ein Überblick über die Erkenntnisse bisheriger Forschung zu BIDs gegeben werden. Diese Themenfelder umfassen:

- Merkmale von Business Improvement Districts (2.1.1)
- Ursachen der Entstehung von Business Improvement Districts (2.1.2)
- Verbreitungsmechanismen von Business Improvement Districts (2.1.3)
- Errichtung eines Business Improvement Districts in der Praxis (2.1.4)
- Erfolgsfaktoren und Problemquellen von Business Improvement Districts (2.1.5)
- Innere Organisation von Business Improvement Districts (2.1.6)

- Maßnahmen in Business Improvement Districts (2.1.7)
- Wirkungen von Business Improvement Districts (2.1.8)
- Kritik am Konzept der Business Improvement Districts (2.1.9)

2.1.1 Merkmale von Business Improvement Districts

Als BID werden im Allgemeinen Gebiete bezeichnet, in denen Grundeigentümer oder Geschäftsinhaber gesetzlich verpflichtet sind, eine Abgabe für eine private Organisation zu leisten, die Programme zur Attraktivitätssteigerung des Gebietes durchführt. Bei den Gebieten handelt es sich um klar abgegrenzte territoriale Untereinheiten einer Stadt. BIDs stellen eine halb-öffentliche, halb-private Institution dar. Einerseits sind sie gesetzlich legitimiert und der Staat erhebt die obligatorischen Abgaben von den Grundeigentümern oder Gewerbetreibenden, die er dann an den BID-Träger weiterleitet. Andererseits stellen die Grundeigentümer oder Gewerbetreibenden die maßgeblichen Akteure in der Trägerorganisation des BIDs dar und bestimmen entsprechend ihrer ökonomischen Interessen die Tätigkeitsfelder. In einem BID stellt der Rückgriff auf staatliche Steuerungsoptionen ein Kernelement der privaten Selbstorganisation dar. In fast allen Staaten erfordert die Etablierung eines BIDs die Zustimmung eines Mindestanteils der betroffenen privaten Akteure sowie der lokalen Regierung. Nach Ablauf der in vielen Staaten befristeten Laufzeit eines BIDs bedarf es der erneuten Bestätigung (Pütz 2008, S. 7 f.; Heinze/Tschentscher 2008, S. 24; Briffault 1999, S. 368 f.; Prey/Vollmer 2009, S. 230; Mossig/Dorenkamp 2010, S. 13 f.).

2.1.2 Ursachen der Entstehung von Business Improvement Districts

Die Entstehung von BIDs in Nordamerika lässt sich aus einer Kombination mehrerer Faktoren erklären. Den Ausgangspunkt stellen die strukturellen Veränderungen amerikanischer Städte im letzten halben Jahrhundert dar. Das Wachstum des suburbanen und exurbanen Raums sowie die damit einhergehende Verbreitung großer Einkaufszentren außerhalb gewachsener Geschäftszentren haben vor allem in amerikanischen Innenstädten einen erheblichen Abwertungsdruck ausgelöst (Briffault 1999, S. 420; Binger 2010, S. 81). Daraus resultierten Maßnahmen zur Innenstadtrevitalisierung, welche in den 1960er und 1970er Jahren größtenteils durch staatliche Beihilfen finanziert und durch die Stadtplanungsämter entwickelt sowie organisiert wurden. Sie konzentrierten sich vor allem auf großmaßstäbige Entwicklungsprojekte wie z.B. die Errichtung großer Bürogebäude und Durchfahrtsstraßen sowie auf den Abriss alter, nicht mehr benötigter Gebäude (Mitchell 2001b, S. 115).

Während der Regierungszeit von Ronald Reagan (1981-1989) in den USA wurde jedoch eine erhebliche Einschränkung der öffentlichen Leistungen eingeleitet. Dies betraf auch die staatlichen Subventionen im Städtebau, was dazu führte, dass US-amerikanische Städte verstärkt nach neuen Steuerungsmöglichkeiten suchen mussten (Vollmer 2008, S. 42; Binger 2010, S. 81). Im Kontext einer im Vergleich zu Deutschland sehr viel niedrigeren Erwartungshaltung an den Staat und einem ausgeprägteren Sinn für die individuelle Übernahme von Verantwortung in der amerikanischen Gesellschaft, bildete sich das Leitbild der unternehmerischen Stadt aus (Wiezorek 2004, S. V). Als zentrale Bestandteile einer unternehmerischen Stadtpolitik gelten neue Akteurskonstellationen mit einer Stärkung privatwirtschaftlicher Akteure, ein Bedeutungs-

gewinn der sublokalen Ebene sowie eine zunehmende Privatisierung in unterschiedlichen Kontexten (Pütz 2008, S. 8). Es besteht die Erwartung, dass öffentliche Probleme effektiver durch die Einbeziehung des privaten Sektors gelöst werden als durch ein alleiniges Eingreifen von Regierungen oder Verwaltungen (Mitchell 2001a, S. 202 f.). Die Funktion der öffentlichen Hand verschiebt sich folglich hin zu einem aktivierenden, informalen, verhandelnden, kooperierenden, moderierenden und kommunizierenden Staat (Rettig 2008, S. 246).

Als eine Form des Public-Private-Partnership gelten BIDs als paradigmatisch für neue Interaktionsformen und Akteurskonstellationen in der unternehmerischen Stadt (Pütz 2008, S. 7). Auch die Zielsetzung von BIDs, mit ihren Maßnahmen vor allem die geschäftlichen Aktivitäten in ihrem Zuständigkeitsbereich zu unterstützen, fügt sich in diese Auffassung der Stadtpolitik ein, dass die Unterstützung von Unternehmen im öffentlichen Interesse sei. Die Schaffung eines guten Geschäftsklimas sowie die Verbesserung der Bedingungen für die Kapitalakkumulation seien demnach als Hauptaufgaben anzusehen. Neuartig daran ist, dass BIDs im Gegensatz zu vielen anderen Entwicklungsprogrammen nicht versuchen, die Investoren über eine Kostenreduktion für den privaten Sektor anzuziehen oder zu halten, sondern explizit mit steigenden Kosten für Grundstückseigentümer und Unternehmer operieren (Ward 2007, S. 801; Briffault 1999, S. 424 f.).

Eine Vorbildfunktion für die Aktivitäten privater innenstädtischer Akteure haben häufig Einkaufszentren ausgeübt. Diese verfügen gegenüber klassischen innerstädtischen Geschäftszentren über den Organisationsvorteil, ein zentrales Management zu haben. Dieses gewährleistet die Bereitstellung öffentlicher Güter, die der Frequenzsteigerung dienen, z.B. die regelmäßige Pflege und Erneuerung der Passagenbereiche der Einkaufszentren, die Gewährleistung eines sicheren Umfeldes oder gemeinsame Marketingaktivitäten. Zudem übernimmt es strategische Planungsaufgaben, was es ermöglicht, über die Individualinteressen einzelner Geschäfte hinauszublicken. Finanziert werden diese Leistungen durch Beiträge der ansässigen Gewerbetreibenden, zu deren Zahlung sie sich mit Unterzeichnung des Mietvertrags verpflichten. Innerstädtische Bereiche bleiben aufgrund des Mangels an öffentlichen Ressourcen meist deutlich hinter den Leistungen der Einkaufszentren zurück (Mossig/Dorenkamp 2010; Rettig 2008, S. 245; Schote 2008, S. 62; Briffault 1999, S. 426 f.).

Zwar engagieren sich auch in den innerstädtischen Bereichen schon seit langer Zeit private Akteure in Interessensgemeinschaften, die versuchen zur Revitalisierung des Standortes und zur Kompensation fehlender öffentlicher Leistungen beizutragen, jedoch leiden diese häufig unter ihrem freiwilligen Charakter. Üblicherweise sind nur ein Teil der ortsansässigen Gewerbetreibenden und in der Regel noch weniger Grundeigentümer in den Interessensgemeinschaften aktiv. Dementsprechend sind das zur Verfügung stehende Budget und damit die Einflussmöglichkeiten meist gering. Gleichzeitig ergibt sich die klassische Trittfahrerproblematik, dass die Grundeigentümer und Gewerbetreibenden, die sich nicht an der Interessensgemeinschaft beteiligen, dennoch von deren bereitgestellten öffentlichen Gütern profitieren (Schote 2008, S. 62 f., Rettig 2008, S. 4 f.). Das BID-Konzept ermöglicht es dagegen, die von den Einkaufszentren stammenden Ideen eines zentralen Managements und einer verpflichtenden Beitragszahlung auf den innerstädtischen Bereich zu übertragen. Diese Vorteile gegenüber anderen Revitalisierungsmaßnahmen dürften wesentlich zur Popularität und Verbreitung von BIDs beigetragen haben.

2.1.3 Verbreitungsmechanismen von Business Improvement Districts

BIDs sind derzeit in weltweit mindestens 16 Ländern etabliert und in weiteren Staaten werden entsprechende Gesetzesinitiativen vorbereitet. Teilweise tragen sie eine abweichende Bezeichnung und häufig unterscheiden sie sich in ihrer inhaltlichen Ausrichtung, den Mitspracherechten für betroffene Akteure und Kommunen, den Zahlungspflichten oder dem Initiierungsprozess (Pütz 2008, S. 10).

In den meisten Ländern, die gegenwärtig über das BID-Modell verfügen, galten die BIDs in den USA als Vorbild und Blaupause. Dies galt insbesondere auch für Europa, obwohl BIDs vor ihrer dortigen Einführung nicht nur in den USA und in Kanada, sondern bereits auch in Neuseeland, Jamaica und Südafrika existierten. Ideen und Lektionen wurden dabei jedoch meist nicht aus der landesweiten US-Erfahrung generiert, sondern man orientierte sich speziell an ausgewählten innerstädtischen BIDs an der Ostküste der USA, v.a. in New York City und Philadelphia. Erfolgsgeschichten aus den dortigen BIDs wurden als Beleg für das Potenzial des Konzepts herangezogen und dienten als Legitimierung für die Etablierung von BIDs in den eigenen Städten (Cook 2008, S. 774 f., S. 791; Pütz 2008, S. 10-13). Wie Ward (2007) am Beispiel der BIDs in Milwaukee zeigt, lässt sich dies nicht nur für die Etablierung des BID-Konzeptes im Ausland, sondern auch in anderen Regionen innerhalb der USA feststellen. Mit dem Fokus auf wenige Vorbilder kann der Blick auf BIDs in Regionen, mit denen mehr strukturelle Gemeinsamkeiten bestehen und von denen man unter Umständen mehr lernen könnte, verschlossen bleiben.

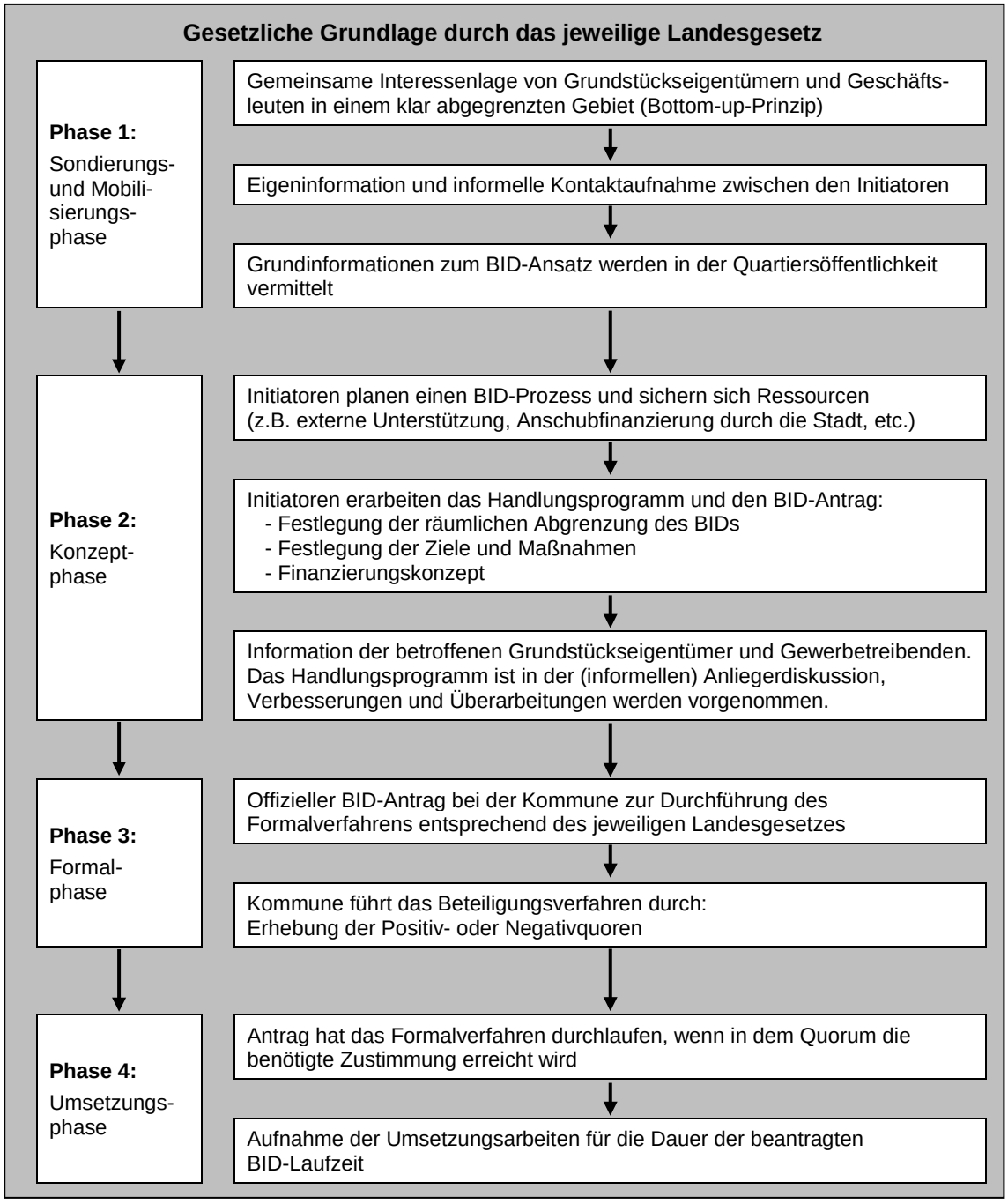
Weiterhin kann zu dem Mechanismus des Heranziehens ausgewählter BIDs als Vorbild kritisch angemerkt werden, dass deren Erfolgsgeschichten nicht auf klaren empirischen Befunden beruhen. Bislang wurden zwar vereinzelt Korrelationen zwischen der Einführung und Durchführung von BIDs sowie sozialen und ökonomischen Transformationen im Gebiet aufgezeigt, aber es ist noch nicht gelungen, die Kausalitäten eindeutig aufzuzeigen (vgl. auch den Abschnitt zu den Wirkungen von BIDs). Die Methoden und Kriterien, die benutzt werden, um die als Vorbild herangezogenen BIDs zu bewerten, sind häufig informal, ad hoc und inhaltlich eng ökonomisch ausgerichtet (Cook 2008, S. 774, S. 791).

Neben der Frage, woher politische und private Akteure die Inspiration für die Errichtung von BIDs auf dem eigenen Territorium erhalten, wird in der Forschung auch der Prozess des Politiktransfers zwischen Ländern thematisiert (z.B. Cook 2008; Ward 2006). Am Beispiel der Implementierung von BIDs in England und Wales zeigt Cook (2008), wie der BID-Ansatz nach US-amerikanischen Vorbild an den neuen politischen, ökonomischen und sozialen Kontext in Großbritannien angepasst wurde. Ein Beispiel dafür ist, dass in England und Wales aufgrund eines anderen Besteuerungsverfahrens nicht die Grundeigentümer, sondern die Gewerbetreibenden zur Finanzierung von BIDs verpflichtet sind und diese dementsprechend auch das alleinige Stimmrecht bei der Etablierung oder Verlängerung eines BIDs haben.

2.1.4 Errichtung eines Business Improvement Districts in der Praxis

Die Entwicklung eines BIDs von den ersten Anfängen bis hin zur faktischen Umsetzung wird in der Fachliteratur häufig beschrieben. Abbildung 2.1 zeigt in Anlehnung an Heinze/Tschentscher (2008, S. 24 f.) und Mossig/Dorenkamp (2010, S. 15) eine Systematisierung des Entwicklungsprozesses eines BIDs in Deutschland.

Abb. 2.1: Systematisierung der Phasen und einzelnen Schritte zur Errichtung eines Business Improvement Districts in Deutschland



Quelle: Eigene Darstellung nach Heinze/Tschentscher (2008, S. 24 f.); Mossig/Dorenkamp (2010, S. 15)

Sofern ein entsprechendes Landesgesetz vorliegt, kann ein BID-Prozess in die Wege geleitet werden. Es lassen sich vier Phasen unterscheiden, die sich in weitere Schritte untergliedern lassen. Den Ausgangspunkt in der Sondierung- und Mobilisierungsphase sollte eine gemeinsame Interessenlage von Grundstückseigentümern und Geschäftsleuten in einem klar abgegrenzten Gebiet bilden. Im Rahmen von informellen Netzwerken oder Anliegergemeinschaften des Stadtquartiers erfolgt die Kontaktaufnahme der Initiatoren. In informellen Vorgesprächen tauschen sie die Grundinformationen zum BID-Ansatz aus. Geht eine BID-Initiative nicht aus einem solchen Bottom-up-Prozess hervor, sondern wird z.B. von Seiten der Kommune initiiert, so sind damit in der Regel Schwierigkeiten verbunden (vgl. Kap. 2.1.5). Im dritten Schritt dieser Phase werden der interessierten Quartiersöffentlichkeit die Grundinformationen zum Thema BID vermittelt, häufig im Rahmen größerer Auftaktveranstaltungen.

Die zweite Phase stellt die Konzeptphase dar, innerhalb derer wiederum drei Schritte differenziert werden können. Zu Beginn stehen die Planung des BID-Prozesses sowie die Sicherung externer Unterstützung, z.B. durch Akteure der Stadtverwaltung oder von Kammern und Verbänden. Im nächsten Schritt werden die Ziele bestimmt und ein konkretes Maßnahmen- und Finanzierungskonzept zur Erreichung der Ziele ausgearbeitet. Dies mündet in der Formulierung des BID-Antrags, der auch die räumliche Abgrenzung des Innovationsbereichs enthält. Abschließend wird das Konzept in der Quartiersöffentlichkeit formell oder informell zur Diskussion gestellt.

In der dritten Phase des Prozesses durchläuft der BID-Antrag das dem jeweiligen Landesgesetz entsprechende Formalverfahren. Die Durchführung zur Erhebung der Positiv- oder Negativquoren obliegt der Kommune. In der letzten Phase ist das Formalverfahren beendet und die Umsetzung des BID-Vorhabens beginnt.

2.1.5 Erfolgsfaktoren und Problemquellen von Business Improvement Districts

Im Anschluss an die reine Beschreibung der Entwicklungsphasen eines BIDs beschäftigen sich einige Arbeiten mit den Erfolgsfaktoren im Gründungsprozess oder der Umsetzungsphase eines BIDs. Aufbauend auf Fallstudien in Deutschland (Binger 2010) sowie in New York (Wiezorek 2004, S. 180) können die folgenden **Erfolgsfaktoren** festgehalten werden:

- Die zeit- und kostengerechte Erarbeitung des BID-Antrags
- Die Formulierung realistischer Ziele sowie eine klare Profilbildung
- Die Präsenz von Führungsfiguren (aktive, engagierte, visionäre und motivierende Charaktere) bei gleichzeitiger Einbindung aller Interessensgruppen am Standort
- Die Qualität der Planung (z.B. intensive Durchdringung der Planungsaufgabe, ständiges Fortschreiben des Projektplans) einschließlich der Qualität des Arbeitsprogramms und der Finanzplanung
- Die Qualität der Zusammenarbeit in der Lenkungsgruppe (z.B. gegenseitiges Vertrauen) bzw. den Aufbau funktionierender Kommunikations- und Organisationsstrukturen (z.B. strategische Besetzung der Schlüsselposition des BID-Managements)

- Das Vorhandensein einer mobilisierbaren Eigentümerschaft sowie die individuelle Übernahme von Verantwortung durch lokale Akteure als Ergänzung zum professionellen BID-Management
- Die Bereitschaft der öffentlichen Hand zur Mitwirkung und zur Übertragung von Verantwortung auf Privatpersonen.

Die Forschung beschäftigt sich jedoch nicht nur mit den Erfolgsfaktoren einer BID-Gründung und -Umsetzung, sondern auch mit den **Schwierigkeiten**, die dabei auftreten können. Heinze/ Tschentscher (2008, S. 30-32) überprüfen für BIDs in Deutschland die in der Implementierungsforschung bekannten drei Problemquellen im Zuge der Umsetzung von Gesetzen in die Praxis: den Regulationsüberschuss, Programmfehler und Vollzugsdefizite.

Nach Auffassung von Heinze/Tschentscher (2008, S. 30-32) sei ein **Regulationsüberschuss** bzw. eine gesetzgeberische Übersteuerung im Falle von BIDs nicht erkennbar. Angesichts der Problemlagen in Innenstädten und Defiziten bei bestehenden Revitalisierungsversuchen haben die Landesgesetzgeber mit den BID-Gesetzen Instrumente geschaffen, die in der Praxis tatsächlich benötigt werden. Eine mögliche Schwierigkeit kann jedoch entstehen, wenn während der BID-Laufzeit unvorhersehbare Veränderungen in den Rahmenbedingungen eintreten und die BID-Maßnahmen sinnvollerweise der veränderten Situation angepasst werden müssten. In solchen Fällen ist der regulative Rahmen des BID-Ansatzes durch eine gewisse Inflexibilität gekennzeichnet.

Programmfehler treten demgegenüber deutlicher zu Tage. Zum einen werden in einigen Bundesländern **Wohneigentümer** zwingend in die Finanzierung eines BIDs einbezogen. In dieser Gruppe sind die Akzeptanz des BID-Ansatzes sowie die Bereitschaft zur Finanzierung der BID-Maßnahmen vergleichsweise gering. Daher wäre es aus Sicht von Heinze/Tschentscher nützlich, wenn die Möglichkeit bestünde, den Kreis der Wohneigentümer aus der Finanzierungspflicht auszuklammern, sofern sich BIDs weniger auf die bauliche Aufwertung des Umfelds und mehr auf Standortwerbung oder Veranstaltungen im Quartier konzentrieren. Als ein weiterer Problemkreis wird der **Umgang mit Gewerbemietern** angesehen. Mit Ausnahme einer Einbezugsmöglichkeit in Schleswig-Holstein besteht für gewerbliche Mieter in Deutschland keine Finanzierungspflicht, was häufig zu Kritik der Eigentümer an ihrer „einseitigen" Zahlungsverpflichtung führt. Dort wo sich die Kosten des BIDs auf die Mietverträge umwälzen lassen, besteht umgekehrt die Kritik der Gewerbemieter, keine Abstimmungsberechtigung im formalen Einrichtungsverfahren des BIDs zu haben. Diese beiden Problemfelder können zu einer geringen Unterstützung von BID-Initiativen führen. Ein dritter Problemkreis bezüglich der Programmfehler wird in der **Begrenzung des BID-Budgets** auf 10 % der Einheitswertsumme der Grundstücke gesehen, was für Quartiere mit niedrigen Grundstückswerten eine scharfe Deckelung des Budgets bedeutet und dementsprechend die Einflussmöglichkeiten eines BIDs in der Umsetzungsphase einschränkt. In diesen Problemkreis lässt sich auch das von Huber (2007, S. 474 f.) geschilderte **Problem der Integration größerer Kaufhäuser oder Shopping Center** in ein ansonsten eher kleinteilig geprägtes BID-Quartier einordnen. Nach den gesetzlichen Bestimmungen müsste das Kaufhaus oder Shopping Center einen hohen Anteil des finanziellen Aufwands tragen, was aber häufig durch die zentralen Konzernleitungen verhindert wird. Wenn diese überhaupt der Beteiligung an einem BID zustimmen, setzen sie oftmals strikte

Obergrenzen für die finanziellen Beiträge, die hinter den Notwendigkeiten des jeweiligen BIDs zurückbleiben. Der Einheitswert als Bemessungsgrundlage verhindert dann, dass andere Eigentümer mit einem höheren Anteil die Lücken schließen, selbst wenn die Bereitschaft dafür bestünde.

Weiterhin lassen sich drei **Vollzugsdefizite** identifizieren, die sich auf Mängel in der Handhabung des BID-Instrumentariums durch die beteiligten Akteure beziehen. Der erste Problemkreis betrifft **Defizite in der Kommunikation**. Die Gewinnung einer breiten Unterstützung für ein BID-Vorhaben kann durch mehrere Dinge negativ beeinflusst werden. Zum einen muss die BID-Idee von den „richtigen" Akteuren vermittelt werden. Projekte, die von städtischer Seite angestoßen werden, stoßen z.B. schneller auf Vorbehalte der privaten Akteure als privat initiierte Projekte, denn Kommunen wird immer wieder unterstellt, sich durch die Einrichtung eines BIDs finanziell entlasten zu wollen. Zum anderen ist die Wahl des richtigen Zeitpunkts entscheidend. Bestehen Spannungen zwischen zentralen Akteuren im Quartier oder liegen gerade sonstige finanzielle Mehrbelastungen der Eigentümer durch kommunale Abgaben vor, erhöht sich das Kritikpotenzial an BID-Projekten. Auch die Art und Weise der Kommunikation des Vorhabens kann für den Misserfolg des Vorhabens verantwortlich sein, z.B. wenn die Idee zu abstrakt oder halbherzig dargestellt wird oder der Zwangscharakter des BIDs zu sehr den öffentlichen Diskurs dominiert. Der zweite Problemkreis betrifft das **Know-how der eingebundenen Personen und Organisationen**. Es ist immer wieder festzustellen, dass BID-Initiativen mit der Komplexität des Initiierungsprozesses überfordert sind (Heinze/Tschentscher 2008, S. 30-32). Die dritte Schwierigkeit, die sich dem Bereich der Vollzugsdefizite zuordnen lässt, liegt in dem erheblichen **Zeit-, Informations-, Kommunikations- und Koordinationsbedarf des BID-Gründungsprozesses**. Durchschnittlich nimmt die Einrichtung eines BIDs in Deutschland eineinhalb bis zwei Jahre in Anspruch. Die Erstellung eines Maßnahmen- und Finanzierungsplans ist sehr komplex und aufwändig. Dabei entstehende Kosten können zwar in den Finanzierungsplan einkalkuliert werden, jedoch tragen die Initiatoren das Risiko, dass das BID nicht eingerichtet wird (Huber 2007, S. 474; Heinze/Tschentscher 2008, S. 30; Wotha/Heinbockel 2009, S. 115).

In diesem Zusammenhang verweisen einige Autoren darauf, dass an dieser Stelle eine Unterstützung der BID-Initiativen durch die öffentliche Hand zu prüfen wäre (Knippenberger 2008; Huber 2007, S. 474; Heinze/Tschentscher 2008, S. 32). Knippenberger (2008, S. 109, S. 116) hat einige Kriterien aufgestellt, die erfüllt sein sollten, wenn ein BID in der Initiierungsphase durch ein städtisches Quartiersmanagement unterstützt wird:

- Das BID soll keine bereits bestehenden innerstädtischen Polarisierungsprozesse unterstützen
- Es soll sich thematisch in das Quartiersmanagement integrieren lassen und sein endogenes Potenzial als Leitthema nutzen
- Die Zusammensetzung der Lenkungsgruppe eines BIDs soll eine gewisse Möglichkeit zur Einflussnahme durch die Stadtplanung gewährleisten.

Als Argument für eine Unterstützung der Initiierungsphase von BIDs durch die öffentliche Hand verweist Knippenberger (2008, S. 109) auf den potenziellen Nutzen von BIDs für die Stadtentwicklung, da sie beispielsweise die schwierige Ansprache von Haus- und Grundeigentümern sowie deren Inpflichtnahme für die Quartiersentwicklung ermöglichen.

Ein anderer Forschungsbereich im Hinblick auf begünstigende und hemmende Faktoren bei der Gründung und Umsetzung von BIDs beschäftigt sich mit den **Anforderungen an einen BID-Standort**. Gross (2005, S. 183-187) hat anhand von 41 BIDs in New York untersucht, welche Unterschiede sich zwischen BIDs in ärmeren und wohlhabenderen Vierteln feststellen lassen. BIDs in wohlhabenderen Vierteln in New York zeichnen sich durch vergleichsweise homogene Akteursgruppen aus. Häufig besteht eine relativ geringe Anzahl von Eigentümern mit großen Grundstücken, von denen viele ein eigenes Gewerbe auf ihrem Grundstück betreiben. Zudem werden relativ große Flächen vermietet, so dass auch die Anzahl der Einzelhändler überschaubar ist. Die Kundenbasis der Geschäfte ist mit Anwohnern, Touristen und Arbeitskräften aus den umliegenden Bürovierteln meist breit. Die Akteure teilen oftmals gemeinsame Visionen und die Partizipation der Mitglieder im Lenkungsausschuss des BIDs ist in der Regel hoch.

BIDs in ärmeren Vierteln in New York weisen meist niedrigere Eigentumswerte auf, so dass auch die Beitragszahlungen zum BID ein niedrigeres Niveau haben und das verfügbare Budget entsprechend geringer ist als in den wohlhabenderen Quartieren. BIDs mit finanziellen Problemen liegen dementsprechend auch meist in ärmeren Stadtvierteln. Die Kunden der Einzelhändler aus BIDs in ärmeren Quartieren sind vorwiegend lokale Anwohner, die aufgrund ihrer niedrigen Einkommen über eine geringe Kaufkraft verfügen. Haus- und Grundeigentümer haben dadurch häufig Schwierigkeiten, größere Händler als Mieter zu finden und teilen ihr Eigentum beim Vermieten daher auf. Daraus folgt eine sehr heterogene Gruppe kleiner Unternehmen, die nur zu einem geringen Teil aus alteingesessenen, familiengeführten Unternehmen besteht. Häufig ist auch der Anteil an Eigentümern, die in der eigenen Immobilie ein Geschäft führen, gering. Insgesamt führen diese Akteurskonstellationen zu größeren Schwierigkeiten bei der Konsensfindung und Aufstellung einer Agenda für ein BID als in wohlhabenderen Vierteln. Oftmals mangelt es in den Lenkungsgremien der BIDs in ärmeren Vierteln auch an Humankapital, was dazu führt, dass hier häufiger ein schlechtes BID-Management beklagt wird.

Trotz dieser größeren Schwierigkeiten von BIDs in ärmeren Stadtvierteln kommt Gross (2005, S. 187) zu dem Schluss, dass BIDs sowohl in ärmeren als auch in wohlhabenderen Gegenden ein wichtiges Entwicklungswerkzeug sein können, dass aber im Vorlauf eine gründliche Analyse der lokalen Strukturen und eine darauf entsprechende Abstimmung des Programms erforderlich sind. In der deutschsprachigen Literatur dominieren dagegen eher die Einschätzungen, dass BIDs an Standorten mit erheblichen wirtschaftlichen und sozialen Problemen weniger geeignete Instrumente darstellen. Als Mindestanforderungen an einen BID-Standort werden ein gewisser Handlungsdruck, das Vorhandensein einer engagierten oder zumindest einer mobilisierbaren Eigentümer- und Einzelhändlerschaft sowie eine gewisse finanzielle Potenz der Eigentümer genannt. Für Quartiere, die unter großem Abwertungsdruck stehen, wird vorgeschlagen, dass BIDs zumindest durch den Einsatz von Instrumenten der öffentlichen Städtebauförderung begleitet werden sollten (Wiezorek 2004, S. VII; Huber 2007, S. 474).

2.1.6 Innere Organisation von Business Improvement Districts

Innerhalb der Forschungsarbeiten, die sich mit der Umsetzung von BIDs in der Praxis beschäftigen und Aspekte der inneren Organisation von BIDs untersuchen, ragt die Arbeit von Briffault (1999) heraus, der den bislang ausführlichsten Überblick über die verschiedensten Teilbereiche der Organisationstruktur und Funktionsweise von US-amerikanischen BIDs gibt. Die meisten

anderen Arbeiten beschränken sich dagegen auf Detailbetrachtungen einzelner Aspekte. In der deutschsprachigen Literatur existieren einige juristische Analysen, welche Ausgestaltungsformen ein BID nach der deutschen Rechtsordnung einnehmen kann (z.B. Rettig 2008; Lackner 2009). In englischsprachigen Arbeiten werden meist einzelne Aspekte bestehender Organisationsformen thematisiert.

Mitchell (2001a) untersucht beispielsweise, welche Formen des Managements in US-amerikanischen BIDs vorherrschen. BID-Manager gehören zu den wenigen Vollzeitbeschäftigten in amerikanischen BIDs und können dementsprechend den Charakter der Organisation grundlegend prägen. Dabei wird die These überprüft, ob innerhalb der öffentlichen Verwaltung eine Veränderung hin zu einem stärker unternehmerischen Ansatz stattgefunden hat. Trotz verschiedener Problematiken, die mit einem solchen Management-Ansatz im öffentlichen Bereich verbunden sind, wird dieser oft als optimale Art dargestellt, um die Leistungen von Regierung bzw. Verwaltung zu verbessern. Knapp die Hälfte der BID-Manager gab an, dass sich ihre Arbeitsweise am stärksten durch einen unternehmerischen Management-Ansatz charakterisieren lässt. Dieser ist gekennzeichnet durch das Treffen unabhängiger Entscheidungen, die Suche nach kreativen Lösungen für öffentliche Probleme außerhalb politischer oder bürokratischer Routinen, das Setzen strategischer Ziele sowie das Auflegen neuartiger Programme. Etwa ein Drittel der befragten BID-Manager konzentriert sich im Gegensatz dazu eher auf lokale politische Probleme und die Arbeit mit unterschiedlichen Interessensvertretern, um ihre Ziele zu erreichen („public servant-Ansatz“). Für das verbleibende Fünftel der BID-Manager trifft am ehesten der „supervisor-Ansatz“ zu. Sie sind vorwiegend mit einer effizienten Koordination der alltäglichen Aktivitäten im BID beschäftigt. Aus diesen Ergebnissen resultiert, dass die innovative Struktur von BIDs es ihren Managern zwar grundsätzlich ermöglicht, einen unternehmerischen Management-Ansatz zu wählen, aber dass sie diesen nicht zwangsläufig bedingen und jeder Manager die Freiheit hat zu wählen, in welcher Form er seine Aufgaben erfüllt. Daneben hat Mitchell (2001a) weiterhin untersucht, welche Faktoren die Wahl des Management-Ansatzes beeinflussen. Dabei hat er sich jedoch vorwiegend auf leicht messbare Variablen wie die Organisationsstruktur und die Budgetgröße des BIDs oder den Bildungsgrad der Manager konzentriert. Unberücksichtigt blieben dagegen Aspekte wie die spezifischen Problemlagen des Bezirks oder die Persönlichkeit des BID-Managers.

Ein weiteres Beispiel für die Untersuchung eines spezifischen Bestandteils der BID-Organisation und -Funktionsweise stellt die Arbeit von Cook (2009) dar. Er untersucht Art und Gründe der Einbindung des privaten Sektors in britischen BIDs. Hier sind die Gewerbetreibenden der finanzierungsverpflichtete Personenkreis. Ihre Einbindung in die urbane Governance geschieht dabei meist auf drei Wegen. Sie fungieren erstens als interne Unterstützer (z.B. Initiator, Regulator, Bereitsteller von Leistungen), zweitens als externer Unterstützer (z.B. Wähler, Finanzier, Lobbyist) und drittens als Empfänger (z.B. Nutzer der BID-Leistungen, insbesondere die Vertreter in den BID-Gremien). Die Hauptmotivation einer Partizipation an einem BID liegt in dem Versuch, eigene Profite zu maximieren. Auch wenn andere Faktoren wie die kulturelle Bindung an einen Standort eine wichtige Rolle spielen können, sehen Unternehmen ihre Teilhabe vorrangig als eine Investition an, die signifikante finanzielle Erträge erzeugen muss. Zudem üben eine Vielzahl externer Faktoren Einfluss auf die Positionierung des privaten Sektors aus, so z.B. die Unternehmenszentralen, die häufig an ganz anderen Standorten ansässig sind. Ein weiteres Ergebnis der Studie von Cook (2009) ist, dass die Einbindung des privaten Sektors in

BIDs ungleich und hoch selektiv ist. Manche unternehmerische Eliten verfügen über mehr Einfluss als andere, zudem ist dieser Einfluss meist temporär und räumlich variabel. Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Inklusion oder Exklusion in der städtischen Governance von der Bereitschaft und den Fähigkeiten der privaten Akteure abhängt, sich einzubinden, ihre Sichtweisen zu artikulieren und die Prozesse sowie Kommunikationskanäle kontinuierlich zu beobachten.

2.1.7 Maßnahmen in Business Improvement Districts

Eine wichtige Dimension im Hinblick auf die wissenschaftliche Analyse von BIDs betrifft die Maßnahmen, die in BIDs durchgeführt werden. Deren Aktivitäten können in vier Kategorien gruppiert werden:

1. physische Verbesserungsmaßnahmen (z.B. Verschönerung des öffentlichen Raums)
2. traditionelle städtische Dienstleistungen (z.B. Straßenreinigung, Sicherheitspatrouillen)
3. soziale Dienstleistungen (z.B. im Hinblick auf Obdachlose) sowie
4. unternehmensorientierte Programme.

Zwar sind alle Dienstleistungen von BIDs in gewissem Sinne unternehmensorientiert, jedoch sind unter der letztgenannten Kategorie Maßnahmen zu verstehen, bei denen BIDs direkte Unterstützung für Unternehmen anbieten und nicht nur zur Attraktivierung ihres Umfelds beitragen. Dies kann Werbung für das gesamte Quartier, z.B. in Form von Flyern, Newslettern, Shopping Guides oder besonderen Events beinhalten, aber auch Marketing für die Produkte der im BID ansässigen Unternehmen oder Versuche, Unternehmen gezielt anzusiedeln.

Den vier Maßnahmengruppen gewissermaßen übergeordnet ist das zunehmende Engagement vieler BIDs in der strategischen Planung für ihr Viertel, bei dem sie versuchen, den (wünschenswerten) Charakter des Quartiers zu definieren und Nischen sowie Marketingthemen zu identifizieren (Briffault 1999, S. 394-406). Während sich BIDs lange Zeit an Einkaufszentren orientierten, ist mittlerweile festzustellen, dass sie zunehmend versuchen, den störungsfreien und bequemen Konsum mit einem möglichst authentischen Erlebnis von Urbanität zu verbinden und somit die Stärken einer städtischen Umgebung auszuspielen (Marquardt/Füller 2008, S. 134 f.). Am Beispiel von Wisconsin wird zudem gezeigt, dass einige BIDs versuchen, über die Herstellung von kultureller Diversität, Kosmopolitismus und Anziehungspunkte für kreative Personengruppen ein „cooles“ und „hippes“ Image aufzubauen und so zur Revitalisierung ihrer Quartiere beizutragen. Diese BIDs wurden insbesondere von den Arbeiten von Richard Florida (2002a, 2002b, Florida et al. 2008) beeinflusst, obwohl diese insbesondere in wissenschaftlichen Kreisen vielfältiger Kritik ausgesetzt sind (Ward 2010; Ward 2007, zur Kritik an Florida vgl. z.B. Mossig 2011; Peck 2005; Siebel 2008).

Mitchell (2001b) hat in einer Befragung von BID-Managern die Häufigkeit der unterschiedlichen Maßnahmen in US-amerikanischen BIDs erhoben. Es stellte sich heraus, dass sowohl Aktivitäten zur Pflege des öffentlichen Raums als auch Maßnahmen zur Verbesserung der Sicherheit von geringerer Bedeutung waren als Marketingmaßnahmen, die auf die Konsumenten der Angebote im Quartier abzielten. Diese stellten den am häufigsten angebotenen Service in den untersuchten BIDs dar. Relativ viele BIDs engagierten sich zudem in der politischen Inter-

essensvertretung. Von verhältnismäßig geringer Bedeutung waren Maßnahmen, die sich auf die Verbesserung der Parksituation oder der Transportmöglichkeiten bezogen sowie die Bereitstellung sozialer Dienstleistungen wie Obdachlosenunterkünfte. Gleiches gilt für die Regulation des öffentlichen Raums wie z.B. Versuche, die Schaufenster der im BID vorhandenen Geschäfte zu vereinheitlichen. Hier fehlt es BIDs in der Regel an Durchsetzungsmöglichkeiten. Aufgrund von begrenzten Budgets und fehlenden Zuständigkeiten sind auch nur relativ wenige BIDs in traditionelle ökonomische Entwicklungsaktivitäten eingebunden, die direkte finanzielle Unterstützung für die ansässigen Unternehmen beinhalten.

In der Arbeit von Gross (2005) wird untersucht, von welchen Einflussfaktoren die Gestaltung der Maßnahmenkataloge von BIDs in New York abhängen. Im Ergebnis zeigt sich, dass kleine BIDs, die sich in ärmeren Vierteln der Stadt befinden und über ein relativ geringes Budget verfügen, sich vorwiegend auf die physische Erhaltung ihres Gebiets konzentrieren und Maßnahmen wie die Entsorgung von Abfällen und die Pflege des Bürgersteigs durchführen. Im Vordergrund steht, den sichtbarsten Aspekten des Verfalls zu begegnen und eine weitere Verschlechterung zu verhindern. Bei den im Hinblick auf Budget und Größe mittelgroßen BIDs kommt zu den physischen Erhaltungsmaßnahmen ein zusätzlicher Fokus auf Marketingaktivitäten hinzu. Sie können zusätzlich zur Lösung unmittelbarer Probleme auch längerfristige Ziele wie die Verbesserung des Images des Quartiers verfolgen. Die großen und wohlhabenden BIDs sind in der Lage, neben den Maßnahmen der physischen Erhaltung und des Marketings auch umfangreichere Baumaßnahmen zur Verbesserung des öffentlichen Raums durchzuführen.

Neben Arbeiten, die sich mit dem gesamten Maßnahmenpaket von BIDs beschäftigen, existieren auch Studien, die einzelne Aktivitäten im Detail untersuchen. Im Hinblick auf US-amerikanische und englische BIDs sind dies vor allem Maßnahmen zur Verbesserung der Sicherheit (z.B. Marquardt/Füller 2008; Cook 2010). Beispielsweise zeigen Marquardt/Füller (2008) anhand von BIDs in Los Angeles, dass sich im Laufe der Zeit die Maßnahmen verändert haben, um die Zielsetzung einer verbesserten Sicherheit in den Quartieren zu erreichen. Zwar kommen nach wie vor repressive Maßnahmen zum Einsatz, die darauf zielen, Kriminalität, unerwünschtes Verhalten sowie unerwünschte Personengruppen zu verhindern bzw. zu vertreiben. Neu hinzugekommen sind mittlerweile aber auch flankierende Betreuungsangebote sowie Aktivitäten im Bereich des „place-making“. Letzteres versucht, aktiv auf die Wahrnehmung des Gebiets durch Besucher und die mediale Öffentlichkeit einzuwirken. Im Kontext des Themas Sicherheit wird das „place-making“ z.B. eingesetzt, die Obdachlosenproblematik zum natürlichen Bestandteil einer urbanen Landschaft zu erklären. Dabei wird die prekäre Situation, in der sich die betroffenen Menschen befinden, bewusst herunter gespielt, indem der Eindruck vermittelt wird, dass ein großer Teil von ihnen freiwillig auf der Straße lebt. Das „place-making“ dient im Bereich der Sicherheitspolitik somit als sekundäre Prävention.

2.1.8 Wirkung von Business Improvement Districts

Im Hinblick auf die Frage, welche Wirkungen die von BIDs durchgeführten Maßnahmen entfalten und wie der Erfolg von BIDs zu bewerten ist, bestehen erhebliche Forschungslücken (Binger 2010, S. 86; Mitchell 2001b; Cook 2008, S. 774; Rack/Giese 2008, S. 89; Hoyt 2005, S. 186). In den meisten Fällen basieren die Aussagen über den Erfolg einzelner BIDs auf dem subjektiven Empfinden der Beteiligten sowie zum Teil auf der festgestellten Veränderung

einzelner, allerdings nicht systematisch erhobener Parameter (Rack/Giese 2008, S. 89). Bei einer Untersuchung von BIDs in den USA Ende der 1990er Jahre wurde festgestellt, dass etwa die Hälfte der befragten BIDs ihre Zielerreichung nur anhand eines einzigen, entsprechend der jeweiligen Maßnahmenschwerpunkte gewählten Indikators misst. Mehr als drei Indikatoren wurden nur von etwa 15 % der BIDs erfasst (Mitchell 1999 zitiert nach Binger 2010, S. 85). Auch in Deutschland liegen noch keine publizierten Ergebnisse zu Erfolgen von BIDs vor, was jedoch zumindest teilweise auf die geringere Dauer der Anwendung im Vergleich zu Nordamerika zurück zuführen ist (Binger 2010, S. 87).

Rack/Giese (2008, S. 93-96) haben einen Indikatorenkatalog entwickelt, mit dessen Hilfe der Wirkungsgrad der BID-Maßnahmen überprüft, der Zielerreichungsgrad bewertet und die wirtschaftliche sowie städtebauliche Entwicklung des Quartiers beurteilt werden kann. Die zentralen Größen der Erfolgsbewertung stellen die Umsatzentwicklung bei Einzelhändlern und die Entwicklung der Immobilienwerte dar. Hinzu kommt der Realisierungsgrad des Maßnahmenkatalogs. Weitere Indikatoren sind die Zahl leer stehender Geschäfte, Veränderungen im Branchenmix und der Branchenvielfalt, die Passantenfrequenz und Besucherzahl bei Veranstaltungen, die Aufenthaltshäufigkeit von Besuchern, die Anzahl von durchgeführten Veranstaltungen, die Beteiligung des BIDs an relevanten städtebaulichen Prozessen nach Art und Umfang, die Entwicklung der Ladenmieten und Fluktuationsrate bei Mietern, die Marktdurchdringung des Einzelhandels im Einzugsgebiet, die Beratungstätigkeit der BID-Aufgabenträger sowie Umfang und Art der Berichterstattung in der regionalen Presse.

Für die Erfolgskontrolle eignet sich vor allem ein Vorher-Nachher-Vergleich. Vergleiche mit anderen BIDs sind selbst bei enger räumlicher Nachbarschaft problematisch, da sie häufig durch sehr unterschiedliche Strukturen und Voraussetzungen gekennzeichnet sind. Schwierigkeiten bei der Messung der Wirkungen von BIDs bestehen vor allem darin, dass sich feststellbare Veränderungen im Quartier meist nicht alleine auf die durchgeführten Maßnahmen zurückführen lassen, sondern um den Effekt allgemeiner Entwicklungen bereinigt werden müssen.

Die erste Studie, die den kommerziellen Erfolg von BIDs wissenschaftlich nachweisen konnte, stammt von Ellen/Schwartz (2007, zitiert nach Binger 2010, S. 86). Hierin wurde der Einfluss von BIDs auf die Wertentwicklung der Grundstücke in New Yorker BID-Quartieren untersucht. Grundstückswerte neigen dort bereits unmittelbar nach der Bekanntgabe einer angestrebten BID-Gründung zu einem Anstieg. Ein überproportionales Wachstum ist bei BIDs mit hohem Budget festzustellen. Auch die Untersuchung zweier BIDs in Milwaukee zeigt, dass die dortigen Grundstückswerte sehr stark angestiegen sind (Ward 2007, S. 802).

Zudem bestehen Untersuchungen, wie sich BIDs auf die Entwicklung von Kriminalität im Quartier auswirken. Insbesondere US-amerikanische BIDs versuchen, mit Hilfe von zusätzlichem Sicherheitspersonal und verstärkten Überwachungsaktivitäten, ein sicheres Umfeld für die Besucher zu schaffen. Außerdem wird davon ausgegangen, dass physische Verbesserungen im öffentlichen Raum kriminalitätsreduzierend wirken können, da Kriminelle bevorzugt in Gegenden aktiv seien, die Anzeichen von Vernachlässigung aufweisen (Hoyt 2005, S. 187-190).

Am Beispiel von Philadelphia zeigt Hoyt (2005) auf, dass die Kriminalität in urbanen Geschäftsvierteln mit BID-Organisationen niedriger ist als in Geschäftsvierteln ohne BIDs. Das niedrigere

Niveau wird v.a. auf eine geringere Eigentumskriminalität in BID-Quartieren zurückgeführt (z.B. Diebstahl verschiedener Art). Gleichzeitig konnte kein eindeutiger Nachweis der weit verbreiteten Annahme erbracht werden, dass die Aktivitäten von BIDs zu einer Verdrängung von Kriminalität in angrenzende Viertel führen. Für Wohnviertel ist in anderen Untersuchungen herausgefunden worden, dass sich kriminelle Aktivitäten in umliegende Gebiete verlagern, wenn Sicherheitspatrouillen in einem Bereich zunehmen. Eine mögliche Interpretation des gegenteiligen Befunds von Hoyt wäre, dass Kriminalität zwar von einem Wohngebiet auf ein anderes überspringt, aber nicht ohne weiteres von Geschäftsbereichen auf Wohngebiete.

Weiterhin sind die Auswirkungen von BIDs auf die Kriminalitätsentwicklung am Beispiel von Los Angeles untersucht worden. Hier wurde die Veränderung in der Zahl der Gewaltverbrechen (z.B. Mord, schwere Körperverletzung, Raubüberfall) vor und nach Implementierung von BIDs betrachtet. Die Ergebnisse zeigen, dass die Reduktion von Gewaltverbrechen in BID-Gebieten im Durchschnitt höher ausfiel als in Gebieten ohne BIDs (MacDonald et al. 2010).

2.1.9 Kritikpunkte am Konzept der Business Improvement Districts

BIDs werden in der Literatur äußerst kontrovers betrachtet. Kritisch diskutiert werden vor allem drei Punkte: Intralokale Polarisierungsprozesse zwischen Gebieten einer Stadt mit BIDs und ohne BIDs, Ausschlusspraktiken gegenüber bestimmten sozialen Gruppen sowie ein Mangel an demokratischer Legitimität.

BIDs verursachen mit hoher Wahrscheinlichkeit Ungleichheiten in der Bereitstellung von Dienstleistungen innerhalb einer Stadt, denn sie verwenden einen nennenswerten Anteil ihres Budgets dafür, die von der Stadt bereit gestellten Leistungen zu ergänzen. Einige BIDs beklagen, dass Ungleichheiten zu ihren Ungunsten entstehen, da Städte trotz abgeschlossener Vereinbarungen über den Erhalt eines Basisniveaus ihre Leistungen nach Einrichtung des BIDs zurückfahren. Die neben der BID-Umlage bestehenden Steuern und Gebühren bleiben für die Grundeigentümer im Quartier jedoch auf gleichem Niveau erhalten. Städte könnten ihre Ressourcen demnach in andere Stadtteile verlagern. Meist verläuft die Argumentation jedoch entgegengesetzt. BIDs bündeln Interessen privater Akteure und können diese daher effektiv gegenüber der Stadtverwaltung durchsetzen. Dies kann dazu führen, dass BIDs zusätzlich zu den selbst finanzierten Leistungen mehr städtische Leistungen erhalten als vor der Einrichtung des BIDs (Briffault 1999, S. 462). In Kanada zeigt sich derzeit, dass städtische Regierungen viel Geld investieren, um Beihilfen für Investitionskosten in BIDs zur Verfügung zu stellen (Lippert 2010, S. 484). In einem New Yorker BID, das eine neue Polizeiwache in dem Quartier finanziert hat, zeichnet sich ab, dass die verstärkte Präsenz von Polizisten über dem Niveau zusätzlicher Sicherheit liegt, welches durch das BID finanziert wird. Diese Phänomene werden auch als „Fliegenfänger-Effekt“ bezeichnet (Briffault 1999, S. 401).

Unabhängig davon, ob sich das Niveau der städtischen Leistungen in einem BID erhöht oder verringert, führen die durch das BID selbst finanzierten Leistungen zu Ungleichgewichten innerhalb einer Stadt. Diese zusätzlichen Leistungen basieren auf der Bereitschaft und Fähigkeit privater Akteure, für sie selbst zu zahlen, so dass BIDs eine Verbindung zwischen dem Wohlstand eines Quartiers und der Qualität der öffentlichen Leistungen schaffen (Briffault 1999, S. 463). Heterogene und problembeladene Umfelder stellen eine schwierige Ausgangsbasis für

die Etablierung eines BIDs dar. Entstehen mehrere BIDs in bereits etablierten Lagen einer Stadt, kann die weitere Aufwertung dieser Standorte zu einer weiteren Polarisierung innerhalb der Stadt führen (Knippenberger 2008, S. 105).

Briffault (1999, S. 463-469) weist jedoch auf einige Aspekte hin, die bei der Bewertung derartiger Polarisierungsprozesse beachtet werden müssen. Innerstädtische Geschäftsbereiche können vor Einrichtung eines BIDs unter Umständen mit öffentlichen Leistungen unterversorgt gewesen sein, sofern die Zuweisung städtischer Leistungen auf der Einwohnerzahl basiert. Diese ist in den Quartieren meist gering. Allerdings nutzen auch Personen, die in anderen Teilen der Stadt wohnen, das Quartier zum Einkaufen, Arbeiten oder zur Unterhaltung und steigern so den Bedarf nach öffentlichen Leistungen. Zudem führen diese Nutzergruppen dazu, dass nicht nur die im BID-Bereich ansässigen Personen von den dort durchgeführten Maßnahmen profitieren. Auch aus finanzieller Hinsicht kann die Stadt als Ganzes von einem BID profitieren, z.B. wenn die Attraktivitätssteigerung zu höheren Umsätzen der Einzelhändler, zu wachsenden Immobilienwerten oder zur Ansiedlung von neuen Unternehmen führen und dadurch die städtischen Steuereinnahmen steigen. Weiterhin ist zu bedenken, dass bereits seit langem interlokale Unterschiede in der Quantität und Qualität öffentlicher Leistungen bestehen, v.a. zwischen Stadt und suburbanem Raum. Um diese Polarisierung zu begrenzen, könnten größere intralokale Ungleichheiten erforderlich sein, denn wohlhabende Einwohner und Gewerbetreibende neigen eher dazu, bessere städtische Leistungen zu fordern und sind eher in der Lage, in suburbane Gemeinden umzuziehen, wenn dort das Verhältnis aus Steuern und Leistungen besser ist. Sie sind jedoch für eine Stadt von hoher Bedeutung, um die Steuerbasis aufrecht zu erhalten, die benötigt wird, um ein Grundniveau an Leistungen für ärmere Stadtviertel ohne BIDs aufrecht zu erhalten. Ist dieses Basis-Niveau angemessen, können die zusätzlichen Leistungen der BIDs eher akzeptiert werden. Die größte Gefahr sieht Briffault (1999, S. 466 f.) weniger in den Zusatzleistungen einzelner BIDs als in der starken Ausbreitung des BID-Konzepts auf Wohngebiete. Wenn immer mehr Personen von BIDs und ähnlichen Einrichtungen profitieren und die Erfahrung machen, dass sie gewünschte Leistungen selbst finanzieren können, dürfte die Basis der Wähler wachsen, die das generelle städtische Steuerniveau senken will. Dies könnte dann tatsächlich zu einer bedrohlichen Reduktion öffentlicher Leistungen führen.

Die zweite Kontroverse bezüglich BIDs dreht sich um die Frage, ob die zunehmende Kompetenzübertragung an private Akteure und die damit einhergehende Dominanz kommerzieller Interessen eine Politik befördert, die auf Ausschlussprinzipien setzt (Pütz 2008, S. 13). Exklusion kann zum einen durch Gentrifizierungsprozesse die bestehenden Anwohner und Gewerbetreibenden betreffen, wenn die Maßnahmen des BIDs darauf ausgerichtet sind, eine hochpreisige Wohnnutzung zu etablieren und finanzstarke Unternehmen anzusiedeln (Marquardt/ Füller 2008, S. 136; Ward 2007, S. 801; Pütz 2008, S. 13-15). Zudem muss die ökonomische Entwicklungsstrategie eines BIDs nicht alle unternehmerischen Aktivitäten unterstützen (Briffault 1999, S. 406). Häufig herrscht in BIDs die Meinung vor, dass beispielsweise Straßenverkäufer nicht wünschenswert sind, da sie nicht zur Finanzierung des BIDs beitragen und somit als Trittbrettfahrer anzusehen sind (Lippert 2010, S. 484).

Zum anderen können sozial unerwünschte Gruppen zunehmend aus dem BID-Gebiet verdrängt werden. Die Zielsetzung der meisten BIDs, ein störungsfreies Einkaufserlebnis mit exklusivem

Charakter herzustellen, bei dem Konsumenten nicht mit den Schattenseiten der Konsumgesellschaft konfrontiert werden, führt vor allem in den USA und in Großbritannien zum Einsatz von Kontroll- und Überwachungsstrategien (Knippenberger 2008, S. 108; Pütz 2008). Kritisiert wird die Herausbildung einer impliziten privaten „Hausordnung“ in öffentlichen Räumen (Marquardt/ Füller 2008, S. 136) und deren repressive Durchsetzung über private Sicherheitskräfte, deren Ermessungsfreiheit im Gegensatz zur öffentlichen Polizei weniger eingeschränkt ist (Briffault 1999, S. 400). Das Ergebnis kann eine Homogenisierung von Besuchern eines Geschäftsbereichs sowie die Vertreibung von herumlungernden Jugendlichen, Bettlern, Obdachlosen und Drogenabhängigen sein (Pütz 2008, S. 13; Knippenberger 2008, S. 108; Marquardt/Füller 2008, S. 136; Briffault 1999, S. 402).

Die Exklusion unerwünschter Seiten von Urbanität führt zu einer Beschränkung des Zugangs zu öffentlichem Raum. Die gesellschaftliche Bedeutung des öffentlichen Raums kann jedoch gerade in der Präsenz aller sozialen Gruppen in der Öffentlichkeit und den daraus resultierenden Mitwirkungsmöglichkeiten in der Gesellschaft gesehen werden. Auch im Zeitalter elektronischer Medien sind gesellschaftliche Gruppen, die als Teil einer Gesellschaft wahrgenommen werden und beispielsweise alternative Politikkonzepte in die Gesellschaft tragen möchten, auf physische Orte angewiesen (Glasze 2001, S. 162 f.). Zudem besteht bei Ausschluss bestimmter sozialer Gruppen die Gefahr, dass traditionell urbane Werte wie Offenheit, Spontaneität und Diversität untergraben werden (Briffault 1999, S. 429). Die Innenstadt kann dadurch ihre Rolle als Platz verlieren, an dem Menschen Erfahrungen mit Fremden machen können (Ward 2007, S. 800). Allerdings sollte bei der Diskussion um Exklusionsprozesse in BIDs auch berücksichtigt werden, dass zumindest in den USA viele Viertel, in denen BIDs etabliert wurden, vorher für weite Teile der Bevölkerung Angsträume, sog. no-go areas, gewesen sind und dies ebenfalls keinen wünschenswerten Zustand darstellt (Glasze 2001, S. 168).

Der dritte kontrovers diskutierte Punkt, die demokratische Legitimität von BIDs, bezieht sich einerseits auf die Teilhabemöglichkeiten von zahlungsverpflichteten sowie von sonstigen betroffenen privaten Akteuren, andererseits auf die Einflussmöglichkeiten des Staates auf Entscheidungen in BIDs. Neue städtische Governance-Formen wie BIDs bieten durch das Aushandeln politischer Lösungen in Netzwerken grundsätzlich die Möglichkeit, dass die Interessen der Betroffenen besser abgebildet werden als in herkömmlichen Verfahren. Jedoch gewinnen private Akteure nicht gleichberechtigt an Teilhabechancen, so dass die Interessen nicht vertretener Akteure dabei zu kurz kommen können (Vollmer 2008, S. 35; Pütz 2008, S. 15).

Für die Grundeigentümer als Zahlungsverpflichtete gilt, dass sie über die Einrichtung eines BIDs abstimmen dürfen. In Deutschland ist allerdings nicht in allen Bundesländern gesetzlich garantiert, dass die betroffenen Grundstückseigentümer über das BID oder die damit verbundenen Finanzierungslasten vor dessen Einrichtung informiert werden. In Hamburg und Hessen enthält das Gesetz nur eine Soll-Vorschrift bezüglich der Information der Grundstückseigentümer durch den BID-Antragsteller (Vollmer 2008, S. 39; Kuntze-Kaufhold/Schläwe 2007, S. 951). In der operativen Phase eines BIDs können die Grundeigentümer entweder über eine direkte Mitgliedschaft im Board bzw. im Lenkungsausschuss oder über die Ansprache der dortigen Grundeigentümervertreter Einfluss nehmen. Allerdings ist nicht gewährleistet, dass alle Zahlungsverpflichtete eines BIDs die Zusammensetzung der Interessensvertretung mitbestimmen können. So bestimmt z.B. beim BID Neuer Wall in Hamburg der Grundeigentümerverein

die Vertreter des Lenkungsausschusses. Wer in diesem Verein nicht organisiert ist, hat kein Mitbestimmungsrecht (Vollmer 2008, S.41, S. 55).

In den USA sind Klagen von Grundstückseigentümern anhängig, die das „one person one vote"-Prinzip in BIDs verletzt sehen, wenn die Stimmrechte in Lenkungsgremien nach der Höhe des finanziellen Beitrags gewichtet sind. Grundsätzlich sind die zahlungsverpflichteten Personen keine homogene Gruppe und verfolgen unterschiedliche Interessen. Insbesondere bei BIDs mit kleinen Gebietsgrößen und einer geringen Anzahl von Eigentümern, die einen großen Anteil der Umlage zahlen, besteht die Gefahr, dass die Interessen von wenigen Personen im BID dominieren. Prinzipiell gilt zwar, dass die Eigentümer, die sich an der Finanzierung eines BIDs beteiligen, auch einen entsprechenden Nutzen erhalten müssen. Diese Anforderung wird jedoch bislang nicht strikt eingehalten, sondern es wird vielmehr auf den Nutzen der BID-Maßnahmen für das gesamte Quartier geachtet. Bei zeitlich befristeten BIDs besteht die Möglichkeit, dass Grundeigentümer die Verlängerung des BIDs verhindern, wenn es zu viele Konflikte mit den Lenkungsgremien gab und sie sich nicht vertreten fühlen. Jedoch ist es für kleine Eigentümer häufig schwierig, Mehrheiten zu organisieren (Binger 2010, S. 84; Garodnick 2000; Briffault 1999, S. 430, S. 457-462; Vollmer 2008, S. 56).

Da BIDs ihre Finanzmittel zum Teil für Maßnahmen einsetzen, die in traditionelle öffentliche Aufgabenfelder wie die Stadtentwicklung oder die Bereitstellung öffentlicher Dienstleistungen fallen und somit die Nutzung des öffentlichen Raums beeinflussen, stellt sich die Frage, inwieweit es auch nicht zahlungsverpflichteten, aber vom BID betroffenen Akteuren ermöglicht werden sollte, Einfluss bei der Einrichtung und Umsetzung eines BID zu nehmen (Lackner 2009, S. 321; Vollmer 2008; Briffault 1999, S. 408). Bisher werden vielerorts die BID-Unterlagen vor der Einrichtung ausgelegt oder es wird ein Anhörungsverfahren durchgeführt. Währenddessen haben auch nicht zahlungsverpflichtete Betroffene die Möglichkeit, Einwände einzubringen, die jedoch im weiteren Verlauf nicht berücksichtigt werden müssen. In der Durchführungsphase ist der Einbezug dieser Personengruppen vom Gesetzgeber in Deutschland nicht vorgeschrieben bzw. nicht präzisiert (Vollmer 2008, S. 40, S. 51-53; Kuntze-Kaufhold/Schläwe 2007, S. 951).

Gegen eine stärkere Einbeziehung sonstiger Akteure spricht, dass sie über Gelder mitbestimmen würden, zu denen sie nichts beigetragen haben. Dies würde die Bereitschaft der Grundeigentümer zur Finanzierung eines BIDs untergraben. Zudem ergäbe sich durch das größere Spektrum von Interessen auch ein höherer Diskussions- und Konsensfindungsbedarf über gemeinsame Ziele und Maßnahmen, was bereits vielen anderen Initiativen wie Stadtmarketingprojekten Probleme bereitet hat (Vollmer 2008, S. 58).

Für eine stärkere Einbindung spricht hingegen, dass sowohl Gewerbetreibende, Anwohner als auch in anderen Teilen der Stadt lebende Personen in vielfältiger Weise von den Auswirkungen eines BIDs betroffen sind. Gewerbetreibende stellen die eigentlichen Adressaten vieler BID-Maßnahmen dar, so dass ihre Mitwirkung stellenweise durchaus sinnvoll wäre. Sie sind genauso wie die Immobilieneigentümer durch heterogene Interessen gekennzeichnet. So kann z.B. einem Einzelhändler, der auf Laufkundschaft angewiesen ist oder einem Mieter von Büroräumen, die für den Kundenverkehr genutzt werden, mehr daran gelegen sein, dass sie sich in einem sauberen, sicheren und attraktiven Umfeld befinden als beispielsweise einem

Großhändler oder einem industriellen Produzenten. Gleichermaßen von einem BID betroffen sind gewerbliche und nicht gewerbliche Mieter im Hinblick darauf, dass Immobilieneigentümer in vielen Fällen versuchen, ihre Beitragszahlungen in Teilen auf die Mieter umzulegen. BIDs können zudem auch andere Stadtviertel beeinflussen. Beispielsweise ist es denkbar, dass die Aktivitäten eines BIDs Kunden und Investitionen aus anderen Gebieten abziehen oder dass sich soziale Probleme verlagern. Um all diese Belange zu berücksichtigen, wäre es z.B. denkbar, dass Vertreter von nicht zahlungsverpflichteten Personen in Lenkungsgremien von BIDs mitarbeiten dürfen, jedoch dort nur eine Minderheit repräsentieren oder nicht stimmberechtigt sind. Eine andere Möglichkeit wäre, dass sich die Stadt als Sachwalterin der nicht kommerziellen Interessen im Distrikt versteht (Vollmer 2008, S. 41, S. 58; Briffault 1999, S. 408, S. 456; Kuntze-Kaufhold/Schläwe 2007, S. 951).

Die Einflussmöglichkeiten der städtischen Verwaltung bzw. Regierung in BIDs spielen vor dem Hintergrund der demokratischen Legitimität eine besondere Rolle, denn erstens repräsentiert sie eine von sämtlichen privaten Akteursgruppen demokratisch gewählte Instanz und zweitens ermöglicht sie bestimmten privaten Akteuren, in ihren traditionellen Handlungsfeldern mitzuwirken. In der Einrichtungsphase eines BIDs verfügt der Staat über relativ große Einflussmöglichkeiten. Indem er die Gebietsabgrenzung sowie die Grundzüge der Maßnahmen und deren Finanzierung genehmigen muss, hat er die Möglichkeit, auf die Wahrung des Allgemeinwohls und der Interessen nicht stimmberechtigter Dritter zu achten. In der Regel hat er die Möglichkeit, sich auch über eine hohe Zustimmungsquote der Grundstückseigentümer hinwegzusetzen und ist nicht verpflichtet, ein BID einzurichten. Hamburg und Bremen sind jedoch zwei Beispiele, in denen im Gesetz nicht ausdrücklich erklärt wird, dass kein Rechtsanspruch auf Erlass einer Satzung besteht. Es gibt noch keine Praxiserfahrung, wie weit das Ermessen der Behörden geht, wenn sie ein BID aus Gründen der Beeinträchtigung öffentlicher Belange oder Rechte Dritter ablehnen möchten (Vollmer 2008, S. 38, S. 52).

In der Durchführungsphase eines BIDs stellt der Staat meist die Aufsichtsbehörde der BIDs dar. Seine Kontrollmöglichkeiten erstrecken sich auf die „ordnungsgemäße Geschäftsführung“, die Mittelverwendung und die Prüfung, ob sich die jährlich vorgelegten Maßnahmen- und Finanzierungspläne im Rahmen des ursprünglich vorgelegten Konzeptes bewegen. Insgesamt verfügen BIDs jedoch über eine große Autonomie im Tagesgeschäft und die Stadt greift in der Regel nur ein, wenn es um substantielle Änderungen geht (Vollmer 2008, S. 38 f., S. 52). Für die USA stellt Briffault (1999, S. 455-457) fest, dass Städte zwar vielfältige Möglichkeiten haben, BIDs in der Durchführungsphase zu kontrollieren und die öffentlichen Interessen zu schützen, dass es aber meist an der Bereitschaft bzw. vor allem an den administrativen Ressourcen dafür fehlt. Hinzu kommt eine gewisse Abhängigkeit der Verwaltungen von BIDs, weil diese für den Erhalt und die Entwicklung der Stadt wichtige Dienstleistungen bereit stellen, ohne den lokalen Haushalt zu belasten. Die Doppelrolle als Förderer und Kontrolleur von BIDs ist nur schwer zu erfüllen. Ob deutsche Städte ihre Aufsichtsfunktionen ebenfalls nur unzureichend wahrnehmen, bleibt abzuwarten (Vollmer 2008, S. 57). Abschließend ist zur Rolle des Staates noch anzumerken, dass die Einflussnahme auf BIDs stets in einem solchen Rahmen zu bleiben hat, der nicht die Fähigkeit einschränkt, eigene Initiativen zu ergreifen (Briffault 1999, S. 459).

2.2 Business Improvement Districts in Deutschland

Der BID-Ansatz hat in Deutschland seit dem Jahr 2000 eine zunehmende Aufmerksamkeit und Anwendung erfahren. Dabei lässt sich erkennen, dass hinter dem Grundkonzept der BIDs regionalspezifische Ausprägungen zu erkennen sind. Dies betrifft sowohl die rechtliche Ausgestaltung als auch die realisierten Maßnahmen. Die wesentliche Ursache für die unterschiedliche Gestaltung des BID-Ansatzes stellt die Tatsache dar, dass die Realisierung von BIDs auf Landesgesetzen beruht, die sich wiederum auf das Baugesetzbuch (BauGB) berufen. Bisher haben sechs Bundesländer (Bremen, Hamburg, Hessen, Nordrhein-Westfalen, Saarland und Schleswig-Holstein) entsprechende Gesetze erlassen (HCU 2011; DIHK 2011). Der DIHK nennt in seiner Reihe BIDNEWS (10/1 2011) 19 existierende BID-Projekte auf landesrechtlicher Grundlage, dabei sind die vergleichbaren Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISG) in Nordrhein-Westfalen[1] allerdings noch nicht berücksichtigt. Eine andere Arbeit des DIHK (2011) und eigene Recherchen zeigen jedoch, dass in den sechs Bundesländern bisher etwa 50 BIDs errichtet wurden. Allerdings sind Zusammenschlüsse zwischen Betroffenen (Grundeigentümer, Gewerbetreibende, sonstige Anlieger) zur Qualitätssteigerung ihrer Quartiere in Deutschland wesentlich weiter verbreitet und in fast jedem Bundesland zu finden. Allein aus der Studie des DIHK (2011) lassen sich weit über 100 derartige Projekte in Deutschland identifizieren, die überwiegend auf die Freiwilligkeit der Akteure setzen. So hat beispielsweise das Land Niedersachsen in den vergangenen Jahren (2007-2010) einen Wettbewerb „Quartiersinitiative Niedersachsen“ (QiN) ausgeschrieben und unterstützt die Preisträger insgesamt mit einer Million € jährlich. In Nordrhein-Westfalen beispielsweise ergänzen solche öffentlich geförderten Programme die privaten BID- bzw. ISG-Initiativen (z.B. seit 2011 in der Stadt Witten). Nachfolgend werden ausschließlich BIDs und ISGs im engeren Sinne betrachtet.

In diesem Abschnitt wird ein Überblick über die räumliche Verteilung (2.2.1) und die rechtliche Ausgestaltung (2.2.2) der BIDs in Deutschland gegeben. Anschließend werden die häufigsten BID-Maßnahmen dargestellt (2.2.3) sowie der finanzielle Umfang der einzelnen BID-Aktivitäten in Deutschland aufgezeigt (2.2.4).

2.2.1 Räumliche Verbreitung von Business Improvement Districts in Deutschland

Derzeit gibt es in Deutschland etwa 50 aktive BIDs. Ungefähr zehn weitere Initiativen befinden sich in einer Vorbereitungsphase. Aufgrund der großen Popularität des BID-Ansatzes steigt die Zahl der BID-Initiativen kontinuierlich an. Es ist daher nicht verwunderlich, dass je nach Aktualität die verschiedenen Quellen leicht voneinander abweichende Angaben enthalten. Während eine Studie des DIHK (2011) beispielsweise 52 aktive BIDs und ISGs ausweist, konnten im Rahmen der eigenen Recherchen lediglich 50 BIDs identifiziert werden (vgl. Tab. A.1 im Anhang). So gibt die Studie des DIHK (2011) zwar Haltern am See als ISG an, die eigenen Recherchen haben jedoch ergeben, dass die ISG das Zustimmungsquorum nicht erreicht hat und mittlerweile vor dem Aus steht (Der Westen, vom 27.03.2011). Insgesamt existieren wesentlich mehr Interessensgemeinschaften zur Errichtung eines BIDs oder einer ISG als bereits rechtsverbindlich eingerichtete Innovationsbereiche. Nachfolgend sollen daher nur diejenigen BIDs betrachtet werden, die auf der Grundlage des jeweiligen Landesgesetzes eingerichtet

[1] Die Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISGs) werden auch als „die nordrhein-westfälische Variante eines Business Improvement District (BID)“ bezeichnet (IHK Bonn/Rhein-Sieg 2011)

wurden. Der Abbildung 2.2 sind die Standorte der 50 identifizierten BID-Initiativen in den sechs Bundesländern zu entnehmen.

Abb. 2.2: Business Improvement Districts in Deutschland 2011

Quelle: Eigene Recherche nach DIHK (2011)

Die meisten BIDs befinden sich in Nordrhein-Westfalen (27), wobei sie hier Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISGs) genannt werden und sich in ihrer rechtlichen Ausgestaltung etwas von den übrigen BID-Landesgesetzen abheben (vgl. dazu 2.2.2). Hamburg verfügt derzeit über neun BIDs, mindestens fünf weitere befinden sich in der Vorbereitung. Zusätzlich ist Hamburg das einzige Bundesland, in dem es ein Housing Improvement District (HID) gibt, in dem das Ziel der privat organisierten Aufwertung eines Wohnquartiers verfolgt wird (BIDNEWS 10/1 2011). Hamburg kann somit als ein Schwerpunkt für BIDs in Deutschland angesehen werden, zumal das Konzept durch die Landespolitik stark gefördert und unterstützt wird. In Hessen sind 6 BIDs in der Durchführungsphase. Eine Vorreiterrolle hat in Hessen die Stadt Gießen inne. Dort wird nahezu der gesamte Innenstadtbereich mit vier aufeinander abgestimmten BIDs überspannt (Mossig/Dorenkamp 2010). Für Schleswig-Holstein konnten 5 BIDs nachgewiesen werden. Das Saarland verfügt in Saarbrücken über ein BID. Zwei weitere sind in Vorbereitung. In Bremen sind derzeit zwei Innovationsbereiche ausgewiesen. Zum einen der Innovationsbereich Ansgarikirchhof und zum anderen der Innovationsbereich Ostertorsteinweg/ Vor dem Steintor. Mehrfach wurde über die Errichtung weiterer BIDs im kleinsten deutschen Bundesland nachgedacht, jedoch kamen einige Initiativen nicht über die erste Sondierungs- und Mobilisierungsphase hinaus (Schütte 2009, S. 74 f.).

Neben den sechs Bundesländern, in denen bereits BID-Gesetze erlassen wurden, planen aktuell Thüringen und Rheinland-Pfalz die Einführung eines BID-Gesetzes. In Niedersachsen und Bayern gibt es eigene Projektmaßnahmen, die sich an BID-Konzepte anlehnen, aber den Gedanken der Freiwilligkeit noch höher tragen. In den übrigen Bundesländern gibt es derzeit keine entsprechenden Initiativen. Dennoch wird die Entwicklung von BIDs in den meisten Bundesländern aufmerksam beobachtet (DIHK 2011).

2.2.2 Gesetzliche Ausgestaltung von BIDs in Deutschland

Die rechtliche Grundlage für BIDs bilden die jeweiligen Landesgesetze. Diese basieren auf dem Baugesetzbuch §171 f (Private Initiativen zur Stadtentwicklung)(HCU Hamburg 2011). Die meisten Landesgesetze wurden erstmals zwischen 2004 und 2006 erlassen und seitdem kontinuierlich angepasst. Im Zuge der Überarbeitungen hat eine Nivellierung der Unterschiede zwischen den Landesgesetzen stattgefunden. Dennoch gibt es nach wie vor einige Unterschiede zwischen den BID-Gesetzen der sechs Bundesländer, die im Folgenden dargestellt werden.

Das Gesetz über die Einrichtung von Partnerschaften zur Attraktivierung von City-, Dienstleistungs- und Tourismusbereichen (PACT-Gesetz) ist im Jahr 2006 in **Schleswig-Holstein** in Kraft getreten (Beck Online 2011a). Ein Alleinstellungsmerkmal des schleswig-holsteinischen BID-Gesetzes ist die Betonung der Attraktivierung von Tourismusbereichen. Die BID-Maßnahmen werden durch einen Aufgabenträger realisiert, der durch einen öffentlich-rechtlichen Vertrag mit der Stadtgemeinde beauftragt wurde. Die BID-Projekte dürfen maximal fünf Jahre dauern. Eine Verlängerung um weitere fünf Jahre ist innerhalb der Laufzeit unter gleichen Ausgangsbedingungen möglich. Als Grundstücke gelten alle im Grundbuch verzeichneten Flächen (auch Erbbaurechte), sofern es sich dabei nicht um öffentliche Verkehrs-, Gewässer- oder Grünflächen handelt. Jedem Grundstück ist ein Stimmrecht zugeordnet. Auch Gewerbetreibende im Innovationsbereich sind stimmberechtigt. Sie haben maximal eine

Stimme. Für die Realisierung des BID-Projektes werden Abgaben von den Grundeigentümern oder Erbbauberechtigten erhoben. Die Abgaben richten sich nach den geplanten Kosten für die Maßnahmen und dem Verwaltungsaufwand für die Gemeinde. Eine Abgabenbefreiung ist möglich, wenn die Maßnahmen keine Vorteile für ein Grundstück bringen, es baulich nicht nutzbar ist, durch die Allgemeinheit genutzt wird oder sonstige Härtefälle vorliegen. Die Verteilung erfolgt über feste Verteilungsmaßstäbe die miteinander verbunden werden können. Dabei kann es sich zum Beispiel um den Einheitswert handeln. Über eine maximale Abgabenbelastung wird keine Aussage gemacht.

Das **Bremer Gesetz** zur Stärkung von Einzelhandels- und Dienstleistungszentren ist ebenfalls im Jahr 2006 in Kraft getreten und hat eine Gültigkeit bis 2016 (Beck Online 2011b). Auch hier werden die Maßnahmen des BID durch einen Aufgabenträger auf Basis eines öffentlich-rechtlichen Vertrages realisiert. Der öffentlich-rechtliche Vertrag regelt die Aufgaben und Pflichten des Aufgabenträgers, die Aufgaben und Pflichten der Stadtgemeinde, Haftungsfragen und Datenschutz, das Anhörungsverfahren, die Höhe des Gewinns des Aufgabenträgers, die Verantwortung für dauerhaft errichtete bauliche Anlagen nach Auflösung des Innovationsbereiches sowie die Zusammenarbeit zwischen Aufgabenträger und Aufsichtsbehörde. Der Aufgabenträger darf sich auch Dritter bedienen und kann durch einen Standortausschuss unterstützt werden. Zur Einrichtung eines Innovationsbereiches wird ein Ortsgesetz erlassen. Dieses regelt die Abgrenzung des Innovationsbereiches, die Ziele und Maßnahmen, den Aufgabenträger sowie Hebesatz und Pauschalbetrag. Zusätzlich kann die Übertragung der Mittel nach Ende des BID-Projektes, die Erstattung und die Verzinsung festgelegt werden. Die Geltungsdauer beträgt zwischen drei und fünf Jahren. Eine Verlängerung ist ebenfalls nur unter Ausgangsbedingungen möglich. Während der Umsetzung müssen für jedes Jahr Wirtschaftspläne durch den Aufgabenträger erstellt werden. Die Finanzierung erfolgt auch über Abgabenerhebungen durch die Behörden. Die Abgaben ergeben sich ähnlich wie in Schleswig-Holstein. Abweichend ist aber auch ein Höchstwert festgelegt. So dürfen die Abgaben 10% des Einheitswertes nicht übersteigen.

Die Freie Hansestadt **Hamburg** verfügt bereits seit 2004 über ein BID-Gesetz (Gesetz zur Stärkung von Einzelhandels- und Dienstleistungszentren - GSED)(Beck Online 2011c). Im Jahr 2009 wurde dieses erneuert. In weiten Teilen gleichen sich die Gesetze von Bremen und Hamburg. Zu den Unterschieden gehört, dass ein BID durch eine Rechtsverordnung durch den Senat eingerichtet wird. Weiterhin müssen zur Antragstellung für ein BID nicht nur 15% der Grundeigentümer stimmen, sondern auch mindestens 15% der Grundstücksfläche im geplanten Innovationsbereich. Darüber hinaus ist, wenn im Innovationsbereich mehr als 1.000 Einwohner leben, ein Informationstermin für diese einzuberufen. Letztlich unterscheiden sich auch noch die jährlich maximal zu erhebenden Abgaben. Als Berechnungsgrundlage für die grundstücksbezogenen Abgaben darf maximal das Dreifache des durchschnittlichen Einheitswertes angenommen werden.

In **Hessen** gibt es seit 2005 ein Landesgesetz zur Regelung von BIDs (Gesetz zur Stärkung von innerstädtischen Geschäftsquartieren - INGE)(Beck Online 2011d). Dies ist 2010 ausgelaufen. Im Gegensatz zu den bisher vorgestellten Modellen und Gesetzen kann in Hessen jede Person als Aufgabenträger fungieren, sofern sie sich der Aufsicht durch die Gemeinde unterstellt. Ein BID wird durch eine Satzung der Gemeinde errichtet. Die Inhalte der Satzung

entsprechen dem Bremer Ortsgesetz oder der Hamburger Rechtsverordnung. In Hessen müssen, wie in Hamburg, mindestens 15% der Grundeigentümer und 15% der Grundstücksfläche im Innovationsbereich der Errichtung eines BIDs zustimmen. Der BID-Antrag scheitert, wenn mindestens 25% der Grundeigentümer oder 25% der Grundstücksfläche im geplanten Innovationsbereich widersprechen. Der Hebesatz zur Abgabenerhebung ist wie in Bremen auf max. 10% des Einheitswertes des Grundstückes begrenzt.

Seit 2007 ist das Gesetz zur Schaffung von Bündnissen für Investition und Dienstleistung (BIDG) im **Saarland** in Kraft (Beck Online 2011e). Wie in Hessen kann der Aufgabenträger eine natürliche Person sein, die sich freiwillig der Aufsicht durch die Gemeinde unterstellt. Gleichzeitig muss sie aber Grundeigentümer oder Betroffener im angestrebten Innovationsbereich sein. Im Saarland wird der Innovationsbereich durch eine Satzung erlassen. Die Satzung enthält den Aufgabenträger, den Hebesatz und die Laufzeit. Der Antrag auf ein BID ist erfolgreich, wenn sich mindestens 15% der Grundeigentümer dafür aussprechen. Der Anteil der Grundstücksfläche ist irrelevant. Die Einrichtung eines BIDs scheitert, wenn ein Drittel oder mehr der Betroffenen oder der Grundstücksfläche des Innovationsbereiches dem Antrag widersprechen. Ein Alleinstellungsmerkmal des saarländischen BID-Gesetzes ist der Passus, dass sich die Gemeinde gegen den Innovationsbereich aussprechen kann, wenn sie nicht bereit ist eventuelle Folgekosten von Maßnahmen nach Ende des BIDs zu übernehmen. Der Hebesatz darf auch hier maximal 10% des Einheitswertes betragen. Allerdings kann nach oben abgewichen werden, wenn alle Betroffenen einem höheren Hebesatz zustimmen. Von den Abgaben befreit sind Grundstücke, die ausschließlich zu Wohnzwecken genutzt werden, sowie weitere genannte Ausnahmen. Es ist auch die individuelle Befreiung von Abgaben möglich, wenn die anderen Betroffenen dem zustimmen. Auch im saarländischen Gesetz ist klar geregelt, dass die öffentliche Verwaltung pauschal 3% der Maßnahmenkosten als Aufwand der Stadtgemeinden einbehalten darf.

Eine aus Perspektive des BID-Ansatzes besondere Stellung nehmen die Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISGG) in **Nordrhein-Westfalen** ein (Beck Online 2011f). Dies drückt sich zum Beispiel darin aus, dass die BIDNEWS 10/ 1 des DIHK diese Initiativen nicht als BIDs im eigentlichen Sinne berücksichtigt haben (siehe DIHK 2011a). Das Gesetz über Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISGG NRW) ist seit 2008 in Kraft und schließt direkt an BID-ähnliche Vorläufer an (siehe auch Prey, Vollmer 2009). Ihr Kennzeichen war die Kombination aus privater Initiative bei gleichzeitiger öffentlicher Unterstützung. Dadurch sind in Nordrhein-Westfalen stärker die Elemente eines top-down-Ansatzes enthalten. Nach dem aktuellen Gesetz werden privat initiierte Kooperationen unterstützt. Die privaten Akteure (Grundeigentümer, Gewerbetreibende, sonstige Anlieger) gründen dazu (freiwillig) Immobilen- und Standortgemeinschaften (ISG), z.B. nach Vereinsrecht oder als eingetragene Gemeinschaften. Diese ISGs müssen folglich keinen Aufgabenträger bestimmen, sondern können selbst einen öffentlich-rechtlichen Vertrag mit der Gemeinde schließen. Die Verpflichtungen des Vertrages ergeben sich aus dem Gesetz, der Satzung sowie den erarbeiteten Maßnahmen und dem Finanzierungskonzept. Die ISG kann eine Gebietsabgrenzung für einen Innovationsbereich vorschlagen und begründen. Sie muss ein Maßnahmen- und Finanzierungskonzept entwerfen. Die Gemeinde unterrichtet alle Grundeigentümer im Maßnahmengebiet, die Betroffenen haben darauf binnen einen Monats das Recht zu widersprechen. Sollten sich 25% der Grundeigentümer oder 25% der Grundstücksfläche dagegen aussprechen, so wird kein Innovationsbereich errichtet.

Wird ein Innovationsbereich ausgewiesen so werden die Maßnahmen durch Abgaben finanziert. Die Höhe der Abgaben richtet sich nach dem Einheitswert, der Art und dem Maß der baulichen und sonstigen Nutzung, der Grundstücksfläche sowie weiteren Faktoren. Auch hier dürfen nicht mehr als 10% des Einheitswertes erhoben werden. Wie im Saarland kann die Gemeinde maximal 3% der Maßnahmenkosten als Verwaltungsaufwand einbehalten.

Damit ist deutlich geworden, dass die rechtliche Ausgestaltung der BIDs sich je nach Bundesland unterscheidet. Die Unterschiede betreffen vor allem den Aufgabenträger, Beteiligungsfragen und die Erhebung von Abgaben zur Finanzierung von Verbesserungsmaßnahmen (vgl. Tab. 2.1). Neben grundsätzlichen Gemeinsamkeiten der rechtlichen Ausgestaltung von BID-Gesetzen gibt es auch eine Reihe von Maßnahmen die in allen Innovationsbereichen zur Qualitätssteigerung führen sollen. Die Maßnahmen werden im nächsten Abschnitt genauer betrachtet.

Tab. 2.1: Merkmale der BID-Landesgesetze in Deutschland

Land	Widerspruchsquote	Maximale Abgabenhöhe	Aufgabenträger	Befreiungsmöglich-keiten	Kosten für Verwaltungs-aufwand	Besonderheiten/ Alleinstellungs-merkmale
Schleswig-Holstein (2006 – PACT)	1/3 Grundeigentümer	keine Festlegung (mehrere Verteilungs-maßstäbe, können miteinander verbunden werden)	natürliche oder juristische Person	Härtefallregelung, keine bau-liche Nutzbarkeit, ausschließ-licher Gemeinbedarf, ohne erkennbaren Vorteil für Gewerbetreibende	Pauschalbetrag	berücksichtigt Tourismusbereiche
Bremen (2006)	1/3 Grundeigentümer oder 1/3 Grundstücksfläche	10% vom Einheitswert	natürliche Person, die sich der Aufsicht der IHK unterstellt; finanziell leistungsfähig; kann durch Standortausschuss unterstützt werden	Härtefallregelung	Pauschalbetrag	
Hamburg (2004 – GSED)	1/3 Grundeigentümer oder 1/3 Grundstücksfläche	max. das Dreifache des durchschnittlichen Einheitswertes im Innovationsbereich	natürliche Person, die sich der Aufsicht der IHK unterstellt; finanziell leistungsfähig	Härtefallregelung	Pauschalbetrag (durch Senat festgelegt)	bei mehr als 1.000 Einwohnern im Innovationsbereich muss ein Informationstermin abgehalten werden.
Hessen (2005 – INGE)	1/4 Grundeigentümer oder 1/4 Grundstücksfläche	10% vom Einheitswert	natürliche Person, die sich der Aufsicht durch die Gemeinde unterstellt; finanziell leistungsfähig	Härtefallregelung	Pauschalbetrag	
Saarland (2007 – BIDG)	1/3 Grundeigentümer oder 1/3 Grundstücksfläche oder Gemeinde ist nicht bereit eventuelle Folgekosten zu zahlen	10% vom Einheitswert, höherer Satz, wenn alle betroffenen zustimmen	natürliche oder juristische Person, die sich der Aufsicht durch die Gemeinde unterstellt und Grundeigentümer ist oder dritte bevollmächtigte Person	Härtefallregelung; anteilige oder ausschließliche Wohn-nutzung (auf Antrag), individuelle Befreiung, wenn alle Betroffenen zustimmen		
Nordrhein-Westfalen (ISGG)	1/4 Grundeigentümer oder 1/4 Grundstücksfläche	10% vom Einheitswert	rechtlich organisierte Immobilien- und Standortgemeinschaften (z.B. Vereine)	Härtefallregelung	max. 3% der Maßnahmen-kosten	Aufgabenträger können die ISGs selbst sein

Quelle: Eigene Darstellung

2.2.3 Durchgeführte Maßnahmen der Business Improvement Districts in Deutschland

Innovationsbereiche sollen dazu dienen, vorhandene Standortqualitäten auszubauen oder negativen Entwicklungsprozessen wie der Verödung von Innenstädten entgegen zu wirken. Die angestrebten Ziele sind eine Attraktivitätssteigerung des Quartiers für Anwohner, Gewerbetreibende oder Gäste sowie die Wahrung und Steigerung von Grundstücks- und Immobilienwerten. Auf Bundesebene wurde ein Katalog von beispielhaften Maßnahmen vorgestellt. Dazu zählen die Erbringung allgemeiner Dienstleistungen (Sauberkeit, Sicherheit, Betreuung der Besucher, usw.), die Gestaltung und Pflege des öffentlichen Raumes, gemeinschaftliche Werbe- und Marketingmaßnahmen, die Pflege des Wohn- und Geschäftsbestandes/Anwerbung neuer Geschäfte, die Verbesserung des Wohnumfeldes, die Bewirtschaftung von Parkflächen, die Verbesserung des öffentlichen Nahverkehrs, die Schaffung sozialer Dienste, das Hervorbringen von Entwicklungsideen für das Quartier, Ermöglichung der Finanzierung größerer Investitionen, die Bewirtschaftung von Grundstücken, die Organisation von Veranstaltungen, Leerstandsmanagement sowie der Erhalt und die Erweiterung des Branchenmixes. Ausgehend von diesem Maßnahmenkatalog soll im Folgenden gezeigt werden, welche Maßnahmen in den BIDs tatsächlich aufgegriffen werden.

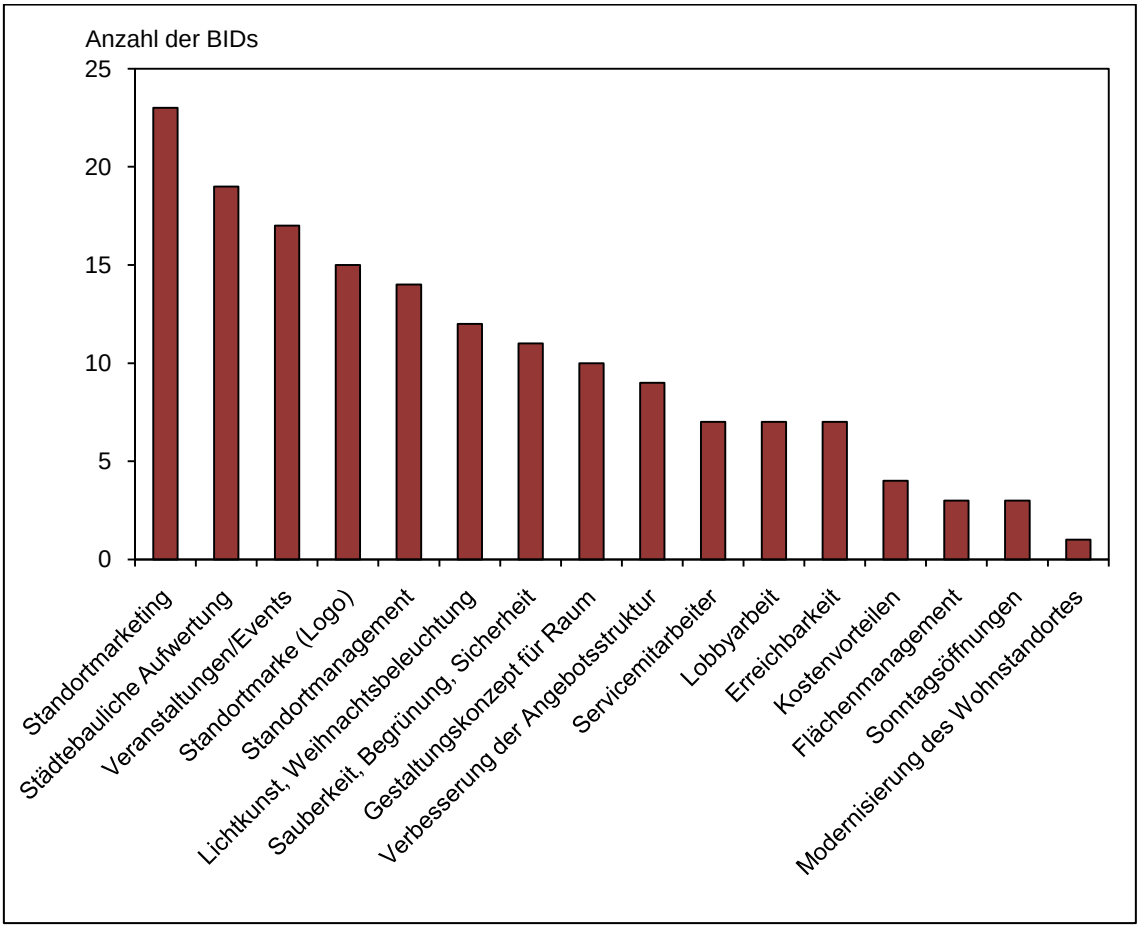
Für 43 BIDs konnten konkrete Maßnahmen recherchiert werden. De facto waren aber nur 39 Unterscheidungen möglich, da die vier Gießener BIDs zusammengefasst aufgetreten sind. Die ermittelten Maßnahmen beruhen auf dem Bericht des DIHK (2011) sowie auf den Internetseiten der einzelnen BIDs. Fehlenden Angaben betreffen insbesondere ISGs in Nordrhein-Westfalen. In Abbildung 2.3 ist die Häufigkeit der von den BIDs durchgeführten Maßnahmen abzulesen.

Die drei häufigsten Maßnahmen betreffen das gemeinsame Standortmarketing, die städtebauliche Aufwertung des Quartiers sowie die Organisation von Veranstaltungen und Events. Das Standortmarketing versucht die Vorzüge des Quartiers herauszustellen um dadurch Besucher, aber auch Gewerbetreibende anzuziehen. Zum Standortmarketing zählen beispielsweise Werbemaßnahmen in Printmedien, eine individuelle Währung (z.B. Burbacher Knete), welche die Kundenbindung erhöhen soll, aber auch ein gemeinsamer Internetauftritt, der über Geschäfte und Veranstaltungen informiert. Das gemeinsame Standortmarketing wurde von 23 der 39 BIDs (59,0%) als Maßnahme angegeben. Weitere 15 Mal (38,5%) wurde zudem ein eigenes Logo als Maßnahme zur besseren Wahrnehmung des Innovationsbereiches und zur Entwicklung einer eigenen Standortmarke genannt.

Unter städtebaulichen Maßnahmen sind bauliche Veränderungen im Quartier zu verstehen. Dazu gehören Fassadensanierungen, Umbaumaßnahmen an Gebäuden sowie Veränderungen der Verkehrsführung (z.B. BID Neuer Wall-Hamburg). Diese Aktivitäten sind in der Regel mit sehr hohen Kosten verbunden und kommen vor allem in Hamburg (9) sowie teilweise in Nordrhein-Westfalen (7) zur Anwendung. In beiden Bundesländern werden die baulichen Maßnahmen häufig von öffentlicher Seite unterstützt (z.B. BID Opernboulevard in Hamburg). Städtebauliche Maßnahmen können somit auch zur besseren Erreichbarkeit (7 Nennungen; 17,9%) des Innovationsbereiches beitragen. Städtebauliche Maßnahmen sind jedoch von den Gestaltungskonzepten für den öffentlichen Raum (10 Nennungen; 25,6%) abzugrenzen, da die Gestaltungskonzepte sich überwiegend auf eine einheitliche äußere Präsentation, z.B. durch eine einheitliche Bestuhlung oder neues Stadtmobiliar auszeichnen. Teilweise sind auch dafür

bauliche Maßnahmen notwendig, so dass die Grenze zwischen den verschiedenen Aktivitäten fließend verläuft.

Abb. 2.3: Durchgeführte Maßnahmen der Business Improvement Districts in Deutschland



Quelle: Zusammenstellung nach eigenen Recherchen

Auch Veranstaltungen und Events gehören zu den populären Maßnahmen, mit denen Innovationsbereiche auf sich aufmerksam machen wollen und versuchen die Besucherfrequenz zu erhöhen. Insgesamt haben 17 BIDs (43,6%) die Organisation von Veranstaltungen und Events in ihrem Maßnahmenkatalog aufgeführt. Es werden Sommerfeste (z.B. im Hamburger BID Bergedorf – Alte Holstenstraße), quartiersspezifische Veranstaltungen (z.B. im ISG Rosenviertel Dortmund), aber auch Kultur- und Kunstveranstaltungen (z.B. Bremer Viertel) angeboten. Auch unter einem bestimmten Moto stehende verkaufsoffene Sonntage können zu Veranstaltungen oder Events gezählt werden. Die Durchführung solcher themenbezogener verkaufsoffener Sonntage wird aber nur von drei Innovationsbereichen als konkrete Maßnahme angegeben.

Ein aktives Standortmanagement wurde dagegen nur von 14 Innovationsbereichen (35,9%) angegeben. Dabei soll das Standortmanagement die Maßnahmen vor Ort koordinieren, zusammenführen und möglichst verstetigen. Eventuell kann dies dadurch erklärt werden, dass Standortmanagement meistens als Aufgabe der Aufgabenträger betrachtet wird. Auch nutzen

nur sieben BIDs ihre Zusammenschlüsse als Interessenvertretung gegenüber Behörden oder die Politik. Ein aktives Flächenmanagement und die Modernisierung des Wohnungsbestandes spielen nur vereinzelt eine Rolle.

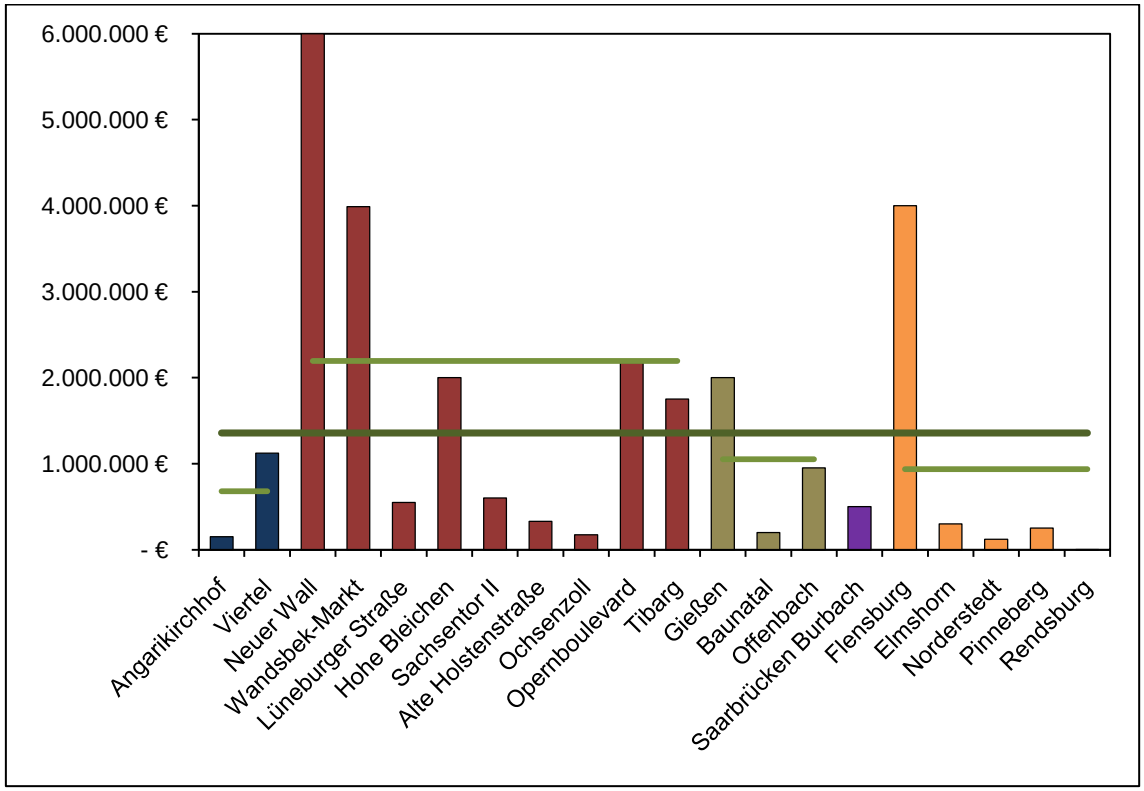
Zu erwähnen sind auch Lichtkunst und Weihnachtsbeleuchtung (13 Nennungen; 33,3%). Zum Teil stellt gerade die Weihnachtsbeleuchtung den einzigen Grund für eine private Kooperation dar (z.B. in Rendsburg). Sauberkeit, Begrünung und Sicherheit werden explizit nur elfmal genannt (28,2%), jedoch haben die durchgeführten Recherchen ergeben, dass diese Maßnahmen implizit wesentlich häufiger Bestandteil der Innovationsaktivitäten sind.

Bei der Untersuchung der Ziele und Maßnahmen der einzelnen BIDs ist deutlich geworden, dass es häufig zu einer Vermischung von Zielen und Maßnahmen kommt und dass weder die jeweiligen Ziele noch die speziellen Maßnahmen klar voneinander zu trennen sind. Weiterhin kann festgestellt werden, dass die Wahl der geeigneten Maßnahmen räumlich unterschiedlich ausfällt. So konzentrieren sich die kostenintensiven städtebaulichen Veränderungsaktivitäten in Innovationsquartieren in Hamburg und Nordrhein-Westfalen (sogenannte „Bau-BIDs“). Im Durchschnitt verfolgen die BIDs 4 bis 5 konkrete Maßnahmen. In Ausnahmefällen liegt der Fokus nur auf einer einzigen Maßnahme (z.B. BID Wandsbek-Markt). Ebenso werden aber auch bis zu 12 Maßnahmen gleichzeitig umgesetzt (z.B. Saarbrücken Burbach). Genauso unterschiedlich gestaltet sich auch der finanzielle Umfang der vielen Innovationsbereiche. So hat das finanziell kleinste BID einen Finanzrahmen von 3.500 € (BID Rendsburg), maximal werden 6.000.000 € durch die Betroffenen investiert (BID Neuer Wall). Im folgenden Kapitel soll ein genauerer Blick auf die Finanzen der Innovationsbereiche geworfen werden.

2.2.4 Finanzieller Umfang

Aus den im Internet veröffentlichten Finanzierungsplänen ließen sich für 20 BIDs Informationen zu den Gesamtinvestitionen während der Laufzeit der Innovationsbereiche ermitteln (vgl. Abb. 2.5 sowie Tab. A2 im Anhang). Teilweise finden sich in anderen Quellen etwas andere Angaben zu den Investitionen. Leider waren für die ISGs in Nordrhein-Westfalen keine flächendeckenden Finanzinformationen verfügbar. Daher werden ISGs hier nicht weiter berücksichtigt. Insgesamt sind knapp 27,2 Mio. € in die übrigen BID-Projekte geflossen. Durchschnittlich werden 1,36 Mio. € je Innovationsbereich investiert. Aus der Abbildung 2.5 geht aber die enorme Spannweite deutlich hervor. Bei der Betrachtung der Zahlen ist jedoch Vorsicht geboten, da nicht nur je nach Quellenlage die Angaben variieren, sondern auch öffentliche Zuschüsse für die BIDs unterschiedlich ausgewiesen werden.

Abb. 2.4: Gesamte Investitionsvolumina der BIDs in Bremen, Hamburg, Hessen, Saarland und Schleswig-Holstein



Quelle: Eigene Recherche, u.a. nach DIHK 2011

Wie aus Abbildung 2.4 ersichtlich wird, unterscheiden sich die Investitionen in den Innovationsbereichen stark. Am meisten, absolut wie auch relativ, wird in Hamburg investiert. Dort werden derzeit neun BIDs realisiert und dabei mehr als 17,6 Mio. € investiert. Im Durchschnitt entfallen dabei fast 2,2 Mio. € auf jeden Innovationsbereich in der Hansestadt. An diesen Zahlen wird deutlich, dass gerade in Hamburg städtebauliche Maßnahmen im Zentrum der Aktionen der BIDs stehen. Fast 16 Mio. € entfallen allein auf die fünf BIDs „Neuer Wall", „Wandsbek-Markt", „Hohe Bleichen", „Opernboulevard" und „Tibarg". In allen anderen Bundesländern liegen die durchschnittlichen Investitionssummen unter dem bundesdeutschen Durchschnitt. Bremen verfügt über zwei BIDs. Das weitaus größere Finanzvolumen entfällt auf das BID „Ostertorsteinweg/Vor dem Steintor". In Hessen werden 3,15 Mio. € investiert. Gießen bildet mit seinen vier BIDs einen Schwerpunkt. So werden allein hier zwei Mio. € verausgabt. Auf das einzige in Durchführung befindliche BID im Saarland entfällt eine Gesamtinvestitionssumme von 500.000 €. In Schleswig-Holstein werden insgesamt 4,68 Mio. € investiert. Vier Mio. € entfallen allein auf Maßnahmen in Flensburg. Das Geld wird überwiegend für die bauliche Aufwertung und Umgestaltung der Fußgängerzone in der Innenstadt verwendet. Deutschlands finanziell kleinstes BID befindet sich in Rendsburg. Die Investitionen in Höhe von 3.500 € werden für eine Weihnachtsbeleuchtung ausgegeben. Diese einzige Maßnahme dient als Test für die potentielle Einrichtung eines zukünftigen PACT-Bereiches.

2.3 Business Improvement Districts in Bremen

Auf der Grundlage des Bremer Landesgesetzes zur Stärkung von Einzelhandels- und Dienstleistungszentren haben sich zwei Innovationsbereiche gebildet. Als erstes wurde am 02. Oktober 2009 der Innovationsbereich Ansgarikirchhof gegründet. Die Veröffentlichung des Ortsgesetzes erfolgte am 06. Oktober 2009. Wenige Tage später, am 15. Oktober 2009, wird der Innovationsbereich Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor eingerichtet (Hansestadt Bremen 2009). Nachfolgend sollen die beiden Bremer Innovationsbereiche kurz beschrieben werden. Entgegen der Chronologie wird mit dem BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor begonnen.

2.3.1 Das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor

Die Geschichte des Viertels, aus der u.a. seine charakteristische Bebauung, die aktuelle Zusammensetzung der Wohnbevölkerung oder der Einzelhandelsbestand hervorgehen, ist bereits in mehreren wissenschaftlichen Publikationen thematisiert worden und soll an dieser Stelle nicht erneut aufgegriffen werden. Es sei exemplarisch auf die Arbeiten von Ramelow (1998), Müller/Dröge (1998), Meng (2008) oder Rusek (1995) verwiesen.

Der im Oktober 2009 formal errichtete Innovationsbereich Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor befindet sich im Zentrum des Viertels. Mit insgesamt 268 Eigentümern handelt es sich dabei um das größte BID in Deutschland. Dabei weist der Innovationsbereich eine Fläche von 62.578 m² aus. Die Laufzeit ist auf zunächst fünf Jahre festgelegt worden und endet am 15 Oktober 2014.

Angestoßen wurde die Viertelinitiative von Immobilieneigentümern, ansässigen Kaufleuten sowie dem Ortsamt. Dazu wurde eine Interessengemeinschaft „Das Viertel“ e.V. (IGV) gegründet, deren Wurzeln bereits über 30 Jahre zurück reichen. Die IGV fungiert seit Gründung des BID als Aufgabenträger. Als zentrales Ziel des BID wurde die Erhaltung und Wahrung der Wettbewerbsfähigkeit des eigenen Quartieres gegen neue Einzelhandels- und Dienstleistungsstandorte definiert (Interessengemeinschaft „Das Viertel“ e.V. 2009). Um dieses Ziel zu erreichen, sollten gemeinsame Kräfte (auch finanzielle) mobilisiert werden, um zukunftsfähige Konzepte für den Innovationsbereich zu entwickeln und in Kooperation mit der Öffentlichkeit zu realisieren.

Folgende Ansätze wurden zu einem konkreten Maßnahmenprogramm zusammengesetzt:

- Verbesserung der Wohlfühlqualität im öffentlichen Raum
- Sicherung und Stärkung des Angebotes in den Läden und Kneipen
- Steigerung der Besucherzahlen durch attraktive Veranstaltungen und Aktionen
- Hinzugewinnung neuer Kunden durch gut gemachte Standortwerbung
- Schaffung finanzieller Vorteile für Eigentümer und Anlieger durch kostengünstige Serviceangebote.

Die Eigentümer sollten entsprechend der Zielvorstellungen des generellen BID-Ansatzes von stabilen oder steigenden Immobilienwerten profitieren, die Geschäftsanlieger von einem attraktiverem Standort und die Bewohner sowie Besucher von einer höheren Aufenthalts- und Erlebnisqualität. Der Einrichtung Des BID haben in der Auslegungsphase 19% der Betroffenen

widersprochen. Da die gesetzliche Ablehnungshürde von einem Drittel nicht erreicht wurde, konnte der Innovationsbereich eingerichtet werden. Er besteht seit dem 15. Oktober 2009.

Die zur Realisierung der Maßnahmen notwendigen Kosten wurden auf 1.121.000 € für die Gesamtdauer des Innovationsbereiches geschätzt. Pro Jahr sollten demnach etwa 224.200 € in den Innovationsbereich investiert und vorher von den Betroffenen durch die städtischen Behörden eingezogen werden.

Tab. 2.2: Jährliche geplante Investitionen zur Realisierung der BID-Maßnahmen im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor

Maßnahme	Investitionssumme
1. Viertelgestaltung a. Gestaltung der Eingangsbereiche ins Viertel b. Helligkeit des Straßenraums verbessern c. Viertel in Szene setzen d. Sauberkeit, Ordnung und Sicherheit im Viertel verbessern	**86.100,00 € / Jahr**
2. Angebotsstruktur im Viertel verbessern (u.a. durch) a. Bereitstellung von Standortdaten und Entwicklung von Ansiedlungslösungen b. Standortwerbung und Ansiedlungsunterstützung c. Verbesserung der Leerstandsoptik	**18.000,00 € / Jahr**
3. Viertel-Werbung a. Printwerbung und Standort-PR b. Elektronische Werbung/ Internetportal c. Binnenmarketing	**32.600,00 € / Jahr**
4. Viertel-Events und Aktionen a. Samba- und Maskenkarneval b. Viertel-Fest c. Offene Ateliers der Kunsthandwerker d. Weihnachtsaktivitäten e. Themen-Markt	**61.500,00 € / Jahr**
5. Kostenvorteile durch Viertel-Services (z.B.) a. Graffiti-Entfernung b. Winterdienst c. Werbekonditionen	**4.600,00 € / Jahr**
6. Viertelmanagement a. Treuhänderische Finanzverwaltung b. Betrieb der Geschäftsstelle c. Interessenvertretung	**17.000,00 € / Jahr**
7. Sonstige Kosten	**4.400,00 € / Jahr**
Insgesamt	**224.200,00 € / Jahr**

Quelle: Nach Interessengemeinschaft „Das Viertel“ e.V. (2009)

Insgesamt wurden 380 Zahlungsbescheide ausgestellt. Gegen die Zahlungsaufforderungen haben 29% Widerspruch eingelegt. Außerdem wurden 11 Klagen vor dem Verwaltungsgericht eingereicht sowie eine Beschwerde vor dem Oberverwaltungsgericht.

2.3.2 Das BID Ansgarikirchhof

Der Innovationsbereich Ansgarikirchhof unterscheidet sich in weiten Teilen grundlegend vom BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor. Die Unterschiede werden insbesondere im Hinblick auf die Anzahl der Betroffenen, das Finanzvolumen, den Aufgabenträger und auch die Zielsetzungen deutlich. Darüber hinaus handelt es sich beim Ansgarikirchhof um einen relativ geschlossenen Platz in einer Randlage des Bremer Fußgängerzonenbereichs. Entsprechend überschaubar und trotzdem heterogen ist die vorzufindende Nutzung.

Während der Innovationsbereich Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor in Bezug auf die Zahl der Eigentümer das größte BID Deutschlands ist, hat der Innovationsbereich Ansgari lediglich acht Betroffene. Dennoch unterscheiden sich die Eigentümer deutlich voneinander, was auch auf unterschiedliche Zielsetzungen und Erwartungen schließen lässt.

Im Zentrum der Bemühungen des Innovationsbereichs steht die bessere Integration des Ansgari Quartiers in die Bremer Innenstadt. Daraus haben sich die folgenden konkreten Teilziele abgeleitet (CS City-Service GmbH 2011):

- Mehr Sicherheit für die Eigentümer durch eine langfristige Stabilisierung des Mietniveaus
- Überzeugung und Gewinnung solventer Mieter durch die Erarbeitung und Kommunikation eines klaren Standortprofils
- Entwicklung eines stabilen Kundenpotenzials für Mieter durch die Schaffung besonderer Angebote und einer prägnanten Platzgestaltung sowie
- Gewinnung neuer Zielgruppen und Stärkung des Einkaufsstandorts Bremer City insgesamt.

Zunächst wurde die Errichtung eines Innovationsbereiches für drei Jahre beantragt. Es hat ein Gesamtfinanzvolumen von 150.000 €. Aus den Kosten für die Maßnahmen ergibt sich ein Hebesatz von 0,01103754. Die Investition der erwarteten Gesamtkosten verteilt sich unterschiedlich über die Laufzeit und liegt deutlich unter dem Finanzaufwand des Viertels. Einen Überblick gibt Tabelle 2.3. Im ersten Geschäftsjahr wurden bereits insgesamt 70.000 € unter anderem für imageprägende Veranstaltungen, Marketing und ein abgestimmtes Gestaltungskonzept ausgegeben. Im zweiten Geschäftsjahr entfielen auf die Maßnahmen 40.050 €.

Mit der Realisierung der Maßnahmen wurde die CS City-Service GmbH als Aufgabenträger betraut. Dabei handelt es sich nicht um einen Initiativkreis von ansässigen Interessensvertretern, sondern um ein Tochterunternehmen der CityInitiative Bremen Werbung e.V. und der mit der Bewirtschaftung der Bremer Parkhäuser betrauten BREPARK GmbH. Die Geschäftsführung liegt bei Herrn Dr. Halves.

Tab 2.3: Geplante Investitionen zur Realisierung der BID-Maßnahmen im BID Ansgarikirchhof

Maßnahmen	Investitionssumme
1. Administration a. Vorlauf- und Konzeptkosten b. Gebühren und Rechtsberatung c. Verwaltungsgebühr der Stadt d. Finanzierungskosten e. Aufgabenträger f. Sitzungsvorbereitung g. Finanzcontrolling	**38.800,00 €**
2. Imageprägende Veranstaltungen a. Eventkosten b. Temporäre Begrünung c. Musikfesteröffnung d. Aktionen zur Weihnachtszeit	**45.600,00 €**
3. Marketing a. Agenturauswahl und Briefing b. Internet, Grundaufbau, Hosting c. Pressearbeit d. Anzeigenschaltung	**35.000,00 €**
4. Abgestimmtes Gestaltungskonzept a. Konzeptentwicklung und Umsetzung b. Planungsbürokosten c. Einheitliche Schirme, Schirmhülsen, Pflanzen und Bänke d. Sofortmaßnahmen e. Reserve / Unvorhergesehenes	**27.600,00 €** **3.000,00 €**
5. Kostenvorteile durch Viertel-Services (z.B.) a. Graffiti-Entfernung b. Winterdienst c. Werbekonditionen	**4.600,00 €**
6. Viertelmanagement a. Treuhänderische Finanzverwaltung b. Betrieb der Geschäftsstelle c. Interessenvertretung	**17.000,00 €**
Insgesamt	**150.000,00 €**

Quelle: Nach CS City-Service GmbH (2011)

Insgesamt weisen beide Innovationsbereiche verbindende aber auch differenzierende Eigenschaften auf. Gemeinsam sind beiden BIDs die teilweise vergleichbaren Maßnahmen und auch die Herausforderungen im Umgang mit Heterogenität, sowohl auf der Seite der Betroffenen als auch auf Seiten des jeweiligen Branchen- und Nutzungsmixes. In Bezug auf die Anzahl der Betroffenen und den Finanzumfang sowie im Hinblick auf die Realisierung unterscheiden sich beide Innnovationsbereiche deutlich voneinander. Außerdem ist das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor entlang zweier Straße ausgerichtet, wogegen das BID Ansgarikirchhof einen Platz umfasst.

TEIL II: Das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor

3 Untersuchungsdesign

Im Rahmen der Auftragserteilung der Begleitforschung zu den Business Improvement Districts in Bremen wurde die Dokumentation der entwickelten sowie eingesetzten Methoden vereinbart. Entsprechend ausführlich erfolgt in den nachfolgenden Unterpunkten die Darstellung der methodischen Vorgehensweise im Rahmen der Bestandsaufnahme (Kapitel 3.1), der Eigentümerbefragung (Kapitel 3.2) sowie der Passantenbefragung (Kapitel 3.3), die im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor durchgeführt wurden.

3.1 Methodische Vorgehensweise zur Bestandsaufnahme

Im Gebiet des BIDs Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor wurde eine umfassende Bestandsaufnahme der Gebäude sowie deren Nutzung vorgenommen. Diese Kartierung verfolgt mehrere Zielsetzungen: Erstens soll der Branchenmix bzw. die Durchmischung verschiedener Angebote und Nutzungsformen im BID erfasst werden. Neben der reinen Erfassung der Gebäudenutzungen wurden von den Kartierern auch Bewertungen vorgenommen, um hochwertige Angebote sowie ansprechende Warenpräsentationen und Fassadengestaltungen von Mindernutzungen abzugrenzen. Insgesamt wird dadurch die Angebotsvielfalt und Nutzungsdurchmischung für die verschiedenen Bereiche des BIDs für den Zeitpunkt der Erhebung dokumentiert und kann mit der Wahrnehmung der befragten Passanten und der Immobilieneigentümer verglichen werden.

Das zweite Ziel der Bestandsaufnahme besteht darin, dass mit der umfassenden Kartierung die Grundlage gelegt wurde, an einem späteren Zeitpunkt die Veränderungen aufzuzeigen, die im Innovationsbereich stattgefunden haben. Insbesondere kann dadurch die Frage bearbeitet werden, welche der durchgeführten BID-Maßnahmen eine Wirkung erzielt haben. Um an einem späteren Zeitpunkt noch einen Eindruck von der jetzigen Situation zu erhalten, wurde jedes Gebäude fotografiert. Die Fotos wurden direkt an die Kartierungsdatenbank angebunden und lassen sich in dem Geographischen Informationssystem anzeigen, so dass neben den Eintragungen auf den Bewertungsskalen auch ein visueller Eindruck abgerufen werden kann.

Das dritte Ziel der Bestandsaufnahme ist die Schaffung einer Planungsgrundlage, welche dazu genutzt werden kann, den Branchen- bzw. Angebots- und Nutzungsmix zu verbessern. Auch können dadurch Bereiche innerhalb des BIDs identifiziert werden, in denen Aufwertungsmaßnahmen z.B. im Hinblick auf die Gestaltung der Warenpräsentation oder der Gebäudefassaden besonders ratsam erscheinen.

Die Kartengrundlage der Bestandsaufnahme bilden die ALK-Daten der Geoinformation Bremen, die freundlicherweise vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt wurden. Die ALK-Daten erlauben eine parzellenscharfe Kartierung und Analyse der Gebäudenutzungen im BID. Eine sinnvolle und übersichtliche Visualisierung ist entweder für das gesamte Gebäude (z.B. baulicher Zustand, Fassadengestaltung, Graffiti/Schmierereien) oder für die Nutzung im Erdgeschoss

(z.B. Branche, Eigentümer oder Filialist, Schaufenstergestaltung, Warenpräsentation) möglich. In der Datenbank wurden aber auch die Nutzungen in den weiteren Geschossen aufgenommen. Diese Informationen werden in diesem Bericht jedoch nicht visualisiert, um die Lesbarkeit und Aussagekraft der erzeugten Karten zu erhalten.

Durchgeführt wurde die Kartierung ab dem 26. Mai 2011 durch zwei studentische Hilfskräfte, die vor Ort ausführlich durch den Projektleiter (Prof. Mossig) sowie den für diesen Aufgabenbereich verantwortlichen Projektmitarbeiter (Dipl.-Geogr. Tkaczick) geschult wurden. Vorgenommene Einschätzungen wurden stets zu zweit getroffen. Auch wurden die Kartierungen von denselben Personen durchgeführt. Die Datenaufnahme vor Ort war Anfang Juli abgeschlossen. Der Screenshot (Abbildung 3.1) vermittelt einen Einblick bezüglich des Aufbaus der Datenbank, während Tabelle 3.1 einen Überblick über alle aufgenommenen Variablen gibt.

Abb. 3.1: Ausschnitt aus der Datenbank der durchgeführten Bestandsaufnahme im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor 2011

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1		Räumliche Zuordnung			Kartierung der einzelnen Etagen, wenn gewerbliche Nutzu					
2	Code	Straße	Haus-nummer	Etagen-nummer	Name	Hauptangebot	Detaillierte Hauptnutzung	Zusatzbeschr	Eigentümer/ Filialist	Wertigkeit des Angebots
3	VAR001	VAR002	VAR003	VAR004	VAR006	VAR007	VAR008	VAR009	VAR010	VAR011
4	ID	STRASSE	HAUSNR	ETAGE	NAME	NUTZUNG	DETAILNUTZ	NUTZINFO	EIGENTUM	ANGWERT
819	0847	Ostertorsteinweg	67	1	Fromagerie	Einzelhandel: Lebensmittel	Französische Spezialitäten		1	5
820	0848	Ostertorsteinweg	67	2		Wohnung	Wohnung			
821	0849	Ostertorsteinweg	67	3		Wohnung	Wohnung			
822	0850	Ostertorsteinweg	67	4		Wohnung	Wohnung			
823	0851	Ostertorsteinweg	66	1		Wohnung	Wohnung			
824	0852	Ostertorsteinweg	66	2		Wohnung	Wohnung			
825	0853	Ostertorsteinweg	66	3		Wohnung	Wohnung			
826	0854	Ostertorsteinweg	66	4		Wohnung	Wohnung			
827	0855	Ostertorsteinweg	65	1	Wilfried's Praxis	Dienstleistung	Schuster		1	3
828	0856	Ostertorsteinweg	65	2		Wohnung	Wohnung			
829	0857	Ostertorsteinweg	65	3		Wohnung	Wohnung			
830	0858	Ostertorsteinweg	65	4		Wohnung	Wohnung			

Quelle: Eigene Erhebung

In dem Screenshot sind Angaben zu drei Gebäuden enthalten. Das Gebäude im Ostertorsteinweg 67 erhält die laufenden ID-Nummern 0847-0850. Jede der vier Etagen des Gebäudes besitzt eine eigene Zeile und entsprechend eine eigene ID-Nummer. Im Erdgeschoss befindet sich ein französisches Spezialitätengeschäft, die „Fromagerie“. Das Hauptangebot wurde der Kategorie „Einzelhandel: Lebensmittel“ zugeordnet. Es handelt sich um einen eigentümergeführten Laden (Eintrag 1 in der betreffenden Spalte J), der für die Wertigkeit des Angebots die beste Bewertungskategorie 5 von den Kartierern erhalten hat.

Das Gebäude im Ostertorsteinweg 66 ist ebenfalls vierstöckig und ist ein reines Wohnhaus. Im Gebäude mit der Hausnummer 65 betreibt im Erdgeschoss hingegen ein Schuster seinen Laden. Alle erfassten Variablen sind in Tabelle 3.1 aufgeführt.

Tab. 3.1: Übersicht der aufgenommenen Variablen* im Rahmen der Bestandsaufnahme des BIDs Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor*

Variablenname	Erläuterung	mögliche Merkmals-ausprägungen (Beispiele)
ID	fortlaufende Nummerierung	0001, 0002,…, 1101
Straße	Name der Straße	- Ostertorsteinweg - Vor dem Steintor …
Hausnummer	Hausnummer des Gebäudes	1, 2, 3,.., 8-10, 1A,…
Etagennummer	Stockwerk des Gebäudes beginnend mit 1 = Erdgeschoss	1, 2, 3, 4,…
Name	Exakter Name des Geschäfts/Dienstleis-tungsbetriebs bzw. kein Eintrag (z.B. Wohnraum)	- Ostertorapotheke - Sparkasse …
Hauptangebot	auf die 14 Hauptnutzungsformen ver-dichtete Nutzung in der jeweiligen Etage	- Gastronomie - Bekleidung - Einzelhandel: Lebensmittel - Einzelhandel: Drogerie/Reformhaus - Wohnung - Leerstand …
Detaillierte Hauptnutzung	Genaue Beschreibung der Nutzung	- Bäckerei - Feinkost - Kneipe - Imbiss - Restaurant …
Zusatzbeschreibung	Weitere Zusatzinformationen	z.B. Skatershop, Türkischer Imbiss, Südländische Spezialitäten,…
Eigentümer/Filialist		1 = Eigentümer 2 = Filialist
Wertigkeit des Angebots	Einschätzung der Wertigkeit des Waren- oder Dienstleistungsangebots	1 = minderwertig … 3 = durchschnittlich … 5 = hochwertig
Schaufenstergestaltung	Einschätzung der Schaufenstergestaltung, Warenpräsentation oder Bestuhlung	1 = sehr schlecht … 3 = durchschnittlich … 5 = sehr gut
Anmerkungen	z.T. Begründung der Einschätzung	z.B.: Plakate, Aufsteller, Blumen im Außenbereich,…
Schmierereien/Graffiti/ Plakate	Beurteilung der Verschmutzung durch Schmierereien/(ungewollte) Graffitis oder Plakate	1 = keine Verschmutzung 2 = gering verschmutzt 3 = verschmutzt 4 = stark verschmutzt
Anmerkungen	z.T. Begründung der Einschätzung	z.B. Farbklecks, Tür beschmiert, Graffiti, Plakatbeklebungen,…
Gesamteindruck baulicher Zustand	Beurteilung des baulichen Zustands der sichtbaren Außenfassade	1 = sehr schlecht … 3 = durchschnittlich … 5 = sehr gut
Anmerkungen	Weitere Informationen	z.B.: keine volle Geschosshöhe, Gerüst,…
Foto	Anbindung des Gebäudefotos an die Datenbank	

* Die Variablenwerte wurden Geschossweise erhoben. Quelle: Eigene Zusammenstellung

3.2 Methodische Vorgehensweise zur Eigentümerbefragung

Die schriftliche Befragung der Eigentümer im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor stellt für die Begleitforschung der Business Improvement Districts in Bremen einen zentralen Bestandteil dar. Eine derart umfangreiche Betrachtung der Immobilienbesitzer liegt nach unserem Kenntnisstand für Deutschland bislang noch nicht vor. Der Innovationsbereich Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor gilt mit 268 Eigentümern als das größte BID in Deutschland. Aufgrund datenschutzrechtlicher Gründe konnte jedoch nicht auf den vollständigen Adress-Datensatz der Senatorischen Behörde zurückgegriffen werden, der zur Versendung der Abgabebescheide verwendet wird. Daher wurde auf den mit 180 Eigentümern nicht ganz vollständigen Datensatz der Interessengemeinschaft Viertel e.V. (IGV) zurückgegriffen.

Insgesamt wurden 180 Fragebögen mit frankiertem Rückumschlag an die Eigentümer verschickt. Davon sind sieben mit dem Hinweis auf einen unbekannten Empfänger zurückgekommen. Somit haben insgesamt 173 Eigentümer innerhalb des BIDs einen Fragebogen erhalten. 71 Eigentümer haben den Fragebogen ausgefüllt zurückgeschickt. Das entspricht einer Rücklaufquote von 41,1%. Die schriftliche Befragung fand im Zeitraum vom 30. Juni bis zum 02. August 2011 statt. Der Befragungszeitraum begann eine Woche vor den Schulferien und umfasste knapp fünf Wochen, so dass auch potenzielle Urlauber genügend Zeit hatten, den Fragebogen zu beantworten. Die sehr gute Rücklaufquote ist insbesondere auf die intensive telefonische Nacherfassung zurückzuführen.[2]

Der schriftlichen Befragung lagen sieben qualitative Interviews mit ausgewählten Eigentümern des Innovationsbereichs Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor zugrunde. Die Auswahl der Eigentümer erfolgte nach mehreren Kriterien. So sollten bekannte Kritiker und Befürworter des BIDs, Personen aus dem Viertel und Eigentümer mit Hauptwohnsitz außerhalb Bremens sowie Immobilienverwaltungen und selbst nutzende Eigentümer in der Gruppe der befragten Experten vertreten sein. Die sieben Interviews wurden bei den Eigentümern zu Hause oder in ihren Geschäften geführt. Sie dauerten 30 - 60 min., wurden digital aufgezeichnet und anschließend wörtlich transkribiert. Das Ziel der qualitativen Interviews bestand darin, Kategoriensysteme für die weitgehend standardisierte schriftliche Befragung zu generieren sowie inhaltliche Argumente aus Sicht des befragten Akteurs erläutert zu bekommen.

Der Leitfaden der qualitativen Interviews umfasste insgesamt acht große Frageblöcke:

- Spontane Assoziationen zum Stichwort BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor
- Beurteilung der Notwendigkeit eines professionellen Managements für den Standort
- Generelle Vor- und Nachteile des BID-Ansatzes
- Beurteilung der Umsetzung des Ansatzes im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor
- Informationsquellen über das BID im Viertel
- Langfristige Entwicklungsperspektiven des Viertels
- Nennung von drei zentralen Botschaften an das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor
- Beurteilung von Attraktivitätsindikatoren in der unmittelbaren Umgebung der Immobilie.

[2] Nach Diekmann (1998, S. 441) erzielt man bei schriftlichen Befragungen ohne zusätzliche Maßnahmen nur selten eine Rücklaufquote über 20%. Mit den Auftraggebern wurde vorab besprochen, möglichst eine Rücklaufquote von 30% zu erreichen. Vor diesem Hintergrund sind die erreichten 41,1% als sehr positives Ergebnis zu bewerten.

Einen Überblick über zentrale Erkenntnisse aus den qualitativen Experteninterviews wird in Kapitel 4.2 gegeben.

Der darauf aufbauende quantitative Fragebogen umfasst 18 Fragen, die sich auf drei Abschnitte verteilen. Im ersten Teil werden Meinungen und Einstellungen der befragten Eigentümer zur Grundidee des BID-Ansatzes gestellt. Die Fragen im zweiten Teil beziehen sich auf die konkrete Umsetzung des BID-Konzeptes im Innovationsbereich Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor. Im dritten Teil der schriftlichen Befragung wurden allgemeine Angaben zum Eigentümer und seiner Wahrnehmung der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung seiner Immobilie abgefragt. Die allgemeinen Angaben dienen dazu, die Gruppe der Eigentümer hinsichtlich verschiedener Merkmale differenziert zu betrachten. Die Stichprobe setzt sich in diesen Aspekten wie folgt zusammen:

Tab. 3.2: Zusammensetzung der Stichprobe bezüglich der Immobiliennutzung der befragten Eigentümer

Nutzen Sie die betreffende Immobilie selbst?	Häufigkeit	in %
Ja, zumindest teilweise	26	37,1
Nein, ich vermiete	44	62,9
Gesamt	**70**	**100,0**

Quelle: Eigene Erhebung

In dem Fragebogen wurden die Eigentümer gefragt, ob Sie die betreffende Immobilie selbst nutzen. Insgesamt haben 70 Personen die Frage beantwortet. Dabei standen drei Antwortkategorien zur Verfügung. Um in den differenzierenden Auszählungen hinreichend große Fallzahlen in den einzelnen Kategorien zu erhalten, wurden die Antwortmöglichkeiten

(a) „Ja, alleine“ und

(b) „Ja, teilweise“

bei der Auswertung zusammengefasst und die neue Kategorie „Ja, zumindest teilweise“ gebildet. Somit können zwei Gruppen innerhalb der Kategorie „eigene Immobiliennutzung“ unterschieden werden (vgl. Tab. 3.2).

Anhand der Tabelle 3.2 ist zu erkennen, dass die Mehrheit der in der Stichprobe enthaltenen Eigentümer ihre Immobilie vermietet (62,9%). Zumindest teilweise selbst nutzen sie hingegen 37,1% der Eigentümer, die sich an der Befragung beteiligt haben. Beide Kategorien sind hinreichend oft besetzt um differenzierende Auswertungen nach dem Merkmal der Immobiliennutzung vornehmen zu können.

Tab. 3.3: Zusammensetzung der Stichprobe bezüglich der Interessensgruppe der befragten Eigentümer

Interessensgruppe	Häufigkeit	in %
Geschäft / Gastronomie	17	25,4
Wohnungsnutzer	19	28,4
Eigentümer/Immobilienverwaltung	31	46,3
Gesamt	**67**	**100,0**

Quelle: Eigene Erhebung

Die befragten Eigentümer sollten ankreuzen, welcher Interessensgruppe sie sich am ehesten zuordnen würden. Insgesamt konnten 67 Antworten auf diese Frage verwertet werden. Die Eigentümer konnten zwischen den Antwortmöglichkeiten „Geschäftsinhaber", „Gastronomie", „Wohnungsnutzer", „Immobilienverwaltung" sowie „sonstiges" auswählen. Einige Eigentümer notierten hinter „sonstiges" die Begriffe „Eigentümer" oder „Hauseigentümer". Dies wurde bei der Neueinteilung der Kategorien entsprechend berücksichtigt. Um ausreichend besetzte Kategorien zu erhalten, wurden die Antwortmöglichkeiten wie folgt zusammengefasst:

(a) Geschäftsinhaber/Gastronomen
(b) Wohnungsnutzer
(c) Eigentümer/Immobilienverwaltungen.

Der Tabelle 3.3 ist die entsprechende Verteilung der antwortenden Eigentümer auf die drei Interessensgruppen zu entnehmen. Insgesamt haben sich 17 Eigentümer (25,4%) zu der Interessensgruppe Geschäftsinhaber/Gastronomie zugeordnet. 19 Eigentümer (28,4%) gaben an Wohnungsnutzer zu sein und 31 der befragten Eigentümer (46,3%) ordnen sich der Kategorie „Eigentümer/ Immobilienverwaltung" zu.

Tab. 3.4: Zusammensetzung der Stichprobe bezüglich des Standorts der Immobilie der befragten Eigentümer

Standort der Immobilie	Häufigkeit	in %
Ostertorsteinweg	30	43,5
Vor dem Steintor	39	56,5
Gesamt	**69**	**100,0**

Quelle: Eigene Erhebung

Im Fragebogen ist nach dem Standort der Immobilie gefragt worden. Die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten waren „zwischen Theater am Goetheplatz und Ulrichsplatz", „zwischen Ulrichsplatz und Sielwallkreuzung", „zwischen Sielwallkreuzung und Ziegenmarkt" und „zwischen Ziegenmarkt und Werder-Imbiss". Die vier möglichen Kategorien wurden auf die zwei Bereiche „Ostertorsteinweg" und „Vor dem Steintor" aggregiert. Vier Immobilienbesitzer haben zwei Standortbereiche angekreuzt. In zwei Fällen davon fallen beide Immobilien in denselben Standortbereich. Die zwei verbleibenden Fälle wurden jeweils einem Standortbereich zugeschlagen. Zwei Eigentümer verweigerten die Antwort auf diese Frage, so dass für differenzierende Auswertungen nach dem Merkmal des Standorts der Immobilie insgesamt 69 Antworten verwendet werden können.

Anhand der Tabelle 3.4 wird sichtbar, wie sich die antwortenden Eigentümer hinsichtlich des Standorts ihrer Immobilie verteilen. 43,5% der antwortenden Eigentümer besitzen eine Immobilie im „Ostertorsteinweg“. In der Straße „Vor dem Steintor“ haben 56,5% Eigentümer eine Immobilie. Eine differenzierte Auswertung mit dem Merkmal Standort der Immobilie ist aufgrund der hinreichend besetzen Kategorien entsprechend möglich.

Tab. 3.5: Zusammensetzung der Stichprobe bezüglich der Mitgliedschaft in der Interessengemeinschaft Viertel e.V. der befragten Eigentümer

Mitglied in der IGV	Häufigkeit	in %
Ja	26	37,7
Nein	43	62,3
Gesamt	**69**	**100,0**

Quelle: Eigene Erhebung

Erfragt wurde auch, ob die Eigentümer Mitglied der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV) sind. Die Befragten konnten die Frage mit „Ja“ oder „Nein“ beantworten. Zwei Eigentümer verweigerten die Antwort, so dass insgesamt 69 verwertbare Antworten gezählt werden können. 37,7% der Befragten sind Mitglied in der IGV. Hingegen ist die Mehrheit der Eigentümer, die an der Befragung teilgenommen haben, kein Mitglied in der IGV (62,3%). Die Differenz zwischen den beiden Kategorien beträgt knapp 25%-Punkte. Dennoch sind die beiden Kategorien innerhalb des Merkmals Mitglied in der IGV für differenzierte Auswertungen nach diesem Merkmal ausreichend besetzt.

Tab. 3.6: Zusammensetzung der Stichprobe bezüglich der Herkunft der befragten Eigentümer

Herkunft	Häufigkeit	in %
Viertel	33	49,3
Andere Orte	34	50,7
Gesamt	**67**	**100,0**

Quelle: Eigene Erhebung

Die letzte Frage des Fragebogens gab Auskunft darüber, aus welchem Ort die antwortenden Eigentümer kommen. Anhand der Angabe der Postleitzahl erfolgte eine Zuordnung in zwei Kategorien. Die erste Kategorie umfasst alle Eigentümer, die die Postleitzahl „28203“ angegeben haben. Diese Postleitzahl schließt den kompletten BID-Bereich im Viertel ein. Alle anderen Postleitzahlen sind in der zweiten Kategorie „andere Orte“ zusammengefasst worden, um hinreichend große Fallzahlen zu erhalten.

Die Frage wurde von 67 Eigentümern beantwortet. Vier Eigentümer haben keine Angabe zur Postleitzahl gemacht. Die Tabelle 3.6 zeigt eine ausgeglichene Verteilung bezüglich der Herkunft der befragten Eigentümer. Aus dem Viertel kommen 33 Eigentümer, die geantwortet haben. Das entspricht einem Anteil von 49,3%. Demgegenüber haben 34 Eigentümer (50,7%)

eine Postleitzahl aus einem anderen Gebiet Bremens oder einem anderen Ort in Deutschland angegeben.

Im Zuge der Ergebnisanalyse wurde zudem die Frage, ob die jeweiligen Eigentümer den BID-Ansatz befürworten oder ablehnen, als weiteres Unterscheidungskriterium genutzt. Wie sich die Stichprobe hinsichtlich der Befürworter und der Gegner eines BIDs zusammensetzt, wird im Ergebnisteil (Kapitel 4.2.1) dargestellt. Dieses zentrale Ergebnis soll an dieser Stelle nicht vorweg genommen werden.

3.3 Methodische Vorgehensweise bei der Passantenbefragung

Ein zentraler Bestandteil der Begleitforschung zu den Business Improvement Districts in Bremen stellt die Befragung der Passanten in den Innovationsbereichen dar. Im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor wurden insgesamt 1105 Personen befragt. Aufgrund des großen Stichprobenumfangs sind die Ergebnisse repräsentativ.[3] Die Befragung fand im Zeitraum vom 09. - 19. Mai 2011 statt. Der Befragungszeitraum lag somit nicht in den Schulferien und wurde so gewählt, dass kein verlängertes Wochenende (Maifeiertag, Himmelfahrt oder Pfingsten) das Ergebnis beeinflussen konnte. Die Interviews fanden von 10.00 – 18.00 Uhr statt. An dem Samstag (14. Mai 2011) wurde besonders intensiv befragt. Jedes fünfte Interview (20,8%, d.h. 230 Gespräche) wurde an einem Samstag geführt.

Der Befragung lag ein teilstandardisierter Fragebogen zugrunde, der in Form von mündlichen Interviews bearbeitet wurde. Dadurch konnten Nachfragen der befragten Personen sofort vom Interviewer beantwortet werden. Die 19 studentischen Interviewer wurden zuvor in einer Schulung intensiv mit der inhaltlichen Thematik der Begleitforschung und dem Hintergrund der einzelnen Fragen vertraut gemacht. Die Auswahl der befragten Personen erfolgte nach dem Zufallsprinzip (zu den Grundlagen empirischer Sozialforschung vgl. Reuber/Pfaffenbach 2005, Schnell et al. 1999). Die einzelnen Interviews dauerten in der Regel 7 – 10 Minuten.

Es wurden innerhalb des BIDs vier Befragungsstandorte ausgewählt:

- Befragungsstandort 1 „Theater am Goetheplatz“
  Westlicher, der Bremer Innenstadt zugewandter Eingangsbereich des BIDs am Ostertorsteinweg
- Befragungsstandort 2 „Ulrichsplatz“
  Zentraler Platz am Ostertorsteinweg
- Befragungsstandort 3 „Ziegenmarkt“
  Zentraler Platz an der Straße Vor dem Steintor
- Befragungsstandort 4 „Werder-Imbiss“
  Östlicher Eingangsbereich zum BID an der Straße Vor dem Steintor

Die gleichmäßige Verteilung der Antworten auf die vier Befragungsstandorte ist der Tabelle 3.7 zu entnehmen. Es wurden jeweils mindestens 271 Interviews durchgeführt, damit auch für die einzelnen Standorte repräsentative[4] Sonderauszählungen vorgenommen werden können. Bei differenzierten Auszählungen nach einzelnen Merkmalen (z.B. Herkunft der Passanten, Alter oder Geschlecht) wurden die Kreuztabellen einem Chi-Quadrat Signifikanztest unterzogen.

[3] Zur Bestimmung des minimal erforderlichen Stichprobenumfangs ist von einer unendlichen Grundgesamtheit auszugehen. Die Zahl der Passanten des Viertels ist im Untersuchungszeitraum zwar endlich, aber unbekannt. Legt man jeweils den statistisch ungünstigsten Fall zugrunde, müssen bei einer gewählten Sicherheitswahrscheinlichkeit von 95% und einem tolerierten Fehler von maximal 0,03 mindestens 1068 Personen befragte werden (Mossig 1996, Rinne 1995, S. 370 f.). Dieser Wert wurde mit 1105 geführten Interviews überschritten. Die Ergebnisse sind somit im Rahmen dieser Parameter repräsentativ.

[4] Nach der Formel zur Bestimmung eines minimal erforderlichen Stichprobenumfangs für eine unendliche Grundgesamtheit (Mossig 1996, Rinne 1995, S. 370 f.) sind mindestens 271 Interviews notwendig, damit die Resultate mit einer Sicherheitswahrscheinlichkeit von 90% innerhalb des tolerierten Fehlers von 0,05 liegen.

Tab. 3.7: Verteilung der Stichprobe auf die vier Befragungsstandorte

	Befragte Personen	
	abs.	in %
Befragungsstandort Theater am Goetheplatz	273	24,7%
Befragungsstandort Ulrichsplatz	276	25,0%
Befragungsstandort Ziegenmarkt	285	25,8%
Befragungsstandort Werder-Imbiss	271	24,5%
Interviews Ostertorsteinweg	**549**	**49,7%**
Interviews Vor dem Steintor	**556**	**50,3%**
Befragte Personen insgesamt:	**1105**	**100,0%**

Quelle: Eigene Erhebungen

Der eingesetzte Fragebogen (vgl. Anhang) wurde zusammen mit den Auftraggebern der Studie intensiv diskutiert und einem ausführlichen Pre-Test unterzogen. Er umfasst insgesamt 16 Fragen zu den folgenden Fragekomplexen:

a) Fragen zum Hauptzweck des Aufenthalts im Viertel am Befragungstag und den wichtigsten Ankerbetrieben (Frage 1 und 2) sowie die generelle Besuchshäufigkeit von Geschäften, Gastronomiebetrieben und Kultureinrichtungen im Viertel (Frage 9). Zudem wurden fehlende Angebote im Viertel aus Sicht der Passanten erfragt (Frage 5).

b) Fragen zum Koppelungsverhalten der Passanten mit der Bremer Innenstadt (Frage 3 und 4).

c) Fragen zur Attraktivität der unmittelbaren Umgebung des jeweiligen Befragungsstandorts sowie Verbesserungsvorschläge zur Attraktivitätssteigerung (Frage 6, 7 und 8).

d) Fragen zu Events im Viertel (Frage 10 und 11) sowie

e) Fragen zur Verkehrsmittelnutzung am Befragungstag sowie eine Beurteilung der Erreichbarkeit (Frage 12 und 13).

Die drei abschließenden Fragen dienten der differenzierten Auszählung der Antworten nach der Herkunft (Frage 14), nach dem Alter (Frage 15) sowie nach dem Geschlecht (Frage 16).

Der Tabelle 3.8 ist die Zusammensetzung der Stichprobe nach dem Alter der befragten Personen differenziert nach den vier Befragungsstandorten zu entnehmen. Jüngere Passanten haben etwas häufiger an der Befragung teilgenommen als ältere Personen. Insbesondere die Altersklasse der 20 bis 29 Jährigen ist in der Stichprobe vergleichsweise stark vertreten (29,9%). Dieser überproportionale Anteil liegt jedoch unter den Werten vergleichbarer Passantenbefragungen (Gebhardt 2007, Mossig/Dorenkamp 2007, Dorenkamp/Schubert 2011). Lässt man die Randkategorien (unter 20 Jahre sowie 70 Jahre und älter) einmal außer Acht, so sind alle Altersklassen gut besetzt, um differenzierte Auszählungen vornehmen zu können. Vereinzelt wurden die Altersklassen in die drei großen Kategorien (a) 29 Jahre und jünger, (b) 30 - 59 Jahre sowie (c) 60 Jahre und älter zusammengefasst, um bestehende Altersdifferenzen deutlicher aufzeigen zu können.

Die Altersverteilung an den einzelnen Befragungsstandorten entspricht weitgehend den Proportionen der gesamten Stichprobe. Die Abweichungen sind entsprechend statistisch nicht

signifikant, so dass keine systematische Verzerrung zwischen den Standorten aufgrund der Alterszusammensetzung in der Stichprobe vorliegt.

Tab. 3.8: Zusammensetzung der Stichprobe nach dem Alter der befragten Personen, differenziert nach den Befragungsstandorten

Alter	Theater am Goetheplatz		Ulrichs-platz		Ziegen-markt		Werder-Imbiss		BID „Viertel“ insgesamt	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	**abs.**	**in %**
unter 20 Jahre	13	4,8%	22	8,0%	15	5,3%	22	8,1%	**72**	**6,6%**
20 - 29 Jahre	75	27,9%	91	33,1%	81	28,6%	81	30,0%	**328**	**29,9%**
30 - 39 Jahre	51	19,0%	55	20,0%	46	16,3%	47	17,4%	**199**	**18,1%**
40 - 49 Jahre	42	15,6%	34	12,4%	50	17,7%	46	17,0%	**172**	**15,7%**
50 - 59 Jahre	36	13,4%	41	14,9%	32	11,3%	35	13,0%	**144**	**13,1%**
60 - 69 Jahre	32	11,9%	24	8,7%	39	13,8%	25	9,3%	**120**	**10,9%**
70 Jahre und älter	20	7,4%	8	2,9%	20	7,1%	14	5,2%	**62**	**5,7%**
keine Angabe	4	- -	1	- -	2	- -	1	- -	**8**	**- -**
Summe	**273**	**100%**	**276**	**100%**	**285**	**100%**	**271**	**100%**	**1105**	**100%**

Die Unterschiede sind nicht signifikant Quelle: Eigene Erhebungen

Tabelle 3.9 gibt den entsprechenden Überblick bezüglich der Geschlechterproportion innerhalb der Stichprobe wieder. Insgesamt haben mehr Frauen (56,3%) als Männer (43,7%) den Fragebogen beantwortet. Im Bereich des Ostertorsteinwegs (Theater am Goetheplatz 60,5% sowie Ulrichsplatz 61,5%) ist der Frauenanteil in der Stichprobe noch höher, während an den Befragungsstandorten Vor dem Steintor (Ziegenmarkt, Werder-Imbiss) das Geschlechterverhältnis annähernd ausgeglichen ist. Die Unterschiede in der Geschlechterproportion zwischen den Befragungsstandorten sind statistisch signifikant (α = 5 % - Niveau). Unterschiedliche Bewertungen und Wahrnehmungen der Standorte können dadurch beeinflusst sein. Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass die Unterschiede nicht auf eine fehlerhafte Durchführung der Befragung hinweisen, denn möglichweise halten sich in den entsprechenden Bereichen tatsächlich mehr Männer bzw. Frauen auf.

Tab. 3.9: Zusammensetzung der Stichprobe nach dem Geschlecht der befragten Personen, differenziert nach den Befragungsstandorten

Geschlecht	Theater am Goetheplatz		Ulrichs-platz		Ziegen-markt		Werder-Imbiss		BID „Viertel“ insgesamt	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	**abs.**	**in %**
männlich	105	39,5%	105	38,5%	131	46,6%	135	50,2%	**476**	**43,7%**
weiblich	161	60,5%	168	61,5%	150	53,4%	134	49,8%	**613**	**56,3%**
keine Angabe	7	- -	3	- -	4	- -	2	- -	**16**	**- -**
Summe	**273**	**100%**	**276**	**100%**	**285**	**100%**	**271**	**100%**	**1105**	**100%**

* Die Ergebnisse sind signifikant (α = 5 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Als weitere differenzierende Größe wurde die Herkunft der befragten Passanten unterschieden. Zu diesem Zweck wurden die interviewten Personen gebeten, ihre Postleitzahl zu nennen. Als Passanten mit der Herkunft Viertel wurden diejenigen Personen zusammengefasst, die als Postleitzahl 28203 angaben. Die übrigen Postleitzahlen des Bremer Stadtgebiets bildeten die Gruppe mit der Herkunft „übriges Bremen“. Alle anderen Personen wurden der Gruppe mit der Herkunft „außerhalb Bremens“ zugeordnet. Tabelle 3.10 gibt den entsprechenden Überblick, wie sich die Stichprobe an den vier Befragungsstandorten hinsichtlich der Herkunft der befragten Passanten zusammensetzt. 47 Personen haben die Frage nach ihrer Postleitzahl nicht beantwortet, die meisten davon am Werder-Imbiss.

Tab. 3.10: Zusammensetzung der Stichprobe nach der Herkunft der befragten Personen, differenziert nach den Befragungsstandorten

Herkunft	Theater am Goetheplatz		Ulrichs-platz		Ziegen-markt		Werder-Imbiss		BID „Viertel“ insgesamt	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	**abs.**	**in %**
Viertel	107	40,7%	131	49,1%	151	54,5%	126	50,2%	**515**	**48,7%**
übriges Bremen	113	43,0%	90	33,7%	94	33,9%	107	42,6%	**404**	**38,2%**
außerhalb Bremens	43	16,3%	46	17,2%	32	11,6%	18	7,2%	**139**	**13,1%**
keine Angabe	10	- -	9	- -	8	- -	20	- -	**47**	**- -**
Summe	**273**	**100%**	**276**	**100%**	**285**	**100%**	**271**	**100%**	**1105**	**100%**

** Die Ergebnisse sind sehr signifikant (α = 1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Insgesamt wohnt knapp die Hälfte (48,7%) der befragten Passanten im Viertel. Aus anderen Stadtteilen Bremens kamen 38,2%. Lediglich 13,1% der befragten Besucher gaben als Wohnort eine Postleitzahl außerhalb Bremens an. Zwischen den Befragungsstandorten gibt es sehr signifikante Unterschiede. Interviewpartner aus dem Viertel sind deutlich seltener in der Stichprobe des Befragungsstandorts Theater am Goetheplatz vertreten. Dies lässt sich sicherlich auf die Lage des Standorts (Eingangsbereich zum BID von der Innenstadt kommend) und die damit verbundene Zusammensetzung der Passanten erklären. Vergleichsweise wenige Besucher von außerhalb Bremens sind am östlichen Eingangsbereich zum BID am Standort Werder-Imbiss befragt worden. Eine ausführliche Analyse der Herkunft der Besucher des Viertels wird in Kapitel 4.3.1 vorgenommen.

Während des Erhebungszeitraumes wurde zudem dreimal eine **Passantenzählung**[5] durchgeführt, um relative Unterschiede bezüglich der Besucherfrequenz an den vier Befragungsstandorten abzuschätzen. Eine Hochrechnung der gesamten Besucherzahlen des Viertels ist auf der Grundlage der durchgeführten Zählungen aber nicht solide möglich. Gezählt wurde am

- Dienstag, den 10. Mai 2011, von 15.00 - 17.00 Uhr
- Mittwoch, den 11. Mai 2011, in der Zeit von 11.00 - 13.00 Uhr sowie
- Samstag, den 14. Mai 2011 von 13.00 - 14.30 Uhr.

[5] Zur Methodik einer Passantenzählung vgl. ausführlich Monheim (1999).

Tab. 3.11: Ergebnisse der Passantenzählung im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor an den vier Befragungsstandorten

Herkunft	Theater am Goetheplatz		Ulrichs-platz		Ziegen-markt		Werder-Imbiss		BID „Viertel“ insgesamt	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	**abs.**	**in %**
Di. 10.05.2011 (15.00 - 17.00 Uhr)	1035	22,1%	1369	29,3%	1370	29,3%	906	19,4%	**4680**	**30,3%**
Mi. 11.05.2011 (11.00 - 13.00 Uhr)	950	26,5%	1380	38,5%	690	19,2%	569	15,9%	**3589**	**23,3%**
Sa. 14.05.2011 (13.00 - 14.30 Uhr)	1700	23,8%	2746	38,4%	1861	26,0%	849	11,9%	**7156**	**46,4%**
Summe	**3685**	**23,9%**	**5495**	**35,6%**	**3921**	**25,4%**	**2324**	**15,1%**	**15425**	**100%**

Quelle: Eigene Erhebungen

Der Tabelle 3.11 ist die besondere Bedeutung zu entnehmen, den der Samstag gegenüber den beiden Wochentagen besitzt. Obwohl die Passanten am Samstag nur 1,5 Stunden gezählt wurden (an den Wochentagen 2 h), liegen die absoluten Besucherzahlen deutlich über den Werten an den anderen Tagen. Lediglich am Werder-Imbiss spielt der Samstag als Besuchstag des Viertels keine derart ausgeprägte Rolle. Die größte Passantenfrequenz wurde am Ulrichsplatz festgestellt (35,6%). Somit ist nicht der Übergangsbereich zur Innenstadt der Teil des Viertels, der am häufigsten frequentiert wird, sondern der zentrale Bereich des Ostertorsteinwegs. Mit deutlichem Abstand folgen die Standorte am Ziegenmarkt (25,4%) sowie am Theater am Goetheplatz (23,9%). Die wenigsten Passanten wurden am Werder-Imbiss (15,1%) gezählt.

Um die Zahl der potenziellen Besucher von Geschäften, Gastronomiebetrieben oder Kultureinrichtungen abzuschätzen und zwischen den Befragungsstandorten zu vergleichen, kann die Zahl der Passanten mit den Antworten der befragten Personen verschnitten werden, die im Rahmen der Befragung angaben, Durchgangspassant bzw. Anwohner des Viertels zu sein (Frage 2). Die Zahl der Durchgangspassanten ist der Tabelle 3.12 zu entnehmen.

Tab. 3.12: Befragte Personen, die angaben, keine Geschäfte, Gastronomiebetriebe oder Kultureinrichtungen im Viertel aufgesucht zu haben (Durchgangspassanten)

	Befragte Personen	Durchgangs-passanten	Anteil in %
Theater am Goetheplatz	273	112	**41,0%**
Ulrichsplatz	276	134	**48,6%**
Ziegenmarkt	285	91	**31,9%**
Werder-Imbiss	271	177	**65,3%**
Summe	**1.105**	**514**	**46,5%**

*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Angesichts des hohen Anteils von Bewohnern des Viertels in der Stichprobe verwundert es nicht, dass fast die Hälfte der befragten Personen angaben Durchgangspassanten zu sein (46,5%). Die Unterschiede zwischen den Befragungsstandorten sind hochsignifikant. Während am Ziegenmarkt lediglich 31,9% der befragten Personen am Befragungstag kein Geschäft, keinen Gastronomiebetrieb und keine Kultureinrichtung besuchte, war der Anteil der Durchgangspassanten am Werder-Imbiss mit 65,3% fast doppelt so hoch.

Verbindet man die Informationen aus den beiden Tabellen 3.11 und 3.12, so lässt sich für die vier Befragungsstandorte im BID das relative Kundenpotenzial abschätzen, das von allen Besuchern des Viertels auf den jeweiligen Standortbereich entfällt. Die entsprechenden Ergebnisse sind in Tabelle 3.13 dargestellt.

Tab. 3.13: Relatives Kundenpotenzial der vier Befragungsstandorte an allen Besuchern des BIDs Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor

	Passanten-zählung	Anteil Durchgangs-passanten	Potenzielle Kunden-zahl	Geschätztes relatives Kundenpotenzial
Theater am Goetheplatz	3685	41,0%	2174	**25,7%**
Ulrichsplatz	5495	48,6%	2824	**33,3%**
Ziegenmarkt	3921	31,9%	2670	**31,5%**
Werder-Imbiss	2324	65,3%	806	**9,5%**
Summe	15425	45,1%	8474	**100%**

Quelle: Eigene Erhebungen

Die geschätzten relativen Kundenanteile der vier Befragungsstandorte unterscheiden sich deutlich voneinander. Es kann davon ausgegangen werden, dass nur jeder zehnte Besucher des Viertels (9,5%) am Werder-Imbiss zu den Kunden eines Geschäfts, eines Gastronomiebetriebs oder einer Kultureinrichtung zählt. Demgegenüber ist in den zentralen Bereichen des BIDs am Ulrichsplatz (33,3%) sowie am Ziegenmarkt (31,5%) das geschätzte relative Kundenpotenzial am höchsten. Bei der Interpretation der Ergebnisse der Passantenbefragung sind die unterschiedliche Passantenfrequenz und vor allem das unterschiedliche relative Kundenpotenzial an den vier Befragungsstandorten zu berücksichtigen. Entsprechend wurden alle Fragen nach den vier Befragungsstandorten differenziert ausgewertet.

4 Ergebnisse der empirischen Erhebungen

4.1 Branchenmix, weitere Nutzungen und Erscheinungsbild der Gebäude

Der erste Teil der empirischen Erhebungen bestand aus der Kartierung der Gebäudenutzungen im Viertel und aus der Bewertung des Erscheinungsbildes. Die Ergebnisse dieser Bestandsaufnahme werden in den folgenden Abschnitten anhand mehrerer Karten erläutert. In sämtlichen Abbildungen wird im oberen Kartenausschnitt a) das Gebiet Ostertorsteinweg, im unteren Kartenausschnitt b) das Gebiet Vor dem Steintor dargestellt.

In Karte 1 wird ein Gesamtüberblick über die Gebäudenutzungen im Erdgeschoss gegeben. Im Ostertorsteinweg werden fast zwei Drittel der Gebäude für den Einzelhandel genutzt (63%). Dabei entfallen 30% auf Bekleidungsgeschäfte und 33% auf den sonstigen Einzelhandel. In 16% der Gebäude befinden sich Gastronomiebetriebe. Entlang der Straße Vor dem Steintor werden ebenfalls die meisten Gebäude für den Einzelhandel genutzt, auch wenn der Anteil mit 44% deutlich niedriger als im Ostertorsteinweg ist. Dies liegt vor allem an der geringen Anzahl an Bekleidungsgeschäften in diesem Teilbereich des BID. Während der Anteil des sonstigen Einzelhandels mit 37% an allen Gebäudenutzungen vor dem Steintor sogar leicht höher ist als im Ostertorsteinweg, entfallen hier nur 7% der Nutzungen auf Bekleidungsgeschäfte. Dagegen spielen im Bereich Vor dem Steintor die Gastronomiebetriebe eine größere Rolle, die ein Viertel der Gebäude nutzen. Eine weitere relevante Nutzungsform im Viertel stellen Dienstleistungen dar. Vor dem Steintor werden 20% der Gebäude durch Dienstleistungsbetriebe genutzt, im Ostertorsteinweg 15%. Die Dienstleistungen lassen sich differenzieren nach Dienstleistungen im Bereich der Körperpflege (z.B. Frisör, Sonnenstudio, Fitnessstudio), die in beiden Teilräumen des Viertels jeweils 8% an allen Nutzungen ausmachen, und in sonstige Dienstleistungen (12% Vor dem Steintor, 7% Ostertorsteinweg).

Die Wohnnutzung ist zumindest im Erdgeschoss der Gebäude im Bereich des BIDs von geringer Bedeutung (2% Ostertorsteinweg, 4% Vor dem Steintor). Ebenso niedrig ist der Anteil von Gebäudenutzungen im Bereich der Kunst und Kultur (jeweils 2%). Der Leerstand ist insgesamt gering, jedoch im Abschnitt Vor dem Steintor mit 3% aller Gebäude etwas höher als im Ostertorsteinweg (1%). Die Leerstände konzentrieren sich dabei auf die östliche Hälfte der Straße Vor dem Steintor zwischen den Querstraßen Brunnenstraße und Lüneburger Straße. Hinzu kommen entlang der Straße Vor dem Steintor 2% Gebäude, die sich gerade im Abriss befinden.

In Karte 2 werden die verschiedenen Einzelhandelsgeschäfte (ohne Bekleidungsläden) im Viertel abgebildet, alle sonstigen Nutzungen sind zur besseren Übersicht einheitlich in der Farbe Gelb dargestellt. Die meisten Einzelhandelsgeschäfte im Ostertorsteinweg befinden sich in der östlichen Hälfte. Im Bereich Vor dem Steintor gibt es dagegen keinen eindeutigen räumlichen Schwerpunkt. Die höchste Konzentration an Bekleidungsgeschäften (Karte 3) ist im westlichen Abschnitt des Ostertorsteinwegs bis zum Ulrichsplatz zu finden. Entlang der Straße Vor dem Steintor sind zwischen den Querstraßen Sielwall und Grundstraße dagegen überhaupt keine Bekleidungsgeschäfte zu finden.

In Karte 4 werden die gastronomischen Betriebe im Viertel gesondert dargestellt. Der räumliche Schwerpunkt liegt dabei klar im westlichen Abschnitt der Straße Vor dem Steintor zwischen Sielwall und Grundstraße. Demgegenüber liegen die Dienstleistungsbetriebe (ohne den Bereich Körperpflege) räumlich verstreuter im Viertel. Eine kleine Konzentration befindet sich lediglich im Bereich Vor dem Steintor zwischen den Querstraßen Berliner Straße und Im Ring (Karte 5).

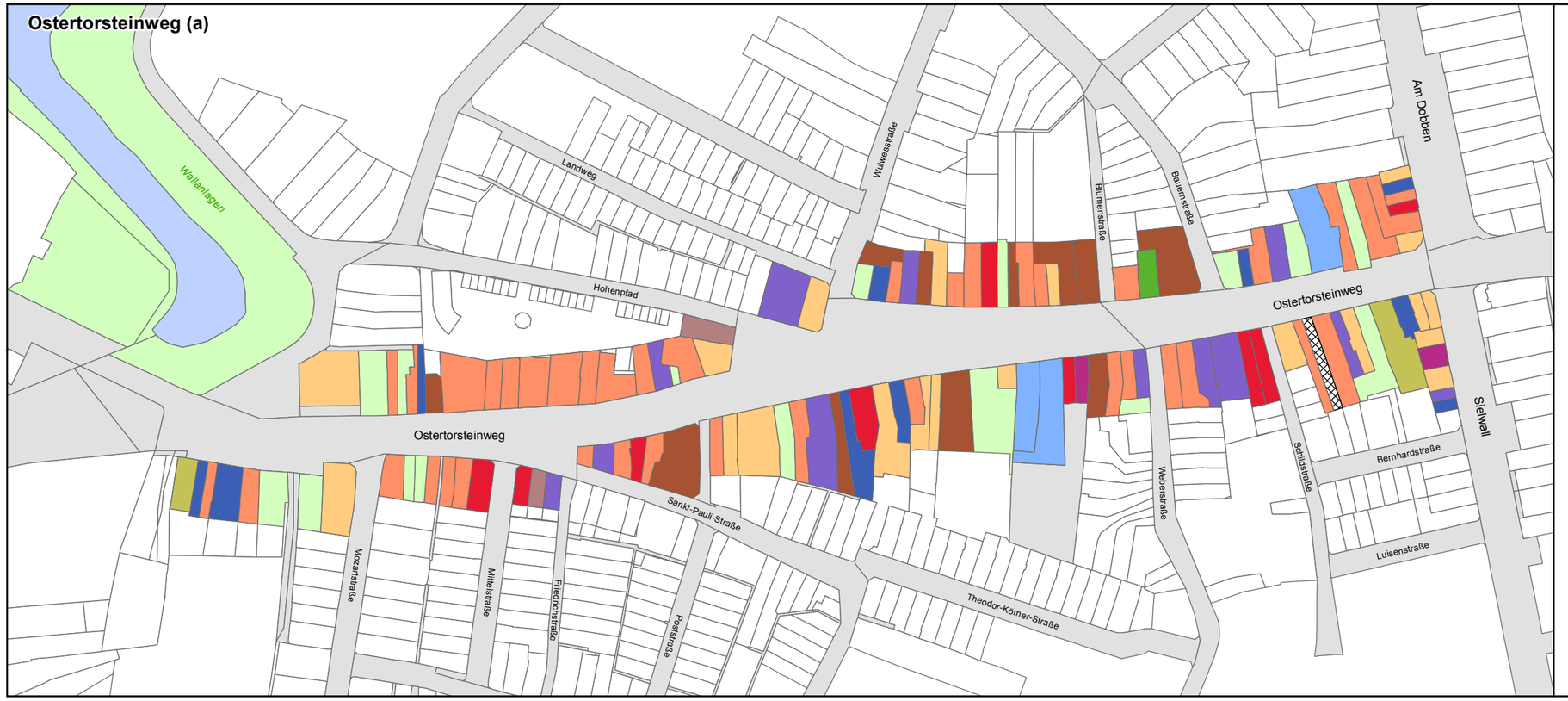
Neben der Erhebung der Gebäudenutzung wurde im Rahmen der Kartierung auch eine Bewertung des Angebots und des Erscheinungsbilds der Gebäude vorgenommen. Ausgenommen wurden lediglich Abrissgebäude. Bei der Bewertung wurden vier Kriterien berücksichtigt. Erstens wurde die Wertigkeit des Angebots auf einer Skala von 1 (= minderwertig) bis 5 (=hochwertig) eingeschätzt. Mit einer ähnlichen Skala (1 = sehr schlecht, 5 = sehr gut) wurde zweitens die Angebotsoptik (z.B. Schaufenstergestaltung, Warenpräsentation oder Bestuhlung bei Gastronomiebetrieben) bewertet. Leerstände erhielten für diese ersten beiden Kriterien den Wert 0, reine Wohngebäude aufgrund eines fehlenden Waren- oder Dienstleistungsangebots den durchschnittlichen Wert 3. Mit dem Kriterium Gebäudeoptik wurde der Grad der Verschmutzung z.B. durch Graffiti oder Plakate berücksichtigt. Die Einschätzung erfolgte auf einer Skala von 1 (= keine Verschmutzung) bis 4 (= stark verschmutzt). Der vierte Bewertungsaspekt war der bauliche Zustand der sichtbaren Außenfassade der Gebäude. Im Gegensatz zu den drei anderen Kriterien bezog sich dieser nicht nur auf das Erdgeschoss, sondern auf alle Geschosse der Gebäude. Hierbei wurde wieder auf eine fünfstufige Bewertungsskala zurückgegriffen (1 = sehr schlecht, 5 = sehr gut).

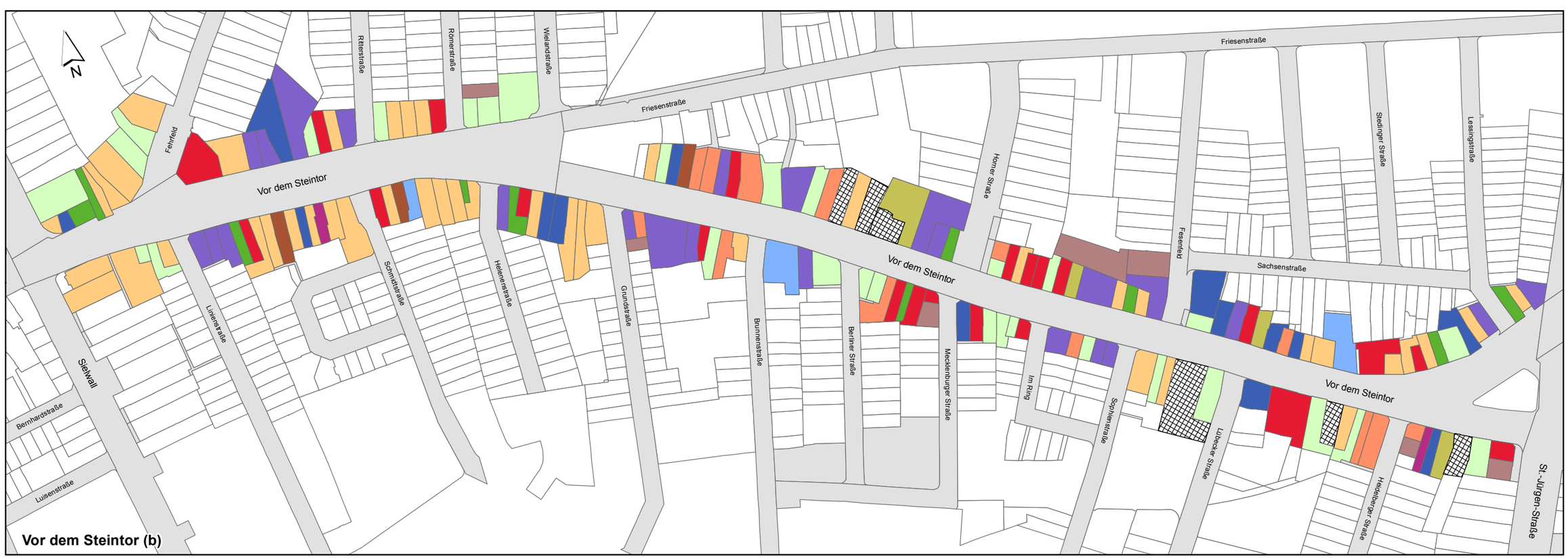
Um eine Vergleichbarkeit zwischen den Bewertungen der vier Kriterien herzustellen, wurde eine Reklassifizierung vorgenommen. Anschließend wurde für jedes Gebäude eine Gesamtbewertung ermittelt, in welche die Bewertungen aller vier Teilkriterien gleichberechtigt eingeflossen sind. Mit diesen gebäudescharfen Gesamtbewertungen wurde in einem weiteren Schritt eine rastergestützte Nachbarschaftsanalyse durchgeführt, deren Ergebnis in Karte 6 dargestellt wird. Dazu wurde die gesamte BID-Fläche in 50 mal 50 cm große Rasterzellen eingeteilt. Für jede einzelne Rasterzelle wurde dann ein Mittelwert aus den Wertungen der im Umkreis von 50 Metern liegenden Rasterzellen gebildet, wobei Null-Werte unberücksichtigt blieben. Dadurch ergab sich eine fließende Bewertung des Erscheinungsbildes, die sich nicht mehr nur auf einzelne Gebäude bezieht, sondern auch die angrenzenden Häuser sowie die Gebäude auf der gegenüberliegenden Straßenseite berücksichtigt. An den Rändern des BIDs kommt es dabei jedoch methodisch bedingt zu leichten Verzerrungen.

Grüne Bereiche in der Kartendarstellung bedeuten eine positive Bewertung des Erscheinungsbildes, rote Bereiche dagegen eine negative Bewertung. Dementsprechend wird die westliche Hälfte bzw. insbesondere das westliche Drittel des Ostertorsteinweges bezüglich des Erscheinungsbildes am besten beurteilt. Die östliche Hälfte des Ostertorsteinweges wird durchschnittlich bis leicht unterdurchschnittlich bewertet (Karte 6.a). Der Bereich Vor dem Steintor wird insgesamt deutlich schlechter eingestuft. Einzelne positiv bewertete Stellen befinden sich zwischen den Querstraßen Linienstraße und Schmidtstraße, an der Einmündung der Wieland- bzw. Friesenstraße sowie am östlichen Ende der Straße Vor dem Steintor. Am negativsten ist die Einschätzung des Abschnitts zwischen Brunnenstraße und Mecklenburger Straße (Karte 6.b).

Ostertorsteinweg (a)

Vor dem Steintor (b)





Karte 1: Gewerbliche Nutzung im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor

Erdgeschossnutzung

- EZH: Bekleidung
- EZH: Lebensmittel
- EZH: Kiosk
- EZH: Möbel/Haushalt
- EZH: Drogerie/Reformhaus
- EZH: Non-Food
- Gastronomie
- Friseur/Sonnen-/Fitnessstudio
- Kunst/Kultur
- Dienstleistung
- Sonstige Nutzung
- Wohnung
- Leerstand

Daten: Eigene Erhebung (Juni 2011)
Geodaten: verändert nach GeoInformation Bremen (2011)

0 50 m

Ostertorsteinweg (a)

Vor dem Steintor (b)

Wallanlagen
Landweg
Hohenpfad
Ostertorsteinweg
Wulwesstraße
Blumenstraße
Bauernstraße
Am Dobben
Stellwall
Bernhardstraße
Schildstraße
Luisenstraße
Weberstraße
Sankt-Pauli-Straße
Theodor-Korner-Straße
Mozartstraße
Mittelstraße
Friedrichstraße
Poststraße

Rittenstraße
Römerstraße
Wielandstraße
Friesenstraße
Fehrfeld
Vor dem Steintor
Schmidtstraße
Heinestraße
Grundstraße
Brunnenstraße
Berliner Straße
Mecklenburger Straße
Im Ring
Sophienstraße
Lübecker Straße
Heidelberger Straße
St.-Jürgen-Straße
Homer Straße
Fesenfeld
Sachsenstraße
Stedinger Straße
Lessingstraße
Linenstraße

N

Karte 2: Einzelhandelsbetriebe im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor
(ohne Bekleidung)

Erdgeschossnutzung

- EZH: Lebensmittel
- EZH: Kiosk
- EZH: Möbel/Haushalt
- EZH: Drogerie/Reformhaus
- EZH: Non-Food
- Sonstige Nutzung
- Leerstand

Daten: Eigene Erhebung (Juni 2011)
Geodaten: verändert nach GeoInformation Bremen (2011)

0 50 m

Ostertorsteinweg (a)

Vor dem Steintor (b)

Karte 3: Bekleidungsgeschäfte im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor

Erdgeschossnutzung

- Einzelhandel: Bekleidung
- Sonstige Nutzung
- Leerstand

Daten: Eigene Erhebung (Juni 2011)
Geodaten: verändert nach GeoInformation Bremen (2011)

0 50 m

Ostertorsteinweg (a)

Vor dem Steintor (b)

Wallanlagen
Landweg
Hohenpfad
Ostertorsteinweg
Wulwesstraße
Blumenstraße
Bauernstraße
Am Dobben
Stielwall
Bernhardstraße
Schildstraße
Luisenstraße
Webersstraße
Sankt-Pauli-Straße
Theodor-Korner-Straße
Mozartstraße
Mittelstraße
Friedrichstraße
Poststraße

Friesenstraße
Rittenstraße
Römerstraße
Wielandstraße
Fehrfeld
Vor dem Steintor
Schmidtstraße
Heinenstraße
Grundstraße
Brunnenstraße
Berliner Straße
Mecklenburger Straße
Im Ring
Sophienstraße
Lübecker Straße
Heidelberger Straße
St.-Jürgen-Straße
Lessingstraße
Stedinger Straße
Fesenfeld
Sachsenstraße
Hörner Straße
Linenstraße

N

Karte 4: Gastronomische Betriebe im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor

Erdgeschossnutzung

- Gastronomie
- Sonstige Nutzung
- Leerstand

Daten: Eigene Erhebung (Juni 2011)
Geodaten: verändert nach GeoInformation Bremen (2011)

0 50 m

Ostertorsteinweg (a)

Vor dem Steintor (b)

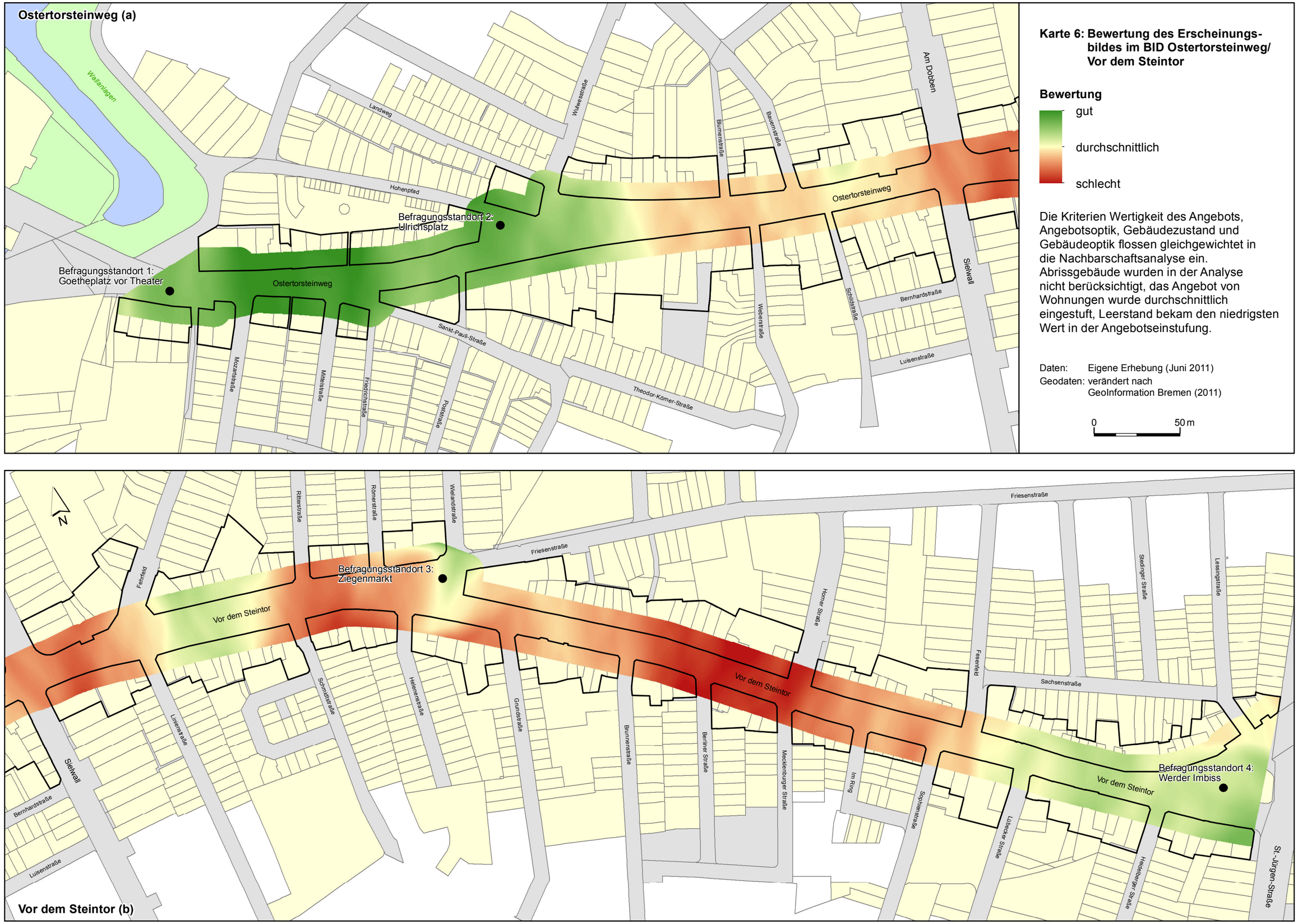
Karte 5: Dienstleistungsbetriebe im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor

Erdgeschossnutzung

- Dienstleistung
- Sonstige Nutzung
- Leerstand

Daten: Eigene Erhebung (Juni 2011)
Geodaten: verändert nach GeoInformation Bremen (2011)

0 50 m



Karte 6: Bewertung des Erscheinungsbildes im BID Ostertorsteinweg/ Vor dem Steintor

Bewertung

gut

durchschnittlich

schlecht

Die Kriterien Wertigkeit des Angebots, Angebotsoptik, Gebäudezustand und Gebäudeoptik flossen gleichgewichtet in die Nachbarschaftsanalyse ein. Abrissgebäude wurden in der Analyse nicht berücksichtigt, das Angebot von Wohnungen wurde durchschnittlich eingestuft, Leerstand bekam den niedrigsten Wert in der Angebotseinstufung.

Daten: Eigene Erhebung (Juni 2011)
Geodaten: verändert nach GeoInformation Bremen (2011)

0 50 m

4.2 Das Business Improvement District aus Sicht der Eigentümer

4.2.1 Kenntnisstand und Akzeptanz des BID-Ansatzes

Im ersten Teil des Fragebogens wurden die Eigentümer gebeten, ihren Kenntnisstand sowie ihre Einstellung zur Grundidee des BID-Ansatzes einzuordnen. Um ein grundlegendes Meinungsbild zum BID-Ansatz zu erhalten, sollten die Eigentümer auf die Frage antworten, ob sie sich eher als Befürworter oder als Gegner des Ansatzes sehen. Verwendet wurde eine siebenstufige Skala von +3 (ich finde den BID-Ansatz grundsätzlich gut) über 0 (neutral) bis -3 (ich lehne den BID-Ansatz grundsätzlich ab). Insgesamt haben 66 der befragten Eigentümer auf die Frage geantwortet. Die Ergebnisse sind der Tabelle 4.1 zu entnehmen.

Über die Hälfte der antwortenden Eigentümer lehnt das BID-Konzept ab (51,5%), eine deutliche Mehrheit sogar sehr entschieden. 26 Personen (39,4% aller antwortenden Eigentümer) haben die Ablehnung mit dem Wert „-3“ ausgedrückt. Sechs Eigentümer (9%) stehen dem BID-Konzept neutral gegenüber. Der Anteil der Befürworter beträgt 39,4%. Dabei befürworten neun Eigentümer (13,6%) den BID-Ansatz mit „+3“ sehr stark. Mit dem Wert „+2“ haben sich 11 Eigentümern (16,7%) zugeordnet, und „+1“ wurde von 6 Eigentümern (9,1%) vergeben. In den nachfolgenden Analysen der anderen Fragen wurde als weiteres differenzierendes Merkmal jeweils zwischen der Gruppe der BID-Befürworter und der BID-Gegner unterschieden.

Tab. 4.1: Befürworter und Gegner des BID-Ansatzes innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer

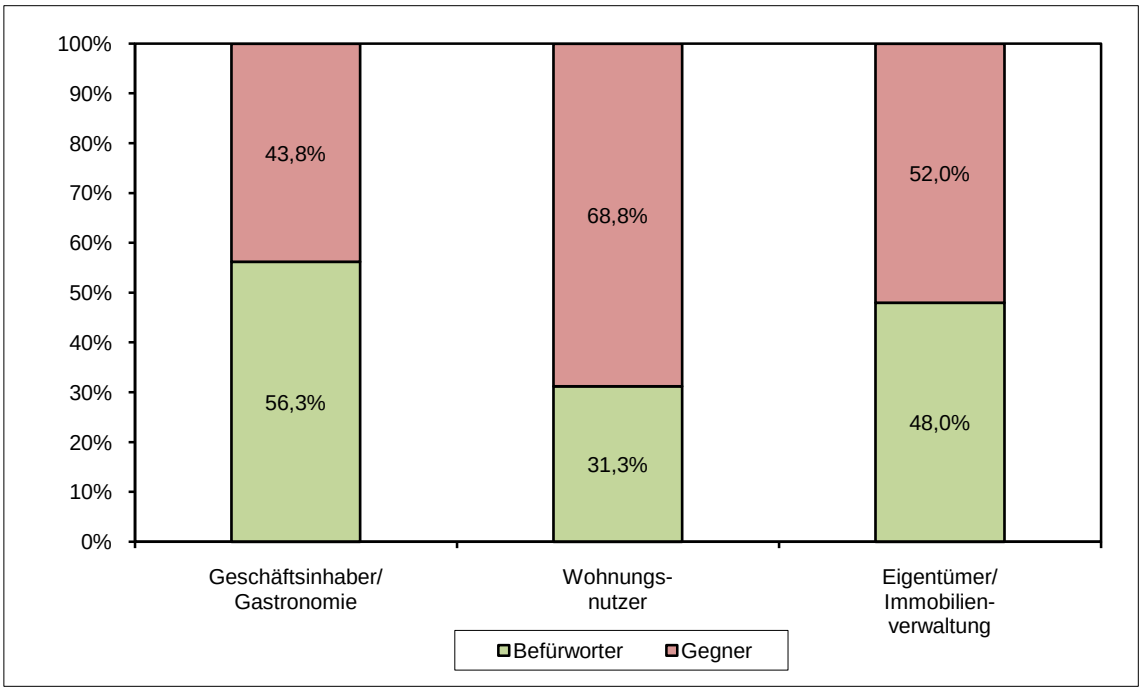
Sind Sie ein Befürworter oder ein Gegner des BID-Ansatzes?							
	Ich finde den BID-Ansatz grundsätzlich gut			neutral	Ich lehne den BID-Ansatz grundsätzlich ab		
	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3
Nennungen	9	11	6	6	2	6	26
in %	13,6%	16,7%	9,1%	9,1%	3,0%	9,1%	39,4%
		39,4%		9,1%		51,5%	

Quelle: Eigene Erhebungen

Es wird nun systematisch geprüft, wie sich die Gruppen der Befürworter und Gegner des BID-Ansatzes bezüglich der verschiedenen Merkmale der antwortenden Eigentümer zusammensetzen. Die sechs Eigentümer, die angaben, dem BID-Ansatz neutral gegenüber zu stehen, werden in den nachfolgenden Betrachtungen ausgeklammert, da diese Kategorie mit nur sechs Personen zu klein besetzt ist und somit Einzelmeinungen ein zu großes Gewicht erhalten würden.

Ein augenfälliger, wenn auch statistisch nicht signifikanter Unterschied lässt sich zunächst im Hinblick auf die unterschiedenen Interessensgruppen feststellen (vgl. Abb. 4.1). In der Gruppe der Geschäftsinhaber und Gastronomen befinden sich die meisten Befürworter (56,3%) des BID-Ansatzes. Gleichwohl lehnen 43,8% dieser Interessensgruppe den BID-Ansatz ab. Die Gruppe der Wohnungsnutzer stellt mit 68,8% Gegnern die kritischste Gruppe des BID-Ansatzes dar. Von den Wohnungsnutzern stehen dem Konzept nur 31,3% der antwortenden Eigentümer positiv gegenüber. Bei der Gruppe der Eigentümer und Immobilienverwaltungen ist ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Befürwortern und Gegnern festzuhalten. Insgesamt finden 48,0% der Eigentümer und Immobilienverwaltungen den BID-Ansatz grundsätzlich gut, während 52,0% das Konzept ablehnen.

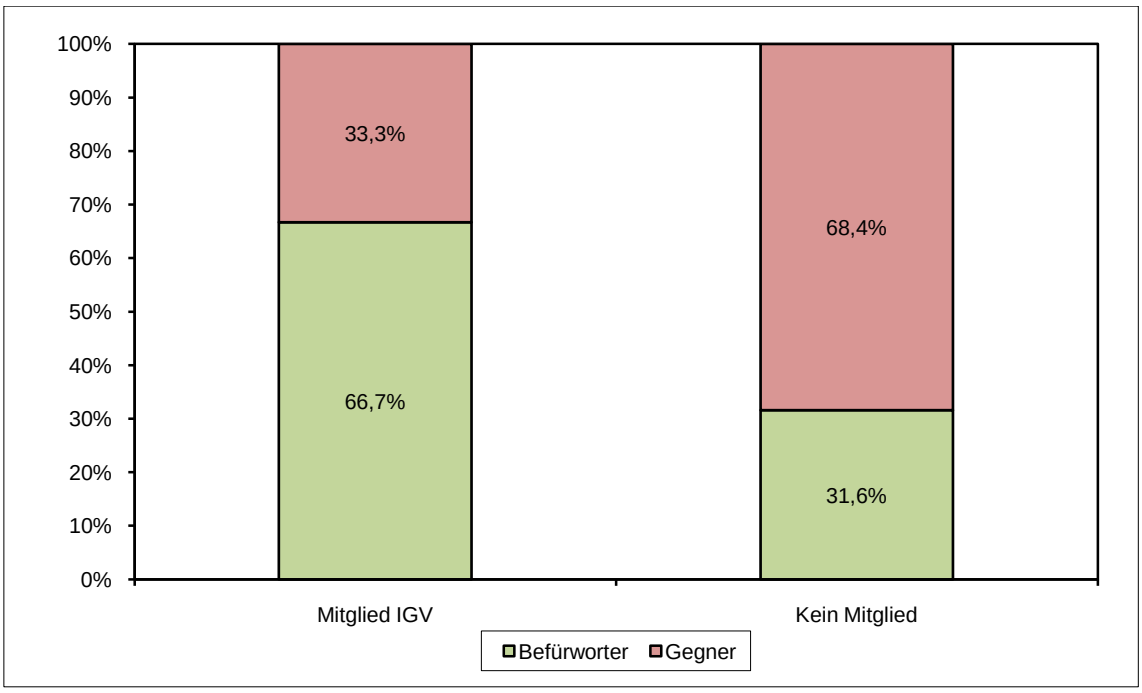
Abb. 4.1: Befürworter und Gegner des BID-Ansatzes differenziert nach den Interessensgruppen der antwortenden Eigentümer



Die Ergebnisse sind statistisch nicht signifikant Quelle: Eigene Erhebungen

Ein statistisch sehr signifikanter Unterschied lässt sich hingegen im Hinblick auf die Gegner und Befürworter differenziert nach der Mitgliedschaft in der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV) feststellen (vgl. Abb. 4.2). Insgesamt sind 66,7% der Mitglieder des Viertel e.V. Befürworter des BID-Konzepts. Ein Drittel der antwortenden Eigentümer, die Mitglied der IGV sind, lehnt demgegenüber den BID-Ansatz ab. Auf der Seite der Nicht-Mitglieder sind die Zahlenverhältnisse umgekehrt. 68,4% der Nicht-Mitglieder lehnen den BID-Ansatz ab und nur 31,6% sind Befürworter des Konzepts.

Abb. 4.2: Befürworter und Gegner des BID-Ansatzes differenziert nach der Mitgliedschaft in der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV) der antwortenden Eigentümer



** Die Ergebnisse sind sehr signifikant (α = 1% - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Differenzierte Auswertungen zur Einstellung zum BID-Ansatz sind noch für die weiteren Unterscheidungskategorien bezüglich

- der Immobiliennutzung
- dem Standort der Immobilie sowie
- der Herkunft der Eigentümer

vorgenommen worden. Im Hinblick auf diese Merkmale konnten jedoch keine augenfälligen oder signifikanten Unterschiede festgestellt werden. Eigentümer, die zumindest teilweise ihre Immobilie vermieten, befürworteten den BID-Ansatz zu 45,8%, während die vermietenden Eigentümer mit 42,9% nur geringfügig seltener zu den Befürwortern zählen. Im Hinblick auf den Standort der Immobilie unterscheiden sich die Befürworter und Gegner ebenfalls nur geringfügig. 46,2% der Eigentümer mit einer Immobilie im Ostertorsteinweg sind Befürworter des BID-Ansatzes. Die Eigentümer mit einer Immobilie in der Straße Vor dem Steintor befürworten den Ansatz geringfügig seltener (42,4%). Differenziert nach der Herkunft der Eigentümer sind ebenfalls keine signifikanten Unterschiede erfasst worden. So sind 43,3% der im Viertel lebenden Eigentümer Befürworter des BID-Ansatzes. Von den Eigentümern die aus anderen Orten kommen, finden 48,1% der Eigentümer den BID-Ansatz grundsätzlich gut.

Die zweite Frage zur Grundidee des BID-Ansatzes bezog sich auf den Kenntnisstand der Eigentümer. Anhand von Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend) sollten die befragten Eigentümer ihren Kenntnisstand über die Grundidee des BID-Konzeptes darlegen. Drei der insgesamt 71 antwortenden Eigentümer haben sich der Frage verweigert, so dass für diese Frage 68 Antworten vorliegen.

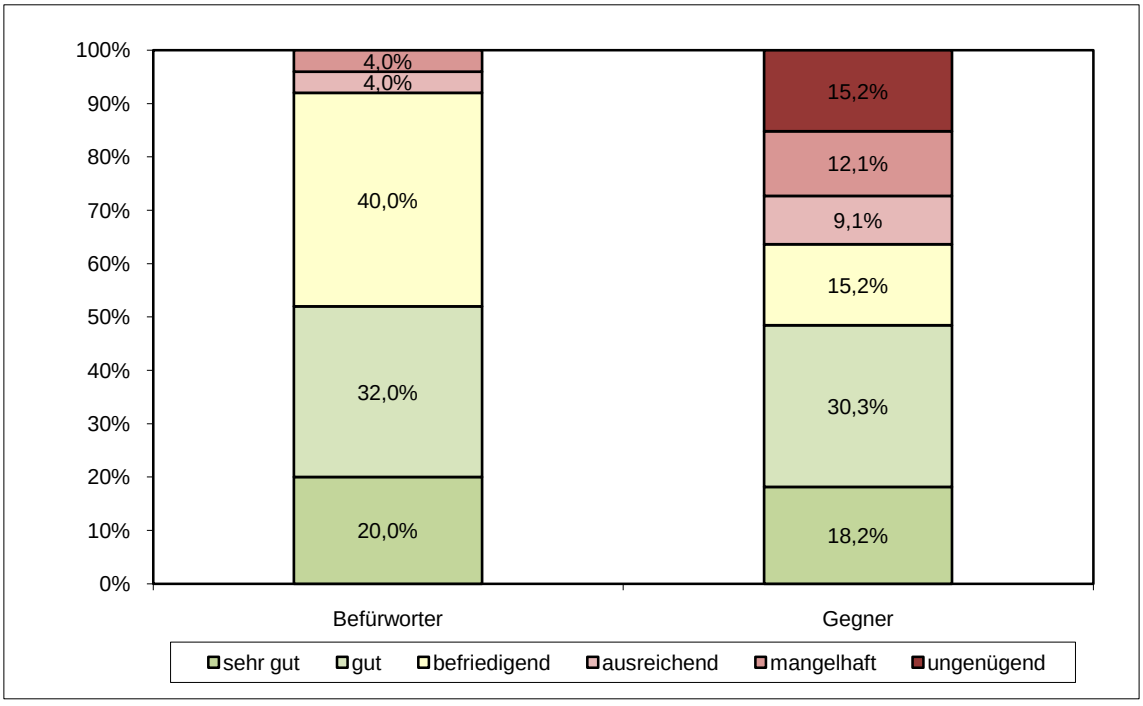
Tab. 4.2: Kenntnisstand über das BID-Konzept innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer

Wie gut kennen Sie die Grundidee des BID-Konzepts? (In Schulnoten)						
	Sehr gut (1)	**gut (2)**	**befriedigend (3)**	**ausreichend (4)**	**mangelhaft (5)**	**ungenügend (6)**
Nennungen	12	21	16	5	6	8
in %	17,6%	30,9%	23,5%	7,4%	8,8%	11,8%

Quelle: Eigene Erhebungen

Ihren Kenntnisstand sehen die antwortenden Eigentümer als „befriedigend“ an. Die Durchschnittsnote liegt bei 2,94. Zwölf Eigentümer (17,6%) gaben an über einen „sehr guten“ Kenntnisstand bezüglich der Grundidee des BID-Ansatzes zu verfügen. Die häufigste Note, die vergeben wurde, ist „gut“ (21 Eigentümer bzw. 30,9%). „Befriedigend“ wurde von 16 Eigentümern (23,5%) vergeben. Fünf antwortende Eigentümer (7,4%) haben die Note „ausreichend“ verteilt. Ein Fünftel der Eigentümer gab an, einen schlechten Kenntnisstand zum generellen BID-Ansatz zu haben. Davon bezeichneten sechs Eigentümer (8,8%) ihren Kenntnisstand als „mangelhaft“ und acht Eigentümer (11,8%) sogar als „ungenügend“.

Abb. 4.3: Kenntnisstand über die Grundidee des BID-Konzepts der antwortenden Eigentümer differenziert nach Befürwortern und Gegnern des BID-Ansatzes



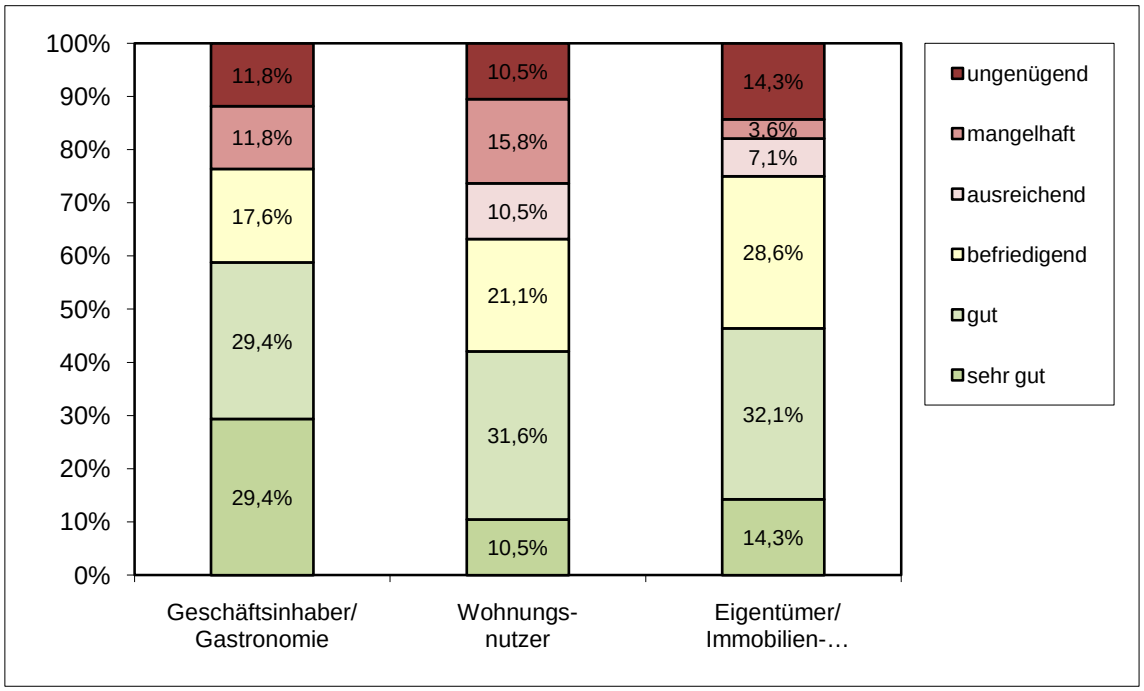
Die Ergebnisse sind statistisch nicht signifikant Quelle: Eigene Erhebungen

Die Abbildung 4.3 zeigt, wie sich der Kenntnisstand über das BID-Konzept zwischen den Gegnern und Befürwortern des BID-Ansatzes unterscheidet. Der Kenntnisstand der Befürworter liegt nach eigenen Angaben bei einer durchschnittlichen Note von 2,40. Die Gegner bewerten

ihren Kenntnisstand mit durchschnittlich 3,12. Damit fällt ihre Note deutlich schlechter aus. Die Unterschiede sind allerdings statistisch nicht signifikant. Die unterschiedlichen Durchschnittsnoten kommen dadurch zustande, dass bei den Befürwortern viele der antwortenden Eigentümer ein „befriedigend“ vergaben und nur sehr wenige die schlechten Noten „mangelhaft“ und „ungenügend“. Demgegenüber haben über ein Viertel der BID-Gegner diese schlechten Note gewählt, um ihren Kenntnisstand zum BID-Ansatz zu beschrieben.

Es wurde geprüft, ob der Kenntnisstand über die Grundidee des BID-Konzepts bezüglich der unterschiedlichen Interessensgruppen variiert. Dabei konnte ein augenfälliger, wenn auch statistisch nicht signifikanter Unterschied festgestellt werden (vgl. Abb. 4.4).

Abb. 4.4: Kenntnisstand über die Grundidee des BID-Konzepts der antwortenden Eigentümer differenziert nach den Interessensgruppen

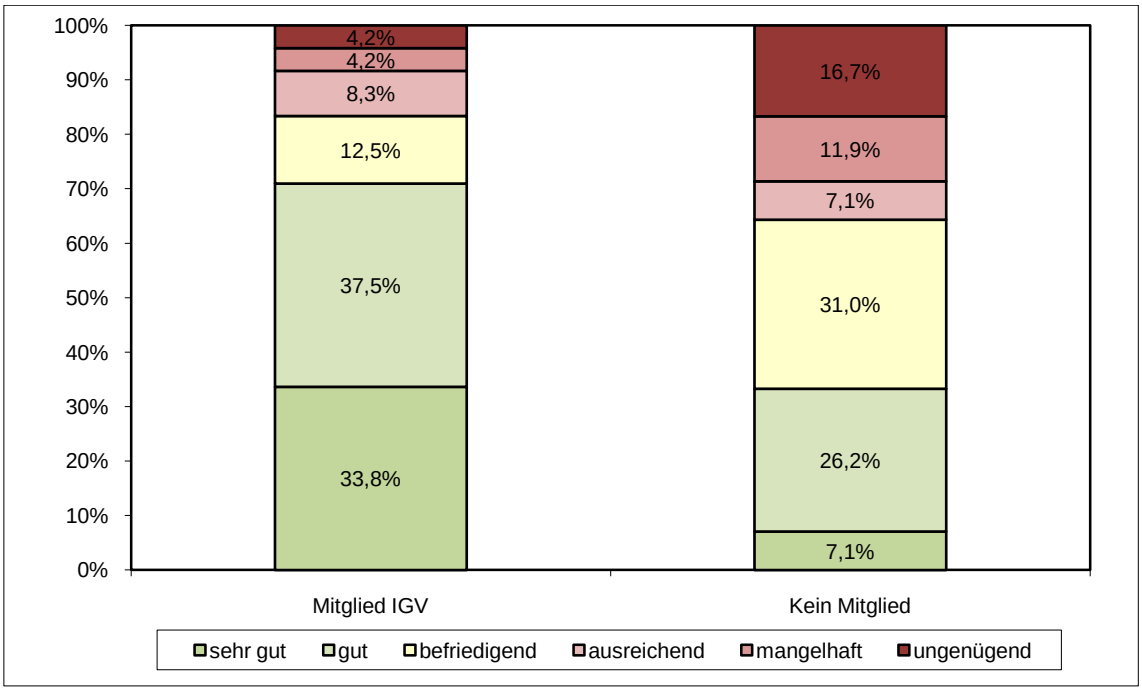


Die Ergebnisse sind statistisch nicht signifikant Quelle: Eigene Erhebungen

Anhand der Abbildung 4.4 ist zu erkennen, dass die Gruppe der Geschäftsinhaber und Gastronomen den besten Kenntnisstand über die Grundidee des BID-Konzepts hat. Insgesamt haben 58,8% dieser Gruppe einen „sehr guten“ oder „guten“ Kenntnisstand (je 29,4%). 17,6% dieser Gruppe haben einen Kenntnisstand, der im „befriedigenden“ Bereich zu finden ist. Die Note „ausreichend“ ist von keinem Geschäftsinhaber oder Gastronomen verteilt worden und die Noten „mangelhaft“ und „ungenügend“ sind von je 11,8% der antwortenden Eigentümer dieser Gruppe erteilt worden. Die durchschnittliche Note für den Kenntnisstand über die generelle BID-Idee von der Gruppe der Geschäftsinhaber und Gastronomen liegt bei 2,71. Die Wohnungsnutzer weisen mit einer Durchschnittsnote von 3,21 den schlechtesten Kenntnisstand auf. Über ein Drittel der Wohnungsnutzer (36,8%) sehen ihre Kenntnisse als „ausreichend“ oder schlechter an. Die Note „sehr gut“ wurde nur von 10,5% der antwortenden Eigentümer dieser Gruppe vergeben. Die Interessensgruppe der Immobilienverwaltungen und Eigentümer hat im Hinblick

auf ihren Kenntnisstand die Durchschnittsnote 2,96 vergeben. Innerhalb dieser Gruppe ist von 14,3% die Note „sehr gut“, von 32,1% die Note „gut“ und von 28,6% die Note „befriedigend“ vergeben worden. Die Noten „ausreichend“, „mangelhaft“ und „ungenügend“ sind von 7,1%, 3,6% bzw. 14,3% der Befragten erteilt worden.

Abb. 4.5: Kenntnisstand über die Grundidee des BID-Konzepts der antwortenden Eigentümer differenziert nach der Mitgliedschaft in der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV)

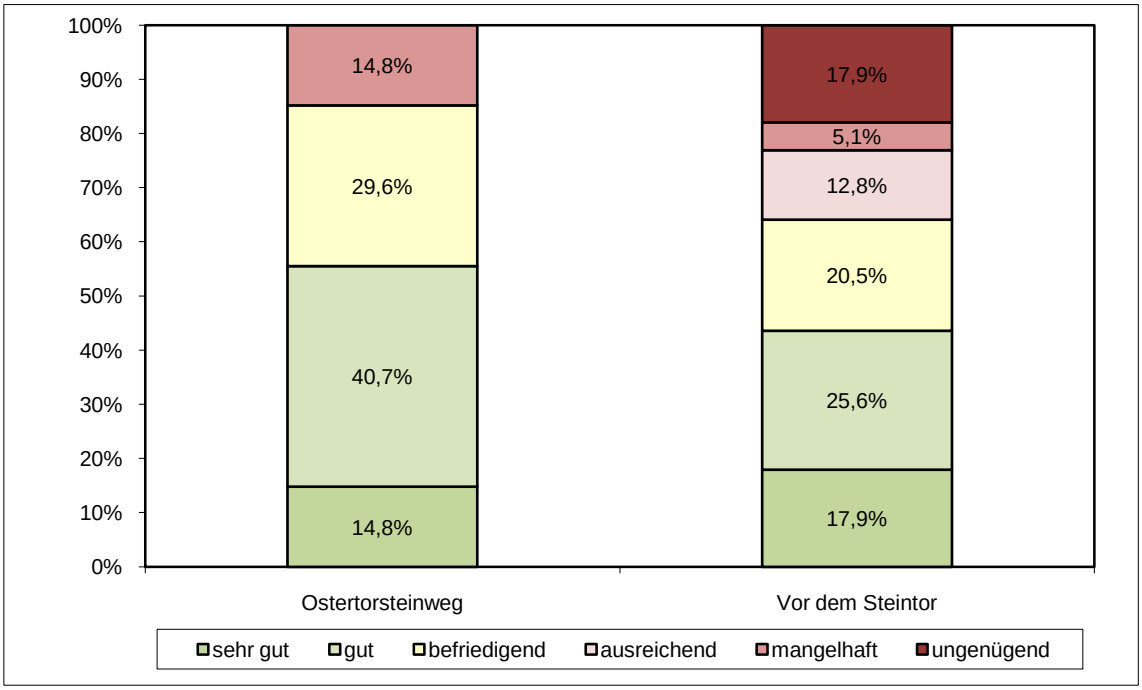


* Die Ergebnisse sind signifikant (α = 5% - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Ein statistisch signifikanter Unterschied lässt sich hinsichtlich des Kenntnisstands über die Grundidee des BID-Konzepts und der Mitgliedschaft in der IGV erkennen (vgl. Abb. 4.5). Die Durchschnittsnote der Mitglieder (2,25) offenbart den deutlich besseren Kenntnisstand gegenüber den Nicht-Mitgliedern (3,10). 71,3% der Mitglieder der IGV haben einen „sehr guten“ oder „guten“ Kenntnisstand über das BID-Konzept. Weitere 12,5% sind der Meinung, dass ihr BID-Kenntnisstand im „befriedigenden“ Bereich einzuordnen ist. Nur 8,3% der Mitglieder der IGV gaben an, über einen „ausreichenden“ Kenntnisstand zu verfügen und jeweils 4,2% bewerten ihren Kenntnisstand als „mangelhaft“ oder „ungenügend“. Auf der Seite der Nicht-Mitglieder hat hingegen nur ein Drittel einen „sehr guten“ (7,1%) oder „guten“ (26,2%) Kenntnisstand. Die meisten der Nicht-Mitglieder (31,0%) vergaben ein „befriedigend“. Außerdem haben 7,1% der antwortenden Eigentümer, die kein Mitglied in der IGV sind, angegeben, dass ihr Wissen über die generelle BID-Idee „ausreichend“ ist. Die Noten „mangelhaft“ und „ungenügend“, die einen sehr schlechten Kenntnisstand offenbaren, haben 11,9% bzw. 16,7% der Nicht-Mitglieder angegeben.

Ein weiterer statistisch signifikanter Unterschied bezüglich des Kenntnisstandes über das BID-Konzept lässt sich bei der differenzierten Auswertung nach dem Standort der Immobilie feststellen (vgl. Abb. 4.6).

Abb. 4.6: Kenntnisstand über die Grundidee des BID-Konzepts differenziert nach dem Standort der Immobilie der antwortenden Eigentümer



* Die Ergebnisse sind signifikant (α = 5% - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Die Eigentümer mit einer Immobilie im Ostertorsteinweg weisen einen deutlich besseren Kenntnisstand hinsichtlich des generellen BID-Konzepts auf als die Eigentümer mit einer Immobilie in der Straße Vor dem Steintor. Die Durchschnittsnoten liegen bei den Eigentümer mit einer Immobilie im Ostertorsteinweg bei 2,59 und bei den Eigentümern mit einer Immobilie im Vor dem Steintor bei 3,15. Wie aus der Abbildung 4.6 zu entnehmen ist, haben 55,5% der Eigentümer mit einer Immobilie im Ostertorsteinweg einen „sehr guten“ (14,8%) oder „guten“ (40,7%) Kenntnisstand. Die Note „befriedigend“ haben 29,6% der Eigentümer vergeben und nur 14,8% bezeichneten ihren Kenntnisstand zum BID-Ansatz als „mangelhaft“. Die Eigentümer mit einer Immobilie in der Straße Vor dem Steintor haben demgegenüber das gesamte Notenspektrum verwendet. So haben zwar mit 17,9% etwas mehr Eigentümer im Bereich Vor dem Steintor einen „sehr guten“ Kenntnisstand, doch liegt die Zahl der Eigentümer, die einen „guten“ Kenntnisstand (25,6%) angeben, deutlich unter dem der Immobilienbesitzer im Ostertorsteinweg. Die Note „befriedigend“ wurde von 20,5% der Eigentümer im Bereich Vor dem Steintor angegeben und 12,8% waren der Meinung einen „ausreichenden“ Kenntnisstand zu haben. Die schlechtere Durchschnittsnote von 3,15 auf Seiten der Eigentümer mit einer Immobilie im Vor dem Steintor wird wesentlich von dem höheren Anteil an Eigentümern geprägt, die einen „mangelhaften“ (5,1%) bzw. „ungenügenden“ (17,9%) Kenntnisstand besitzen.

Differenzierte Auswertungen zum Kenntnisstand des generellen BID-Konzepts sind noch für

- die Immobiliennutzung und
- die Herkunft der Eigentümer

vorgenommen worden. Im Hinblick auf diese Merkmale konnten jedoch keine signifikanten Unterschiede festgestellt werden. Eigentümer, die zumindest teilweise ihre Immobilie selbst nutzen, haben lediglich einen geringfügig besseren Kenntnisstand (Durchschnittsnote 2,81) als die Eigentümer, die ihre Immobilie vermieten (3,07). Im Hinblick auf den Kenntnisstand zum BID-Ansatz differenziert nach der Herkunft der Eigentümer sind ebenfalls keine signifikanten Unterschiede festgestellt worden. So variieren die Durchschnittsnoten bei den Eigentümern die aus dem Viertel kommen (2,79) und die der Eigentümer, die aus einem anderen Ort kommen (3,0), nur geringfügig voneinander.

4.2.2 Meinungsbild zur speziellen Umsetzung des BID-Ansatzes im Bremer Viertel

Der zweite Teil des Fragebogens bezieht sich auf das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor im Bremer Viertel. Die erste Frage dieses Abschnittes bezog sich auf die aktuell **wichtigsten Themen im Bremer Viertel**. So sollten die Eigentümer auf die Frage antworten, welches die drei wichtigsten Themen seien, die das Bremer Viertel derzeit betreffen. Insgesamt haben 54 Eigentümer diese Frage beantwortet. Da jedoch einige Eigentümer weniger als drei Themen angegeben haben, beläuft sich die Gesamtzahl auf insgesamt 144 genannte Stichworte. Diese Stichworte sind in zehn Kategorien zusammengefasst worden (vgl. Tab. 4.3).

Tab. 4.3: Die wichtigsten Themen, die das Viertel derzeit betreffen innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer

Was sind Ihrer Meinung nach die drei wichtigsten Themen, die das Viertel in Bremen derzeit betreffen?		
	Nennungen (Mehrfachnennungen waren möglich)	**in %** (bezogen auf n = 54 antwortende Eigentümer)
Gesamtattraktivität verbessern	28	51,9
Sauberkeit	24	44,4
Verkehrssituation ändern / Parkplätze schaffen	21	38,9
Drogenkriminalität	17	31,5
Sicherheit	12	22,2
Branchenmix verbessern	12	22,2
Graffiti bekämpfen	5	9,3
Veranstaltungen	3	5,6
Soziale Folgen	3	5,6
Sonstiges	19	35,2

Quelle: Eigene Erhebungen

Über die Hälfte der Eigentümer (51,9%[6]), die auf die Frage geantwortet haben, sehen eine Verbesserung der Gesamtattraktivität als das zentrale Thema an, welches das Viertel derzeit betrifft. Die Sauberkeit (44,4%) und die Veränderung der Verkehrssituation bzw. die Schaffung neuer Parkplätze (38,9%) sind weitere Themen, womit das Viertel aus Sicht der Eigentümer konfrontiert wird. Die Drogenkriminalität ist von 17 Eigentümern (31,5%) genannt worden, die Sicherheit und die Verbesserung des Branchenmixes innerhalb des Viertels spielen für jeweils zwölf der antwortenden Eigentümer (22,2%) eine zentrale Rolle. Weitere Aspekte, die von den Eigentümern genannt wurden, sind die Graffiti-Bekämpfung (9,3%), stattfindende Veranstaltungen (5,6%) und mögliche soziale Folgen (5,6%), wie Gentrifizierung oder Segregation. Unter Sonstiges (35,2%) fallen Aussagen, die zu keiner Kategorie zugeordnet werden können, wie zum Beispiel „Klärung des Gerichtsurteils", „Bebauungsplan ist nicht einheitlich" oder „Fußball spielen".

Eine weitere Frage bezog sich auf den **Kenntnisstand über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor**. Anhand von Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend) sollten die befragten Eigentümer ihren Kenntnisstand über das BID im Viertel darlegen. Insgesamt haben 70 Eigentümer diese Frage beantwortet, so dass nur ein antwortender Eigentümer eine Antwort verweigerte. Tabelle 4.4 gibt einen Überblick über das Spektrum der Antworten.

Tab. 4.4: Kenntnisstand über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer

Wie gut ist Ihr Kenntnisstand über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor? (In Schulnoten)						
	Sehr gut (1)	**gut (2)**	**befriedigend (3)**	**ausreichend (4)**	**mangelhaft (5)**	**ungenügend (6)**
Nennungen	15	18	18	9	3	7
in %	21,4%	25,7%	25,7%	12,9%	4,3%	10,0%

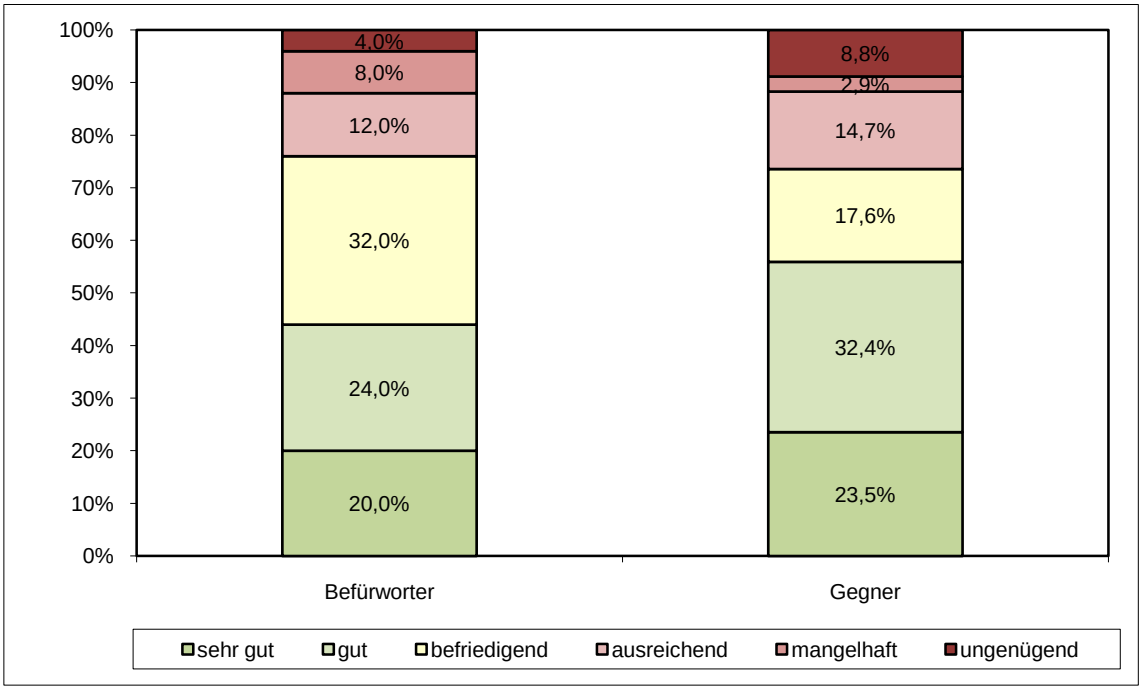
Quelle: Eigene Erhebungen

Der Kenntnisstand der antwortenden Eigentümer liegt bei einer durchschnittlichen Note von 2,83 (zum Vergleich: Der Kenntnisstand über die Grundidee des BID-Konzepts liegt bei 2,94). 15 Eigentümer (21,4%) haben ihrem Kenntnisstand über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor die Note „sehr gut" gegeben. Die häufigsten Noten, die vergeben wurden, sind „gut" und „befriedigend" (je 25,7%). Neun antwortende Eigentümer (12,9%) haben die Note „ausreichend" verteilt. Die Noten „mangelhaft" und „ungenügend", die einen sehr schlechten Kenntnisstand offenbaren, wurden von drei (4,3%) bzw. sieben (10,0%) antwortenden Eigentümern vergeben.

Die Abbildung 4.7 zeigt, wie sich der Kenntnisstand über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor zwischen den Gegnern und Befürwortern des BID-Ansatzes unterscheidet. Der Kenntnisstand der Befürworter liegt bei einer durchschnittlichen Note von 2,76. Die Durchschnittsnote der Gegner ist - anders als beim Kenntnisstand über das grundsätzliche BID-Konzept - besser als die der Befürworter und liegt bei 2,68. Die Unterschiede sind statistisch nicht signifikant.

[6] Die Prozentangaben beziehen sich auf die Anzahl der antwortenden Eigentümer.

Abb. 4.7: Kenntnisstand über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor differenziert nach Befürworter und Gegner



Die Ergebnisse sind statistisch nicht signifikant Quelle: Eigene Erhebungen

Insgesamt haben 44% der Befürworter die Note „sehr gut“ oder „gut“ für ihren Kenntnisstand über das BID vergeben. Am häufigsten ist von 32,0% der Befürworter die Note „befriedigend“ erteilt worden. Des Weiteren haben ein Fünftel der Befürworter „ausreichende“ oder „mangelhafte“ Kenntnisse angegeben. Die Note „ungenügend“, die bei der Beurteilung des Kenntnisstandes zur Grundidee des BID-Konzeptes von keinem Eigentümer erteilt wurde, ist an dieser Stelle von 4,0% der Befürworter vergeben worden.

Auf der Seite der Gegner sind die Noten „sehr gut“ und „gut“ von 55,9% der BID ablehnenden Eigentümern erteilt worden. Die Note „befriedigend“ ist von 17,6% der Gegner des BID-Ansatzes zum Kenntnisstand über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor vergeben worden. Als „ausreichend“ bezeichnen 14,7% der Gegner ihren Kenntnisstand und 11,7% haben die Noten „mangelhaft“ bzw. „ungenügend“ (2,9% bzw. 8,8%) verteilt.

Zudem sind differenzierte Auswertungen zum Kenntnisstand über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor für die Merkmale Immobiliennutzung, Interessensgruppe, Immobilienstandort, Mitgliedschaft in der IGV und Herkunft durchgeführt worden. Im Hinblick auf diese Merkmale sind jedoch keine signifikanten oder augenfälligen Unterschiede festgestellt worden. Eigentümer, die zumindest teilweise ihre Immobilie selbst nutzen, beurteilen ihren Kenntnisstand im Durchschnitt mit der Note 2,85. Einen fast gleichen Kenntnisstand weisen auch die Eigentümer auf, die ihre Immobilie vermieten (Durchschnittsnote 2,86). Hinsichtlich des Kenntnisstandes über das BID Viertel differenziert nach der Interessensgruppe sind ebenfalls keine signifikanten Unterschiede festgestellt worden. Den besten Kenntnisstand mit einer Durchschnittsnote von 2,53 weist die Gruppe der Geschäftsinhaber und Gastronomen auf, da der BID-Ansatz primär auf die Stärkung von Einzelhandels- und Dienstleistungszentren abzielt, was ein besonderes

Interesse dieser Gruppe darstellt. Die Durchschnittsnoten der Wohnungsnutzer (3,05) und der Gruppe der Eigentümer und Immobilienverwaltungen (2,90) variieren hingegen nur unwesentlich. Ganz geringfügige Unterschiede sind ebenfalls bei der Differenzierung des Kenntnisstandes über das BID Viertel und dem Immobilienstandort zu erkennen. Der durchschnittliche Kenntnisstand der Eigentümer mit einer Immobilie im Ostertorsteinweg liegt bei 2,83. Der Kenntnisstand der Eigentümer mit einer Immobilie im Vor dem Steintor liegt mit 2,79 vergleichsweise geringfügig besser. Auch hinsichtlich des Kenntnisstandes über das BID Viertel und der Mitgliedschaft in der IGV liegen - anders als bei der Differenzierung Kenntnisstand über die Grundidee des BID-Konzepts und Mitgliedschaft in der IGV - keine signifikanten Unterschiede vor. Insgesamt jedoch haben die Mitglieder des Viertel e.V. (2,40) offensichtlich einen im Durchschnitt besseren Kenntnisstand als Nicht-Mitglieder (3,12). Im Hinblick auf die Differenzierung des Kenntnisstandes über das BID Viertel und der Herkunft der Eigentümer lassen sich gar keine Unterschiede feststellen. Sowohl die Eigentümer, die aus dem Viertel kommen als auch die Eigentümer, die aus einem anderen Ort kommen, weisen einen durchschnittlichen Kenntnisstand von 2,85 auf.

Die nächsten beiden Fragen bezogen sich auf die **Informationslage innerhalb des BIDs Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor**. Anhand von Schulnoten sollten die befragten Eigentümer beurteilen, wie gut sie sich über das BID informiert fühlen. Insgesamt liegen dieser Frage 70 Antworten zu Grunde, da ein Eigentümer keine Angabe zu dieser Frage machte (vgl. Tab. 4.5).

Tab. 4.5: Beurteilung über die Informationslage im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer

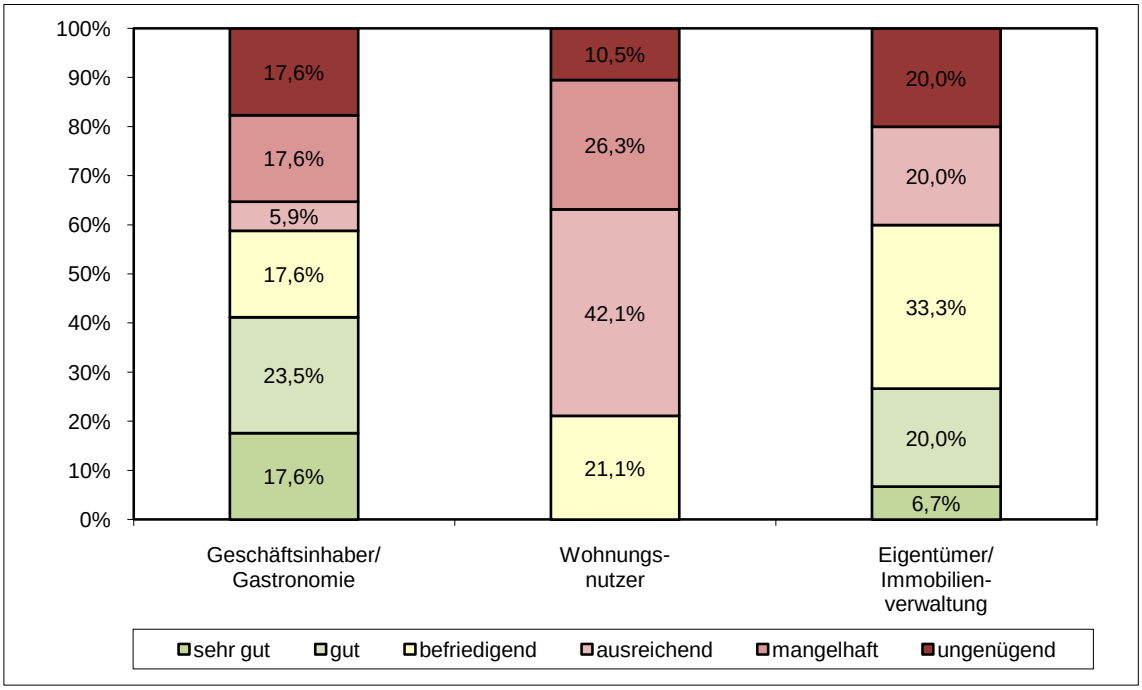
Wie gut fühlen Sie sich über dieses BID informiert? (In Schulnoten)						
	Sehr gut (1)	**gut (2)**	**befriedigend (3)**	**ausreichend (4)**	**mangelhaft (5)**	**ungenügend (6)**
Nennungen	6	10	17	16	10	11
in %	8,6%	14,1%	23,9%	22,5%	14,1%	15,5%

Quelle: Eigene Erhebungen

Die Informationslage ist aus Sicht der antwortenden Eigentümer als „ausreichend“ beurteilt worden (Durchschnittsnote 3,67). Die Vergabe der Noten erfolgte vergleichsweise gleichmäßig. Als „sehr gut“ oder „gut“ haben 22,7 % der Eigentümer die Informationslage beurteilt. Die meisten Eigentümer (23,9%) haben die Note „befriedigend“ vergeben. Über die Hälfte der antwortenden Eigentümer (52,1%) haben die Note „ausreichend“ und schlechter vergeben, was einen deutlichen Handlungsbedarf aufzeigt.

Nachfolgend wurde systematisch geprüft, wie die Informationslage im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor differenziert nach verschiedenen Merkmalen beurteilt wird. Ein statistisch signifikanter Unterschied lässt sich zunächst im Hinblick auf die unterschiedenen Interessensgruppen feststellen (vgl. Abb. 4.8).

Abb. 4.8: Beurteilung der Informationen über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor differenziert nach der Interessensgruppe der antwortenden Eigentümer

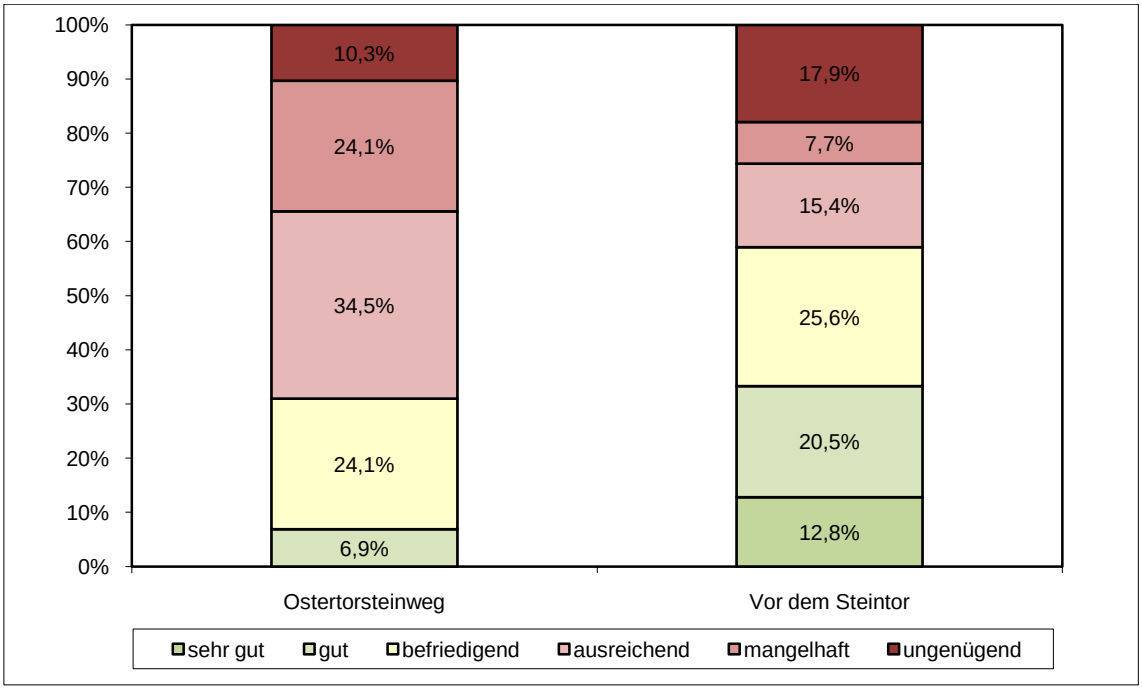


* Die Ergebnisse sind signifikant (α = 5% - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Zwischen den drei Interessensgruppen liegen signifikant unterschiedliche Beurteilungen hinsichtlich der Informationslage vor. Am besten bewerten die Geschäftsinhaber und Gastronomen die Informationslage mit einer Durchschnittsnote von 3,35. Die Gruppe der Eigentümer und Immobilienverwaltungen urteilt vergleichsweise ähnlich über die die Informationssituation (Durchschnittsnote 3,47). Die Wohnungsnutzer bewerten die Informationen am schlechtesten, was sich in der Durchschnittsnote von 4,26 widerspiegelt. Diese Note kommt dadurch zu Stande, dass die Wohnungsnutzer die Noten „sehr gut“ und „gut“ nicht vergeben haben und über ein Drittel dieser Gruppe die Informationslage als „mangelhaft“ oder „ungenügend“ bewertet.

Weitere signifikante Unterschiede lassen sich im Hinblick auf die Beurteilung der Informationen über das BID und dem Standort der Immobilie feststellen (vgl. Abb. 4.9).

Abb. 4.9: Beurteilung der Informationen über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor differenziert nach dem Standort der Immobilie der antwortenden Eigentümer

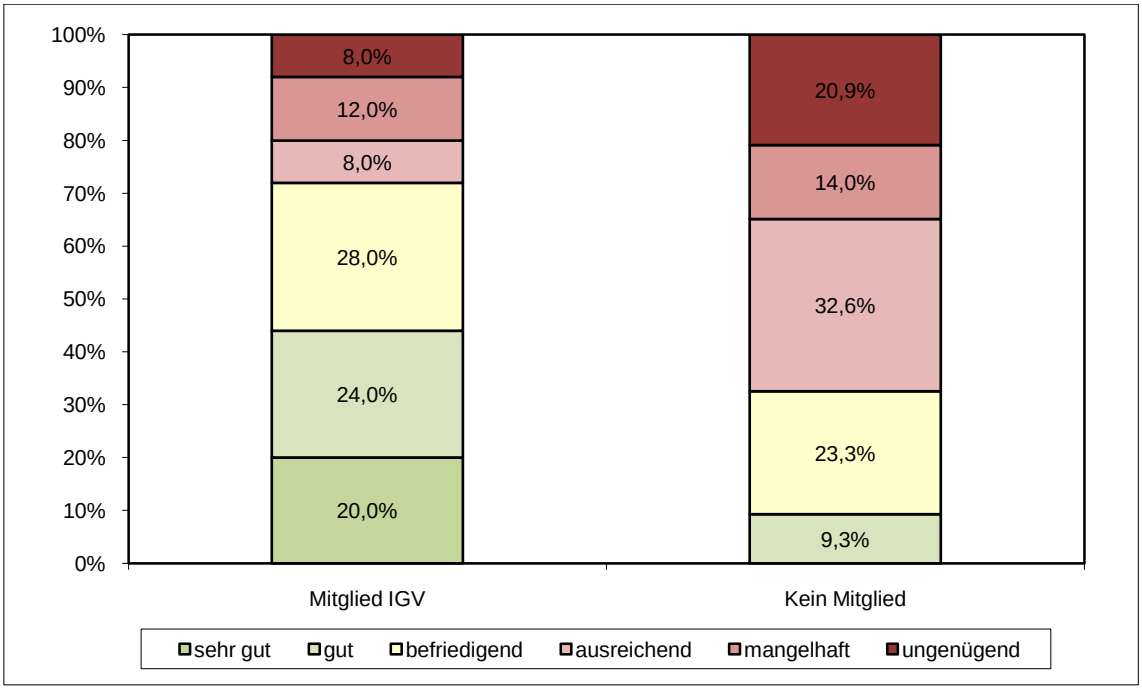


* Die Ergebnisse sind signifikant (α = 5% - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Die Eigentümer mit einer Immobilie im Ostertorsteinweg bewerten die Informationen über das BID deutlich schlechter (Durchschnittsnote 4,07) als die Eigentümer mit einer Immobilie im Vor dem Steintor (3,38). 58,9% der Eigentümer mit einer Immobilie im Vor dem Steintor haben die Noten „sehr gut“ bis „befriedigend“ vergeben. Im Vergleich dazu haben nur 31% der Eigentümer mit einer Immobilie im Ostertorsteinweg eine dieser Noten erteilt. Die häufigste Note, die von den dortigen Immobilieneigentümern vergeben wurde, ist mit 35% „ausreichend“.

Hinsichtlich der Informationsbeurteilung differenziert nach der Mitgliedschaft in der IGV lassen sich sehr signifikante Unterschiede feststellen (vgl. Abb. 4.10).

Abb. 4.10: Beurteilung der Informationen über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor differenziert nach der Mitgliedschaft in der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV) der antwortenden Eigentümer



* Die Ergebnisse sind sehr signifikant (α = 1% - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Die Mitglieder in der IGV bewerten die Informationen über das BID entschieden besser als die Nicht-Mitglieder, was sich in den Durchschnittsnoten von 2,92 bzw. 4,14 widerspiegelt. Deutlich wird dieses Ergebnis bei der Betrachtung der Noten „sehr gut“ bis „befriedigend“. 72% der Mitglieder haben die Noten, die eine eher zufrieden stellende Einstellung offenbaren, vergeben. Auf der Seite der Nicht-Mitglieder sind diese Noten von nur knapp einem Drittel der antwortenden Eigentümer verteilt worden.

Weitere differenzierte Auswertungen zur Beurteilung der Informationen über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor sind noch für die Unterscheidungskategorien bezüglich

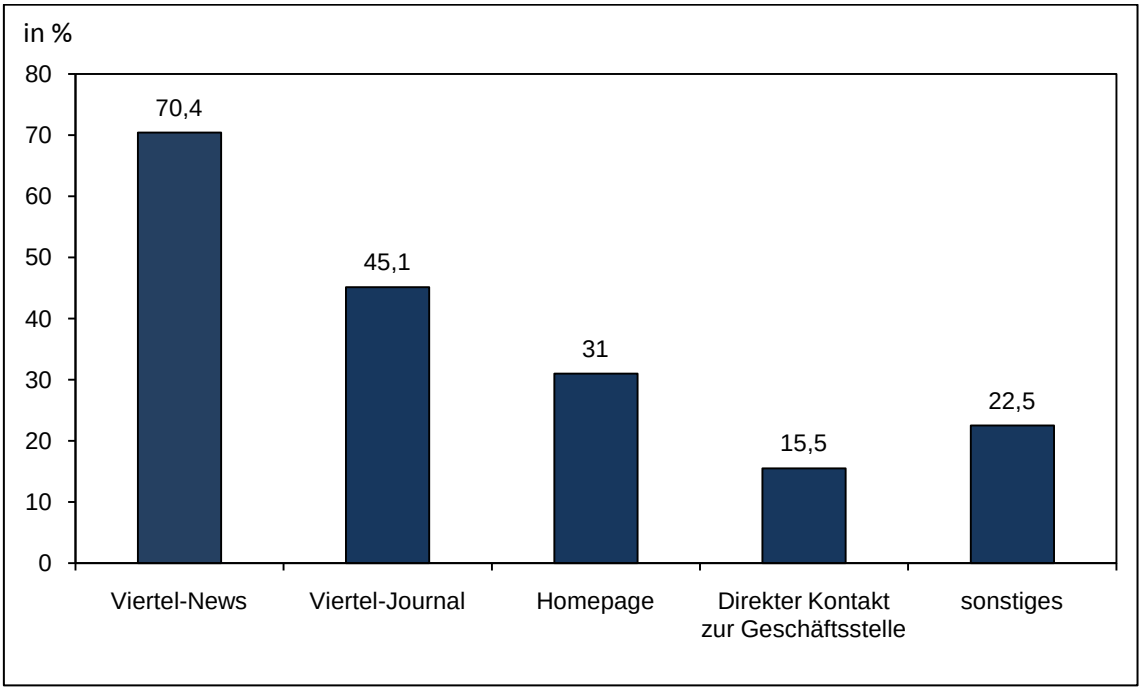
- der Immobiliennutzung und
- der Herkunft der Eigentümer

vorgenommen worden. Im Hinblick auf diese Merkmale konnten jedoch keine signifikanten Unterschiede festgestellt werden. Eigentümer, die zumindest teilweise ihre Immobilie selbstnutzen, beurteilen die Informationen mit einer Durchschnittsnote von 3,85 geringfügig schlechter als Eigentümer, die ihre Immobilie vermieten (3,63). Im Hinblick auf die Herkunft der Eigentümer unterscheiden sich die Beurteilungen über die Informationen ebenfalls nicht signifikant. So bewerten die Eigentümer, die aus dem Viertel kommen, die Informationen mit 3,85 etwas schlechter als die Eigentümer, die aus einem anderen Ort kommen (3,45).

Die nächste Frage im Fragebogen beschäftigte sich mit der Quellennutzung. Die befragten Eigentümer sollten angeben, welche Quellen sie nutzen, um Informationen über das BID zu bekommen. Dabei sind 5 Kategorien vorgegeben worden, die mehrfach angekreuzt werden konnten. Zu den Kategorien zählten die Viertel-News, der Viertel-Journal (Beilage des Weser-Kuriers), die Homepage im Internet, der direkte Kontakt zur Geschäftsstelle und sonstiges.

Insgesamt haben alle Eigentümer diese Frage beantwortet. Da jedoch Mehrfachnennungen möglich waren, beläuft sich die Gesamtzahl auf insgesamt 131 Nennungen. Abbildung 4.11 zeigt, welche Quellen die antwortenden Eigentümer nutzen, um Informationen über das BID zu bekommen.

Abb. 4.11: Quellennutzung zur Informationserhaltung innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer



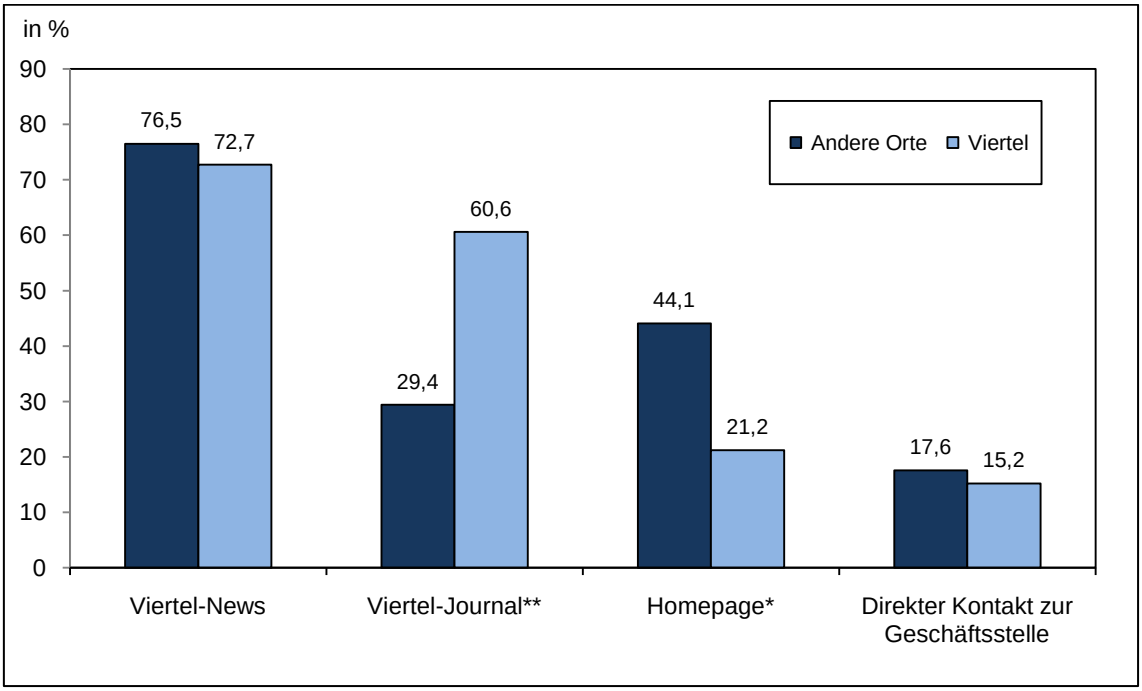
Quelle: Eigene Erhebungen

Die Zeitung Viertel-News wird von der Mehrheit der Eigentümer als Quelle zur Informationsbeschaffung über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor genutzt (70,4%). Die Beilage des Weser-Kuriers (Viertel-Journal) wird mit 45,1% am zweithäufigsten benutzt. Die Homepage wird von 31% besucht und den direkten Kontakt zur Geschäftsstelle nutzen nur 15,5% der antwortenden Eigentümer. Unter sonstiges haben 16 Eigentümer angegeben, dass sie neben wieteren Medien, die sie nutzen (4 Eigentümer) auch Gespräche mit den Nachbarn oder Freunden führen (ebenfalls 4 Eigentümer). Außerdem sind vier antwortende Eigentümer Mitglied im Lenkungsausschuss oder Mitinitiator des BIDs. Weitere Angaben unter sonstiges waren „Informationen vom Mieter“ (2), „Teilnahme an der Jahreshauptversammlung“ (1) und ein Eigentümer hat „sinnlos“ angegeben.

Weiter ist systematisch geprüft worden, wie sich die genutzten Quellen hinsichtlich der verschiedenen Merkmale der antwortenden Eigentümer zusammensetzen. Die Kategorie sonstiges ist für den weiteren Verlauf ausgeklammert worden.

Im Hinblick auf die Herkunft der Eigentümer lassen sich zum Teil sehr signifikante Unterschiede bezüglich der Quellennutzung feststellen (vgl. Abb. 4.12) Eigentümer, die aus dem Viertel kommen, nutzen sehr signifikant häufiger das Viertel-Journal als Eigentümer, die aus einem anderen Ort stammen. Vermutlich lassen sich diese Zahlen damit begründen, dass Eigentümer, die nicht aus dem Viertel kommen, den Weser-Kurier seltener lesen und somit das Viertel-Journal nicht erhalten. Die Homepage hingegen wird von Eigentümern, die nicht aus dem Viertel kommen, mehr als doppelt so häufig genutzt (44,1%) als von Eigentümer aus dem Viertel (21,2%), was einen signifikanten Unterschied darstellt. Hinsichtlich der Viertel-News und dem direkten Kontakt zur Geschäftsstelle gibt es keine augenfälligen oder signifikanten Unterschiede.

Abb. 4.12: Quellennutzung zur Informationserhaltung differenziert nach der Herkunft der antwortenden Eigentümer



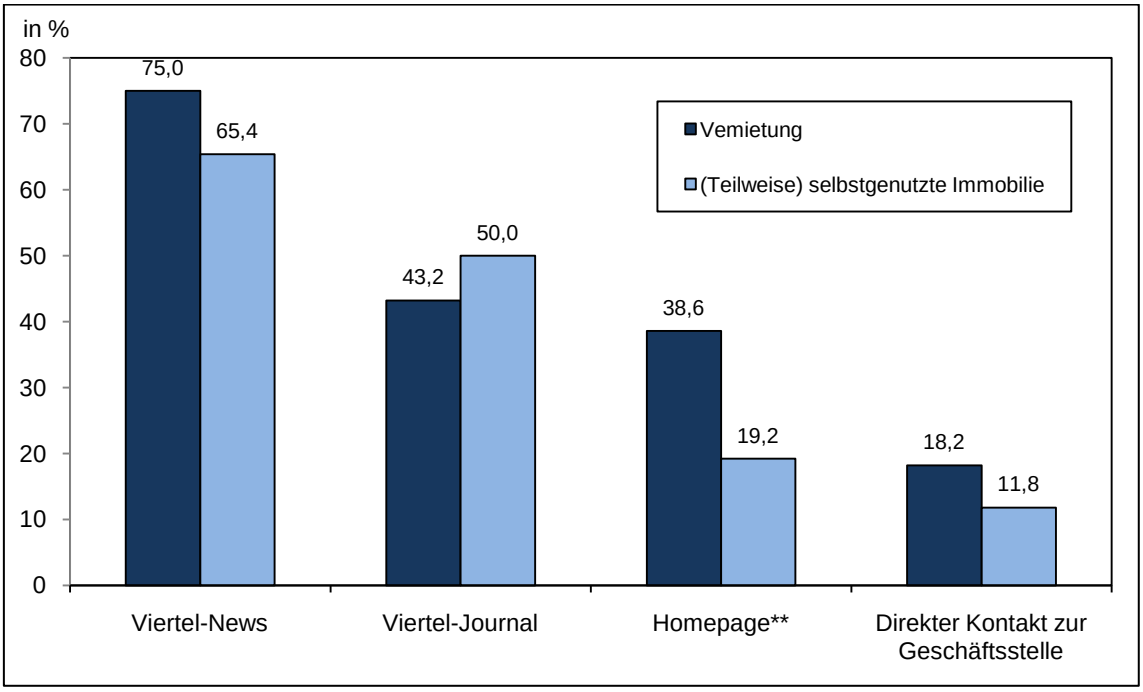
** Die Ergebnisse bezüglich des Viertel-Journals sind sehr signifikant (α = 1% - Niveau)

* Die Ergebnisse bezüglich der Homepage sind signifikant (α = 5% - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Bezüglich der Quellennutzung zur Informationserhaltung über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor differenziert nach der Immobiliennutzung gibt es ebenfalls sehr signifikante Unterschiede (vgl. Abb. 4.13). Eigentümer, die ihre Immobilie komplett vermieten, informieren sich sehr signifikant häufiger (38,6%) auf der Homepage im Internet als Eigentümer, die ihre Immobilie zumindest teilweise selbstnutzen (19,2%). Ein augenfälliger Unterschied weist ebenfalls die Nutzung der Viertel-News auf. Diese Quelle wird von den vermietenden Eigentümern häufiger (75%) als von den teilweise selbstnutzenden Eigentümern (65,4%) genutzt. Bezüglich

des Viertel-Journals und dem direkten Kontakt zur Geschäftsstelle lassen sich jedoch keine deutlichen oder signifikanten Unterschiede feststellen (vgl. Abb. 4.13).

Abb. 4.13: Quellennutzung zur Informationserhaltung differenziert nach der Immobiliennutzung der antwortenden Eigentümer

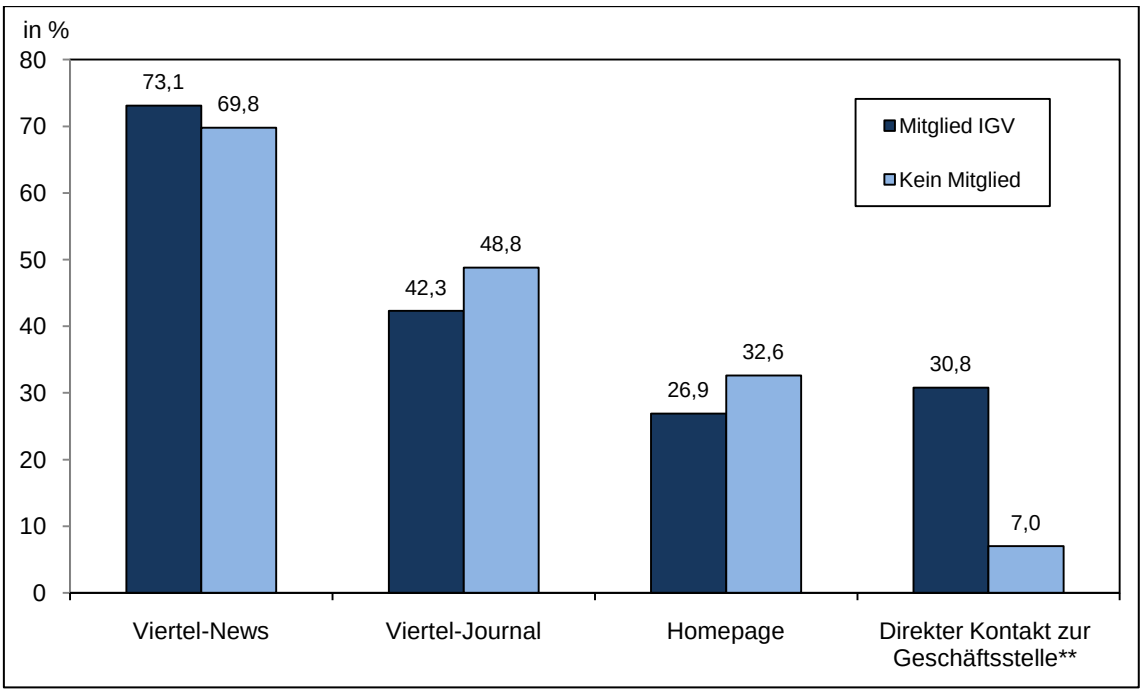


** Die Ergebnisse bezüglich der Homepage sind sehr signifikant (α = 1% - Niveau)

Quelle: Eigene Erhebungen

Auch die Mitgliedschaft in der IGV weist sehr signifikante Unterschiede bezüglich der Quellennutzung auf (vgl. Abb. 4.14). Mitglieder der IGV nutzen den direkten Kontakt zur Geschäftsstelle sehr signifikant häufiger (30,8%) als Nicht-Mitglieder (7%). Bezüglich der Nutzung des Viertel-Journals und der Homepage im Internet sind zwar keine signifikanten Unterschiede festzustellen, doch anhand der Abbildung 4.14 wird deutlich, dass die Nicht-Mitglieder die genannten Quellen etwas häufiger nutzen als die Mitglieder in der IGV.

Abb. 4.14: Quellennutzung zur Informationserhaltung differenziert nach der Mitgliedschaft in der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV) der antwortenden Eigentümer



** Die Ergebnisse bezüglich des Kontakts zur Geschäftsstelle sind sehr signifikant (α = 1% - Niveau)

Quelle: Eigene Erhebungen

Weitere differenzierte Auswertungen hinsichtlich der Quellennutzung sind noch für

- die Gegner und Befürworter des BID-Ansatzes
- die Interessensgruppen sowie
- den Immobilienstandort

durchgeführt worden. Im Hinblick auf diese Merkmale konnten jedoch keine signifikanten Unterschiede bezüglich der Quellennutzung festgestellt worden.

Hinsichtlich der Gegner und Befürworter ist festzustellen, dass die Gegner die Viertel-News, den Viertel-Journal und die Homepage geringfügig häufiger nutzen als die Befürworter. Auf der anderen Seite wird jedoch der direkte Kontakt zur Geschäftsstelle von den Befürwortern (26,9%) auffallend häufiger genutzt als von den Gegnern (8,8%). Die Signifikanzgrenze wurde in diesem Fall bei einem 5% Niveau mit einem Wert von α = 6,2% knapp verfehlt. Bezüglich der Interessensgruppen ist festzustellen, dass sich die Wohnungsnutzer vornehmlich über die Viertel-News (84,2%) oder den Viertel-Journal (52,6%) informieren, so dass die Informationsquellen Homepage (26,3%) und Kontakt zur Geschäftsstelle (5,3%) eher weniger genutzt werden. Bezüglich der Gruppe der Geschäftsinhaber und Gastronomen und der Gruppe der Immobilienverwaltungen und Eigentümer sind insgesamt keine augenfälligen Unterschiede festgestellt worden. Im Hinblick auf den Immobilienstandort sind ebenfalls bei keiner Informationsquelle erhebliche Unterschiede festgestellt worden.

Mittels einer offen gestellten Frage sollten die befragten Eigentümer Auskunft darüber geben, worüber sie gerne von Seiten des BID Informationen erhalten würden. Die antwortenden Eigen-

tümer haben sowohl zur Quellenart als auch zu inhaltlichen Themen über die sie informiert werden möchten, Angaben gemacht. Insgesamt haben 43 Eigentümer eine Antwort zu dieser Frage abgegeben, so dass aufgrund von Mehrfachnennungen insgesamt 52 Wünsche genannt worden sind (vgl. Tab. 4.6).

Tab. 4.6: Wünsche über die Informationserhaltung innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer

Worüber würden Sie gerne von Seiten des BIDs Informationen erhalten?		
Thema	**Nennungen**	**in %**
Aufstellung der Ein- und Ausgaben	27	62,8
Anstehende und durchgeführte Aktionen	8	18,6
Besserer Informationsweg	6	14,0
Keine Wünsche	4	9,3
Sonstiges	7	16,2

Quelle: Eigene Erhebungen

Anhand der Tabelle 4.6 ist zu erkennen, über welche Themen die antwortenden Eigentümer gerne weitere Informationen haben möchten. Ein besonderes Anliegen der Eigentümer ist eine Übersicht der Ein- und Ausgaben. 62,8% der antwortenden Eigentümer würden gerne über dieses Thema mehr Informationen erhalten. Des Weiteren würde etwa ein Fünftel der antwortenden Eigentümer Informationen über die Aktionen innerhalb des BIDs erhalten wollen. Sechs Eigentümer (14%) äußerten sich zum bisherigen Informationsweg. Sie wünschen sich regelmäßigere Informationen und zwar über den Post- oder E-Mail-Weg. Unter sonstiges sind Wünsche, wie die „Verbesserung des Steintorteils von Grundstraße bis Lüneburger Straße“ oder „Verkehrskonzept der Zukunft“ genannt worden.

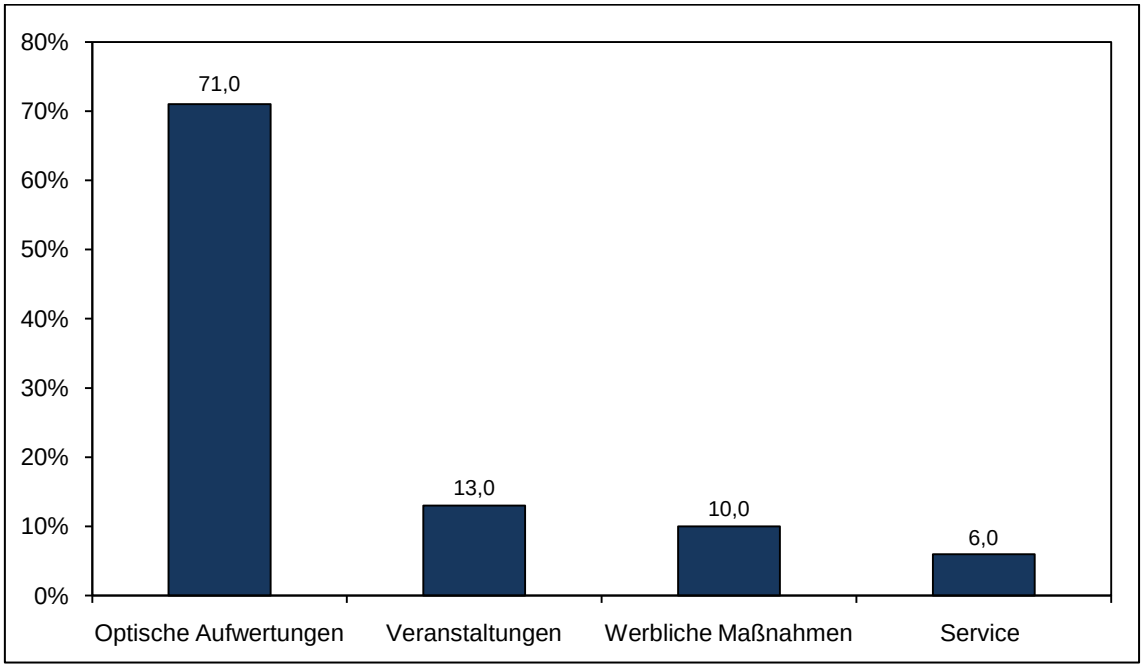
In einem weiteren Fragenkomplex wurde der **Kenntnisstand** über die im Rahmen des BIDs Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor durchgeführten Maßnahmen erfragt sowie eine **Bewertung** durch die Eigentümer erhoben. Zunächst wurden die Eigentümer gebeten, die Maßnahmen im BID aufzuzählen, die ihnen einfallen. Von den befragten Personen konnten zwei Drittel eine oder mehrere Maßnahmen nennen. Unter den Befürwortern des BID-Ansatzes war dieser Anteil mit mehr als vier Fünftel (80,8%) überdurchschnittlich, in der Gruppe der Gegner und bei den Personen mit neutraler Einstellung gegenüber dem BID-Ansatz dagegen unterdurchschnittlich (58,8% bzw. 54,5%). Auch die durchschnittliche Anzahl von Nennungen unterschied sich zwischen den drei Personengruppen. Während die Befürworter des BID-Ansatzes pro antwortenden Eigentümer, der Angaben zu den Maßnahmen im Viertel machen konnte, im Schnitt auf 2,8 Nennungen kamen, lagen die Gegner mit 1,8 Nennungen bzw. die dem BID-Ansatz neutral gegenüber stehenden befragten Eigentümer mit nur einer Nennung deutlich unter diesem Wert (vgl. Tab. 4.7).

Tab. 4.7: Bekanntheit der durchgeführten Maßnahmen im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümern

	Befürworter	Gegner	neutral
Mind. 1 Maßnahme bekannt	80,8%	58,8%	54,5%
Keine Ideen	19,2%	41,2%	45,5%
Durchschnittliche Anzahl der Nennungen pro Befragtem, der eine Angaben machen konnte	2,8	1,8	1,0

Quelle: Eigene Erhebung

Abb. 4.15: Bekanntheitsgrad verschiedener Maßnahmenkategorien im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer



Quelle: Eigene Erhebung

Am bekanntesten waren den befragten Eigentümern optische Aufwertungsmaßnahmen (71,0% der genannten Maßnahmen). Hierbei erinnerten sich die Befragten insbesondere an die Bepflanzungen und die Weihnachtsdekoration. Weiterhin entfielen 13% der Nennungen auf Veranstaltungen im Viertel, 10% auf werbliche Maßnahmen wie z.B. Gewinnspiele und 6% auf Serviceleistungen wie z.B. Reinigung (vgl. Abb. 4.15).

Optische Aufwertungsmaßnahmen waren Befürwortern und Gegnern des BID-Ansatzes ungefähr in gleichem Maße bekannt. Die Veranstaltungen wurden dagegen häufiger von Gegnern genannt (19% der Nennungen gegenüber 10%). Werbliche Maßnahmen und Serviceleistungen waren jedoch den Befürwortern des BID-Ansatzes bekannter als den Gegnern (Werbliche Maßnahmen 10% gegenüber 6%; Service 9% gegenüber 3%) (vgl. Tab. 4.8).

Tab. 4.8: Bekanntheit von Maßnahmen im BID differenziert nach Befürwortern und Gegnern des BID-Ansatzes innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer

	Befürworter	Gegner
Optische Aufwertungen	71%	72%
Veranstaltungen	10%	19%
Werbliche Maßnahmen	10%	6%
Service	9%	3%

Quelle: Eigene Erhebung

Im nächsten Schritt waren die Eigentümer aufgefordert, fünf aufgelistete BID-Maßnahmen (Graffiti-Aktion, Frühlingsbegrünung mit Pflanzkübeln, Weihnachtsdekoration, Weihnachtsgewinnspiel und Informationen durch die Geschäftsstelle) mit Schulnoten zu bewerten. Zudem stand die Antwortkategorie „Weiß nicht“ als Indikator für Aktionen zur Verfügung, die dem befragten Eigentümer unbekannt sind. Von dieser Kategorie wurde am häufigsten beim Weihnachtsgewinnspiel (30,9% der Antworten) Gebrauch gemacht, gefolgt von den Graffiti-Aktionen (25,0%) und den Informationen durch die Geschäftsstelle (22,7%). Bei den besonders sichtbaren Maßnahmen Frühlingsbegrünung mit Pflanzkübeln und Weihnachtsdekoration mit Tannenbäumen und Beleuchtung wurde die „Weiß nicht“-Kategorie deutlich seltener gewählt (13,2% bzw. 7,4%). Bei der Gesamtbeurteilung aller bisherigen Maßnahmen wählten 9,0% die Antwortmöglichkeit „Weiß nicht“ (Tab. 4.9).

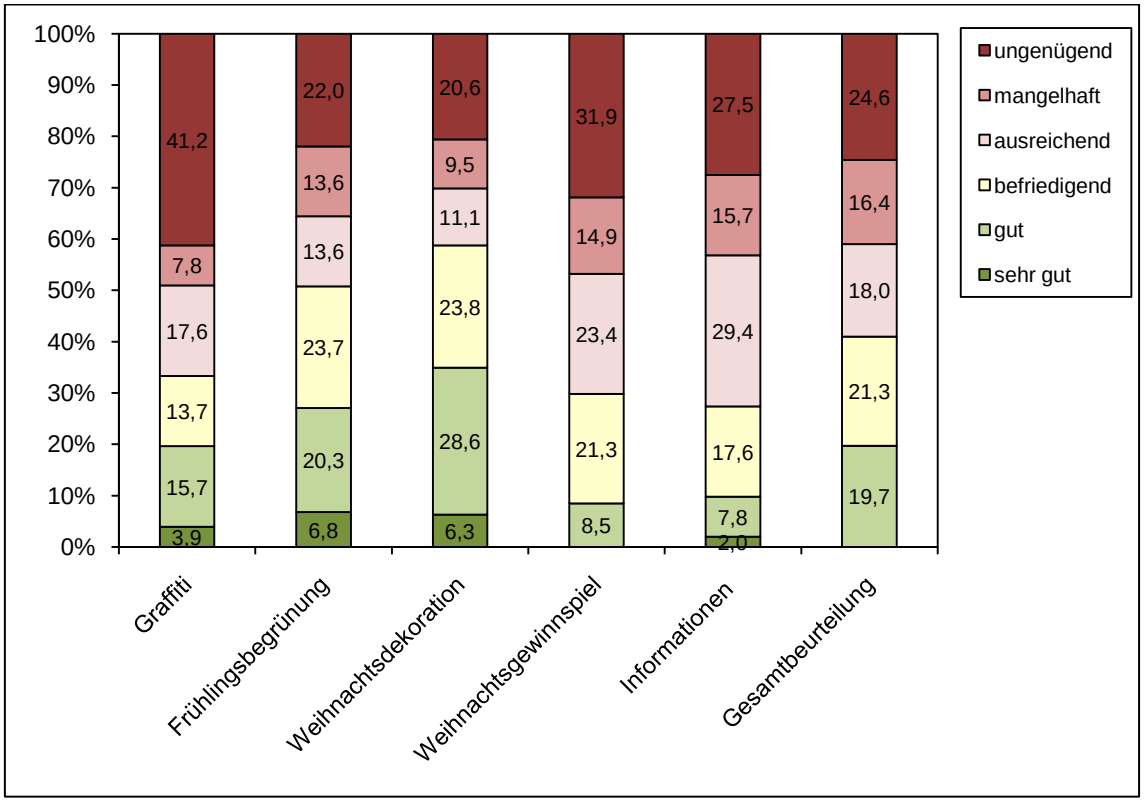
Tab. 4.9: Anteil der „Weiß nicht“-Antworten bei der Beurteilung von BID-Maßnahmen im Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor

Graffiti-Aktion	Frühlings-begrünung	Weihnachts-dekoration	Weihnachts-gewinnspiel	Informationen von der Geschäftsstelle	Gesamturteil
25,0%	13,2%	7,4%	30,9%	22,7%	9,0%

Quelle: Eigene Erhebung

In Abbildung 4.16 und Tabelle 4.10 werden die Bewertungen der einzelnen BID-Maßnahmen durch die Eigentümer dargestellt. Die berechneten Anteile der einzelnen Schulnoten beziehen sich nur auf die antwortenden Eigentümer, die nicht die „Weiß nicht“-Kategorie gewählt haben. Insgesamt fällt die Bewertung negativ aus. Die Gesamtbeurteilung der bisherigen Maßnahmen erfolgte im Durchschnitt mit der Note 4,1. Die beste Durchschnittsnote stellte eine 3,5 für die Maßnahme Weihnachtsdekoration dar. Hierbei vergaben jeweils gut ein Drittel der Befragten (34,9%) eine positive („sehr gut“ oder „gut“) oder eine durchschnittliche Bewertung („befriedigend“ oder „ausreichend“). Die übrigen 30,1% benoteten die Maßnahme mit „mangelhaft“ oder gar „ungenügend“. Die schlechteste Durchschnittsnote erzielte mit einer 4,4 das Weihnachtsgewinnspiel. Die Note „sehr gut“ wurde dabei kein Mal, die Note „gut“ nur von 8,5% der Befragten vergeben. Die durchschnittlichen und die negativen Bewertungen hielten sich in etwa die Waage (44,7% bzw. 46,8%). Auffällig ist, dass die Note „ungenügend“ bei dieser Maßnahme mit einem Anteil von 31,9% relativ häufig vergeben wurde. Nur bei der Graffiti-Aktion wurde diese Note mit 41,2% noch häufiger vergeben.

Abb. 4.16: Beurteilung der BID-Maßnahmen anhand von Schulnoten innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer



Quelle: Eigene Erhebung

Tab. 4.10: Beurteilung der BID-Maßnahmen anhand von Schulnoten innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer

	sehr gut (1)	gut (2)	befrie-digend (3)	ausrei-chend (4)	mangel-haft (5)	unge-nügend (6)	**Durch-schnitts-note**
Graffiti	3,9%	15,7%	13,7%	17,6%	7,8%	41,2%	**4,3**
Frühlingsbegrünung	6,8%	20,3%	23,7%	13,6%	13,6%	22,0%	**3,7**
Weihnachtsdekoration	6,3%	28,6%	23,8%	11,1%	9,5%	20,6%	**3,5**
Weihnachtsgewinnspiel	0%	8,5%	21,3%	23,4%	14,9%	31,9%	**4,4**
Informationen	2,0%	7,8%	17,6%	29,4%	15,7%	27,5%	**4,3**
Gesamtbeurteilung	**0%**	**19,7%**	**21,3%**	**18,0%**	**16,4%**	**24,6%**	**4,1**

Quelle: Eigene Erhebung

Wird die Beurteilung der BID-Maßnahmen differenziert nach Befürwortern und Gegnern des BID-Ansatzes ausgewertet, so zeigen sich erhebliche Unterschiede (vgl. Tab. 4.11). Während die Befürworter des BID-Ansatzes die bisherigen Maßnahmen mit einer Durchschnittsnote von 3,0 bewerten, vergeben die Gegner des BID-Ansatzes eine 4,8. Die einzelnen Maßnahmen wurden im Durchschnitt von den Gegnern des BID-Ansatzes allesamt schlechter als „ausreichend“ bewertet. Am besten wurde die Weihnachtsdekoration mit der Note 4,3 bewertet, am schlechtesten das Weihnachtsgewinnspiel mit der Note 5,1. Die Befürworter des BID-Ansatzes

vergaben die positivsten Bewertungen für die Weihnachtsdekoration (2,3) und die Frühlingsbegrünung (2,6), die negativste Note dagegen für die Informationen durch die Geschäftsstelle (3,5). Insgesamt ist also eine deutlich negativere Beurteilung der BID-Maßnahmen durch die antwortenden Eigentümer festzustellen, die den BID-Ansatz insgesamt ablehnen, jedoch fallen auch die Bewertungen der Befürworter des BID-Ansatzes nur durchschnittlich aus.

Tab. 4.11: Beurteilung der BID-Maßnahmen differenziert nach Befürwortern und Gegnern des BID-Ansatzes

	Graffiti-Aktion	Frühlings-begrünung	Weihnachts-dekoration	Weihnachts-gewinnspiel	Information	**Gesamt-urteil**
Durchschnittsnote Befürworter	3,3	2,6	2,3	3,4	3,5	**3,0**
Durchschnittsnote Gegner	4,8	4,5	4,3	5,1	4,7	**4,8**

Quelle: Eigene Erhebung

Dieses Muster spiegelt sich auch in den Bewertungen der Mitglieder der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV) wider (vgl. Tab. 4.12). Mit der Note 3,5 fiel das Gesamturteil zu den bisherigen Maßnahmen um fast eine Note besser aus als das der Nicht-Mitglieder. Dies resultiert nicht zuletzt daraus, dass die Befürworter des BID-Ansatzes innerhalb der antwortenden IGV-Mitgliedern deutlich in der Mehrheit sind.

Tab. 4.12: Beurteilung der BID-Maßnahmen differenziert nach der Mitgliedschaft in der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV)

	Graffiti-Aktion	Frühlings-begrünung	Weihnachts-dekoration	Weihnachts-gewinnspiel	Information	**Gesamt-urteil**
Durchschnittsnote IGV- Mitglieder	4,2	3,0	2,7	4,1	3,4	**3,5**
Durchschnittsnote Nicht-Mitglieder	4,4	4,2	4,0	4,7	4,8	**4,4**

Quelle: Eigene Erhebung

Tab. 4.13: Beurteilung der BID-Maßnahmen differenziert nach der Immobiliennutzung

	Graffiti-Aktion	Frühlings-begrünung	Weihnachts-dekoration	Weihnachts-gewinnspiel	Information	**Gesamt-urteil**
Durchschnittsnote tlw. Selbstnutzung	4,3	4,0	3,6	4,5	4,5	**4,2**
Durchschnittsnote reine Vermietung	4,3	3,5	3,4	4,2	4,2	**3,9**

Quelle: Eigene Erhebung

Geringere Unterschiede in der Bewertung der BID-Maßnahmen bestehen zwischen Eigentümern, die ihre Immobilie zumindest teilweise selbst nutzen und Eigentümern, die ihre Immobilie komplett vermietet haben (vgl. Tab. 4.13). Bei eigener Immobiliennutzung wurden die gesamten bisherigen Maßnahmen im BID etwas schlechter beurteilt (Note 4,2 gegenüber 3,9). Mit Ausnahme der Graffiti-Aktion folgten die Einschätzungen der Einzelmaßnahmen diesem Muster. Am deutlichsten wich die Beurteilung der Frühlingsbegrünung zwischen den zwei Eigentümergruppen ab. Diese Maßnahme bewerteten die Befragten, die ihre Immobilie selbst nutzen, um eine halbe Note schlechter als die vermietenden Eigentümer (4,0 bzw. 3,5). Von beiden Eigentümergruppen wurde die Weihnachtsdekoration am positivsten bewertet (Selbstnutzer Note 3,6 bzw. Vermieter 3,4), die am negativsten beurteilte Maßnahme unterschied sich dagegen. Während die Eigentümer, die ihre Immobilie komplett vermietet haben, die Graffiti-Aktion am schlechtesten bewerteten (4,3), schnitten bei der anderen Eigentümergruppe sowohl das Weihnachtsgewinnspiel als auch die Information durch die Geschäftsstelle (jeweils 4,5) am negativsten ab.

Ein ähnliches Bild ergab sich bei einer differenzierten Betrachtung der Bewertung von BID-Maßnahmen nach Interessensgruppen (vgl. Tab. 4.14). Auch hier kamen die Eigentümer und Immobilienverwaltungen zu einem positiveren Gesamturteil der bisherigen Maßnahmen (3,8) als die Inhaber eines Geschäfts oder Gastronomiebetriebs und die Wohnungsnutzer (jeweils 4,1). Ebenso erteilten wiederum alle drei Interessensgruppen der Weihnachtsdekoration die beste Bewertung unter den einzelnen Maßnahmen, die am schlechtesten bewerteten Maßnahmen unterschieden sich dagegen. Inhaber von Geschäften bzw. Gastronomiebetrieben beurteilten die Graffiti-Aktion am negativsten, die Wohnungsnutzer die Informationen durch die Geschäftsstelle und die Eigentümer und Immobilienverwaltungen das Weihnachtsgewinnspiel.

Tab. 4.14: Beurteilung der BID-Maßnahmen differenziert nach den Interessensgruppen

	Graffiti-Aktion	Frühlings-begrünung	Weihnachts-dekoration	Weihnachts-gewinnspiel	Information	**Gesamt-urteil**
Durchschnittsnote Geschäft/ Gastronomie	4,4	3,8	3,5	4,3	4,0	**4,1**
Durchschnittsnote Wohnungsnutzer	4,3	3,7	3,5	4,3	4,8	**4,1**
Durchschnittsnote Eigentümer/Immo-bilienverwaltung	4,2	3,5	3,2	4,4	4,2	**3,8**

Quelle: Eigene Erhebung

Die Einschätzungen der BID-Maßnahmen unterschieden sich zudem nach dem Standort der Immobilie (vgl. Tab. 4.15). Die Eigentümer einer Immobilie im Ostertorsteinweg vergaben mit der durchschnittlichen Note 4,2 ein etwas schlechteres Gesamturteil für die bisherigen Maßnahmen als die Eigentümer einer Immobilie im Bereich Vor dem Steintor (3,9). Am größten war die Abweichung in den Wertungen bei den Maßnahmen Frühlingsbegrünung (Ostertorsteinweg 4,0; Vor dem Steintor 3,5) und Informationen durch die Geschäftsstelle (Ostertorsteinweg 4,6; Vor dem Steintor 4,1). Analog zu den vorangegangenen Auswertungen schätzten auch hier

beide Eigentümergruppen die Weihnachtsdekoration am positivsten ein (Ostertorsteinweg 3,6; Vor dem Steintor 3,4). Die schlechteste Note am Standort Ostertorsteinweg wurde für die Informationen durch die Geschäftsstelle (4,6), am Standort Vor dem Steintor für das Weihnachtsgewinnspiel vergeben.

Tab. 4.15: Beurteilung der BID-Maßnahmen differenziert nach dem Standort der Immobilie

	Graffiti-Aktion	Frühlingsbegrünung	Weihnachtsdekoration	Weihnachtsgewinnspiel	Information	**Gesamturteil**
Durchschnittsnote Ostertorsteinweg	4,3	4,0	3,6	4,2	4,6	**4,2**
Durchschnittsnote Vor dem Steintor	4,3	3,5	3,4	4,5	4,1	**3,9**

Quelle: Eigene Erhebung

Neben dem Standort der Immobilie übt auch die Herkunft der Immobilieneigentümer einen gewissen Einfluss auf die Bewertung der BID-Maßnahmen aus (vgl. Tab. 4.16). Die antwortenden Eigentümer, die aus dem Viertel kommen, beurteilten die BID-Maßnahmen etwas schlechter als Personen aus anderen Orten. In der Gesamtbeurteilung der bisherigen Maßnahmen vergaben sie im Durchschnitt die Note 4,1, wohingegen die Eigentümer von außerhalb des Viertels die Note 3,9 vergaben.

Tab. 4.16: Beurteilung der BID-Maßnahmen differenziert nach der Herkunft der Immobilieneigentümer

	Graffiti-Aktion	Frühlingsbegrünung	Weihnachtsdekoration	Weihnachtsgewinnspiel	Information	**Gesamturteil**
Durchschnittsnote Viertel	4,4	3,7	3,4	4,4	4,4	**4,1**
Durchschnittsnote Andere Orte	4,1	3,5	3,4	4,2	4,1	**3,9**

Quelle: Eigene Erhebung

Neben der Bewertung der einzelnen bisher durchgeführten Maßnahmen im BID sollten die befragten Eigentümer außerdem eine **Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel insgesamt** vornehmen. 13 Personen (18,8%) gaben an, dass ihr Kenntnisstand zu gering sei und sie sich daher kein Urteil erlauben können. Besonders häufig (elf Mal) wurde diese Antwort von Personen gegeben, die die Immobilie nicht selbst nutzen. 56 der befragten Eigentümer nahmen eine Bewertung anhand von Schulnoten vor (vgl. Tab. 4.17). Die Durchschnittsnote beträgt 4,4. Insgesamt beurteilt die Hälfte der antwortenden Eigentümer die Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel als „mangelhaft“ oder „ungenügend“. 39,3% vergaben eine durchschnittliche Note („befriedigend“ oder „ausreichend“) und nur 10,7% die Note „gut“.

Tab. 4.17: Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel anhand von Schulnoten innerhalb der Gruppe der antwortenden Eigentümer

sehr gut (1)	gut (2)	befriedigend (3)	ausreichend (4)	mangelhaft (5)	ungenügend (6)	**Durchschnittsnote**
0,0%	10,7%	17,9%	21,4%	23,2%	26,8%	**4,4**

Quelle: Eigene Erhebung

In Tabelle 4.18 wird die Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel nach verschiedenen Eigentümergruppen differenziert dargestellt. Einen hoch signifikanten Einfluss auf die Bewertung übt die persönliche Einstellung (Befürworter/Gegner) der befragten Personen gegenüber dem BID-Ansatz als solchen aus. Zudem besteht zwischen den Beurteilungen der Umsetzung des BID-Konzeptes im Viertel und der Nutzungsform (Selbstnutzung/Vermietung) sowie der Mitgliedschaft in der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV) ein signifikanter Zusammenhang.

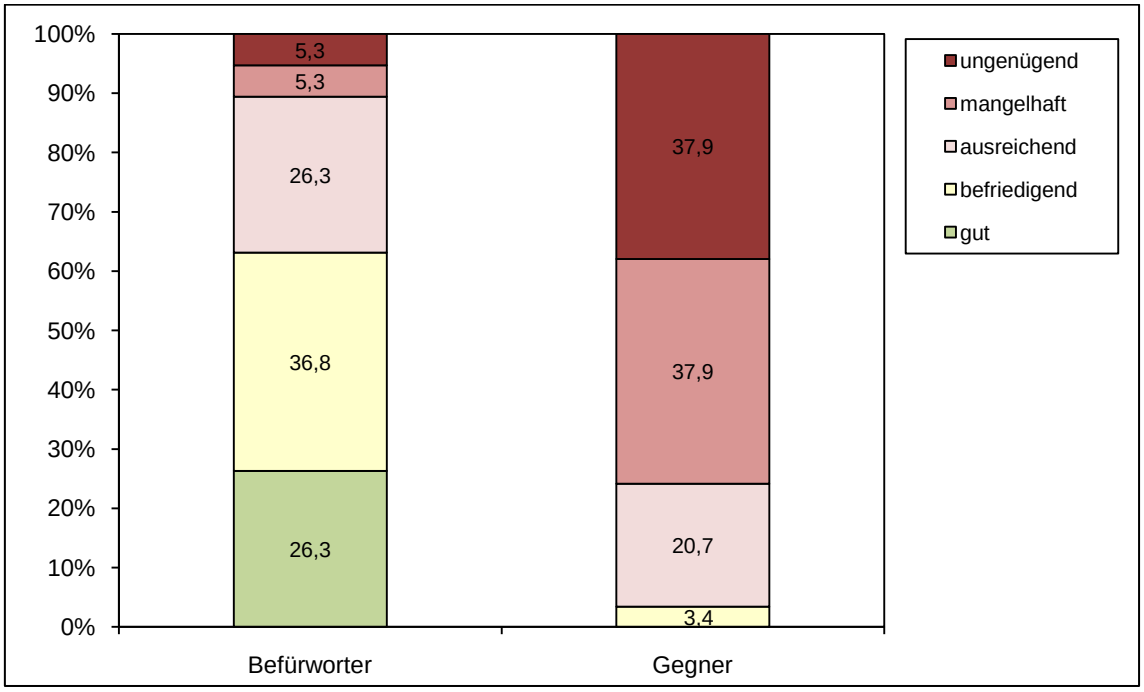
Tab. 4.18: Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel differenziert nach verschiedenen Merkmalen

	sehr gut (1)	gut (2)	befriedigend (3)	ausreichend (4)	mangelhaft (5)	ungenügend (6)	**Notendurchschnitt**
Befürworter/Gegner* **							
Befürworter	0,0%	26,3%	36,8%	26,3%	5,3%	5,3%	**3,3**
Gegner	0,0%	0,0%	3,4%	20,7%	37,9%	37,9%	**5,1**
Nutzung*							
(teilw.) selbstgenutzt	0,0%	0,0%	12,5%	37,5%	29,2%	20,8%	**4,6**
vermietet	0,0%	18,8%	21,9%	9,4%	18,8%	31,3%	**4,2**
Interessensgruppe							
Geschäft/Gastronom.	0,0%	5,9%	17,6%	17,6%	29,4%	29,4%	**4,6**
Wohnungsnutzer	0,0%	0,0%	25,0%	37,5%	12,5%	25,0%	**4,4**
Immov./Eigentümer	0,0%	25,0%	15,0%	15,0%	20,0%	25,0%	**4,1**
Immobilienstandort							
Ostertorsteinweg	0,0%	8,0%	24,0%	20,0%	32,0%	16,0%	**4,2**
Vor dem Steintor	0,0%	12,9%	12,9%	22,6%	16,1%	35,5%	**4,5**
Mitglied IGV*							
Ja	0,0%	26,1%	17,4%	21,7%	21,7%	13,0%	**3,8**
…Nein	0,0%	0,0%	15,6%	21,9%	25,0%	37,5%	**4,8**
Herkunft							
Viertel	0,0%	10,3%	20,7%	17,2%	24,1%	27,6%	**4,4**
Andere Orte	0,0%	12,0%	16,0%	28,0%	20,0%	24,0%	**4,3**
Gesamt	**0,0%**	**10,7%**	**17,9%**	**21,4%**	**23,2%**	**26,8%**	**4,4**

Quelle: Eigene Erhebung

Die von allen untersuchten Eigentümergruppen mit Abstand schlechteste Durchschnittsnote in der Bewertung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel wiesen die Gegner des BID-Ansatzes auf (5,1). Die Befürworter des BID-Konzeptes benoteten die Umsetzung im Viertel dagegen von allen untersuchten Eigentümergruppen am positivsten (3,3). Etwas mehr als ein Viertel von ihnen erteilte die Note „gut“ (26,3%) und knapp zwei Drittel (63,1%) vergaben die Note „befriedigend“ oder „ausreichend“. Unter den Gegnern des BID-Konzepts beurteilten dagegen drei Viertel der Befragten (75,8%) die Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel mit „mangelhaft“ oder „ungenügend“ (vgl. Abb. 4.17).

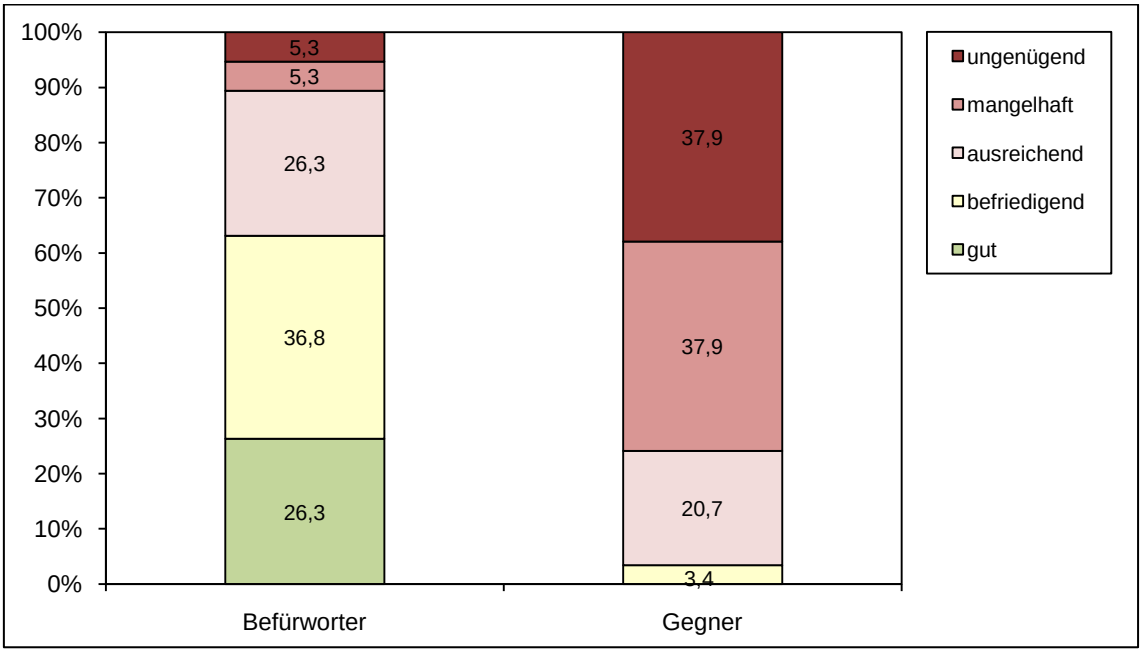
Abb. 4.17: Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel differenziert nach Befürwortern und Gegnern des BID-Ansatzes



Quelle: Eigene Erhebung

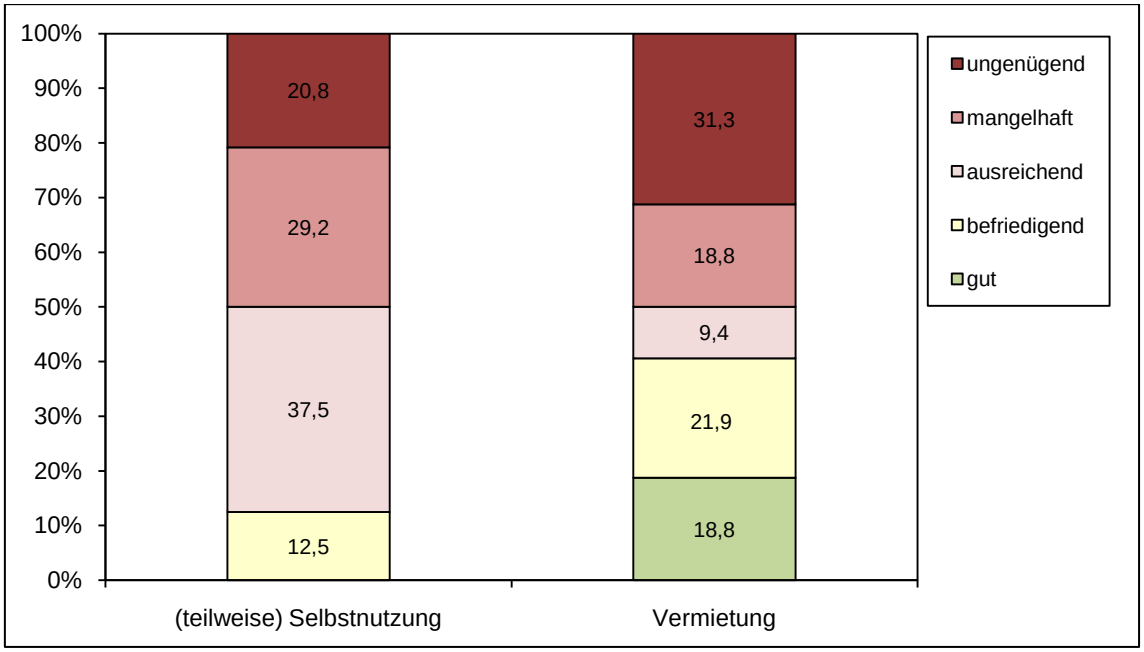
Da in der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV) vorwiegend Befürworter des BID-Ansatzes Mitglied sind, fiel deren Bewertung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel mit einer Durchschnittsnote von 3,8 noch vergleichsweise gut aus. Die Nicht-Mitglieder der IGV bewerteten die Umsetzung des BIDs Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor im Schnitt dagegen mit der Note 4,8 (vgl. Abb. 4.18).

Abb. 4.18: Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel differenziert nach der Mitgliedschaft in der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV)



Quelle: Eigene Erhebung

Abb. 4.19: Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel differenziert nach der Immobiliennutzung



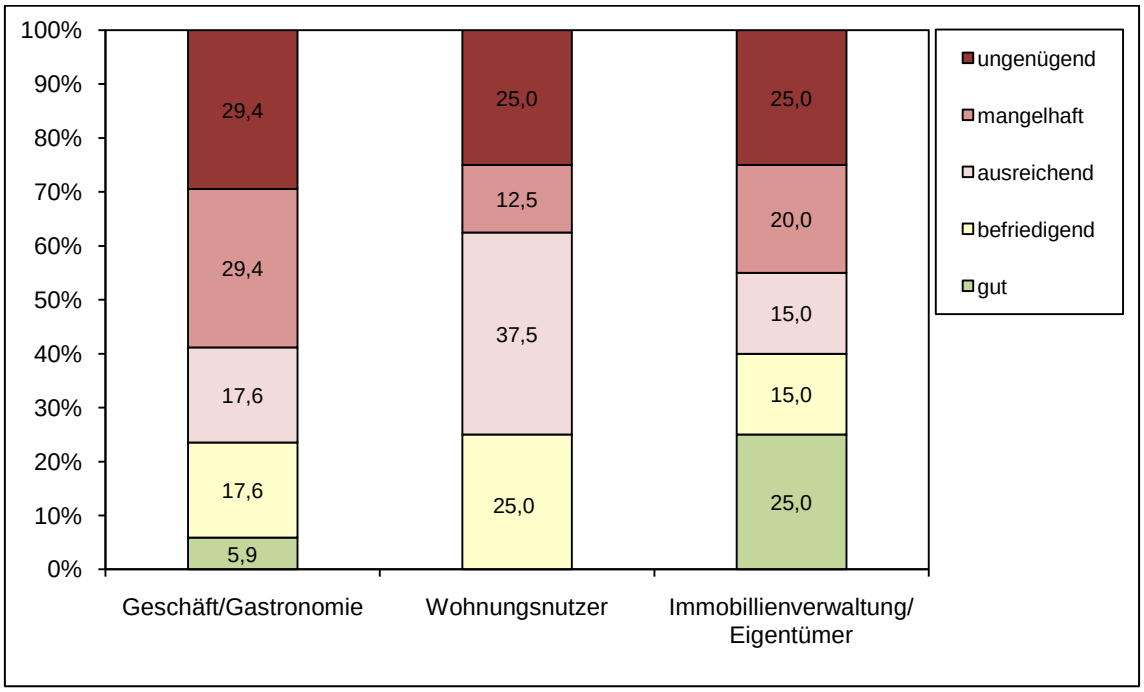
Quelle: Eigene Erhebung

Differenziert nach Nutzungsformen der Immobilien (vgl. Abb. 4.19) fiel die Bewertung der antwortenden Eigentümer, die ihre Immobilie zumindest teilweise selbst nutzen, negativer aus (4,6) als bei den Eigentümern, die ihre Immobilie vermieten (4,2). Von den reinen Vermietern benoteten immerhin 18,8% die Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel als „gut“, bei den

Selbstnutzern vergab keiner diese Note. Der Anteil jener, die die Noten „mangelhaft“ oder „ungenügend“ gewählt haben, war jedoch bei beiden Gruppen gleich hoch (50,0 bzw. 50,1%).

Eine differenzierte Betrachtung der Ergebnisse nach Interessensgruppen (vgl. Abb. 4.20) zeigt, dass die Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel von den Immobilienverwaltungen und Eigentümern mit der Durchschnittsnote 4,1 noch am besten beurteilt wurde. Von ihnen vergaben ein Viertel die Note „gut“ und insgesamt 30% die Noten „befriedigend“ oder „ausreichend“. Die schlechteste Bewertung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel wurde von den Geschäftsinhabern oder Gastronomen vorgenommen. 58,8% von ihnen vergaben die Noten „mangelhaft“ oder „ungenügend“. Die Durchschnittsnote betrug 4,6.

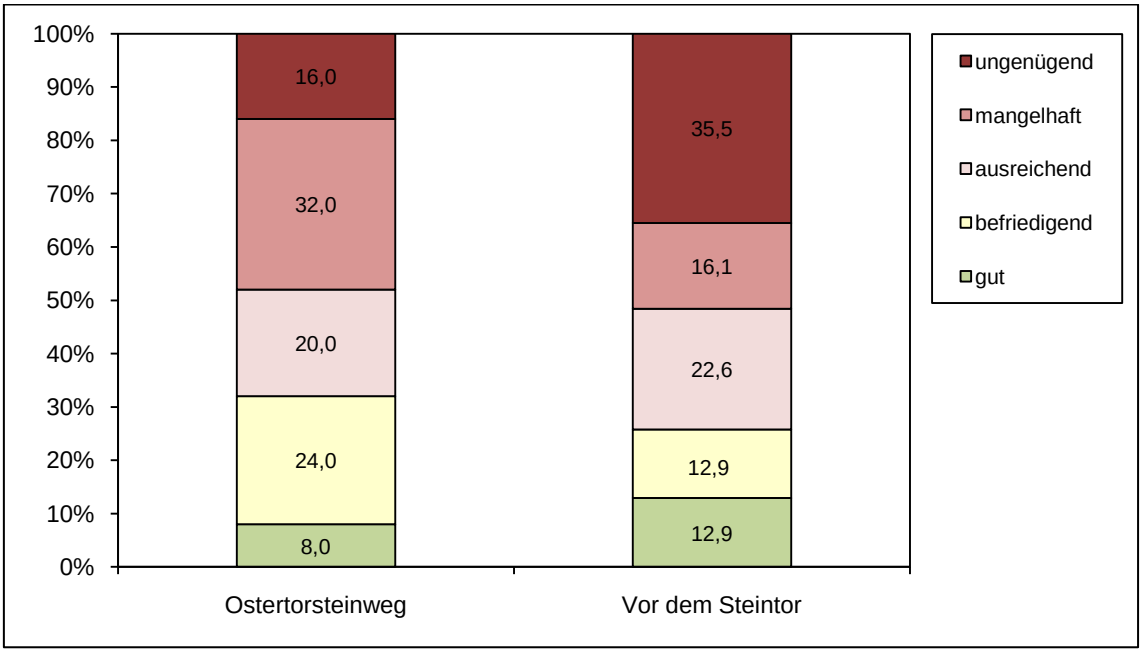
Abb. 4.20: Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel differenziert nach den Interessensgruppen



Quelle: Eigene Erhebung

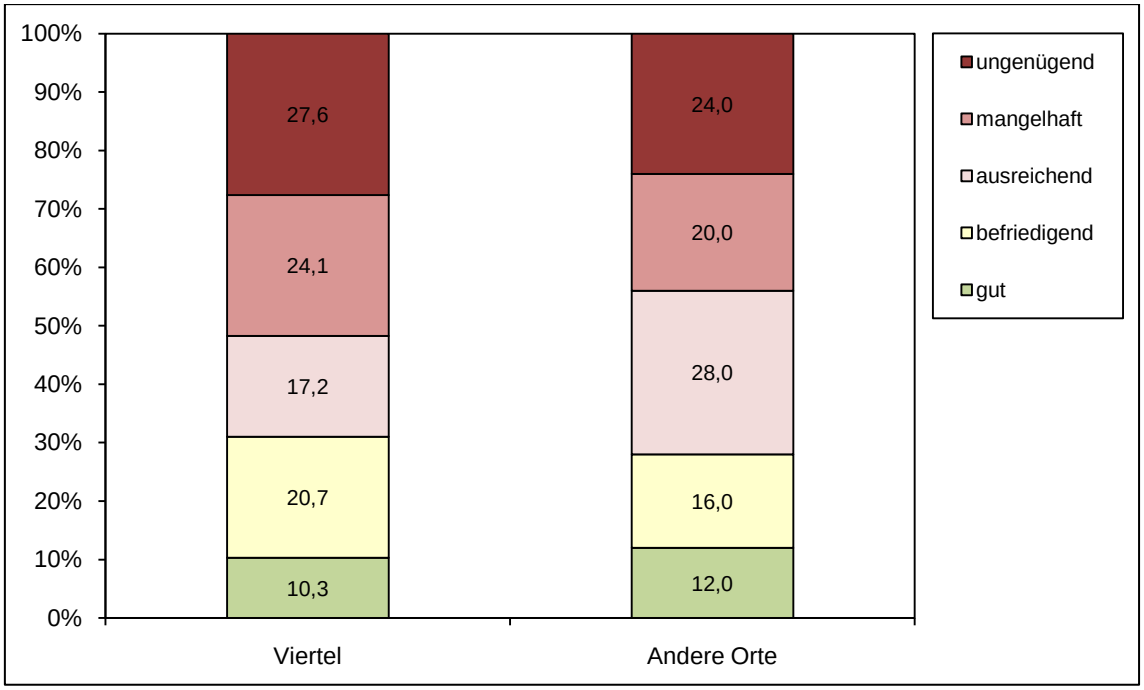
Geringfügige Unterschiede in der Bewertung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel lassen sich auch bei einer Differenzierung nach dem Immobilienstandort (vgl. Abb. 4.21) und nach der Herkunft des Eigentümers (vgl. Abb. 4.22) feststellen. Eigentümer einer Immobilie im Ostertorsteinweg schätzten die Umsetzung geringfügig positiver ein (4,2) als Eigentümer einer Immobilie im Bereich Vor dem Steintor (4,5). Eine nur marginal bessere Bewertung nahmen auch diejenigen Eigentümer vor, die selbst nicht aus dem Viertel kommen (4,3 gegenüber 4,4).

Abb. 4.21: Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel differenziert nach dem Standort der Immobilie



Quelle: Eigene Erhebung

Abb. 4.22: Beurteilung der Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel differenziert nach der Herkunft der Eigentümer



Quelle: Eigene Erhebung

Um ein differenziertes Meinungsbild der Betroffenen und Eigentümer über den BID-Ansatz im Allgemeinen und deren Umsetzung im Viertel zu erhalten, wurden die befragten Eigentümer gebeten ihre **Zustimmung oder Ablehnung zu verschiedenen Aussagen** auszudrücken. Zu diesem Zweck wurde den Eigentümern eine Skala von +2 (stimme voll zu) bis -2 (lehne völlig ab) vorgegeben. Die einzelnen Aussagen wurden differenziert analysiert, wobei zum Teil statistisch signifikante Unterschiede festgestellt werden konnten.

Zunächst sollten sich die Befragten zu folgender Aussage äußern: „Das BID-Konzept ist für das Viertel ein geeigneter Ansatz zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit am Standort.“ Insgesamt konnten 66 verwertbare Antworten untersucht werden. Die Verteilung der Antworten wird in Tabelle 4.19 wiedergegeben.

Tab. 4.19: Verteilung der Zustimmung zur Aussage „Das BID-Konzept ist für das Viertel ein geeigneter Ansatz zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit am Standort“ differenziert nach den Untersuchungskategorien

Das BID-Konzept ist für das Viertel ein geeigneter Ansatz zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit am Standort.						
stimme voll zu	**+2**	**+1**	**unent-schieden**	**-1**	**-2**	**lehne völlig ab**
	22,7%	**13,6%**	**12,1%**	**12,1%**	**39,4%**	
	36,3%		12,1%	**51,5%**		
Befürworter/Gegn.						***
Befürworter	**88,5%**		11,5%	**0,0%**		
Gegner	**3,1%**		12,5%	**84,4%**		
Interessensgruppe						
Geschäfte/Gastron.	**52,9%**		0,0%	**47,1%**		
Wohnungsnutzung	**16,7%**		27,8%	**55,5%**		
Immoverw./Eigent.	**41,3%**		10,3%	**48,3%**		
Standort						
Ostertorsteinweg	**33,3%**		20,0%	**46,7%**		
Vor dem Steintor	**38,9%**		5,5%	**55,5%**		
Mitglied IGV						*
Ja	**56,0%**		0,0%	**44,0%**		
Nein	**25,0%**		20,0%	**55,0%**		

*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

* Die Ergebnisse sind signifikant (α = 5 % - Niveau)

Die Tabelle 4.19 macht deutlich, dass die Mehrheit der Befragten (51,5%) nicht der Ansicht war, dass das BID-Konzept geeignet ist, um die Wettbewerbsfähigkeit des Quartieres zu gewährleisten. Nur etwas mehr als ein Drittel der Eigentümer (36,3%) stimmt der Aussage dagegen zu. Die Bedeutung und die Notwendigkeit einer differenzierten Analyse zeigen sich aber, wenn die Befragten bestimmten Gruppen zugeordnet werden.

Ein klar positiveres Bild muss gezeichnet werden, wenn die Befragten nach Befürwortern oder Gegnern des BID-Ansatzes unterschieden werden. So hielten 88,5% der Befürworter den BID-Ansatz für geeignet, um die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Viertel zu erhalten. Dieser Ansicht schlossen sich nur 3,1% der Gegner von BID-Ansätzen an. Verständlicherweise hielten 84,4% der Gegner des BID-Ansatzes das BID-Konzept im Viertel für nicht erfolgversprechend. Ein etwa gleich großer Anteil der BID-Befürworter und -Gegner war unentschieden (11,5% bzw. 12,5%). Diese Ergebnisse sind hochsignifikant.

Ein noch heterogeneres Bild ergibt sich, wenn die Interessengruppen Gewerbetreibende/ Gastronomen, Wohnungsnutzer und Immobilienverwalter/Eigentümer unterschieden werden. Eine knappe Mehrheit der Geschäftsinhaber (52,9%) sah im BID-Konzept einen geeigneten Ansatz zur Wahrung der Wettbewerbsfähigkeit. Allerdings standen der Aussage 47,1% der antwortenden Eigentümer eher ablehnend gegenüber. Auffällig ist, dass die Befragten dieser Interessensgruppe ihre Position sehr klar einordnen konnten. So gab kein Befragter „unentschieden“ an. Dies fiel Wohnungsnutzern deutlich schwerer. In dieser Interessengruppe gaben 27,8% der Befragten an, unentschieden zu sein. Die Mehrheit der Wohnungsnutzer (55,5%) war allerdings der Ansicht, dass das BID-Konzept kein geeignetes Mittel zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit in ihrem Quartier ist. Positiv gesehen haben das BID-Konzept nur 16,7% der Wohnungsnutzer. Auch Immobilienverwalter oder Eigentümer waren häufiger nicht von den Erfolgsaussichten des BID-Konzeptes im Viertel überzeugt (48,3%). Als geeignet stuften es 41,3% von ihnen ein. 10,3% der Befragten dieser Interessengruppe standen der Aussage unentschieden gegenüber.

Die Untersuchung hat auch gezeigt, dass die Befragten je nach Standort ihrer Immobilie der Aussage unterschiedlich gegenüber stehen. Von den Immobilieneigentümern im Ostertorsteinweg stimmte ein Drittel der Befragten der Aussage zu, dass das BID-Konzept die Wettbewerbsfähigkeit erhält. Unter den Immobilieneigentümern in der Straße Vor dem Steintor waren es mit 38,9% der Befragten etwas mehr. Interessanterweise lehnten an diesem Standort aber gleichzeitig auch mehr Befragte die Aussage ab (55,5%, Ostertorsteinweg 46,7%). Das heißt, in der Straße Vor dem Steintor gingen die Annahmen unter den Immobilieneigentümern darüber, ob das BID-Konzept die Wettbewerbsfähigkeit am Standort erhält, stärker auseinander als in der Straße Ostertorsteinweg. Ein Fünftel der Immobilienbesitzer am Ostertorsteinweg war darüber unentschieden, im Bereich Vor dem Steintor waren es nur 5,5%.

Letztlich wurde zwischen Mitgliedern und Nicht-Mitgliedern in der IGV unterschieden. Interessanterweise lehnten 44% der Befragten, die Mitglied im IGV sind, die Aussage ab. Nur 56% stimmten der Aussage zu. Es fällt auf, dass kein Mitglied des IGV bei dieser Aussage unentschieden war. Von den Befragten, die nicht Mitglied im IGV sind, gab ein Fünftel „unentschieden“ an. Nur ein Viertel (25,0%) stimmte der Aussage zu, die Mehrheit (55%) lehnte sie ab. Auch diese Aussagen sind signifikant.

Als nächstes soll dargelegt werden, wie die Befragten zu folgender Aussage stehen: „Ein freiwilliger Zusammenschluss ist besser als ein Zusammenschluss über das BID.“ Zu dieser Aussage haben sich 66 Befragte geäußert. Ihre Antworten sind in Tabelle 4.20 dargestellt.

Tab. 4.20: Verteilung der Zustimmung zur Aussage „Ein freiwilliger Zusammenschluss ist besser als der Zusammenschluss über das BID“ differenziert nach den Untersuchungskategorien

Ein freiwilliger Zusammenschluss ist besser als der Zusammenschluss über das BID.						
stimme voll zu	**+2**	**+1**	**unent-schieden**	**-1**	**-2**	**lehne völlig ab**
	50,0%	**13,6%**	**10,6%**	**12,1%**	**13,6%**	
	63,6%		10,6%	**25,8%**		
Befürworter/Gegn.						***
Befürworter	**26,9%**		11,5%	**61,6%**		
Gegner	**90,6%**		9,4%	**0,0%**		
Interessensgruppe						
Geschäfte/Gastron.	**58,9%**		5,9%	**35,3%**		
Wohnungsnutzung	**66,6%**		16,7%	**16,7%**		
Immoverw./Eigent.	**62,1%**		10,3%	**27,6%**		
Standort						*
Ostertorsteinweg	**70,0%**		16,7%	**13,3%**		
Vor dem Steintor	**58,3%**		5,6%	**36,1%**		
Mitglied IGV						
Ja	**52,0%**		8,0%	**40,0%**		
Nein	**70,0%**		12,5%	**17,5%**		

*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

* Die Ergebnisse sind signifikant (α = 5 % - Niveau)

Die Mehrheit der antwortenden Eigentümer stimmte der Aussage zu, dass ein freiwilliger Zusammenschluss besser sei (63,6%). Genau die Hälfte der befragten Eigentümer stimmte der Aussage sogar voll zu. Nur 25,8% der Befragten lehnten die Aussage ab und 10,6% standen ihr unentschieden gegenüber. Auch hier zeigen die in Tabelle 4.20 angegeben relativen Häufigkeiten, dass ein differenzierter Blick auf die Antworten geworfen werden muss.

Aus der Gruppe der Befürworter des BID-Ansatzes stimmten 26,9% der Aussage zu. Erwartungsgemäß war der Anteil derer, die die Aussage (eher) ablehnen, größer (61,6%). Die Gegner des BID-Ansatzes stimmen ebenfalls wenig überraschend der Aussage mit deutlicher Mehrheit zu (90,6%). Niemand der Befragten, die zu dieser Gruppe zählen, lehnte die Aussage ab. Die BID-Ansatz-Befürworter standen der Aussage dagegen etwas häufiger unentschieden gegenüber (11,5% bzw. 9,4%). Die Ergebnisse sind hoch signifikant.

Werden nun die Interessengruppen näher beleuchtet, so wird deutlich, dass in allen Gruppen die Mehrheit der Befragten der Aussage zustimmte, wobei die Zustimmung unter den Wohnungsnutzern (66,6%) am höchsten ausfiel (Immobilienverwalter/Eigentümer 62,1% und Geschäfte/Gastronomen 58,9%). Auf der anderen Seite lehnten 35,3% der Geschäftsinhaber und Gastronomen die Aussage ab. Dies traf nur auf 26,7% der Immobilienverwalter und Eigentümer sowie 16,7% der Wohnungsnutzer zu. Wieder waren es die Wohnungsnutzer, die mit 16,7% am häufigsten unentschieden in Bezug auf die Aussage waren.

Auch im Hinblick auf den Standort der Immobilie lassen sich deutliche Unterschiede erkennen. Befragte mit einer Immobilie am Ostertorsteinweg stimmten in 70% der Fälle der Aussage zu. Nur 13,3% lehnten sie ab und 16,7% waren unentschieden. Der Anteil derer, die unentschlossen sind und eine Immobilie in der Straße Vor dem Steintor haben, fiel mit 5,6% wieder geringer aus. Auch an diesem Standort stimmte die Mehrheit der Befragten der Aussage zu (58,3%), allerdings war das Ergebnis weniger deutlich. Abgelehnt wurde die Aussage von 36,1%. Diese Ergebnisse sind signifikant.

Interessanterweise hielten 52,0% der Befragten, die Mitglied im IGV sind, einen freiwilligen Zusammenschluss für besser als den Zusammenschluss über das BID. Unter den Nicht-Mitgliedern waren es sogar 70,0%. Der Anteil, der die Aussage ablehnte, fiel unter den Mitgliedern der IGV höher aus als unter der Gruppe der Nicht-Mitglieder (40,0% bzw. 17,5%).

Als nächstes sollte die folgende Aussage bewertet werden: „Ohne das BID wären viele Aktivitäten im Viertel nicht mehr möglich." Dazu haben sich 65 Befragte geäußert. Die Verteilung der Antworten kann der Tabelle 4.21 entnommen werden.

Tab. 4.21: Verteilung der Zustimmung zur Aussage „Ohne das BID wären viele Aktivitäten im Viertel nicht mehr möglich" differenziert nach den Untersuchungskategorien

Ohne das BID wären viele Aktivitäten im Viertel nicht mehr möglich.						
stimme voll zu	**+2**	**+1**	**unentschieden**	**-1**	**-2**	**lehne völlig ab**
	13,8%	**16,9%**	**20,0%**	**9,2%**	**40,0%**	
	30,7%		20,0%	**49,2%**		
Befürworter/Gegn.						***
Befürworter	**76,9%**		15,4%	**7,7%**		
Gegner	**0,0%**		19,4%	**80,6%**		
Interessensgruppe						
Geschäfte/Gastron.	**41,1%**		11,8%	**47,1%**		
Wohnungsnutzung	**11,1%**		27,8%	**61,1%**		
Immoverw./Eigent.	**39,3%**		21,4%	**39,3%**		
Standort						
Ostertorsteinweg	**26,6%**		20,0%	**53,4%**		
Vor dem Steintor	**34,3%**		20,0%	**45,8%**		
Mitglied IGV						**
Ja	**52,0%**		16,0%	**32,0%**		
Nein	**18,0%**		23,1%	**59,0%**		

*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

** Die Ergebnisse sind sehr signifikant (α = 1 % - Niveau)

Aus Tabelle 4.21 kann entnommen werden, dass eine Minderheit von 30,7% der Befragten der Aussage zustimmten, dass ohne das BID viele Aktivitäten nicht mehr möglich wären. Die Mehrheit von fast der Hälfte der Befragten (49,2%) lehnte diese Aussage hingegen ab. Auffällig ist dabei, dass 40% die Aussage völlig ablehnten. Ein Fünftel der Befragten stand der Aussage unentschieden gegenüber.

Unter den Befürwortern des BID-Ansatzes waren 76,9% der Meinung, dass viele Aktivitäten im Viertel ohne das BID nicht möglich wären. Keiner der BID-Ansatz-Gegner stimmte dem zu. Im Gegenteil, 80,6% der Gegner lehnte diese Auffassung ab, wobei allerdings fast ein Fünftel (19,4%) unentschieden war. Diese Ergebnisse sind hochsignifikant.

Aus der Interessengruppe der Wohnungsnutzer glaubten nur 11,1%, dass viele Aktivitäten im Viertel ohne das BID nicht mehr möglich wären. Unter den Immobilienverwaltern und Eigentümern oder den Geschäftsinhabern und Gastronomen war diese Ansicht deutlich weiter verbreitet (39,3% und 41,1%). Dennoch lehnten die meisten Befragten der Interessengruppen die Aussage ab. Dies traf auf 47,1% der Geschäftsinhaber und Gastronomen, 39,3% der Immobilienverwalter und Eigentümer und sogar auf 61,1% der Wohnungsnutzer zu. Weiterhin fällt auf, dass wieder ein relativ großer Teil der Wohnungsnutzer, aber auch der Immobilienverwalter und Eigentümer der Aussage unentschieden gegenüberstanden.

In Bezug auf den Standort der Immobilie lässt sich feststellen, dass die Zustimmung zur Aussage, dass bestimmte Aktivitäten im Viertel ohne des BID nicht denkbar wären, in der Straße Vor dem Steintor größer ausfiel (34,3%) als am Ostertorsteinweg (26,6%). Eine unentschiedene Haltung der Befragten konnte je zu einem Fünftel an beiden Standorten vorgefunden werden. Dementsprechend lehnte die Mehrheit der Befragten mit einer Immobilie am Ostertorsteinweg (53,4%) die Aussage ab. In der Straße Vor dem Steintor fiel die Ablehnung der Aussage mit 45,8% etwas geringer aus.

Unter den Mitgliedern des IGV ging etwas mehr als die Hälfte (52%) davon aus, dass viele Aktivitäten im Viertel ohne das BID nicht möglich wären. Aus der Gruppe der Nicht-Mitglieder teilten diese Ansicht mit 18% deutlich weniger Befragte. Tatsächlich lehnten 59% der Nicht-Mitglieder die Aussage ab, was nur auf 32% der IGV-Mitglieder zutraf. Insbesondere die Nicht-Mitglieder waren mit 23,1% der Nennungen relativ häufig unentschieden (16% der Mitglieder im IGV). Diese Ergebnisse sind sehr signifikant.

Nun wurden die Befragten gebeten, zur folgenden Aussage Stellung zu beziehen: „Ich finde es gut, dass durch das BID sogenannte „Trittbrettfahrer“ mit an den Kosten beteiligt werden.“ Darauf sind 65 Angaben eingegangen. Einen Überblick über die Antworten gibt Tabelle 4.22.

Tab. 4.22: Verteilung der Zustimmung zur Aussage „Ich finde es gut, dass durch das BID sogenannte „Trittbrettfahrer“ mit an den Kosten beteiligt werden“ differenziert nach den Untersuchungskategorien

Ich finde es gut, dass durch das BID sogenannte „Trittbrettfahrer“ mit an den Kosten beteiligt werden.						
Stimme voll zu	**+2**	**+1**	**unent-schieden**	**-1**	**-2**	**lehne völlig ab**
	20,0%	**12,3%**	**18,5%**	**7,7%**	**41,5%**	
	32,3%		18,5%	**49,2%**		
Befürworter/Gegn.						***
Befürworter	**73,1%**		19,2%	**7,6%**		
Gegner	**3,2%**		16,1%	**80,7%**		
Interessensgruppe						
Geschäfte/Gastron.	**35,3%**		29,4%	**35,3%**		
Wohnungsnutzung	**16,7%**		11,1%	**72,2%**		
Immoverw./Eigent.	**42,9%**		17,9%	**39,3%**		
Standort						
Ostertorsteinweg	**31,0%**		17,2%	**51,7%**		
Vor dem Steintor	**33,3%**		19,4%	**47,2%**		
Mitglied IGV						*
Ja	**45,8%**		25,0%	**29,2%**		
Nein	**25,0%**		15,0%	**60,0%**		

*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

* Die Ergebnisse sind signifikant (α = 5 % - Niveau)

Nur knapp ein Drittel der Befragten fand es gut, dass durch das BID alle Betroffenen an den Maßnahmenkosten beteiligt werden und somit das „Trittbrettfahrerphänomen“ vermieden wird. Fast die Hälfte (49,2%) lehnte diese Aussage ab. Unentschieden waren dagegen 18,5% aller Befragten.

Das Verhindern des Trittbrettfahrerphänomens ist ein zentraler Aspekt des BID-Ansatzes. So verwundert es nicht, dass 73,1% der grundsätzlichen Befürworter des BID-Ansatzes der Aussage zustimmten. Allerdings war auch fast ein Fünftel (19,2%) der Befürworter des BID-Ansatzes unentschieden. Nur 7,6% lehnten die Aussage ab. In der Gruppe der Gegner des BID-Ansatzes zeichnet sich ein konträres Bild ab. Lediglich 3,2% der Gegner fanden es gut, dass das „Trittbrettfahren“ verhindert wird. Aber mehr als vier Fünftel (80,7%) stimmten der Aussage nicht zu. Der Anteil der Unentschiedenen bewegte sich mit 16,1% in etwa auf dem gleichen Niveau wie bei den Befürwortern des BID-Ansatzes. Die Ergebnisse sind hochsignifikant.

Wird die Analyse der Aussage auf die verschiedenen Interessengruppen ausgedehnt, so lässt sich erkennen, dass die Befragten aller Interessengruppen die Aussage mehrheitlich ablehnten. Am deutlichsten war die Ablehnung unter den Wohnungsnutzern (72,2%). Die Geschäftsinhaber und Gastronomen fielen dadurch auf, dass sie in etwa zu gleichen Teilen der Aussage zustimmten (35,3%), sie ablehnten (35,3) und unentschieden waren (29,4%).

Die Ablehnung der Aussage überwog sowohl bei den Betroffenen am Ostertorsteinweg als auch in der Straße Vor dem Steintor (51,7% bzw. 47,2%). Zustimmung und Unentschiedenheit wichen an beiden Standorten nicht wesentlich voneinander ab. Wird die Mitgliedschaft im IGV berücksichtigt, dann variiert das Zustimmungsverhalten zwischen beiden Gruppen. So stimmten 45,8% der IGV-Mitglieder der Aussage zu. Dagegen stimmte nur ein Viertel der Nicht-Mitglieder zu, sie lehnten die Aussagen mehrheitlich ab (60%). Es zeigt sich aber auch, dass die IGV-Mitglieder in Bezug auf die Aussage häufiger unentschieden waren. Diese Ergebnisse sind signifikant.

Eine weitere Aussage, zu der sich die Betroffenen äußern sollten, lautete: „Weniger einkommensstarke Personen werden aus dem Viertel verdrängt, weil Mieten durch die zusätzliche Abgabe steigen." Dazu haben 67 Befragte Angaben gemacht. Die Verteilung der Antworten kann Tabelle 4.23 entnommen werden.

Tab. 4.23: Verteilung der Zustimmung zur Aussage „Weniger Einkommensstarke Personen werden aus dem Viertel verdrängt, weil die Mieten durch die zusätzliche Abgabe steigen" differenziert nach den Untersuchungskategorien

Weniger Einkommensstarke Personen werden aus dem Viertel verdrängt, weil die Mieten durch die zusätzliche Abgabe steigen.						
Stimme voll zu	**+2**	**+1**	**unent-schieden**	**-1**	**-2**	**lehne völlig ab**
	25,4%	**9,0%**	**32,8%**	**11,9%**	**20,9%**	
	34,4%		32,8%	**32,8%**		
Befürworter/Gegn.						***
Befürworter	**3,8%**		50,0%	**46,2%**		
Gegner	**62,5%**		18,8%	**18,8%**		
Interessensgruppe						
Geschäfte/Gastron.	**35,3%**		29,4%	**35,3%**		
Wohnungsnutzung	**27,8%**		38,9%	**33,3%**		
Immoverw./Eigent.	**37,9%**		27,6%	**34,5%**		
Standort						
Ostertorsteinweg	**30,0%**		30,0%	**40,0%**		
Vor dem Steintor	**37,8%**		35,1%	**27,0%**		
Mitglied IGV						
Ja	**26,9%**		38,5%	**34,6%**		
Nein	**40,0%**		27,5%	**32,5%**		

*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Insgesamt waren Zustimmung, Unentschiedenheit und Ablehnung der Aussage in etwa gleich verteilt (34,3%, 32,8%, 32,8%). Ein differenzierter Blick in die verschiedenen Kategorien zeigt aber sehr wohl ein heterogenes Meinungsbild. Die Gegner des BID-Ansatzes waren mehrheitlich davon überzeugt, dass das BID im Viertel den Prozess der Gentrification unterstützt. Die Befürworter des BID-Ansatzes waren dagegen zur Hälfte unentschieden oder lehnten die Aussage ab (46,2%). Die Antworten sind hochsignifikant.

Die Verteilung der Angaben in Bezug auf die Aussagen unterschied sich zwischen den verschiedenen Interessengruppen nicht wesentlich voneinander. Zustimmende, Ablehnende und Unentschiedene waren in allen drei Gruppen in etwa zu gleichen Teilen vertreten. Gleiches gilt auch für die Standorte der Immobilien sowie für die Bedeutung einer Mitgliedschaft im IGV. Die sichtbaren Unterschiede lassen sich im Wesentlichen auf den Anteil der Unentschiedenen zurückführen.

Weiterhin wurden die befragten Eigentümer gebeten sich zu der Aussage „Ob mit oder ohne BID – Der Bereich braucht ein professionelles Management." zu äußern. Dazu konnten 64 Angaben ausgewertet werden. Die Antworten werden durch Tabelle 4.24 dargestellt.

Tab. 4.24: Verteilung der Zustimmung zur Aussage „Ob mit oder ohne BID – Der Bereich braucht ein professionelles Management" differenziert nach den Untersuchungskategorien

Ob mit oder ohne BID – Der Bereich braucht ein professionelles Management.						
Stimme voll zu	**+2**	**+1**	**unentschieden**	**-1**	**-2**	**lehne völlig ab**
	35,9%	**15,6%**	**21,9%**	**6,3%**	**20,3%**	
	51,5%		21,9%	**26,6%**		
Befürworter/Gegn.						***
Befürworter	**88,5%**		11,5%	**0,0%**		
Gegner	**20,0%**		26,7%	**53,3%**		
Interessensgruppe						
Geschäfte/Gastron.	**62,6%**		18,7%	**18,7%**		
Wohnungsnutzung	**55,5%**		16,7%	**27,8%**		
Immoverw./Eigent.	**44,4%**		25,9%	**29,6%**		
Standort						
Ostertorsteinweg	**53,3%**		20,0%	**26,7%**		
Vor dem Steintor	**50,0%**		23,5%	**26,5%**		
Mitglied IGV						*
Ja	**76,0%**		8,0%	**16,0%**		
Nein	**36,8%**		31,6%	**31,6%**		

*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

* Die Ergebnisse sind signifikant (α = 5 % - Niveau)

Die Tabelle 4.24 zeigt deutlich, dass ein professionelles Management von einer knappen Mehrheit der Befragten gewünscht wurde (51,5%). Andererseits war knapp die Hälfte der Befragten entweder unentschieden oder stand der Aussage ablehnend gegenüber. Allerdings wurden bei einem Blick in die verschiedenen Analysekategorien auch Unterschiede offensichtlich.

So sprachen sich die Befürworter des BID-Ansatzes mit 88,5% klar für ein professionelles Management - auch ohne BID - aus. Unter den BID-Gegnern waren dies nur 20%, wobei 53,3% diese Aussage sogar ablehnten. Diese Aussagen sind sogar hoch signifikant. Auch unter den drei Interessensgruppen lässt sich ein differenziertes Meinungsbild identifizieren. Geschäftsinhaber und Gastronomen, aber auch die Wohnungsnutzer sprachen sich mehrheitlich für ein

professionelles Management auch ohne BID aus (62,6% bzw. 55,5%). Dagegen stimmten nur 44,4% der Immobilienverwalter und Eigentümer dieser Aussage zu. Unter ihnen war auch die Ablehnungsquote mit 29,6% etwas höher, genauso wie der Anteil derer, die der Aussage unentschieden gegenüberstanden. In Abhängigkeit vom Standort der Immobilie der Befragten lassen sich keine wesentlichen Unterschiede erkennen. Eine knappe Mehrheit der Befragten mit Immobilien am Ostertorsteinweg und in der Straße Vor dem Steintor stimmte der Aussage zu (53,3% bzw. 50%). Dagegen lassen sich wieder deutliche Unterschiede zwischen Mitgliedern des IGV und den Nicht-Mitgliedern erkennen. Eine klare Mehrheit der Mitglieder des IGV stimmte der Aussage zu und sprach sich für die Notwendigkeit eines professionellen Standortmanagements aus (76%). Nur 16% der IGV-Mitglieder lehnten die Aussage ab und lediglich acht Prozent waren unentschieden. Unter den Nicht-Mitgliedern lässt sich keine klare Tendenz ableiten. Der knapp größte Teil der entsprechenden Personen sprach sich für ein professionelles Standortmanagement aus (36,8%), aber jeweils 31,6% waren entweder unentschieden oder lehnten die Aussage ab.

Weiterhin sollten sich die Eigentümer mit der Aussage befassen, dass sich die Interessen der Immobilieneigentümer für einen Zusammenschluss in Form eines BIDs zu sehr unterscheiden. Dazu haben sich 67 Befragte geäußert. Die Antworten sind der Tabelle 4.25 zu entnehmen.

Tab. 4.25: Verteilung der Zustimmung zur Aussage „Die Interessen der Immobilieneigentümer sind für einen Zusammenschluss in Form eines BIDs zu unterschiedlich“ differenziert nach den Untersuchungskategorien

Die Interessen der Immobilieneigentümer sind für einen Zusammenschluss in Form eines BIDs zu unterschiedlich.						
stimme voll zu	**+2**	**+1**	**unent-schieden**	**-1**	**-2**	**lehne völlig ab**
	52,2%	**11,9%**	**16,4%**	**6,0%**	**13,4%**	
	64,1%		16,4%	**19,4%**		
Befürworter/Gegn.						
Befürworter	**30,8%**		30,8%	**38,5%**		
Gegner	**84,4%**		9,4%	**6,3%**		
Interessensgruppe						
Geschäfte/Gastron.	**47,0%**		23,5%	**29,5%**		
Wohnungsnutzung	**77,8%**		11,1%	**11,2%**		
Immoverw./Eigent.	**62,1%**		17,2%	**20,7%**		
Standort						
Ostertorsteinweg	**76,7%**		13,3%	**10,0%**		
Vor dem Steintor	**54,0%**		18,9%	**27,1%**		
Mitglied IGV						
Ja	**53,9%**		19,2%	**26,9%**		
Nein	**70,0%**		15,0%	**15,0%**		

Quelle: Eigene Erhebung

Es wird deutlich, dass die Mehrheit der Befragten (64,1%) die Ansicht teilte, dass die Interessen der Immobilieneigentümer zu heterogen sind, um sie in ein einziges BID-Konzept zu integrieren. Lediglich 19,4% der gefragten Betroffenen stimmten dieser Ansicht nicht zu. Eine detaillierte Betrachtung offenbart Unterschiede zwischen den Analysekategorien (vgl. Tab. 4.25).

Eine deutliche Mehrheit der Gegner des BID-Ansatzes stimmte der Aussage zu, dass die Interessen für ein BID-Zusammenschluss zu unterschiedlich seien (84,4%). Unter den BID-Befürwortern zeichnet sich dagegen ein uneinheitliches Bild, wobei der größte Anteil (38,5%) tendenziell nicht der Meinung war, dass die Interessen der Eigentümer zu heterogen sind. Eine Analyse mit dem Fokus auf die Interessengruppen zeigt aber auch, dass die Wohnungsnutzer sowie die Immobilienverwalter und Eigentümer der Aussage mit klarer Mehrheit zustimmten (77,8% bzw. 62,1%). Unter den Geschäftsinhabern und Gastronomen stimmten der Aussage nur 47,0% zu, wobei 29,5% sie ablehnten und 23,5% der Aussage unentschieden gegenüberstanden. Betroffene mit Immobilien am Ostertorsteinweg hielten die Aussage für deutlich zutreffender als die Befragten mit Immobilien in der Straße Vor dem Steintor (76,7% bzw. 54%). Außerdem war am Ostertorsteinweg ein kleinerer Teil unentschieden (13,3%) und lediglich 10,0% lehnten die Aussage ab. Auch lässt sich ein Unterschied zwischen den Mitgliedern im IGV und den Nicht-Mitgliedern feststellen. Die Nicht-Mitglieder stimmten deutlich häufiger der Aussage zu (70,0% zu 53,9%). Die Mitglieder im IGV sind etwas häufiger unentschieden (19,2% zu 15,0%) und lehnen die Aussage häufiger ab (26,9% zu 15,0%).

Zuletzt wurden die Betroffen gefragt, ob sie den Zuschnitt des BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor für zu groß halten. Darauf haben 68 Personen Angaben gemacht. Zur Veranschaulichung dient Tabelle 4.26. Insgesamt stimmten mehr Befragte der Aussage zu (45,6%). Allerdings lehnten 30,9% die Aussage ab und mit 23,5% war ein relativ großer Anteil der Befragten unentschieden. Damit lässt sich kein eindeutiges Meinungsbild bestimmen.

Der Aussage wurde nur von 23% der BID-Befürworter zugestimmt, 57,7% lehnten die Aussage dagegen ab. Unter den Gegnern des BID-Ansatzes fiel die Zustimmung zur Aussage mit 59,4% deutlich aus. Allerdings waren auch 28,1% der BID-Gegner in Bezug auf die Aussage unentschlossen. Unter den verschiedenen befragten Interessengruppen zeichnet sich ein relativ homogenes Bild ab. Die Mehrheit der Befragten aller Interessengruppen stimmte der Aussage zu (47%, 50%, 46,6%). Auch der Anteil derer die unentschieden sind oder die Aussage ablehnen war in etwa gleich.

Deutlichere Unterschiede lassen sich in Abhängigkeit vom Standort erkennen. So stimmte die Hälfte der Befragten am Ostertorsteinweg der Aussage zu, 30% waren unentschieden und 20% lehnten die Aussage eher ab. In der Straße Vor dem Steintor lag die Zustimmungsquote etwas niedriger bei 40,5%, der Anteil der Unentschiedenen bei 18,9% und ablehnende Angaben wurden ebenfalls von 40,5% der Befragten gemacht.

Tab. 4.26: Verteilung der Zustimmung zur Aussage „Der Zuschnitt des BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor ist zu groß“ differenziert nach den Untersuchungskategorien

Der Zuschnitt des BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor ist zu groß.						
stimme voll zu	**+2**	**+1**	**unent-schieden**	**-1**	**-2**	**lehne völlig ab**
	38,2%	**7,4%**	**23,5%**	**16,2%**	**14,7%**	
	45,6%		23,5%	**30,9%**		
Befürworter/Gegn.						
Befürworter	**23,0%**		19,2%	**57,7%**		
Gegner	**59,4%**		28,1%	**12,5%**		
Interessensgruppe						
Geschäfte/Gastron.	**47,0%**		17,6%	**35,3%**		
Wohnungsnutzung	**50,0%**		22,2%	**27,8%**		
Immoverw./Eigent.	**46,6%**		20,0%	**33,4%**		
Standort						
Ostertorsteinweg	**50,0%**		30,0%	**20,0%**		
Vor dem Steintor	**40,5%**		18,9%	**40,5%**		
Mitglied IGV						
Ja	**38,5%**		23,1%	**38,5%**		
Nein	**48,7%**		24,4%	**26,8%**		

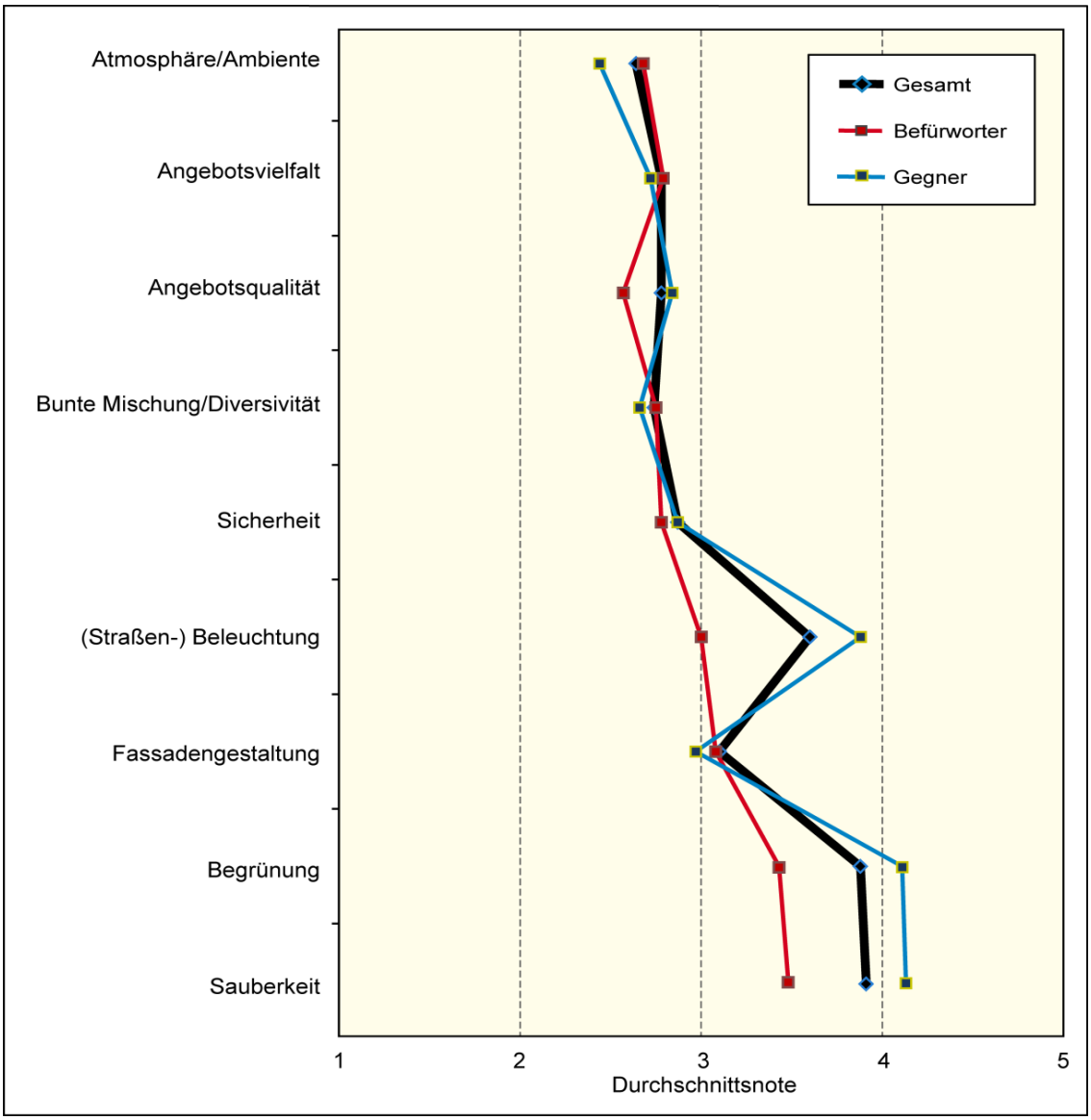
Quelle: Eigene Erhebung

In der Befragung der Eigentümer sollte zudem die Aussage „Das Gesetz sieht vor, dass ein BID nicht zustande kommt, wenn 1/3 der Eigentümer dagegen ist. Dieser Anteil ist zu hoch“ beurteilt werden. Die Antworten haben jedoch gezeigt, dass die Frage von der Mehrheit der Befragten missverstanden wurde, so dass hierzu keine Ergebnisse dargelegt werden.

4.2.3 Attraktivität des Viertels aus Sicht der Eigentümer

Das folgende Unterkapitel behandelt die Attraktivität des Viertels aus Perspektive der Eigentümer. Dazu sollten die Eigentümer verschiedene Attraktivitätsindikatoren im Hinblick auf die unmittelbare Umgebung ihrer Immobilie mit Schulnoten bewerten. Für eine detailliertere Betrachtung der Antworten wurden diese weiterhin nach den unterschiedlichen Merkmalskategorien differenziert. Die Ergebnisse sind in den Abbildungen 4.23 bis 4.27 dargestellt.

Abb. 4.23: Bewertung ausgewählter Aspekte zur Attraktivität der Umgebung der eigenen Immobilie differenziert nach Befürwortern und Gegnern des BIDs



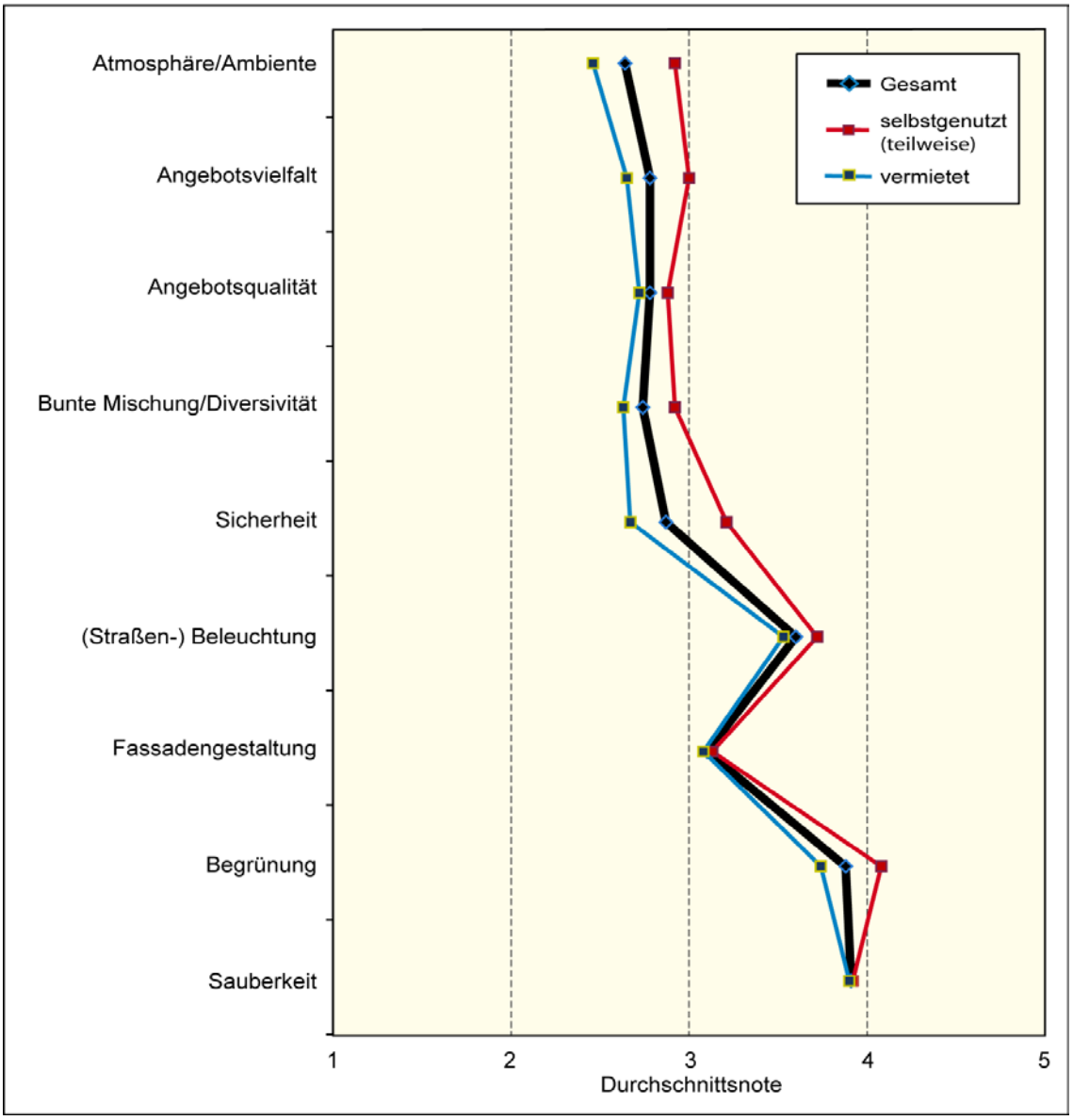
Quelle: Eigene Erhebung

Zwischen den Befürwortern und Gegnern des BIDs gibt es unterschiedliche Ansichten hinsichtlich der Gesamtattraktivität an ihrem Immobilienstandort im Viertel. So bewerteten die Befürworter die Gesamtattraktivität durchschnittlich mit 2,68, während die Gegner des BIDs dem Viertel die Durchschnittsnote 2,89 gaben. Auffallend ist zudem, dass die Gegner des BIDs zwar in vielen Aspekten eine frappierend schlechtere Note vergeben (z.B. Sauberkeit, Begrünung,

(Straßen-)Beleuchtung), dafür aber andere Bereiche (z.B. Atmosphäre/Ambiente, bunte Mischung/Diversität, Fassadengestaltung) leicht positiver bewerten als die Befürworter des BIDs.

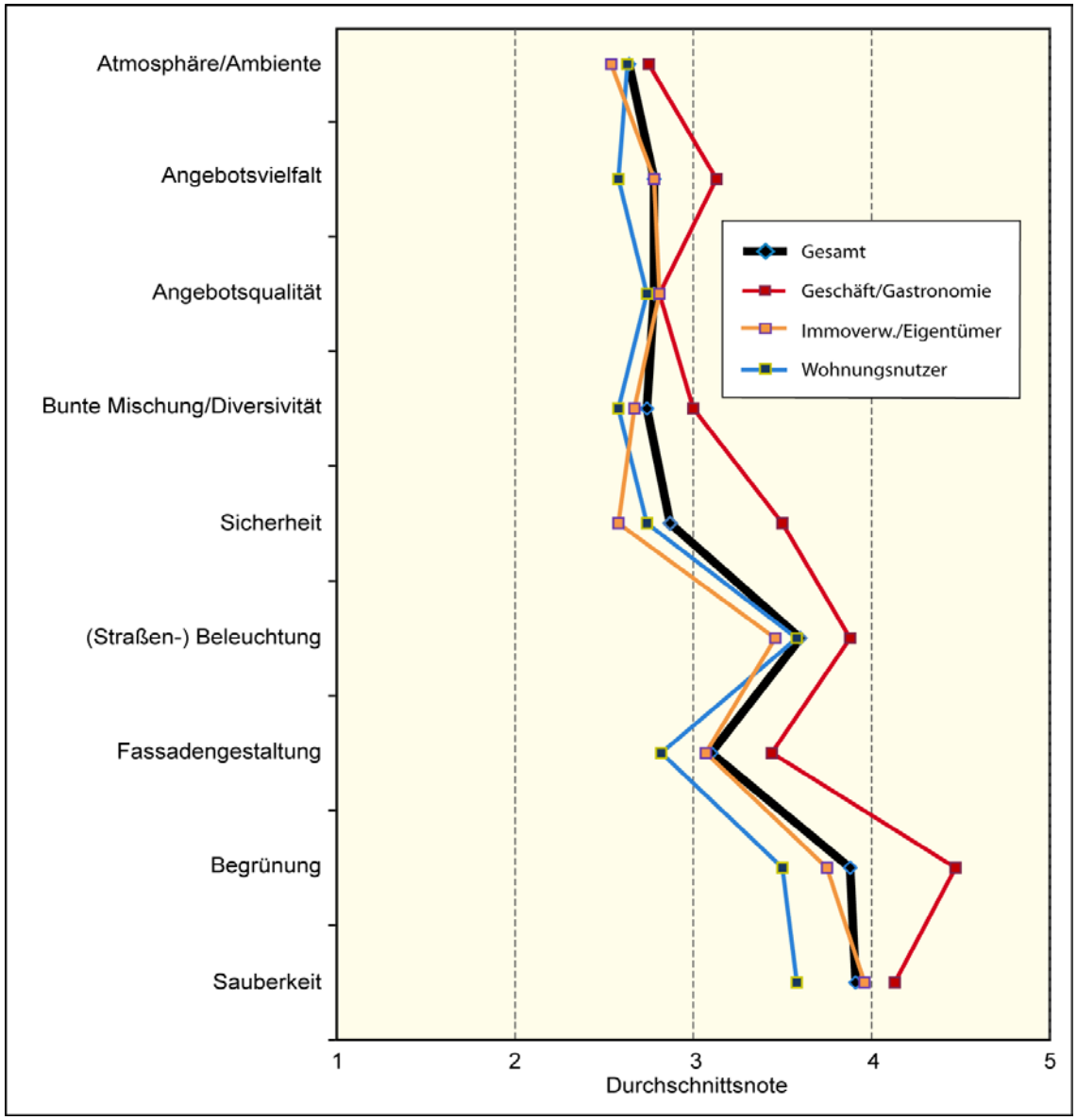
Die Nutzungsform der Eigentümer hat offensichtlich einen Einfluss auf die Bewertung der Gesamtattraktivität des Immobilienstandorts (vgl. Abb. 4.24). Die Eigentümer, die ihre Immobilie vermietet haben, vergaben mit durchschnittlich 2,79 eine bessere Note als diejenigen, die sie (teilweise) selbst nutzen (3,05). Dieses Verhältnis spiegelt sich in allen einzelnen abgefragten Aspekten wider. Diejenigen Eigentümer, die ihre Immobilie vermieten, bewerteten jeden Indikator z.T. deutlich besser als diejenigen, die sie selbst nutzen. Dabei sind die größten Abweichungen bei der (Straßen-) Beleuchtung (2,67 zu 3,21) und der Atmosphäre/Ambiente (2,46 zu 2,92) festzustellen. Lediglich bei der Bewertung der Sauberkeit und der Fassadengestaltung waren die Meinungen mit einer Differenz von wenigen Hundertsteln nahezu identisch.

Abb. 4.24: Bewertung ausgewählter Aspekte zur Attraktivität der Umgebung der eigenen Immobilie differenziert nach Nutzungsformen



Quelle: Eigene Erhebung

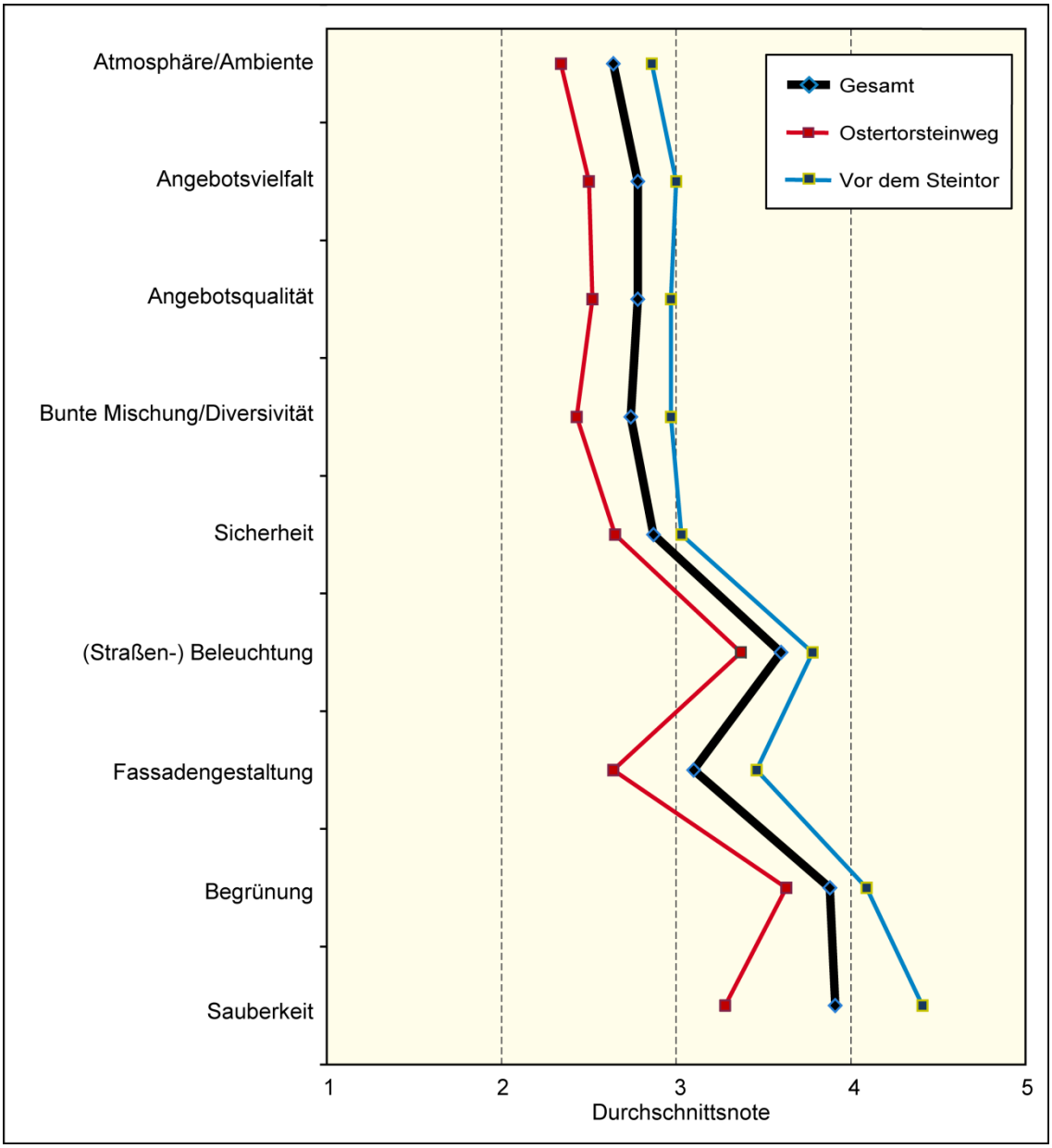
Abb. 4.25: Bewertung ausgewählter Aspekte zur Attraktivität der Umgebung der eigenen Immobilie differenziert nach Interessensgruppen



Quelle: Eigene Erhebung

Die Antworten der unterschiedlichen Interessensgruppen der Immobilieneigentümer weisen eine große Heterogenität auf (vgl. Abb. 4.25). So vergaben die Befragten aus der Kategorie Geschäft/Gastronomie die schlechtesten Noten (3,07), während die Immobilienverwalter/Eigentümer (2,80) und die Wohnungsnutzer (2,71) die Gesamtattraktivität in der Umgebung ihrer Immobilie besser einschätzten. Die beiden letztgenannten Interessensgruppen bewerteten die einzelnen Aspekte relativ ähnlich. Lediglich bei der Fasadengestaltung, der Begrünung und der Sauberkeit gibt es Differenzen von mindestens einer Viertel-Schulnote. Die Befragten aus der Kategorie Geschäft/Gastronomie bewerten jeden der Aspekte schlechter als die anderen Interessensgruppen, z.T. mit eklatanten Abständen zu den anderen beiden Interessensgruppen. Insbesondere bei Begrünung und Straßenbeleuchtung beträgt der Abstand mehr als 0,70 Notenpunkte.

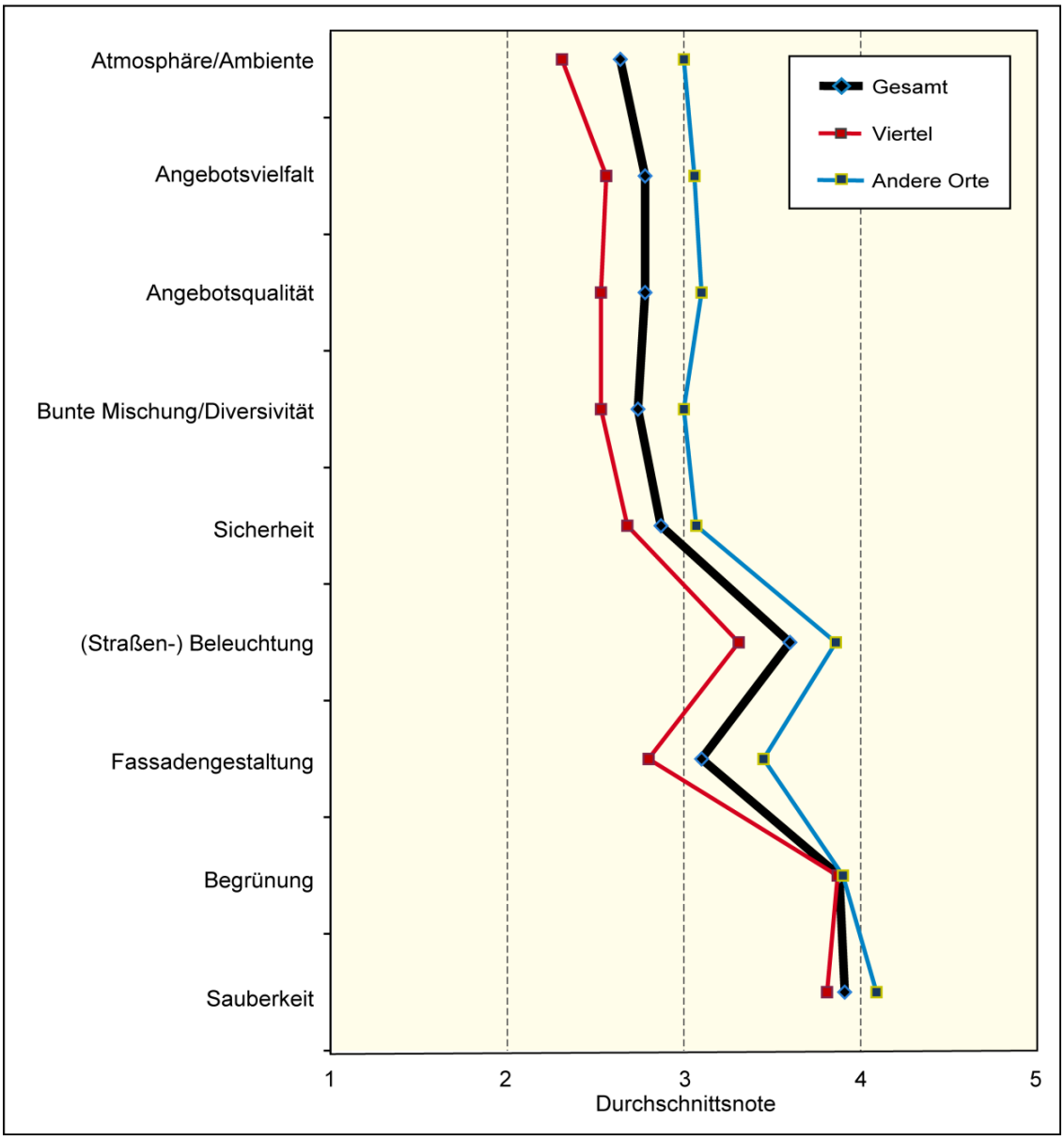
Abb. 4.26: Bewertung ausgewählter Aspekte zur Attraktivität der Umgebung der eigenen Immobilie differenziert nach dem Immobilienstandort



Quelle: Eigene Erhebung

Die Unterscheidung nach Standort der jeweiligen Immobilie zeigt eine klare Zweiteilung der Meinungen (vgl. Abb. 4.26). Die Eigentümer am Ostertorsteinweg bewerteten die Gesamtattraktivität in der Umgebung ihrer Immobilie durchschnittlich mit 2,58 und damit um eine halbe Note besser als die Eigentümer Vor dem Steintor (3,09). Dieser Unterschied setzt sich hinsichtlich der einzelnen abgefragten Aspekte konsequent fort. Jeder Indikator zur Attraktivität des Viertels wird von Seiten der Eigentümer am Ostertorsteinweg um mindestens rund eine halbe Note besser bewertet als von den Eigentümern Vor dem Steintor. Die größten Differenzen finden sich bei der Bewertung der Sauberkeit (3,28 zu 4,41) sowie bei der Bewertung der Fassadengestaltung (2,64 zu 3,46).

Abb. 4.27: Bewertung ausgewählter Aspekte zur Attraktivität der Umgebung der eigenen Immobilie differenziert nach der Herkunft der Eigentümer



Quelle: Eigene Erhebung

Auch die Herkunft der befragten Eigentümer hat einen Einfluss auf die Bewertung der Gesamtattraktivität (vgl. Abb. 4.27). Die Befragten, die aus dem Viertel selbst kommen, vergeben als Durchschnittsnote für die Gesamtattraktivität in der Umgebung der eigenen Immobilie eine 2,59, während die Befragten, die aus anderen Orten kommen, die Note 3,17 vergeben.

Dieses Bewertungsmuster lässt sich auch bei den einzelnen erfragten Aspekten wiedererkennen, die allesamt von den Eigentümern aus dem Viertel positiver bewertet wurden. Einzig bei der Bewertung der Begrünung lassen sich fast identische Meinungen feststellen. Die größte Diskrepanz findet sich bei der Atmosphäre/Ambiente (2,31 zu 3,00).

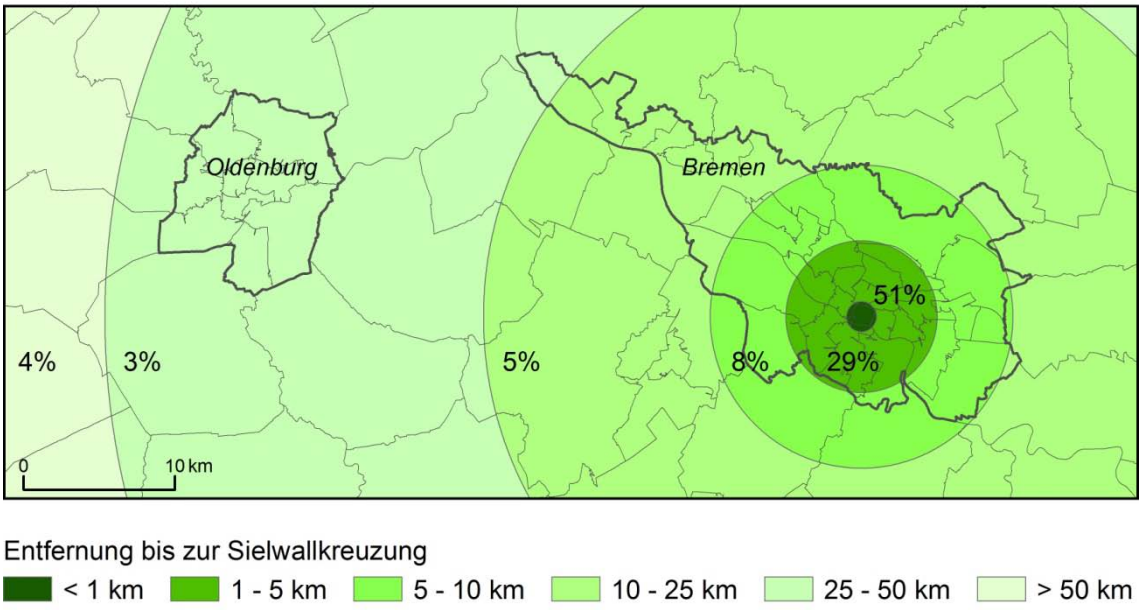
Eine differenzierte Auswertung wurde auch hinsichtlich der Mitgliedschaft in der IGV vorgenommen. Dabei konnten allerdings keine nennenswerten Differenzen festgestellt werden, die sich inhaltlich sinnvoll interpretieren lassen.

4.3 Das Business Improvement District aus Sicht der Passanten

4.3.1 Die Herkunft der befragten Passanten

Um die Herkunft der befragten Passanten zu erfassen, wurden sie nach der Postleitzahl ihres jeweiligen Wohnorts befragt. Von den insgesamt 1.105 Befragten haben 1.020 ihre Postleitzahl angegeben und werden somit als Grundgesamtheit verwendet. Die Ergebnisse sind in Karte 7 dargestellt.

Karte 7: Herkunft der befragten Passanten im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor



Quelle: Eigene Erhebung

Karte 7 zeigt, dass die Mehrheit der zufällig befragten Passanten aus der direkten Umgebung der Befragungsstandorte im Viertel stammt. 51% der Passanten (insgesamt 516 Personen) gaben an in einem Postleitzahlengebiet zu wohnen, das weniger als einen Kilometer von der Sielwallkreuzung entfernt ist (PLZ 28203). In einer Entfernung von einem bis fünf Kilometer zur Sielwallkreuzung wohnen weitere 297 Passanten (29%), so dass sich auf diese beiden ersten Kategorien zusammen genommen bereits 80% aller Befragten verteilen. Der Schwerpunkt der Besucher im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor lässt sich demnach klar verorten und den Stadtteilen rund um die östliche Vorstadt und Mitte zuschreiben.

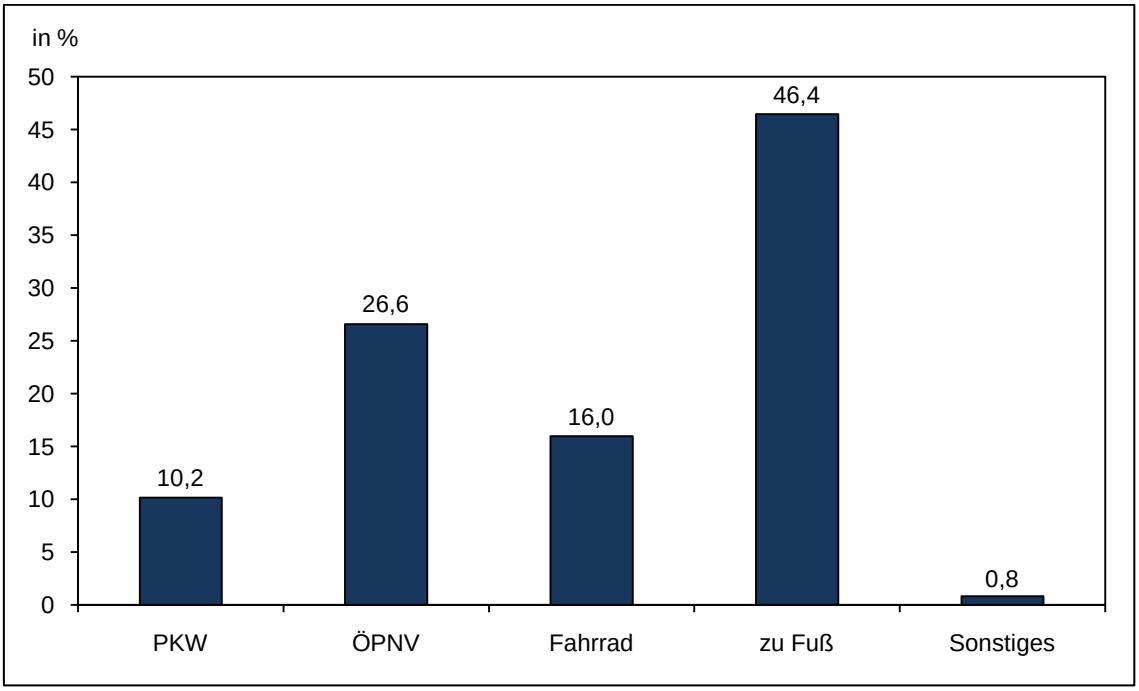
In einem nächsten Radius von fünf bis zehn Kilometern Entfernung, in dem bereits einige Umlandgemeinden Bremens inkludiert sind, sind 8% der befragten Passanten (85) wohnhaft. Mit zunehmender Entfernung zum Viertel werden die Passantenzahlen geringer. Aus einem Umkreis von zehn bis fünfundzwanzig Kilometern um die Sielwallkreuzung stammen 5% der Kunden, während aus einer Entfernung von fünfundzwanzig bis fünfzig Kilometern wiederum nur noch 26 Passanten kamen (3%). Auf eine Entfernung von mehr als fünfzig Kilometern bis zur Sielwallkreuzung entfallen schließlich noch 4% der befragten Personen (45).

4.3.2 Verkehrsmittelnutzung und Beurteilung der Erreichbarkeit

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit der Erreichbarkeit des Innovationsbereiches Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor und den von den Passanten genutzten Verkehrsmitteln. Die Optimierung der Erreichbarkeit gehört zu den häufig genannten Zielen von BIDs (vgl. Kapitel 2.2), jedoch wird im vorliegenden Fall dieses Ziel nicht als explitzite BID-Maßnahme genannt. Die Analyse der Verkehrsmittelwahl erfolgt differenziert nach dem Befragungsstandort, der Herkunft der Passanten, dem Wochentag der Befragung sowie dem Alter der befragten Passanten. Die anschließende Bewertung der Erreichbarkeit des Viertels wird in Abhängigkeit vom gewählten Verkehrsmittel, der Herkunft der Passanten sowie dem Befragungsstandort, dem Geschlecht und dem Befragungstag analysiert.

Insgesamt haben 1.083 Passanten Auskunft auf die Frage gegeben, mit welchem Verkehrsmittel sie am Befragungstag ins Viertel gekommen sind. Aus Abbildung 4.28 wird ersichtlich, dass die meisten Besucher (46,4%) zu Fuß ins Viertel gekommen sind. An zweiter Stelle folgen mit 26,6% die öffentlichen Verkehrsmittel (ÖPNV). Mit dem Fahrrad sind 16,0% der Befragten ins Viertel gekommen und von 10,2% der Passanten wurde der PKW als genutztes Verkehrsmittel genannt. Sonstige Verkehrsmittel spielen mit insgesamt neun Nennungen keine Rolle (0,8%) und werden deshalb nicht weiter berücksichtigt.

Abb. 4.28: Verkehrsmittelnutzung der befragten Passanten am Befragungstag zur Erreichung des Viertels

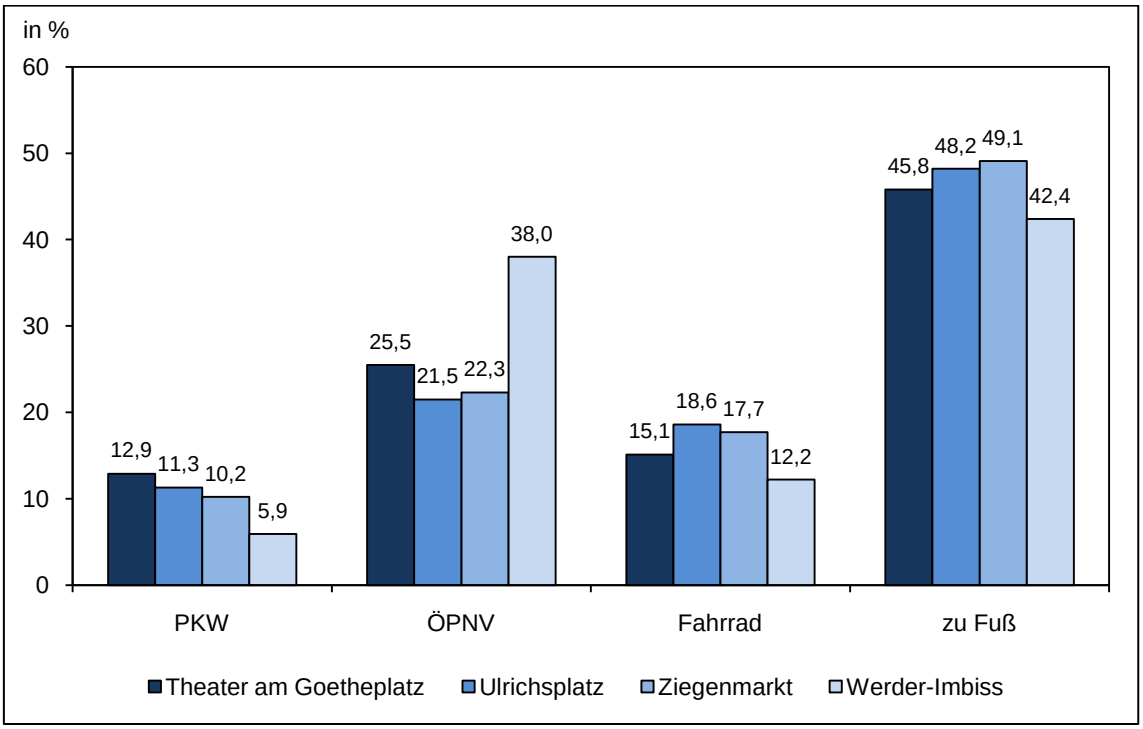


Quelle: Eigene Erhebungen

Dieses Verteilungsbild kann durch differenzierte Auswertungen weiter aufgeschlüsselt werden. Als erstes soll geprüft werden, ob die Wahl des genutzten Verkehrsmittels zwischen den vier Befragungsstandorten variiert. Aus Abbildung 4.29 geht hervor, dass zwischen den drei Befragungsstandorten „Theater am Goetheplatz“, „Ulrichsplatz“ und „Ziegenmarkt“ keine

nennenswerten Unterschiede in Bezug auf die Verkehrsmittelwahl zu erkennen sind. Die leichten Unterschiede in den relativen Häufigkeiten an diesen drei Standorten sind statistisch nicht signifikant und liegen im Zufallsbereich einer Zufallsstichprobe. Die Antworten am Befragungsstandort „Werder-Imbiss“ weichen dagegen deutlich von den anderen Standorten ab.

Abb. 4.29: Genutzte Verkehrsmittel zur Erreichung des Viertels am Befragungstag differenziert nach Befragungsstandort



Quelle: Eigene Erhebungen

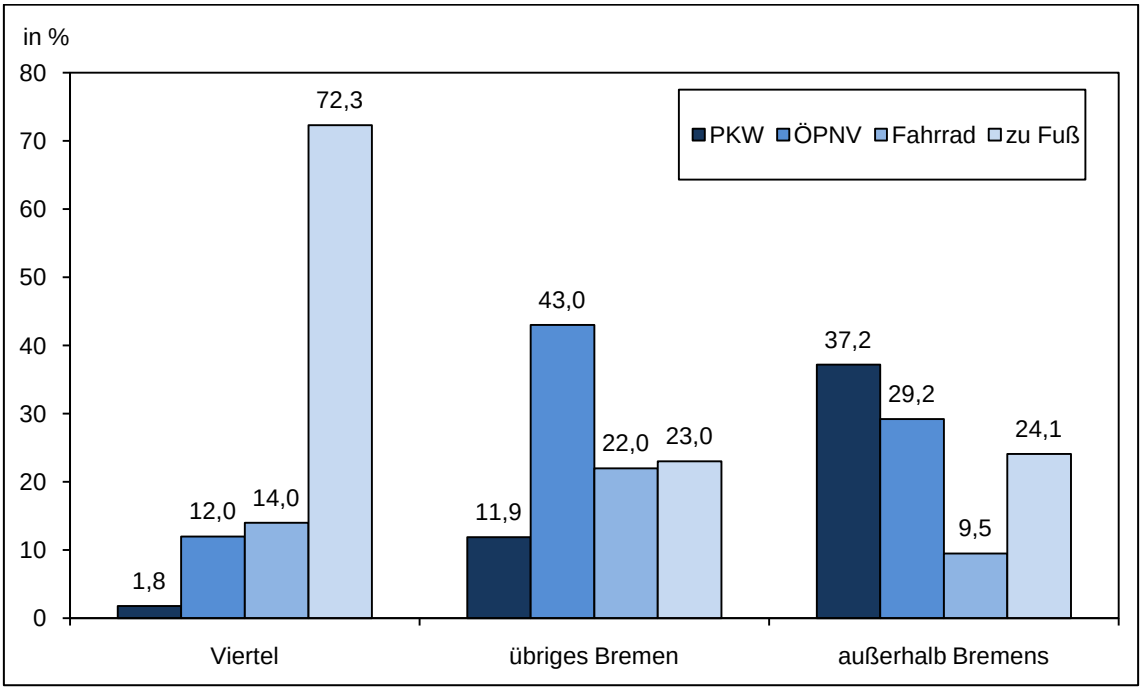
Die befragten Passanten am Standort „Werder-Imbiss“ sind deutlich seltener mit dem PKW oder dem Fahrrad angereist und haben demgegenüber deutlich häufiger den ÖPNV genutzt. So liegt der Anteil der Befragten, die mit dem PKW angereist sind, am Werder-Imbiss bei 5,9% und damit klar unter dem Durchschnitt für alle Befragungsstandorte (10,2%). Ähnliches gilt für den Anteil an Fahrradfahrern (12,2% gegenüber 16,0%). Deutlich über dem Durchschnittswert (26,6%) fällt mit 38,0% der Anteil der Befragten am Werder-Imbiss aus, die den ÖPNV zur Anreise ins Viertel genutzt haben. Zur Erklärung dieser Abweichungen lassen sich zwei Argumente anführen. So kann der geringe Anteil der PKW-Nutzer unter Umständen auf das Fehlen von Parkmöglichkeiten und die große Entfernung zu den innerstädtischen Parkhäusern zurückgeführt werden. Auf der anderen Seite ist der Befragungsstandort ein Knotenpunkt für den ÖPNV, wodurch die relativ häufigen Nennungen zu erklären wären.

Die differenzierte Auswertung nach den Befragungstagen hat ergeben, dass der ÖPNV an Werktagen etwas häufiger genutzt wird als an Samstagen und die Befragten am Samstag geringfügig häufiger zu Fuß ins Viertel gekommen sind. Jedoch fallen diese Unterschiede sehr

gering aus und sind statistisch nicht signifikant. Ebenfalls nicht signifikant ist die Beobachtung, dass die Männer anteilig etwas häufiger mit dem Auto ins Viertel gekommen sind.

Erwartungsgemäß übt jedoch die Herkunft der befragten Passanten einen signifikanten Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl aus. Insgesamt haben 1.041 Befragte Auskunft über ihre Herkunft und das von ihnen genutzte Verkehrsmittel gegeben. Da sonstige Verkehrsmittel nicht berücksichtigt wurden blieb eine Grundgesamtheit von 1.033 Antworten. Abbildung 4.30 gibt Auskunft über die Herkunft und die Verkehrsmittelwahl der befragten Passanten.

Abb. 4.30: Genutzte Verkehrsmittel zur Erreichung des Viertels am Befragungstag differenziert nach der Herkunft der befragten Passanten



*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

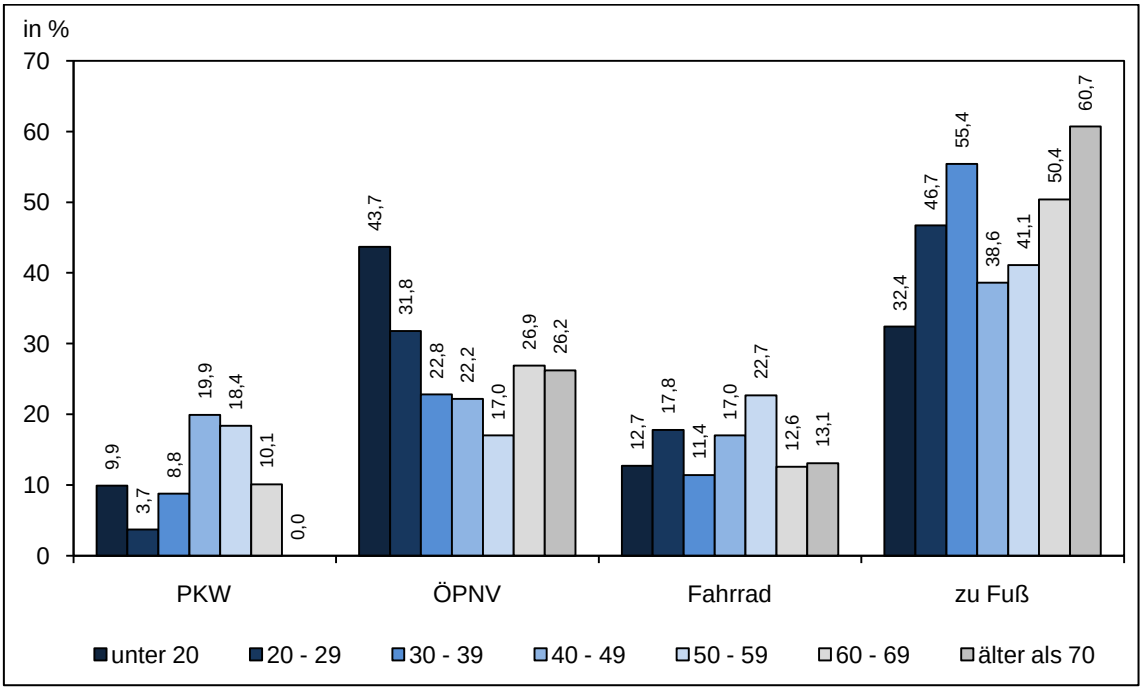
Stammen die befragten Passanten aus dem Viertel, so sind sie ganz überwiegend zu Fuß unterwegs gewesen (72,3%). Die Anreise mit dem PKW hat mit 1,8% hingegen verständlicherweise keine große Rolle gespielt. Auch der ÖPNV oder das Fahrrad wurden mit 12,0% bzw. 14,0% vergleichsweise selten genutzt. Viertelbesucher aus dem übrigen Bremen reisen mehrheitlich mit dem ÖPNV an (43,0%). Danach folgen die Antwortkategorien „zu Fuß“ und „Fahrrad“ als gewählte Verkehrsmittel mit 23,0% und 22,0%. Mit weniger als 12% der Nennungen wird der PKW nur von wenigen Personen dieser Gruppe genutzt. Im Gegensatz dazu reist die Mehrheit der Gäste von außerhalb Bremens mit dem PKW an (37,2%). Der ÖPNV wird mit 29,2% am zweithäufigsten durch die befragten Passanten genannt. Das Fahrrad scheint mit nur 9,5% der Nennungen eine untergeordnete Rolle zu spielen. Interessanterweise haben mehr als 24% der Befragten von außerhalb Bremens angegeben „zu Fuß“ angereist zu sein.[7] Die

[7] Die Herkunft der befragten Passanten wurde zum Schluss der Befragung erhoben und nicht im unmittelbaren Zusammenhang mit Wahl der Verkehrsmittel zum Erreichen des Viertels am Befragungstag. So kann es sein, dass jemand das Auto in einem Parkhaus in der Innenstadt abgestellt hat um anschließend zu Fuß ins Viertel zu laufen.

genaue Analyse der Daten zeigt, dass es sich dabei in drei von vier Fällen um Koppler handelt, die am Befragungstag vor oder nach ihrem Besuch im Viertel auch die Innenstadt besucht haben. In dieser Gruppe befinden sich auch Touristen, die während ihres Aufenhaltes in Bremen zu Fuß einen Besuch des Viertel unternommen haben.

Nach Altersklassen differenziert lassen sich zwar vereinzelte Unterschiede der Verkehrmittelnutzung zum Erreichen des Viertels am Befragungstag feststellen (vgl. Abb. 4.31), insgesamt sind diese Unterschiede jedoch statistisch nicht signifikant.

Abb. 4.31: Genutzte Verkehrsmittel zur Erreichung des Viertels am Befragungstag differenziert nach Altersklassen der befragten Passanten

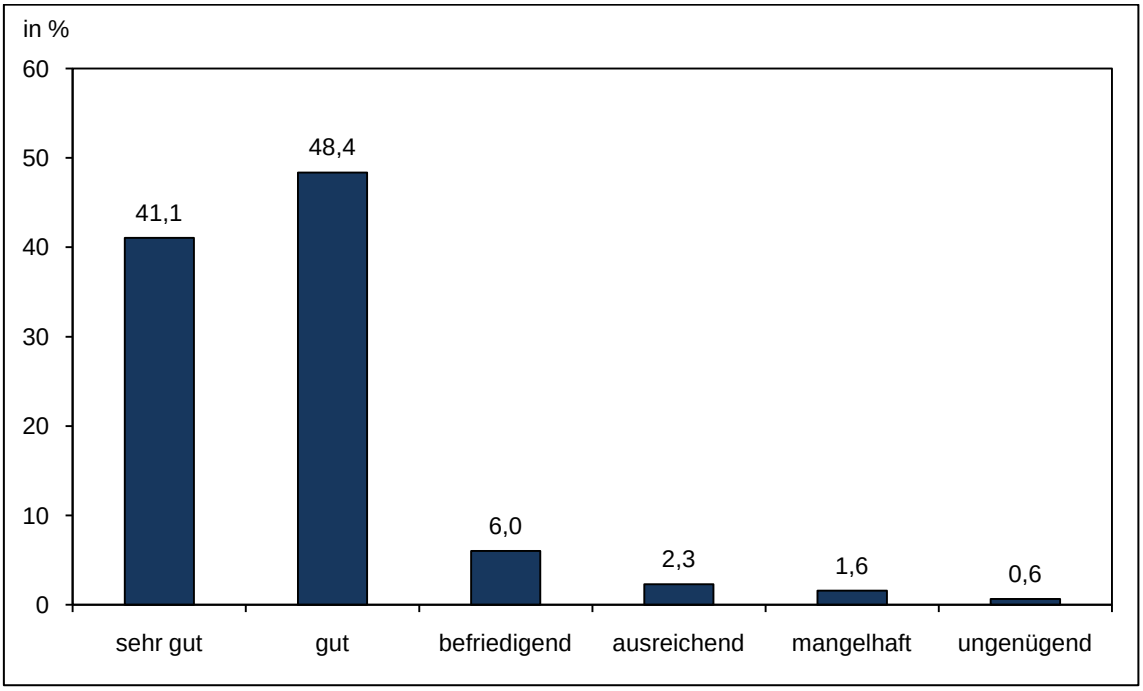


Quelle: Eigene Erhebungen

Am häufigsten wurde der PKW von Passanten mittleren Alters zwischen 40 und 59 Jahren genutzt (19,9% und 18,4%). Von den Befragten, die 70 Jahre oder älter waren, ist niemand mit dem Auto ins Viertel gekommen. Der ÖPNV wird am häufigsten von jungen Leuten genutzt. So haben 43,7% der unter 20-jährigen Busse und Bahnen genutzt und 31,8% der 20 bis 29-jährigen. Die Gruppe der 50 bis 59-jährigen nutzt den ÖPNV mit 17,0% am wenigsten. Auf der anderen Seite war diese Gruppe am häufigsten mit dem Fahrrad im Viertel unterwegs (22,7%). Mehr als 60% der über 70-jährigen sind am Befragungstag zu Fuß ins Viertel gekommen. Gleiches gilt für 55,4% der 30 bis 39-jährigen. Auch die 60 bis 69-jährigen kamen mit 50,4% sehr häufig zu Fuß ins Viertel.

Im Anschluss an die Frage nach der Verkehrsmittelnutzung sollten die Passanten für ihre heutige Anreise die **Erreichbarkeit des Viertels anhand einer Schulnote beurteilen**. Eine gute Erreichbarkeit ist eine Grundvoraussetzung dafür, dass die durchgeführten Maßnahmen überhaupt wahrgenommen werden und eine Wirkung entfalten können. Wie aus Abbildung 4.32 zu entnehmen ist, wurde die Erreichbarkeit des Viertels insgesamt als „gut" bis „sehr gut" bewertet. Fast 90% der Befragten vergaben die Schulnoten „sehr gut" (1) und „gut" (2). Weniger als 5% der Befragten vergaben eine schlechtere Note als „befriedigend" (3). Der Notendurchschnitt erreicht den sehr positiven Wert von 1,8.

Abb. 4.32: Beurteilung der Erreichbarkeit des Viertels am Befragungstag durch die Passanten



Quelle: Eigene Erhebungen

Angesichts der insgesamt guten Beurteilung stellt sich die Frage, inwiefern es Unterschiede der Bewertung nach bestimmten Gruppierungen gibt. Zunächst wird die Bewertung der Erreichbarkeit in Abhängigkeit vom gewählten Verkehrsmittel gezeigt. Die in Tabelle 4.27 aufgezeigten Unterschiede sind statistisch hoch signifikant. Die „Fußgänger" bewerten die Erreichbarkeit des Viertels mit einem Notendurchschnitt von 1,6 am besten, während die „PKW-Fahrer" mit 2,6 eine deutlich schlechtere Beurteilung der Erreichbarkeit abgegeben haben. Jeder fünfte PKW-Nutzer hat eine Note schlechter als „befriedigend" vergeben. Die Durchschnittsnoten der Fahrradfahrer und der Nutzer der öffentlichen Verkehrsmittel entsprechen dem Gesamturteil.

Tab. 4.27: Beurteilung der Erreichbarkeit des Viertels am Befragungstag durch die Passanten differenziert nach dem genutzten Verkehrsmittel

	sehr gut (1)	gut (2)	befriedigend (3)	ausreichend (4)	mangelhaft (5)	ungenügend (6)	**Durchschnittsnote**
PKW	15,6%	46,8%	17,4%	7,3%	9,2%	3,7%	**2,6**
ÖPNV	33,2%	55,6%	6,9%	3,2%	0,4%	0,7%	**1,8**
Fahrrad	36,8%	52,0%	7,6%	1,8%	1,8%	0,0%	**1,8**
Zu Fuß	51,6%	44,2%	2,6%	1,0%	0,4%	0,2%	**1,6**
Gesamt	**40,6%**	**48,7%**	**6,1%**	**2,4%**	**1,5%**	**0,7%**	**1,8**

*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Zusätzliche Erkenntnisse über die Bewertung der Erreichbarkeit des Viertels können über die Bewertung nach Herkunftsort der befragten Passanten gewonnen werden. Den entsprechenden Überblick liefert Tabelle 4.28. Erneut sind die Differenzen statistisch hoch signifikant.

Tab. 4.28: Beurteilung der Erreichbarkeit des Viertels am Befragungstag differenziert nach der Herkunft der befragten Passanten

	sehr gut (1)	gut (2)	befriedigend (3)	ausreichend (4)	mangelhaft (5)	ungenügend (6)	**Durchschnittsnote**
Viertel	54,7%	40,2%	2,4%	1,8%	0,8%	0,2%	**1,5**
Übriges Bremen	32,2%	54,3%	8,5%	2,3%	2,5%	0,3%	**1,9**
Außerhalb Bremens	21,2%	56,2%	11,7%	5,1%	2,2%	3,6%	**2,2**
Gesamt	**40,6%**	**48,7%**	**6,1%**	**2,4%**	**1,5%**	**0,7%**	**1,8**

*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Die relativ gute Bewertung der Erreichbarkeit des Viertels nimmt mit zunehmender Entfernung vom Viertel ab. Besucher, die aus dem Viertel kommen, bewerten die Erreichbarkeit des Viertel verständlicherweise am besten. Im Durchschnitt haben sie die Erreichbarkeit mit 1,5 bewertet. Die Befragten, die aus Bremen stammen, bewerten die Erreichbarkeit des Viertels mit einer 1,9 und die, die von außerhalb kommen, mit einer 2,2.

Differenzierte Auswertungen zur Beurteilung der Erreichbarkeit wurden noch für

- die vier Befragungsstandorte
- das Geschlecht der befragten Personen sowie
- den Befragungstag (Wochentag oder Samstag)

vorgenommen. Im Hinblick auf diese Merkmale konnten jedoch keine signifikanten Unterschiede festgestellt werden.

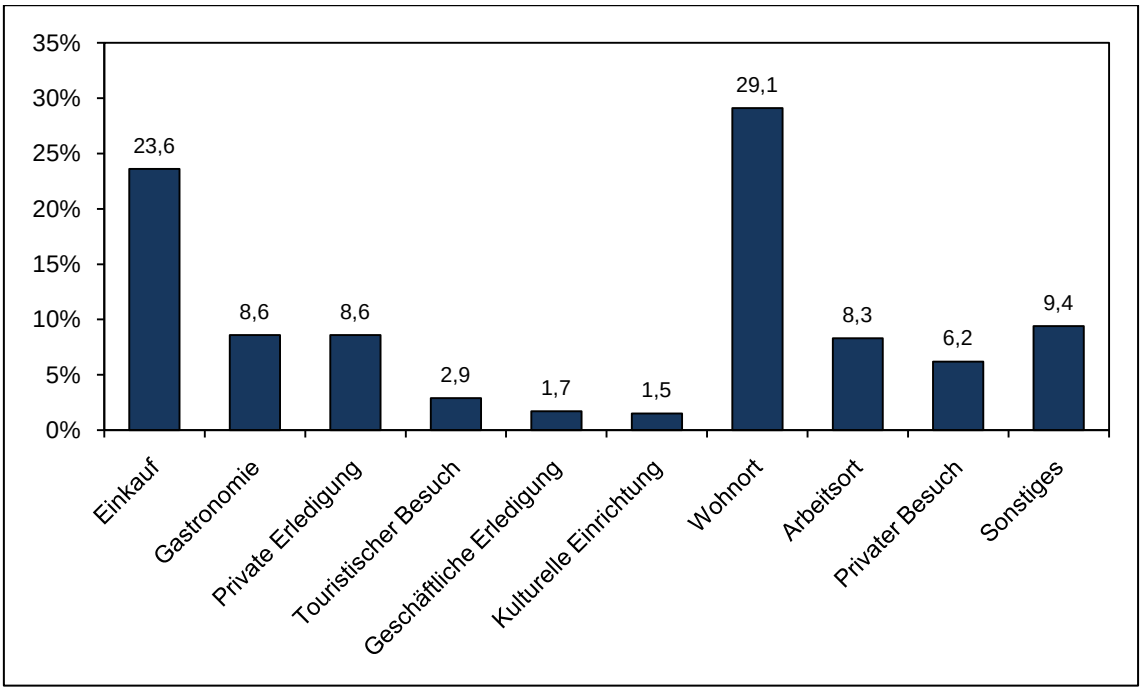
4.3.3 Besuchsgrund, Ankerbetriebe und Angebotslücken

Die befragten Passanten wurden gebeten, den Hauptzweck ihres Aufenthalts im Viertel am Befragungstag anzugeben. Die Antworten konnten bis auf wenige Ausnahmen (Sonstiges) den zehn vorgegebenen Antwortkategorien zugeordnet werden (Abb. 4.33). Grob lassen sich die Kategorien in zwei Gruppen unterscheiden. Zum einen lassen sich solche Besuchsgründe am Befragungstag identifizieren, die sich nur wenig durch konkrete BID-Maßnahmen beeinflussen lassen (Weg von bzw. nach Hause, Weg von/zur Arbeit, privater Besuch eines Anwohners). Zum anderen wurden solche Aufenthaltsgründe genannt, die demgegenüber weitaus stärker im Fokus von BID-Maßnahmen stehen (z.B. Einkauf, Besuch eines Gastronomiebetriebs oder einer kulturellen Einrichtung, private oder geschäftliche Erledigung, touristischer Besuch).

Innerhalb der zuerst genannten Gruppe war der Weg nach Hause oder von Zuhause der wichtigste Grund für den Aufenthalt im Viertel am Befragungstag gewesen. Immerhin 29,1% aller Befragten befanden sich zum Zeitpunkt des Interviews auf dem Weg nach Hause oder von Zuhause. 8,3% der befragten Personen arbeiten im Viertel und wurden auf dem Weg zur oder von der Arbeit interviewt. Private Besuche bei Anwohnern im Viertel waren für 6,2% der Befragten der Hauptgrund.

Innerhalb der anderen Gruppe der Besuchsgründe dominierte der Einkauf. 23,6% der befragten Personen gaben dies als wichtigsten Grund für ihren Aufenthalt im Viertel an. Private Erledigungen wie Arzt- oder Friseurbesuche und der Besuch eines gastronomischen Betriebs im Viertel wurden von jeweils 8.6% der Befragten als Hauptzweck des Aufenthalts genannt. Von nachrangiger Bedeutung waren der Besuch kultureller Einrichtungen, geschäftliche Erledigungen sowie touristische Besuche.

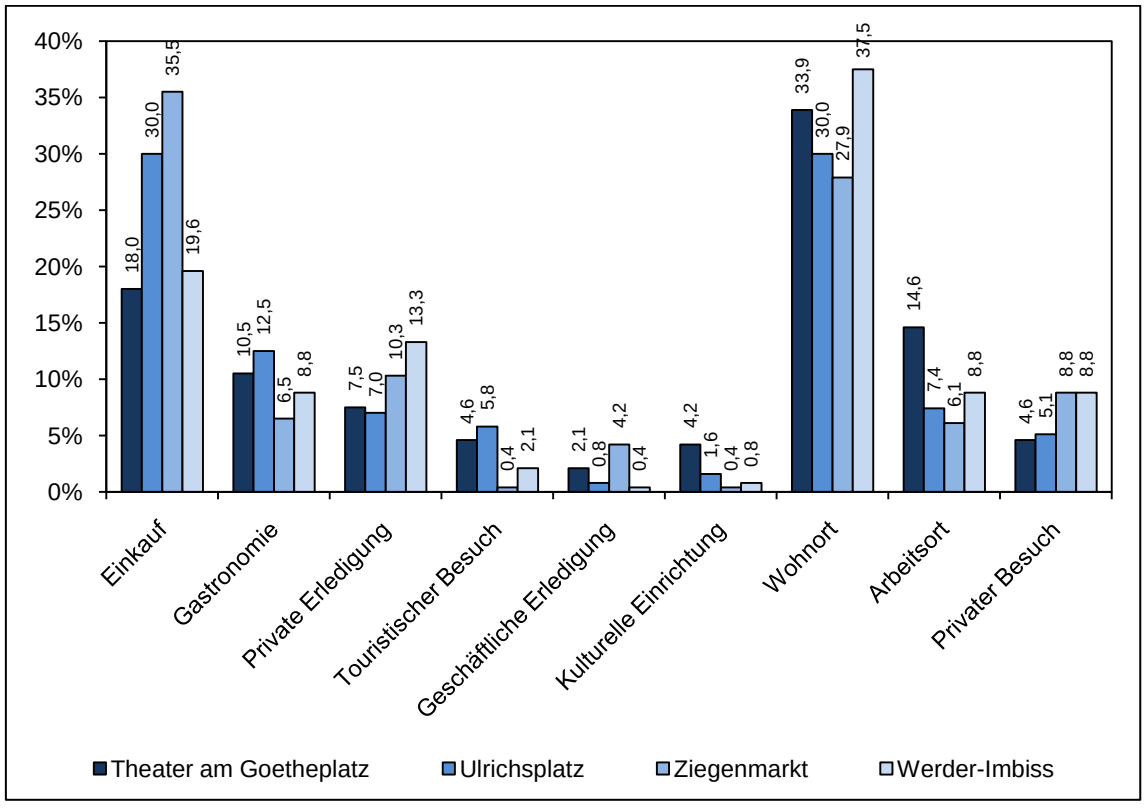
Abb. 4.33: Hauptzweck des Aufenthalts im Viertel am Befragungstag



Quelle: Eigene Erhebungen

Zwischen den einzelnen Befragungsstandorten lassen sich hochsignifikante Unterschiede bezüglich des Hauptzwecks des Aufenthalts im Viertel erkennen (vgl. Abb. 4.34). Besonders deutlich wird dies in der Kategorie Einkauf. Während am Ziegenmarkt (35,5%) und am Ulrichsplatz (30,0%) nahezu jeder Dritte der Befragten als Hauptzweck des Besuchs den Einkauf angab, waren dies an den Befragungsstandorten Theater am Goetheplatz (18,0%) und am Werder-Imbiss (19,6%) jeweils weniger als ein Fünftel. Gastronomische Betriebe wurden am häufigsten von Personen aufgesucht, die am Ulrichsplatz interviewt wurden (12,5%) und am wenigsten von jenen am Ziegenmarkt (6,5%). Die meisten touristischen Besucher wurden ebenfalls am Ulrichsplatz angetroffen und die wenigsten am Ziegenmarkt. Kulturelle Einrichtungen wurden fast nur von Personen aufgesucht, die am Theater am Goetheplatz befragt wurden. An diesem Standort waren zudem die meisten Personen anzutreffen, die im Viertel arbeiten. Auf dem Weg nach Hause bzw. von dort kommend (Wohnort) waren besonders viele Passanten am Werder-Imbiss (37,5%), dem östlichen Eingangsbereich zum Innovationsbereich, gefolgt vom Theater am Goetheplatz (33,9%), welches als Befragungsstandort den westlichen Zugang zum BID markiert. Deutlich geringer fällt der Anteil in den beiden mittleren Befragungsstandorten am Ulrichsplatz (30,0%) und am Ziegenmarkt (27,9%) aus.

Abb. 4.34: Hauptzweck des Aufenthalts im Viertel am Befragungstag differenziert nach dem Befragungsstandort

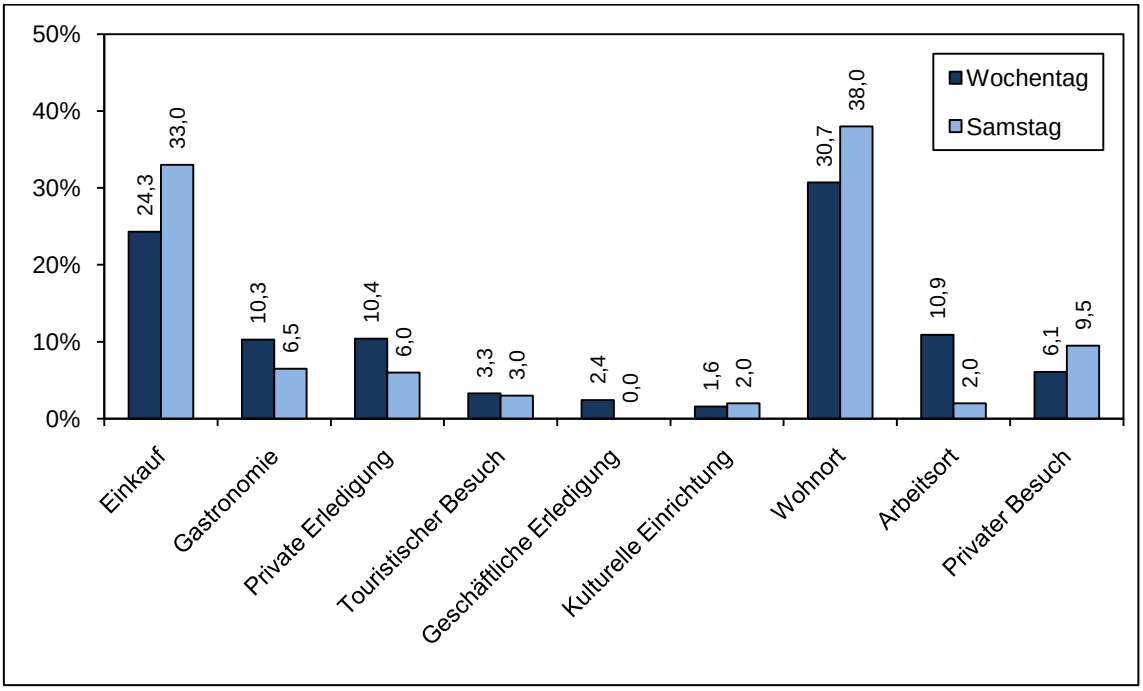


*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Neben dem Befragungsstandort hat auch der Wochentag der Befragung einen Einfluss auf den Hauptzweck des Besuchs im Viertel (Abb. 4.35). Dieser Einfluss ist ebenfalls hochsignifikant. Während samstags vor allem mehr Personen für einen Einkauf ins Viertel kamen als an einem

Wochentag, ist der Anteil jener, die einen Gastronomiebetrieb aufsuchten oder private Erledigungen durchführten wochentags höher. Wenig überraschend ist, dass als Hauptzweck des Besuchs der Weg von oder zur Arbeit an den Wochentagen anteilig häufiger genannt worden ist als am Samstag.

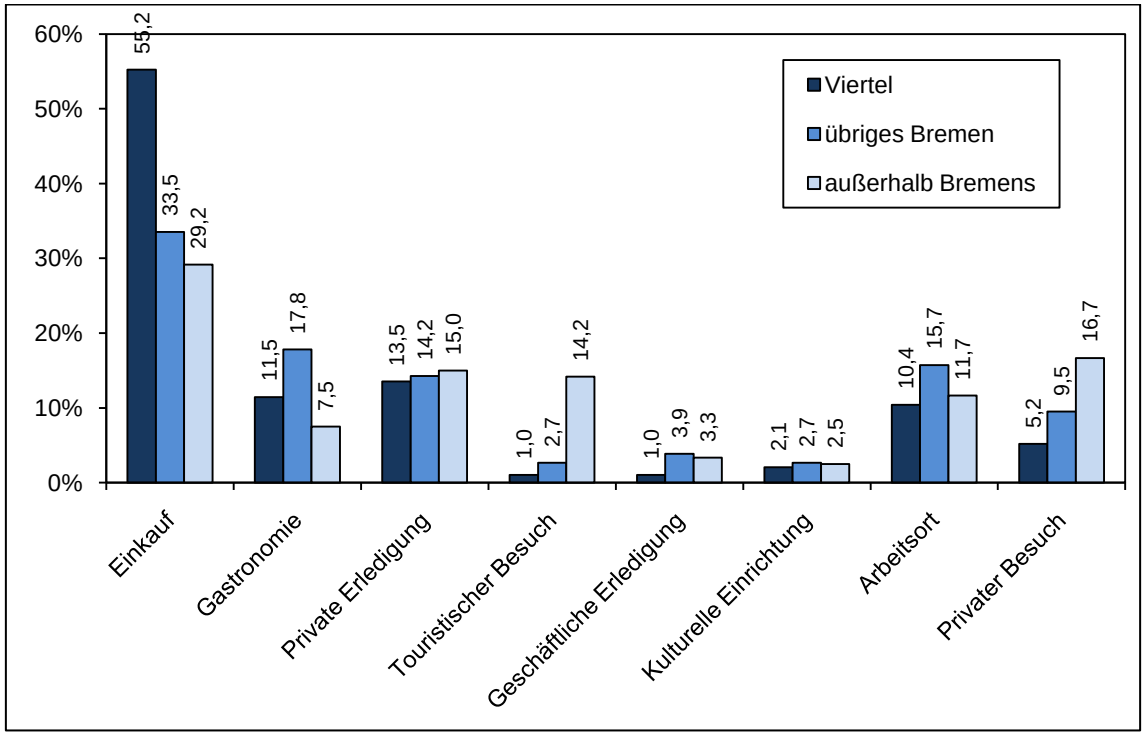
Abb. 4.35: Hauptzweck des Aufenthalts im Viertel am Befragungstag differenziert nach Wochentag und Samstag



*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Der Besuchszweck des Viertels variiert weiterhin je nach Wohnort (Abb. 4.36). In der nachfolgenden Analyse wurden jedoch die Angaben zur Kategorie „Ich wohne im Viertel (auf dem Weg nach Hause/von Zuhause)“ ausgeklammert, da diese Antwortkategorie letztlich nur für die Passanten relevant ist, die auch im Viertel wohnen. Die statistischen Signifikanztests würden dadurch verzerrt. Lässt man diesen Zweck des Aufenthalts im Viertel außer Acht, dann war für mehr als die Hälfte der Bewohner des Viertels Einkaufen (55,2%) der Hauptzweck des Aufenthalts am Befragungstag gewesen. Demgegenüber war nur für 33,5% der befragten Passanten aus den übrigen Stadtteilen Bremens Einkaufen der Hauptzweck des Besuchs im Viertel gewesen. Dieser Anteil fiel bei Personen mit Wohnsitz außerhalb Bremens nochmals ab auf 29,2%. Die Bewohner aus dem übrigen Bremen wiesen im Vergleich zu anderen Wohnstandorten den höchsten Wert beim Besuch von Gastronomiebetrieben und bei den Wegen von bzw. zur Arbeitsstelle im Viertel auf. Personen, die nicht in Bremen wohnen, waren dagegen häufiger als die übrigen Befragten auf privatem Besuch bei Anwohnern des Viertels oder auf touristischem Besuch im Viertel. Die Ergebnisse sind hochsignifikant.

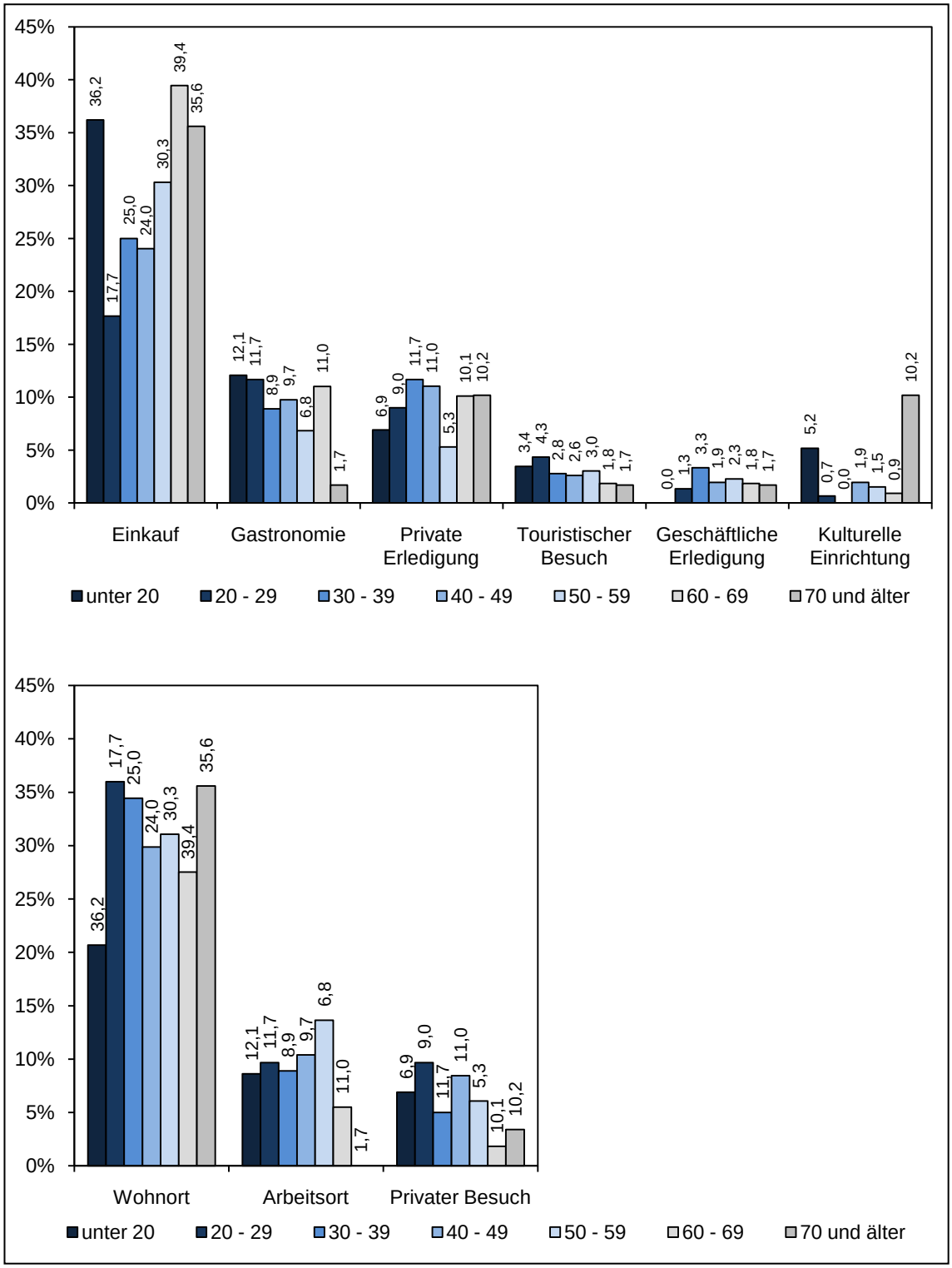
Abb. 4.36: Hauptzweck des Aufenthalts im Viertel am Befragungstag differenziert nach dem Wohnort (ohne Personen auf dem Weg nach Hause/von Zuhause)



*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Einen hochsignifikanten Einfluss übt zudem das Alter auf den Hauptzweck des Besuchs im Viertel aus (Abb. 4.37). Unter den Passanten, die als Hauptgrund des Aufenthalts angaben, dass sie im Viertel wohnen (Weg nach Hause/von Zuhause) stellten die größten Gruppen die 20 bis 39-Jährigen (36,0%) sowie Personen ab 70 Jahren dar (35,6%). Ein Einkauf im Viertel war besonders für die beiden ältesten Personengruppen der 60 bis 69-jährigen (39,4%) sowie der 70-jährigen und Älteren (35,6%) und für die jüngste Personengruppe der unter 20-jährigen (36,2%) der Hauptzweck des Besuchs im Viertel. Demgegenüber erreichten die Altersgruppen zwischen 20 und 59 Jahren deutlich geringere Werte. Ein deutlicher Unterschied zwischen den Altersgruppen fällt auch beim Besuch kultureller Einrichtungen auf. Dies stellte nur für Personen ab 70 Jahren (10,2%) einen nennenswerten Besuchsgrund dar.

Abb. 4.37: Hauptzweck des Aufenthalts im Viertel am Befragungstag differenziert nach Altersklassen

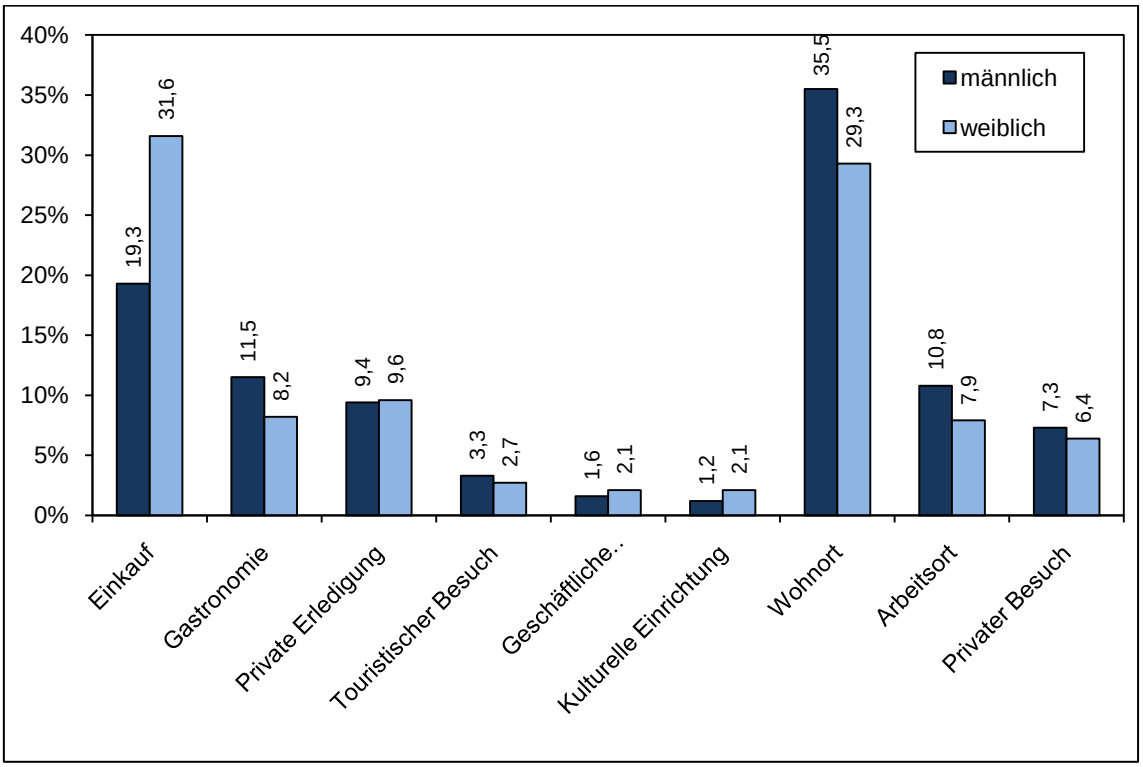


*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau)

Quelle: Eigene Erhebungen

Weiterhin ist ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und dem Hauptzweck des Aufenthalts im Viertel festzustellen (Abb. 4.38). Besonders deutlich wird dies beim Einkauf, der für fast ein Drittel der Frauen (31,6%) den Besuchsgrund darstellt, während dies nur für knapp ein Fünftel der befragten Männer (19,3%) der Hauptzweck des Aufenthalts im Viertel war.

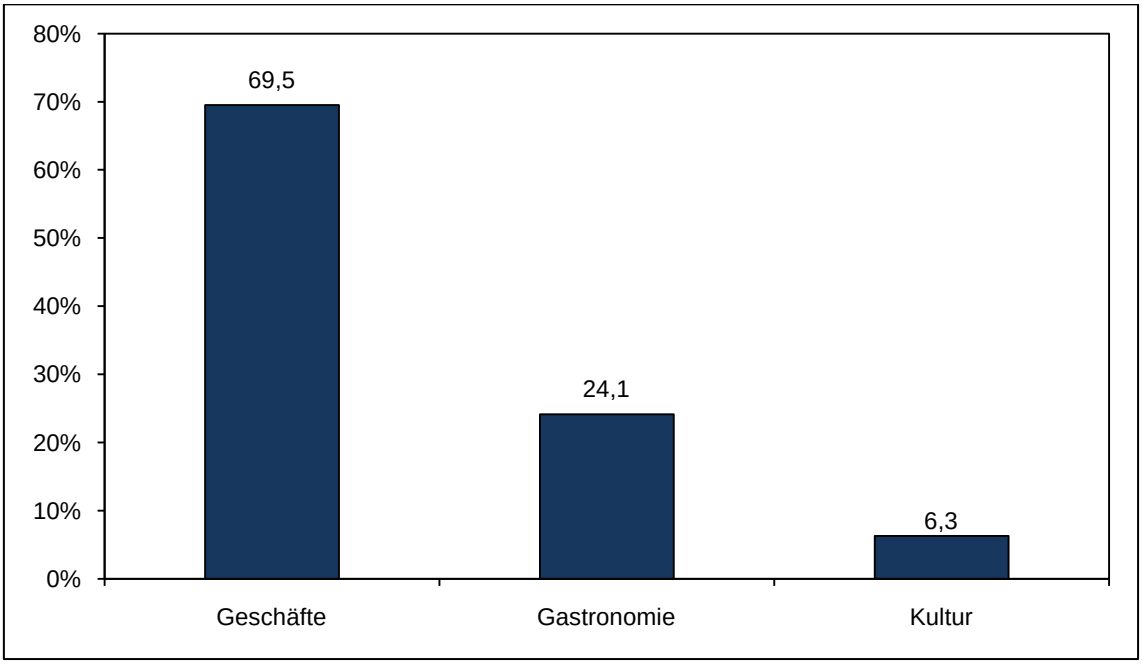
Abb. 4.38: Hauptzweck des Aufenthalts im Viertel am Befragungstag differenziert nach dem Geschlecht



** Die Ergebnisse sind sehr signifikant (α = 1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Um mögliche **Ankerbetriebe im Viertel** zu identifizieren, wurden die befragten Passanten gebeten, bis zu drei Geschäfte, Gastronomiebetriebe oder kulturelle Einrichtungen zu nennen, die sie bei ihrem aktuellen Besuch im Viertel aufsuchen. Knapp die Hälfte der Befragten gab an, weder ein Geschäft noch einen Gastronomiebetrieb oder eine kulturelle Einrichtung im Viertel zu besuchen (46,5%). Hierbei handelt es sich vor allem um Anwohner und Durchgangspassanten. Von allen anderen Personen (insgesamt 646 Nennungen) steuerten etwa 69,5% ein Geschäft an, knapp ein Viertel Gastronomiebetriebe (24,1%) und 6,3% eine kulturelle Einrichtung (Abb. 4.39).

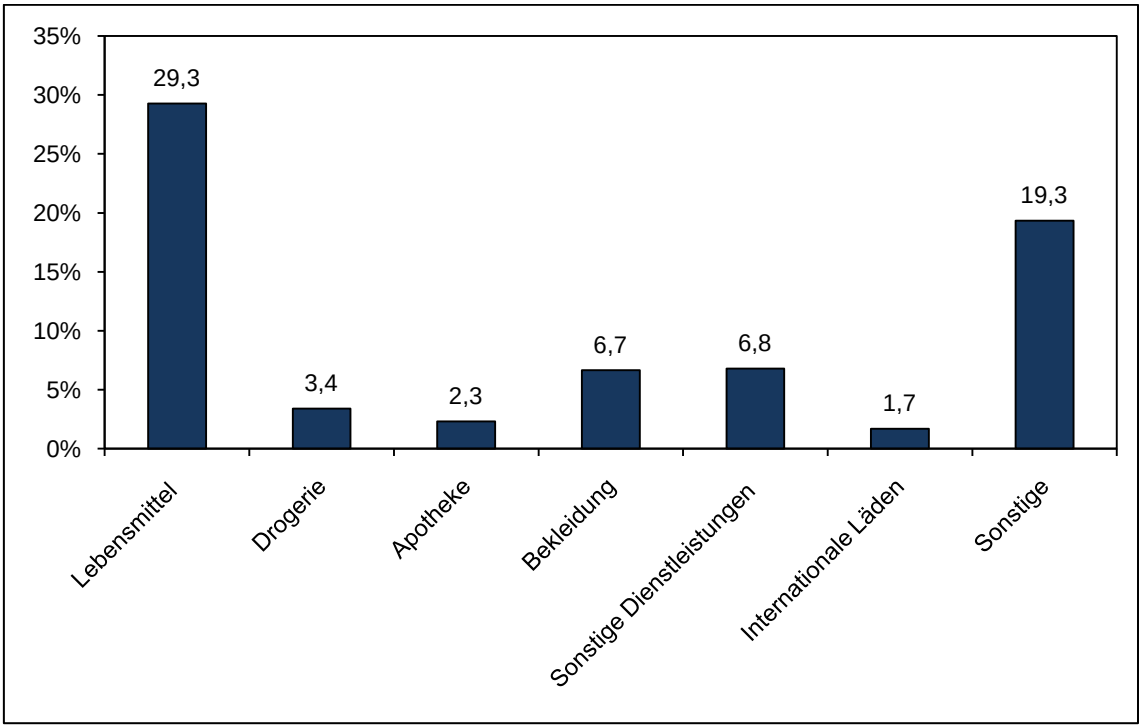
Abb. 4.39: Anteil von Geschäften, Gastronomiebetrieben und kulturellen Einrichtungen an allen besuchten Zielen im Viertel (Anteilswerte ohne Durchgangspassanten, Anwohner etc.)



Quelle: Eigene Erhebungen

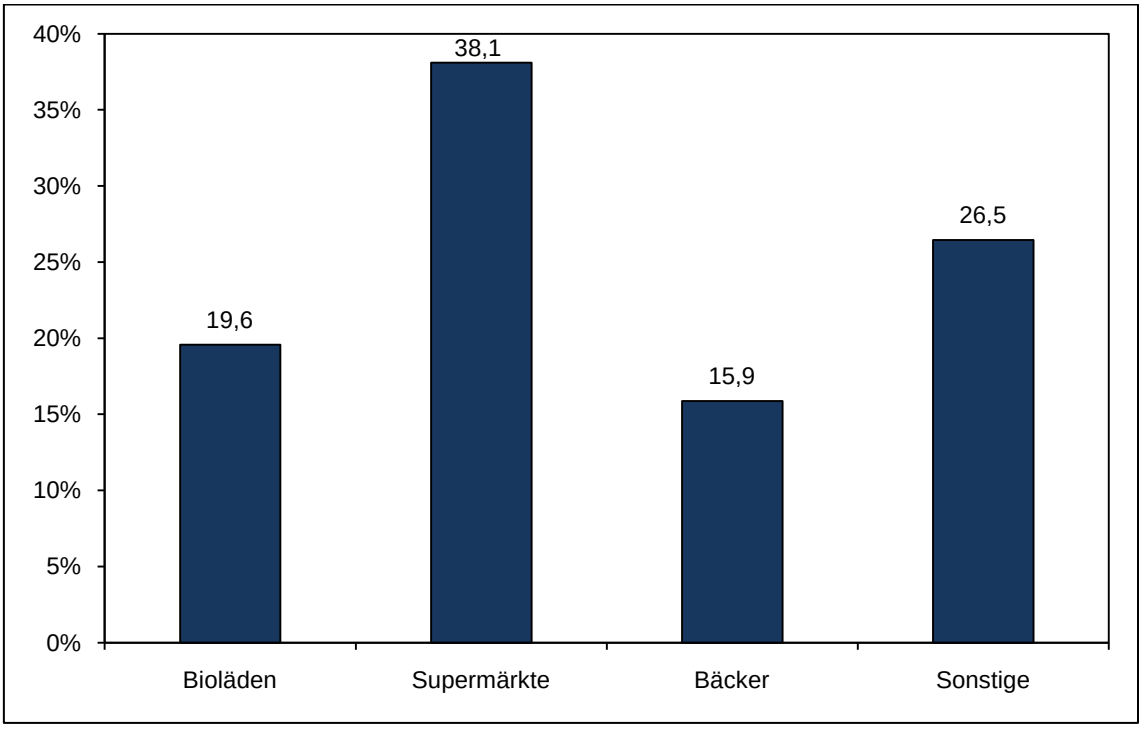
Die Auszählung der einzelnen Nennungen zeigt, dass innerhalb der Gruppe der aufgesuchten Geschäfte im Viertel mit Abstand am häufigsten Lebensmittelgeschäfte besucht wurden (29,3% der besuchten Ziele insgesamt) (Abb. 4.40). Eine bereits deutlich untergeordnete Rolle spielten mit jeweils knapp unter 7% der Nennungen Bekleidungsläden und sonstige Dienstleistungsangebote (ohne Einzelhandel). Bei letzteren wurden Banken und Frisöre (jeweils 9 Nennungen) am häufigsten aufgesucht. Innerhalb der in Abbildung 4.40 genannten Sammelkategorie der sonstigen Geschäfte stellten Buch- und Musikgeschäfte (10 bzw. 9 Nennungen), der Laden *Kauf dich schön* (9 Nennungen) sowie Haushaltswarengeschäfte (8 Nennungen) die meistbesuchten Läden dar.

Abb. 4.40: Anteil verschiedener Geschäftstypen an allen besuchten Geschäften im Viertel



Quelle: Eigene Erhebungen

Abb. 4.41: Anteil verschiedener Lebensmittelgeschäfte an allen besuchten Lebensmittelgeschäften im Viertel

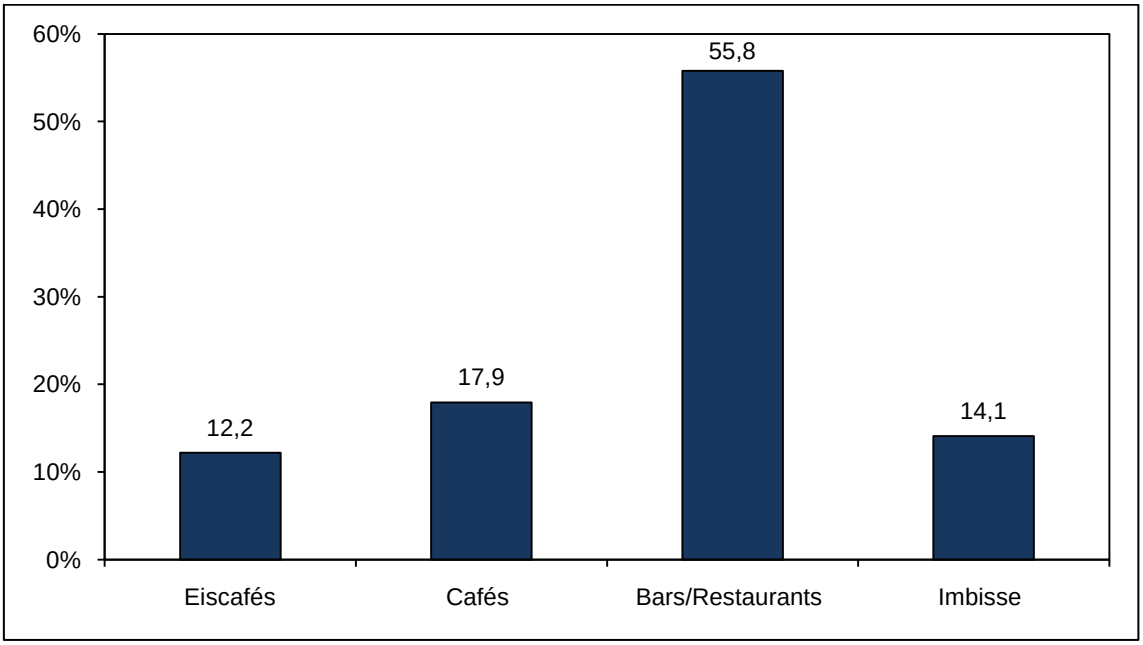


Quelle: Eigene Erhebungen

Die weitere Differenzierung der Lebensmittelgeschäfte zeigt, dass knapp 40% der Besuche auf Supermärkte, 20% auf Bioläden und 16% auf Bäcker entfielen (Abb. 4.41). Namentlich wurden die Discounter *Penny* und *Netto* (23 bzw. 18 Nennungen) sowie der Bioladen *Alnatura* (24 Nennungen) am häufigsten genannt. *Alnatura* war nicht nur unter den Lebensmittelgeschäften, sondern unter allen namentlich genannten Zielen im Viertel der meistgenannte Ankerbetrieb. Lebensmittel wurden im Viertel außerdem häufig auf dem Wochenmarkt gekauft (17 Nennungen).

Mehr als die Hälfte der befragten Passanten, die einen Gastronomiebetrieb im Viertel ansteuerten, suchte eine Bar bzw. ein Restaurant auf (55,8%). Weiterhin wurden Cafés (17,9%), Imbisse (14,1%) und Eiscafés (12,2%) besucht (Abb. 4.42). Die namentlich am häufigsten genannten Gastronomiebetriebe waren das *Litfass* (17 Nennungen) sowie das *Theatro* (10 Nennungen).

Abb. 4.42: Anteil von Eiscafés, Cafés, Bars/Restaurants und Imbissen an allen besuchten Gastronomiebetrieben im Viertel



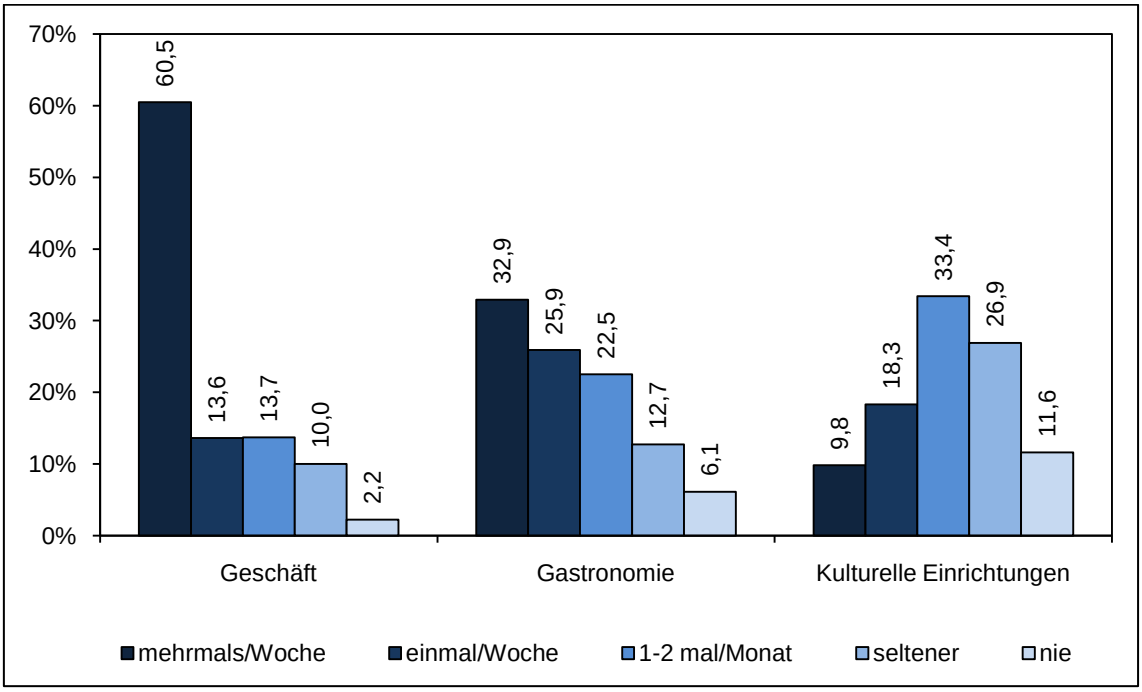
Quelle: Eigene Erhebungen

Unter den kulturellen Einrichtungen wurden am Befragungstag am häufigsten Theater (22% bzw. 9 Nennungen), Stadtbibliothek (12% bzw. 5 Nennungen), Kino und Lagerhaus (10% bzw. 4 Nennungen) besucht.

Aus den dargestellten Ergebnissen lässt sich schließen, dass es im Viertel keinen herausragenden Ankerbetrieb gibt. Vielmehr zeigt die große Heterogenität der Antworten, dass das Viertel durch eine große Diversität bei den Geschäften und Gastronomiebetrieben geprägt ist.

Eine weitere Frage an die Passanten war, wie häufig sie Kunde eines Geschäfts, eines Gastronomiebetriebs oder einer Kultureinrichtung im Viertel sind. Mit Abstand am höchsten war die Besuchshäufigkeit bei Geschäften, gefolgt von Gastronomiebetrieben und kulturellen Einrichtungen (Abb. 4.43). Die hohe Besuchshäufigkeit von Geschäften lässt sich damit erklären, dass die meistbesuchten Geschäfte Supermärkte sind. 60,5% der Befragten besuchten mehrmals pro Woche Geschäfte im Viertel. Bei Gastronomiebetrieben gab dies nur etwa ein Drittel der Befragten an (32,9%). Addiert man die ersten drei Antwortkategorien auf, so ergibt sich ein Anteil von mehr als 80% der befragten Besucher, die zumindest ein bis zwei Mal pro Monat einen Gastronomiebetrieb im Viertel aufsuchen. Bei kulturellen Einrichtungen waren dies nur etwas mehr als 60% der Befragten. Kulturelle Einrichtungen wiesen den größten Anteil derer auf, die nur ein bis zwei Mal pro Monat (ein Drittel), seltener (etwas mehr als ein Viertel) oder nie (gut ein Zehntel) eine solche Einrichtung besuchen.

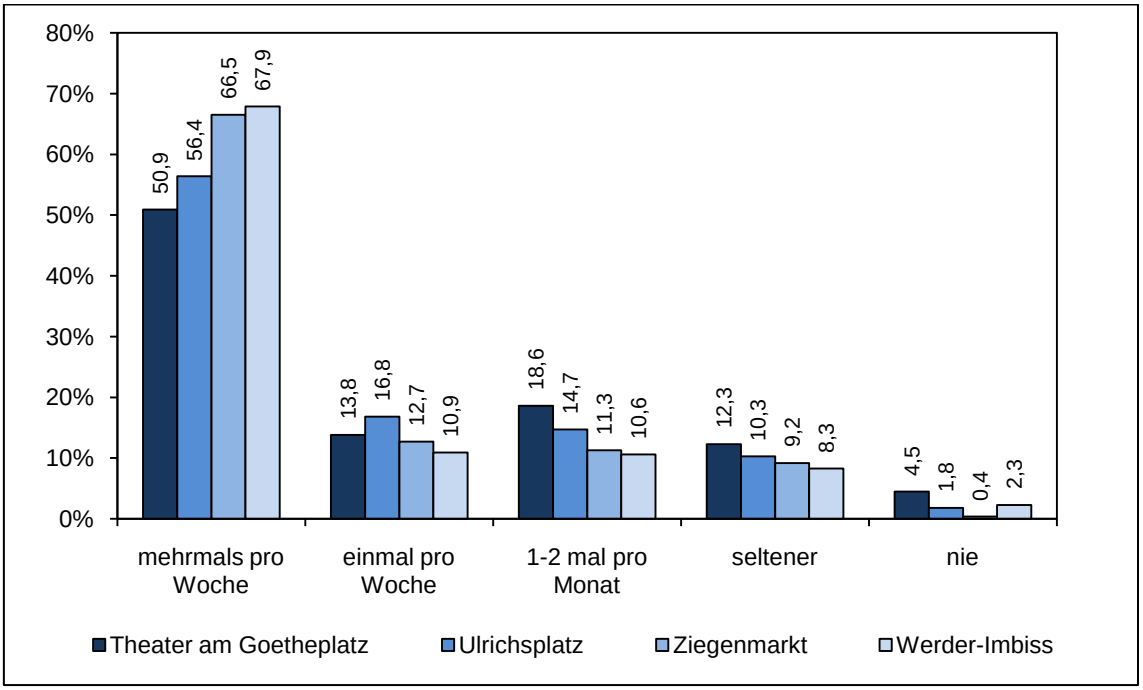
Abb. 4.43: Häufigkeit des Besuchs von Geschäften, Gastronomiebetrieben und kulturellen Einrichtungen im Viertel in Prozent



Quelle: Eigene Erhebungen

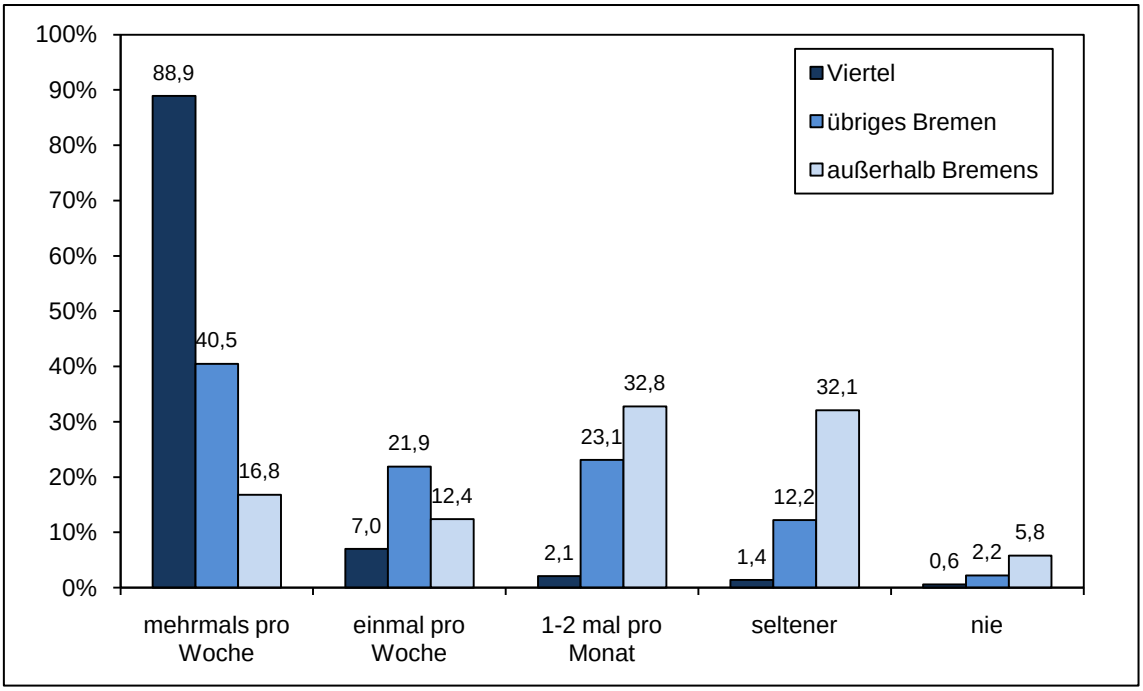
Im Folgenden werden zunächst differenzierte Auswertungen zur Besuchshäufigkeit der befragten Passanten von Geschäften vorgenommen. Zwischen den einzelnen Befragungsstandorten lassen sich hochsignifikante Unterschiede in der Besuchshäufigkeit erkennen (Abb. 4.44). Der Anteil der Personen, die mehrmals pro Woche Geschäfte im Viertel besuchen, war an den beiden Befragungsstandorten Vor dem Steintor mit mehr als zwei Dritteln deutlich höher als an den Befragungsstandorten am Ostertorsteinweg (mehr als die Hälfte).

Abb. 4.44: Besuchshäufigkeit von Geschäften im Viertel differenziert nach dem Befragungsstandort



*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Abb. 4.45: Besuchshäufigkeit von Geschäften im Viertel differenziert nach Wohnort



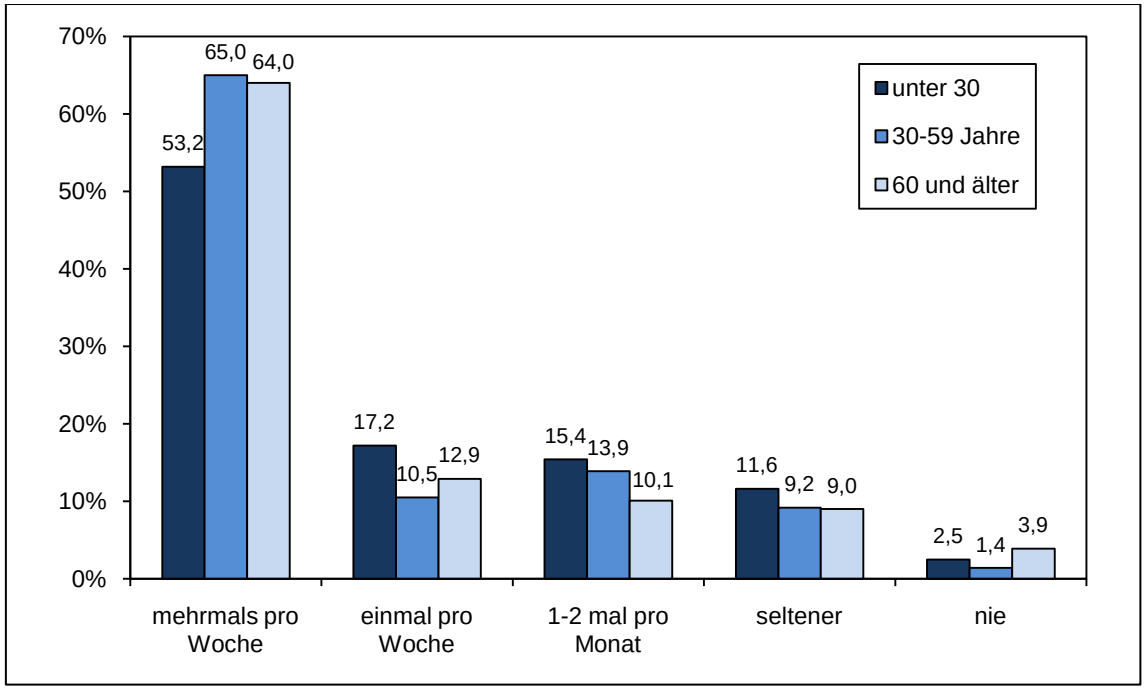
*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Die Besuchshäufigkeit von Geschäften hängt sehr stark vom Wohnort der befragten Personen ab. Erwartungsgemäß war der Anteil der Personen, die mehrmals pro Woche ein Geschäft im Viertel besuchen, bei den Bewohnern des Viertels mit Abstand am höchsten (88,9%).

Umgekehrt waren die Anteile jener, die ein bis zwei Mal pro Monat, seltener oder nie ein Geschäft des Viertels aufsuchen, bei den Befragten mit Wohnort außerhalb Bremens am höchsten (Abb. 4.45). Der Unterschied ist hochsignifikant.

Die Besuchshäufigkeit von Geschäften variiert sehr signifikant nach Altersklasse. Um die Unterschiede deutlicher sichtbar zu machen, wurden bei dieser Auswertung drei Altersgruppen gebildet. Die Geschäfte im Viertel besuchten Personen in den Altersklassen ab 30 Jahren am häufigsten. Nahezu zwei Drittel von ihnen gaben an, mehrmals pro Woche Einkäufe zu tätigen. Bei allen anderen Besuchshäufigkeiten wies die Altersklasse der unter 30-jährigen die höchsten Anteile auf (Abb. 4.46). Geschlechtsspezifische Differenzen hinsichtlich der Besuchshäufigkeit von Geschäften im Viertel konnten nicht festgestellt werden.

Abb. 4.46: Besuchshäufigkeit von Geschäften im Viertel differenziert nach Altersklassen

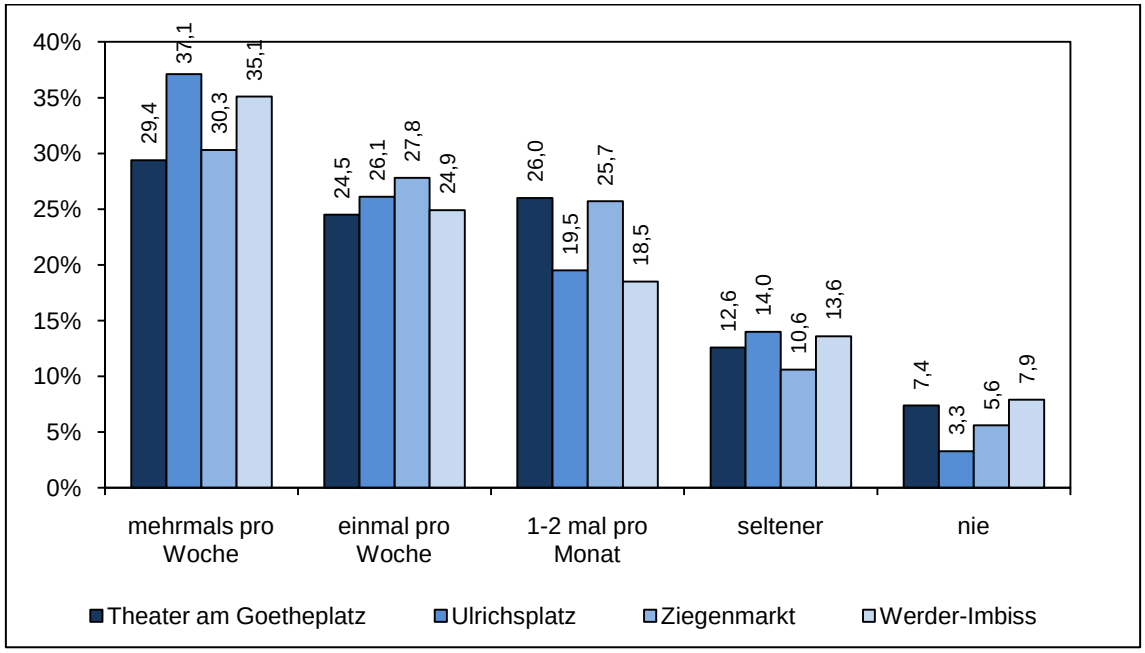


** Die Ergebnisse sind sehr signifikant (α = 1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Im Gegensatz zu den Geschäften besteht zwischen dem Befragungsstandort und der Besuchshäufigkeit von Gastronomiebetrieben kein signifikanter Zusammenhang (Abb. 4.47). Ein hoch signifikanter Zusammenhang besteht hingegen erwartungsgemäß zwischen der Besuchshäufigkeit eines Gastronomiebetriebs und dem Wohnort der Befragten. Da dieses Ergebnis wenig überrascht und ein ähnliches Bild zeigt wie bei den Geschäften, wurde auf eine Abbildung verzichtet.

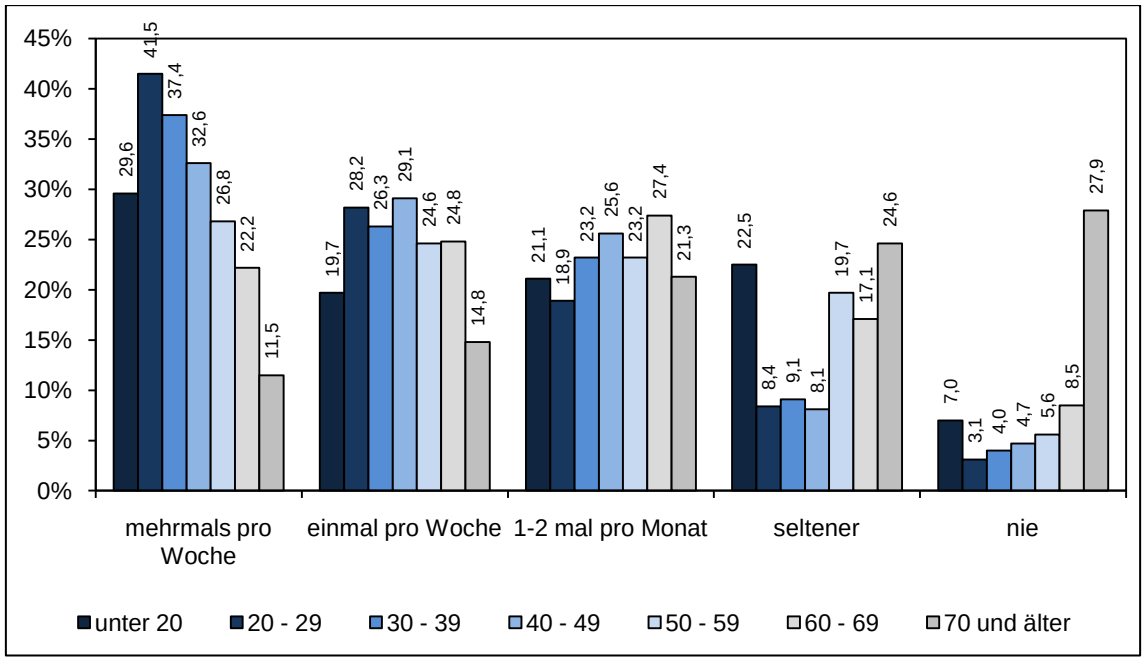
Die Besuchshäufigkeit von Gastronomiebetrieben variiert auch hochsignifikant je nach Altersklasse. Im Gegensatz zu den Geschäften lohnt sich für die Gastronomiebetriebe eine tiefergehende Untergliederung der Altersgruppen (Abb. 4.48).

Abb. 4.47: Besuchshäufigkeit von Gastronomiebetrieben im Viertel differenziert nach dem Befragungsstandort



Quelle: Eigene Erhebungen

Abb. 4.48: Besuchshäufigkeit von Gastronomiebetrieben im Viertel differenziert nach Altersgruppen



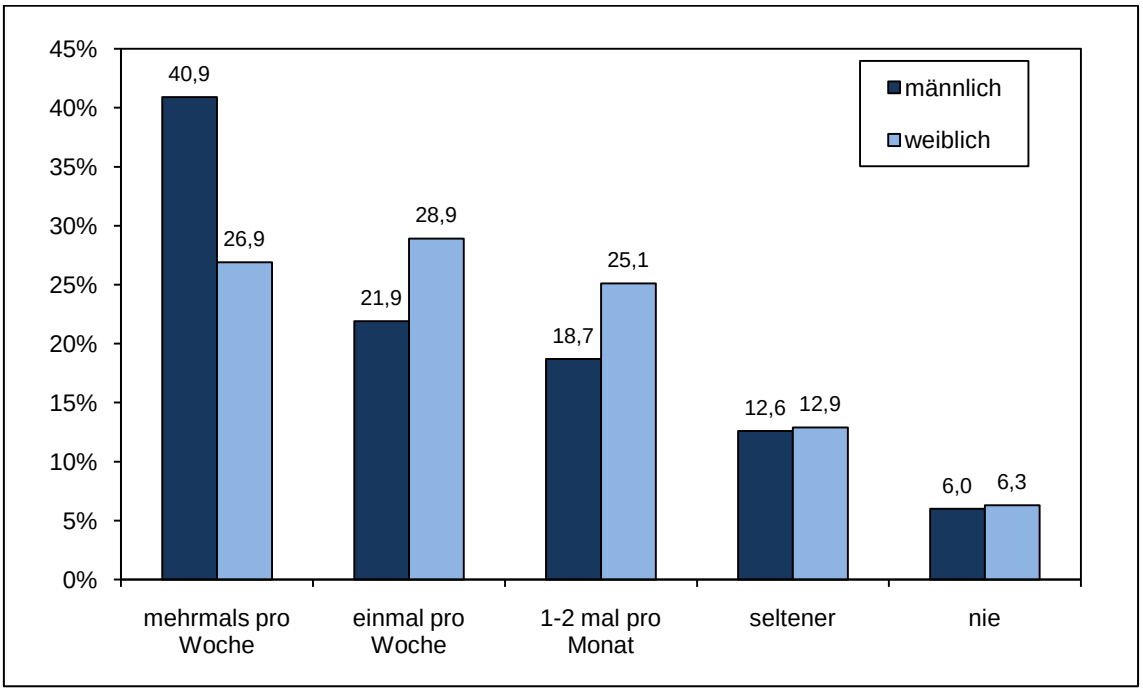
*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Die Besuchshäufigkeit von Gastronomiebetrieben war bei den 20 bis 29-jährigen am höchsten. 41,5% besuchten mehrmals pro Woche ein Restaurant, Café oder eine Kneipe im Viertel. Dieser Anteil nahm mit zunehmendem Alter immer weiter ab. Bei den Personen ab 70 waren es nur noch 11,5% der Befragten, die mehrmals pro Woche einen Gastronomiebetrieb im Viertel

aufsuchen. In dieser Altersgruppe fanden sich auch die meisten Personen, die seltener als ein bis zwei Mal im Monat oder nie einen Gastronomiebetrieb im Viertel besuchen (24,6% bzw. 27,9%). Die Gruppe der unter 20-jährigen wies eine deutlich geringere Besuchshäufigkeit der Gastronomiebetriebe auf als die der 20 bis 29-jährigen sowie der Personen im mittleren Alter. Mehr als die Hälfte von ihnen besuchte Gastronomiebetriebe im Viertel nur ein bis zwei Mal im Monat, seltener oder nie.

Das Geschlecht übt nur bei Gastronomiebetrieben einen hochsignifikanten auf die Besuchshäufigkeit aus. Es gaben deutlich mehr männliche Befragte als weibliche Befragte an, mehrmals pro Woche einen Gastronomiebetrieb im Viertel zu besuchen (40,9% gegenüber 26,9%) (Abb. 4.49).

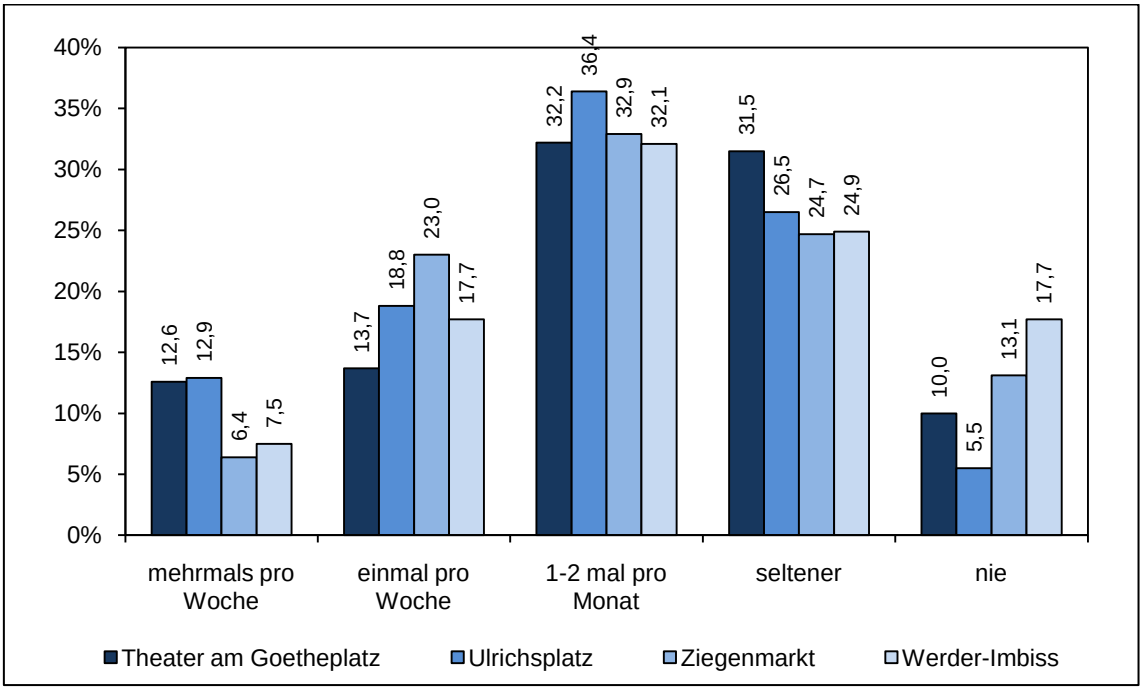
Abb. 4.49: Besuchshäufigkeit von Gastronomiebetrieben im Viertel differenziert nach dem Geschlecht



*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Auch im Hinblick auf die Besuchshäufigkeit von kulturellen Einrichtungen lohnen sich differenzierte Auszählungen. Zwischen dem Befragungsstandort und der Besuchshäufigkeit von kulturellen Einrichtungen besteht ein hochsignifikanter Zusammenhang (Abb. 4.50). An den beiden Befragungsstandorten am Ostertorsteinweg gaben die meisten Personen an, mehrmals pro Woche kulturelle Einrichtungen im Viertel zu besuchen (12,6% bzw. 12,9% %). Der Anteil jener Personen, die einmal pro Woche eine kulturelle Einrichtung im Viertel aufsuchen, war am Ziegenmarkt am höchsten. Die meisten Nennungen, nie eine kulturelle Einrichtung im Viertel zu besuchen, wurden am Befragungsstandort Werder-Imbiss getätigt (17,7%).

Abb. 4.50: Besuchshäufigkeit von kulturellen Einrichtungen im Viertel differenziert nach Befragungsstandort

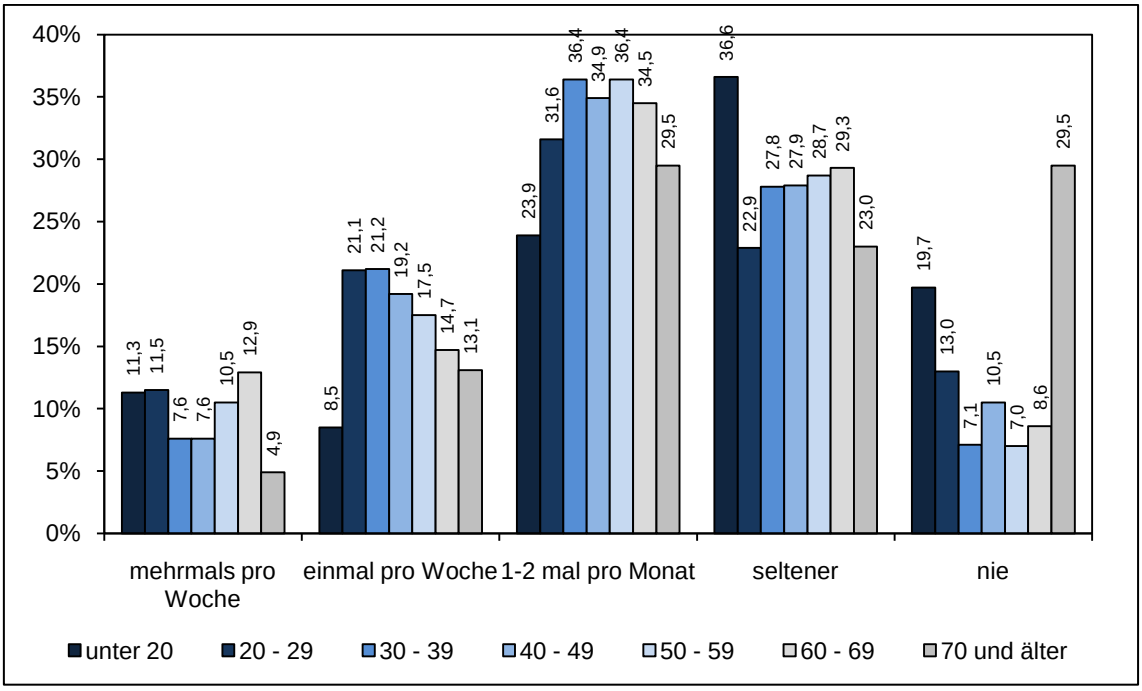


*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Erneut zeigt sich ein hochsignifikanter Zusammenhang zwischen der Besuchshäufigkeit kultureller Einrichtungen und dem Wohnort der Befragten. Die Differenzen nach Altersklasse sind ebenfalls hochsignifikant. Dabei fällt die Gruppe der unter 20-jährigen auf, die sehr häufig angab, seltener als ein bis zwei Mal pro Monat oder nie eine solche Einrichtung im Viertel aufzusuchen (36,6% bzw. 19,7%). Gleichzeitig besuchte aber mit 11,3% ein vergleichsweise hoher Anteil der Befragten dieser Altersgruppe mehrmals pro Woche eine kulturelle Einrichtung im Viertel. Am häufigsten besuchten die Befragten zwischen 20 und 29 Jahren eine kulturelle Einrichtung im Viertel (zusammen rund 33% mehrmals oder einmal pro Woche). Die meisten Personen, die nie eine kulturelle Einrichtung im Viertel aufsuchten, sind bei den Befragten ab 70 Jahren zu finden (29,5%) (Abb. 4.51).

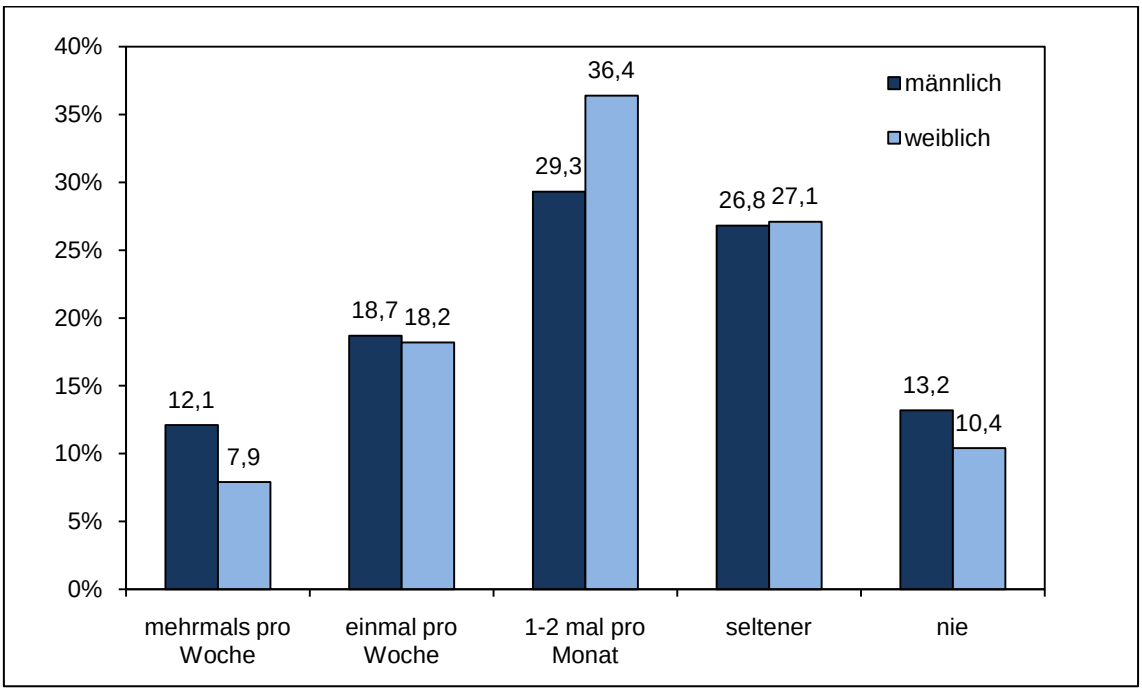
Das Geschlecht übt bei kulturellen Einrichtungen einen signifikanten Einfluss auf die Besuchshäufigkeit aus. Es gaben mehr Männer als Frauen an, mehrmals pro Woche eine kulturelle Einrichtung im Viertel zu besuchen (12,1% gegenüber 7,9%). Gleichzeitig war aber auch der Anteil der Männer unter denjenigen Befragten höher, die nie eine kulturelle Einrichtung aufsuchen (13,2% gegenüber 10,4%) (Abb. 4.52).

Abb. 4.51: Besuchshäufigkeit von kulturellen Einrichtungen im Viertel differenziert nach Altersgruppen



*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Abb. 4.52: Besuchshäufigkeit von kulturellen Einrichtungen im Viertel differenziert nach Geschlecht

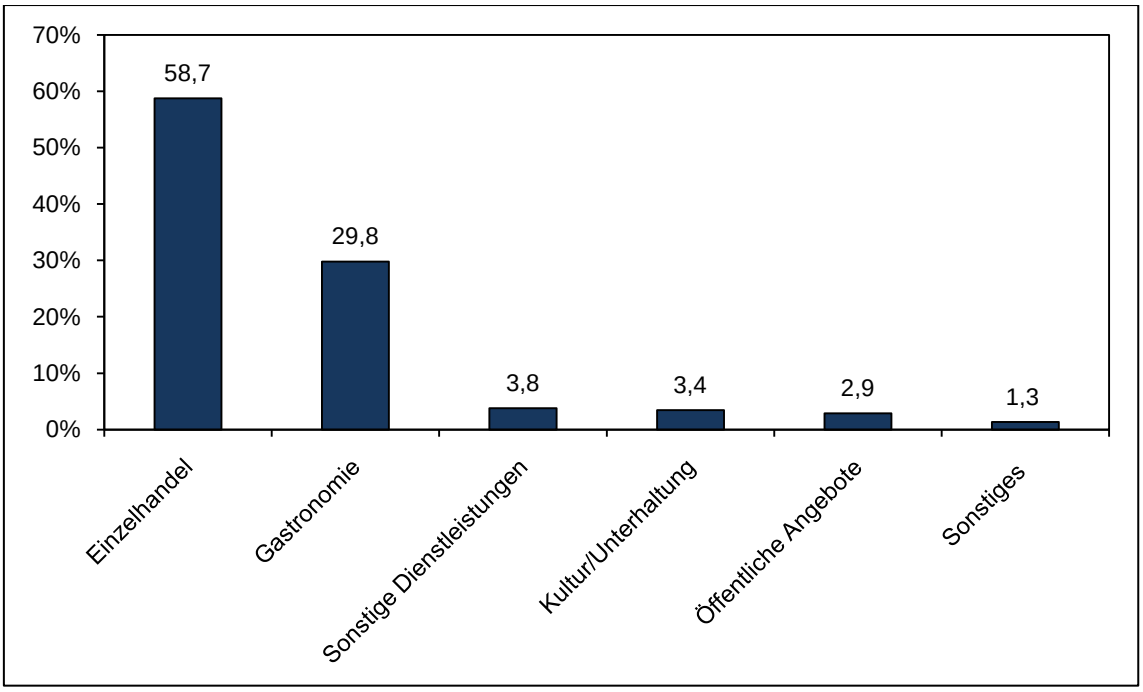


* Die Ergebnisse sind signifikant (α = 5% - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Neben den besuchten Zielen wurden die Passanten auch danach gefragt, welche Einzelhandels-, Gastronomie- oder Dienstleistungsangebote ihnen im Viertel fehlen. Die Hälfte der Befragten (556 Personen) beantwortete diese Frage. 27% davon gaben an, dass sie keine Angebotslücken feststellen können. Die restlichen Personen unterbreiteten Vorschläge zur Attraktivitätssteigerung des Viertels.

Die meisten Angebotslücken wurden im Bereich des Einzelhandels (58,7%) gesehen, gefolgt von der Gastronomie (39,8%) (Abb. 4.53). Auf den Bereich Kultur und Unterhaltung entfielen nur 3,4% der Verbesserungsvorschläge (v.a. größeres Angebot an Clubs und Diskos). Mangelnde kulturelle Einrichtungen sind demnach keine Ursache dafür, dass nur eine geringe Anzahl der befragten Personen als Hauptzweck ihres Aufenthalts im Viertel den Besuch einer kulturellen Einrichtung angab. Auch auf die Bereiche sonstige Dienstleistungen (z.B. Banken, Sporteinrichtungen) sowie öffentliche Einrichtungen (z.B. öffentliche Toiletten, Parkplätze, Spielplätze) entfiel nur ein geringer Anteil der Verbesserungsvorschläge für das Viertel.

Abb. 4.53: Angebotslücken im Viertel

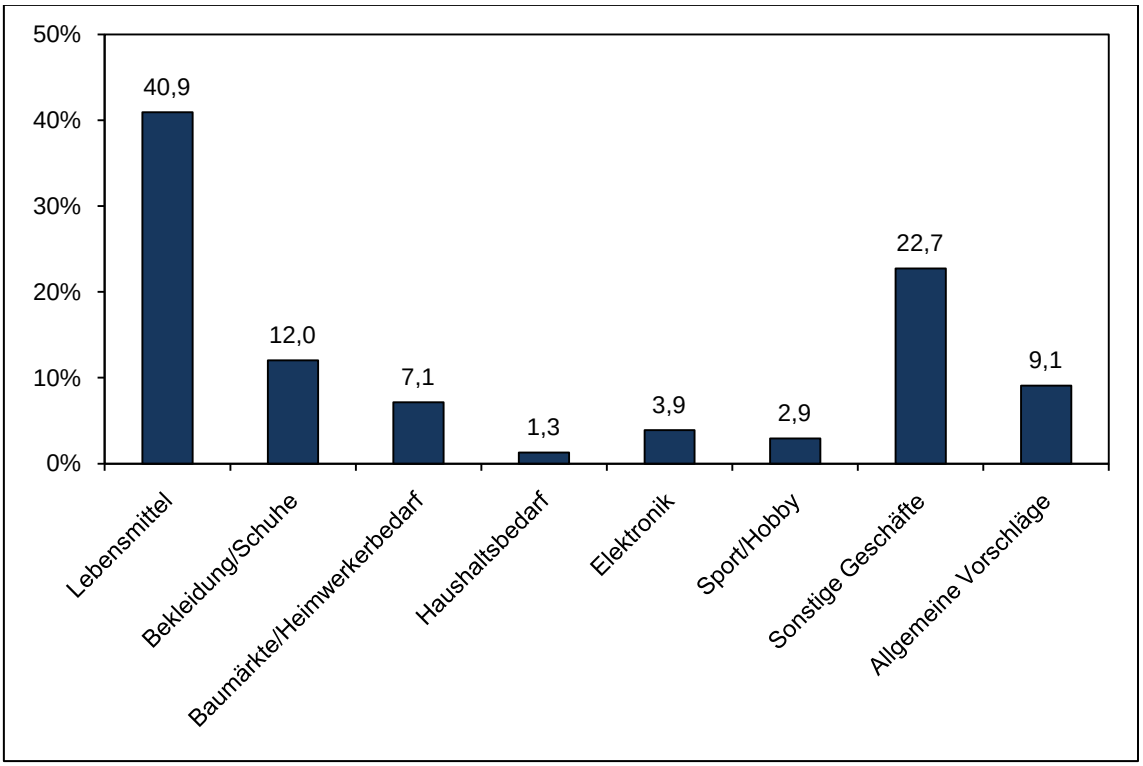


Quelle: Eigene Erhebungen

Die Nennungen möglicher Angebotslücken im Einzelhandel lassen sich weiter ausdifferenzieren (Abb. 4.54). Als fehlendes Einzelhandelsangebot wurden insbesondere Lebensmittelgeschäfte genannt (40,9%). Hierbei betraf wiederum mehr als die Hälfte der Verbesserungsvorschläge Supermärkte. Insbesondere Rewe wurde zum Befragungszeitpunkt aufgrund des Umbaus des Geschäfts am Ziegenmarkt vermisst. Weiterhin fehlten den Passanten vor allem Schlachter/ Metzger im Viertel. Hierauf bezog sich ein weiteres Drittel der genannten Angebotslücken bei Lebensmittelgeschäften. Neben Lebensmittelgeschäften wurden Angebotslücken im Einzelhandel auch bei Bekleidungsläden und Schuhgeschäften (12,0%) sowie bei Baumärkten und sonstigen Angeboten für den Heimwerkerbedarf (7,1%) gesehen. Die in Abbildung 4.54 aufge-

führte Kategorie allgemeine Vorschläge enthält Nennungen, die sich nicht auf bestimmte Produktangebote bezogen, sondern den Charakter der Geschäfte betrafen. Hier wurden insbesondere individuellere kleine Geschäfte und Fachgeschäfte gewünscht.

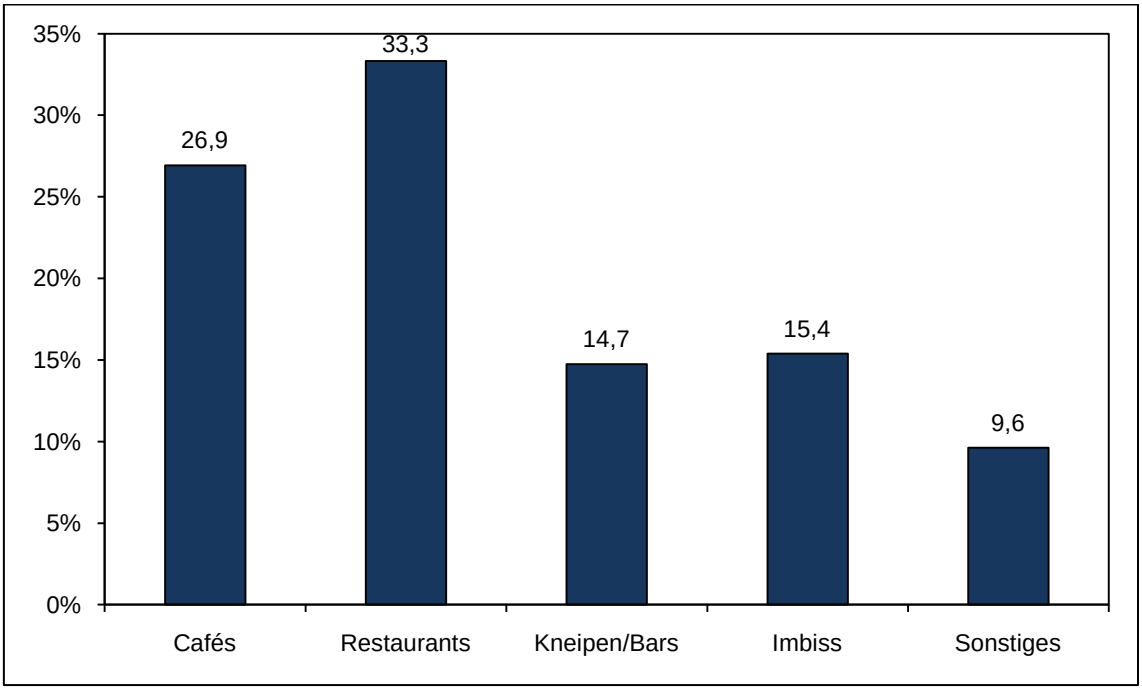
Abb. 4.54: Anteil verschiedener Geschäftstypen an den Angebotslücken im Einzelhandel



Quelle: Eigene Erhebungen

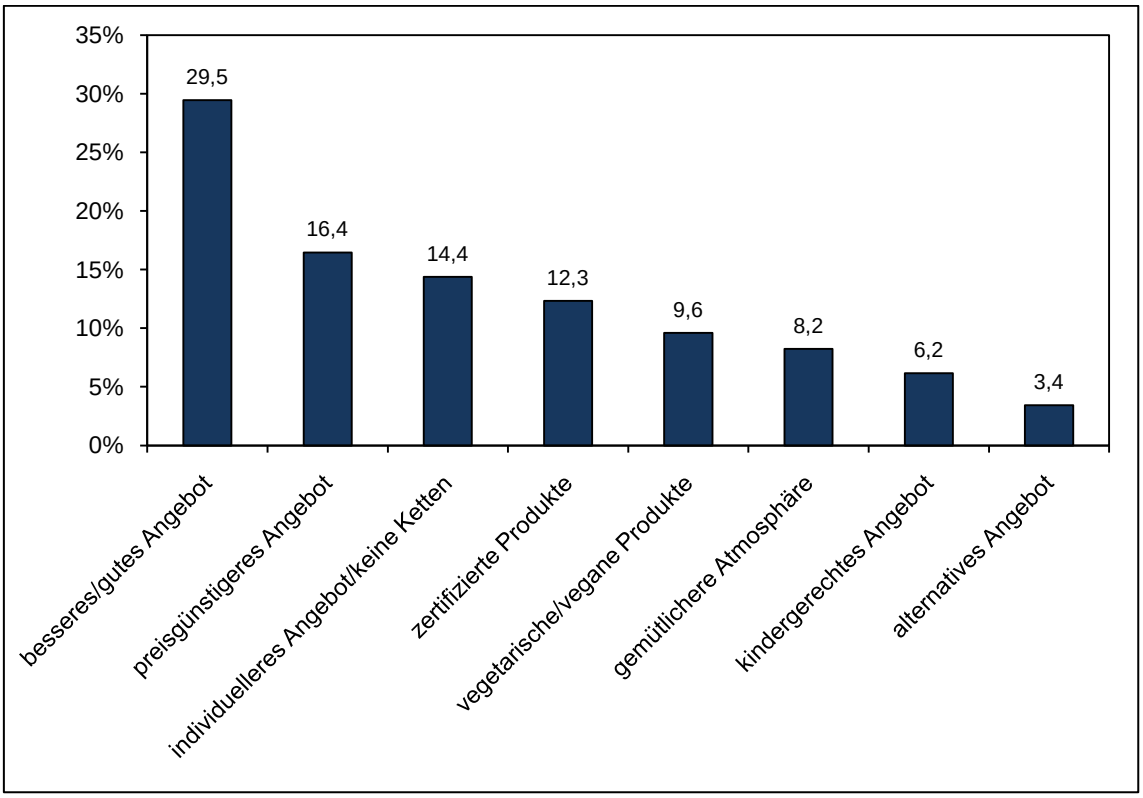
Im Bereich der Gastronomie bezog sich ein Drittel (33,3%) der genannten Angebotslücken auf Restaurants (Abb. 4.55). Hierbei wurden diverse Vorschläge für Restaurants mit internationaler Küche gemacht. Einige der Vorschläge bezogen sich zudem auf ein größeres vegetarisches oder veganes Angebot. Mehr als ein Viertel der Angebotslücken im Bereich der Gastronomie entfielen auf Cafés (26,9%). Außer der mehrfachen Aussage, dass ein „echtes“ Café mit großem Kuchen- und Tortenangebot fehlt, bezogen sich die meisten Vorschläge nicht auf das Produktangebot der Cafés, sondern eher auf das Ambiente. Die am häufigsten getroffene Aussage in diesem Bereich war, dass Cafés mit einer gemütlicheren Atmosphäre wünschenswert wären. Zudem regten einige Befragten an, stärker auf Kinderfreundlichkeit zu achten (z.B. Spielecken). Neben den Angebotslücken bei Restaurants und Cafés wurden auch Vorschläge zu Kneipen und Bars sowie zu Imbissen gemacht (jeweils ca. 15%). Bis auf die mehrfache Aussage, dass ein McDonalds im Viertel fehlt, waren in diesen Kategorien keine klaren Trends abzulesen.

Abb. 4.55: Anteil verschiedener Gastronomietypen an den Angebotslücken in der Gastronomie im Viertel



Quelle: Eigene Erhebungen

Abb. 4.56: Anteile der gewünschten Eigenschaften des Angebots im Viertel



Quelle: Eigene Erhebungen

28% der Befragten beschrieben die aus ihrer Sicht bestehenden Angebotslücken zudem mit bestimmten Attributen. Aus dieser Personengruppe wünschten sich 29,8% ein besseres bzw. gutes Angebot (Abb. 4.56), insbesondere bei den Einzelhändlern und Gastronomiebetrieben. Offensichtlich ist in vielen Bereichen zwar ein Produktangebot vorhanden, das jedoch gewisse Qualitätsmängel aufweist und dadurch den Bedürfnissen der Kunden nicht genügt. Gleichzeitig wünschten sich 16,4% ein preisgünstigeres Angebot in Geschäften und Gastronomie. Hierin dürfte sich unter anderem der hohe Anteil von Studierenden widerspiegeln, der im Viertel lebt. Weitere gewünschte Eigenschaften des Angebots im Viertel waren ein individuelleres Angebot bzw. eine geringere Anzahl von Filialisten und Ketten (14,4%), das Angebot zertifizierter Produkte wie Bio oder Fair Trade (12,3%) in Geschäften und Gastronomie sowie vegetarischer bzw. veganer Produkte (9,6%). Sonstige genannte Attribute betrafen eine gemütlichere Atmosphäre (8,2%), ein kindergerechtes Angebot (6,2%) sowie mehr alternative Angebote (3,4%).

4.3.4 Kopplungsverhalten der Passanten im Viertel mit der Bremer Innenstadt

In diesem Abschnitt sollen Verflechtungsbeziehungen zwischen dem BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor und der Bremer Innenstadt aufgezeigt werden. Als Indikator wurde das Kopplungsverhalten der befragten Passanten im Viertel verwendet. Als Koppler werden diejenigen Passanten bezeichnet, die bei der Befragung angaben, dass sie vor ihrem Besuch im Viertel in der Bremer Innenstadt waren oder vorhaben, im Anschluss daran die Innenstadt aufzusuchen. Die folgenden Leitfragen sollen durch die Analyse geklärt werden:

- Wie eng sind das BID „Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor“ und die Bremer Innenstadt über das Kopplungsverhalten der Passanten miteinander verflochten? Handelt es sich um einen regen Austausch der vermuten lässt, dass die beiden Bereiche sich funktionell ergänzen oder sind die Bereiche im Hinblick auf die Passantenströme voneinander abgekoppelte Bereiche?
- Welche Differenzierungen im Hinblick auf die Herkunft der befragten Passanten sowie die Befragungsstandorte und den Wochentag der Befragung lassen sich feststellen?
- Die Frage nach dem Kopplungsverhalten ist insbesondere für den im Innovationsbereich ansässigen Einzelhandel relevant, so dass eine weitere Sonderauswertung für die Gruppe der befragten Passanten vorgenommen wurde, die einen Einkauf als Hauptzweck ihres Aufenthalts im Viertel genannt haben.

Die nachfolgende Tabelle 4.29 stellt das Kopplungsverhalten der befragten Passanten im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor insgesamt dar.

Tab. 4.29: Kopplungsverhalten der Passanten im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor mit der Bremer Innenstadt

	ja	nein	weiß nicht / keine Antwort
Waren Sie heute vor dem Besuch im Viertel in der Bremer Innenstadt	283 (25,6%)	821 (74,3%)	1 (0,1%)
Beabsichtigen Sie heute im Anschluss Ihres Aufenthalts im Viertel noch in die Bremer Innenstadt zu gehen	258 (23,3%)	797 (72,1%)	50 (4,5%)
Abzüglich der Anzahl der Passanten, die auf beide Fragen mit „ja“ geantwortet haben	67 (6,1%)		
Koppler insgesamt	**474 (42,9%)**		

Quelle: Eigene Erhebung

Die Zahl der befragten Personen, die bereits vor ihrem Aufenthalt im Viertel die Bremer Innenstadt aufgesucht haben (283 Personen) oder im Anschluss daran in die Innenstadt wollen (258 Personen) ist ungefähr gleich groß. 67 Personen (6,1%) haben beide Fragen mit „ja“ beantwortet. Sie pendelten somit am Befragungstag zwischen der Innenstadt und dem Viertel hin und her und dürfen zur Ermittlung der Gesamtzahl der Koppler nicht doppelt gezählt werden. Insgesamt gaben 474 Personen (42,9%) an, sowohl die Innenstadt als auch das BID „Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor“ am Befragungstag aufgesucht zu haben. Angesichts der Entfernung zwischen den beiden Bereichen ist die Zahl der Koppler als hoch einzustufen. Zwi-

schen dem Marktplatz und dem Eingangsbereich zum BID beim Theater am Goetheplatz sind es immerhin rund 700m. Auf reine Einzelhandelsbereiche bezogen gelten bereits Entfernungen von 200-300m als Obergrenze, die von den Besuchern akzeptiert und als Voraussetzung für entsprechend intensive Verflechtungen genannt werden. Wissenschaftlich sehr gut untersucht ist das Kopplungsverhalten zwischen Besuchern von Shopping-Malls und den jeweiligen Fußgängerzonen. Dabei wird zwischen innenstadt-integrierten (bis 400m Entfernung) und den innenstadtnahen Shopping-Malls unterschieden. Letztere befinden sich in einer Entfernung zwischen 400-1500m von der Innenstadt. Monheim (2007) hat eine Übersicht entsprechender Studien erstellt, aus der hervor geht, dass bei einer Entfernung über 400m das Kopplungsverhalten von Passanten deutlich geringer ausfällt als in der vorliegenden Untersuchung für das Viertel und die Bremer Innenstadt festgestellt. Auch wenn sich diese Erkenntnisse aus der geographischen Handelsforschung nicht widerspruchsfrei auf die spezifische Situation des Viertels und der Innenstadt übertragen lassen, so unterfüttern sie dennoch die Einschätzung, dass sich in Bremen die Innenstadt und das Viertel funktional in einer besonderen Art und Weise ergänzen. Diese Ergänzung kann als eine wesentliche Ursache für das vergleichsweise intensive Kopplungsverhaltens der Passanten angesehen werden.

Tab. 4.30: Kopplungsverhalten der befragten Passanten im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor mit der Bremer Innenstadt differenziert nach dem Wohnort

	Wohnort im Viertel	Wohnort übriges Bremen	Wohnort außerhalb Bremens
Anteil der Koppler	37,7%	42,1%	58,9%

*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Differenziert man die Koppler nach ihrem Wohnort, so lässt sich feststellen, dass die Passanten, die außerhalb Bremens wohnen, deutlich häufiger die Innenstadt aufsuchen als die befragten Bewohner des Viertels (vgl. Tab. 4.30). Das Kopplungsverhalten nimmt erwartungsgemäß mit zunehmender Entfernung zur Innenstadt ab, wie die nach Befragungsstandorten differenzierte Auswertung zeigt (vgl. Tab. 4.31). In beiden Fällen sind die Unterschiede hochsignifikant. Demgegenüber lassen sich keine signifikanten Unterschiede hinsichtlich des Befragungstages feststellen. An den Wochentagen ist der Anteil der Koppler mit 42,9% nur unwesentlich höher als an einem Samstag (40,9%).

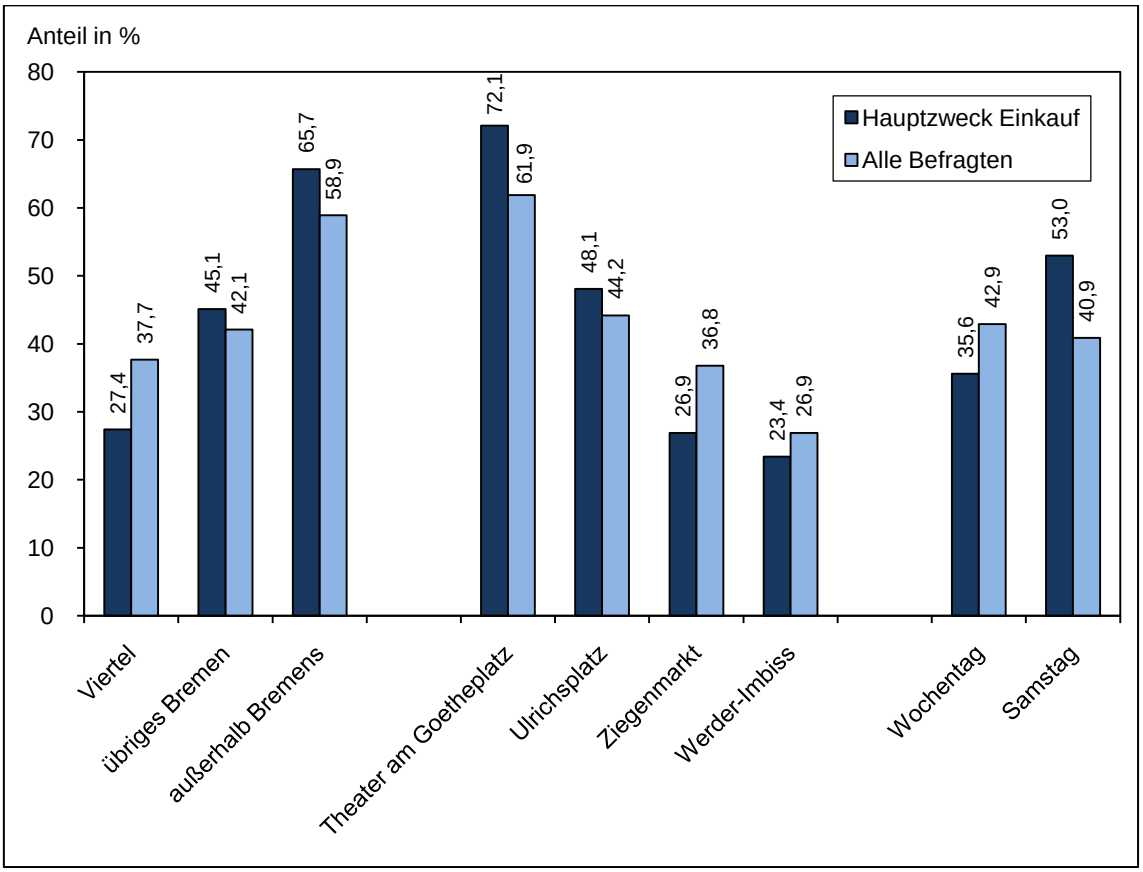
Tab. 4.31: Kopplungsverhalten der befragten Passanten im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor mit der Bremer Innenstadt differenziert nach dem Befragungsstandort

	Theater am Goetheplatz	Ulrichs-platz	Ziegen-markt	Werder-Imbiss
Anteil der Koppler	61,9%	44,2%	36,8%	26,9%

*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Wie in den meisten westdeutschen Städten werden auch in Bremen die zentralen Bereiche durch den Einzelhandel dominiert. Es stellt sich die Frage, ob im Hinblick auf den Einzelhandel das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor mit der Innenstadt verbunden ist. Zu diesem Zweck wurde das Kopplungsverhalten von den 260 befragten Passanten im Viertel gesondert ausgewertet, die angaben, dass ein Einkauf den Hauptzweck ihres Besuchs am heutigen Tag darstellt. Der Anteil der Koppler mit der Innenstadt innerhalb der Gruppe der „Einkäufer“ im Viertel unterscheidet sich mit 40,0% nicht signifikant von der Grundgesamtheit aller befragten Personen (42,9%). Führt man die differenzierten Analysen nach Wohnort, Befragungsstandort sowie dem Wochentag der Befragung durch, so lassen sich jedoch einige bemerkenswerte Unterschiede feststellen (Abb. 4.57).

Abb. 4.57: Anteil der Koppler unter den befragten Passanten, die als Hauptzweck des Besuchs im Viertel einen Einkauf angaben, differenziert nach Wohnort, Befragungsstandort und Befragungstag



Quelle: Eigene Erhebungen

Die gesonderte Betrachtung der Personen, deren Hauptzweck des Aufenthalts im Viertel ein Einkauf gewesen ist, zeigt, dass die im Viertel wohnenden Einkäufer seltener am gleichen Tag auch die Innenstadt aufsuchen, als die Vergleichsgruppe aller Viertelbewohner. Der Anteil der Koppler an den Viertelbewohnern mit dem Besuchszweck Einkauf beträgt 27,4%. Ohne die Differenzierung nach dem Hauptzweck des Besuchs waren es 37,7% Koppler. Das bedeutet, dass die überwiegende Mehrheit der Bewohner des Viertels ihre Einkäufe in der Regel im Viertel selbst erledigt. Demgegenüber sind die Personen, die nicht im Viertel wohnen und am

Befragungstag das Viertel mit dem Zweck des Einkaufs aufgesucht haben, etwas häufiger auch Besucher der Innenstadt. Gerade die Personen, die von außerhalb Bremens zum Hauptzweck Einkaufen ins Viertel gekommen sind, besuchten am Befragungstag auch die Innenstadt. Der Anteil der Einkäufer von außerhalb, die zugleich Koppler mit der Innenstadt waren, betrug 65,7%.

Analysiert man das Kopplungsverhalten der Einkäufer im Viertel im Vergleich zu allen Befragten, so zeigen sich desweiteren deutliche Unterschiede bezüglich der Befragungsstandorte. Die zuvor angesprochene Bedeutung der Entfernung zwischen der Innenstadt und dem jeweiligen Befragungsstandort ist bei der Gruppe der Einkäufer im Vergleich zu allen befragten Personen nochmals deutlicher ausgeprägt.

Auch hinsichtlich der Befragungstage zeigt sich ein statistisch signifikanter Unterschied ($\alpha = 5$ % - Niveau). Die befragten Einkäufer im Viertel besuchten am Wochenende (Samstag) deutlich häufiger auch die Bremer Innenstadt (53,0%) als an einem normalen Wochentag (Montag - Freitag) (35,6%). Diese Differenz konnte bei der Gesamtgruppe aller befragten Personen nicht festgestellt werden. Der Unterschied zwischen dem Anteil der Koppler an einem Wochentag (42,9%) und dem Samstag (40,9%) betrug lediglich 2%-Punkte.

4.3.5 Attraktivität des BIDs Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor

Das folgende Unterkapitel behandelt die Attraktivität des BIDs aus Sicht der befragten Passanten. Dazu wurde in einem ersten Schritt nach **spontanen Assoziationen** bei der Betrachtung der unmittelbaren Umgebung des Befragungsstandorts gefragt. Die offenen Antworten wurden daraufhin in Kategorien eingeteilt. Die zehn am häufigsten genannten Assoziationen je Standort werden in Tabelle 4.32 dargestellt.

Tab. 4.32: Spontane Assoziationen bezüglich der Umgebung des Befragungsstandorts

Kernbegriffe bezüglich der geäußerten Assoziationen (Mehrfachantworten möglich)	**Nennungen**	
	abs.	**in %**
Theater am Goetheplatz (n = 273, Antwortquote: 96,3%)		
1. Flair / Ambiente	56	21,3%
2. bunt / multikulturell	54	20,5%
3. alternativ	45	17,1%
4. lebendig	44	16,7%
5. schön	35	13,3%
6. Kultur / Kunst	33	12,5%
7. Einkaufen	20	7,6%
7. Gastronomie / ausgehen / Kneipen	20	7,6%
7. gemütlich	20	7,6%
10. grün	19	7,2%
Ulrichsplatz (n = 276, Antwortquote: 94,9%)		
1. bunt / multikulturell	67	25,6%
2. Flair / Ambiente	60	22,9%
3. lebendig	58	22,1%
4. schön	44	16,8%
5. alternativ	23	8,8%
6. gemütlich	17	6,5%
7. Gastronomie/ausgehen/Kneipen	15	5,7%
8. Architektur	10	3,8%
8. Einkaufen	10	3,8%
10. Kultur / Kunst	7	2,7%
Ziegenmarkt (n = 285, Antwortquote: 97,9%)		
1. Baustelle	63	22,6%
2. lebendig	56	20,1%
3. bunt / multikulturell	50	17,9%
4. dreckig / hässlich	36	12,9%
5. Flair / Ambiente	35	12,5%
6. alternativ	31	11,1%
7. Markt	20	7,2%
8. Gastronomie/ausgehen/Kneipen	17	6,1%
9. schön	16	5,7%
10. Drogen	12	4,3%
Werder-Imbiss (n = 271, Antwortquote: 94,5%)		
1. bunt / multikulturell	52	20,3%
2. lebendig	36	14,1%
3. dreckig / hässlich	32	12,5%
4. schön	23	9,0%
5. alternativ	19	7,4%
6. Einkaufen	14	5,5%
6. Flair / Ambiente	14	5,5%
6. Fußball	14	5,5%
9. Gastronomie/ausgehen/Kneipen	12	4,7%
10. wenig Grün	11	4,3%

Quelle: Eigene Erhebungen

Im BID-Bereich am Ostertorsteinweg waren an den beiden Befragungsstandorten „Flair/Ambiente“ sowie „bunt/multikulturell“ die am häufigsten genannten spontanen Assoziationen der Befragten. Lediglich die Reihenfolge der beiden Aspekte ist am Theater am Goetheplatz gegenüber dem Ulrichsplatz umgedreht. So wurde das „Flair/Ambiente“ am Theater am Goetheplatz etwas häufiger genannt (21,3%) als „bunt/multikulturell“ (20,5%). Mit dem Ulrichsplatz wurde „bunt/multikulturell“ häufiger assoziiert (25,6%) als das „Flair/Ambiente“, das allerdings mit 22,9% der Antwortenden immer noch den höchsten Wert aller vier Befragungsstandorte aufweist. Auf den Rängen drei bis fünf finden an den beiden Standorten sich ebenfalls die gleichen zentralen Begriffe, wenn auch in unterschiedlicher Reihenfolge. „Alternativ“, „lebendig“ und „schön“ sind am Ostertorsteinweg relativ einheitlich geweckte Assoziationen bei vielen Passanten gewesen. Als Spezifika wurden beim Goetheplatz die Assoziationen „Kunst und Kultur“ (12,5% der Antwortenden) sowie „grün“ (7,2%) deutlich häufiger als an den anderen Befragungsstandorten genannt. Hier finden sich zudem auf einem dreifach geteilten siebten Rang mit jeweils 7,6% (je 20 Nennungen) die Assoziationen „gemütlich“, „Einkaufen“ und „Gastronomie/ausgehen/Kneipen“ wieder. Diese drei Aspekte sind ebenso beim Ulrichsplatz auf den Rängen sechs, sieben und acht zu finden. Somit dominieren am Ostertorsteinweg eindeutig die positiv konnotierten Assoziationen.

Die Assoziationen bei den beiden Befragungsstandorten Vor dem Steintor weichen dagegen von den erhobenen Kernbegriffen der Standorte am Ostertorsteinweg ab. Am Ziegenmarkt wurde die besondere Situation der Rewe-Baustelle als sehr prägend empfunden und wurde von fast jedem Vierten (22,6%) genannt. Anschließend folgen die positiv konnotierten Assoziationen „lebendig“ (20,1%) sowie „bunt/multikulturell“ (17,9%). Diese beiden positiven Begriffe waren am Werder-Imbiss die zwei häufigsten Gedanken („bunt/multikulturell“ 20,3%, „lebendig“ 14,1%). Hier liegt auf dem dritten Platz die Assoziation „dreckig/hässlich“ (12,5 % der Antwortenden), die auch am Ziegenmarkt mit rund 12,9% am vierthäufigsten genannt wurde. Diese Aspekte wurden von den Befragten am Ostertorsteinweg nur ganz vereinzelt angegeben. Das besondere „Flair/Ambiente“ wurde erst als fünft- (Ziegenmarkt) bzw. sechsthäufigste (Werder-Imbiss) Assoziation genannt. Beim Standort Werder-Imbiss finden sich „schön“ (9%) und „alternativ“ (7,4%) auf den Rängen vier und fünf. Mit diesen Begriffen verbanden die befragten Passanten auch den Standort am Ziegenmarkt (Rang neun bzw. sechs). „Gastronomie/ausgehen/Kneipen“ wurde am Ziegenmarkt von 6,1% und am Werder-Imbiss von 4,7% der Antwortenden genannt. Standortspezifische Aspekte wie der „Markt“ (7,2% am Ziegenmarkt) und „Fußball“ (5,5% am Werder-Imbiss) ergänzen die allgemeinen Kernbegriffe, die für alle Standorte im Viertel gelten. Negative Aspekte lagen jeweils auf dem zehnten Rang: Am Ziegenmarkt wurde von 4,3% der Antwortenden die Drogenproblematik thematisiert, während am Werder-Imbiss 4,3% als spontane Assoziation „wenig Grün“ nannten. An den Befragungsstandorten im BID-Bereich Vor dem Steintor wurden gegenüber dem Ostertorsteinweg zudem mehr negativ konnotierte Einzelnennung getätigt, die in der Tabelle 4.32 nicht ersichtlich sind. So wurde ablehnend z.B. auf den „Trend zu Yuppie-Bewohnern“ und zur „Gentrifizierung“ hingewiesen oder es wurden verkehrliche Mängel mit dem Befragungsstandorten in Verbindung gebracht.

Insgesamt dominieren im BID Ostertorsteinweg/Vor dem Steintor vergleichsweise homogen die überwiegend positive Assoziationen wie „lebendig“, „bunt/multikulturell“, „Flair/Ambiente“, „schön“ und „alternativ“. Die aufgezeigten Differenzen zwischen den Standorten deuten zudem

darauf hin, dass von den Passanten die verschiedenen Bereiche unterschiedlich wahrgenommen werden. Innerhalb der positiven Gesamtwahrnehmung des Viertels hat jeder Befragungenstandort ein eigenes Profil, das gegebenenfalls in der Zukunft weiter entwickelt werden kann.

Nachdem im ersten Schritt die spontanen Assoziationen der befragten Personen zur unmittelbaren Umgebung des Befragungsstandorts erfasst wurden, sollten die Passanten in einem zweiten Schritt verschiedene **Attraktivitätsindikatoren anhand von Schulnoten bewerten**. Als letzte Kategorie wurde eine Schulnote für die Gesamtattraktivität der unmittelbaren Umgebung des Befragungsstandorts abgefragt. Die nachfolgende Tabelle 4.33 zeigt zunächst die Bewertung der Gesamtattraktivität differenziert nach den vier Befragungsstandorten.

Tab. 4.33: Bewertung der Gesamtattraktivität der unmittelbaren Umgebung des Befragungsstandorts nach Schulnoten

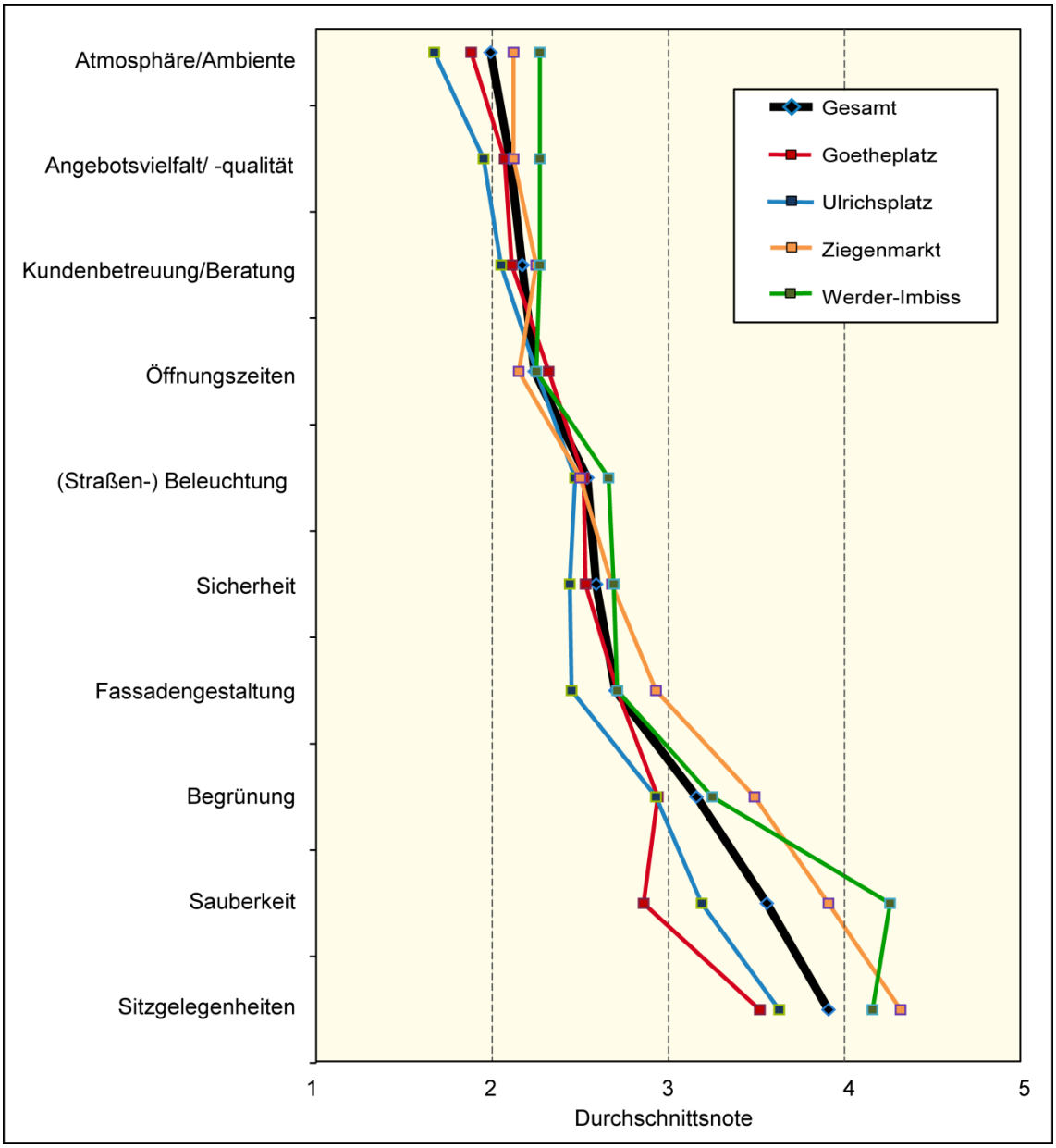
	sehr gut (1)	gut (2)	befriedigend (3)	ausreichend (4)	mangelhaft (5)	ungenügend (6)	**Durchschnittsnote**
Goetheplatz	18,0%	62,8%	16,5%	2,3%	0,4%	0,0%	**2,04**
Ulrichsplatz	23,2%	65,8%	10,3%	0,4%	0,4%	0,0%	**1,89**
Ziegenmarkt	13,2%	51,6%	27,8%	5,0%	2,5%	0,0%	**2,32**
Werder-Imbiss	11,8%	48,7%	27,8%	9,9%	0,4%	1,5%	**2,43**
Gesamt	**16,5%**	**57,2%**	**20,6%%**	**4,3%**	**0,9%**	**0,4%**	**2,17**

Quelle: Eigene Erhebungen

Insgesamt wurde die Attraktivität sehr positiv beurteilt. Die Durchschnittsnote über alle Standorte beträgt 2,17. Mit „sehr gut“ oder „gut“ bewerteten immerhin rund Dreiviertel (73,7%) der Befragten die Attraktivität der Umgebung ihres jeweiligen Befragungsstandortes. Die Handlungsbedarf signalisierenden Noten „ausreichend“ (4), „mangelhaft“ (5) und „ungenügend“ (6) wurden nur von 5,6% der Befragten vergeben.

Es zeigen sich jedoch Unterschiede zwischen den Standorten. Der Ulrichsplatz erhielt bezüglich der Gesamtattraktivität die beste Benotung (Durchschnittsnote 1,89). Fast 90% der Befragten vergaben eine „gute“ oder „sehr gute“ Note. Weniger als 1% der Befragten am Ulrichsplatz bewerteten die unmittelbare Umgebung an diesem Befragungsstandort mit „ausreichend“ oder schlechter. Ein „ungenügend“ wurde von keinem der befragten Passanten vergeben. Mit einer Durchschnittsnote von 2,04 folgt der Goetheplatz. Dieser Bereich wurde somit ebenfalls besser als das Mittel über alle Befragungsstandorte bewertet. Unterdurchschnittliche Noten bezüglich der Gesamtattraktivität erhielten der Ziegenmarkt (2,32) sowie die unmittelbare Umgebung am Werder-Imbiss. Aber auch am Werder-Imbiss empfand die überragende Mehrheit der befragten Personen (60,5%) die Umgebung als attraktiv, indem sie eine Note „gut“ oder „sehr gut“ vergaben. Mit einer Beurteilung von „ausreichend“ oder schlechter mahnten 11,8% der Passanten am Werder-Imbiss Handlungsbedarf zur Verbesserung der Gesamtattraktivität dieses Bereichs an. Die weitere Aufschlüsselung nach verschiedenen Attraktivitätsindikatoren ist der nachfolgenden Abbildung 4.58 zu entnehmen.

Abb. 4.58: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung der Befragungsstandorte



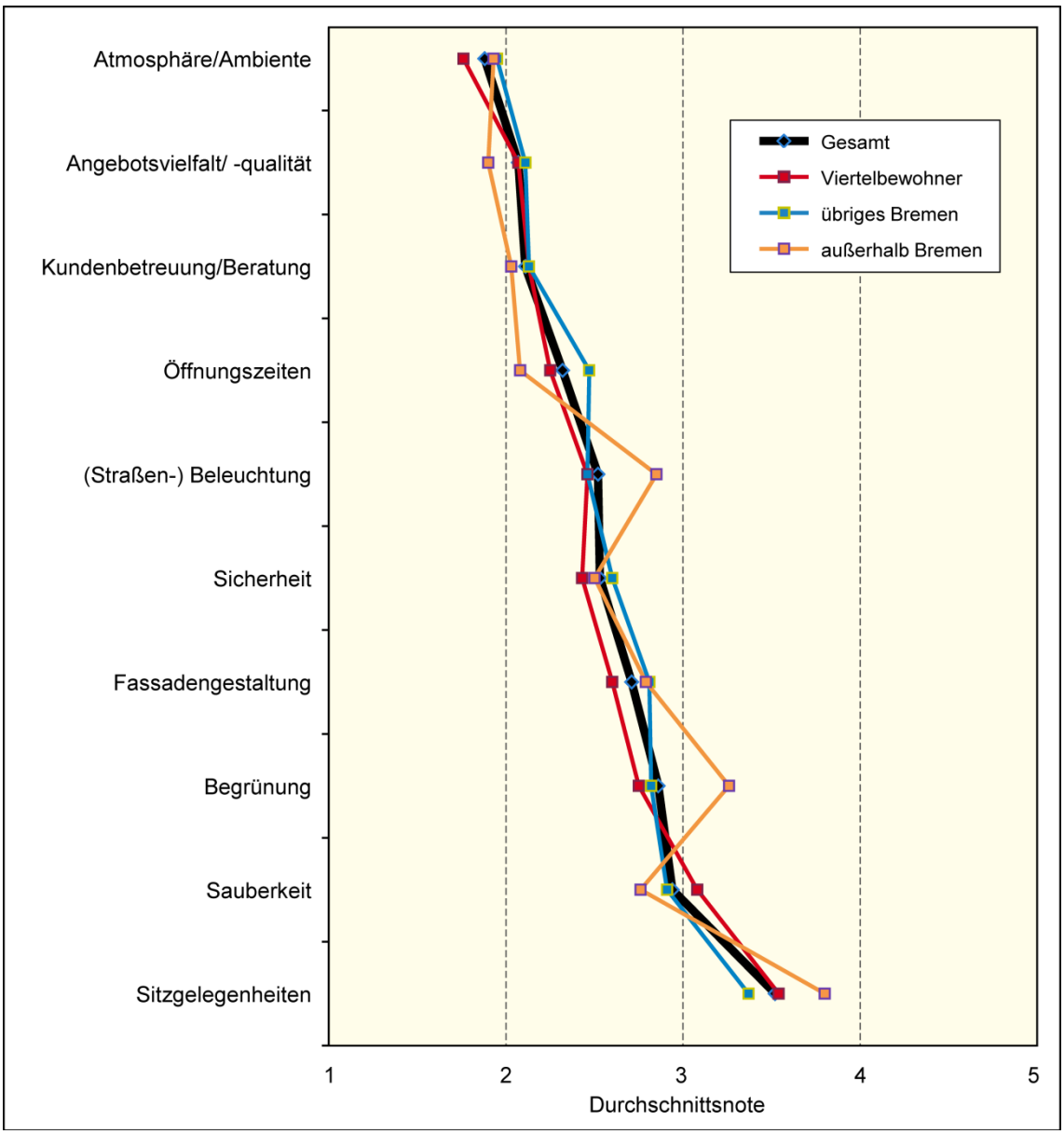
Quelle: Eigene Erhebungen

Die Durchschnittsnoten in den einzelnen Kategorien spiegeln die zuvor erfassten spontanen Assoziationen gut wider. So fallen die Bewertungen für die „Atmosphäre/Ambiente“ am Ulrichsplatz (1,67) und am Theater am Goetheplatz (1,88) erkennbar besser aus als für die beiden Standorte an der Straße Vor dem Steintor. Aber auch dort stellen die Durchschnittsnoten mit 2,12 am Ziegenmarkt und 2,27 am Werder-Imbiss eine positive Bewertung der wichtigen Kategorie „Atmosphäre/Ambiente“ dar. Ein relativ einheitliches Meinungsbild ergibt sich in Bezug auf die Kategorien „Angebotsvielfalt/-qualität“, „Kundenbetreuung/Beratung“, „Öffnungszeiten“, „(Straßen-) Beleuchtung“ und „Sicherheit“. In diesen Aspekten unterscheiden sich die vier Standorte im Innovationsbereich nur unwesentlich. Dabei fallen die gemittelten Noten für die „(Straßen-) Beleuchtung“ und die „Sicherheit“ mit 2,54 bzw. 2,59 im Gesamturteil

schon etwas hinter die vorher genannten und positiver bewerteten Aspekte zurück. Bei der Fassadengestaltung wurde der Ulrichsplatz mit 2,45 relativ gut, der Ziegenmarkt mit 2,93 etwas schlechter bewertet, während der Goetheplatz und der Werder-Imbiss beide mit 2,71 benotet wurden. Die Begrünung ist der erste Aspekt, der im Durchschnitt schlechter als „befriedigend“ (3) bewertet wurde (3,16). Der Ulrichsplatz (2,93) und Goetheplatz (2,94) schneiden hier etwas besser ab als der Werder-Imbiss (3,25) und der Ziegenmarkt (3,49). Die größte Diskrepanz gibt es aus Sicht der Passanten bei der „Sauberkeit“, bei der sich starke Unterschiede zwischen den Bereichen Ostertorsteinweg und Vor dem Steintor abzeichnen. So wurde der Goetheplatz mit 2,86 am besten bewertet, der Ulrichsplatz erzielte noch eine Note von 3,19. Deutlicher Handlungsbedarf wurde hingegen am Ziegenmarkt (3,91) und am Werder-Imbiss (4,26) von den Befragten signalisiert. Der am negativsten bewertete Aspekt waren die „Sitzgelegenheiten“ im Viertel, bei dem sich wieder eine Zweiteilung manifestiert. Am Goetheplatz (3,52) und Ulrichsplatz (3,63) fielen die Bewertungen hinsichtlich der „Attraktivität“ seitens der Passanten weniger ungünstig aus als am Werder-Imbiss (4,16) und am Ziegenmarkt (4,32).

Im nächsten Schritt erfolgt die differenzierte Analyse der einzelnen Befragungsstandorte nach unterschiedlichen Merkmalen der befragten Passanten. Zu diesem Zweck werden die Benotungen nach der Herkunft, dem Geschlecht und nach dem Alter der Passanten unterschieden. Damit die Altersklassen an den vier Standorten hinreichend besetzt sind, wurden drei Altersgruppen gebildet (unter 30 Jahre, 30 bis 59 Jahre, 60 Jahre und älter).

Abb. 4.59: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Theater am Goetheplatz differenziert nach der Herkunft der befragten Passanten

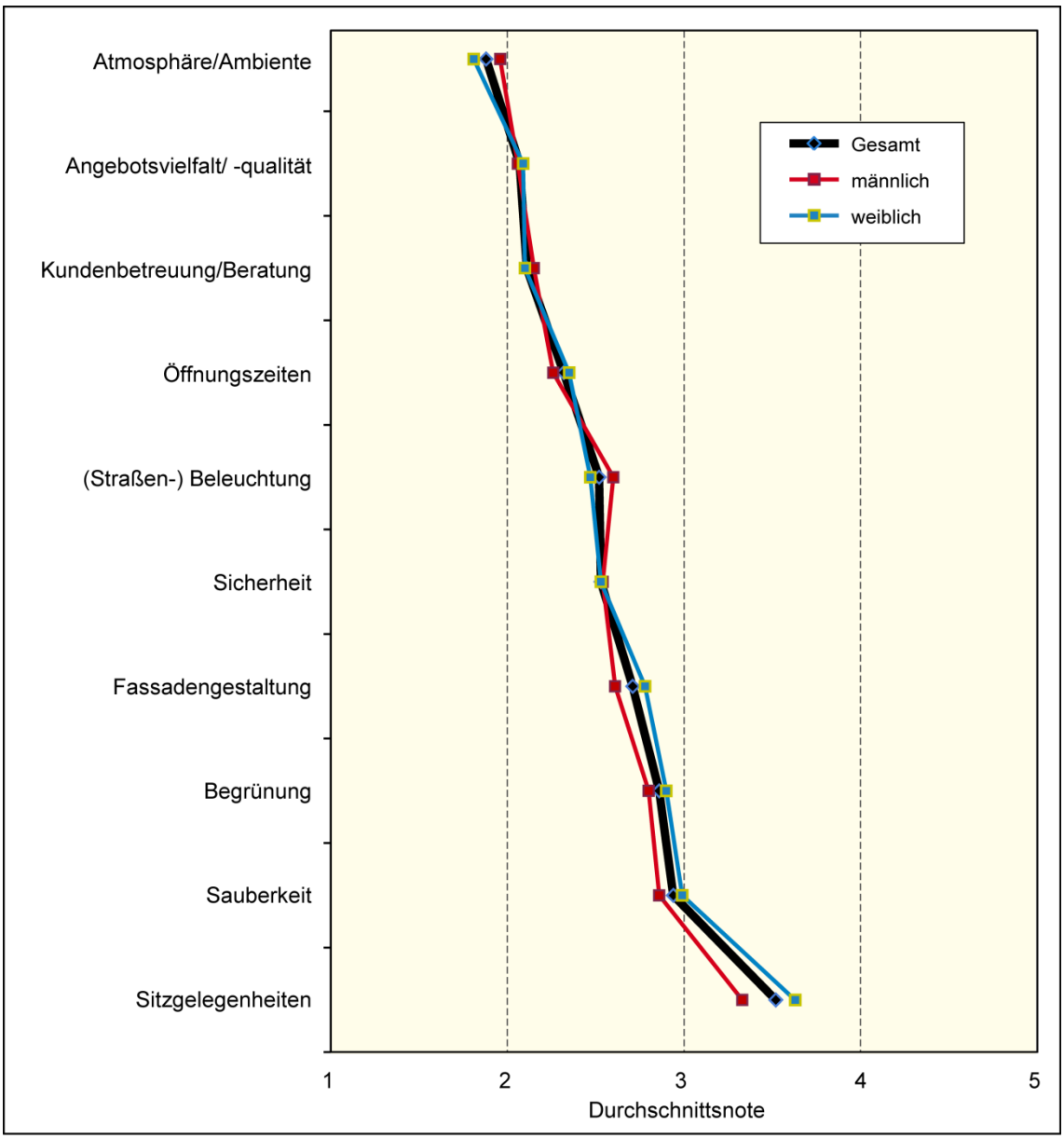


Quelle: Eigene Erhebungen

Die Herkunft der Passanten spielte bei der Bewertung der „Attraktivität“ der Umgebung des Goetheplatzes eine untergeordnete Rolle. Die Viertelbewohner bewerteten die Gesamtattraktivität mit einer Durchschnittsnote von 1,94 am besten. Die Befragten aus dem übrigen Bremen vergaben im Durchschnitt eine 2,14 während die Passanten, die von außerhalb Bremens kommen, der Attraktivität die Gesamtnote 2,02 gaben.

Schlechtere Noten als von den Viertelbewohnern und übrigen Bremern gab es von den Befragten von außerhalb Bremens für die Aspekte „Begrünung“, „Straßenbeleuchtung“ und „Sitzgelegenheiten“. Die „Öffnungszeiten“, die „Sauberkeit“ sowie die „Angebotsvielfalt/-qualität“ wurden von den auswertigen Passanten hingegen deutlich besser bewertet. Bei den anderen Aspekten gab es keine nennenswerten Abweichungen zwischen den jeweiligen Herkunftsgruppen.

Abb. 4.60: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Theater am Goetheplatz differenziert nach dem Geschlecht der befragten Passanten

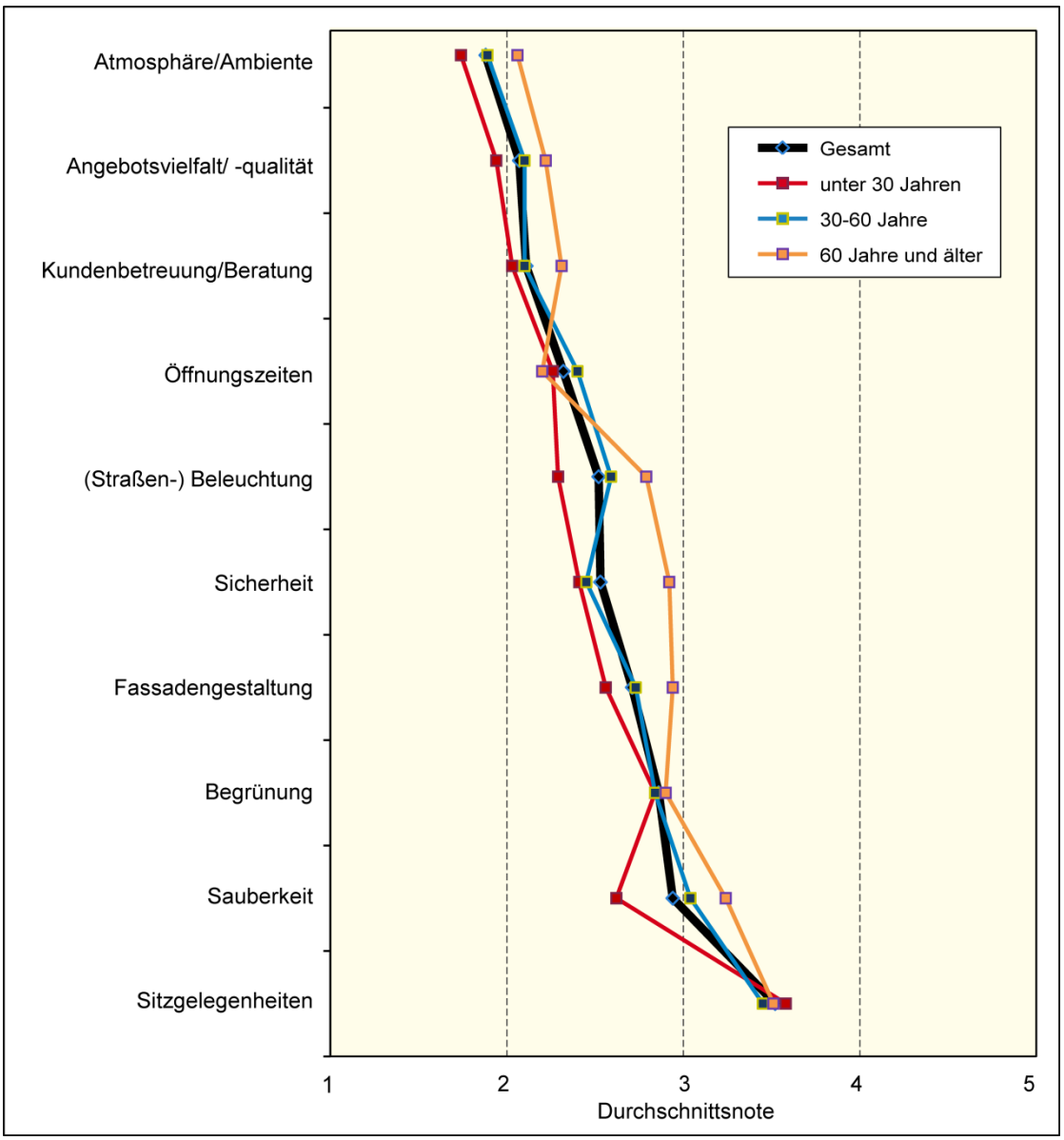


Quelle: Eigene Erhebung

Zwischen den Geschlechtern gibt es kaum Unterschiede im Hinblick auf die Bewertung der Attraktivität der Umgebung des Goetheplatzes. Von den weiblichen Befragten wurde insgesamt die Durchschnittsnote 2,01 und von den männlichen Befragten eine 2,09 vergeben.

Die Bewertung der einzelnen Aspekte ist ähnlich homogen. Ein kleiner Unterschied ist noch bei dem Aspekt „Sitzgelegenheiten“ zu sehen, den die Männer mit einer 3,33 im Durchschnitt etwas besser bewerteten als die Frauen mit 3,63. Kleinere Differenzen lassen sich im Hinblick auf die „Fassadengestaltung“ und die „Sauberkeit“ feststellen. Beide Aspekte wurden von den männlichen Befragten (2,61 bzw. 2,86) etwas besser bewerten als von den weiblichen Passanten (2,78 bzw. 2,99). Die Frauen bewerteten dafür die Atmosphäre etwas positiver als die Männer (1,81 gegenüber 1,96).

Abb. 4.61: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Theater am Goetheplatz differenziert nach dem Alter der befragten Passanten

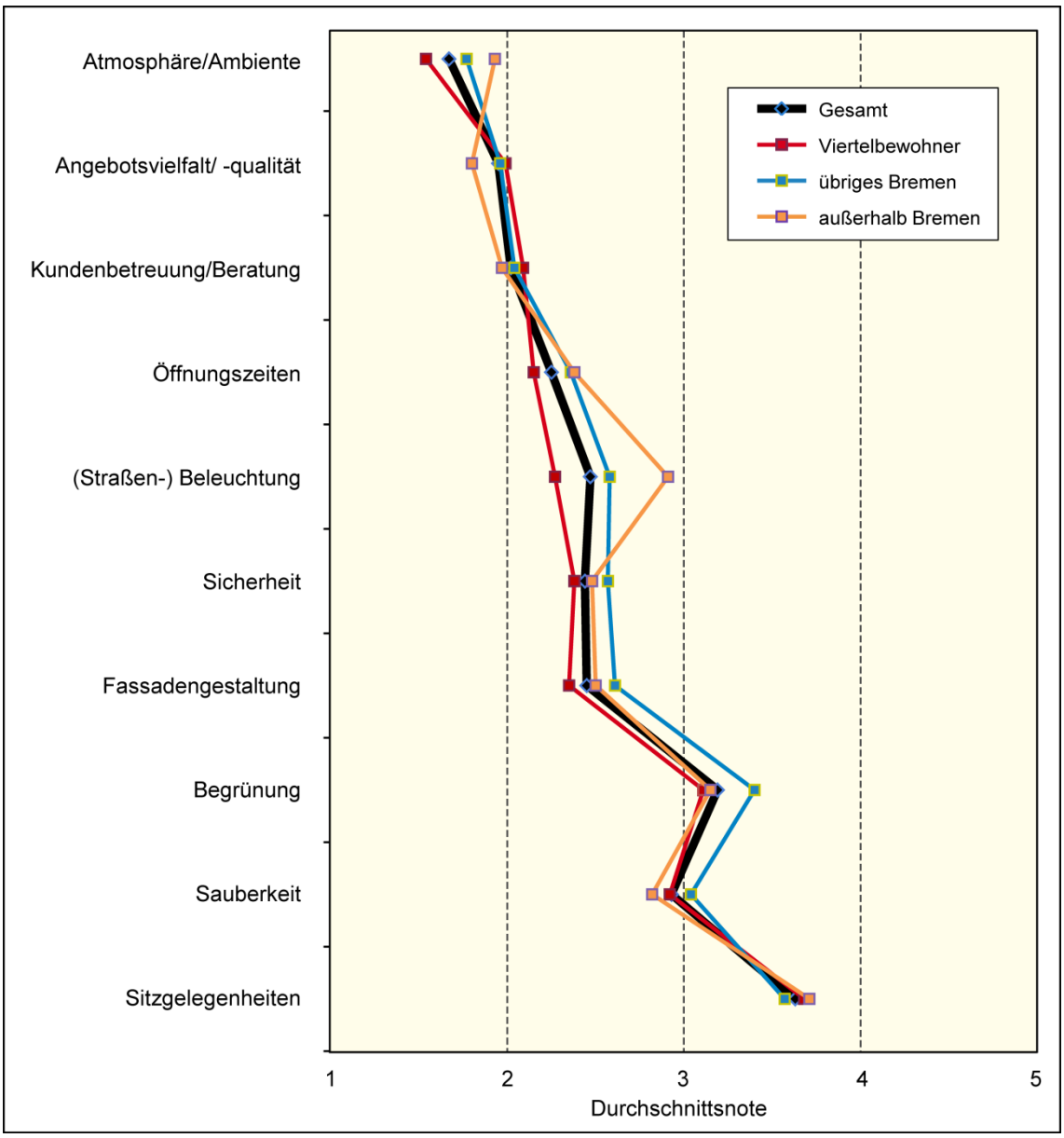


Quelle: Eigene Erhebung

Die Bewertung der Attraktivität der Umgebung des Goetheplatzes nach Altersklassen offenbart größere Unterschiede. Die Gesamtnote fällt bei den unter 30jährigen (1,99) und den Passanten zwischen 30 und 59 Jahren (2,01) ähnlich positiv aus. Die über 60jährigen Passanten bewerteten die Gesamtattraktivität hingegen mit 2,20 etwas negativer.

Mit steigendem Alter wurde die „Sauberkeit“ zunehmend negativer benotet. Die unter 30jährigen vergaben für diesen Aspekt die Durchschnittsnote 2,62, während die 30-59jährigen die Sauberkeit mit 3,04 und die 60 Jahre und älteren Befragten mit 3,24 benoteten. Ähnliche Bewertungsmuster lassen sich bezüglich der „Sicherheit“ (2,41 – 2,45 – 2,92), der „Straßenbeleuchtung“ (2,29 – 2,59 – 2,79) und der „Fassadengestaltung“ (2,56 – 2,73 – 2,94) sowie in etwas abgeschwächter Form bei den Aspekten „Atmosphäre/Ambiente“ (1,74 – 1,89 – 2,06), „Kundenberatung“ (2,03 – 2,10 – 2,31) und „Angebotsvielfalt“ (1,94 – 2,10 – 2,22) feststellen.

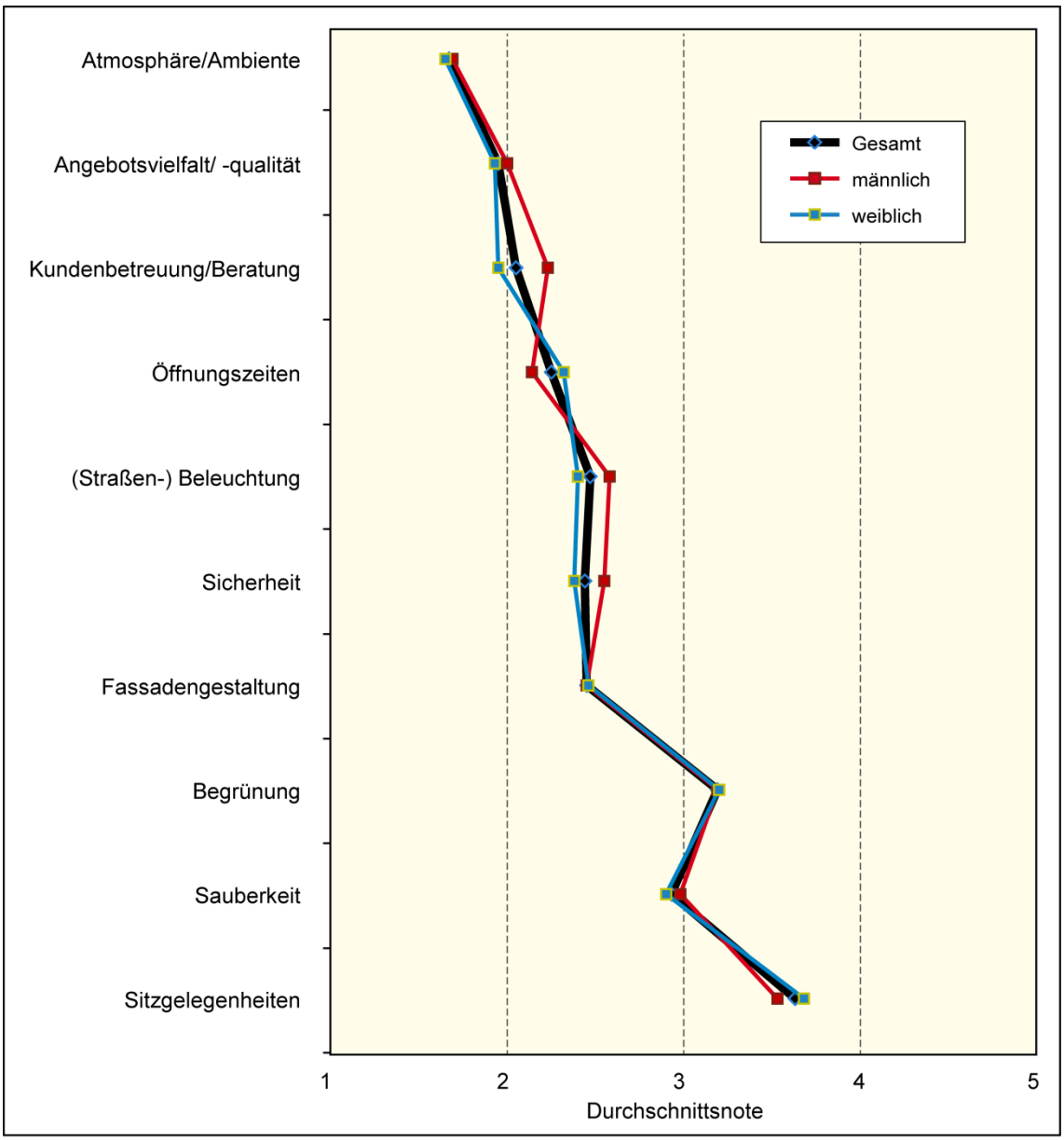
Abb. 4.62: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Ulrichsplatz differenziert nach der Herkunft der befragten Passanten



Quelle: Eigene Erhebung

Die Bewertung der Attraktivität der Umgebung des Ulrichsplatzes unterscheidet sich in einigen Aspekten hinsichtlich der Herkunft der befragten Personen. Die Viertelbewohner benoteten die Gesamtattraktivität mit 1,75 besser als den Passanten aus dem übrigen Bremen (2,02) sowie die Personen die außerhalb Bremens wohnen (ebenfalls 2,02). Diese Unterschiede basieren nur auf relativ wenigen Aspekten, die unterschiedlich benotet wurden. So lassen sich größere Notenabstände der Viertelbewohner zu den anderen Antwortenden bei der Bewertung der „Straßenbeleuchtung“ und der „Atmosphäre/Ambiente“ feststellen. Hinsichtlich der Beurteilung der „Fassadengestaltung“, der „Sicherheit“ und der „Öffnungszeiten“ waren die Viertelbewohner zwar auch etwas positiver als die anderen Passanten gestimmt, aber der Abstand ist deutlich geringer. Die Besucher von außerhalb Bremens vergaben bei der „Angebotsvielfalt/-qualität“, der „Sauberkeit“ und „Kundenbetreuung/-beratung“ die positivsten Noten der drei Gruppen.

Abb. 4.63: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Ulrichsplatz differenziert nach dem Geschlecht der befragten Passanten

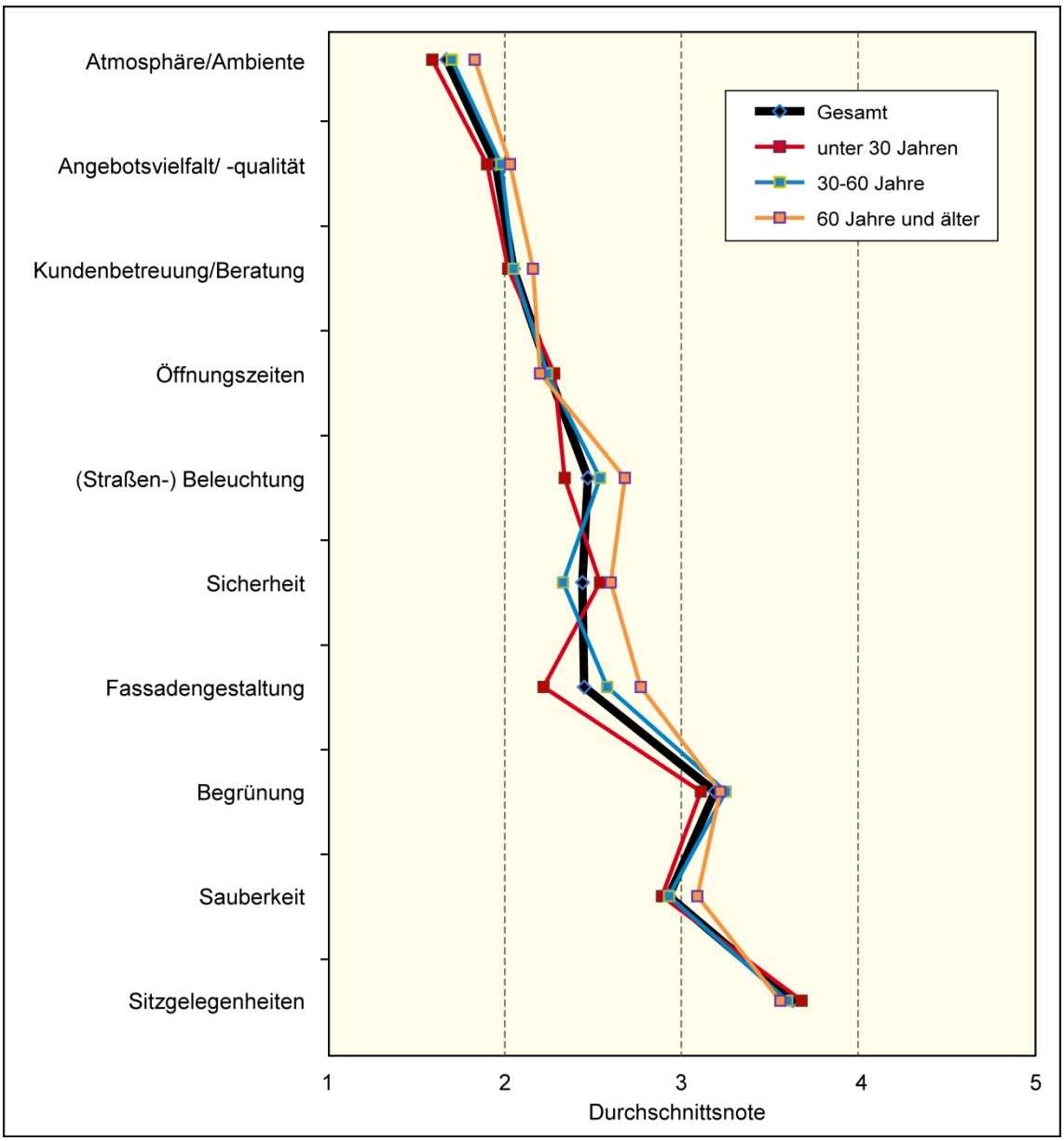


Quelle: Eigene Erhebung

Die Differenzierung nach Geschlecht ergibt hinsichtlich der vergebenen Gesamtnote für die Attraktivität keine großen Unterschiede. Die weiblichen Passanten bewerteten die Gesamtattraktivität im Durchschnitt mit 1,91, während die männlichen Passanten eine 1,85 vergaben.

Nur in wenigen der abgefragten Attraktivitätskategorien lassen sich am Ulrichsplatz geschlechterspezifische Differenzen erkennen. So wurden von den Männern etwas schlechtere Noten bei der „Kundenbetreuung-/beratung“, der „Sicherheit“ und der „Straßenbeleuchtung“ vergeben als von den Frauen. Die weiblichen Befragten bewerteten wiederum die „Sitzgelegenheiten“ und die „Öffnungszeiten“ etwas negativer als ihre männlichen Pendants.

Abb. 4.64: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Ulrichsplatz differenziert nach dem Alter der befragten Passanten

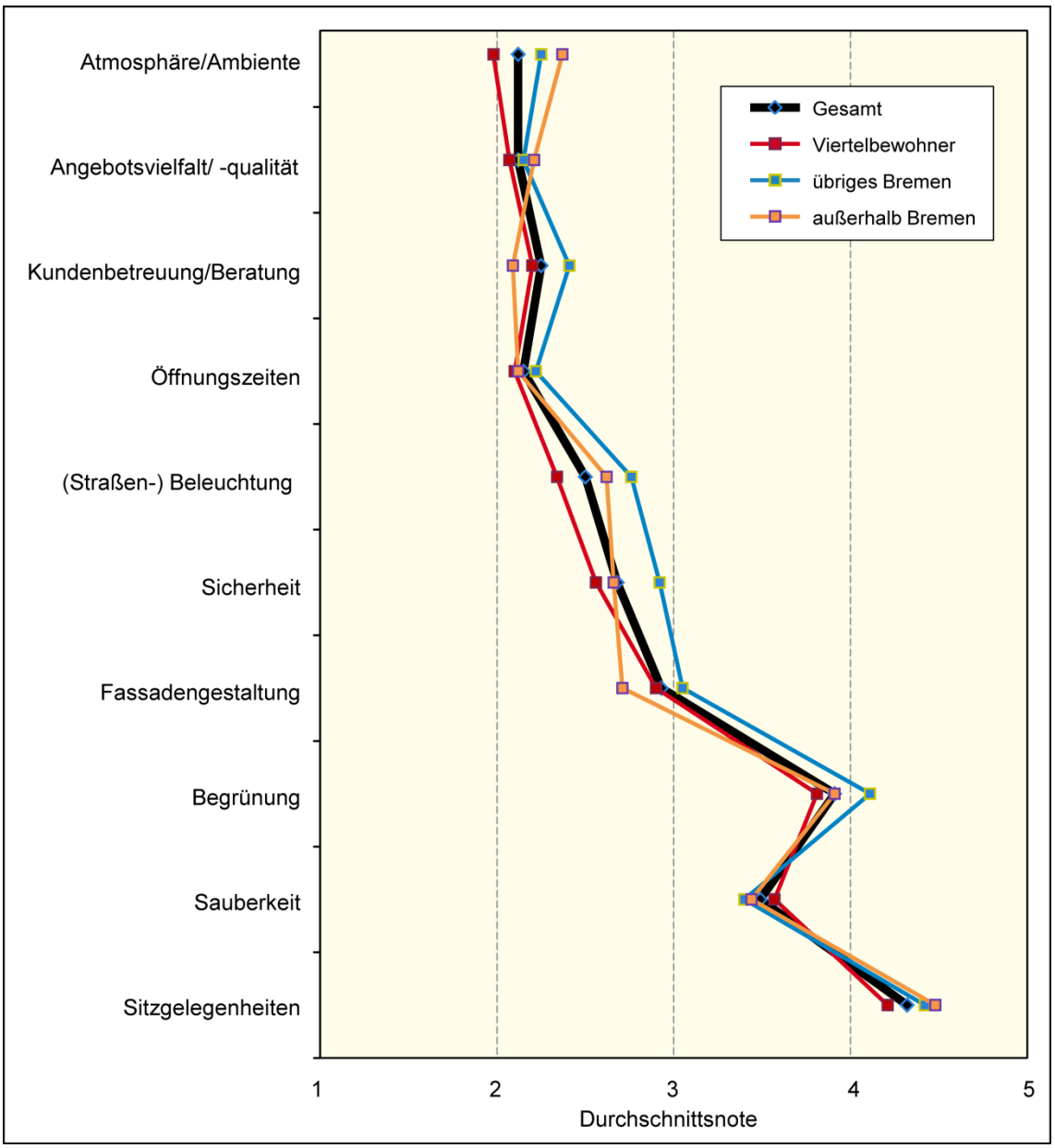


Quelle: Eigene Erhebung

Die Bewertung der Gesamtattraktivität des Ulrichsplatzes folgte der Devise: je jünger die befragte Person desto besser die Note. Die unter 30 Jahre alten Befragten vergaben eine 1,84 im Durchschnitt, während von den 30-59jährigen im Mittel die Note 1,91 genannt wurde. Die ältere Gruppe der über 60jährigen war mit einem Wert von 2,00 etwas kritischer.

Dieses Muster spiegelt sich in folgenden Aspekten wider. Insbesondere die „Fassadengestaltung“ wurde in der Umgebung des Ulrichsplatzes mit zunehmendem Alter negativer bewertet (unter 30 Jahre 2,22 - 30 bis 59 Jahre 2,58 - 60 Jahre und älter 2,77). Ähnlich verhält es sich bei der „Straßenbeleuchtung“ (2,34 – 2,54 – 2,68), der „Atmosphäre/Ambiente“ (1,59 – 1,70 – 1,83) und der „Sauberkeit“ (2,89 – 2,93 – 3,09). Umgekehrt sieht es bei der Bewertung der „Sitzgelegenheiten“ (3,68 – 3,60 – 3,56) und den „Öffnungszeiten“ (2,28 – 2,24 – 2,20) aus.

Abb. 4.65: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Ziegenmarkt differenziert nach der Herkunft der befragten Passanten

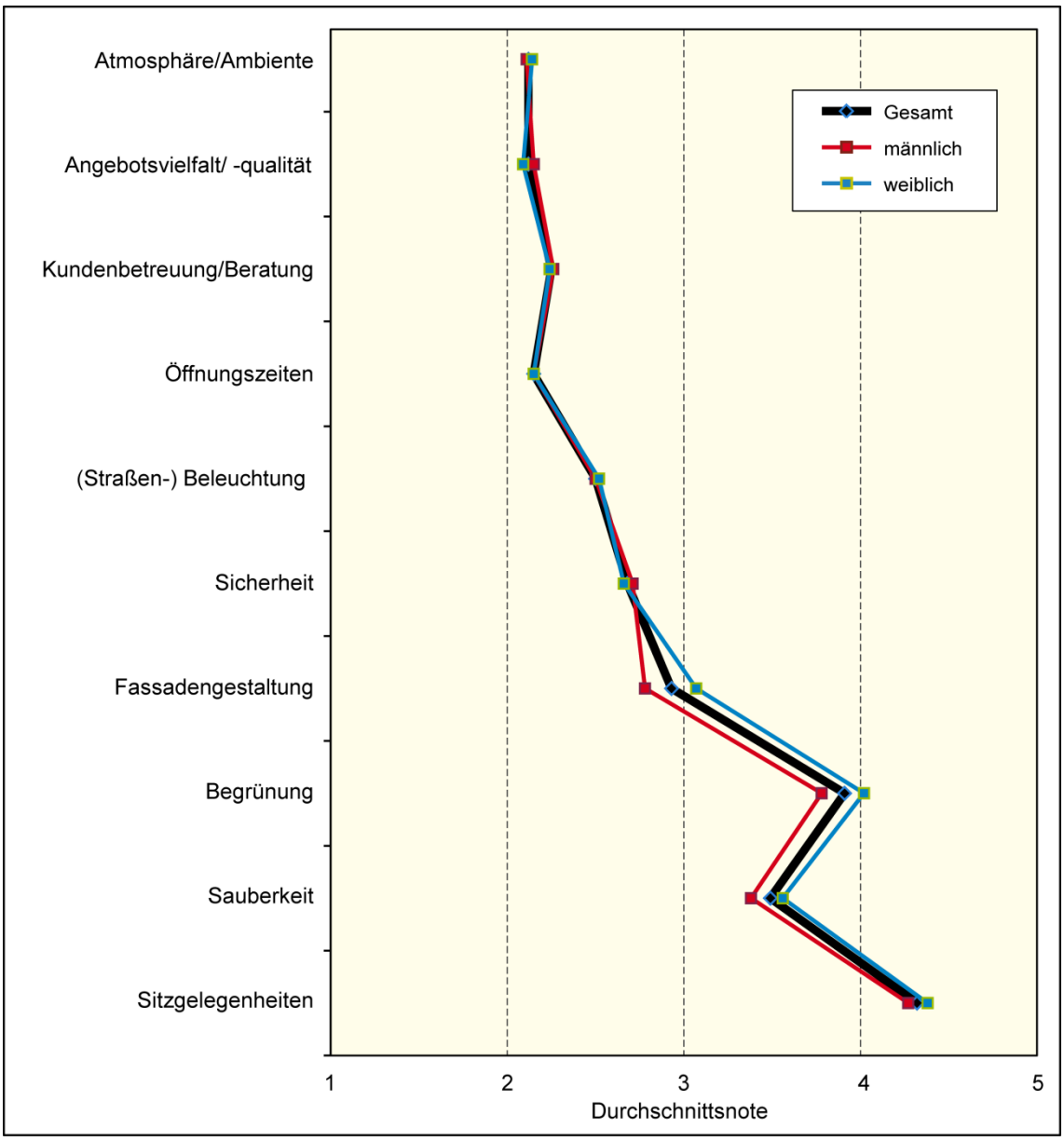


Quelle: Eigene Erhebung

Bei der Bewertung der Gesamtattraktivität der Umgebung des Ziegenmarktes lagen die Viertelbewohner (2,25) etwas vor den übrigen Bremern (2,40) und den Passanten von außerhalb Bremen (2,41).

Die Kategorie „Atmosphäre/Ambiente“ wurde von den Viertelbewohnern am meisten geschätzt (1,98), die übrigen Bremer (2,25) und die Passanten von außerhalb (2,37) folgten mit etwas Abstand. Ähnlich sieht das Verhältnis bei der Bewertung der „Angebotsvielfalt/-qualität“ (2,07 – 2,15 – 2,21) und, allerdings auf deutlich negativerem Niveau, ebenso bei den „Sitzgelegenheiten“ (4,21 – 4,42 – 4,48) aus. Gleich bei sechs Aspekten („Fassadengestaltung“, „Begrünung“, „Straßenbeleuchtung“, „Sicherheit“, „Öffnungszeiten“, „Kundenbetreuung/-beratung“) vergaben die Befragten aus dem übrigen Bremen mit z.T. deutlichem Abstand die schlechtesten Noten im Vergleich zu den anderen Gruppen.

Abb. 4.66: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Ziegenmarkt differenziert nach dem Geschlecht der befragten Passanten

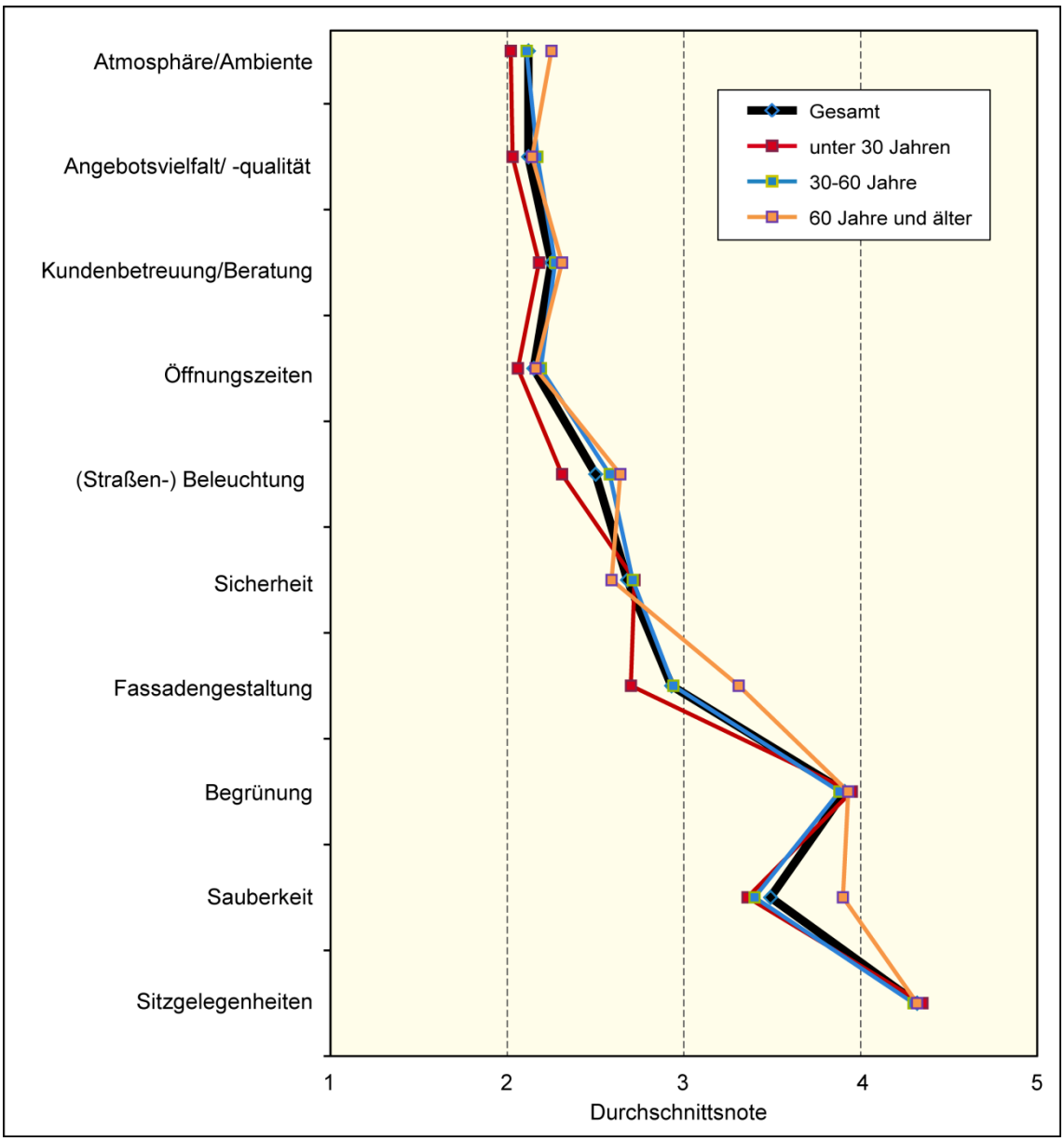


Quelle: Eigene Erhebung

Auch am Ziegenmarkt lassen sich nur sehr gering ausgeprägte geschlechtsspezifische Differenzen feststellen. Die männlichen Befragten bewerteten die Gesamtattraktivität mit 2,26 besser als die weiblichen Befragten (2,39).

Lediglich in zwei Kategorien sind leichte Differenzen erkennbar. So wurde von den Männern die „Fassadengestaltung“ (männlich 2,78 – weiblich 3,07) und die „Begrünung“ (3,78 – 4,02) besser benotet als von den Frauen. In etwas abgeschwächter Form zeigt sich auch ein Unterschied im Urteil hinsichtlich der „Sauberkeit“ (3,38 – 3,56) und der „Sitzgelegenheiten“ (4,27 – 4,38).

Abb. 4.67: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Ziegenmarkt differenziert nach dem Alter der befragten Passanten

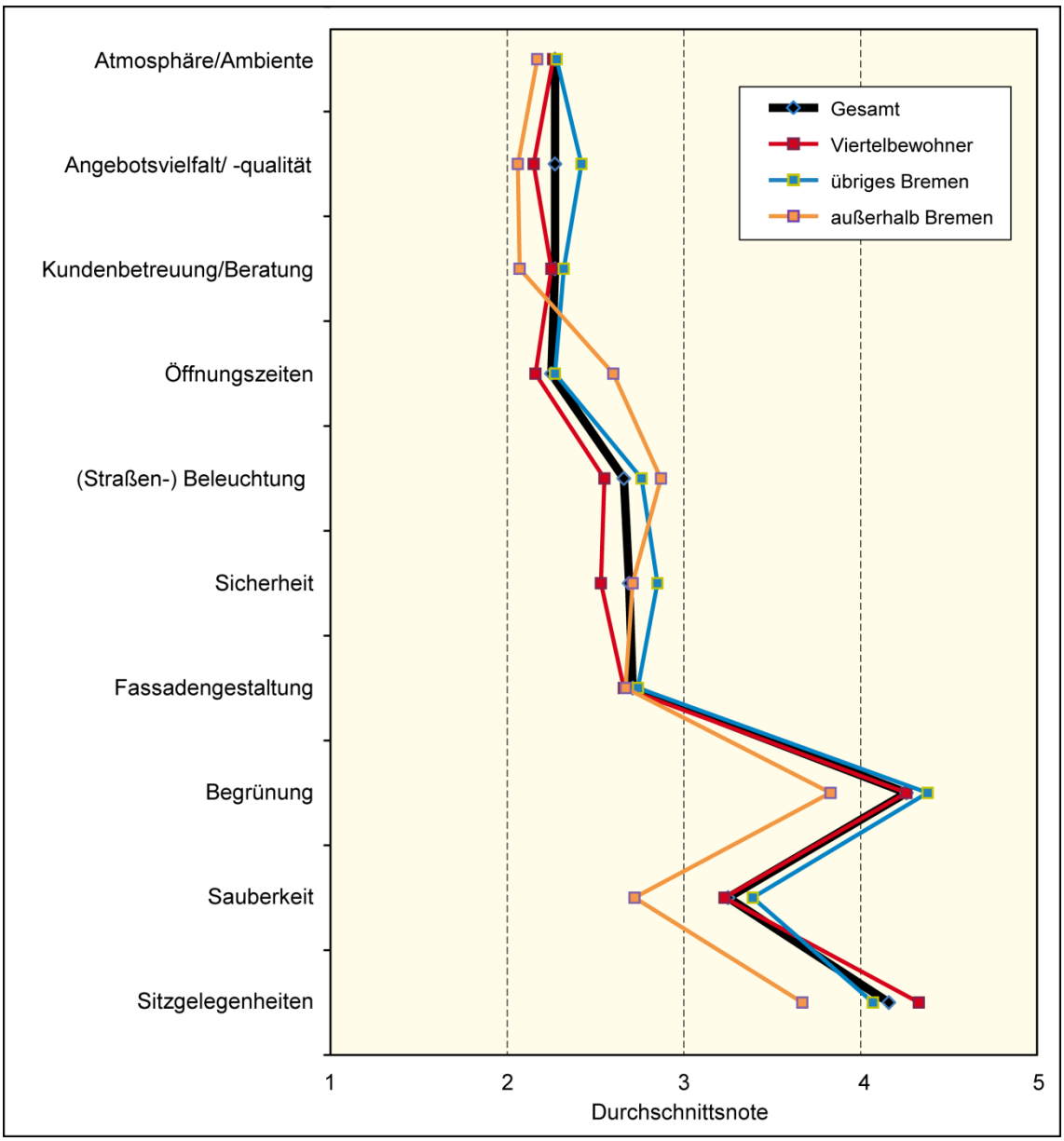


Quelle: Eigene Erhebung

Auch am Ziegenmarkt werden bezüglich der Gesamtattraktivität mit zunehmendem Alter schlechtere Noten vergeben. Die unter 30jährigen vergaben die beste Durchschnittsnote (2,18), die 30-59 Jahre alten Befragten eine 2,33. Das schlechteste Urteil sprachen die 60 Jahre und älteren Passanten aus (2,52).

Dieses Muster wiederholt sich insbesondere bei der Bewertung der „Fassadengestaltung“, die von der jüngsten Altersklasse (unter 30 Jahre) mit 2,70 um mehr als sechs Zehntel positiver bewertet wurde als von der ältesten Altersklasse (60 Jahre und älter) mit 3,31. Ähnlich, aber etwas weniger ausgeprägt, sieht es bei der „Sauberkeit“ (3,36 – 3,40 – 3,90), der „Straßenbeleuchtung“ (2,31 – 2,58 – 2,64) und der „Atmosphäre/Ambiente“ aus (2,02 – 2,11 – 2,25). Interessanterweise fühlten sich die älteren Passanten am sichersten (2,59), während die unter 30jährigen diesbezüglich am Ziegenmarkt die schlechteste Durchschnittsnote vergaben (2,72).

Abb. 4.68: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Werder-Imbiss differenziert nach der Herkunft der befragten Passanten

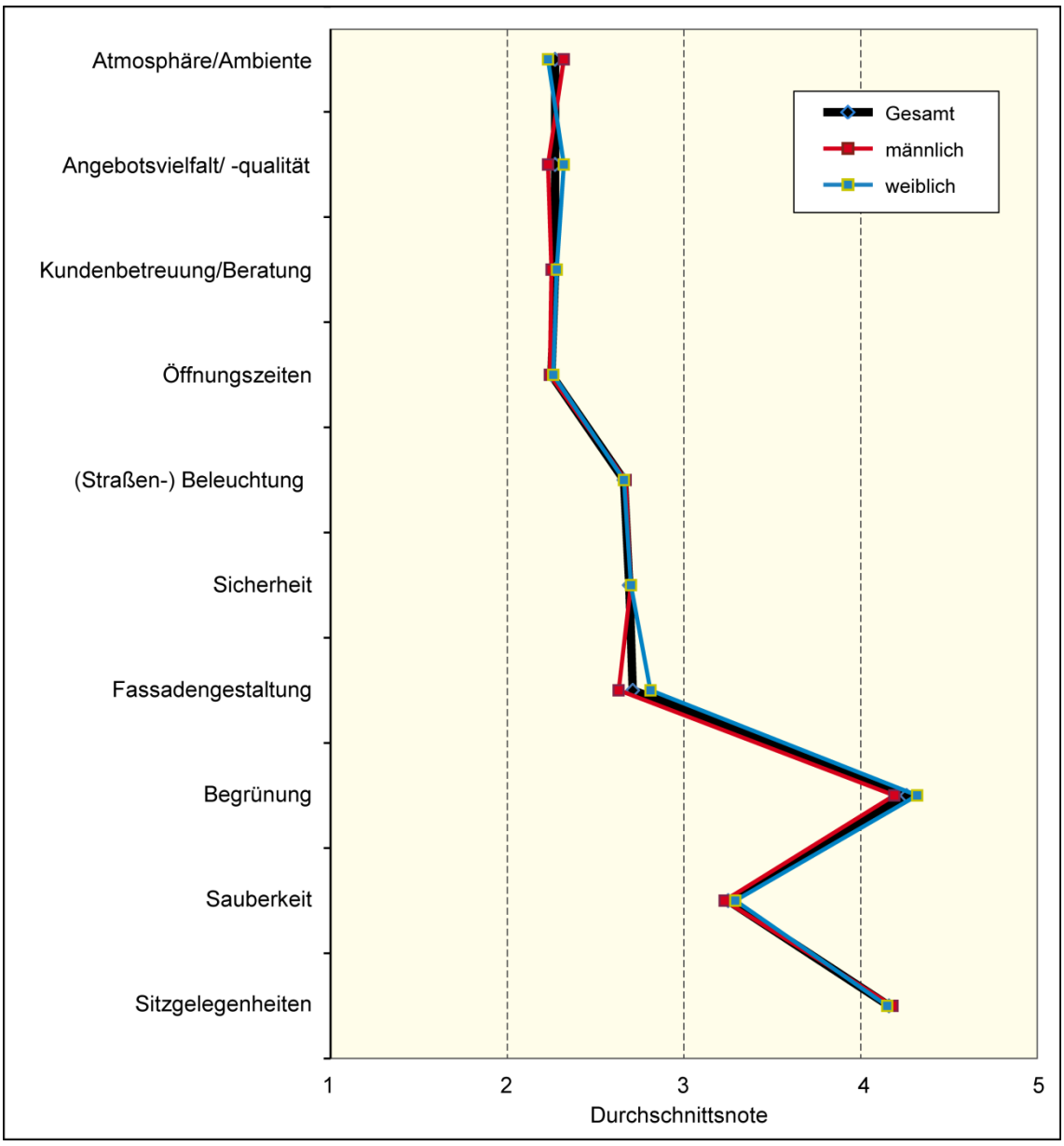


Quelle: Eigene Erhebung

Am Werder-Imbiss lassen sich bei der durchschnittlichen Beurteilung der Gesamtattraktivität keine relevanten Unterschiede im Hinblick auf die Herkunft der befragten Passanten feststellen. Die Viertelbewohner und jene von außerhalb Bremen vergaben im Mittel eine 2,44, die übrigen Bremer die Durchschnittsnote 2,41.

Dabei sind in mehreren einzelnen Aspekten die Passanten von außerhalb deutlich positiver als die Viertelbewohner oder übrigen Bremer. So klaffen die Werte bei der Begrünung (Viertelbewohner 4,26 – übrige Bremer 4,38 – außerhalb Bremen 3,83), der Sauberkeit (3,23 – 3,39 – 2,72) und den Sitzgelegenheiten (4,33 – 4,07 – 3,67) um rund eine halbe Note auseinander. Auch bei der Angebotsvielfalt/-qualität und Kundenbetreuung/-beratung sieht es ähnlich aus.

Abb. 4.69: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Werder-Imbiss differenziert nach dem Geschlecht der befragten Passanten

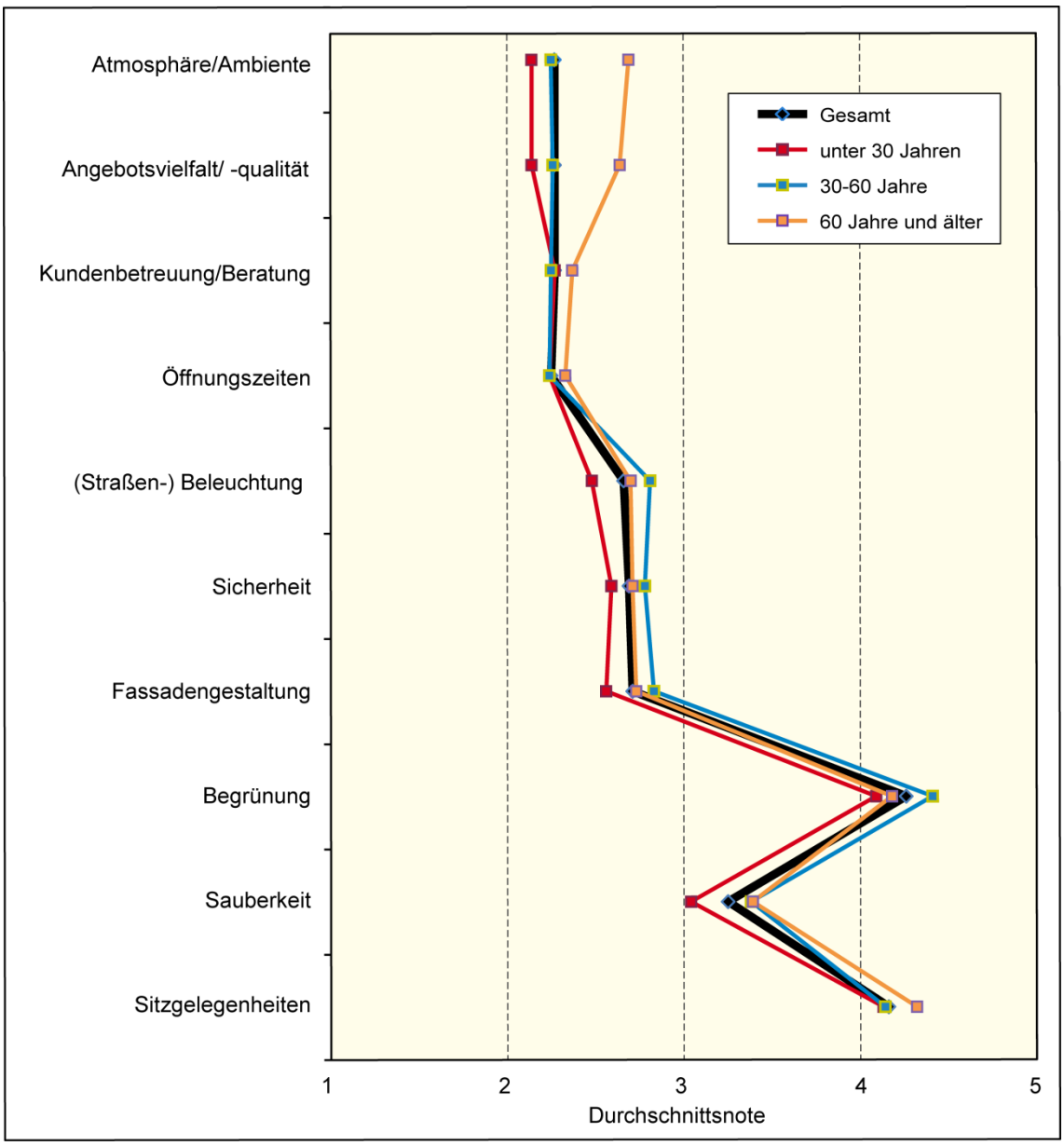


Quelle: Eigene Erhebung

Die Gesamtattraktivität in der Umgebung des Werder-Imbiss bewerteten die weiblichen Befragten mit 2,37 etwas besser als die männlichen Passanten mit 2,50.

Bei den einzelnen Aspekten lassen sich dann allerdings keine nennenswerten Unterschiede ausmachen. Lediglich die „Fassadengestaltung“ wurde von den männlichen Passanten mit 2,63 etwas positiver beurteilt als von den weiblichen Befragten (2,81). Ein ähnliches Bild, wenn auch bei deutlich schlechter Bewertung, ergibt sich im Hinblick auf die „Begrünung“ (4,19 zu 4,32).

Abb. 4.70: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung am Werder-Imbiss differenziert nach dem Alter der befragten Passanten



Quelle: Eigene Erhebung

Bei der Bewertung der Gesamtattraktivität der Umgebung des Werder-Imbisses gibt es die größten Unterschiede aller Befragungsstandorte zwischen den einzelnen Altersgruppen. Unter 30jährige Passanten vergaben die Durchschnittsnote 2,22. Die Note 2,48 wurde von den 30-59jährigen vergeben und die 60 Jahre und älteren Befragten bewerteten die Umgebung im Mittel nur noch mit 2,83.

Deutliche Abstände von einer halben Note und mehr werden zwischen der jüngsten und ältesten Altersgruppe bei den Kategorien „Atmosphäre/Ambiente“ sowie „Angebotsvielfalt/-qualität“ sichtbar. Auch bezüglich der „Sauberkeit“ und einiger anderer Aspekte lassen sich noch divergierende Bewertungen feststellen.

Abschließend wurden die Passanten gebeten, eine **Empfehlung zur Attraktivitätssteigerung** des Befragungsstandorts zu geben. Die im gesamten Innovationsbereich am schlechtesten benoteten Aspekte „Begrünung“ (3,56) und „Sitzgelegenheiten“ (3,91) finden sich hier wieder. Die offenen Antworten wurden in Kategorien gruppiert und die zehn am häufigsten genannten Empfehlungen je nach Standort in der Tabelle 4.34 dargestellt.

Tab. 4.34: Empfehlungen der befragten Passanten zur Attraktivitätssteigerung der Umgebung des Befragungsstandorts

Kernbegriffe bezüglich der geäußerten Empfehlungen zur Attraktivitätssteigerung (Mehrfachnennungen möglich)	Nennungen abs.	Nennungen in %
Theater am Goetheplatz (n = 273, Antwortquote: 75,1%)		
1. Mehr Grün	58	28,3%
2. Mehr Sitzgelegenheiten	56	27,3%
3. Erscheinungsbild verbessern (Fassaden, Graffiti, freundlicher)	37	18,0 %
4. Sauberkeit erhöhen (Mülleimer, Hundekot,…)	30	14,6%
5. Weniger Autos	26	12,7%
6. Fahrradfreundlichkeit erhöhen	20	9,8%
7. Mehr individuelle Geschäfte	14	6,8%
8. Höhere Sicherheit	9	4,4%
9. Mehr Parkplätze	8	3,9%
10. Mehr Aktivitäten	8	3,9%
Ulrichsplatz (n = 276, Antwortquote: 79%)		
1. Mehr Grün	56	25,7%
2. Mehr Sitzgelegenheiten	51	23,4%
3. Weniger Autos	30	13,8%
4. Erscheinungsbild verbessern (Fassaden, Graffiti, freundlicher)	26	11,9%
5. Sauberkeit erhöhen (Mülleimer, Hundekot,…)	25	11,5%
6. Gentrifizierung aufhalten	19	8,7%
6. Keine Veränderung	19	8,7%
8. Mehr individuelle Geschäfte	15	6,9%
9. Fahrradfreundlichkeit erhöhen	14	6,4%
10. Mehr Aktivitäten	7	3,2%
Ziegenmarkt (n = 285, Antwortquote: 87,4%)		
1. Mehr Grün	90	36,1%
2. Mehr Sitzgelegenheiten	66	26,5%
3. Sauberkeit erhöhen (Mülleimer, Hundekot,…)	45	18,1%
4. Erscheinungsbild verbessern (Fassaden, Graffiti, freundlicher)	30	12,0%
5. Weniger Autos	27	10,8%
6. Höhere Sicherheit	17	6,8%
7. Mehr individuelle Geschäfte	16	6,4%
7. Keine Veränderung	16	6,4%
9. Gentrifizierung aufhalten	15	6,0%
10. Baustelle beseitigen	14	5,6%
Werder-Imbiss (n = 271, Antwortquote: 81,9%)		
1. Mehr Grün	92	41,4%
2. Mehr Sitzgelegenheiten	50	22,5%
3. Erscheinungsbild verbessern (Fassaden, Graffiti, freundlicher)	41	18,5%
4. Sauberkeit verbessern (Mülleimer, Hundekot,…)	38	17,1%
5. Weniger Autos	21	9,5%
6. Gentrifizierung aufhalten	20	9,0%
7. Verkehrsführung verbessern	18	8,1%
8. Fahrradfreundlichkeit erhöhen	15	6,8%
9. Mehr individuelle Geschäfte	11	5,0%
9. Höhere Sicherheit	11	5,0%

Quelle: Eigene Erhebungen

„Mehr Grün“ und „Sitzgelegenheiten“ waren die am häufigsten genannten Empfehlungen der Passanten, die auf die Frage nach einer möglichen Attraktivitätssteigerung an den jeweiligen Befragungsstandorten im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor gegeben wurden. Dabei lagen die anteiligen Nennungen für eine stärkere Begrünung beim Theater am Goetheplatz (28,3%) und beim Ulrichsplatz (25,7%) mit einem bzw. zwei Prozenten relativ knapp vor den „Sitzgelegenheiten“ (27,3% bzw. 23,4%). Dieser Abstand vergrößert sich jedoch auf 10 (Ziegenmarkt) bzw. 19 Prozent (Werder-Imbiss), sodass auch verallgemeinert für den Innovationsbereich die deutlichste Empfehlung der Befragten „mehr Grün“ darstellt. „Mehr Sitzgelegenheiten“ wurden an jedem Standort als zweitwichtigste Handlungsempfehlung gegeben. Ungefähr jeder vierte der antwortenden Passanten sprach sich an den jeweiligen Standorten dafür aus.

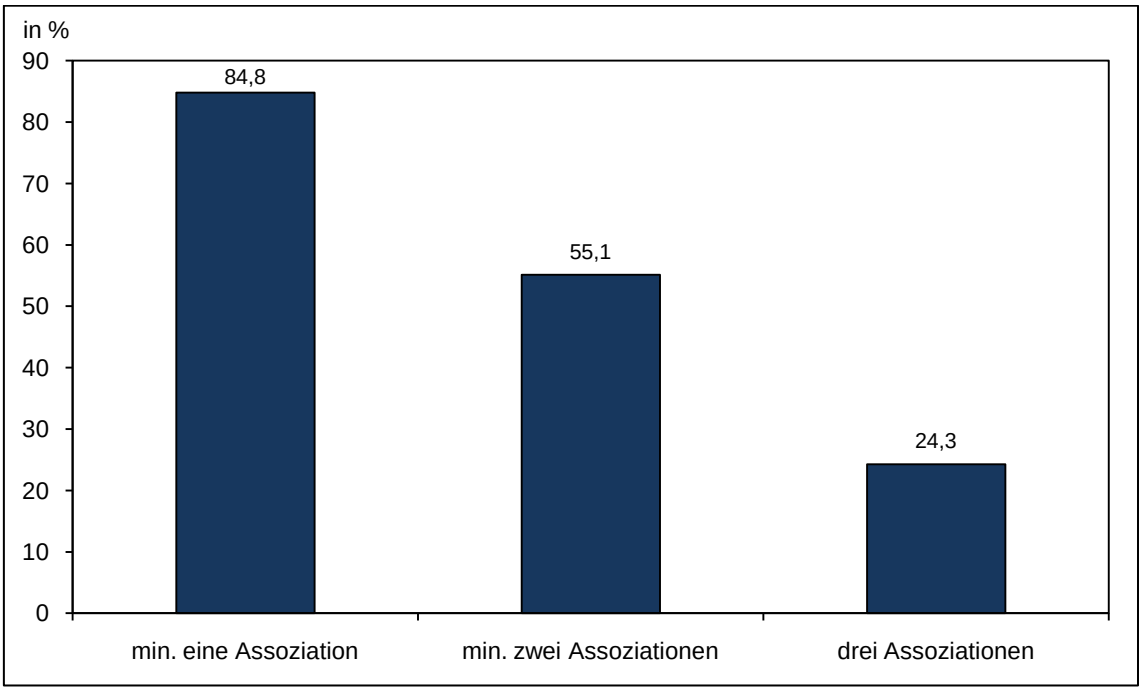
Auf den Rängen drei bis fünf finden sich an allen Befragungsstandorten die gleichen Empfehlungen, lediglich die Reihenfolge variiert. So wurde am Goetheplatz als dritthäufigste Empfehlung (18,0% der Antwortenden) die „Verbesserung des Erscheinungsbildes“ geraten, gefolgt von der „Erhöhung der Sauberkeit“ (14,6%) und der Forderung nach „weniger Autos“ (12,7%). Am Ulrichsplatz rangiert die Forderung nach „weniger Autos“ auf dem dritten Platz (13,8%), das „Erscheinungsbild zu verbessern“ empfahlen 11,9% und von 11,5% der Antwortenden wird eine „Erhöhung der Sauberkeit“ gefordert. Die Passanten am Ziegenmarkt gaben als dritthäufigste Empfehlung die „Erhöhung der Sauberkeit“ (18,1%). Die „Verbesserung des Erscheinungsbilds“ (12%) und „weniger Autos“ (10,8%) folgen mit einigem Abstand auf den Rängen vier und fünf. Am Befragungsstandort Werder-Imbiss lauteten die dritt- bzw. vierthäufigsten Empfehlungen das „Erscheinungsbild (18,5%) bzw. die Sauberkeit (17,1%) zu verbessern“. Mit deutlichem Abstand rangiert die Forderung nach „weniger Autos“ (9,5%) auf Platz fünf.

Anknüpfend an dieses relativ homogene Meinungsbild bei den ersten fünf Rängen schließen sich je nach Befragungsstandort unterschiedliche geäußerte Empfehlungen an, wobei einige Elemente häufiger auftauchen. Die „Erhöhung der Fahrradfreundlichkeit“ war die sechsthäufigste Empfehlung am Befragungsstandort Theater am Goetheplatz (9,8%), die zudem am Ulrichsplatz (neunter Platz, 6,4%) und am Werder-Imbiss (achter Platz, 6,8%) wieder auftaucht. Der Wunsch nach „mehr individuellen Geschäften“ zieht sich ebenfalls durch das gesamte Viertel. Am Goetheplatz findet sich diese Empfehlung auf Rang 7 (6,8%), am Ulrichsplatz auf Rang 8 (6,9%), am Ziegenmarkt auf Rang 7 (6,4%) und am Werder-Imbiss auf Rang 9 (5,0%). Eine „höhere Sicherheit“ wurde von 4,4% der antwortenden Passanten am Theater am Goetheplatz genannt. Diese Empfehlung wurde auch am Ziegenmarkt (Rang 6, 6,8%) und am Werder-Imbiss (Rang 9, 5,0%) gegeben. Der Wunsch nach „mehr Parkplätzen“ (3,9%) wurde nur am Befragungsstandort Theater am Goetheplatz in nennenswerter Häufigkeit genannt. Auch die Forderung nach „mehr Aktivitäten“ (3,9%) wurde nur vereinzelt an den anderen Standorten geäußert (z.B. am Ulrichsplatz mit 3,2%). Ein weniger auf den Befragungsstandort bezogener Aspekt ist die Empfehlung, dass die „Gentrifizierung aufgehalten werden soll“. Am Ulrichsplatz und am Werder-Imbiss war dies mit 8,7% bzw. 9% jeweils die sechsthäufigste Nennung, am Ziegenmarkt mit 6% der Antwortenden der neunte Rang. Explizit „keine Veränderung“ wurde als Empfehlung am Ulrichsplatz (8,7%) sowie am Ziegenmarkt (6,4%) gegeben. Zudem gab es zwei spezifisch standortbezogene Aspekte: Am Werder-Imbiss wurde die „Verbesserung der Verkehrsführung“ von 8,1% der Antwortenden empfohlen, während die Passanten am Ziegenmarkt die „Fertigstellung bzw. Beseitigung der Baustelle“ forderten (5,6%).

4.3.6 Veranstaltungen und Events im Bremer Viertel

Das Viertel wird im Allgemeinen als Ort mit einer Vielzahl und Vielfalt an kulturellen Aktivitäten, Festen und Veranstaltungen wahrgenommen. In diesem Abschnitt soll deutlich gemacht werden, welche Veranstaltungen die befragten Passanten besonders häufig mit dem Viertel in Verbindung bringen. Dazu wurden die Passanten in einer offenen Frage gebeten, bis zu drei Veranstaltungen zu nennen, die sie mit dem Viertel assoziieren. Einige der befragten Passanten haben nicht nur einzelne Events genannt, sondern auch regelmäßig stattfindende Unterhaltungsangebote, wie den Besuch bestimmter Diskotheken. Die Antworten wurden entsprechend berücksichtigt. Die Abbildung 4.71 gibt Auskunft darüber, wie viele der befragten 1.105 Passanten eine, zwei oder gar drei Veranstaltungen oder Assoziationen nennen können, die sie mit dem Viertel in Verbindung bringen.

Abb. 4.71: Anzahl genannter Veranstaltungen im Viertel, die den befragten Passanten spontan eingefallen sind



Quelle: Eigene Erhebung

Die Abbildung 4.71 zeigt, dass von den 1.105 befragten Passanten 937 (84,8%) mindestens eine Veranstaltung mit dem Viertel in Verbindung bringen können. Nur 168 Befragte (15,2%) konnten keine Veranstaltungen im Viertel benennen. 609 Passanten (55,1%) assoziierten mindestens zwei Veranstaltungen mit dem Viertel und 268 Befragte (24,3%) benannten drei Veranstaltungen im Viertel. Insgesamt wurden somit 1.807 Nennungen zu Veranstaltungen im Viertel gesammelt.

Die Auswertung der offenen Antworten zeigt, dass die Passanten mit dem Viertel ein sehr umfangreiches und vielfältiges Veranstaltungsangebot verbinden. Insgesamt wurden durch die befragten Passanten 292 verschiedene Veranstaltungen genannt. Die Verdichtung der Angaben auf zentrale Kategorien ist entsprechend aufwändig und der Vorgang nicht frei von

Widersprüchen. So waren beispielsweise bestimmte Lokalitäten nicht immer eindeutig von darin stattfindenden Veranstaltungen zu trennen. Exemplarisch sei an dieser Stelle auf das Lagerhaus verwiesen, das einerseits relativ häufig genannt wurde, andererseits aber nur zum Teil auf bestimmte Veranstaltungen im Lagerhaus (z.B. Theater oder Live-Musik) verwiesen wurde. Gleiches gilt auch für Kinos oder die Sielwallkreuzung. Neben Veranstaltungen und Orten im Viertel wurden auch andere Empfindungen (z.B. „Zusammenleben mit Migranten und gegen Rassismus") genannt. Solche Aussagen wurden der Kategorie „sonstige Nennungen" zugeordnet. Die nachfolgende Tabelle 4.35 stellt die Nennungen kategorisiert dar.

Tab. 4.35: Die wichtigsten Veranstaltungen im Viertel aus Sicht der befragten Passanten

Veranstaltungen im Viertel (Mehrfachantworten möglich)	**Nennungen**		
	abs.	**in % bezogen auf Nennungen (n = 1.807)**	**in % bezogen auf Passanten (n = 937)**
Veranstaltung (n = 1.807 Nennungen von 937 Passanten)			
1. Viertelfest	659	36,5%	70,3%
2. Sambakarneval	256	14,2%	27,3%
3. Kneipen, Diskotheken, Ausgehen	145	8,0%	15,5%
4. Breminale	122	6,8%	13,0%
5. Theater	94	5,2%	10,0%
6. Musikveranstaltungen	83	4,6%	8,9%
7. Kino	77	4,3%	8,2%
8. Straßenfeste außerhalb des BIDs (z.B. Wallanlagenfest, Fest auf den Höfen)	68	3,8%	7,3%
9. La Strada	67	3,7%	7,2%
10. Kunst und Kunsthandwerk	37	2,0%	3,9%
11. Fußball/Werder Bremen/Weserstadion	33	1,8%	3,5%
12. Demonstrationen	28	1,5%	3,0%
13. Märkte	27	1,5%	2,9%
14. Verkaufsoffene Sonntage	12	0,7%	1,3%
Sonstige Nennungen	99	5,5%	10,6%

Quelle: Eigene Erhebung

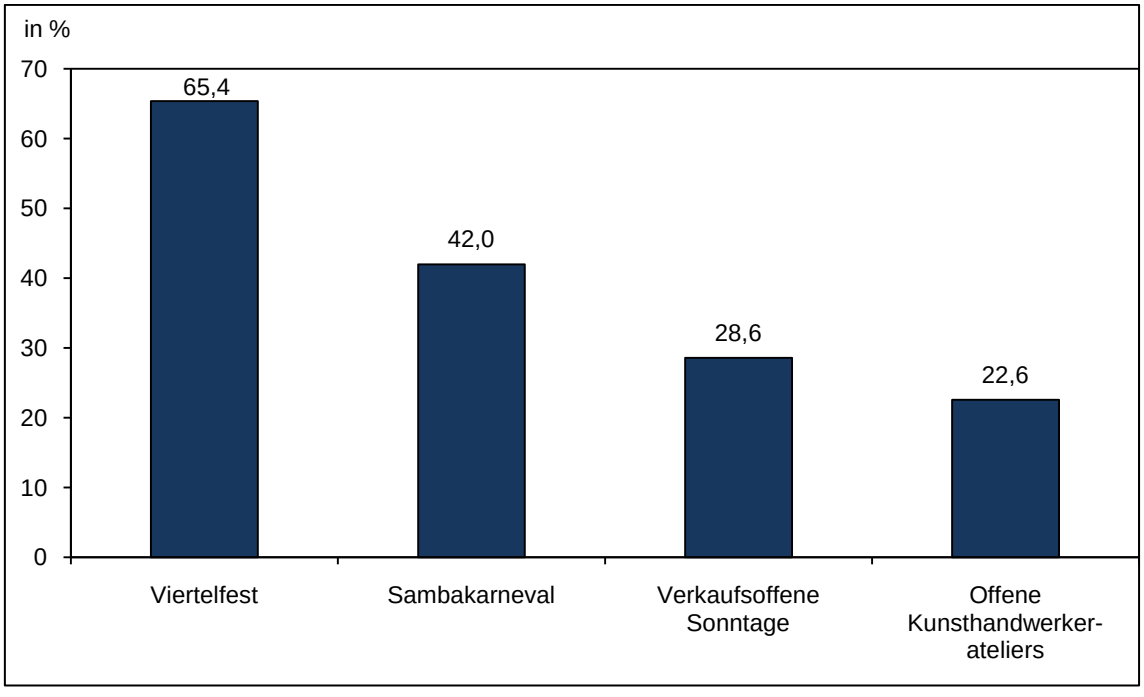
Die Tabelle 4.35 zeigt die absoluten und relativen Häufigkeiten bezüglich der gebildeten Kategorien. Die relativen Häufigkeiten wurden nach der Zahl der gesammelten Nennungen (n=1.807) und der Zahl der antwortenden Passanten unterschieden.[8] Das Viertelfest ist mit 659 Nennungen die mit deutlichem Abstand bekannteste Veranstaltung im Viertel. Über 70% der antwortenden Passanten haben es genannt. Bereits deutlich dahinter folgt auf Platz 2 der Sambakarneval mit 256 Nennungen (27,3% der Passanten). 145 Nennungen (Platz 3) entfielen

[8] Dies ist erforderlich, da vereinzelt Passanten Veranstaltungen derselben Kategorie mehrfach genannt haben und somit kleine Verzerrungen denkbar sind. Ein Beispiel stellen Passanten dar, die sowohl die „Schauburg" als auch das „Cinema" nannten. Die relative Häufigkeit in der Kategorie „Kino" ist bezogen auf die Passanten somit minimal überbewertet. Andererseits ist diese Angabe der relativen Häufigkeiten bezogen auf die Passanten die aussagekräftigere Größe und wird deshalb trotz der minimalen Fehlermöglichkeiten nachfolgend in der Argumentation verwendet.

auf die Kategorie Kneipen, Diskotheken und Ausgehen. Für 15,5% der befragten Passanten wurden somit die dauerhaften Ausgehmöglichkeiten im Viertel als nennenswerte Veranstaltung bewertet. Es sind somit nicht nur die besonderen Events, welche die befragten Personen mit dem Viertel assoziieren, sondern auch die alltäglichen Angebote und Möglichkeiten, die von den Befragten entsprechend wahrgenommen wurden. Auf Platz 4 folgt mit der Breminale (122 Nennungen bzw. 13,0% der Passanten) eine Veranstaltung, die im engeren Sinn nicht im Viertel bzw. im Gebiet des BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor stattfindet. Theater und Musikveranstaltungen wurden 94 bzw. 83-mal genannt (10,0% bzw. 8,9% der Passanten). Die weiteren Plätze sind der Tabelle 4.35 zu entnehmen. Die große Bandbreite der von den Passanten assoziierten Veranstaltungen drückt sich in der Vielzahl der Einzelnennungen aus, die innerhalb der Kategorie „Sonstige Nennungen" zusammengefasst wurden (99 Nennungen). Die Übersicht zeigt auch, dass die befragten Passanten sowohl Veranstaltungen als auch Orte mit dem Viertel verbunden haben, die entweder nicht im Viertel liegen oder nicht von Akteuren des Viertels organisiert und veranstaltet wurden. Dazu zählen beispielsweise die Wallanlagen und das Bremer Wallanlagenfest, aber natürlich auch der Fußball mit dem SV Werder Bremen und dem Weserstadion.

Nach der Abfrage der spontanen Assoziationen zu Veranstaltungen im Viertel wurden die Passanten in einem zweiten Schritt gezielt nach ihrer Teilnahme an Veranstaltungen gefragt, die durch das Viertel organisiert werden. Die Passanten sollten angeben, ob sie in den letzten zwei Jahren am Viertelfest, dem Sambakarneval, den verkaufsoffenen Sonntagen oder den offenen Kunsthandwerkerateliers teilgenommen haben. Mehrfachnennungen waren dabei möglich. Abbildung 4.72 zeigt, bei welchen dieser Veranstaltungen und Events die befragten Passanten in den letzten beiden Jahren anwesend waren.

Abb. 4.72: Teilnahme in den letzten zwei Jahren der befragten Passanten an ausgewählten Veranstaltungen und Events im Viertel



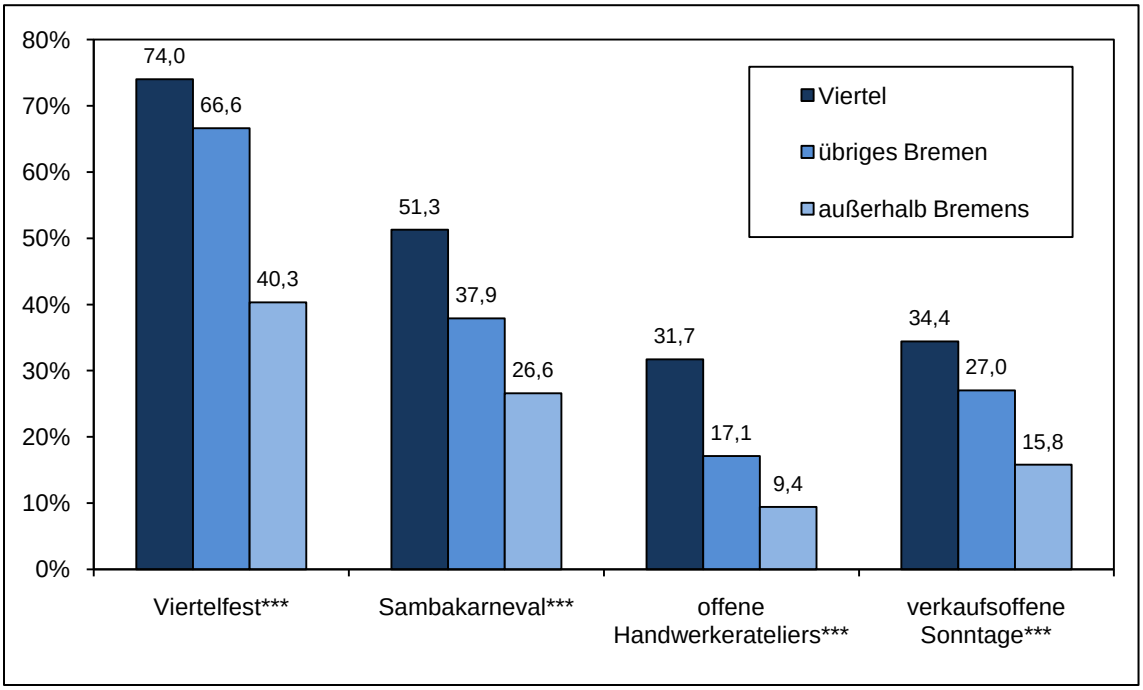
Quelle: Eigene Erhebung

Auch aus dieser Frage geht die große Popularität des Viertelfestes hervor. 65,4% der befragten Passanten haben nach eigenen Angaben in den letzten zwei Jahren das Viertelfest mindestens einmal besucht. Beim Sambakarneval waren 42,0% der Passanten anwesend und die verkaufsoffenen Sonntage wurden von 28,6% in Anspruch genommen. Das Event der offenen Kunsthandwerkerateliers haben in den letzten zwei Jahren immerhin 22,6% der befragten Passanten aufgesucht.

Es zeigt sich somit eine Diskrepanz wie sehr die einzelnen Veranstaltungen im Gedächtnis der befragten Passanten verankert sind. Das Viertelfest wurde in der offenen Frage annähernd so häufig von den befragten Passanten genannt, wie bei der Abfrage der Besuche in den letzten zwei Jahren. Demgegenüber haben wesentlich mehr Personen den Sambakarneval und die offenen Kunsthandwerkerateliers in den letzten Jahren besucht, aber nur einem Teil davon sind diese Events im offenen Teil der Frage eingefallen.

Die Teilnahme an den Events und Veranstaltungen in den letzten zwei Jahren wurde nach den verschiedenen Merkmalen der befragten Passanten differenziert ausgewertet. Hochsignifikante Unterschiede lassen sich dabei hinsichtlich der Herkunft der befragten Passanten erkennen. Die Ergebnisse sind in Abb. 4.73 illustriert.

Abb. 4.73: Teilnahme an Veranstaltungen im Viertel in den letzten zwei Jahren differenziert nach der Herkunft der befragten Personen



*** Die Ergebnisse sind für alle Events hochsignifikant (α = 0,1% - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

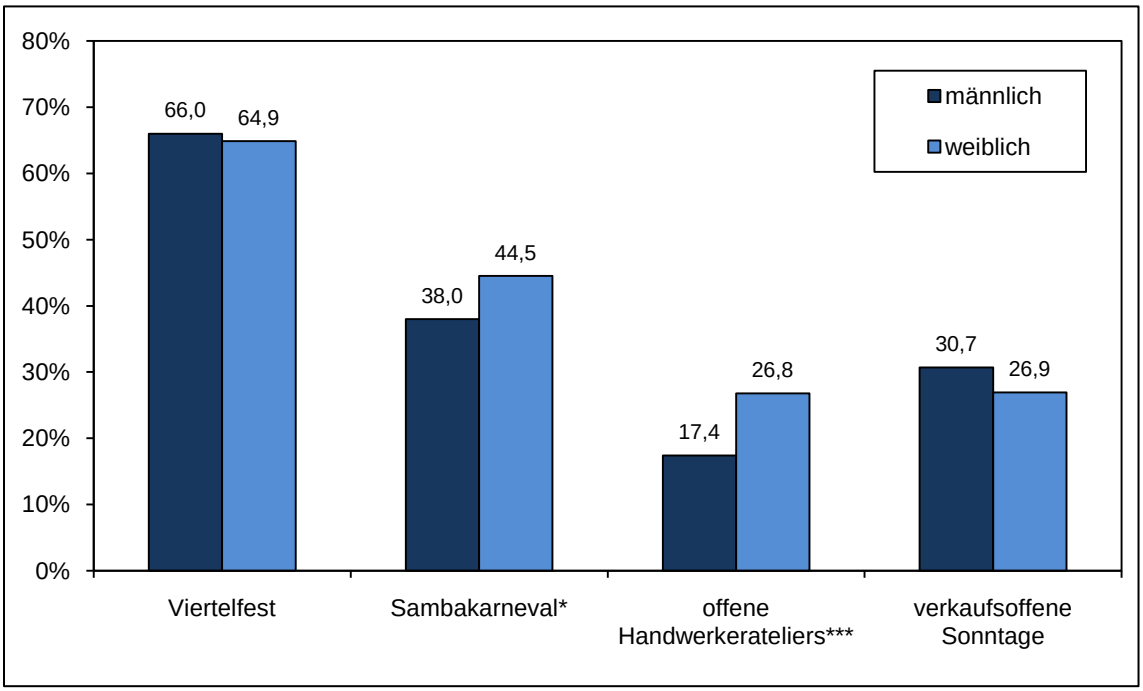
Die Abbildung 4.73 zeigt den wenig überraschenden Zusammenhang, dass die Veranstaltungen im Viertel auch überwiegend von Viertelbewohnern besucht werden. Der Anteil derer, die eine Veranstaltung im Viertel besuchen, nimmt mit der Distanz zwischen Herkunftsort und Viertel ab. So haben 74,0% der befragten Passanten, die aus dem Viertel kommen, angegeben,

in den vergangenen zwei Jahren das Viertelfest besucht zu haben. Relativ dicht dahinter folgen die „übrigen Bremer“ mit 66,6%. Von den befragten Passanten, die von außerhalb Bremens angereist sind, haben immer noch 40,3% angegeben, dass sie in den letzten zwei Jahren das Viertelfest besucht haben. Daraus kann der Schluss gezogen werden, dass das Viertelfest in ganz Bremen und darüber hinaus deutlich wahrgenommen wird.

Etwas mehr als die Hälfte (51,3%) der Viertelbewohner hat angegeben, auch am Sambakarneval teilgenommen zu haben. Dagegen waren es nur noch 37,9% der Befragten, die aus dem übrigen Bremen stammen. Der Abstand fällt damit deutlicher aus als beim Viertelfest. Von den Passanten, die von außerhalb Bremens angereist sind, haben nur noch etwas mehr als ein Viertel (26,6%) den Sambakarneval besucht. Die „offenen Handwerkerateliers“ wurden von 31,7% der befragten Viertelbewohner besucht. Von den befragten Passanten, die in anderen Stadtteilen Bremens wohnen, haben 17,1% an der Veranstaltung teilgenommen. Stammen die Befragten von außerhalb Bremens, so waren dies nur noch 9,4% der Befragten. Die verkaufsoffenen Sonntage wurden von 34,4% der befragten Passanten, die aus dem Viertel kommen und von 27,0% der aus den anderen Stadteilen Bremens kommenden genutzt. Von den Befragten die von außerhalb angereist waren, haben noch 15,8% die verkaufsoffenen Sonntage genutzt.

Weiterhin wurde untersucht, ob sich geschlechtsspezifische Unterschiede bei der Teilnahme an Veranstaltungen im Viertel feststellen lassen. Die teilweise signifikanten Ergebnisse veranschaulicht Abbildung 4.74.

Abb. 4.74: Teilnahme an Veranstaltungen im Viertel in den letzten zwei Jahren differenziert nach dem Geschlecht der befragten Personen

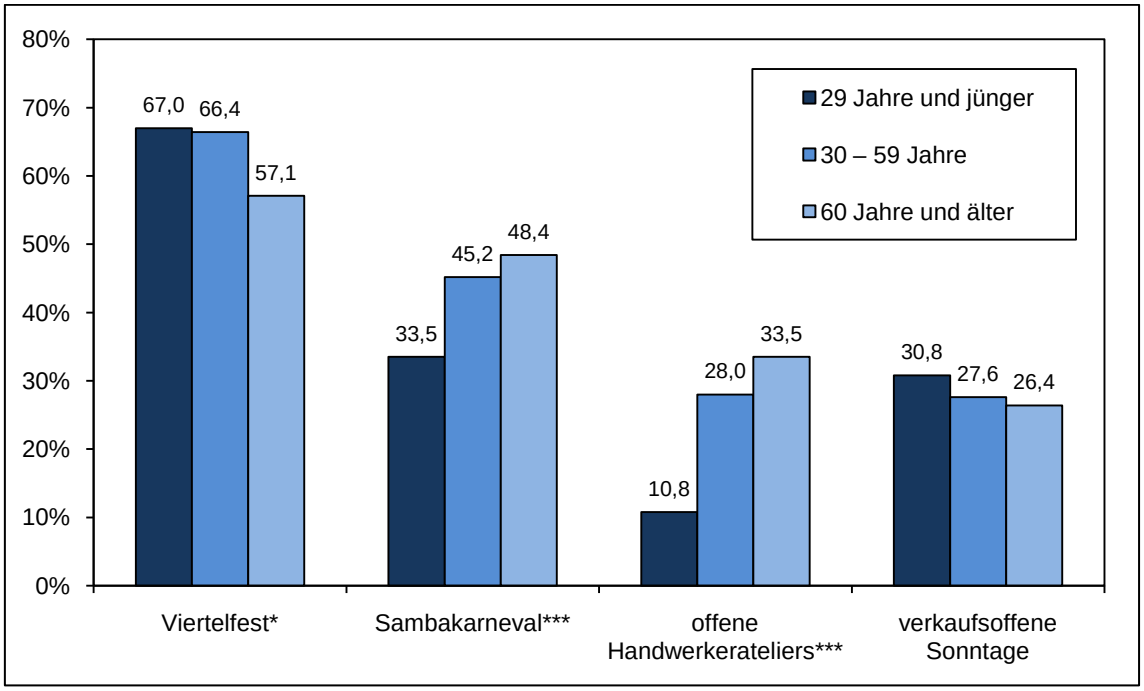


*** Die Ergebnisse bezüglich der offenen Handwerkerateliers sind hochsignifikant (α = 0,1% - Niveau)
* Die Ergebnisse bezüglich des Sambakarnevals signifikant (α = 5% - Niveau)
Quelle: Eigene Erhebung

Abbildung 4.74 offenbart Unterschiede zwischen den einzelnen Veranstaltungen im Viertel. Das Viertelfest zieht männliche wie weibliche Gäste gleichermaßen an. 66,0% der männlichen Befragten und 64,9% der weiblichen Befragten gaben an, das Viertelfest in den letzten zwei Jahren besucht zu haben. Der Sambakarneval und die offenen Handwerkerateliers wurden dagegen häufiger von den weiblichen Befragten genannt. So haben 44,5% der befragten Frauen in den letzten zwei Jahren den Sambakarneval besucht. Demgegenüber haben dies nur 38,0% der männlichen Passanten getan. Noch größer fällt der Unterschied bei den offenen Handwerkerateliers aus. Es gaben nur 17,4% der männlichen Befragten an, diese Veranstaltung besucht zu haben. Der Anteil der Frauen, die die offenen Handwerkerateliers in den letzten zwei Jahren besucht haben, fällt mit 26,8% dagegen deutlich höher aus. Die verkaufsoffenen Sonntage wurde hingegen häufiger von den männlichen Befragten genutzt. Es haben 30,7% der Männer angegeben in den letzten zwei Jahren die Sonntagsöffnungen wahrgenommen zu haben, aber nur 26,9% der Frauen.

Der Besuch der Veranstaltungen in Bezug auf bestimmte Altersgruppen ist Gegenstand der nachfolgenden Auszählung. Die Ergebnisse sind teilweise signifikant und werden durch die Abbildung 4.75 veranschaulicht. Ein erster Blick offenbart, dass Viertelfest, Sambakarneval, offene Handwerkerateliers und verkaufsoffene Sonntage von den unterschiedenen Altersgruppen z.T. recht unterschiedlich wahrgenommen wurden.

Abb. 4.75: Teilnahme an Veranstaltungen im Viertel in den letzten zwei Jahren differenziert nach dem Alter der befragten Personen



*** Die Ergebnisse bezüglich der offenen Handwerkerateliers und des Sambakarnevals sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau)

* Die Ergebnisse bezüglich des Viertelfest sind signifikant (α = 5 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebung

Während die Unterschiede zwischen den Altersklassen beim Viertelfest und bei den verkaufsoffenen Sonntagen recht gering ausfallen, sind sie beim Sambakarneval und bei den offenen Handwerkerateliers deutlich zu erkennen. Weiterhin nimmt die Teilnahme am Viertelfest und an den verkaufsoffenen Sonntagen mit zunehmendem Alter ab. Der Sambakarneval und die offenen Handwerkerateliers wurden dagegen mit zunehmendem Alter häufiger besucht. Die große Attraktivität des Viertelfestes wird auch aus dieser Analyse ersichtlich, denn die Mehrheit der befragten Passanten aller Altersklassen hat angegeben in den letzten zwei Jahren am Viertelfest teilgenommen zu haben. Aus den Altersklassen bis 29 Jahre und 30 bis 59 Jahre haben 67,0% bzw. 66,4% der befragten Passanten in den vergangenen zwei Jahren am Viertelfest teilgenommen. In der Altersklasse der über 60-jährigen waren dies immerhin noch 57,1%.

Bei den verkaufsoffenen Sonntagen lassen sich keine signifikanten Unterschiede bezüglich der Altersklassen feststellen. Mit 30,8% wurden sie am häufigsten von den unter 30-jährigen besucht. Von den befragten Passanten, die in die Altersklasse 30 bis 59 Jahre fallen, gaben noch 27,6% an, die verkaufsoffenen Sonntage in den vergangenen zwei Jahren wahrgenommen zu haben. Fast identisch mit 26,4% war die Teilnahme in der Altersklasse der über 60-jährigen.

Den Sambakarneval haben etwa ein Drittel (33,5%) der unter 30-jährigen besucht. Aus der Altersklasse der 30 bis 59-jährigen haben dies 45,2% der befragten Passanten angegeben. Die meisten Teilnahmenennungen gab es aber bei den über 60-jährigen (48,4%). Diese Altersunterschiede sind hochsignifikant.

Ein hochsignifikanter Unterschied ergibt sich auch für die offenen Handwerkerateliers. Hier haben 33,5% der über 60-jährigen angegeben, in den letzten beiden Jahren teilgenommen zu haben. Von den 30 bis 59-jährigen Befragten haben dies 28,0% getan. Mit einem Anteil von nur 10,8% erscheinen die offenen Handwerkerateliers für die unter 30-jährigen wenig anziehend zu sein.

Zwischen den vier Befragungsstandorten konnten keine signifikanten Unterschiede festgestellt werden.

5 Zusammenfassung der Ergebnisse für das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor

Die Untersuchung des BIDs Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor basiert auf drei verschiedenen empirischen Erhebungen. Erstens wurden die Gebäude mitsamt ihrer Nutzung kartiert sowie eine Bewertung des Erscheinungsbildes vorgenommen. Zweitens wurde eine Befragung der Eigentümer im BID durchgeführt. Drittens fand eine Passantenbefragung und Frequenzzählung statt.

Im Rahmen der **Bestandsaufnahme** im Viertel wurden ab dem 26. Mai 2011 die Gebäudenutzungen im Erdgeschoss kartiert. In beiden Teilbereichen des BIDs stellt der Einzelhandel die wichtigste Nutzungsform dar, jedoch ist dessen Anteil im Ostertorsteinweg aufgrund einer größeren Anzahl an Bekleidungsgeschäften höher als in der Straße Vor dem Steintor. Die Bekleidungsgeschäfte konzentrieren sich im westlichen Abschnitt des Ostertorsteinwegs bis zum Ulrichsplatz. Sonstige Einzelhändler befinden sich mehrheitlich in der östlichen Hälfte des Ostertorsteinwegs. In der Straße Vor dem Steintor gibt es keinen eindeutigen räumlichen Schwerpunkt der Einzelhändler. Dagegen sind die gastronomischen Betriebe im Abschnitt zwischen Sielwall und Grundstraße konzentriert. Der Leerstand ist im Viertel insgesamt gering, jedoch im Bereich Vor dem Steintor und hier insbesondere in der östlichen Hälfte der Straße etwas höher als im Ostertorsteinweg.

Neben der Erhebung der Gebäudenutzung nahmen die Kartierer zudem eine Bewertung der Gebäude nach folgenden Kriterien vor:

- Wertigkeit des Angebots,
- Angebotsoptik,
- Gebäudeoptik sowie
- baulicher Zustand der sichtbaren Außenfassade.

Mit Hilfe eines geographischen Informationssystems wurde aus den gebäudescharfen Daten das Erscheinungsbild von Nachbarschaften berechnet. Der westliche Bereich des Ostertorsteinwegs wurde bezüglich des Erscheinungsbilds am besten beurteilt. Die Straße Vor dem Steintor wurde insgesamt deutlich schlechter eingestuft. Am negativsten war die Einschätzung des Abschnitts zwischen Brunnenstraße und Mecklenburger Straße.

Der **zweite Teil der empirischen Erhebungen** im Viertel, die **Eigentümerbefragung** setzte sich wiederum aus zwei Teilbereichen zusammen. Zunächst wurden sieben qualitative Interviews mit ausgewählten Immobilieneigentümern durchgeführt. Daraus wurde ein Kategoriensystem für die folgende weitgehend standardisierte Befragung entwickelt, in deren Rahmen 173 Eigentümer von Immobilien im Viertel angeschrieben wurden. Die schriftliche Befragung fand vom 30. Juni bis zum 02. August 2011 statt. Die Rücklaufquote betrug 41,1%. Die Auswertung der Befragung erfolgte differenziert nach den folgenden Merkmalen der Eigentümer:

- Befürwortung oder Ablehnung des BID-Ansatzes,
- Immobilienselbstnutzung oder Vermietung,
- Interessensgruppe,
- Standort der Immobilie,
- Mitgliedschaft in der Interessensgemeinschaft Viertel e.V.,
- Herkunft der Eigentümer.

Im ersten Teil der Befragung wurden Kenntnisse und Einstellungen der Eigentümer zur Grundidee des BID-Ansatzes erhoben. Mehr als die Hälfte der Befragten lehnte das BID-Konzept ab, eine deutliche Mehrheit sogar sehr entschieden. Als Befürworter ordneten sich nur knapp zwei Fünftel der Befragten ein. Die meisten Befürworter waren unter den Geschäftsinhabern und Gastronomen im Viertel zu finden, die meisten Gegner hingegen in der Gruppe der Wohnungsnutzer. Die Einstellung zum BID-Ansatz variierte zudem zwischen Mitgliedern und Nicht-Mitgliedern der Interessensgemeinschaft Viertel e.V. (IGV). Während etwa zwei Drittel der Mitglieder den BID-Ansatz befürworteten, waren die Zahlenverhältnisse auf der Seite der Nicht-Mitglieder umgekehrt.

Ihren Kenntnisstand zur Grundidee des BID-Konzepts bewerteten die befragten Eigentümer im Schnitt mit „befriedigend“. Die grundsätzlichen Befürworter des BID-Ansatzes schätzten dabei ihren Kenntnisstand deutlich besser ein als die Gruppe der Gegner, innerhalb derer über ein Viertel angab, über „mangelhafte“ oder „ungenügende“ Kenntnisse zu verfügen. Der bessere Kenntnisstand der Befürworter des BID-Ansatzes spiegelte sich auch bei einer differenzierten Auswertung nach IGV-Mitgliedschaft und Interessensgruppen wider. Mitglieder der IGV, die mehrheitlich zu den Befürwortern des BID-Ansatzes zählen, bewerteten ihr Wissen erheblich besser als Nicht-Mitglieder. Von den verschiedenen Interessensgruppen wies mit den Geschäftsinhabern und Gastronomen wiederum diejenige Gruppe den besten Kenntnisstand auf, der die meisten Befürworter angehören. Am schlechtesten waren die Kenntnisse der Wohnungsnutzer, die mehrheitlich gegen das BID-Konzept sind. Zudem war ein Unterschied zwischen den Immobilienstandorten festzustellen. Eigentümer einer Immobilie im Ostertorsteinweg wiesen einen deutlich besseren Kenntnisstand hinsichtlich der Grundidee des BID-Konzepts auf als Eigentümer einer Immobilie in der Straße Vor dem Steintor.

Der zweite Teil der Eigentümerbefragung bezog sich auf die konkrete Umsetzung des BID-Konzepts im Innovationsbereich Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor. Zunächst sollten die Befragten die aus ihrer Sicht wichtigsten Themen angeben, die derzeit das Bremer Viertel betreffen. Für mehr als die Hälfte spielte die Verbesserung der Gesamtattraktivität eine zentrale Rolle. Auf den Plätzen zwei und drei folgten das Thema Sauberkeit sowie die Veränderung der Verkehrssituation bzw. die Schaffung neuer Parkplätze.

Ihren Kenntnisstand über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor bewerteten die befragten Eigentümer nur geringfügig besser als im Hinblick auf die Grundidee des BID-Konzepts (Note 2,83 gegenüber 2,94). Auffällig ist allerdings, dass hierbei anders als beim Kenntnisstand über das grundsätzliche BID-Konzept die Gegner des Ansatzes ihr Wissen etwas höher einschätzten als die Befürworter. Differenziert nach Interessensgruppen wiesen die Geschäftsinhaber und Gastronomen den besten Kenntnisstand auf. Zudem war dieser bei den Mitgliedern der IGV besser als bei den Nicht-Mitgliedern.

Weiterhin sollten die Befragten die Informationslage über das BID im Viertel beurteilen, was sie mit einer Durchschnittsnote von 3,67 taten. Dabei fühlten sich Geschäftsinhaber und Gastronomen sowie Eigentümer und Immobilienverwaltungen deutlich besser informiert als Wohnungsnutzer. Auch bewerteten Eigentümer einer Immobilie in der Straße Vor dem Steintor die Informationslage erheblich besser als Immobilieneigentümer im Ostertorsteinweg. Ein weiterer Unterschied bestand zwischen Mitgliedern und Nicht-Mitgliedern im der IGV. Erstere Gruppe fühlte sich weitaus besser informiert als letztere.

Als Informationsquelle wurde von mehr als zwei Dritteln der Eigentümer die Zeitung Viertel-News verwendet. Am zweitwichtigsten war die Beilage des Weser-Kuriers, das Viertel-Journal. Die Homepage des Viertels wurde nur von knapp einem Drittel der Befragten besucht und der direkte Kontakt zur Geschäftsstelle spielte nochmals eine deutlich geringere Rolle. Die Nutzung von Informationsquellen unterschied sich allerdings zwischen den verschiedenen Eigentümergruppen. So spielte die Nutzung der Homepage z.B. für Eigentümer, die nicht aus dem Viertel kommen und für Eigentümer, die ihre Immobilie komplett vermieten, eine überdurchschnittlich große Rolle. Der direkte Kontakt zur Geschäftsstelle war für Mitglieder der IGV und für grundsätzliche Befürworter des BID-Ansatzes von überdurchschnittlicher Bedeutung. Das Viertel-Journal war für Eigentümer, die nicht aus dem Viertel stammen, von unterdurchschnittlicher Wichtigkeit.

Mittels einer offenen Frage konnten die befragten Eigentümer zudem angeben, welche Informationen sie gerne von Seiten des BIDs erhalten würden. Eine Übersicht der Einnahmen und Ausgaben des BIDs zu erhalten, war für die Eigentümer von zentraler Wichtigkeit.

Weitere Fragen an die Eigentümer bezogen sich auf die im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor durchgeführten Maßnahmen. Zunächst wurden die Befragten gebeten, diejenigen bisherigen Maßnahmen aufzuzählen, die ihnen spontan einfallen. Es zeigte sich, dass die Befürworter des BID-Ansatzes deutlich mehr Angaben machen konnten als die Gegner. Mit Abstand am bekanntesten waren den befragten Eigentümern optische Aufwertungsmaßnahmen, insbesondere die Bepflanzungen und Weihnachtsdekoration.

In einem nächsten Schritt sollten die befragten Eigentümer fünf BID-Maßnahmen mit Schulnoten bewerten. Insgesamt fiel die Bewertung mit einer Durchschnittsnote von 4,1 sehr negativ aus. Die Beurteilung der Maßnahmen durch die Gegner des BID-Ansatzes war dabei deutlich schlechter, jedoch fielen auch die Bewertungen der Befürworter des BID-Ansatzes nur durchschnittlich aus. Die von allen Eigentümergruppen am positivsten bewertete Maßnahme war die Weihnachtsdekoration im Viertel. Im Durchschnitt schnitt das Weihnachtsgewinnspiel am negativsten ab.

Die Umsetzung des BID-Konzeptes im Viertel insgesamt wurde noch schlechter bewertet als die einzelnen Maßnahmen. Die Durchschnittsnote lag hier bei 4,4. Die Hälfte aller Eigentümer vergab die Note „mangelhaft“ oder „ungenügend“. Einen besonders bedeutenden Einfluss auf die Bewertung des BIDs im Viertel übt die persönliche Einstellung der befragten Personen gegenüber dem BID-Ansatz als solchen aus. Die generellen Befürworter des BID-Konzepts beurteilten das BID im Viertel von allen untersuchten Eigentümergruppen am positivsten, die

Gegner dagegen am negativsten. Bei der Differenzierung nach Interessensgruppen fällt auf, dass sich die Geschäftsinhaber und Gastronomen am negativsten zur Umsetzung des BID-Konzepts im Viertel äußerten, obwohl unter ihnen die meisten grundsätzlichen Befürworter des Ansatzes zu finden waren. Differenziert nach Nutzungsform war die Bewertung der reinen Vermieter etwas positiver als die der Eigentümer, die ihre Immobilie zumindest teilweise selbst nutzen. Weiterhin fiel die Beurteilung der Eigentümer von Immobilien im Ostertorsteinweg ein wenig positiver aus als beim Immobilienstandort Vor dem Steintor.

Anschließend wurden die Befragten gebeten, ihre Zustimmung oder Ablehnung zu verschiedenen Aussagen darzulegen, um ein differenziertes Meinungsbild zum BID-Ansatz im Allgemeinen und zu deren Umsetzung im Viertel zu erhalten. Demnach war die Mehrheit der Befragten der Ansicht, dass das BID-Konzept nicht geeignet ist, um die Wettbewerbsfähigkeit des Quartiers zu gewährleisten. Nur die grundsätzlichen Befürworter des BID-Ansatzes stimmten mit überwältigender Mehrheit dieser Aussage zu. Die Interessensgruppe der Gewerbetreibenden und Gastronomen war mit knapper Mehrheit anderer Meinung.

Einen freiwilligen Zusammenschluss würden knapp zwei Drittel der Eigentümer einem Zusammenschluss über das BID vorziehen. Am häufigsten waren die Gegner des BID-Ansatzes dieser Meinung. Überraschend ist, dass auch eine deutliche Mehrheit der Mitglieder im IGV einen freiwilligen Zusammenschluss für die bessere Alternative hielt, obwohl dem Verein mehrheitlich Befürworter des BID-Ansatzes angehören. Unter den verschiedenen Interessensgruppen war der Vorzug eines freiwilligen Zusammenschlusses bei den Wohnungsnutzern am höchsten. Auch ließen sich Unterschiede je nach Immobilienstandort feststellen. Die Eigentümer von Immobilien im Ostertorsteinweg befürworteten überdurchschnittlich stark einen freiwilligen Zusammenschluss, die Eigentümer von Immobilien in der Straße Vor dem Steintor dagegen unterdurchschnittlich häufig.

Der Aussage, dass ohne das BID viele Aktivitäten im Viertel nicht mehr möglich wären, stimmten etwa zwei Fünftel der Befragten zu, fast die Hälfte lehnte sie ab. Überdurchschnittlich viel Zuspruch erhielt die Aussage von den generellen Befürwortern des BID-Ansatzes und den Mitgliedern der IGV. Differenziert nach Immobilienstandort waren mehr Eigentümer von Immobilien in der Straße Vor dem Steintor der Meinung, dass viele Aktivitäten im Viertel ohne das BID nicht mehr möglich wären als am Ostertorsteinweg. Eine besonders geringe Zustimmung erhielt die Aussage auch von den Eigentümern, die sich der Interessensgruppe der Wohnungsnutzer zurechneten.

Ein zentraler Aspekt des BID-Ansatzes ist, dass er das Trittbrettfahrerphänomen verhindert. Allerdings fand es nur knapp ein Drittel der Befragten gut, dass Trittbrettfahrer durch das BID an den Kosten beteiligt werden. Eine negative Einstellung diesbezüglich lag am häufigsten unter den Gegnern des BID-Ansatzes sowie unter der Interessensgruppe der Wohnungsnutzer vor. Auch wenn es die Eigentümer an beiden Immobilienstandorten im Viertel mehrheitlich nicht befürworteten, dass Trittbrettfahrer an den Kosten beteiligt werden, war deren Anteil in der Straße Vor dem Steintor deutlich höher.

Ein gängiger Kritikpunkt am BID-Ansatz ist, dass weniger einkommensstarke Personen aus dem Quartier verdrängt werden könnten, weil die Mieten durch die zusätzlichen Abgaben

steigen. Diese Befürchtung teilten im Hinblick auf das Viertel vor allem die Gegner des BID-Ansatzes. Insgesamt waren Zustimmung, Unentschiedenheit und Ablehnung jedoch in etwa gleich verteilt.

Eine weitere zu beurteilende Aussage war, dass das Viertel ein professionelles Management braucht, egal ob mit oder ohne BID. Eine knappe Mehrheit der Befragten stimmte dieser Aussage zu. Die geringste Zustimmung war unter den Gegnern des BID-Ansatzes, den Nicht-Mitgliedern der IGV sowie innerhalb der Interessensgruppe der Immobilienverwalter und Eigentümer anzutreffen.

Knapp zwei Drittel der Befragten teilte die Ansicht, dass die Interessen der Immobilien-eigentümer für einen Zusammenschluss in Form eines BIDs zu heterogen sind. Deutlich unterdurchschnittlich häufig stimmten dieser Aussage die BID-Befürworter, die Mitglieder des IGV, die Interessensgruppe der Geschäftsinhaber und Gastronomen sowie die Befragten mit Immobilien in der Straße Vor dem Steintor zu.

Abschließend sollten die Befragten angeben, ob sie den Zuschnitt des BIDs Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor für zu groß halten. Mehrheitlich wurde dieser Aussage zugestimmt, jedoch war ein relativ großer Anteil der Befragten unentschieden. Der Anteil jener Eigentümer, die den Zuschnitt des BIDs für angemessen hält, war unter den Befürwortern des BID-Ansatzes, den Mitgliedern der IGV sowie unter den Immobilieneigentümern entlang der Straße Vor dem Steintor am höchsten.

Im letzten Teil der Eigentümerbefragung wurden die Befragten gebeten, anhand verschiedener Indikatoren die Attraktivität der unmittelbaren Umgebung ihrer Immobilie im Viertel mit Schulnoten zu bewerten. Über alle Eigentümergruppen hinweg wurde die Atmosphäre bzw. das Ambiente im Viertel am positivsten bewertet. Auch Angebotsvielfalt, Angebotsqualität, die bunte Mischung bzw. Diversität sowie die Sicherheit im Viertel wurden relativ gut beurteilt. Am schlechtesten schnitten über alle Eigentümergruppen hinweg die Aspekte Sauberkeit und Begrünung ab. Es folgten die (Straßen-) Beleuchtung und Fassadengestaltung. Unterschiede zwischen einzelnen Eigentümergruppen zeigten sich in der Notenvergabe. So bewerteten Befürworter des BID-Ansatzes die Gesamtattraktivität ihres Immobilienstandorts ein wenig positiver als die Gegner des BID-Ansatzes. Differenziert nach Nutzungsform vergaben die Eigentümer, die ihre Immobilie vollständig vermietet haben, eine bessere Durchschnittsnote als diejenigen, die sie (teilweise) selbst nutzen. Von den drei verschiedenen Interessensgruppen bewerteten die Geschäftsinhaber und Gastronomen den Immobilienstandort am negativsten. Zudem schätzten Eigentümer, die selbst aus dem Viertel kommen, die Attraktivität positiver ein als Befragte aus anderen Orten. Differenziert nach Immobilienstandort kamen die Eigentümer entlang des Ostertorsteinwegs zu durchweg positiveren Beurteilungen als die Eigentümer von Immobilien in der Straße Vor dem Steintor.

Der **dritte Bestandteil der empirischen Erhebungen** im Viertel war die **Passantenbefragung**. Zwischen dem 09. und 19. Mai 2011 wurden insgesamt 1.105 zufällig ausgewählte Personen mündlich befragt. Jedes fünfte Interview wurde an einem Samstag durchgeführt. Die Befragung fand zu gleichen Teilen an den vier Befragungsstandorten Theater am Goetheplatz, Ulrichsplatz, Ziegenmarkt und Werder-Imbiss statt. Aufgrund des großen Stichprobenumfangs

sind die Ergebnisse repräsentativ. Die Befragung erfolgte anhand eines teilstandardisierten Fragebogens, der zuvor einem ausführlichen Pre-Test unterzogen worden war. Die Auswertung der Befragung erfolgte analog zur Eigentümerbefragung differenziert nach verschiedenen Merkmalen der Passanten (Herkunft der Passanten, Alter und Geschlecht) sowie differenziert nach Befragungsstandort und Befragungstag. Die absolute Mehrheit der befragten Passanten stammte aus der direkten Umgebung der Befragungsstandorte im Viertel. Der Schwerpunkt der Herkunft der restlichen Besucher lag in den Stadtteilen rund um die östliche Vorstadt und Mitte.

Die meisten Besucher des Viertels kamen zu Fuß dorthin. Danach folgten öffentliche Verkehrsmittel, das Fahrrad und der PKW. Während die Verkehrsmittelnutzung an drei der vier Befragungsstandorte sehr ähnlich war, wich diese bei den am Werder-Imbiss interviewten Personen deutlich ab. Für sie spielten das Fahrrad und der PKW eine unterdurchschnittliche, der ÖPNV dagegen eine stark überdurchschnittliche Rolle. Die Verkehrsmittelnutzung hing außerdem von der Herkunft der Besucher ab. Passanten aus dem Viertel waren überwiegend zu Fuß unterwegs, Besucher aus dem übrigen Bremen mehrheitlich mit dem ÖPNV und Gäste von außerhalb Bremens mit dem PKW. Die Erreichbarkeit des Viertels wurde insgesamt als gut bewertet. Annähernd neun von zehn Befragten vergaben für die Erreichbarkeit am Befragungstag die Noten „sehr gut“ oder „gut“. Fußgänger bewerteten Die Erreichbarkeit des Viertels am besten, PKW-Fahrer dagegen am schlechtesten. Zudem wurde die Erreichbarkeit des Viertels mit zunehmender Entfernung des Herkunftsorts des Befragten negativer bewertet.

Hauptzweck des Aufenthalts der Passanten im Viertel am Befragungstag waren insbesondere Wege von zu Hause oder nach Hause sowie Einkäufe. Während der erstgenannte Besuchsgrund am häufigsten an den beiden Eingangsbereichen zum Viertel, dem Theater am Goetheplatz und dem Werder-Imbiss, genannt wurde, spielte der Einkauf in den zentralen Bereichen des Viertels die größere Rolle. Zudem wurde festgestellt, dass Einkäufe an Samstagen häufiger den Besuchsgrund des Viertels darstellten als wochentags und dass der Anteil jener, die zum Einkauf in das Viertel kamen, mit zunehmender Entfernung des Wohnorts abnahm. Weiterhin war an Wochentagen der Anteil von Gastronomiebesuchen und privaten Erledigungen höher als samstags. Gastronomiebetriebe wurden am häufigsten von Besuchern mit Wohnort im übrigen Bremen aufgesucht. Einen weiteren Einfluss auf den Besuchszweck im Viertel übten das Alter sowie das Geschlecht der Befragten aus.

Nach Angabe des eher allgemein gehaltenen Besuchsgrunds sollten die Passanten zudem bis zu drei Geschäfte, Gastronomiebetriebe oder kulturelle Einrichtungen nennen, die sie bei ihrem aktuellen Besuch im Viertel aufsuchen. Bei knapp der Hälfte der Befragten handelte es sich um Anwohner oder Durchgangspassanten, die keine derartige Einrichtung besuchten. Von den restlichen befragten Personen steuerten mehr als zwei Drittel ein Geschäft, knapp ein Viertel einen Gastronomiebetrieb und nur ein geringer Anteil eine kulturelle Einrichtung an. Die besuchten Geschäfte waren mehrheitlich Lebensmittelgeschäfte. Der Bioladen *Alnatura* sowie die beiden Discounter *Penny* und *Netto* spielten die wichtigste Rolle. Unter den Gastronomiebetrieben wurden das *Litfass* sowie das *Theatro* am häufigsten namentlich erwähnt. Insgesamt waren die Antworten sehr heterogen. Dies zeigt, dass das Viertel durch eine große Diversität bei den Geschäften und Gastronomiebetrieben geprägt ist und über keinen herausragenden Ankerbetrieb verfügt.

Die Besuchshäufigkeit der befragten Passanten war bei Geschäften mit Abstand am höchsten, was sich damit erklären lässt, dass die meistbesuchten Geschäfte Supermärkte waren, die Waren für den täglichen Bedarf anbieten. Die Besuchshäufigkeit von Geschäften war an den beiden Befragungsstandorten am Ostertorsteinweg höher als in der Straße Vor dem Steintor. Differenziert nach Altersklassen besuchten Personen ab 30 Jahren die Geschäfte im Viertel am häufigsten. Bei Gastronomiebetrieben lag kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Befragungsstandort und der Besuchshäufigkeit vor. Die Besuchshäufigkeit war hier bei der Gruppe der 20 bis 29-jährigen am höchsten. Zudem besuchten männliche Befragte häufiger Gastronomiebetriebe im Viertel als weibliche. Kulturelle Einrichtungen wurden häufiger von Befragten an den zwei Befragungsstandorten am Ostertorsteinweg aufgesucht.

Desweiteren wurden Angebotslücken im Viertel erhoben. Etwa die Hälfte der Befragten machte hierzu Angaben. Davon gab ungefähr ein Viertel an, keine Angebotslücken festzustellen. Die restlichen Personen unterbreiteten Vorschläge zur Attraktivitätssteigerung des Viertels. Die meisten Angebotslücken wurden im Bereich des Einzelhandels gesehen und hier insbesondere bei den Lebensmittelgeschäften. Neben Rewe, der zum Befragungszeitpunkt umgebaut wurde, wurden auch häufig Schlachter vermisst. Die zweitmeisten Angebotslücken wurden im Gastronomiebereich angeführt. Es wurden beispielsweise diverse Vorschläge für Restaurants mit internationaler Küche und für Cafés mit einem bestimmten Ambiente gemacht. Auf die Bereiche Kultur und Unterhaltung, sonstige Dienstleistungen und öffentliche Einrichtungen entfiel nur ein geringer Anteil der Vorschläge zur Attraktivitätssteigerung. Etwa drei von zehn Befragten beschrieben die aus ihrer Sicht bestehenden Angebotslücken zudem mit bestimmten Attributen. Insbesondere wurde ein besseres bzw. gutes Angebot in verschiedenen Bereichen gewünscht. Das vorhandene Produktangebot weißt offenbar gewisse Qualitätsmängel auf. Am zweithäufigsten wurde ein preisgünstigeres Angebot gewünscht.

Ein weiterer Themenbereich der Befragung bezog sich auf das Kopplungsverhalten der Passanten mit der Bremer Innenstadt. Gut zwei Fünftel der Befragten besuchten am Befragungstag sowohl die Innenstadt als auch das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor. Angesichts der Entfernung zwischen beiden Bereichen ist die Zahl der Koppler als hoch einzustufen. Daraus lässt sich schließen, dass sich in Bremen die Innenstadt und das Viertel funktional in einer besonderen Art und Weise ergänzen. Passanten, die außerhalb Bremens wohnen, besuchten deutlich häufiger die Innenstadt als die befragten Bewohner des Viertels. Dieser Zusammenhang wird noch deutlicher, wenn man nur diejenigen Befragten betrachtet, die den Einkauf als Hauptzweck ihres Besuchs im Viertel angaben. Differenziert nach Befragungsstandort zeigte sich eine Abnahme des Kopplungsverhaltens mit zunehmender Entfernung zur Innenstadt. Auch dieses Muster verstärkte sich in der Gruppe der Einkäufer. Zudem zeigte sich, dass die befragten Einkäufer im Viertel samstags häufiger auch die Bremer Innenstadt besuchten als an einem normalen Wochentag.

Weiterhin sollten die befragten Passanten die Attraktivität der unmittelbaren Umgebung des jeweiligen Befragungsstandortes einschätzen sowie Verbesserungsvorschläge zur Attraktivitätssteigerung vornehmen. Zunächst wurde nach spontanen Assoziationen bei der Betrachtung der unmittelbaren Umgebung des Befragungsstandorts gefragt. Insgesamt wurden überwiegend positive Assoziationen wie „lebendig“, „bunt/multikulturell“, „Flair/Ambiente“, „schön“ und „alternativ“ genannt. Allerdings unterschieden sich die Ergebnisse zwischen den beiden

Bereichen des BIDs deutlich. Während am Ostertorsteinweg die positiv konnotierten Assoziationen eindeutig dominierten, wurden an den beiden Befragungsstandorten im Bereich Vor dem Steintor auch einige negative Dinge genannt. So ist die Assoziation „dreckig/hässlich“ die dritt- bzw. vierthäufigste Assoziation am Werder-Imbiss bzw. Ziegenmarkt. Am Ziegenmarkt wurde zudem die Rewe-Baustelle als sehr prägend empfunden.

Desweiteren sollten die befragten Passanten verschiedene Attraktivitätsindikatoren sowie die Gesamtattraktivität der Umgebung des Befragungsstandortes anhand von Schulnoten bewerten. Die Gesamtattraktivität wurde über alle Standorte mit der Durchschnittsnote 2,17 bewertet. Dabei erhielt der Ulrichsplatz die beste Benotung, gefolgt vom Goetheplatz, dem Ziegenmarkt und dem Werder-Imbiss. In Bezug auf die Kategorien „Angebotsvielfalt/-qualität“, „Kundenbetreuung/Beratung“, „Öffnungszeiten“, „(Straßen-) Beleuchtung“ und „Sicherheit“ unterschied sich die Bewertung der vier Standorte kaum. Bei den sonstigen Kriterien zeigten sich dagegen die bereits zuvor festgestellten Diskrepanzen zwischen dem Ostertorsteinweg und der Straße Vor dem Steintor. Die insgesamt am negativsten bewerteten Aspekte waren „Sitzgelegenheiten“, „Sauberkeit“ sowie „Begrünung“. An allen vier Befragungsstandorten war die Bewertung der Attraktivität umso positiver je jünger die Passanten waren. Außer am Werder-Imbiss vergaben zudem die Viertel-Bewohner geringfügig positivere Noten als die übrigen Befragten.

Zuletzt sollten die befragten Passanten Empfehlungen zur Attraktivitätssteigerung des Befragungsstandortes geben. An allen vier Standorten waren „mehr grün“ und „mehr Sitzgelegenheiten“ die häufigsten Äußerungen. Auf den Rängen drei bis fünf fanden sich in unterschiedlicher Reihenfolge an allen Befragungsstandorten die Empfehlungen „Verbesserung des Erscheinungsbildes“, „Erhöhung der Sauberkeit“ und „weniger Autos“. Auch der Wunsch nach „mehr individuellen Geschäften“ bestand an allen vier Standorten. Die „Erhöhung der Fahrradfreundlichkeit“ wurde überall außer am Ziegenmarkt gewünscht, eine „höhere Sicherheit“ an allen Standorten außer am Ulrichsplatz und das „Aufhalten der Gentrifizierung“ überall außer am Theater am Goetheplatz. Zudem gab es folgende standortspezifische Vorschläge: „Mehr Parkplätze“ am Theater am Goetheplatz, die „Verbesserung der Verkehrsführung“ am Werder-Imbiss und die „Fertigstellung bzw. Beseitigung der Baustelle“ am Ziegenmarkt. Am Ulrichsplatz und am Ziegenmarkt gaben zudem einige Passanten die Empfehlung, keine Veränderungen vorzunehmen.

Abschließend wurden die befragten Passanten noch gebeten, zwei Fragen bezüglich der Events im Viertel zu beantworten. Zunächst sollten die Veranstaltungen genannt werden, die mit dem Viertel spontan assoziiert werden. Etwa 85% der Befragten konnten mindestens eine Veranstaltung nennen. Insgesamt wurde mit dem Viertel ein sehr umfangreiches und vielfältiges Veranstaltungsangebot verbunden. Mit Abstand am häufigsten wurde das Viertelfest genannt, gefolgt vom Sambakarneval. Am dritthäufigsten waren Nennungen der Kategorie „Kneipen, Diskotheken und Ausgehen“. Es waren somit nicht nur die besonderen Events, welche die befragten Personen mit dem Viertel assoziierten, sondern auch die alltäglichen Angebote und Ausgehmöglichkeiten.

In einem zweiten Schritt sollten die Passanten angeben, ob sie in den letzten zwei Jahren an verschiedenen Veranstaltungen teilgenommen haben. Mit Abstand am häufigsten wurde das Viertelfest besucht. Danach folgten der Sambakarneval, die verkaufsoffenen Sonntage und die

offenen Kunsthandwerkerateliers. Insgesamt nahm der Anteil derer, die eine Veranstaltung im Viertel besuchten, mit zunehmender Distanz zwischen Herkunftsort und Viertel ab. Zudem waren geschlechter- sowie altersspezifische Unterschiede festzustellen. Während das Viertelfest männliche wie weibliche Gäste gleichermaßen anzog, fanden der Sambakarneval und die offenen Handwerkerateliers mehr Zuspruch von weiblichen Befragten. Die verkaufsoffenen Sonntage wurden hingegen häufiger von den männlichen Befragten genutzt. Zwischen den einzelnen Altersklassen waren die Unterschiede beim Viertelfest und den verkaufsoffenen Sonntagen relativ gering, während sie beim Sambakarneval und den offenen Handwerkerateliers deutlich zu erkennen waren. Die Teilnahme am Viertelfest und an den verkaufsoffenen Sonntagen nahm mit zunehmendem Alter ab, der Sambakarneval und die offenen Handwerkerateliers wurden dagegen mit zunehmendem Alter häufiger besucht.

Während des Erhebungszeitraums der Passantenbefragung wurde zudem dreimal eine Frequenzzählung durchgeführt. Besondere Bedeutung als Besuchstag des Viertels kam dementsprechend dem Samstag zu. Die größte Passantenfrequenz wurde am Ulrichsplatz festgestellt, die geringste am Werder-Imbiss. Aus diesen Erkenntnissen sowie aus den Ergebnissen der Passantenbefragung, wie viele Personen ein Geschäft, eine Gastronomieeinrichtung oder eine Kultureinrichtung im Viertel besuchen, lässt sich das relative Kundenpotenzial abschätzen, das von allen Besuchern des Viertels auf die vier Standortbereiche entfällt. Dementsprechend ist das geschätzte relative Kundenpotenzial in den zentralen Bereichen des BIDs am Ulrichsplatz und am Ziegenmarkt am höchsten und am Werder-Imbiss am niedrigsten.

TEIL III: Das BID Ansgarikirchhof

6 Methodische Vorgehensweise bei der Passantenbefragung

Im BID Ansgarikirchhof wurden insgesamt 323 Personen befragt. Die angestrebte Zahl von 271 verwertbaren Antworten wurde somit deutlich übertroffen. Die Ergebnisse sind entsprechend repräsentativ.[9] Ebenso wie im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor fand die Befragung vom 09. - 19. Mai 2011 statt und wurde somit weder von Schulferien noch einem verlängerten Wochenende (Maifeiertag, Himmelfahrt oder Pfingsten) beeinflusst. Zum Ende der Erhebung fanden jedoch die Aufbauarbeiten zur Veranstaltung „Sommergärten“ statt, die am 20. Mai 2011 eröffnet wurde. Jedoch wurden nur 39 der 323 Interviews in den letzten drei Tagen vor dem Beginn der „Sommergärten“ geführt, so dass dieser Effekt vernachlässigt werden kann. Die Interviews wurden in der Zeit von 10.00 – 18.00 Uhr durchgeführt. An dem Samstag (14. Mai 2011) wurde besonders intensiv befragt und 69 Interviews (21,4%) geführt.

Der Befragung lag ein teilstandardisierter Fragebogen zugrunde, der in Form von mündlichen Interviews bearbeitet wurde. Dadurch konnten Nachfragen der befragten Personen sofort vom Interviewer beantwortet werden. Die 19 studentischen Interviewer wurden zuvor in einer Schulung intensiv mit der inhaltlichen Thematik der Begleitforschung und dem Hintergrund der einzelnen Fragen vertraut gemacht. Die Auswahl der befragten Personen erfolgte nach dem Zufallsprinzip (zu den Grundlagen empirischer Sozialforschung vgl. Reuber/Pfaffenbach 2005, Schnell et al. 1999). Die Interviewer gaben die Rückmeldung, dass die einzelnen Interviews in der Regel 5 – 8 Minuten dauerten.

Der eingesetzte Fragebogen (vgl. Anhang) wurde zusammen mit den Auftraggebern der Studie und dabei insbesondere mit Herrn Dr. Halves vom BID Aufgabenträger CS City-Service GmbH durchgesprochen und einem Pre-Test unterzogen. Er umfasst insgesamt 12 Fragen zu den folgenden Fragekomplexen:

a) Fragen zum Hauptzweck des Aufenthalts im Ansgari Quartier am Befragungstag und den wichtigsten Ankerbetrieben (Frage 1 und 2) sowie der generellen Besuchshäufigkeit von Geschäften und Gastronomiebetrieben im Ansgari Quartier (Frage 7). Zudem wurden fehlende Angebote im Ansgari Quartier aus Sicht der Passanten erfragt (Frage 3).

b) Fragen zur Attraktivität des Ansgari Quartiers sowie Verbesserungsvorschläge zur Attraktivitätssteigerung (Frage 4, 5 und 6) sowie

c) Fragen zur Verkehrsmittelnutzung am Befragungstag sowie eine Beurteilung der Erreichbarkeit (Frage 8 und 9).

Die drei abschließenden Fragen dienten der differenzierten Auszählung der Antworten nach der Herkunft (Frage 10), nach dem Alter (Frage 11) sowie nach dem Geschlecht (Frage 12). Bei

[9] Nach der Formel zur Bestimmung eines minimal erforderlichen Stichprobenumfangs für eine unendliche Grundgesamtheit (Mossig 1996, Rinne 1995, S. 370f.) sind mindestens 271 Interviews notwendig, damit die Resultate mit einer Sicherheitswahrscheinlichkeit von 90% innerhalb des tolerierten Fehlers von 0,05 liegen.

differenzierten Auszählungen nach diesen Merkmalen wurden die Kreuztabellen einem Chi-Quadrat Signifikanztest unterzogen.

Der Tabelle 6.1 ist die Zusammensetzung der Stichprobe nach dem Alter der befragten Personen zu entnehmen. Auch im BID Ansgarikirchhof haben jüngere Passanten etwas häufiger an der Befragung teilgenommen als ältere Personen. Die am stärksten besetzte Altersklasse der 20 bis 29-jährigen ist mit 24,6% jedoch geringer in der Stichprobe vertreten als im Viertel (29,9%). Alle Altersklassen sind mit mehr als 30 Personen besetzt und können somit differenzierten Auszählungen unterzogen werden.[10] Vereinzelt wurden die Altersklassen in die drei großen Kategorien (a) 29 Jahre und jünger (111 Personen bzw. 34,6%), (b) 30 - 59 Jahre (130 Personen bzw. 40,5%) sowie (c) 60 Jahre und älter (80 Personen bzw. 24,9%) zusammengefasst, um bestehende Altersdifferenzen deutlicher aufzeigen zu können.

Tab. 6.1: Zusammensetzung der Stichprobe im BID Ansgarikirchhof differenziert nach dem Alter der befragten Personen

Alter	**BID Ansgarikirchhof**	
	abs.	in %
unter 20 Jahre	32	10,0%
20 - 29 Jahre	79	24,6%
30 - 39 Jahre	36	11,2%
40 - 49 Jahre	48	15,0%
50 - 59 Jahre	46	14,3%
60 - 69 Jahre	41	12,8%
70 Jahre und älter	39	12,1%
keine Angabe	2	- -
Summe	**323**	**100%**

Quelle: Eigene Erhebungen

Tab. 6.2: Zusammensetzung der Stichprobe im BID Ansgarikirchhof differenziert nach dem Geschlecht der befragten Personen

Geschlecht	**BID Ansgarikirchhof**	
	abs.	in %
männlich	157	49,1%
weiblich	163	50,9%
keine Angabe	3	- -
Summe	**323**	**100%**

Quelle: Eigene Erhebungen

Tabelle 6.2 zeigt die nahezu ausgeglichene Geschlechterproportion innerhalb der Stichprobe. Nur geringfügig mehr Frauen (50,9%) als Männer (49,1%) haben den Fragebogen beantwortet.

[10] Stichprobenumfänge von weniger als 30 gelten allgemein als zu klein, um repräsentative Aussagen vornehmen zu können (Bahrenberg et al. 2010, S. 20f.).

Als weitere differenzierende Größe wurde anhand der genannten Postleitzahlen die Herkunft der befragten Passanten unterschieden. Passanten mit einer Postleitzahl des Bremer Stadtgebiets erhalten bezüglich der Herkunft die Bezeichnung „Bremen“. Die anderen Personen mit einer nicht Bremen zuzuordnenden Postleitzahl bilden die Gruppe mit der Herkunft „außerhalb Bremens“. Tabelle 6.3 gibt den entsprechenden Überblick, wie sich die Stichprobe hinsichtlich der Herkunft der befragten Passanten zusammensetzt. Die meisten befragten Personen stammen aus Bremen (70,0%). Jedoch liegt der Anteil der befragten Passanten, die außerhalb Bremens wohnen, mit 30,0% deutlich über dem erhobenen Anteilswert im Viertel (13,1%). 20 Personen haben die Frage nach ihrer Postleitzahl nicht beantwortet und können bei differenzierten Auswertungen nach der Herkunft nicht berücksichtigt werden. Eine genauere Analyse der Herkunft der Besucher des Ansgari Quartiers wird in Kapitel 7.1 vorgenommen.

Tab. 6.3: Zusammensetzung der Stichprobe im BID Ansgarikirchhof differenziert nach der Herkunft der befragten Personen

Herkunft	**BID Ansgarikirchhof**	
	abs.	in %
Bremen	212	70,0%
außerhalb Bremens	91	30,0%
keine Angabe	20	- -
Summe	**323**	**100%**

Quelle: Eigene Erhebungen

Während des Erhebungszeitraumes wurde zudem dreimal eine **Passantenzählung**[11] durchgeführt, um die Besucherfrequenz am Ansgarikirchhof abzuschätzen. Eine Hochrechnung der gesamten Besucherzahlen in einer Woche ist auf der Grundlage der durchgeführten Zählungen aber nicht solide möglich. Die Zahlen lassen sich letztlich nur in Relation zu anderen Standorten sinnvoll interpretieren. Eine grobe Einordnung der Passantenfrequenz am Ansgarikirchhof kann jedoch durch den Vergleich zum BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor erfolgen. Da im Viertel an vier Standorten gezählt wurde, mussten die absoluten Passantenzahlen dort mit dem Faktor 0,25 multipliziert werden, um die Vergleichbarkeit zum BID Ansgarikirchhof zu ermöglichen. Gezählt wurde im Ansgari Quartier am

- Montag, den 9. Mai 2011, in der Zeit von 11.00 - 13.00 Uhr[12]
- Dienstag, den 10. Mai 2011, in der Zeit von 15.00 - 17.00 Uhr sowie
- Samstag, den 14. Mai 2011 von 13.00 - 14.30 Uhr.

[11] Zur Methodik einer Passantenzählung vgl. ausführlich Monheim (1999).

[12] Aus erhebungsorganisatorischen Gründen weicht dieser Termin von der Zählung im Viertel ab, die für die Zeit von 11 – 13 Uhr am darauffolgenden Mittwoch durchgeführt wurde. Dies relativiert den Vergleich zwischen den beiden BIDs zudem.

Tab. 6.4: Ergebnisse der Passantenzählung im BID Ansgarikirchhof sowie im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor

Herkunft	BID Ansgarikirchhof		BID Viertel	
	abs.	in %	abs.	in %
Mo. 09.05. bzw. Mi. 11.05.2011 (11.00 - 13.00 Uhr)	2700	36,2%	897	23,3%
Di. 10.05.2011 (15.00 - 17.00 Uhr)	1434	19,2%	1170	30,3%
Sa. 14.05.2011 (13.00 - 14.30 Uhr)	3320	44,5%	1789	46,4%
Summe	**7454**	**100%**	**3856**	**100%**

Quelle: Eigene Erhebungen

Auch am Ansgarikirchhof ist die Passantenfrequenz am Samstag deutlich höher als an den übrigen Wochentagen, wobei das Ergebnis am Montag (09.05.2011) einen Ausreißer darstellen könnte. Dennoch kann als generelle Tendenz eindeutig festgehalten werden, dass die Passantenfrequenz im BID Ansgarikirchhof deutlich höher ist als im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor.

Jedoch ist der Anteil der Durchgangspassanten mit 56,7% auch im Ansgari Quartier sehr hoch und liegt über dem Durchschnittswert im Viertel (46,5%). Die Zahl der potenziellen Kunden von Geschäften oder Gastronomiebetrieben reduziert sich entsprechend, wie Tabelle 6.5 zu entnehmen ist.

Tab. 6.5: Geschätztes Kundenpotenzial des BIDs Ansgarikirchhof im Vergleich zum BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor

	Passanten-zählung	Anteil Durchgangs-passanten	Potenzielle Kunden-zahl
BID Ansgarikirchhof	7454	56,7%	3228
BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor	3856	46,5%	2063
Verhältnis	1,93: 1		1,56:1

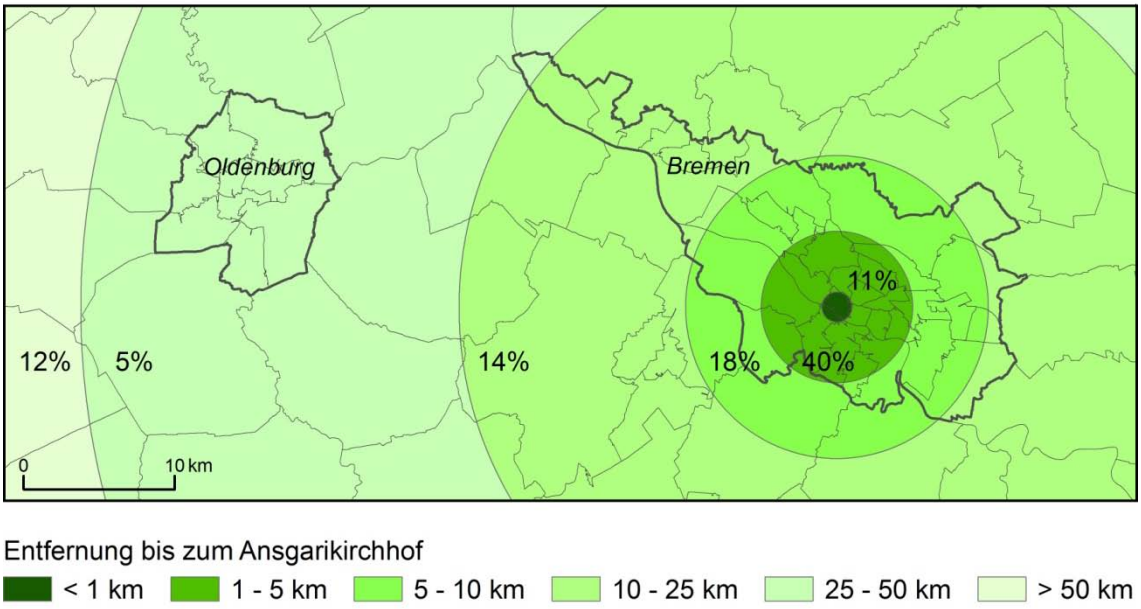
Quelle: Eigene Erhebungen

7 Ergebnisse der empirischen Erhebungen: Das BID Ansgarikirchhof aus Sicht der Passanten

7.1 Herkunft der befragten Passanten

Um die Herkunft der befragten Passanten zu erfassen, wurden sie wie die Befragten im Viertel nach der Postleitzahl ihres jeweiligen Wohnortes gefragt. Von den insgesamt 323 Befragten haben 293 ihre Postleitzahl verwertbar[13] angegeben und werden somit als Grundgesamtheit verwendet. Die Ergebnisse für die Herkunft der Kunden sind in Karte 8 dargestellt.

Karte 8: Herkunft der Kunden im BID Ansgarikirchhof



Quelle: Eigene Erhebung

Es wird aus der Abbildung klar ersichtlich, dass die Verteilung der Kunden am Ansgarikrichhof deutlich heterogener als im Viertel ist. 11% der Passanten (absolut 32) wohnen in einem Postleitzahlengebiet, das weniger als einen Kilometer vom Ansgarikirchhof entfernt ist (PLZ 28195). In einer Entfernung von einem bis fünf Kilometern wohnt hingegen mit 116 Passanten (40%) die größte Gruppe der Befragten. Der nächstgrößere Radius von fünf bis zehn Kilometern Entfernung beheimatet wiederum 18% der befragten Passanten (53). Auch im weiteren Umkreis von zehn bis fünfundzwanzig Kilometern um den Ansgarikirchhof finden sich mit 42 Kunden noch 14% aller Befragten. Aus dem sich anschließenden Radius von fünfundzwanzig bis fünfzig Kilometern Entfernung stammen hingegen nur 15 Kunden, bzw. 5% der Befragten. Im Gegensatz zum Viertel ist allerdings die Restkategorie weiter entfernt als fünfzig Kilometer deutlich stärker vorhanden, 12% bzw. 35 Passanten insgesamt stammen aus dieser größeren Entfernung. Die Kunden sind also deutlich seltener in der direkten Umgebung wohnhaft als bei der Erhebung im Viertel, sondern tendenziell dient der Standort Ansgarikirchhof stärker als Attraktor auch für weiter entferntere Zielgruppen, die vermutlich die Kombination mit der Innenstadt wertschätzen.

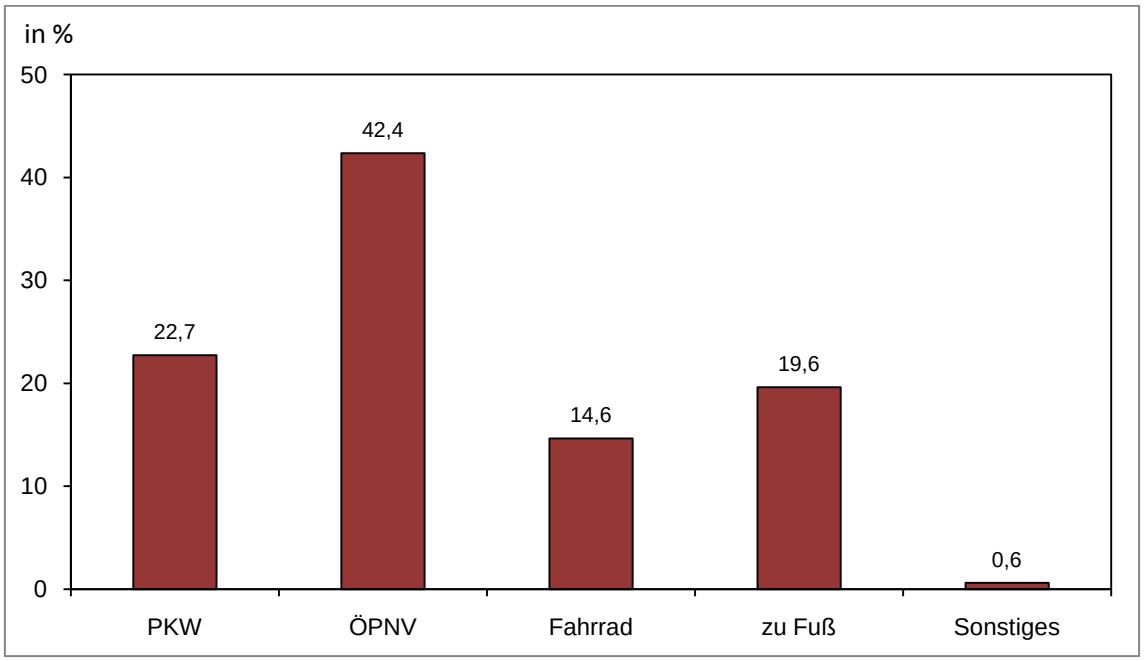
[13] 20 Passanten gaben gar keine Postleitzahl an, weitere 10 Passanten nannten, absichtlich oder unabsichtlich, eine Postleitzahl, die nicht bzw. nur als Postfach existiert und somit nicht verwertbar war.

7.2 Verkehrsmittelnutzung und Beurteilung der Erreichbarkeit

Dieses Kapitel untersucht die Erreichbarkeit des BIDs Ansgarikirchhof und stellt die von den Passanten genutzten Verkehrsmittel heraus. Auch für diesen Innovationsbereich wurde die Optimierung der Erreichbarkeit für potenzielle Kunden nicht als explitzite BID-Maßnahme genannt. Dennoch ist eine gute Erreichbarkeit ein wichtiges Qualitätsmerkmal des Quartieres. Die Analyse der Verkehrsmittelwahl und die Bewertung der Erreichbarkeit erfolgt differenziert nach der Herkunft der Passanten, dem Alter der befragten Passanten, dem Geschlecht sowie dem Hauptzweck des Besuchs differenziert nach „Einkauf“ und sonstigen Besuchsgründen.

Über das von ihnen genutzte Verkehrsmittel zur Erreichung des Ansgarikirchhofs haben 321 Befragte Auskunft gegeben. Abbildung 7.1 gibt die Verteilung der Antworten wieder. Die meisten Befragten sind mit öffentlichen Verkehrsmitteln (ÖPNV) angereist (42,4%). Der PKW wurde am zweithäufigsten genutzt (22,7%). Zu Fuß sind 19,6% der befragten Passanten und mit dem Fahrrad 14,6% in den Innovationsbereich gekommen. Sonstige Verkehrsmittel spielen mit 0,6% der Nennungen keine Rolle. Die statistische Analyse hat ergeben, dass die Verkehrsmittelwahl nicht signifikant zwischen den Wochentagen variiert.

Abb. 7.1: Verkehrsmittelnutzung der befragten Passanten am Befragungstag zur Erreichung des BIDs Ansgarikirchhof

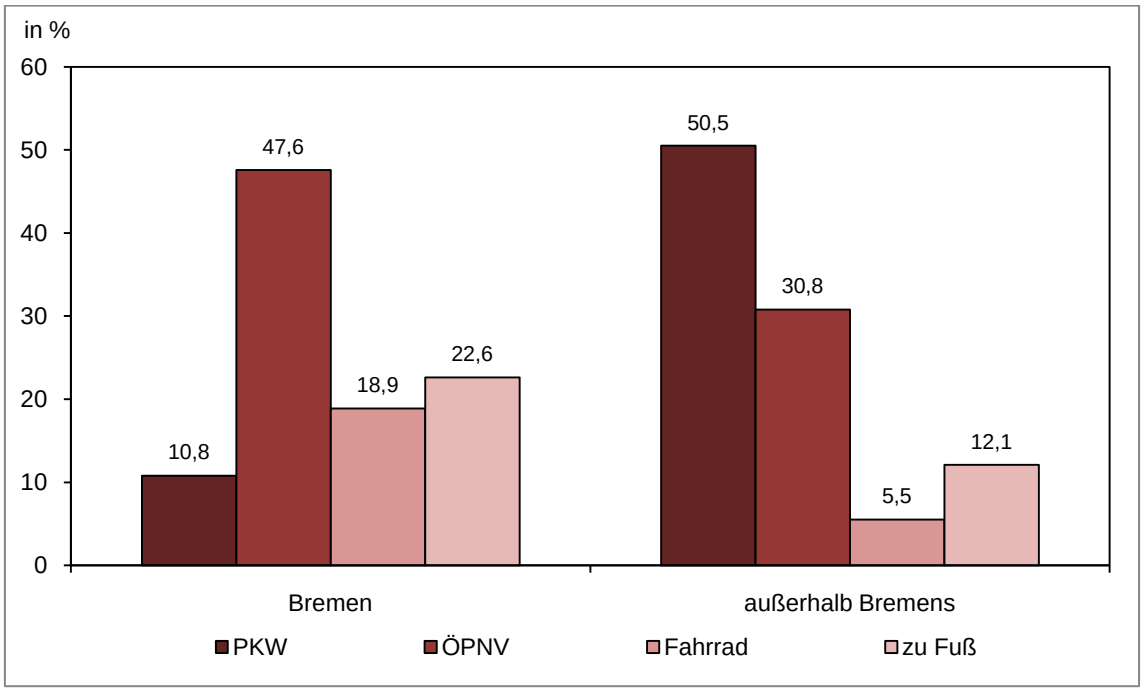


Quelle: Eigene Berechnung

Abbildung 7.2 zeigt, dass die genutzten Verkehrsmittel nach der Herkunft der befragten Personen variieren. Passanten aus Bremen nutzten am Befragungstag überwiegend die öffentlichen Verkehrsmittel, um zum Ansgarikirchhof zu gelangen (47,6%). Etwas mehr als ein Fünftel der befragten Passanten sind zu Fuß zum Ansgarikirchhof gekommen (22,6%) und 18,9% mit dem Fahrrad. Der PKW hat mit 10,8% der Nennungen nur eine nachrangige Bedeutung für die Anreise. Stammen die befragten Passanten dagegen nicht aus Bremen, dann ist der PKW das

am häufigsten genutzte Verkehrsmittel (50,5%). Ebenfalls von großer Bedeutung ist der ÖPNV mit 30,8% der Nennungen. Das Fahrrad ist mit 5,5% verständlicherweise nicht so häufig zur Anreise genutzt worden. 12,1% der Befragten gaben an, zu Fuß zum Ansgarikirchhof gekommen zu sein. Die Unterschiede der Verkehrsmittelwahl zwischen den Herkunftsorten sind statistisch hochsignifikant.

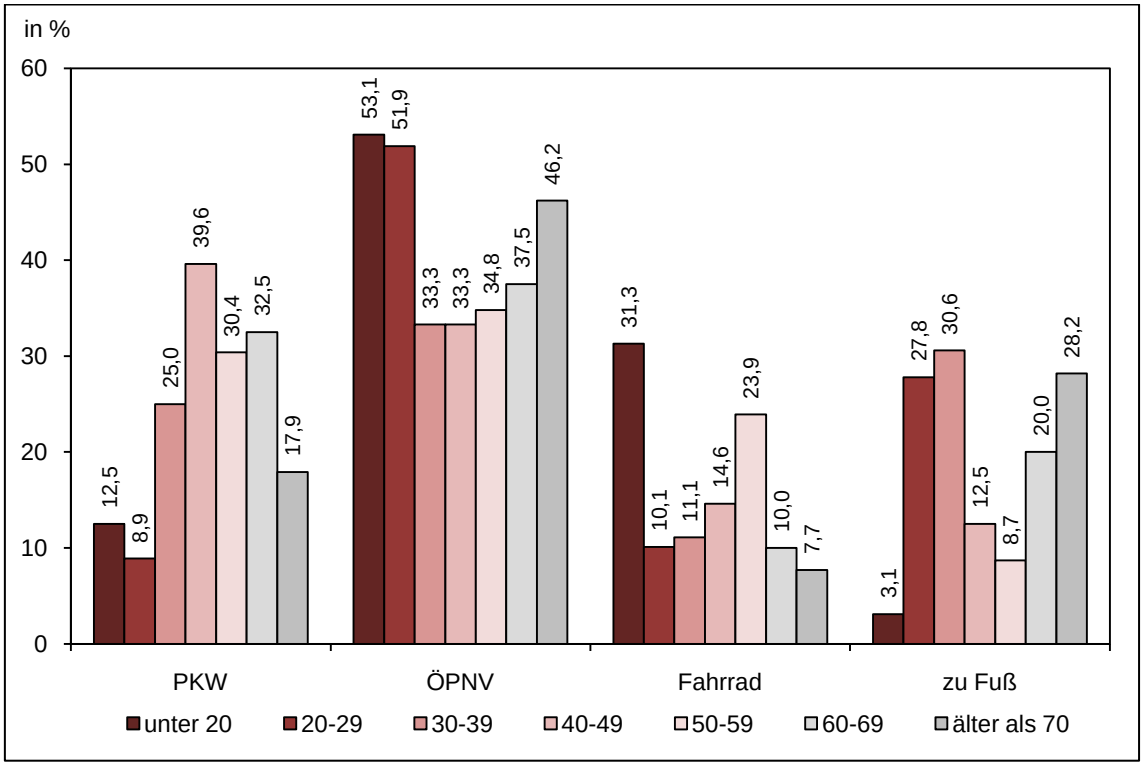
Abb. 7.2: Genutzte Verkehrsmittel zur Erreichung des BIDs Ansgarikirchhof am Befragungstag differenziert nach der Herkunft der befragten Passanten



*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α= 0,1% - Niveau) Quelle: Eigene Berechnung

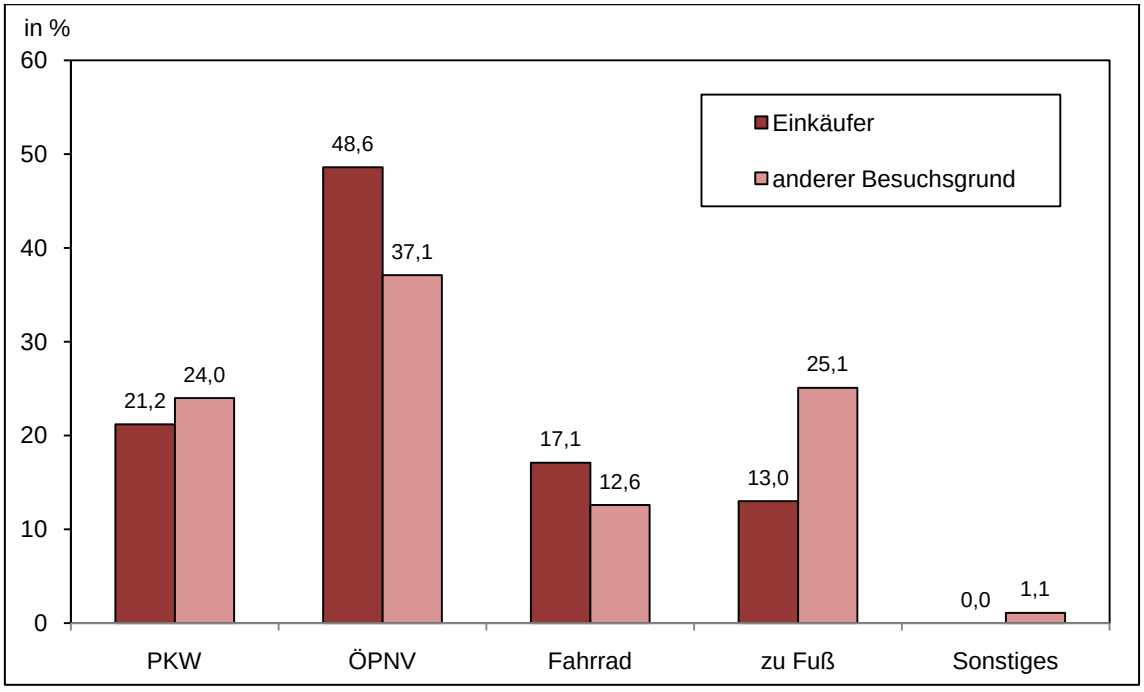
Die Verkehrsmittelnutzung wurde auch nach Altersklassen differenziert analysiert. Die Unterschiede zwischen den Altersklassen sind ebenfalls hochsignifikant (vgl. Abb. 7.3). Am häufigsten wird der PKW von den 40 bis 49-jährigen genutzt (39,6%). Auch die 60 bis 69-jährigen (32,5%) und die 50 bis 59-jährigen (30,4%) nutzen das Auto vergleichsweise oft. Seltener wurde der PKW von der Gruppe der unter 30-jährigen als genutztes Verkehrsmittel angegeben (unter 20-jährige 12,5%), wobei er von den 20 bis 29-jährigen am seltensten genutzt wurde (8,9%). Die unter 30-jährigen sind genau wie die über 70-jährigen (46,2%) am häufigsten mit dem ÖPNV angereist (unter 20-jährige 53,1%; 20 bis 29-jährige 51,9%). Am seltensten wird der ÖPNV von den 30 bis 49-jährigen genutzt, aber immerhin noch von jeweils einem Drittel der Befragten in der Altersklasse. Das Fahrrad als Verkehrsmittel wurde am häufigsten von den unter 20-jährigen (31,3%) und den 50 bis 59-jährigen (23,9%) angegeben. Von allen anderen Altersklassen wird das Fahrrad deutlich seltener genutzt. Bei den Fußgängern zeigt sich ein durchmischtes Bild. In der Altersklasse der unter 20-jährigen haben nur 3,1% der Befragten angegeben, zu Fuß zum Ansgarikirchhof gekommen zu sein. Auch in den Altersklassen der 40 bis 59-jährigen finden sich mit 8,7% bzw. 12,5% ebenfalls nur wenige Fußgänger. Die 20 bis 39-jährigen sowie die über 70-jährigen sind dagegen relativ häufig zu Fuß zum Ansgarikirchhof gegangen.

Abb. 7.3: Genutzte Verkehrsmittel zur Erreichung des BIDs Ansgarikirchhof am Befragungstag differenziert nach Altersklassen der befragten Passanten



*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α= 0,1% - Niveau) Quelle: Eigene Berechnung

Abb. 7.4: Genutzte Verkehrsmittel zur Erreichung des BIDs Ansgarikirchhof am Befragungstag differenziert nach dem Hauptgrund des Besuchs

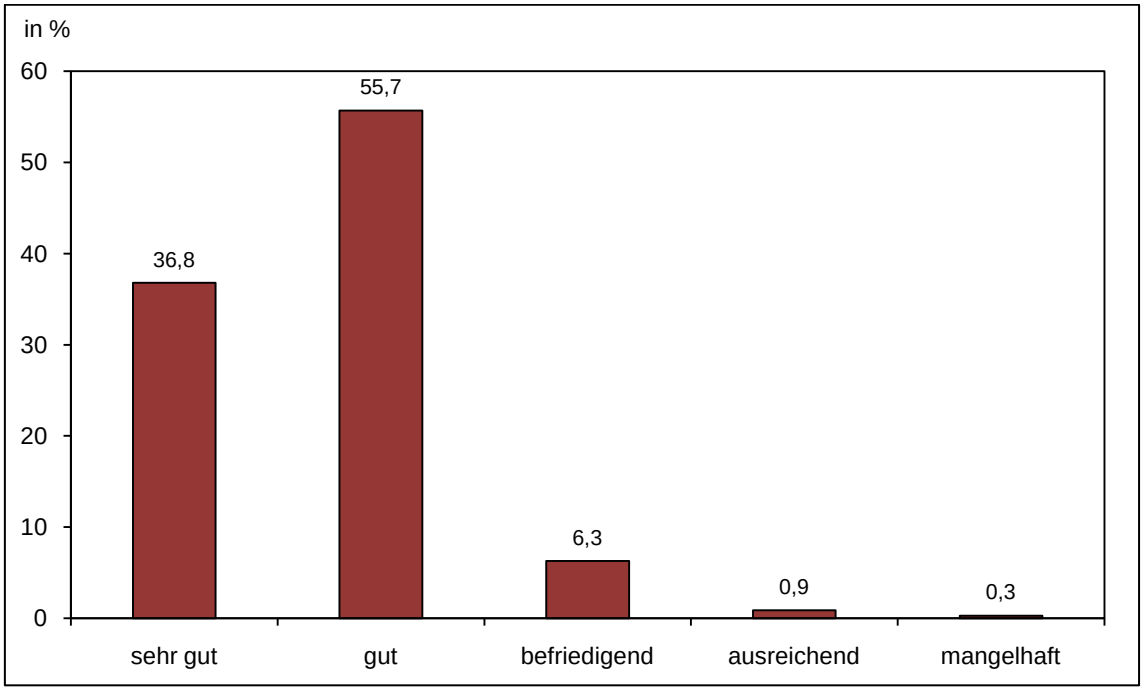


* Die Ergebnisse sind signifikant (α= 5% - Niveau) Quelle: Eigene Berechnung

Weiterhin wurden die Passanten befragt, aus welchem Grund sie zum Ansgarikirchhof gekommen sind. In der nachfolgenden Analyse wird zwischen denjenigen, die als Hauptzweck „Einkauf“ angegeben haben (146 Nennungen) und anderen Besuchsgründen unterschieden (175 Nennungen) (vgl. Abb. 7.4). „Einkäufer“ kommen am häufigsten mit dem ÖPNV (48,6%) zum Ansgarikirchhof und damit deutlich häufiger als „nicht-Einkäufer“ (37,1%). Letztere sind dagegen wesentlich häufiger zu Fuß in den Innovationsbereich gegangen (25,1%). Weiterhin reisen etwas mehr „Einkäufer“ mit dem Fahrrad an (17,1%), wohingegen es bei der PKW-Nutzung keinen wesentlichen Unterschied zwischen beiden Gruppen gibt. Insgesamt sind die Unterschiede statistisch signifikant.

Nachdem die Art der Anreise zum BID Ansgarikirchhof erfragt wurde, sollten die befragten Passanten die Erreichbarkeit des Ansgari Quartiers bewerten. Die Grundgesamtheit bilden 318 gültige Angaben. Mit einer Durchschnittsnote von 1,7 fällt die Bewertung der Erreichbarkeit des Ansgari Quartiers durch die befragten Passanten insgesamt mehr als „gut“ aus.

Abb. 7.5: Beurteilung der Erreichbarkeit des BIDs Ansgarikirchhof am Befragungstag durch die Passanten



Quelle: Eigene Berechnung

Es haben 92,5% der befragten Passanten die Erreichbarkeit mit mindestens „gut“ bewertet. Positiv festgehalten werden kann weiterhin, dass die Schulnoten „ausreichend“ und „mangelhaft“ nur sehr selten vergeben wurden (insgesamt viermal, der Anteil liegt bei lediglich 1,2%). Keiner der Befragten hat ein „ungenügend“ vergeben. Im Folgenden soll detailliert gezeigt werden, ob und wie sich die Bewertung der Erreichbarkeit in Abhängigkeit vom gewählten Verkehrsmittel oder der Herkunft der Passanten unterscheidet.

Tab. 7.1: Beurteilung der Erreichbarkeit des BIDs Ansgarikirchhof am Befragungstag durch die Passanten differenziert nach dem genutzten Verkehrsmittel

	sehr gut (1)	gut (2)	befriedigend (3)	ausreichend (4)	mangelhaft (5)	ungenügend (6)	**Durchschnittsnote**
PKW	19,4%	65,3%	12,5%	1,4%	1,4%	0,0%	**2,0**
ÖPNV	34,1%	61,5%	3,0%	1,5%	0,0%	0,0%	**1,7**
Fahrrad	44,7%	48,9%	6,4%	0,0%	0,0%	0,0%	**1,6**
Zu Fuß	56,5%	37,1%	6,5%	0,0%	0,0%	0,0%	**1,5**
Gesamt	**36,7%**	**55,7%**	**6,3%**	**0,9%**	**0,3%**	**0,0%**	**1,7**

** Die Ergebnisse sind sehr signifikant (α= 1% - Niveau) Quelle: Eigene Berechnung

Tabelle 7.1 zeigt die Bewertung der Erreichbarkeit des Ansgarikirchhofs in Abhängigkeit vom genutzten Verkehrsmittel. Die Ergebnisse sind sehr signifikant. Mit einer Durchschnittsnote von 1,5 bewerten die Fußgänger die Erreichbarkeit am besten. Mehr als die Hälfte (56,5%) der Fußgänger hat die Erreichbarkeit mit „sehr gut“ bewertet. Danach folgen mit einer Durchschnittsnote von 1,6 die Fahrradfahrer. Die überragende Mehrheit dieser Verkehrsteilnehmer hat die Erreichbarkeit mit „gut“ (48,9%) oder „sehr gut“ (44,7%) bewertet. Die Passanten, die mit dem ÖPNV angereist sind, haben im Durchschnitt eine 1,7 vergeben. Dabei bewerteten 61,5% die Erreichbarkeit mit „gut“ und 34,1% mit „sehr gut“. Am schlechtesten, aber immer noch „gut“ (2,0), haben die PKW-Fahrer die Erreichbarkeit des Ansgarikirchhofs bewertet. Dabei entfielen 65,3% der Nennungen der PKW-Nutzer auf „gut“ und nur noch 19,4% auf ein „sehr gut“.

Sehr signifikante Unterschiede in der Beurteilung der Erreichbarkeit lassen sich hinsichtlich der Herkunft der befragten Passanten feststellen (vgl. Tab. 7.2). Die Erreichbarkeit wurde von den aus Bremen stammenden Passanten deutlich besser bewertet (1,6), als durch die von außerhalb kommenden Befragten (1,9). Insbesondere wird die Note „sehr gut“ wesentlich häufiger von den aus Bremen stammenden Befragten (41,7%) vergeben als von den Personen mit einem Wohnort außerhalb Bremens (24,2%).

Tab. 7.2: Beurteilung der Erreichbarkeit des Ansgarikirchhofs am Befragungstag differenziert nach der Herkunft der befragten Passanten

	sehr gut (1)	gut (2)	befriedigend (3)	ausreichend (4)	mangelhaft (5)	ungenügend (6)	**Durchschnittsnote**
Bremen	41,7%	53,1%	4,7%	0,5%	0,0%	0,0%	**1,6**
außerhalb Bremens	24,2%	62,6%	9,9%	2,2%	1,1%	0,0%	**1,9**
Gesamt	**36,4%**	**56,0%**	**6,3%**	**1,0%**	**0,3%**	**0,0%**	**1,7**

** Die Ergebnisse sind sehr signifikant (α= 1% - Niveau) Quelle: Eigene Berechnung

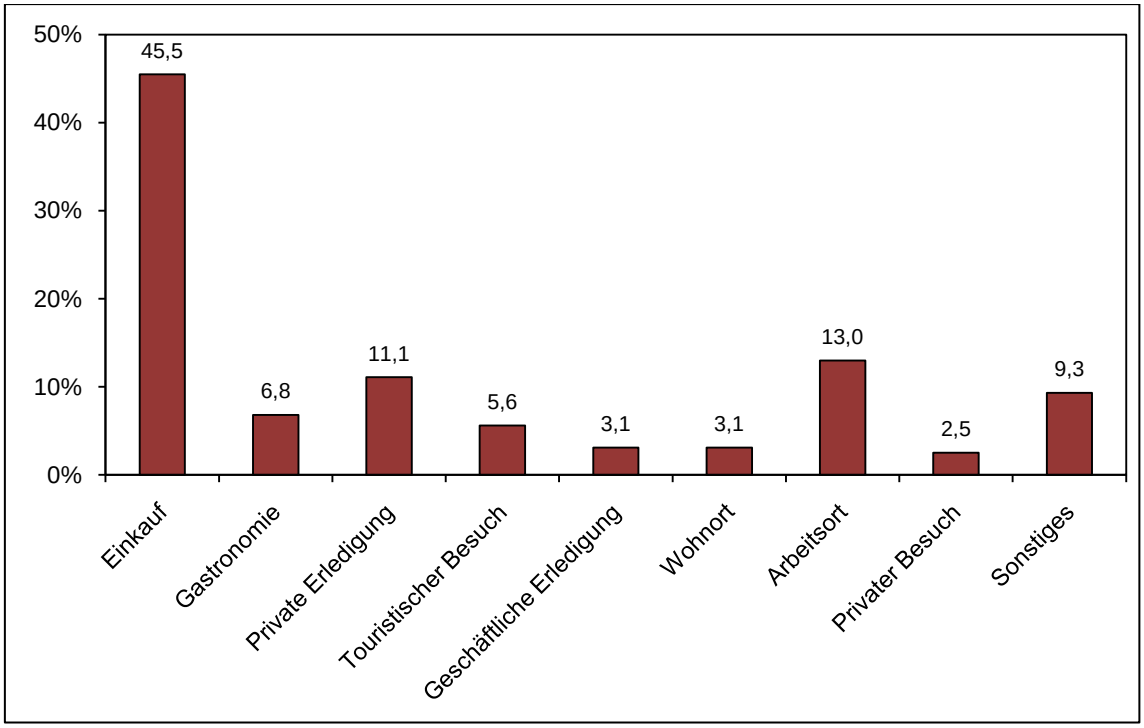
Darüber hinaus lassen sich keine signifikanten Unterschiede bei der Bewertung der Erreichbarkeit des Ansgarikirchhofs für die verschiedenen Altersklassen, das Geschlecht, den Wochentag oder den Hauptgrund des Besuchs feststellen.

7.3 Besuchsgrund, Ankerbetriebe und Angebotslücken

Analog zum Viertel wurden auch die Passanten im Ansgarikirchhof danach gefragt, was der **Hauptzweck ihres dortigen Aufenthalts** am Befragungstag sei (Abb. 7.6). Die Beweggründe lassen sich grob in zwei Gruppen unterscheiden. Zum einen in solche Gründe, die sich kaum durch konkrete BID-Maßnahmen beeinflussen lassen (z.B. der Weg von bzw. nach Hause, Wege von/zur Arbeit, privater Besuch eines Anwohners) und zum anderen in Aufenthaltsgründe, die weitaus stärker im Fokus von BID-Maßnahmen stehen (z.B. Einkauf, Besuch eines Gastronomiebetriebs, private oder geschäftliche Erledigung, touristischer Besuch).

Im Gegensatz zum Viertel dominieren im Ansgarikirchhof eindeutig Besuchszwecke, die sich der zweiten Gruppe zuordnen lassen. Von den 323 Befragten gab mit 45,5% fast die Hälfte an, sich zum Einkaufen im Ansgari Quartier aufzuhalten. Weiterhin spielten private Erledigungen (11,1%) eine gewisse Rolle. Innerhalb der Gruppe der Beweggründe, die sich nur wenig durch konkrete BID-Maßnahmen beeinflussen lassen, ist lediglich der Weg von oder zur Arbeit von Bedeutung (13,0%). Dagegen war die im Viertel meistgenannte Kategorie des Weges von bzw. nach Hause im Ansgarkirchhof mit 3,1% der Nennungen von geringer Relevanz.

Abb. 7.6: Hauptzweck des Aufenthalts im Ansgari Quartier am Befragungstag

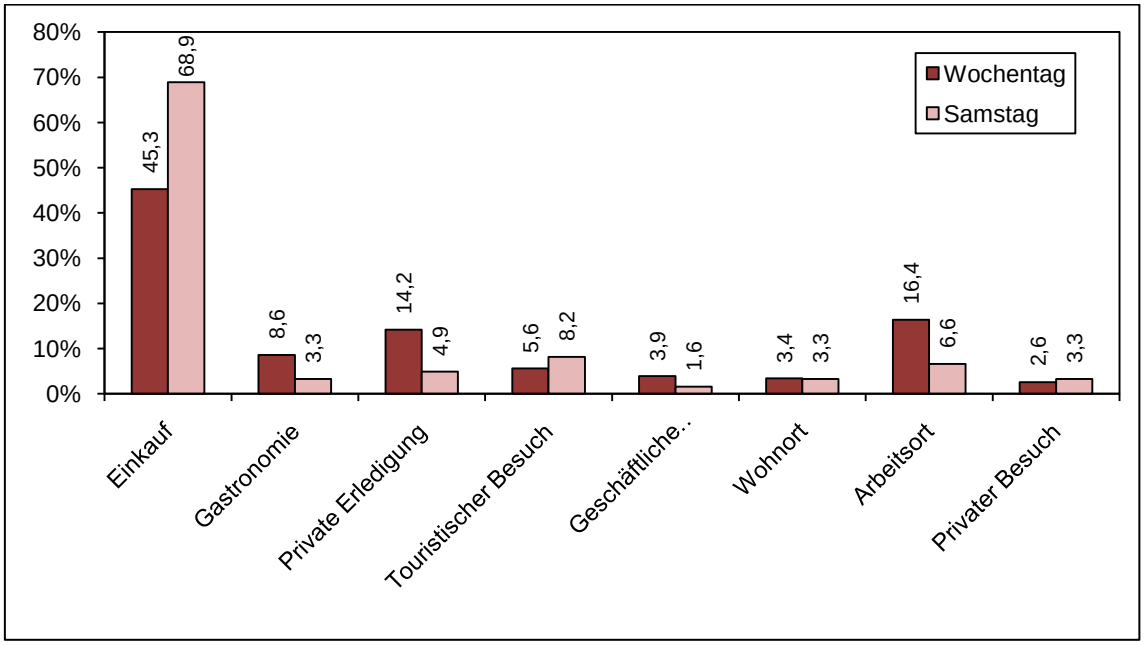


Quelle: Eigene Erhebungen

Bei den nachfolgenden differenzierten Auswertungen wurde die Kategorie „Sonstiges“ nicht weiter berücksichtigt. Entsprechend erhöhen sich die Prozentanteile in den anderen Kategorien etwas. Der Hauptzweck des Aufenthalts im Ansgarikirchhof wird auf signifikante Weise durch den Wochentag der Befragung beeinflusst (Abb. 7.7). Samstags erhöhte sich insbesondere der Anteil der Personen, die zum Einkaufen hierher gekommen sind, sehr deutlich (68,9% gegen-

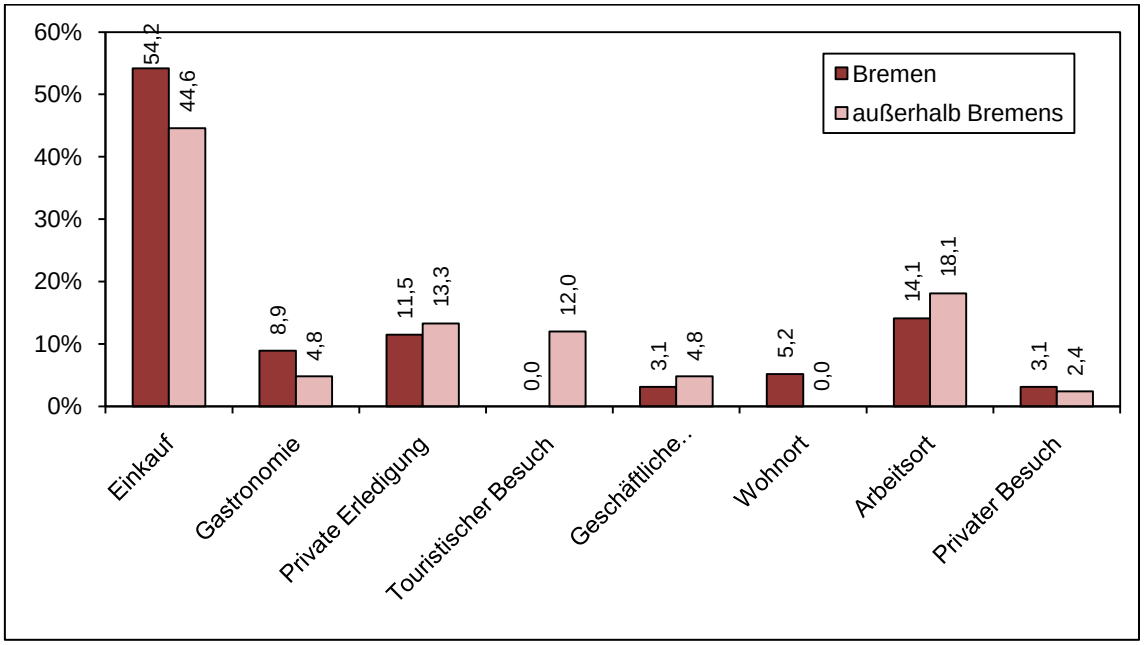
über 45,3% an einem Wochentag). Demgegenüber hatten unter der Woche der Besuch von Gastronomiebetrieben (8,6% wochentags, 3,3% samstags), private Erledigungen (14,2% wochentags, 4,9% samstags) und der Weg von oder zur Arbeit (16,4% wochentags, 6,6% samstags) einen deutlich höheren Stellenwert als samstags.

Abb. 7.7: Hauptzweck des Aufenthalts im Ansgari Quartier am Befragungstag differenziert nach Wochentag und Samstag



* Die Ergebnisse sind signifikant (α = 5% - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Abb. 7.8: Hauptzweck des Aufenthalts im Ansgari Quartier am Befragungstag differenziert nach Wohnort



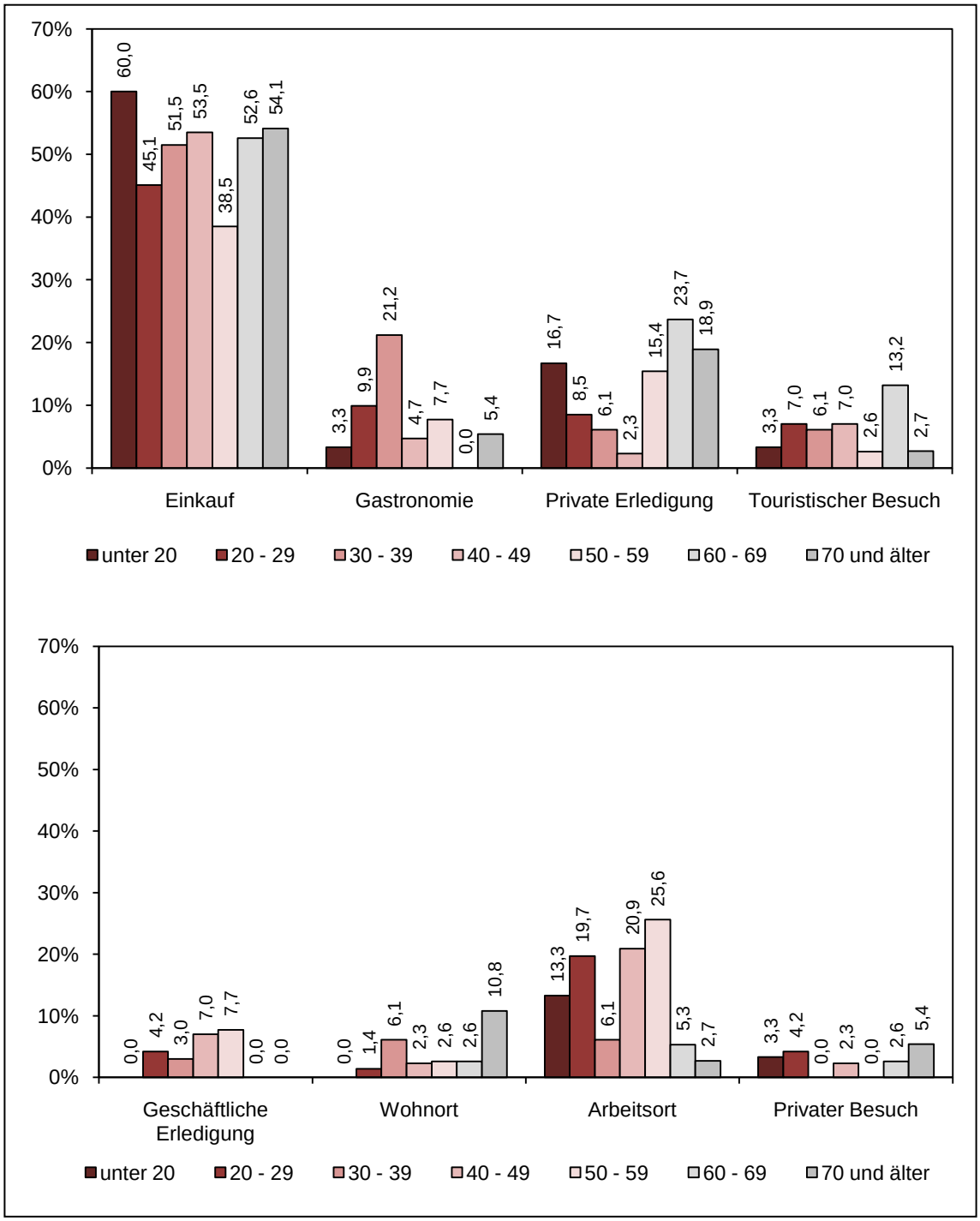
*** Die Ergebnisse sind hochsignifikant (α = 0,1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Weiterhin bestehen je nach Wohnort des Befragten hochsignifikante Unterschiede im Hauptzweck des Aufenthalts im Ansgari Quartier (Abb. 7.8). Es ist wenig verwunderlich, dass sich touristische Besuche auf die Personen beschränken, die nicht aus Bremen kommen (12,0%). Von den Besuchern mit Wohnort außerhalb Bremens wurden zudem die Besuchsgründe Weg von oder zur Arbeit (18,1%), geschäftliche Erledigungen (4,8%) sowie private Erledigungen (13,3%) häufiger genannt als von befragten Passanten aus Bremen. Einkäufe (54,2%), der Besuch von Gastronomiebetrieben (8,9%) und private Besuche (3,1%) wurden dagegen häufiger bei Befragten aus Bremen als Hauptzweck des Besuchs im Ansgarikirchhof angegeben. 5,0% der Befragten aus Bremen haben außerdem ihren Wohnort in der City und befanden sich auf dem Weg nach Hause oder von zu Hause.

Einen signifikanten Einfluss übt zudem das Alter auf den Hauptzweck des Besuchs im BID Ansgarikirchhof aus (Abb. 7.9). Ein Einkauf war insbesondere für die jüngste Altersgruppe der unter 20-jährigen der Hauptbesuchsgrund (60,0%). Von vergleichsweise geringer Bedeutung war dagegen der Einkauf für die 50 bis 59-jährigen (38,5%). Gastronomiebetriebe wurden mit Abstand am häufigsten von den 30 bis 39-jährigen als Hauptzweck ihres Besuchs im Ansgari Quartier angegeben (21,2%). Private Erledigungen im Ansgarikirchhof sind zum einen für die unter 20-jährigen (16,7%), zum anderen für die Personen ab 50 Jahren besonders bedeutsam. Touristische Besuche kamen bei den 60 bis 69-jährigen am häufigsten vor (13,2%). Die Kategorien Arbeitsort und geschäftliche Erledigungen weisen sehr ähnliche Muster auf. Hierbei sind es insbesondere die Personen zwischen 40 und 59 Jahren sowie die 20 bis 29-jährigen, die einen dieser beiden Gründe als Hauptbesuchszweck des Ansgarikirchhofs nannten. Einen Wohnort in der Bremer City hatten insbesondere die Personen über 70 Jahre. Von ihnen befanden sich 10,8% auf dem Weg von zu Hause oder nach Hause.

Weiterhin wurde geprüft, ob der Besuchszweck des Ansgarikirchhofs auch vom Geschlecht der befragten Personen abhängt. Hier ließen sich jedoch keine signifikanten Unterschiede feststellen.

Abb. 7.9: Hauptzweck des Aufenthalts im Ansgari Quartier am Befragungstag differenziert nach Altersgruppen

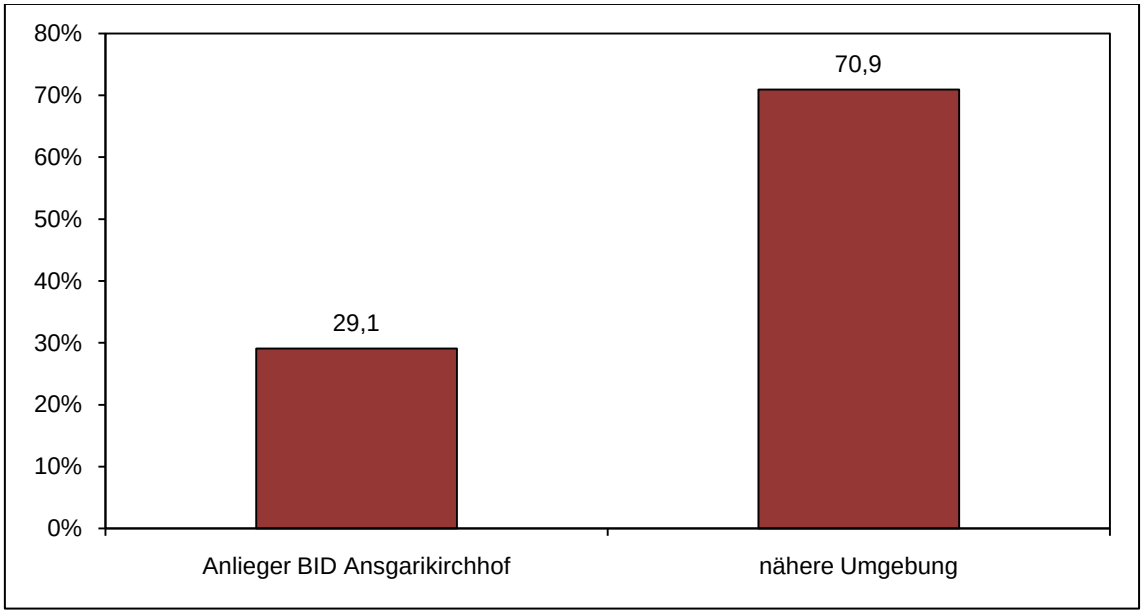


* Die Ergebnisse sind signifikant (α = 5% - Niveau)

Quelle: Eigene Erhebungen

Mit dem Ziel, mögliche **Ankerbetriebe im BID Ansgarikirchhof** zu identifizieren, sollten die befragten Passanten bis zu drei Geschäfte oder Gastronomiebetriebe nennen, die sie bei ihrem aktuellen Besuch im Ansgarikirchhof aufsuchten. Auf diese Frage antworteten 140 Personen, die insgesamt 172 gültige Angaben machten. Auffällig ist, dass lediglich 29,1% der Nennungen auf Betriebe entfallen, die zu den Anliegern des BIDs Ansgarikirchhof gehören.[14] Die verbleibenden 70,9% sind Geschäfte oder Gastronomiebetriebe, die sich in der nahen Umgebung des BIDs Ansgarikirchhof befinden (Abb. 7.10).

Abb. 7.10: Besuchte Ziele im BID Ansgarikirchhof und in der näheren Umgebung



Quelle: Eigene Erhebungen

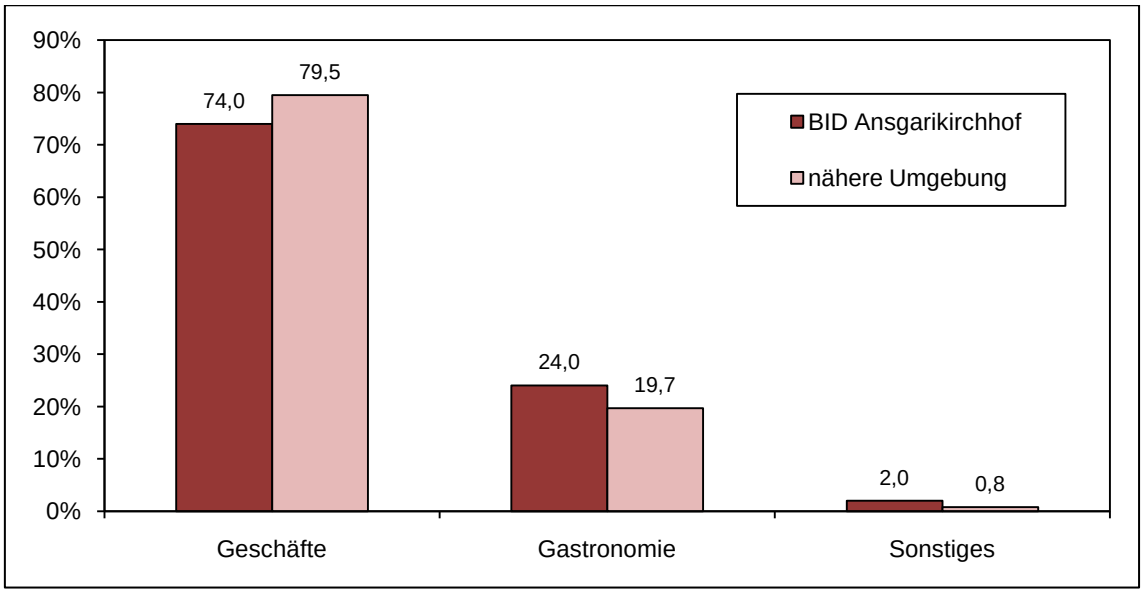
Unter den besuchten Zielen, die im BID Ansgarikirchhof liegen, entfallen 74,0% auf Geschäfte und 24,0% auf Gastronomiebetriebe (Abb. 7.11). Bei den besuchten Zielen in der näheren Umgebung des BIDs ist der Anteil der Geschäfte mit 79,5% noch etwas höher (Gastronomiebetriebe: 19,7%).

Im Ansgarikirchhof sind die meist besuchten Geschäfte Bekleidungs- und Schuhläden (56,8%) (Abb. 7.12). Auf Einrichtungsläden entfallen 16,2% der Nennungen, auf Schmuckgeschäfte 8,1% und auf sonstige Geschäfte 18,9%. Zu der letztgenannten Kategorie zählt insbesondere der Weltladen Contigo, der zusammen mit dem Bekleidungsladen Ristedt das namentlich am häufigsten genannte Geschäft im Ansgarikirchhof darstellt (jeweils 6 Nennungen). Die besuchten Geschäfte in der näheren Umgebung des BIDs sind zu ungefähr gleichen Teilen Kaufhäuser (28,9%) sowie Bekleidungs- bzw. Schuhläden (27,8%). Weitere Nennungen entfallen auf Lebensmittelgeschäfte (11,3%), Einrichtungsgeschäfte (9,3%) sowie sonstige Geschäfte (22,7%). Namentlich wurden am häufigsten die beiden Kaufhäuser Karstadt (16 Nennungen) und Kaufhof sowie C&A (jeweils 12 Nennungen) als besuchte Ziele in der näheren Umgebung des BIDs Ansgarikirchhof genannt.

[14] vgl. http://www.ansgari-bid.de/die-anlieger.html

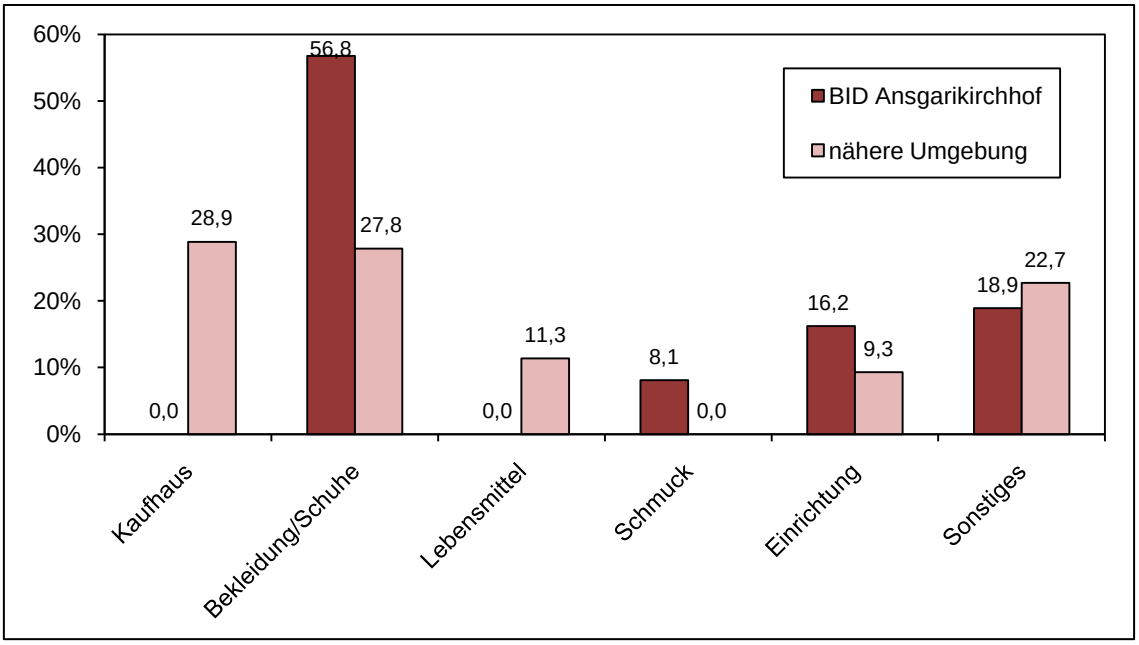
Besuchte Gastronomiebetriebe waren im BID Ansgarikirchhof allesamt Restaurants, wobei am häufigsten das Tano genannt wurde (7 Nennungen). In der näheren Umgebung des BIDs wurden zu 45,8% Imbisse (insbesondere Subway mit 5 Nennungen) und Eiscafés (37,5%) aufgesucht. Restaurants oder Bars spielten nur eine untergeordnete Rolle (8,3%).

Abb. 7.11: Anteil von Geschäften, Gastronomiebetrieben und sonstigen Einrichtungen an allen besuchten Zielen im BID Ansgarikirchhof (Anlieger des BIDs) und in der näheren Umgebung



Quelle: Eigene Erhebungen

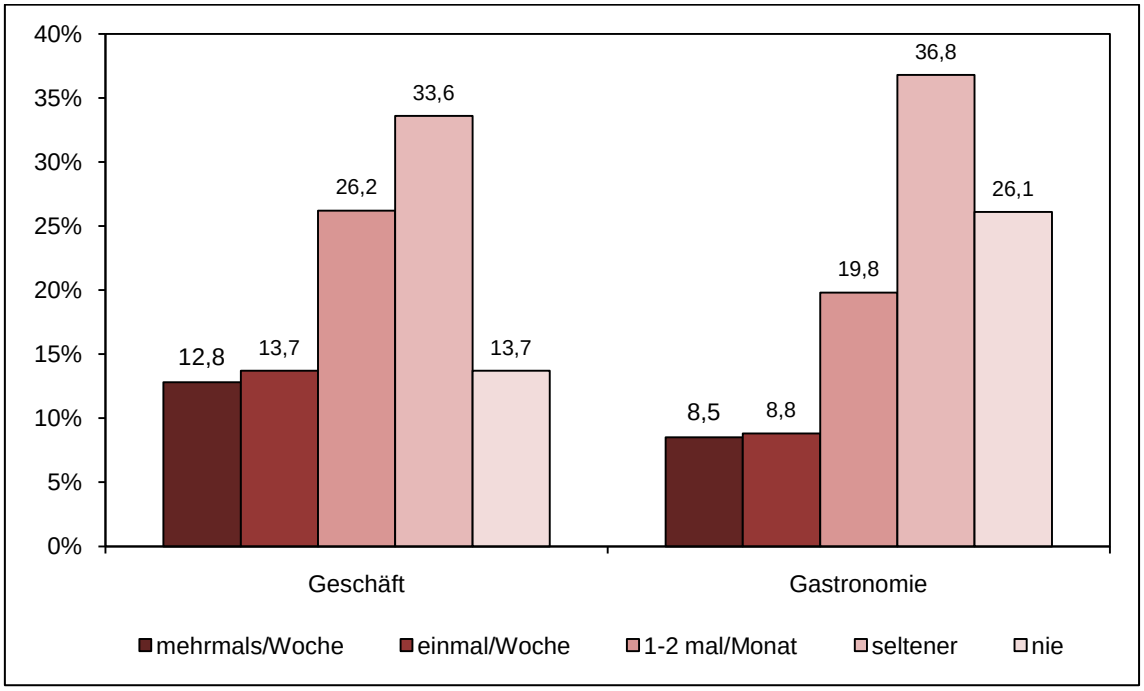
Abb. 7.12: Anteil verschiedener Geschäftstypen an allen besuchten Geschäften im BID Ansgarikirchhof (Anlieger des BIDs) und in der näheren Umgebung



Quelle: Eigene Erhebungen

Als weiterer Punkt wurde die **Besuchshäufigkeit** erhoben. Zu diesem Zweck wurden die Passanten befragt wie oft sie Kunde eines Geschäfts oder Gastronomiebetriebs im BID Ansgarikirchhof sind (Abb. 7.13). Im Vergleich zum Viertel ist hier die Besuchshäufigkeit sowohl bei Geschäften als auch bei Gastronomiebetrieben erheblich geringer. In beiden Kategorien entfallen die meisten Nennungen auf die Kategorie seltener als ein- bis zweimal im Monat (33,6% bei Geschäften, 36,8% bei Gastronomiebetrieben). Immerhin etwas mehr als die Hälfte der Befragten (52,7%) besucht ein Geschäft im Ansgari Quartier mindestens ein- bis zweimal im Monat. Bei Gastronomiebetrieben liegt dieser Wert nur bei gut einem Drittel (37,1%).

Abb. 7.13: Häufigkeit des Besuchs von Geschäften und Gastronomiebetrieben im Ansgari Quartier in Prozent

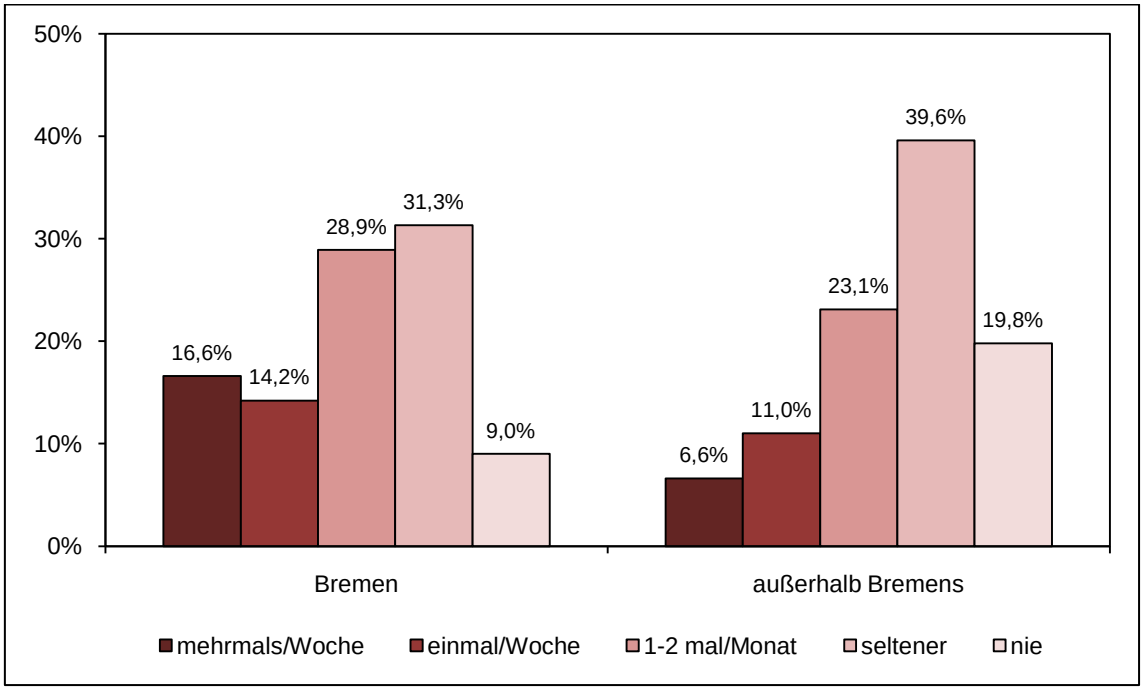


Quelle: Eigene Erhebungen

Eine differenzierte Auswertung der Besuchshäufigkeiten von Geschäften ergibt einen sehr signifikanten Zusammenhang mit dem Wohnort und einen signifikanten Zusammenhang mit dem Alter der befragten Personen. Zwischen dem Geschlecht und der Besuchshäufigkeit von Geschäften lässt sich hingegen kein statistisch signifikanter Zusammenhang feststellen.

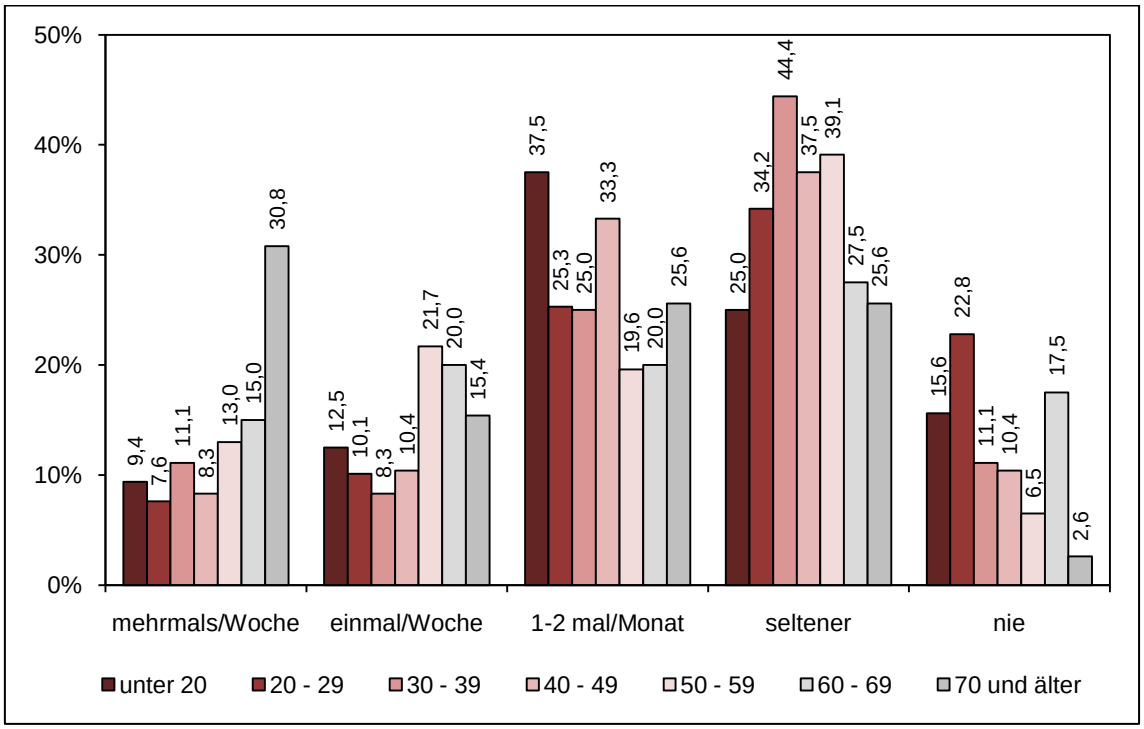
Unter den befragten Personen mit Wohnort innerhalb Bremens ist der Anteil jener, die mindestens ein- bis zweimal pro Monat ein Geschäft im Ansgarikirchhof aufsuchen, wesentlich höher (59,7%) als bei den Personen, die außerhalb Bremens wohnen (40,7%). Dennoch entfallen sowohl bei den Bremern (28,9%) als auch bei den Nicht-Bremern (39,6%) die häufigsten Nennungen auf die Kategorie Besuchshäufigkeit seltener als ein bis zweimal im Monat (Abb. 7.14).

Abb. 7.14: Häufigkeit des Besuchs von Geschäften im Ansgari Quartier differenziert nach der Herkunft der befragten Personen



** Die Ergebnisse sind sehr signifikant (α = 1 % - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Abb. 7.15: Häufigkeit des Besuchs von Geschäften im Ansgari Quartier differenziert nach Altersgruppen

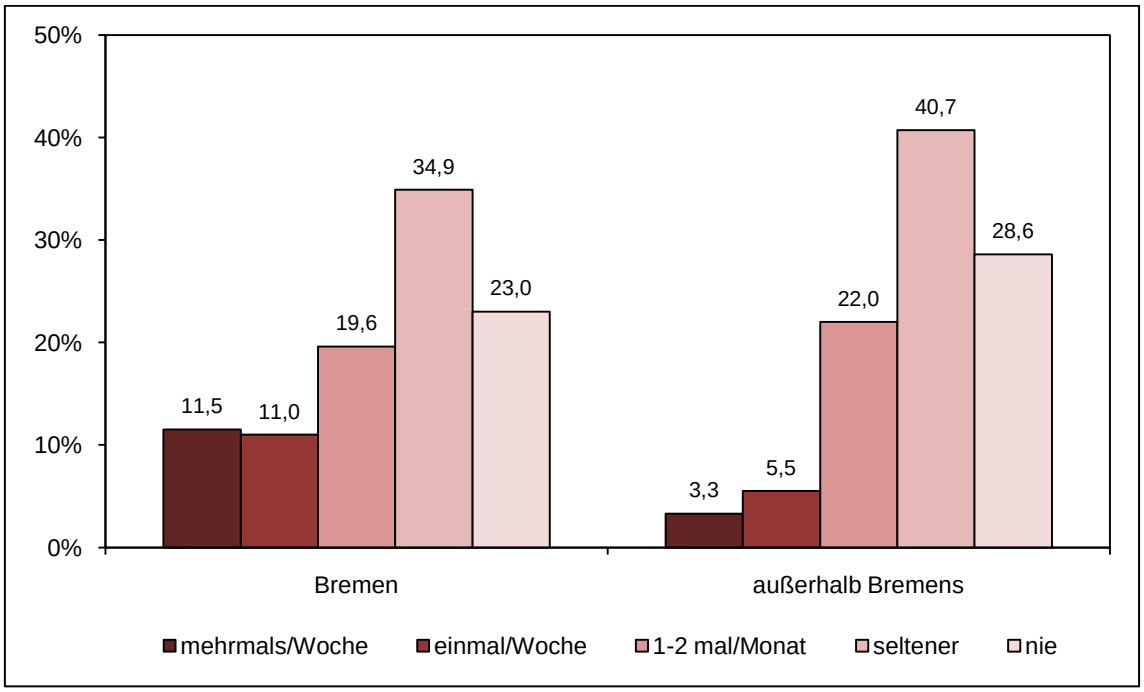


* Die Ergebnisse sind signifikant (α = 5% - Niveau) Quelle: Eigene Erhebungen

Differenziert nach Altersgruppen ist die Besuchshäufigkeit von Geschäften im Ansgarikirchhof bei den Personen ab 70 Jahren am höchsten (Abb. 7.15). Mit 71,8% erreichen sie den höchsten Anteil jener, die mindestens ein- bis zweimal pro Monat hier ein Geschäft aufsuchen. Zudem entfällt auf diese Altersgruppe auch der höchste Anteil an Personen, die mehrmals pro Woche ein Geschäft im Ansgarikirchhof besuchen (30,8%). Die geringste Besuchshäufigkeit bei Geschäften weisen die Personen zwischen 20 und 39 Jahren auf. Von ihnen sucht jeweils mehr als die Hälfte der Befragten seltener als ein- bis zweimal im Monat ein Geschäft im Ansgarikirchhof auf (57,0% der 20-29-jährigen bzw. 55,5% der 30 bis 39-jährigen).

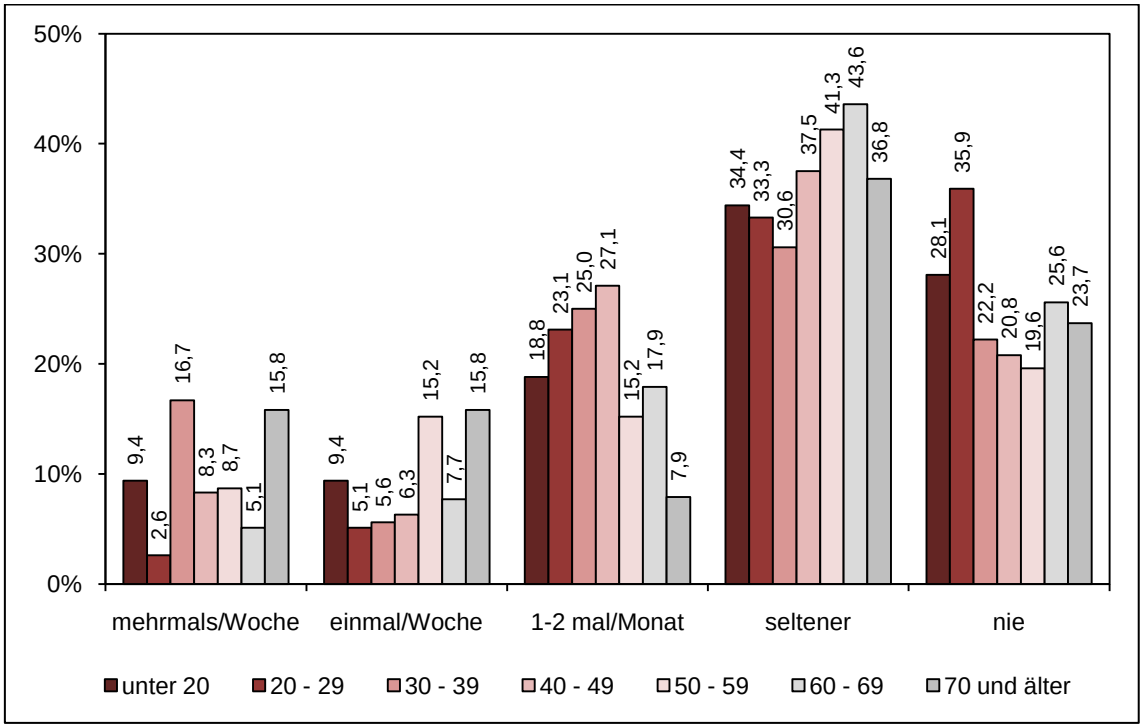
Im Gegensatz zu den Geschäften sind die Zusammenhänge zwischen Besuchshäufigkeit und bestimmten Merkmalen der befragten Personen bei Gastronomiebetrieben nicht statistisch signifikant. Dennoch lassen sich verschiedene Muster erkennen. So ist die Besuchshäufigkeit von Gastronomiebetrieben im Ansgarikirchhof bei Personen mit Wohnort innerhalb Bremens höher als bei einem Wohnort außerhalb Bremens (Abb. 7.16). Während 42,1% der Befragten aus Bremen mindestens ein- bis zweimal pro Monat einen Gastronomiebetrieb im Ansgarikirchhof aufsuchen, sind es bei den Nicht-Bremern nur 30,8%.

Abb. 7.16: Häufigkeit des Besuchs von Gastronomiebetrieben im Ansgari Quartier differenziert nach der Herkunft der befragten Personen



Quelle: Eigene Erhebungen

Abb. 7.17: Häufigkeit des Besuchs von Gastronomiebetrieben im Ansgarikirchhof differenziert nach Altersgruppen

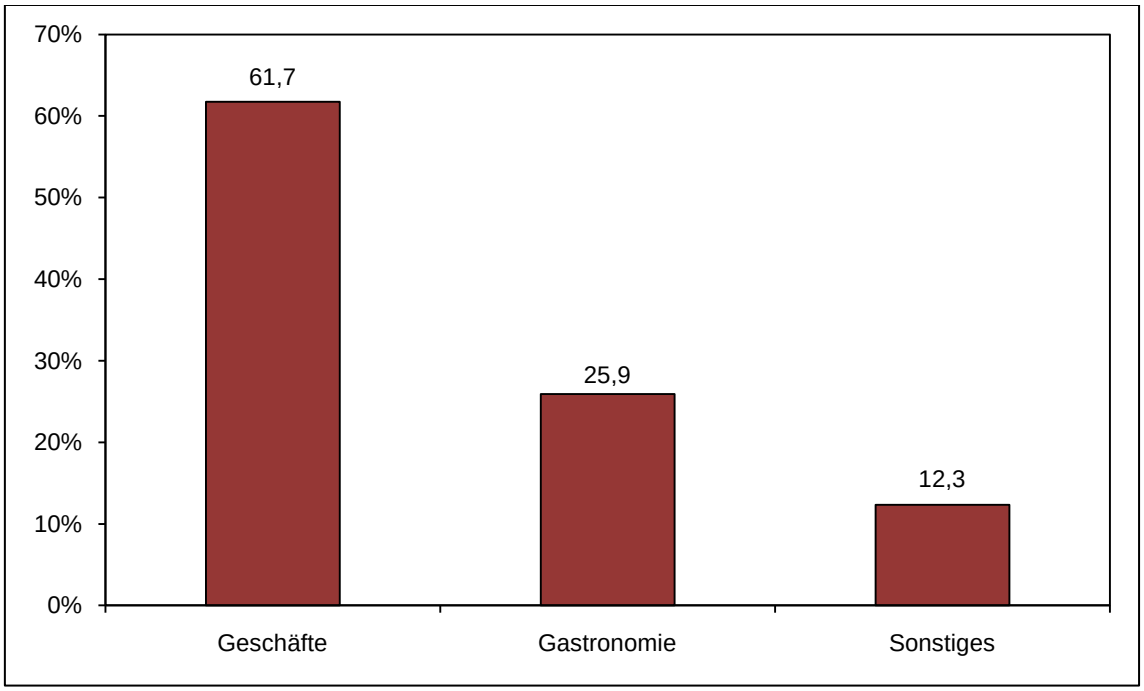


Quelle: Eigene Erhebungen

Differenziert nach Altersgruppen ist die Besuchshäufigkeit von Gastronomiebetrieben im Ansgarikirchhof bei den 30 bis 39-jährigen am höchsten (Abb. 7.17). 16,7% von ihnen besuchen dort mehrmals pro Woche einen Gastronomiebetrieb und knapp die Hälfte der Befragten (47,3%) mindestens ein- bis zweimal pro Monat. Am niedrigsten ist die Besuchshäufigkeit von Gastronomiebetrieben bei den 20 bis 29-jährigen und den 60 bis 69-jährigen, von denen jeweils 69,2% der Befragten angaben, seltener als ein- bis zweimal im Monat einen solchen Betrieb im Ansgarikirchhof aufzusuchen.

Neben den besuchten Zielen wurde genau wie im Viertel erhoben, welche **Angebotslücken** die befragten Personen im Ansgarikirchhof sehen. 137 Personen bzw. 42,4% der Befragten machten zu dieser Frage Angaben. 9,5% der Personen gaben an, dass ihnen im Ansgari Quartier nichts fehle. Da bis zu drei Nennungen möglich waren, haben die 137 antwortenden Personen insgesamt 162 Angebotslücken genannt. Davon beziehen sich fast zwei Drittel auf Geschäfte (61,7%) und etwa ein Viertel (25,9%) auf die Gastronomie (Abb. 7.18). Die restlichen 12,3% (Kategorie Sonstiges) umfassen Vorschläge in den Bereichen Dienstleistungen ohne Einzelhandel, Freizeit bzw. Kultur, öffentliche Einrichtungen oder sehr allgemein gehaltene Nennungen, die sich in keine der sonstigen Kategorien einordnen lassen.

Abb. 7.18: Angebotslücken im Ansgari Quartier



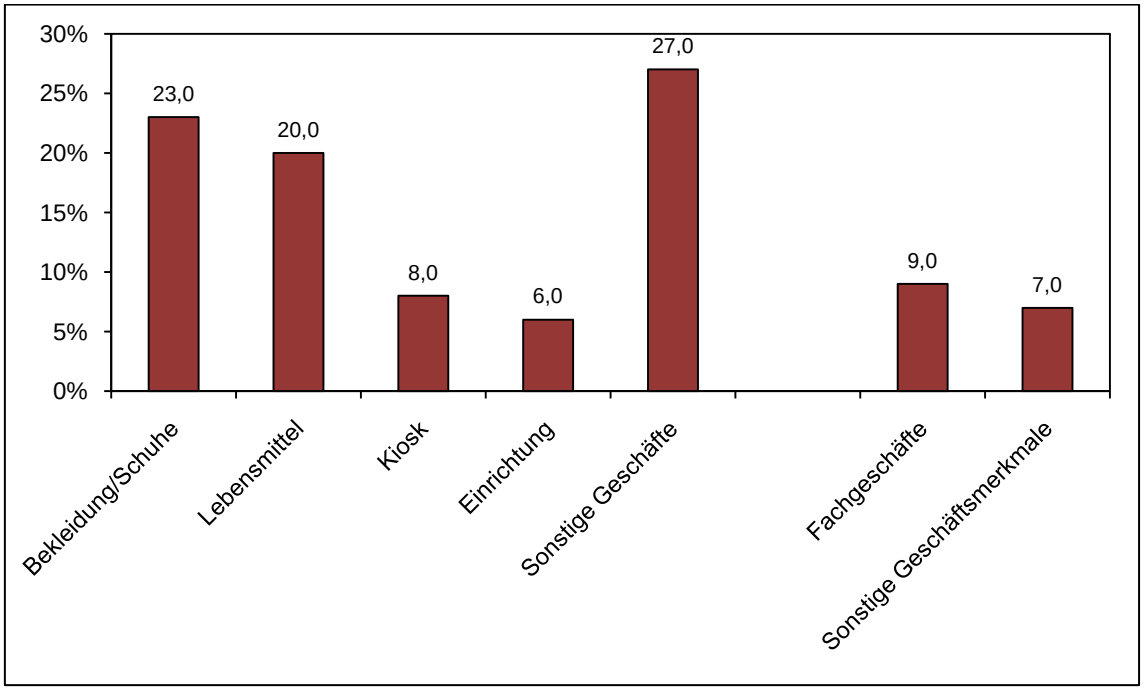
Quelle: Eigene Erhebungen

Bei den Angebotslücken, die den Einzelhandel im Ansgari Quartier betreffen (Abb. 7.19), bezogen sich 23,0% der Nennungen auf Bekleidungs- oder Schuhgeschäfte und 20,0% auf Lebensmittel, insbesondere auf Bäcker (7 Nennungen) sowie Lebensmittelgeschäfte für den täglichen Bedarf (6 Nennungen). Daneben wurden Angebotslücken im Einzelhandel auch bei Kiosken (8,0%) und Einrichtungsgeschäften (6,0%) gesehen. Weiterhin gab es sehr viele Einzelnennungen von bestimmten Geschäften außerhalb der bisher genannten Kategorien (sonstige Geschäfte 27,0%). Zudem nannten einige Befragte im Bereich der Angebotslücken im Einzelhandel keine konkreten Geschäfte, sondern bestimmte Merkmale, die sie sich bei den Läden im Ansgarikirchhof wünschen. Hier wurden insbesondere Fachgeschäfte bzw. individuelle Geschäfte genannt (9,0%).

Im Bereich der Gastronomie (Abb. 7.20) entfallen die meisten genannten Angebotslücken auf die Kategorie Cafés/Eisdielen (38,1%), wobei die Eisdielen mit 3 Nennungen nur einen

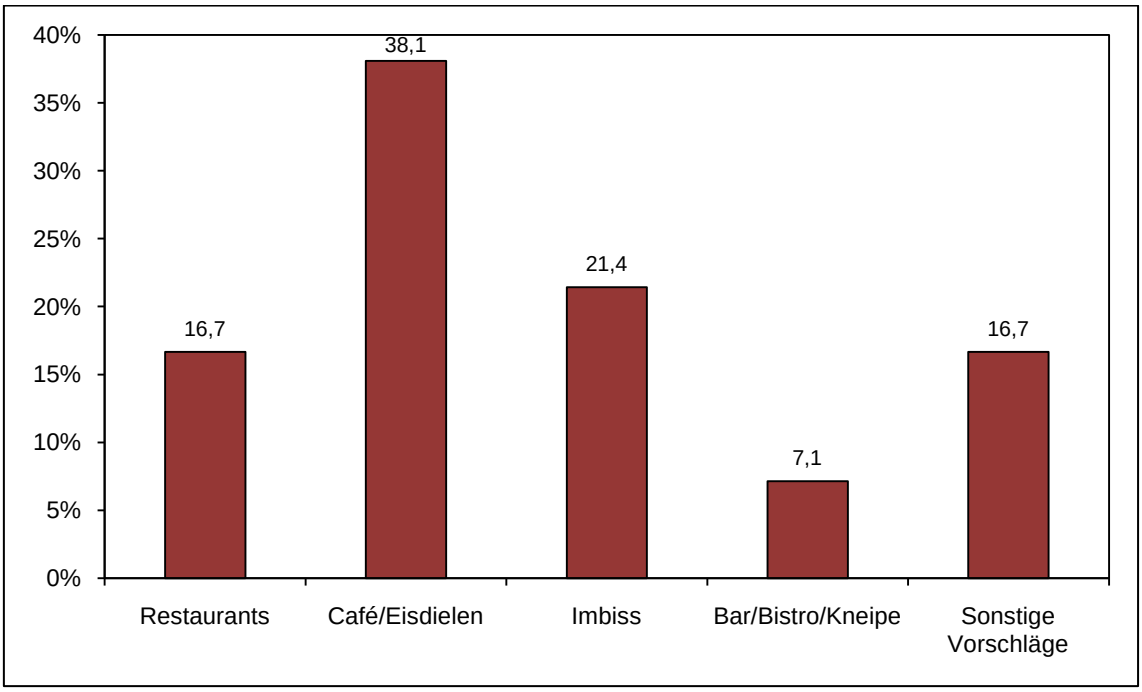
geringen Anteil daran haben. 21,4% der Angebotslücken in der Gastronomie beziehen sich auf Imbisse, 16,7% auf Restaurants und 7,1% auf Bars, Bistros oder Kneipen.

Abb. 7.19: Anteil verschiedener Geschäftstypen an den Angebotslücken im Einzelhandel im Ansgari Quartier



Quelle: Eigene Erhebungen

Abb. 7.20: Anteil verschiedener Gastronomietypen an den Angebotslücken in der Gastronomie im Ansgari Quartier



Quelle: Eigene Erhebungen

7.4 Die Attraktivität des BIDs Ansgarikirchhof

Das folgende Unterkapitel behandelt die Attraktivität des BIDs Ansgarikirchhof aus der Perspektive der befragten Passanten. Dazu wurde in einem ersten Schritt nach **spontanen Assoziationen** bei der Betrachtung der Umgebung gefragt. Die offenen Antworten wurden daraufhin in Kategorien eingeteilt. Die zehn am häufigsten genannten Assoziationen bzw. Kernbegriffe sind Tabelle 7.3 zu entnehmen.

Tab. 7.3: Spontane Assoziationen bezüglich der Umgebung des Befragungsstandorts am Ansgarikirchhof

Kernbegriffe bezüglich der geäußerten Assoziationen (Mehrfachantworten möglich)	**Nennungen** abs.	in %
Ansgarikirchhof (n = 323, Antwortquote: 97,2%)		
1. Schön/positiv konnotierte Aussage zum Platz	79	25,2%
2. Langweilig/grau/Platz negativ	65	20,7%
3. Leer	59	18,8%
4. Gewerbehaus/schöne alte Architektur	49	15,6%
5. Wenig Grün	40	12,7%
6. Neutral, könnte schöner sein	35	11,1%
7. Gartenaktion/Blumen	21	6,7%
8. Sitzgelegenheiten fehlen	18	5,7%
8. Gastronomieangebote	18	5,7%
10. Durchgang	13	4,1%

Quelle: Eigene Erhebungen

Am Ansgarikirchhof wurden offensichtlich ganz andere spontane Assoziationen bei den befragten Passanten geweckt als an den Befragungsstandorten im Viertel. Dabei rangiert auf Platz 1 mit rund einem Viertel aller antwortenden Passanten die Assoziation „schön“ bzw. eine positive aber unspezifische Aussage über den Platz. Mit 20,7% folgt auf dem 2. Rang die zusammengefasste Kategorie „langweilig/grau“ und damit eine negative konnotierte Verbindung zur unmittelbaren Umgebung des Befragungsstandorts. Mit 59 Passanten bzw. 18,8% der Antwortenden war „leer“ die dritthäufigste Assoziation, gefolgt von „Gewerbehaus/schöne alte Architektur“ mit 15,6%. „Wenig Grün“ wurde spontan von 40 Passanten oder 12,7% genannt, während 11,1% der Antwortenden dem Platz „neutral“ gegenüberstanden und damit implizierten, dass er markanter sein könnte. Die während der Befragung vorbereitete „Gartenaktion/Blumen“ stellte für 6,7% der Antwortenden eine spontane Assoziation dar, während auf dem geteilten 8. Rang mit jeweils 18 Nennungen bzw. 5,7% „fehlende Sitzgelegenheiten“ und diverse „Gastronomieangebote“ liegen. Der Ansgarikirchhof als „Durchgang“ wurde von 4,1% der antwortenden Passanten assoziiert.

Nachdem im obigen Schritt die spontanen Assoziationen der befragten Personen zum Befragungsstandort erfasst wurden, sollten auch am Ansgarikirchhof die Passanten in einem zweiten Schritt verschiedene **Attraktivitätsindikatoren anhand von Schulnoten** bewerten. Als letzte Kategorie wurde eine Schulnote für die Gesamtattraktivität der unmittelbaren Umgebung des Befragungsstandorts abgefragt. Die nachfolgende Tabelle 7.4 zeigt die Bewertung der Gesamtattraktivität und die Verteilung der jeweiligen Antworten auf die Schulnoten.

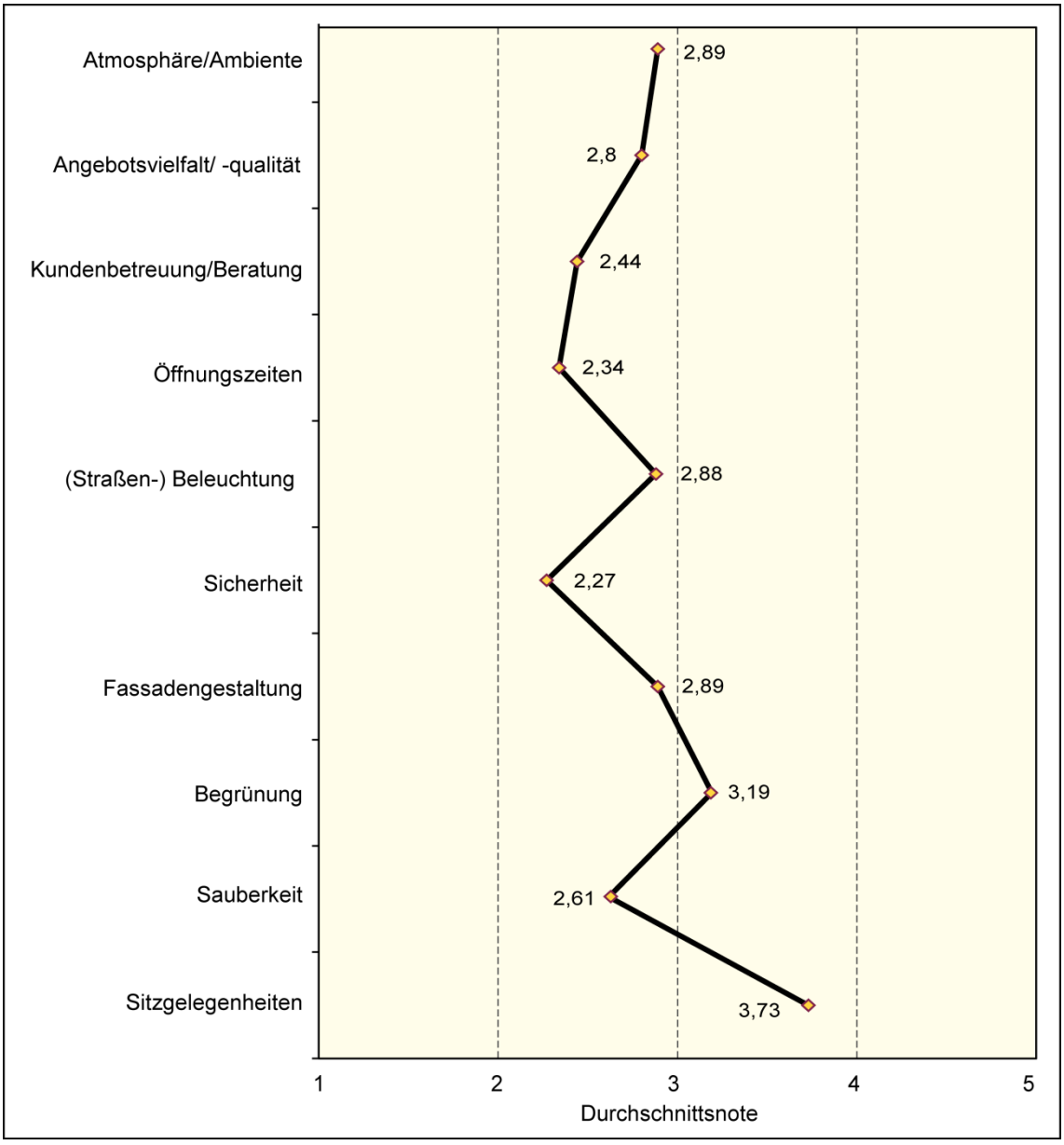
Tab. 7.4: Bewertung der Gesamtattraktivität der unmittelbaren Umgebung des Befragungsstandorts am Ansgarikirchhof nach Schulnoten

	sehr gut (1)	gut (2)	befriedigend (3)	ausreichend (4)	mangelhaft (5)	ungenügend (6)	**Durchschnittsnote**
Gesamt	**1,6%**	**29,3%**	**45,4%**	**18,3%**	**5,0%**	**0,3%**	**2,97**

Quelle: Eigene Erhebungen

Die Beurteilung des Ansgarikirchhofs fällt insgesamt schlechter aus als für die vier Befragungsstandorte im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor. Die Durchschnittsnote liegt bei 2,97 und damit im Bereich der häufigsten Nennung „befriedigend“, die 45,4% aller antwortenden Befragten als Schulnote vergaben. Mit „sehr gut“ oder „gut“ antworteten weniger als ein Drittel der Passanten (30,9%), während das andere Extrem, die Noten „mangelhaft“ und „ungenügend“, von 5,3% der Antwortenden vergeben wurde. Mit der Note „ausreichend“ bewerteten 18,3% der Passanten die Gesamtattraktivität des Ansgarikirchhofs, sodass diese letzten drei Noten (4, 5, 6) zusammen von rund einem Viertel der Befragten vergeben wurden und damit größeren Handlungsbedarf signalisieren als im Viertel. Die weitere Aufschlüsselung nach verschiedenen Attraktivitätsindikatoren ist der nachfolgenden Abbildung 7.21 zu entnehmen.

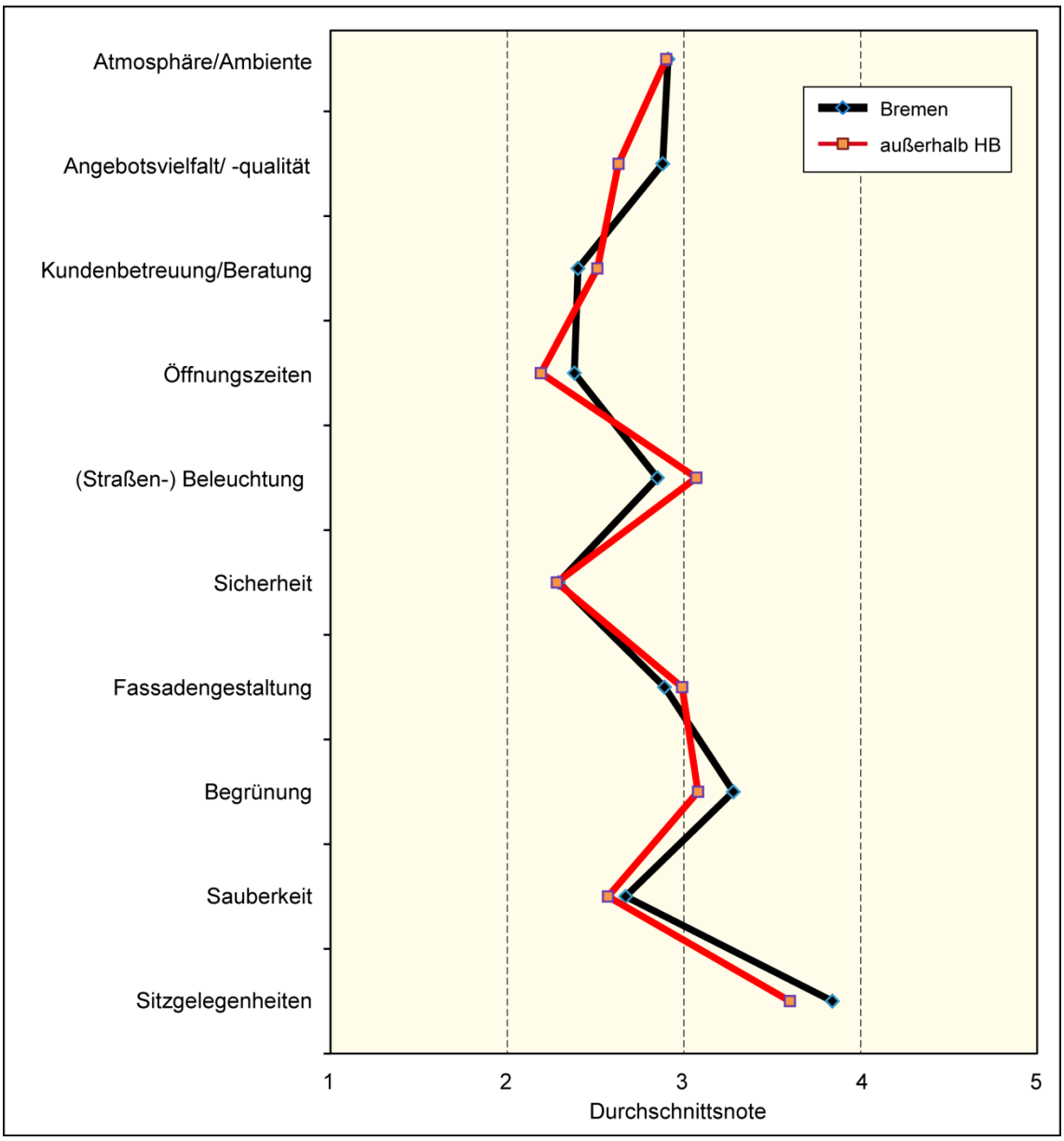
Abb. 7.21: Bewertung einzelner Aspekte bezüglich der Attraktivität des Ansgarikirchhofs



Quelle: Eigene Erhebungen

Die beiden am besten bewerteten Attraktivitätsindikatoren der unmittelbaren Umgebung am Befragungsstandort Ansgarikirchhof waren die „Sicherheit“ (2,27) sowie die „Öffnungszeiten“ (2,34). Desweiteren wurde die „Kundenberatung/-betreuung“ (2,44) relativ hoch bewertet. Die Aspekte „Angebotsvielfalt/-qualität“ (2,80), „(Straßen-) Beleuchtung“ (2,88), „Fassadengestaltung“ und „Atmosphäre/Ambiente“ (je 2,89) befinden sich alle in einem mittleren Bereich, der weder sehr großen Handlungsbedarf signalisiert, noch als besonders positiv erachtet werden kann. Besser als im Viertel wurden am Ansgarikirchhof hingegen die „Sauberkeit“ (2,61), die „Begrünung“ (3,19) sowie die Sitzgelegenheiten (3,73) bewertet, obwohl die Durchschnittsnote für die „Sitzgelegenheiten“ auch am Ansgarikirchhof kein zufriedenstellendes Urteil darstellt.

Abb. 7.22: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung des Ansgarikirchhofs differenziert nach der Herkunft der befragten Passanten

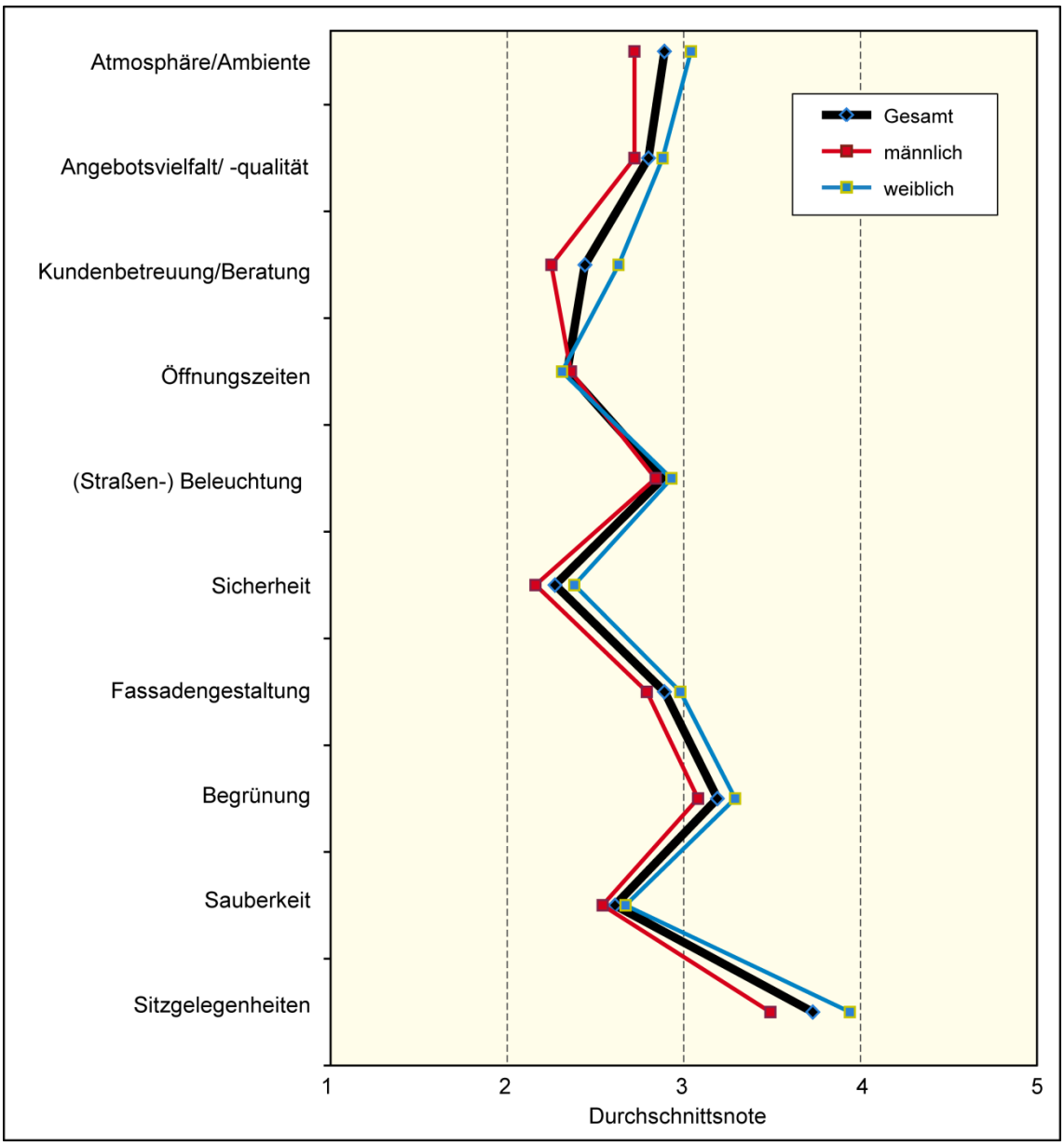


Quelle: Eigene Erhebungen

Die differenzierte Auswertung nach der Herkunft der befragten Passanten offenbart nur geringfügige Unterschiede. Die Gesamtattraktivität bewerteten Befragte aus Bremen im Durchschnitt mit 2,98, während Befragte von außerhalb Bremens eine 3,03 vergaben.

Auch bei den einzelnen Attraktivitätsindikatoren lassen sich nur geringe Unterschiede feststellen. So wurden von den Befragten von außerhalb Bremens etwas positiver die „Öffnungszeiten“ (2,19 gegenüber 2,38), die „Angebotsvielfalt/-qualität“ (2,63 gegenüber 2,88), die „Begrünung“ (3,08 gegenüber 3,28) und die „Sitzgelegenheiten“ (3,60 gegenüber 3,84) als von den Befragten aus Bremen bewertet. Die „(Straßen-) Beleuchtung“ wiederum wird von den Bremern um rund zwei Zehntel besser bewertet (2,85 gegenüber 3,07).

Abb. 7.23: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung des Ansgarikirchhofs differenziert nach dem Geschlecht der befragten Passanten

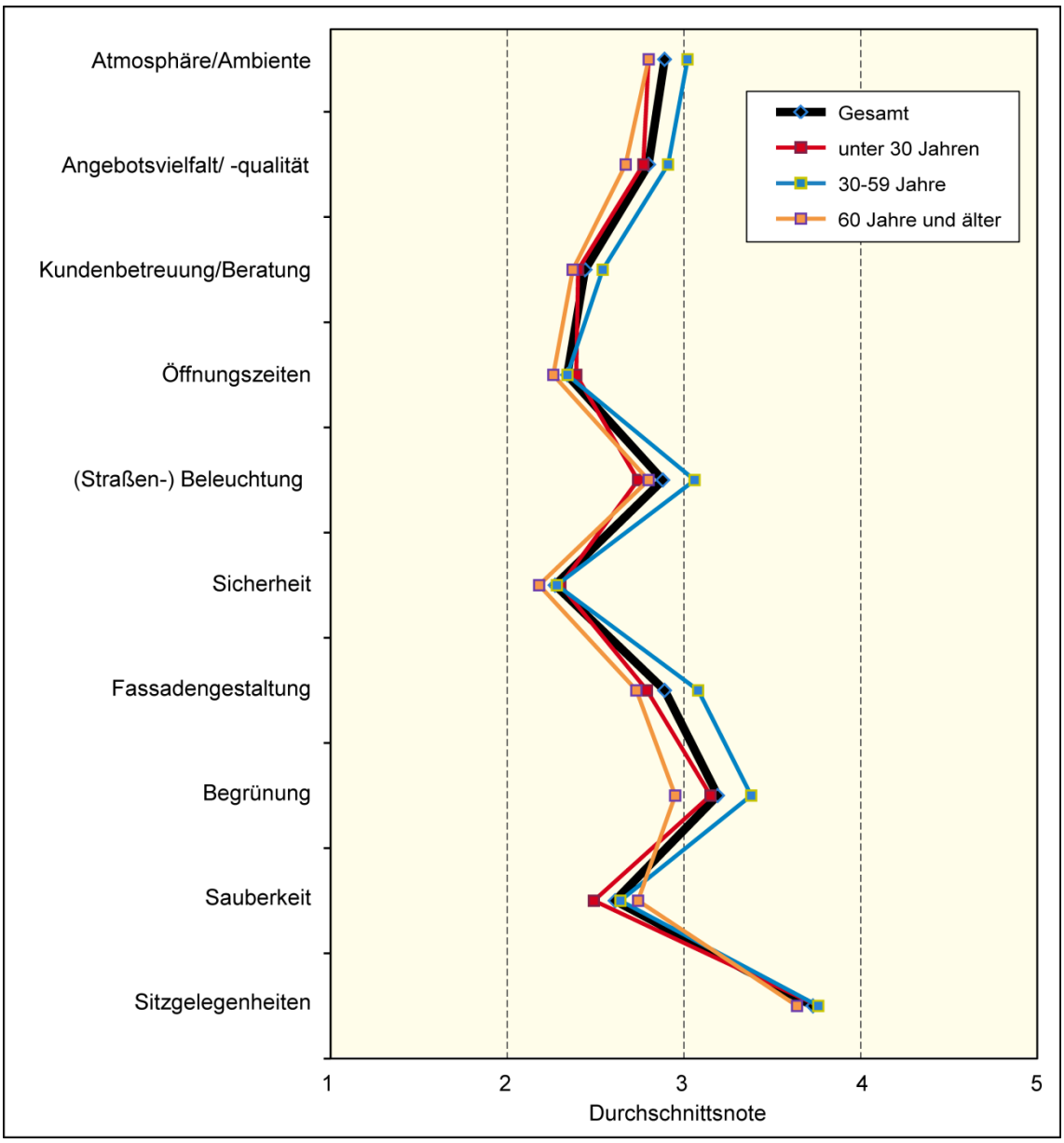


Quelle: Eigene Erhebungen

Größere Unterschiede bei der Bewertung der Attraktivität des Ansgarikirchhofs traten zwischen den beiden Geschlechtern auf. Die Männer beurteilten die Gesamtattraktivität mit 2,85 besser als die weiblichen Befragten mit 3,08.

Auch bei den meisten Teilaspekten haben die Männer im Mittel bessere Noten vergeben. Die größten Unterschiede in der Beurteilung betreffen „Sitzgelegenheiten“ (männlich 3,49 – weiblich 3,94) und „Kundenbetreuung/-beratung“ (2,25 zu 2,63). Lediglich bei der Bewertung der Öffnungszeiten (männlich 2,36 – weiblich 2,31) vergaben die weiblichen Passanten bessere Durchschnittsnoten als die männlichen Befragten.

Abb. 7.24: Bewertung verschiedener Aspekte bezüglich der Attraktivität der unmittelbaren Umgebung des Ansgarikirchhofs differenziert nach dem Alter der befragten Passanten



Quelle: Eigene Erhebungen

Die Differenzierung der Attraktivität nach Altersgruppen ergibt am Ansgarikirchhof ein deutlich anderes Muster als bei den Befragungsstandorten im Viertel. Die Gesamtattraktivität wurde von den 30-59-jährigen deutlich negativer bewertet (3,15) als von den unter 30-jährigen (2,81) und den 60 Jahre und älteren Personen (2,88).

In sechs der der zehn abgefragten Aspekte findet sich dieses Verhältnis wieder. Bei der „Fassadengestaltung“, der „Begrünung“, der „(Straßen-) Beleuchtung“, der „Angebotsvielfalt/-qualität“, der „Kundenbetreuung/Beratung“ und der „Atmosphäre/Ambiente“ war die mittlere Altersgruppe am kritischsten und vergab die schlechtesten Durchschnittsnoten mit einem Abstand von rund zwei Zehnteln oder mehr.

Im dritten Untersuchungsschritt wurden die Passanten gebeten, der Umgebung am Ansgarikirchhof **Empfehlungen zur Attraktivitätssteigerung** des Ansgari Quartiers zu geben. Die offenen Antworten wurden wieder in Kategorien gruppiert. Die zehn am häufigsten genannten Empfehlungen sind der Tabelle 7.5 zu entnehmen.

Tab. 7.5: Empfehlungen zur Attraktivitätssteigerung des Ansgari Quartiers

Kernbegriffe bezüglich der geäußerten Empfehlungen zur Attraktivitätssteigerung (Mehrfachantworten möglich)	Nennungen abs.	in %
Ansgarikirchhof (n = 323, Antwortquote: 82,4%)		
1. Mehr Sitzgelegenheiten	148	55,6%
2. Mehr Grün	127	47,7%
3. Brunnen	44	16,5%
4. Lebendiger, attraktiver, bunter	33	12,4%
5. Geschäftsmix	24	9,0%
6. Aktivitäten und Ausstellungen	23	8,6%
7. Gastronomie, Buden, Stände	21	7,9%
8. Irgendwas in der Mitte	17	6,4%
9. Schönere Fassade	12	4,5%
10. Kinderfreundlicher (Spielplatz)	10	3,8%

Quelle: Eigene Erhebungen

„Mehr Sitzgelegenheiten“ und „mehr Grün“ sind genau wie an den Befragungsstandorten im Viertel die am häufigsten genannten Empfehlungen seitens der Passanten bei der Frage nach einer möglichen Attraktivitätssteigerung des Ansgari Quartiers. Dabei ist auffallend, wie hoch die Werte für die beiden Aspekte sind. Mehr als die Hälfte der Passanten sprach sich als Empfehlung für „mehr Sitzgelegenheiten“ aus (55,6% der Antwortenden) und immerhin noch fast jeder Zweite empfahl „mehr Grün“ (47,7%), sodass hier offensichtlich ein entsprechender Handlungsbedarf vorliegt.

Auf Platz 3 rangiert mit 16,5% der Wunsch nach einem „Brunnen“. Knapp jeder Achte (12,4%) empfahl, den Ansgarikirchhof „lebendiger, attraktiver oder bunter“ zu gestalten. Den „Geschäftsmix“ betreffende Empfehlungen wurden von 9,0% der Antwortenden gegeben, allerdings ohne dass eine einheitliche Zielrichtung hinsichtlich der Wünsche erkenntlich wird. „Mehr Aktivitäten und Ausstellungen“ gaben 8,6% als Empfehlung, während die Attraktivität des Ansgarikirchhofs für 7,9% der Antwortenden durch „mehr Gastronomie, Buden oder Stände“ gesteigert werden würde. Auf dem 8. Rang findet sich die Empfehlung „in der Mitte des Platzes irgendwas“ zu gestalten, verändern oder bauen. 17 Passanten nannten dies. „Schönere Fassaden“ empfahlen 4,5% der Antwortenden. Als zehnte Empfehlung wurde von zehn Personen (3,8%) eine „kinderfreundlichere Gestaltung (Spielplatz)“ angemahnt.

8 Zusammenfassung der Ergebnisse für das BID Ansgarikirchhof

Die Untersuchung des BIDs Ansgarikirchhof stützt sich auf eine Passantenbefragung, die vom 09. - 19. Mai 2011 durchgeführt wurde. Es wurden insgesamt 323 Personen zufällig mithilfe eines teilstandardisierten Fragebogens mündlich befragt. Die Stichprobe der 323 befragten Passanten weist eine nahezu ausgeglichene Geschlechterproportion auf, sowie eine hinsichtlich der Zusammensetzung für Analysen aussagekräftige Verteilung der Altersklassen – in der Kategorie jünger als 29 Jahre befinden sich 34,6% der Passanten, die Kategorie 30-59 Jahre beinhaltet den größten Anteil mit 40,5% und die Altersgruppe 60 Jahre und älter vereinigt 24,9% der Passanten auf sich. Als drittes Strukturmerkmal wurde nach der Herkunft der Befragten differenziert. 70% der Passanten kommen aus Bremen, jedoch wohnen nur rund 11% in direktem Umkreis (1 km Entfernung bzw. PLZ 28195) und 40% im Umkreis von einem bis fünf Kilometern um den Ansgarikirchhof. Diese Werte aus der näheren Umgebung sind deutlich geringer als im Viertel. Die Nicht-Bremer machen mit 30% aller Passanten hingegen einen deutlich höheren Anteil als im Viertel aus.

Eine zusätzlich durchgeführte Passantenzählung ergab eine fast doppelt so hohe Passantenfrequenz am Ansgarikirchhof im Vergleich zum BID Viertel, wobei der Anteil der Durchgangspassanten ebenfalls deutlich höher lag und somit die potenzielle Kundenzahl nicht ganz so viel höher ausfällt, wie es die Passantenfrequenz vermuten ließe.

Zur Erreichung des BIDs Ansgarikirchhof wurde als wichtigstes Verkehrsmittel der ÖPNV genutzt (42,2%), während 22,7% der Passanten mit dem PKW anreisten. 19,6% der Befragten kamen zu Fuß und 14,6% nahmen das Fahrrad für ihre Anreise. Dabei unterscheiden sich verständlicherweise die Bremer und die Nicht-Bremer in der Verkehrsmittelwahl. Die Nicht-Bremer reisten deutlich häufiger mit dem PKW an (jeder Zweite), dagegen aber deutlich seltener mit dem Fahrrad oder zu Fuß. Auch hinsichtlich des Alters unterscheidet sich die Verkehrsmittelwahl, da die Passanten in der Altersgruppe bis unter 30 Jahre deutlich seltener mit dem PKW anreisten und dafür deutlich häufiger mit dem ÖPNV als die übrigen Passanten.

Fast alle befragten Passanten bewerteten die Erreichbarkeit des Ansgarikirchhof sehr positiv, 92,5% vergaben die Schulnote „gut“ oder „sehr gut“ (Durchschnittsnote 1,7). Dabei beurteilten die Bremer die Erreichbarkeit mit durchschnittlich 1,6 noch besser als die Nicht-Bremer, die durchschnittlich eine 1,9 vergaben. Auch bezüglich der Verkehrsmittelwahl sind Unterschiede der Passantenbewertungen bei den jeweiligen Verkehrsträgern zu sehen. So sind die Fußgänger am zufriedensten (1,5), gefolgt von den Radfahrern (1,6) und den ÖPNV-Nutzern (1,7), während die Autofahrer mit einer Durchschnittsnote von 2,0 am unzufriedensten mit der Erreichbarkeit des Ansgari Quartiers sind.

Der Hauptzweck des Aufenthalts der Passanten am jeweiligen Befragungstag war das Einkaufen. Fast jeder Zweite nannte dies als Hauptzweck, während mit großem Abstand auf Rang zwei der Weg von oder zur Arbeit (13%) und auf Rang 3 private Erledigungen (11,1%) folgen. Der Wert für Einkaufen erhöhte sich zudem nochmals am Befragungstag Samstag, an dem nahezu zwei Drittel der Passanten dieses als Hauptzweck angaben, während die Zwecke Gastronomie, private Erledigungen und Weg von oder zur Arbeit samstags deutlich an

Relevanz verlieren. Die größten Unterschiede zwischen Bremern und Nicht-Bremern finden sich bei dem Hauptzweck Einkaufen, dem die Bremer häufiger nachgehen, während die Nicht-Bremer sich häufiger aufgrund des Hauptzwecks touristischer Besuch im Ansgari Quartier aufhielten. Hinsichtlich der Differenzierung nach Alterskategorien sind einige Auffälligkeiten in den jeweiligen Hauptzwecken zu nennen: Die unter 20-jährigen hatten den höchsten Anteil beim Einkaufen (60%), während die 30-39-jährigen mit 21,2% den höchsten Anteil im Bereich Gastronomie aufwiesen. Private Erledigungen wurden am ehesten von älteren Passanten getätigt, unterdessen war die Gruppe der 60-69-jährigen mit 13,2% führend bei dem Hauptzweck touristischer Besuch. Die Passanten über 70 Jahre waren am ehesten auf dem Weg von zu Hause oder nach Hause (10,8%).

Bei der Frage nach Ankerbetrieben, also Geschäften oder Gastronomiebetrieben, die sie bei ihrem aktuellen Besuch im Ansgarikirchhof aufsuchten, nannten nur 29,1% der Passanten Betriebe, die auch tatsächlich Anlieger des BIDs Ansgarikirchhof sind. Die übrigen Befragten nannten Ziele in der näheren Umgebung. Von den besuchten Zielen, die im BID Ansgarikirchhof liegen, sind 74% Geschäfte, hierbei insbesondere Bekleidungs- und Schuhgeschäfte, und 24% Gastronomiebetriebe, de facto nur Restaurants. Ankerbetriebe in der näheren Umgebung sind sogar zu 79,5% Geschäfte (Gastronomiebetriebe 19,7%), wobei hier die Kaufhäuser (Karstadt, Kaufhof und C&A) sowie Bekleidungs- und Schuhgeschäfte nahezu gleich oft genannt wurden.

Die Besuchshäufigkeit der Passanten von Geschäften und Gastronomiebetrieben im Ansgari Quartier ist deutlich geringer als im Viertel. So besucht nur etwas mehr als die Hälfte der Befragten (52,7%) ein Geschäft im Ansgari Quartier mindestens ein- bis zweimal im Monat. Bei Gastronomiebetrieben liegt dieser Wert nur bei gut einem Drittel (37,1%). Die übrigen Passanten sind seltener Kunde eines Geschäfts oder Gastronomiebetriebs im BID Ansgarikirchhof. Dabei sind die Passanten, die wohnhaft in Bremen sind, häufiger Kunde als diejenigen, welche nicht in Bremen wohnen. Die Altersgruppe mit der größten Besuchshäufigkeit in Geschäften im Ansgari Quartier ist die der 70 Jahre und älteren Passanten, demgegenüber sind die 20-39-jährigen am seltensten dort Kunden. Dafür sind die 30-39-jährigen Besucher die Altersgruppe, die dort am häufigsten Gastronomiebetriebe aufsucht.

Weiterhin sollten die befragten Passanten Angebotslücken aus ihrer Sicht nennen. Hierbei entfielen 61,7% der Antworten auf fehlende Geschäfte, v.a. Bekleidungs- oder Schuhgeschäfte, sowie Lebensmittelgeschäfte (insbesondere Bäcker sowie Lebensmittelgeschäfte für den täglichen Bedarf) und einen großen Bereich sonstiger Geschäfte. 25,9% der Antworten betrafen Angebotslücken in Bezug auf Gastronomiebetriebe, v.a. Cafés, Imbisse und Restaurants.

Die Attraktivität des BIDs Ansgarikirchhof aus Sicht der Passanten wurde mit einer dreistufigen Methode erfasst. In einem ersten Schritt sollten die Befragten spontane Assoziationen bei der Betrachtung der Umgebung des Befragungsstandortes nennen. Hier nannte jeder Vierte „schön“ bzw. eine positiv konnotierte Aussage zum Platz. Allerdings rangieren gleich anschließend auf Platz 2 und 3 die Assoziationen „langweilig/grau“ (20,7%) und „leer“ (18,8%). Eine weitere häufige positive Assoziation war das markante „Gewerbehaus bzw. schöne alte Architektur“ auf Platz 4.

Der zweite Schritt beinhaltete eine Bewertung verschiedener Attraktivitäsindikatoren anhand von Schulnoten durch die Passanten, die für die Gesamtattraktivität des Ansgarikirchhofs insgesamt die Durchschnittsnote 2,97 vergaben. Von den einzelnen Aspekten wurden die „Sicherheit“ (2,27), die „Öffnungszeiten“ (2,34) sowie die „Kundenbetreuung/-beratung“ (2,44) am positivsten bewertet, während am anderen Ende der Skala die „Begrünung“ (3,19) und die „Sitzgelegenheiten“ (3,73) am negativsten bewertet wurden. Dabei gab es hinsichtlich der Herkunft der jeweiligen Passanten nur geringfügige Unterschiede bei der Bewertung der einzelnen Aspekte, wohingegen eine Differenzierung nach Geschlecht ergab, dass die männlichen Passanten sowohl die Gesamtattraktivität des Ansgarikirchhofs als auch viele einzelne Attraktivitätsindikatoren besser bewerteten als die weiblichen Passanten. Die kritischste Altersgruppe ist die der 30-60-jährigen Passanten, die sowohl für die Gesamtattraktivität als auch für sechs der zehn einzelnen Aspekte schlechtere Durchschnittsnoten vergaben als die jüngeren und die älteren Befragten.

Im dritten und letzten Schritt zur Erfassung der Attraktivität aus Sicht der Passanten wurden die Befragten gebeten, Empfehlungen zur Attraktivitätssteigerung des Ansgarikirchhofs zu geben. Hier rangieren mit deutlichem Abstand „mehr Sitzgelegenheiten“ (55,6% der Antwortenden) und „mehr Grün“ (47,7%) auf den ersten beiden Plätzen. Weitere wichtige Empfehlungen betreffen die Errichtung eines „Brunnens“, den Ansgarikirchhof „lebendiger, attraktiver, bunter“ zu gestalten, sowie „irgendwas in der Mitte“ zu machen.

TEIL IV: Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des BID-Ansatzes im Land Bremen

Aus den umfangreichen empirischen Erhebungen und der intensiven Auseinandersetzung mit der Fachliteratur lassen sich konkrete Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des BID-Ansatzes im Land Bremen ableiten. Diese betreffen verschiedene Ebenen:

- Empfehlungen zur Anpassung des Bremischen BID-Gesetzes
- Empfehlungen zur politischen Ausgestaltung des gesetzlichen Rahmens im Zuge der Begleitung konkreter BID-Aktivitäten
- Empfehlungen zur Weiterentwicklung des BIDs Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor sowie
- Empfehlungen für das BID Ansgarikirchhof.

Bezogen auf die **Anpassung des Bremischen BID-Gesetzes** sind wir der Auffassung, dass das BID-Konzept trotz der sehr gegensätzlichen Erfahrungen in den beiden Innovationsbereichen und der vergleichsweise breiten Ablehnung des BID-Ansatzes durch die Eigentümer im BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor grundsätzlich ein sehr geeignetes Instrumentarium darstellt, um die Wettbewerbsfähigkeit von Quartieren zu erhalten und zu steigern. Das Bremer BID-Gesetz bedarf daher lediglich kleinerer Anpassungen. Dazu geben wir die folgenden Empfehlungen:

1. Information der Eigentümer im Vorfeld der Abstimmung sicherstellen

Ein Großteil der Kritik der Eigentümer entzündet sich daran, dass sie im Vorfeld über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor nicht ausreichend informiert wurden. Einzelne Eigentümer gaben sogar an, sie seien vor vollendete Tatsachen gestellt worden und hätten erst durch den Abgabenbescheid von dem BID erfahren. Ein Abstimmungsverfahren, welches lediglich ein Negativquorum zur Ablehnung vorsieht und Enthaltungen als Zustimmung zum BID-Antrag wertet, ist im Falle unvollständiger Informationen problematisch. Es muss daher sichergestellt werden, dass Enthaltungen nicht aufgrund fehlender oder unzureichender Informationen zustande kommen. Wir schlagen vor im BID-Gesetz festzuschreiben, dass alle Eigentümer im Vorfeld der Abstimmung schriftlich über die Errichtung des BIDs und die geplanten Maßnahmen informiert werden müssen.[15] Auch die Kosten, welche durch das geplante BID auf die Eigentümer jeweils zukommen würden, müssen in diesem Informationsschreiben enthalten sein. Neben dem Versenden schriftlicher Informationen sollte vor der Durchführung des Abstimmungsverfahrens auch eine Eigentümerversammlung verpflichtend durchgeführt werden. Sinnvollerweise kann die Einladung dazu zusammen mit den schriftlichen Informationen verschickt werden. Das Ziel einer solchen Eigentümerversammlung besteht darin, über den BID-Ansatz aufzuklären, die Maßnahmen zu erläutern und für eine aktive Beteiligung an dem BID-Prozess zu werben. Letztlich braucht ein BID-Ansatz eine klare, belastbare Mehrheit und muss von der Mehrzahl der zahlenden Eigentümer gewollt sein. Insgesamt stellt das vorgeschlagene Verfahren sicher, dass die BID-Idee, die angestrebten Ziele und Wirkungen sowie die darauf abgestimmten Maßnahmen den Betroffenen im Vorfeld hinreichend kommuniziert werden.

[15] Dies setzt voraus, dass dafür die Grundlage geschaffen wird, indem entweder die Initiatoren des angestrebten BIDs den Zugang zu den Adressen der Eigentümer erhalten oder die Informationen durch die entsprechende Behörde an alle Eigentümer verschickt werden.

2. Spezifische Abgabenhöhe für unterschiedliche Nutzergruppen (insb. Wohnungseigentümer)

Generell sollte zwar das Prinzip beibehalten bleiben, dass sich alle Eigentümer in dem Quartier finanziell an den Aufwertungsmaßnahmen beteiligen und dadurch Trittbrettfahrertum verhindert wird. Die Analyse zeigt jedoch, dass zwischen den Eigentümer- und Nutzergruppen verschiedene Vorstellungen existieren und die einzelnen Gruppen in unterschiedlicher Weise von den Maßnahmen profitieren. Insbesondere die Wohnungsnutzer profitieren weniger von den vornehmlich auf die Stärkung des Einzelhandels und der Dienstleistungen ausgerichteten Maßnahmen.

Konkret sollte juristisch geprüft werden, ob in den jeweiligen Ortsgesetzen ein reduzierter Hebesatz für die Wohnungseigentümer festgelegt werden kann, damit diese nicht die gewerblich orientierten Aufwertungsmaßnahmen (z.B. Weihnachtsbeleuchtung, Weihnachtsgewinnspiel, verkaufsoffene Sonntage, gemeinsame Zeitungsanzeigen etc.) in vollem Umfang mittragen müssen. Eine völlige Befreiung empfehlen wir jedoch aus zwei Gründen nicht: Erstens kommen andere Maßnahmen (z.B. Verbesserung der Sauberkeit oder die Sicherung der Immobilienwerte aufgrund der Summe der Maßnahmen) allen Eigentümern und somit auch den Wohnungseigentümern zu Gute. Zweitens muss es Ziel sein, dass nach wie vor alle Eigentümer im Quartier einbezogen werden. Die Höhe der möglichen Reduktion für die Wohnungseigentümer sollte sich unserer Meinung nach aus dem jeweiligen Wirtschaftsplan ableiten, jedoch maximal 50% betragen, damit die Wohnungseigentümer weiterhin einen Anreiz haben, sich angemessen zu beteiligen.

3. Beteiligung und Partizipation der Wohnbevölkerung

Der Charakter und das Flair eines Quartiers werden nicht nur durch das äußere Erscheinungsbild der bebauten Umwelt oder die dort ansässigen Geschäfte, Gastronomiebetriebe und sonstigen Gewerbetreibenden bestimmt. Insbesondere die Wohnbevölkerung prägt den Charakter eines Quartiers in erheblichem Maße. Das aktuelle Bremer BID-Gesetz benennt explizit als Ziel auch eine Steigerung der Attraktivität für die Bevölkerung. Allerdings wird die Wohnbevölkerung bisher nicht aktiv in den BID-Prozess aufgenommen.

Wenn in einem BID ein nennenswerter Anteil an Wohnungsnutzung vorliegt, dann sollte auch die Wohnbevölkerung und nicht nur die Wohnungseigentümer am BID-Prozess beteiligt werden. Hier bedarf es jedoch vorab einer genauen Klärung, wie dieser Anteilswert zu bestimmen und ab welchem Anteilswert die Mitbestimmung vorzusehen ist. Eine Beteiligung sollte dann über bloße Informationsveranstaltungen zum BID-Ansatz und den geplanten Maßnahmen hinausgehen. Vielmehr sollte die Wohnbevölkerung aufgerufen werden, eigene Vorschläge in den BID-Prozess einzubringen. Auch im Zuge des Formalverfahrens sollte der Wohnbevölkerung bei einem entsprechend hohen Anteil im Quartier die Möglichkeit eingeräumt werden, ein BID zu verhindern, sofern sich die Wohnbevölkerung mehrheitlich dagegen ausspricht. Begründet werden kann diese Forderung damit, dass gezielte BID-Maßnahmen dynamische Prozesse auslösen oder beschleunigen können, die nicht von allen Betroffenen (z.B. der Wohnbevölkerung) gewünscht sind. Dazu zählt beispielsweise eine beschleunigte Gentrification, zu der ein BID-Ansatz beitragen kann.

4. Anpassungsmöglichkeiten im Hinblick auf die beschlossenen Maßnahmen während der Umsetzungsphase (Flexibilisierung)

Die verbindliche Festschreibung der BID-Maßnahmen zu Beginn der Laufzeit ist problematisch, da sich die Rahmenbedingungen während der Umsetzungsphase wandeln können, so dass Anpassungen oder Änderungen des Maßnahmenkatalogs erforderlich werden. Ein zwanghaftes Festhalten an der Durchführung der ursprünglich beschlossenen Maßnahmen kann sich dann als kontraproduktiv herausstellen. Nicht mehr zweckmäßige Maßnahmen vermindern zudem die Akzeptanz unter den Betroffenen.

Vorgeschlagen wird eine Flexibilisierung des Gesetzes in Bezug auf Maßnahmen und Investitionen. Um die Effektivität von BIDs in Bremen zu erhöhen, sollte das Maßnahmen- und Finanzierungskonzept, das mit der Antragstellung eingereicht werden muss, nicht unveränderlich über die Laufzeit des Innovationsbereiches gelten. Vielmehr erscheint es notwendig, dass die BID-Maßnahmen jährlich überprüft werden und eine Anpassung der Maßnahmen an sich verändernde Gegebenheiten vorgenommen werden kann. Die Planungssicherheit für die Betroffenen muss allerdings gewahrt bleiben. Auf gesetzlicher Ebene sollte daher festgelegt werden, dass Änderungen nicht mehr der Zustimmung aller Eigentümer bedürfen, sondern per Mehrheitsbeschluss in der Eigentümerversammlung angepasst werden können.

5. Rechtssicherheit verbessern

Die zuvor vorgeschlagenen Änderungen tangieren das Thema der Rechtssicherheit sowohl für die betroffenen Eigentümer als auch für die planenden und durchführenden Akteure. Veränderungen an dem Bremer BID-Gesetz dürfen keineswegs dazu führen, dass neue Ansatzpunkte für einzelne Klagen gegen die Errichtung eines BIDs entstehen. Vielmehr gilt es generell die Rechtssicherheit des BID-Gesetzes juristisch zu überprüfen, um dadurch den stabilen Rahmen für mittel- bis langfristige Maßnahmen zu erhalten und zu stärken, den ein BID bieten soll.

Ebenso wichtig wie die Handlungsempfehlungen im Hinblick auf eine Weiterentwicklung des gesetzlichen Rahmens sind die nachfolgenden **Handlungsempfehlungen zur politischen Ausgestaltung des BID-Instrumentariums**.

1. Passgenaue Einheiten wählen

Der Zuschnitt eines BIDs ist eine weichenstellende Entscheidung, welche die Arbeit mit dem BID-Instrumentarium über die gesamte Laufzeit beeinflusst. Aus der Grenzziehung ergibt sich, wie sehr sich die BID-Maßnahmen räumlich und thematisch fokussieren lassen. Eine klare räumliche und thematische Fokussierung sehen wir als einen zentralen Erfolgsfaktor im Zuge der Umsetzung des BID-Ansatzes an. Die Rolle der passgenauen, vor allem nicht zu großen Gebietsangrenzung begründet sich aus zwei zentralen Argumenten: Erstens stellt eine klare Interessensgleichheit der beteiligten Akteure den wesentlichen Ausgangspunkt für die Errichtung eines BIDs dar. Diese Interessensgleichheit hängt unmittelbar vom Gebietszuschnitt ab. Gerade ein zu groß gewähltes Gebiet birgt die Gefahr, dass die Eigentümer den Bezug der Maßnahmen zur unmittelbaren Umgebung ihrer Immobilie nicht erkennen. In einem überschaubaren Gebiet ist eine thematische Fokussierung sowie eine Konkretisierung und passgenaue Ausrichtung der Maßnahmen auf das betreffende Gebiet leichter möglich. Zweitens vereinfachen sich die erforderlichen Kommunikationsprozesse während eines BID-Prozesses

erheblich. Die Ergänzung unvollständiger Eigentümerlisten oder klärende Gespräche und Diskussionen zur Erreichung belastbarer Mehrheiten können nur stattfinden, wenn dies von den Initiatoren leistbar ist. Dies betrifft nicht nur die Anfangsphase eines BIDs, sondern ist über die gesamte BID-Laufzeit relevant, z.B. wenn es gilt, die einzelnen Maßnahmen umzusetzen oder eventuelle Anpassungen vorzunehmen.

2. Bottom-up-Prinzip einhalten

Während der Sondierungs- und Mobilisierungsphase (Phase 1) sowie der Konzeptphase (Phase 2, vgl. Abb. 2.1) sollte sich die öffentliche Hand inhaltlich weitgehend heraushalten. Die inhaltliche Stoßrichtung muss von den betroffenen Akteuren ausgehen, damit eine breite Akzeptanz im Hinblick auf die Maßnahmen erreicht wird und eine breite Zustimmung entsteht, für diese Maßnahmen eine zusätzliche Abgabe zu leisten. Die öffentliche Hand kann Impulse setzen, einen Bottom-up-Prozess zu initiieren, indem sie über das BID-Konzept informiert, Auftaktveranstaltungen unterstützt oder eine Anschubfinanzierung für eine externe Beratung oder Moderation zur Verfügung stellt. Der Kern der Themenfelder und die entsprechenden Maßnahmen eines (zukünftigen) BIDs müssen aber auf breiter Basis „von unten", d.h. von den Betroffenen selbst, identifiziert werden, um eine Polarisierung in BID-Befürworter und BID-Gegner zu vermeiden.

3. „Commitment" seitens der öffentlichen Hand zeigen

Eine fatale Situation tritt ein, wenn die betroffenen Akteure die BID-Abgabe als eine Art der Abwälzung der Finanzierung öffentlicher Aufgaben auf die privaten Eigentümer missverstehen. Diese Gefahr ist insbesondere dann gegeben, wenn keine deutlich unterscheidbaren, neuen Maßnahmen und Aktivitäten oder auch neue organisatorische Strukturen im Zuge des BID-Prozesses entwickelt werden. Die öffentliche Hand sollte „Commitment" zeigen, indem sie die Bottom-up entstandenen BID-Initiativen im Rahmen ihrer finanziellen Möglichkeiten unterstützt. Dies kann dadurch geschehen, dass sowieso anstehende bauliche Maßnahmen, erforderliche Sanierungen oder Infrastrukturmaßnahmen mit den BID-Aktivitäten abgestimmt werden. Die bundesweiten Erfahrungsberichte verdeutlichen, dass diejenigen BIDs erfolgreicher waren, in denen sich die öffentliche Hand auch finanziell beteiligt hat.

4. Initialzündungen aufgreifen und nutzen

Wenn es gelingt, aus dem Bottom-up-Prinzip die Bereitschaft und eine gewisse Begeisterung für ein „Alle-Mann-Manöver" zu entwickeln, entsteht ein wichtiges „Momentum". Es muss gelingen, diese Begeisterung aufzugreifen und zu institutionalisieren, um die entwickelten Ideen zur Quartiersaufwertung letztlich zu realisieren. Der BID-Ansatz stellt eine gute Möglichkeit dar, eine solche Initialzündung bzw. eine solche Aufbruchsstimmung über einen längeren Zeitraum ins Ziel zu führen, weil ein Bottom-up erzeugtes „Momentum" mittelfristig über das BID-Gesetz in eine klar geregelte institutionelle Struktur überführt wird. Zur Umsetzung der Ideen wird für eine klar überschaubare Zeit eine verlässliche Struktur offeriert. Ein Abkühlen der Anfangsbegeisterung bedeutet dann keineswegs das Ende der zuvor entwickelten Ideen. Diese Grundperspektive erachten wir als einen weiteren wichtigen Erfolgsfaktor im Umgang mit dem BID-Instrumentarium.

Neben der Verinnerlichung dieser Grundperspektive empfehlen wir zur Erzeugung eines solchen „Momentums", dass für die Betroffenen etwas klar erkennbar Neues entsteht. Eine Fort-

führung bereits bestehender Maßnahmen kann eine solche Initialzündung in der Regel nicht erzeugen. Dazu ist eventuell auch die Schaffung neuer Umsetzungsstrukturen sinnvoll.

Neben den allgemeinen Empfehlungen zum politischen Umgang mit dem BID-Gesetz im Land Bremen können auch konkrete **Empfehlungen für das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor** abgeleitet werden. Da sich das BID in den nächsten drei Jahren keiner vollkommenen Veränderung unterziehen kann, liegt der Fokus der Empfehlungen auf den noch durchzuführenden Maßnahmen sowie auf der Zeit nach der ersten Laufzeitperiode 2014.

1. Verbesserung der Kommunikation und der Informationslage

Die Kommunikation zwischen den Aufgabenträgern, die mit der Durchführung der beschlossenen BID-Maßnahmen betraut sind, und den Abgaben zahlenden Eigentümern muss dringend verbessert werden. Durchgeführte Maßnahmen, Kosten sowie Wirkungen der Aktivitäten müssen den Betroffenen offensiv kommuniziert und Erfolge durch belastbare Zahlen unterfüttert werden. Es sollte ein neuer Versuch gestartet werden, die bisher schlechte Wahrnehmung der BID-Aktivitäten im Viertel zu verbessern. Zu diesem Zweck sollte aus Sicht der Eigentümer die Qualität und Quantität der Informationen deutlich verbessert werden. Die entsprechenden Informationen müssen regelmäßig, mehrmals pro Jahr kommuniziert werden. Des Weiteren sollten regelmäßige Treffen der Immobilieneigentümer stattfinden, um sich über die durchgeführten Maßnahmen unmittelbar auszutauschen. Inhaltlich wurde von Seiten der Eigentümer der Anspruch gestellt, einen detaillierten Überblick aller Einnahmen und Ausgaben zu erhalten, die im Rahmen des BIDs getätigt werden. Um der Problematik der fehlenden Adressdaten zu begegnen, ist die Pflege der Internetplattform besonders wichtig.

Das Ziel der Kommunikationsverbesserung muss unserer Meinung nach sein, die ablehnende Haltung gegenüber gemeinsamen Maßnahmen zur Qualitätssteigerung des Quartiers abzubauen. Dazu gilt es, Personen mit abweichenden Meinungen stärker als bislang in die Planung und Durchführung der Maßnahmen zu integrieren. Eine Möglichkeit besteht darin, BID-Kritiker mit Sitz und Stimme im Vorstand des Aufgabenträgers einzubeziehen.

2. Fokus der Maßnahmen auf Sauberkeit, Begrünung und Sitzgelegenheiten richten

Sowohl aus Sicht der Eigentümer als auch aus Sicht der Passanten wird besonderer Wert auf Sauberkeit, Begrünung und Sitzgelegenheiten gelegt. Obwohl diese Aspekte zur Steigerung der Aufenthaltsqualität bereits Teil des Maßnahmenkonzepts des BIDs sind, werden sie von den befragten Passanten und Eigentümern nach wie vor als verbesserungswürdig wahrgenommen. So wird insbesondere dem Bereich um den Sielwall ein Defizit an Sauberkeit attestiert. Zwar wurde mit der Frühjahrsbegrünung des Viertels diesem Wunsch bereits in Teilen entsprochen, dennoch lässt sich konstatieren, dass im BID-Bereich nach wie vor ein Defizit an Bäumen und Pflanzen besteht, so dass weitere Anstrengungen zu empfehlen sind. Die besonders von den Passanten bemängelten fehlenden Sitzgelegenheiten könnten speziell am Ulrichsplatz und Ziegenmarkt geschaffen werden. Insgesamt sollten Maßnahmen, die eine Steigerung der Aufenthaltsqualität nach sich ziehen, weiter intensiviert werden. Ziel muss es sein, die aktuellen Wahrnehmungen von Seiten der Passanten und der Eigentümer, die sich in den jeweiligen Benotungen dieser Aspekte widerspiegeln, sichtbar zu verbessern.

3. Das BID sorgsam zu Ende führen, aber keine Laufzeitverlängerung des BIDs im jetzigen Gebietszuschnitt anstreben

Insgesamt wird der Ansatz und die Umsetzung des BIDs von einer zu großen Anzahl an befragten Eigentümern als sehr negativ wahrgenommen. Um am Ende der BID-Laufzeit ein positiveres Fazit zu erreichen, sollte die durchgeführte Analyse als Anstoß gesehen werden, die kritisch wahrgenommenen Aspekte der Eigentümer aufzugreifen. Aufgrund der negativen Einstellungen und den daraus resultierenden schlechten Bewertungen der Eigentümer wird nicht geraten, unter den jetzigen Rahmenbedingungen eine Verlängerung der BID-Laufzeit im Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor über das Jahr 2014 hinaus anzustreben. Vor allem sollten im Hinblick auf eine inhaltliche und räumliche Fokussierung kleinere räumliche Einheiten als Bezugspunkt für neue Aufwertungsinitiativen gewählt werden. Möglicherweise stellt der BID-Ansatz in einzelnen Teilgebieten eine entsprechend tragfähige Grundlage dar und wird von den betroffenen Akteuren wieder gewählt. Im gesamten Innovationsbereich nach bisheriger Abgrenzung sehen wir den BID-Ansatz jedoch nicht mehr als mehrheitsfähig an.

4. Bestehende Stärken aufgreifen und auf dieser Basis einen neuen Dialog initiieren

Die vielen positiven Rückmeldungen insbesondere aus der Passantenbefragung sollten aufgegriffen werden, um aufbauend auf diesen spezifischen Stärken einen neuen Dialog zwischen allen Akteuren im Viertel zu initiieren. Dazu raten wir, einen externen Moderator hinzu zu ziehen. Die erhobene Faktenlage liefert dabei eine geeignete Basis, um kontroverse Diskussionen zu versachlichen. Das vorliegende Datenmaterial offeriert zudem mehrere Anknüpfungspunkte, um einen neuen Dialog über die Entwicklungsperspektiven des Viertels zu starten. Beispiele sind das Viertelfest als sehr gut etabliertes Event, der Sambakarneval sowie die enorme Attraktivität und das besondere Flair des Viertels aus Sicht der Passanten an sich.

Die Grundlage der **Handlungsempfehlungen für das BID Ansgarikirchhof** bildet die Passantenbefragung. Da die Zielvorstellungen der betroffenen Eigentümer bezüglich der Entwicklung des Ansgari Quartiers deutlich homogener sind als im Viertel, konnte eine räumliche und inhaltliche Fokussierung besser erreicht werden. Dennoch lassen sich Handlungsempfehlungen für eine mögliche Laufzeitverlängerung benennen:

1. Steigerung der wahrgenommenen Attraktivität

Die zentrale Botschaft der Passantenbefragung lautet, dass die Aufenthaltsqualität im Ansgari Quartier erhöht werden sollte. Zum einen hat das Ansgari Quartier einen sehr hohen Anteil an Durchgangspassanten und zum anderen kommen relativ viele Passanten aus weiterer Entfernung, die die gute Erreichbarkeit wertschätzen. Um diese potentiellen Kundengruppen länger im Bereich des BIDs zu halten, sollte der Ansgarikirchhof attraktiver zum Verweilen werden. Die wichtigsten Assoziationen seitens der Passanten verdeutlichen diese Sichtweise. Der Ansgarikirchhof wurde zwar mit „schön“ assoziiert und das Gewerbehaus bzw. dessen Architektur sehr wertgeschätzt, aber direkt anschließend wurde das Quartier und insbesondere der Platz in der Mitte mit „langweilig/grau“ und „leer“ verbunden. Dies wird dadurch unterstützt, dass „mehr Leben“, „etwas in der Mitte“, „mehr Aktivitäten“ und insbesondere „ein Brunnen“ auf dem Platz gewünscht wurde. Aus Sicht der Passanten fehlen demnach gestalterische und belebende Elemente. Die Ausstellung „Sommergärten“ war ein Beispiel, wie zumindest temporär diese Lücke kompensiert wurde. Hieran anknüpfend waren die „Sitzgelegenheiten“ und „mehr Grün“

die herausragenden Empfehlungen der Befragten zur Attraktivitätssteigerung. Dies ist im Hinblick darauf wichtig, dass es in der Bremer Innenstadt relativ wenige Möglichkeiten zum Verweilen gibt, auf denen man ohne etwas zu konsumieren sitzen kann. Durch die Bereitstellung solcher Möglichkeiten könnte sich der Ansgarikirchhof ein Alleinstellungsmerkmal schaffen.

2. Weitere Ankerbetriebe ansiedeln

Die Analyse der Ankerbetriebe im Ansagri Quartier sowie die genannten Besuchshäufigkeiten deuten klar darauf hin, dass ein großer Anteil der Besucher den Ansgarikirchhof als Durchgang zum eigentlichen Zielort sieht. Von über 70% der Befragten wurden als Besuchsgrund des Ansgari Quartiers Geschäfte oder Gastronomiebetriebe genannt, die sich nicht im BID Ansgarikirchhof befinden, sondern in der nahen Umgebung des BIDs lokalisiert sind. Diesen Wert gilt es zu reduzieren. Um den Anteil der Durchgangspassanten zu verringern und die Passantenströme entlang der Obernstraße in den Ansgarikirchhof zu lenken, ist die Ansiedlung weiterer attraktiver Ankerbetriebe erstrebenswert. Dies würde zudem eine bessere Integration in die Innenstadt bewirken.

3. Aufbau eines eigenständigen Images

Mit einer solchen Kombination aus der Ansiedlung weiterer Ankerbetriebe und der Steigerung der Attraktivität durch gestalterische Maßnahmen (z.B. Brunnen in der Mitte des Platzes, Sitzgelegenheiten) sowie aktivierende Aktionen/Elemente könnte man für das Ansgari Quartier ein Image erzeugen, das zum längeren Verweilen gerade etwas abseits des eigentlichen Innenstadtkerns (Rathaus, Dom, Roland) einlädt. Mittelfristiges Ziel des Innovationsbereichs Ansgarikirchhof muss es sein, dass die Passanten das Quartier als eigenständigen Bereich der Bremer Innenstadt wahrnehmen.

Literatur:

Bahrenberg, G./Giese, E./Mevenkamp, N./Nipper, J. (2010): Statistische Methoden in der Geographie. Band 1: Univariate und bivariate Statistik. 5. Auflage. Stuttgart.

Beck Online (2011a): Gesetz über die Einrichtung von Partnerschaften zur Attraktivierung von City-, Dienstleistungs- und Tourismusbereichen (PACT-Gesetz). http://beck-online.beck.de/Default.aspx?vpath=bibdata\ges\shpactg\cont\shpactg.htm&pos=1&hlwords=pact#xhlhit (Stand: 20.10.2011).

Beck Online (2011b): Bremisches Gesetz zur Stärkung von Einzelhandels- und Dienstleistungszentren. http://beck-online.beck.de/?bcid=Y-100-G-BrEinzHStaerkG (Stand: 20.10.2011).

Beck Online (2011c): Gesetz zur der Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gewerbezentren. http://beck-online.beck.de/Default.aspx?vpath=bibdata%2Fges_lr%2FHbgEinzHStaerkG%2Fcont%2FHbgEinzHStaerkG.htm (Stand: 20.10.2011).

Beck Online (2011d): Gesetz zur Stärkung von innerstädtischen Geschäftsquartieren. http://beck-online.beck.de/Default.aspx?vpath=bibdata%2Fges%2FHESINGE%2Fcont%2FHESINGE.htm

Beck Online (2011e): Gesetz zur Schaffung von Bündnissen für Investition und Dienstleistung. http://beck-online.beck.de/Default.aspx?words=bidg&btsearch.x=0&btsearch.y=0&btsearch.x=42&filter=preisklasse%3A%22-0%22 (Stand: 20.10.2011).

Beck Online (2011f): Gesetz über Immobilien- und Standortgemeinschaften. http://beck-online.beck.de/Default.aspx?vpath=bibdata\ges\nrwisgg\cont\nrwisgg.htm&pos=1&hlwords=isgg#xhhit (Stand: 20.10.2011).

Binger, S. (2010): Erfolgsfaktoren im Gründungsprozess von Business Improvement Districts. Ein Überblick über den Forschungsstand und eine empirische Analyse von Gründungsprozessen deutscher BID-Initiativen. Hamburg.

Bloem, M. (2008): Zur Rolle und Bedeutung von Business Improvement Districts – Ein Überblick. In: Pechlaner, H./Zehrer, A. (Hrsg.): Business Improvement Districts (BID): Grundlagen – Konzepte – Perspektiven. In: Schriftreihe Management und Unternehmenskultur. Band 17. Wien, S. 23-31.

Briffault, R. (1999): A Government for Our Time? Business Improvement Districts and Urban Governance. In: Columbia Law Review 99 (2), S. 365-477.

CIMA (2006): Business Improvement Districts. In: cima direkt. Zeitschrift für Stadtentwicklung und Marketing 3/2006.

Cook, I. R. (2008): Mobilising Urban Policies: The Policy Transfer of US Business Improvement Districts to England and Wales. In: Urban Studies 45 (4), S. 773-795.

Cook, I. R. (2009): Private Sector Involvement in Urban Governance: The Case of Business Improvement Districts and Town Centre Management Partnerships in England. In: Geoforum 40, S. 930-940.

Cook, I. R. (2010): Policing, Partnerships, and Profits: The Operations of Business Improvement Districts and Town Center Management Schemes in England. In: Urban Geography 21 (4), S. 453-478.

CS City-Service GmbH (2008): http://www.ansgari-bid.de/ (Stand: 18.10.2011).

Der Westen (vom 27.03.2011): Standortgemeinschaft vor dem aus: http://www.derwesten.de/staedte/haltern-am-see/ISG-steht-id4471070.html (Stand: 08.10.2011).

Diekmann, A. (1998): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek bei Hamburg.

DIHK (2011): BIDs – eine erfolgreiche Form von Public Private Partnership zur Zentrenentwicklung. Pdf-Version verfügbar (Stand: 16.6.2011).

DIHK (Hrsg.) (2010): Talk about BIDs in Germany. In: BIDNews 10.

Dorenkamp, A./Schubert, F. (2011): Die Situation des Einzelhandels in der Gießener Innenstadt 2010/11. Eine Evaluation der Effekte der Gründung der Business Improvement Districts und der Ansiedlung des Einkaufszentrums ‚Galerie Neustädter Tor'. Unveröffentlichtes Gutachten. Marburg und Gießen.

Florida, R. (2002a): The rise of the Creative Class - and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York: Basic Books.

Florida, R. (2002b): The Economic Geography of Talent. In: Annals of the Association of American Geographers 92, S. 743 - 755.

Florida, R./Mellander, C./Stolarick, K. (2008): Inside the black box of regional development - human capital, the Creative Class and tolerance. In: Journal of Economic Geography 8, S. 615-649.

Garodnick, D. R. (2000): What´s the BID Deal? Can the Grad Central Business Improvement District Serve a Special Limited Purpose? In: University of Pennsylvania Law Review 148 (5), S. 1733-1770.

Gebhardt, H. (2007): Der Umbau der Kurpfalzachse in Mannheim. Wahrnehmung und Bewertung aus Sicht von Einzelhändlern und Kunden. Unveröffentlichtes Gutachten. Geographisches Institut, Heidelberg.

Glasze, G. (2001): Privatisierung öffentlicher Räume? Einkaufszentren, Business Improvement Districts und geschlossene Wohnkomplexe. In: Berichte zur deutschen Landeskunde 75 (2/3), S. 160-177.

Gross, J. S. (2005): Business Improvement Districts in New York City´s Low-Income and High-Income Neighborhoods. In: Economic Development Quarterly 19, S. 174-189.

Hansestadt Bremen (2009): Gesetzblatt der Freien Hansestadt Bremen.

HCU (HafenCity Universität Hamburg) (2011): Urban Improvement Districts – Ein Forschungsprojekt der HCU Hamburg: http://www.urban-improvement-districts.de/ (Stand 16.06.2011).

Heinze, F./Tschentscher, C. (2008): BIDs in Deutschland. Ein Überblick. In: Pütz, R. (Hrsg): Business Improvement Districts. Ein neues Governance-Modell aus Perspektive von Praxis und Stadtforschung. – Geographische Handelsforschung 14. Passau, S. 21-33.

Hoyt, L. M. (2005): Do Business Improvement Districts Make a Difference? Crime In and Around Commercial Areas in Philadelphia. In: Journal of Planning Education and Research 25, S. 185-199.

Huber, M. (2007): Business Improvement Districts – Neue Instrumente auf der Schnittstelle zwischen Städtebau und Wirtschaftsförderung. In: Deutsches Verwaltungsblatt 122 (8), S. 466-475.

IHK Bonn/Rhein-Sieg (2011): Immobilien- und Standortgemeinschaft / BID http://www.ihk-bonn.de/index.php?id=761 (Stand: 07.09.2011).

Interessengemeinschaft „Das Viertel“ e.V. (2009): Handlungskonzept des Innovationsbereichs „Das Viertel“ als Anlage 2 zum Antrag auf Einrichtung des Innovationsbereichs „Das Viertel“.

Knippenberger, U. (2008): Business Improvement District im Frankfurter Bahnhofsviertel? Kritik und Chance eines privatwirtschaftlichen Modells in der Quartiersentwicklung. In: Pütz, R. (Hrsg): Business Improvement Districts. Ein neues Governance-Modell aus Perspektive von Praxis und Stadtforschung. – Geographische Handelsforschung 14. Passau, S. 101-118.

Kuntze-Kaufhold, G./Schläwe, C. (2007): Business Improvement Districts im Spannungsfeld der Interessen von Grundstücksbesitzern, Gewerbetreibenden und Gemeinden. In: Betriebs-Berater 62 (18), S. 949-955.

Lackner, H. (2009): Business Improvement Districts (BIDs) – Einführung in die Grundlagen eines neuen städtebaulichen Instruments. In: Umwelt- und Planungsrecht 29 (9), S. 321-327.

Lippert, R. (2010): Mundane and Mutant Devices of Power: Business Improvement Districts and Sanctuaries. In: European Journal of Cultural Studies 13 (4), S. 477-494.

MacDonald, J./Golinelli, D./Stokes, R. J./Bluthenthal, R. (2010): The Effect of Business Improvement Districts on the Incidence of Violent Crimes. In: Injury Prevention 16, S. 327-332.

Marquardt, N./Füller, H. (2008): Die Sicherstellung von Urbanität. Ambivalente Effekte von BIDs auf soziale Kontrolle in Los Angeles. In: Pütz, R. (Hrsg): Business Improvement Districts. Ein neues Governance-Modell aus Perspektive von Praxis und Stadtforschung. – Geographische Handelsforschung 14. Passau, S. 119-138.

Meng, F. (2008): Bedingungen für einen funktionierenden Pluralismus im Stadtteil: das „Viertel“ als Modell?. Projektbericht aus dem Zwei-Jahreskurs XX „Sozialwissenschaftliche Grundbildung“ der Akademie für Arbeit und Politik an der Universität Bremen.

Mitchell, J. (2001a): Business Improvement Districts and the Management of Innovation. In: The American Review of Public Administration 31 (2), S. 201-217.

Mitchell, J. (2001b): Business Improvement Districts and the “New” Revitalization of Downtown. In: Economic Development Quarterly 15, S. 115-123.

Monheim, R. (1999): Methodische Gesichtspunkte der Zählung und Befragung von Innenstadtbesuchern. In: Heinritz, G. (Hrsg.): Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen. Methodische Grundfragen der geographischen Handelsforschung. Geographische Handelsforschung, Band 2, S. 65 - 132.

Monheim, R. (2007): Isolation oder Kopplung? Empirische Befunde zur Versachlichung anhaltender Kontroversen um innerstädtische Shopping Center. Geographische Handelsforschung Nr. 22, S. 24-29.

Mossig, I. (1996): Stichproben, Stichprobenauswahlverfahren und Berechnung des minimal erforderlichen Stichprobenumfangs. Unveröffentlichtes Manuskript, Gießen.

Mossig, I. (2011): Regional employment growth in the Cultural and Creative Industries in Germany 2003 – 2008. In: European Planning Studies 19, S. 967-990.

Mossig, I./Dorenkamp, A. (2007): Die Entwicklung des Einzelhandels in der Gießener Innenstadt nach Ansiedlung der Shopping-Mall ‚Galerie Neustädter Tor' und Gründung der Business Improvement Districts. Unveröffentlichtes Gutachten. Gießen.

Mossig, I./Dorenkamp, A. (2010): Shopping-Malls und Business Improvement Districts als Instrumente zur Belebung innerstädtischer Geschäftszentren? Das Beispiel der Stadt Gießen. In: Beiträge zur Wirtschaftsgeographie und Regionalentwicklung, Nr. 2-2010. Bremen.

Müller, M./Dröge,F. (1998): Die Straße: urbanes Leben im „Viertel". Bremen.

Peck, J. (2005): Struggling with the Creative Class. In: International Journal of Urban and Regional Research 29, S. 740-770.

Prey, G./Vollmer, A. (2009): Chancen für Quartiere durch die Einbindung von Immobilieneigentümern: Business Improvement Districts und Immobilien- und Standortgemeinschaften. In: Drilling, M./Schnur, O. (Hrsg.): Governance der Quartiersentwicklung. Theoretische und praktische Zugänge zu neuen Steuerungsformen. Wiesbaden, S. 229-246.

Pütz, R. (2008): Business Improvement Districts als neues Modell subkommunaler Governance: Internationalisierungsprozess und Forschungsfragen. In: Pütz, R. (Hrsg): Business Improvement Districts. Ein neues Governance-Modell aus Perspektive von Praxis und Stadtforschung. – Geographische Handelsforschung 14. Passau, S. 7-20.

Rack, J./Giese, E. (2008): Umsetzung des hessischen BID-Konzepts in Gießen. In: Pütz, R. (Hrsg): Business Improvement Districts. Ein neues Governance-Modell aus Perspektive von Praxis und Stadtforschung. – Geographische Handelsforschung 14. Passau, S. 79-99.

Rettig, T. (2008): Business Improvement Districts (BID). Rechtliche Rahmenbedingungen für die Implementierung eines nordamerikanischen Stadtentwicklungsmodells in der Bundesrepublik Deutschland. Hamburg.

Reuber, P./Pfaffenbach, C. (2005): Methoden der empirischen Humangeographie. Braunschweig

Rinne, H. (1995): Taschenbuch der Statistik für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Frankfurt am Main.

Rusek, U. (1995): Zwischen Zorn und Zuneigung: eine sozialpsychologische Analyse zu den Reaktionen auf eine Drogenszene. In: Psychologie und Gesellschaftskritik. Vol. 19, Nr. 2-3, S. 113-129.

Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E. (1999): Methoden der empirischen Sozialforschung. München.

Schote, H. (2008): BIDs- privates Engagement und private Investitionen für gewachsene innerstädtische Lagen. Überblick über die Anwendung des BID-Instrumentariums in Deutschland und Erfahrungen aus Hamburg. In: Pütz, R. (Hrsg): Business Improvement Districts. Ein neues Governance-Modell aus Perspektive von Praxis und Stadtforschung. – Geographische Handelsforschung 14. Passau, S. 61-77.

Schütte, J. (2009): Ansgarikirchhof Bremen - Entscheidungsfindung und Hindernisse im Gründungsprozess eines Business Improvement Districts. Unveröffentl. Diplomarbeit. Bremen.

Siebel, W. (2008): Talent, Toleranz, Technologie. Kritische Anmerkungen zu drei neuen Zauberwörtern der Stadtpolitik. In: RegioPol – Zeitschrift für Regionalwissenschaft 1/2008, S. 31-39.

Stokes, R. J. (2007): Business Improvement Districts and Small Business Advocacy: The Case of San Diego´s Citywide BID Program. In: Economic Development Quarterly 21, S. 278-291.

Vollmer, A. (2008): Öffentliche und private Interessen in Business Improvement Districts – Zur Frage der demokratischen Einbindung von BIDs in den USA und Deutschland. In: Pütz, R. (Hrsg): Business Improvement Districts. Ein neues Governance-Modell aus Perspektive von Praxis und Stadtforschung. – Geographische Handelsforschung 14. Passau, S. 35-60.

Ward, K. (2006): ´Policies in Motion`, Urban Management and State Restructuring: The Trans-Local Expansion of Business Improvement Districts. In: International Journal of Urban and Regional Research 30 (1), S. 54-75.

Ward, K. (2007): “Creating a Personality for Downtown.” Business Improvement Districts in Milwaukee. In: Urban Geography 28 (8), S. 781-808.

Ward, K. (2010): Entrepreneurial Urbanism and Business Improvement Districts in the State of Wisconsin: A Cosmopolitan Critique. In: Annals of the Association of American Geographers 100 (5), S. 1177-1196.

Weser-Kurier vom 02.09.2011: Anonyme protestieren gegen Viertelfest. Plakataktion in Bremen.

Weser-Kurier vom 09.08.2011: Geschäftsleute kritisieren Viertelfest-Planung.

Weser-Kurier vom 13.10.2011: Graffiti-Profis verschönern das Stadtbild. Sprühkünstler sollen illegale Sprayer verdrängen und den Nachwuchs in richtige Bahnen lenken.

Weser-Kurier vom 16.06.2011: Lernen vom Bremer Viertel. Neue Standortinitiative für die Sögestraße.

Weser-Kurier vom 19.04.2011: Streit um Zwangsabgabe. Anwohnerin setzt sich vor Gericht mit einer Beschwerde gegen den Innovationsbereich im Viertel durch.

Wiezorek, E. (2004): Business Improvement Districts. Revitalisierung von Geschäftszentren durch Anwendung des nordamerikanischen Modells in Deutschland. – Arbeitshefte des Instituts für Stadt- und Regionalplanung 65, Technische Universität Berlin. Berlin.

Wotha, B./Heinbockel, B. (2009): Lernen vom Erfolgskonzept Einkaufszentrum: Business Improvement Districhts – neue Formen des innerstädtischen Marketings im öffentlichen Raum. In: Jürgens, U. (Hrsg.): Innerstädtische Einkaufszentren – Perspektiven und Probleme. – Kieler Arbeitspapiere zur Landeskunde und Raumordnung 48. Kiel, S. 107-118.

Anhang

Tab. A.1: Übersicht der BIDs und ISGs in Deutschland (Stand Juni 2011)

	BIDs/ISGs	Internetadresse
	Bremen	
1	Ansgarikirchhof	http://www.ansgari-bid.de/
2	Ostertorsteinweg/ Vor dem Steintor	http://www.dasviertel.de/
	Hamburg	
3	Neuer Wall 2.0	http://www2.bid-neuerwall.de/
4	Wandsbek-Markt	http://www.bid-wandsbek.de/content/de/
5	Lüneburger Straße	http://www.bid-lueneburgerstrasse.de/cms/
6	Hohe Bleichen	http://www.bid-hohebleichen.de/
7	Sachsentor II	http://www.bid-sachsentor.de/bidsachsentor/
8	Alte Holstenstraße	http://www.bid-alte-holstenstrasse.de/
9	Ochsenzoll	http://www.oxbid.de/
10	Tibark	http://www.bid-tibarg.de/BID_Tibarg/Willkommen.html
11	Opernboulevard	http://www.bid-opernboulevard.de/
	Hessen	
12	Gießen - Seltersweg	http://www.giessen-entdecken.de/index.php?ID=1200674485
13	Gießen - Katharinenviertel	http://www.giessen-entdecken.de/index.php?ID=1200676793
14	Gießen - Marktquartier	http://www.giessen-entdecken.de/index.php?ID=1200676843
15	Gießen - Theaterpark	http://www.giessen-entdecken.de/index.php?ID=1200676885
16	Baunatal	http://www.baunatalaktiv.de/index.php?id=11
17	Offenbach - Innenstadt	http://www.offenbach.de/offenbach/themen/leben-in-offenbach/planen-bauen-und-wohnen/stadtplanung/aktive-kernbereiche/article/inge-aktive-innenstadt.html
	Nordrhein-Westfalen	
18	Aachen - Kleine Adalbert-Straße	http://www.kleine-adalbertstrasse.ac/index.php
19	Bergisch-Gladbach - Hauptstraße	http://www.isg-bergischgladbach.de/
20	Bocholt - Nordstraße	http://www.nordstrasse.de/
21	Bochum - Bermudadreieck	http://www.bermuda3eck.de/
22	Bochum - Das Quartier	http://das-quartier.de/
23	Detmold - Krumme Straße	http://krummestrasse.de/index/home.html
24	Dortmund - Rosenkarree	http://www.rosenviertel.de/
25	Düsseldorf - Graf-Adolf-Straße	http://www.graf-adolf-strasse.de/
26	Duisburg - ISG Sonnenwald eG	
27	Duisburg - Meiderich	http://www.meidericher-city-management.de/
28	Essen - City Nord	http://www.essen-city-nord.de/cms/
29	Herford - Radewig	http://www.quartierradewig.de/
30	Kaarst - Neumarkt	http://www.isg-kaarst-mitte.de/
31	Köln - Kalk	http://www.isg-porz.de/9.html
32	Krefeld - Rund ums Behnisch Haus	

33	Minden - Rathausquartier	
34	Minden - Obermarkt-Quartier	http://www.obermarktquartier.de/index.html
35	Münster - Bahnhofsviertel	http://www.bahnhofsviertel-muenster.de/
36	Oberhausen - Marktstraße	
37	Rheine - Rechts und Links der Ems	
38	Siegen - Oberstadt	http://www.isg-oberstadt.de/
39	Unna - Massener Straße	
40	Velbert - Birth	
41	Viersen-Dülken	http://www.de-ag.com/index.php?option=com_content&vi
42	Wesel - Domviertel	http://www.weselmarketing.de/index.php?sid=be8bff841674bcc33f0a866a63e0c194&view=eg_domviertel
43	Wesel - CityAchsel	http://www.weselmarketing.de/index.php?sid=1bc1fa2869e17298e3fd66c700c9b275&view=eg_isgcityachse
44	Witten-Mitte - Obere Bahnhofsstraße	http://www.stadtmarketing-witten.de/ISG.15597.0.html
	Saarland	
45	Saarbrücken - Burbach	http://www.bid-burbach.de/
	Schleswig-Holstein	
46	Flensburg	http://www.pact-flensburg.de/
47	Elmshorn	http://www.stadtmarketing-elmshorn.de/pact/
48	Norderstedt	
49	Pinneberg	http://www.wg-pinneberg.de/texte/seite.php?id=52614
50	Rendsburg	

Quelle: eigene Recherche aufbauend auf DIHK (2011)

Tab. A2: Gesamtinvestitionen der Business Improvement Districts während der Laufzeit

Bundesland	BID	Investitionssumme
Bremen	Angarikirchhof	150.000,00 €
	Viertel	1.121.000,00 €
Hamburg	Neuer Wall	3.200.000,00 €
	Wandsbek-Markt	6.000.000,00 €
	Lüneburger Straße	549.000,00 €
	Hohe Bleichen	2.000.000,00 €
	Sachsentor II	600.000,00 €
	Alte Holstenstraße	330.000,00 €
	Ochsenzoll	173.000,00 €
	Opernboulevard	1.275.000 €
	Tibarg	1.750.000,00 €
Hessen	Gießen	2.000.000,00 €
	Baunatal	200.000,00 €
	Offenbach	950.000,00 €
Saarland	Saarbrücken Burbach	500.000,00 €
Schleswig-Holstein	Flensburg	4.000.000,00 €
	Elmshorn	300.000,00 €
	Norderstedt	122.480,00 €
	Pinneberg	250.000,00 €
	Rendsburg	3.500,00 €

Quelle: eigene Recherche

Universität Bremen

Institut für Geographie
Universität Bremen

Prof. Dr. Ivo Mossig
Angela Bartelt
Professur für Humangeographie

mossig@uni-bremen.de
www.geographie.uni-bremen.de

Eigentümerbefragung im Business Improvement District (BID) Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor im Bremer „Viertel“

Sehr geehrte Damen und Herren,

das Institut für Geographie der Universität Bremen ist von der Freien Hansestadt Bremen beauftragt worden, eine unabhängige Begleitstudie über das Business Improvement District (BID) Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor im Bremer „Viertel“ durchzuführen. Sie als Immobilieneigentümer spielen dabei eine zentrale Rolle, da Sie mit Ihren Beiträgen die Finanzierung der BID-Maßnahmen sicherstellen. Ihre Meinungen, Ideen und Kritik zum BID-Ansatz sind für uns von besonderem Interesse. Wir möchten Sie daher freundlich bitten, den nachfolgenden Fragebogen auszufüllen und mit dem beiliegenden, bereits frankierten Rückumschlag zurück an das Institut für Geographie zu schicken:

Institut für Geographie
Prof. Dr. Ivo Mossig
- BID-Begleitstudie -
Bibliothekstraße 1
28359 Bremen

Selbstverständlich werden Ihre Antworten anonym behandelt. Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.
Wir danken Ihnen für Ihre Unterstützung!

Teil A: Die Grundidee des BID-Ansatzes

1. Wie gut kennen Sie die Grundidee des BID-Konzepts? Bitte beurteilen Sie Ihren Kenntnisstand anhand von Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend).

Schulnote:_____

2. Sind Sie ein Befürworter oder ein Gegner des BID-Ansatzes?

	+3	+2	+1	neutral	-1	-2	-3	
ich finde den BID-Ansatz grundsätzlich gut	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	ich lehne den BID-Ansatz grundsätzlich ab

Teil B: Das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor im Bremer „Viertel“

3. Was sind nach Ihrer Meinung die drei wichtigsten Themen, die das „Viertel“ in Bremen derzeit betreffen?

_____

_____

4. Wie gut ist Ihr Kenntnisstand über das BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor? Bitte beurteilen Sie Ihren Kenntnisstand anhand von Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend).

Schulnote:_____

5. Wie gut fühlen Sie sich über dieses BID informiert? Verwenden Sie bitte ebenfalls Schulnoten von 1 bis 6.

Schulnote:_____

6. Welche Quellen nutzen Sie, um Informationen über das BID zu bekommen? (Mehrfachnennungen möglich)

( ) Viertel-News
( ) Viertel-Journal (Beilage des Weser-Kurier)
( ) sonstiges:_____
( ) Homepage im Internet
( ) Direkter Kontakt zur Geschäftsstelle

7. Worüber würden Sie gerne von Seiten des BID Informationen erhalten?

_____

_____

8. Welche Maßnahmen, die vom BID durchgeführt wurden, fallen Ihnen ein?

_____

_____

Bitte wenden !

9. Beurteilen Sie bitte die folgenden BID-Maßnahmen anhand von Schulnoten von 1 bis 6.

Graffiti-Aktion:	Schulnote:_____	( ) weiß nicht
Frühlingsbegrünung mit Pflanzkübeln:	Schulnote:_____	( ) weiß nicht
Weihnachtsdekoration (Tannenbäume/Beleuchtung):	Schulnote:_____	( ) weiß nicht
Weihnachtsgewinnspiel:	Schulnote:_____	( ) weiß nicht
Informationen durch die Geschäftsstelle:	Schulnote:_____	( ) weiß nicht
Gesamturteil der bisherigen Maßnahmen:	**Schulnote:_____**	**( ) weiß nicht**

10. Wie beurteilen Sie insgesamt die Umsetzung des BID-Konzepts im „Viertel“ anhand von Schulnoten von 1 bis 6?

Schulnote:_____ ( ) mein Kenntnisstand ist zu gering/ich kann mir kein Urteil erlauben

11. Stimmen Sie den nachfolgenden Aussagen zu oder lehnen Sie die Aussage ab?

	stimme voll zu		**unent-schieden**		**lehne die Aussage völlig ab**
	+2	**+1**	**0**	**-1**	**-2**
Das BID-Konzept ist für das Viertel ein geeigneter Ansatz zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit des Standorts.	( )	( )	( )	( )	( )
Ein freiwilliger Zusammenschluss ist besser als der Zusammenschluss über das BID.	( )	( )	( )	( )	( )
Ohne das BID wären viele Aktivitäten im „Viertel“ nicht mehr möglich.	( )	( )	( )	( )	( )
Ich finde es gut, dass durch das BID sogenannte „Trittbrettfahrer“ mit an den Kosten beteiligt werden.	( )	( )	( )	( )	( )
Weniger einkommensstarke Personen werden aus dem Viertel verdrängt, weil die Mieten durch die zusätzliche Abgabe steigen.	( )	( )	( )	( )	( )
Das Gesetz sieht vor, dass ein BID nicht zustande kommt, wenn 1/3 der Eigentümer dagegen ist. Dieser Anteil ist zu hoch.	( )	( )	( )	( )	( )
Ob mit oder ohne BID – Der Bereich braucht ein professionelles Management.	( )	( )	( )	( )	( )
Die Interessen der Immobilieneigentümer sind für einen Zusammen-schluss in Form eines BIDs zu unterschiedlich.	( )	( )	( )	( )	( )
Der Zuschnitt des BID Ostertorsteinweg / Vor dem Steintor ist zu groß.	( )	( )	( )	( )	( )

Teil C: Weitere Angaben

12. Wie attraktiv empfinden Sie die unmittelbare Umgebung Ihrer Immobilie im BID? Beurteilen Sie bitte die folgenden Aspekte anhand von Schulnoten von 1 bis 6.

Fassadengestaltung	Schulnote:____	(Straßen-)Beleuchtung	Schulnote: ____
Begrünung	Schulnote:____	Sicherheit	Schulnote: ____
Sauberkeit	Schulnote:____	Angebotsqualität	Schulnote: ____
Angebotsvielfalt	Schulnote:____	Bunte Mischung/Diversität	Schulnote: ____
Atmosphäre/Ambiente	Schulnote:____	**Gesamtattraktivität**	**Schulnote:**____

13. Welche Empfehlung würden Sie dem Viertel zur Attraktivitätssteigerung geben? (max. 3 Nennungen)

_____

_____

14. In welchem Bereich des BIDs befindet sich Ihre Immobilie?

( ) Zwischen Goethetheater und Ulrichsplatz ( ) Zwischen Ulrichplatz und Sielwallkreuzung

( ) Zwischen Sielwallkreuzung und Ziegenmarkt ( ) Zwischen Ziegenmarkt und Lüneburger Platz (Werder-Imbiss)

15. Welcher Interessensgruppe würden Sie sich am ehesten zuordnen? (bitte nur eine Nennung ankreuzen)

( ) Geschäftsinhaber ( ) Gastronomie ( ) Wohnungsnutzer ( ) Immobilienverwaltung ( ) sonstiges:_____

16. Nutzen Sie die betreffende Immobilie selbst? ( ) Ja, alleine ( ) Ja, teilweise ( ) Nein, ich vermiete

17. Sind Sie Mitglied in der Interessengemeinschaft „Das Viertel“ e.V.? ( ) Ja ( ) Nein

18. Aus welchem Ort kommen Sie? Geben Sie bitte die Postleitzahl an. PLZ: __ __ __ __ __

Vielen Dank für Ihre freundliche Unterstützung!

Universität Bremen

Institut für Geographie
Universität Bremen

Fragebogennr.: _____
Datum: _____
Uhrzeit: _____
Standort: _____

Passantenbefragung im BID Viertel

1. Zu welchem Hauptzweck sind Sie heute hier im Viertel?
(nur Hauptzweck, max. 1 Nennung)

☐$_1$ Einkauf
☐$_2$ Besuch Gastronomie/Café
☐$_3$ Besuch einer kulturellen Einrichtung
☐$_4$ Private Erledigung (Arzt, Friseur, Bank)
☐$_5$ Geschäftliche Erledigung (Besprechung)
☐$_6$ Ich wohne im Viertel (Weg nach Hause/von Zuhause)
☐$_7$ Ich arbeite im Viertel (Weg von / zur Arbeit)
☐$_8$ Privater Besuch eines Anwohners
☐$_9$ Touristischer Besuch in Bremen (Tagestourist)
☐$_{10}$ Touristischer Besuch in Bremen (mit Übernachtung)
☐$_{11}$ sonstiges:_____ __ 1

2. Wenn Geschäfte, Gastronomiebetriebe oder kulturelle Einrichtungen Ihren heutigen Besuch im Viertel motiviert haben: Nennen Sie bitte die Ziele im Viertel, die Sie heute aufsuchen!
(max. 3 Nennungen)

☐ kein Besuch Geschäfts/Gastronomie/Kultureinrichtung (Durchgangspassant, Anwohner etc.) __ 2
_____ __ 3
_____ __ 4
_____ __ 5

3. Waren Sie heute vor dem Besuch des Viertels in der Bremer Innenstadt?

☐$_1$ Ja ☐$_2$ Nein __ 6

4. Beabsichtigen Sie heute im Anschluss Ihres Aufenthalts im Viertel noch in die Bremer Innenstadt zu gehen?

☐$_1$ Ja ☐$_2$ Nein ☐$_9$ Weiß nicht __ 7

5. Welche Einzelhandels-, Gastronomie-, oder Dienstleistungsangebote fehlen Ihnen im Viertel (max. 3 Nennungen)?

_____ __ 8
_____ __ 9
_____ __ 10

6. Welche spontane Assoziation / welcher spontane Gedanke fällt Ihnen ein, wenn Sie die hiesige Umgebung (den hiesigen Standort im Viertel) betrachten?
(max. 3 Nennungen – keine Beispiele vorgeben !)

_____ __ 11
_____ __ 12
_____ __ 13

7. Wie beurteilen Sie folgende Aspekte bezüglich der Attraktivität der hiesigen Umgebung (den hiesigen Standort im Viertel)?
Verwenden Sie bitte Schulnoten von sehr gut (1) bis ungenügend (6)

Fassadengestaltung	Note:____	__ 14
Begrünung	Note:____	__ 15
(Straßen-)Beleuchtung	Note:____	__ 16
Sicherheit	Note:____	__ 17
Sauberkeit	Note:____	__ 18
Sitzgelegenheiten	Note:____	__ 19
Öffnungszeiten	Note:____	__ 20
Angebotsvielfalt/-qualität	Note:____	__ 21
Kundenbetreuung/Beratung	Note:____	__ 22
Atmosphäre/Ambiente	Note:____	__ 23
Gesamtattraktivität	Note:____	__ 24

8. Welche Empfehlung würden Sie der hiesigen Umgebung (dem Standort im Viertel) zur Attraktivitätssteigerung geben? (max. 3 Nennungen)

_____ __ 25

_____ __ 26

_____ __ 27

9. Wie häufig sind Sie Kunde eines Geschäfts, eines Gastronomiebetriebs oder einer Kultureinrichtung im Viertel?

	Geschäft	Gastronomie	Kultur		
mehrmals pro Woche	☐1	☐1	☐1		
einmal pro Woche	☐2	☐2	☐2		
1-2 mal pro Monat	☐3	☐3	☐3	Geschäft	__ 28
seltener	☐4	☐4	☐4	Gastron.	__ 29
nie	☐5	☐5	☐5	Kultur	__ 30

10. Welche Veranstaltungen, die im Viertel stattfinden, fallen Ihnen ein!

_____ __ 31

_____ __ 32

_____ __ 33

11. Bei welchen Veranstaltungen/Events waren Sie <u>in den letzten 2 Jahren anwesend</u>?

☐1 Viertelfest ☐2 Sambakarneval
☐3 Offene Kunsthandwerkerateliers ☐4 Verkaufsoffene Sonntage __ 34

12. Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute ins Viertel gekommen?

☐1 PKW ☐2 ÖPNV ☐3 Fahrrad
☐4 Mofa/Motorrad ☐5 zu Fuß ☐6 sonstiges_____ __ 35

13. Beurteilen Sie für Ihre heutige Anreise die Erreichbarkeit des Viertels anhand einer Schulnote.

Note:_____ __ 36

14. Aus welchem Ort kommen Sie? Geben Sie bitte die Postleitzahl an. **PLZ:** __ __ __ __ __ __ 37

15. Wie alt sind Sie? ☐1 unter 20 ☐2 20-29 ☐3 30-39 ☐4 40-49
☐5 50-59 ☐6 60-69 ☐7 älter als 70 __ 38

16. Geschlechtszugehörigkeit der befragten Person männlich ☐ weiblich ☐ __ 39

Universität Bremen

Institut für Geographie
Universität Bremen

Fragebogennr.: _____
Datum: _____
Uhrzeit: _____
Standort: _____

Passantenbefragung im BID Ansgari

1. Zu welchem Hauptzweck sind Sie heute hier im Ansgari Quartier?
(nur Hauptzweck, max. 1 Nennung)

☐ 1 Einkauf
☐ 2 Besuch Gastronomie/Café
☐ 3 Private Erledigung (Arzt, Friseur, Bank)
☐ 4 Geschäftliche Erledigung (Besprechung)
☐ 5 Ich wohne in der City (Weg nach Hause/von Zuhause)
☐ 6 Ich arbeite in der City (Weg von / zur Arbeit)
☐ 7 Privater Besuch eines Anwohners
☐ 8 Touristischer Besuch in Bremen (Tagestourist)
☐ 9 Touristischer Besuch in Bremen (mit Übernachtung)
☐ 10 sonstiges:_____ __ 1

2. Wenn Geschäfte oder Gastronomiebetriebe Ihren <u>heutigen</u> Besuch im Ansgari Quartier motiviert haben: Nennen Sie bitte die Ziele im Quartier, die Sie heute aufsuchen!
(max. 3 Nennungen)

☐ kein Besuch Geschäfts/Gastronomie/Kultureinrichtung (Durchgangspassant, Anwohner etc.) __ 2

_____ __ 3

_____ __ 4

_____ __ 5

3. Welche Einzelhandels-, Gastronomie-, oder Dienstleistungsangebote fehlen Ihnen im Ansgari Quartier (max. 3 Nennungen)?

_____ __ 6

_____ __ 7

_____ __ 8

4. Welche <u>spontane Assoziation</u> / welcher <u>spontane Gedanke</u> fällt Ihnen ein, wenn Sie das Ansgari Quartier betrachten?
(max. 3 Nennungen – keine Beispiele vorgeben !)

_____ __ 9

_____ __ 10

_____ __ 11

5. Wie beurteilen Sie folgende Aspekte bezüglich der Attraktivität des Ansgari Quartiers? Verwenden Sie bitte Schulnoten von sehr gut (1) bis ungenügend (6)

Fassadengestaltung	Note:____	__ 12
Begrünung	Note:____	__ 13
(Straßen-)Beleuchtung	Note:____	__ 14
Sicherheit	Note:____	__ 15
Sauberkeit	Note:____	__ 16
Sitzgelegenheiten	Note:____	__ 17
Öffnungszeiten	Note:____	__ 18
Angebotsvielfalt/-qualität	Note:____	__ 19
Kundenbetreuung/Beratung	Note:____	__ 20
Atmosphäre/Ambiente	Note:____	__ 21
Gesamtattraktivität	Note:____	__ 22

6. Welche Empfehlung würden Sie dem Ansgari Quartier zur Attraktivitätssteigerung geben? (max. 3 Nennungen)

_____ __ 23

_____ __ 24

_____ __ 25

7. Wie häufig sind Sie Kunde eines Geschäfts oder eines Gastronomiebetriebs im Ansgari Quartier?

	Geschäft	Gastronomie	
mehrmals pro Woche	☐1	☐1	
einmal pro Woche	☐2	☐2	
1-2 mal pro Monat	☐3	☐3	
seltener	☐4	☐4	Geschäft __ 26
nie	☐5	☐5	Gastron. __ 27

8. Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute ins Ansgari Quartier gekommen?

☐1 PKW ☐2 ÖPNV ☐3 Fahrrad
☐4 Mofa/Motorrad ☐5 zu Fuß ☐6 sonstiges_____ __ 28

9. Beurteilen Sie für Ihre heutige Anreise die Erreichbarkeit des Ansgari Quartiers anhand einer Schulnote.

Note:_____ __ 29

10. Aus welchem Ort kommen Sie? Geben Sie bitte die Postleitzahl an. **PLZ:** __ __ __ __ __ __ 30

11. Wie alt sind Sie? ☐1 unter 20 ☐2 20-29 ☐3 30-39 ☐4 40-49
☐5 50-59 ☐6 60-69 ☐7 älter als 70 __ 31

12. Geschlechtszugehörigkeit der befragten Person männlich ☐ weiblich ☐ __ 32

Vielen Dank für Ihre Auskunft!