Jochen Heller, Rolf Monheim*

Verhalten und Einstellungen der Innenstadtbesucher von Augsburg

Kurzfassung des Vortrags am 23.7.03 in Augsburg

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung 2
1 Einleitung 3
2 Besucherprofil 4
3 Fußwege in der Innenstadt 10
4 Verkehrsmittelwahl und Parkverhalten 13
5 Bewertungen 16

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Wohnorte der Besucher 4
Abb. 2: Hauptbesuchszweck 5
Abb. 3: Alle Besuchszwecke 6
Abb. 4: Alle Freizeitzwecke 7
Abb. 5: Ausgaben der Einkäufer 8
Abb. 6: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Stunden 9
Abb. 7: Durchschnittliche Fußwegelänge in Kilometer 10
Abb. 8: Bewertung des Fußweges 11
Abb. 9: Unangenehmes beim Fußweg 12
Abb. 10: Verkehrsmittel für den Weg in die Innenstadt 13
Abb. 11: Genutzte Parkgelegenheit 14
Abb. 12: Parkplatzsuchdauer 15
Abb. 13: Bewertung von Straßen und Plätzen 16
Abb. 14: Gewünschte Entwicklung besonders wichtiger Merkmale 17
Abb. 15: Zielgruppenkonflikt: Außengastronomie und Straßenrandparken 18

* Dipl. Geogr. Jochen Heller, omniphon GmbH, Prager Str. 15, 04103 Leipzig,
Tel. (0341) 91 35-0, Fax (0341) 91 35 100, heller@omniphon.de, www.omniphon.de
in Kooperation mit:
Prof. Dr. Rolf Monheim, Abt. Angewandte Stadtgeographie, Fachgr. Geowissenschaften, Universität Bayreuth,
PF 10 12 51, 95440 Bayreuth, Tel. (0921) 55 22 73/71, Fax (0921) 55 22 31, rolf.monheim@uni-bayreuth.de

Zusammenfassung

Anfang Juli 2003 führte die Firma omniphon (Leipzig) in Kooperation mit Prof. Monheim (Universität Bayreuth) eine repräsentative Passantenbefragung in der Augsburger Innenstadt durch. Die zentralen Ergebnisse:

- Nur eine Minderheit der Innenstadtbesucher kommt mit dem Auto in die Stadt (25% Mo-Fr, 33% Sa). Fast alle Autofahrer finden sofort einen Parkplatz. In Augsburg gibt es kein Parkplatzproblem.
- Augsburg schöpft das Potenzial für Freizeitaktivitäten nicht voll aus: So gehen samstags in Regensburg 76% der Besucher auch mindestens einer Freizeittätigkeit nach, in Augsburg jedoch nur 69%. Die Schwäche der Augsburger Innenstadt liegt dabei vor allem in der mangelnden Attraktivität der Nebenlagen, die zu wenig zum Bummeln einladen.
- Der niedrige Wert beim „Stadtbummel“ wirkt sich auf die vergleichsweise geringe Aufenthaltsdauer und Fußwegelänge aus.
- Während der Woche (Mo-Fr) gibt ein Einkäufer im Durchschnitt 47 € und am Samstag 80 € aus. Die Ausgaben liegen damit zum Teil deutlich niedriger als in den anderen Städten. Die innerstädtische Wirtschaft schöpft die Ausgabebereitschaft der Besucher nicht voll aus. Relativ viele Besucher, die Einkaufen als Zweck des Aufenthaltes nennen oder Geschäfte aufsuchen, geben **nichts** aus (Mo-Fr. 14%!).
- Generell wird die Aufenthaltsqualität in Fußgängerzonen besser bewertet, als in verkehrsbelasteten Bereichen. Die südliche Maximilianstraße erhält wegen Autoverkehr, unattraktivem Einzelhandel, Ödnis und wenig Grün schlechte Noten. Bahnhofstraße und Bgm.-Fischer-Straße werden ebenfalls kritisch bewertet; Hauptproblembereich ist der Köngsplatz.
- Außengastronomie und Straßencafés werden von den Passanten am häufigsten als wichtigste Attraktivitätsmerkmale der Innenstadt angesehen. Danach folgen „sonstige Sitzmöglichkeiten im Freien“, Fußgängerzonen und mehr Parkmöglichkeiten am Straßenrand.

Damit zeigt die Befragung einen typischen Konflikt zwischen Besuchern, die mehr Außengastronomie, Sitzmöglichkeiten und Fußgängerzonen wünschen und anderen die mehr Parkmöglichkeiten am Straßenrand vorziehen. Im Rahmen der weiteren Auswertungen und einer für den Herbst geplanten Haushaltsbefragung werden diese Gruppen genauer charakterisiert, um das „Forum Innenstadt Augsburg“ bei der Suche nach einem ausgewogenen Kompromiss zu unterstützen.

1 Einleitung

Die Arbeitsgemeinschaft citycom (München), omniphon (Leipzig) und Prof. Dr. Monheim (Bayreuth) wurde von der Stadt Augsburg mit der Durchführung eines Mediationsverfahrens beauftragt, bei dem ein Leitbild mit Maßnahmenvorschlägen für die zukünftige Entwicklung der Augsburger Innenstadt entwickelt werden sollen. Schwerpunkt soll dabei auf die Maximilianstraße gelegt werden. Um repräsentative Grundlageninformationen für das ehrenamtliche „Forum Innenstadt Augsburg“ zu gewinnen, fand Anfang Juli 2003 eine Passantenbefragung in der Augsburger Innenstadt statt. Im Herbst ist darüber hinaus eine telefonische Haushaltsbefragung in Stadt und Region Augsburg geplant.

Die Ergebnisse der Passantenbefragung repräsentieren das Verhalten und die Einstellungen der Innenstadtbesucher einer „mittleren“ Woche (Mo-Sa) zwischen 9 und 20 Uhr. Die räumliche und zeitlich Verteilung der Interviews wurde auf der Grundlage paralleler Passantenzählungen gewichtet (im Bereich der City-Galerie wurde nicht befragt). Da z.T. deutliche Unterschiede zwischen Werktagen (Mo-Fr) und dem Samstag bestehen, werden diese Tagestypen getrennt ausgewiesen. An den Befragungstagen war die Witterung im Gegensatz zu der vorhergehenden Woche wechselhaft; es gab gelegentlich kurze Schauer, aber keinen Dauerregen.

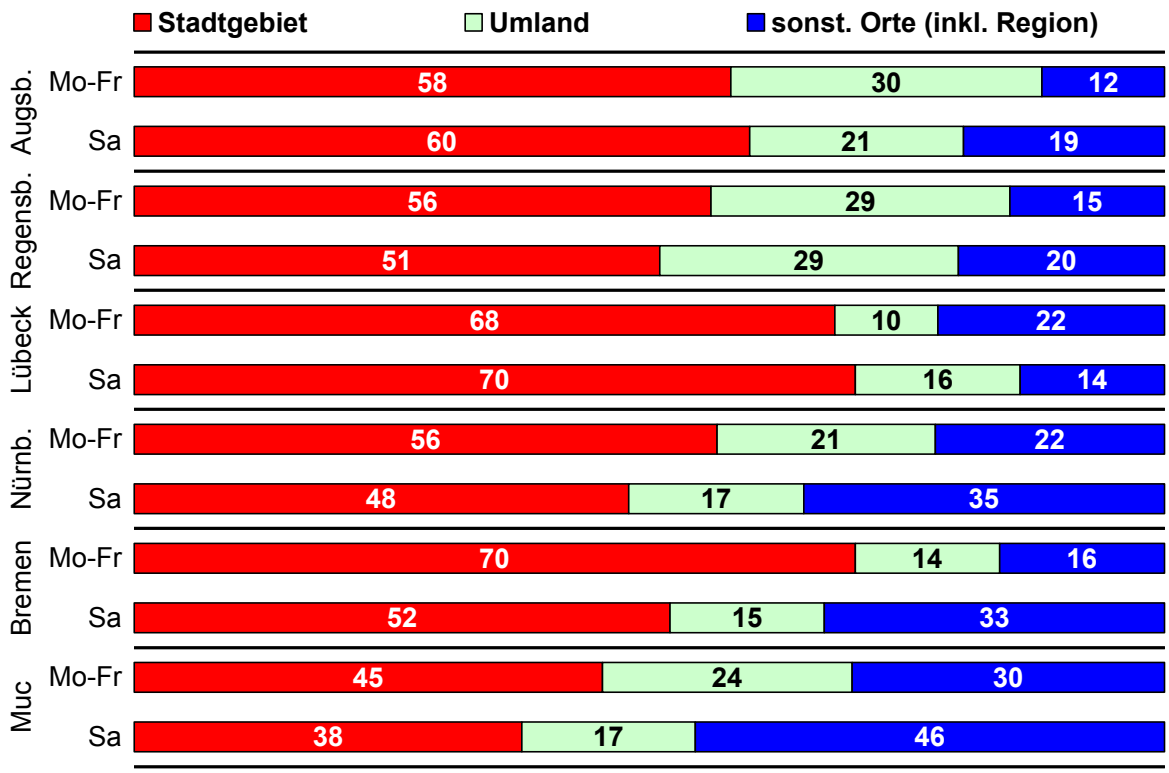
Die folgenden Ausführungen fassen den Vortrag von Dipl.-Geogr. Heller und Prof. Monheim im Rahmen der Auftaktveranstaltung am 23.7.03 im Augsburger Moritzsaal zusammen. Ein ausführlicher Bericht zu den Ergebnissen der Erhebungen mit Methodennachweis folgt im Herbst 2003.

Zur besseren Interpretation der Befunde findet ein Vergleich mit Untersuchungen in anderen Städten statt, die in den letzten Jahren mit gleicher Methodik von Prof. Monheim unter teilweiser Mitwirkung von Dipl.-Geogr. Heller durchgeführt wurden. Von diesen können Regensburg, Nürnberg und München als „Erfolgsmodelle“ bezeichnet werden, während sich in den Ergebnissen von Bremen und insbesondere von Lübeck die Folgen deutlicher struktureller und gestalterischer Schwächen zeigen. Die Besonderheit von Regensburg besteht in der Abwanderung eines erheblichen Teils der oberzentralen Haupteinkaufsfunktion in das 1,5 km entfernte Donaueinkaufszentrum (gut 60.000m² Geschäftsfläche), die jedoch die Attraktivität der Innenstadt nicht beeinträchtigt hat.

2 Besucherprofil

An einem mittleren Wochentag (Mo-Fr) kommen 58% der Besucher aus dem Stadtgebiet Augsburgs, 30% aus den Landkreisen Augsburg und Aichach-Friedberg sowie 12% aus sonstigen Regionen. Am Samstag steigt der Anteil auswärtiger Besucher nicht an, obwohl dies für eine Stadt mit herausgehobener zentralörtlicher Funktion zu erwarten wäre. Dies dürfte vor allem auf die starke Konkurrenz von München zurückzuführen sein.

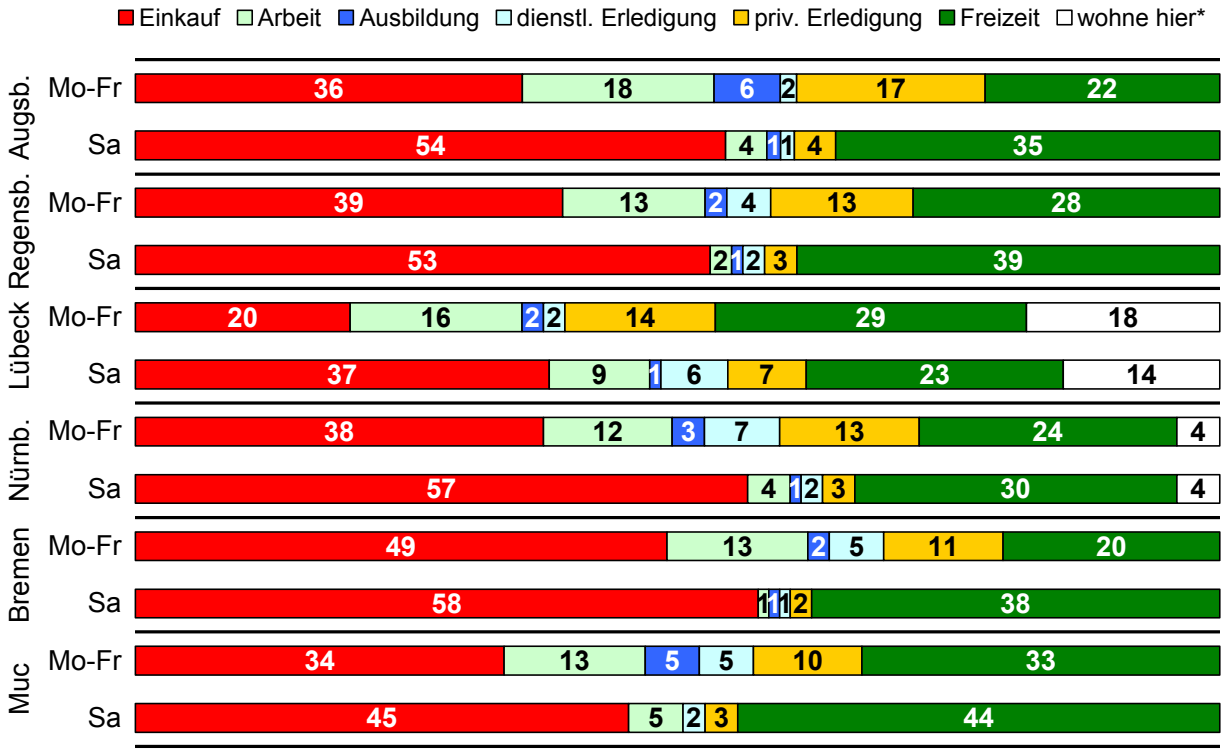
Abb. 1: Wohnorte der Besucher



Mit Ausnahme von Lübeck, dessen Altstadt erhebliche Attraktivitätsmängel aufweist, können alle Vergleichsstädte ihren Anteil auswärtiger Besucher am Samstag steigern. Besonders auffällig ist der sehr große Einzugsbereich, den München samstags erreicht.

Der Hauptanlass des Innenstadtbesuchs unterscheidet sich in Augsburg nur unwesentlich von den Vergleichsstädten. Von Montag bis Freitag kommen 36% der Passanten vor allem zum Einkaufen, für 22% steht die Freizeit im Vordergrund, 18% arbeiten in der Innenstadt und 17% waren wegen einer privaten Erledigung (z.B. Arzt, Behörde) in der Stadt.

Abb. 2: Hauptbesuchszweck



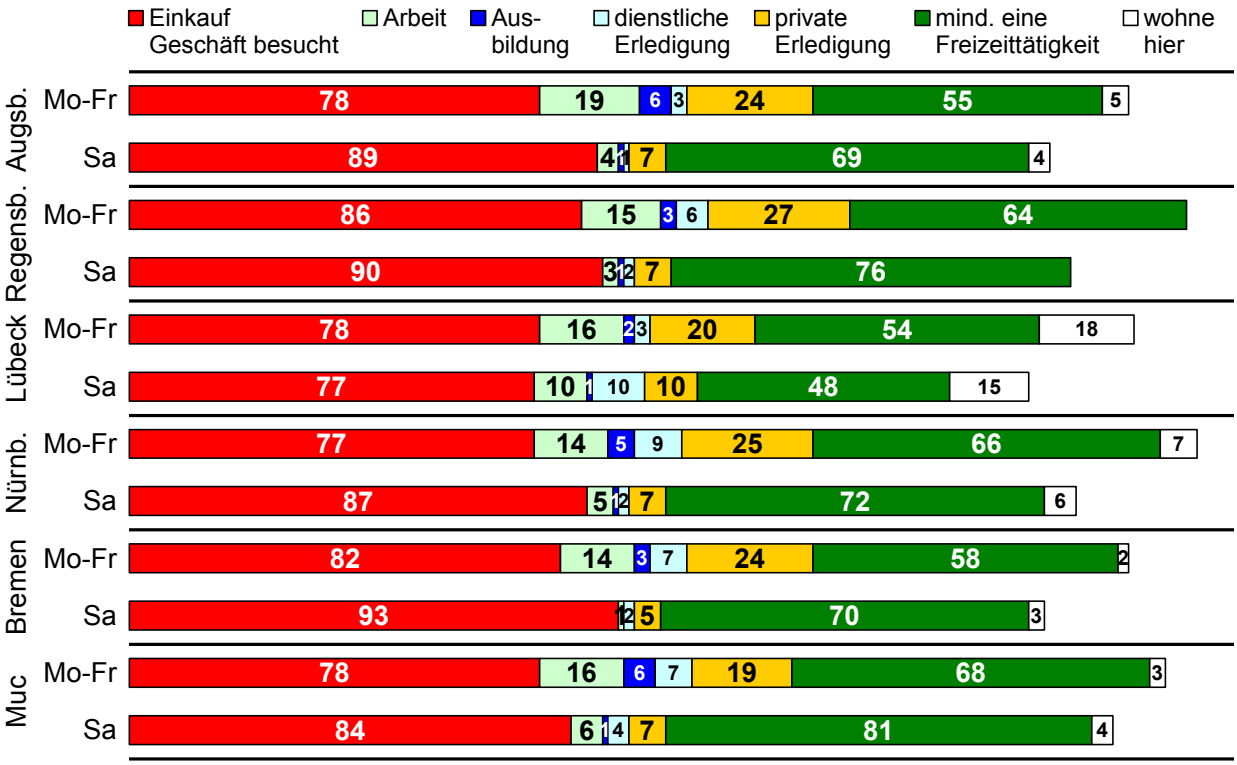
* nur in Lübeck und Nürnberg abgefragt

Am Samstag dominiert zwar mit 54% der Anteil der Einkäufer, 35% geben jedoch eine Freizeitbeschäftigung als Hauptbesuchszweck an (München: 45% Einkauf und 44% Freizeit). Dies weist darauf hin, dass sich mit postmodernen Lebensstilen auch die Anforderungen an die Innenstadt gewandelt haben. Einkauf dient immer weniger der reinen Versorgung, sondern als „Shopping“ dem Erlebnis. Hierauf muss sich die Stadtgestaltung einstellen, will man nicht an Attraktivität verlieren. München ist diesbezüglich seit Anfang der 70er Jahre Trendsetter.

Innenstädte leben von ihrer Multifunktionalität. Je besser das Erscheinungsbild, die Aufenthaltsqualität und die Angebotsvielfalt einer Innenstadt ist, umso mehr Tätigkeiten verbindet ein Besucher miteinander.

An einem mittleren Werktag (Mo-Fr) kaufen 78% etwas ein, 55% gehen mindestens einer Freizeittätigkeit nach, jeder Vierte erledigt etwas Privates, 19% sind zur Arbeit und 6% zur Ausbildung dort. Am Samstag kauft mit 89% fast jeder Besucher etwas ein oder geht zumindest in Geschäfte und 69% unternehmen auch eine Freizeittätigkeit.

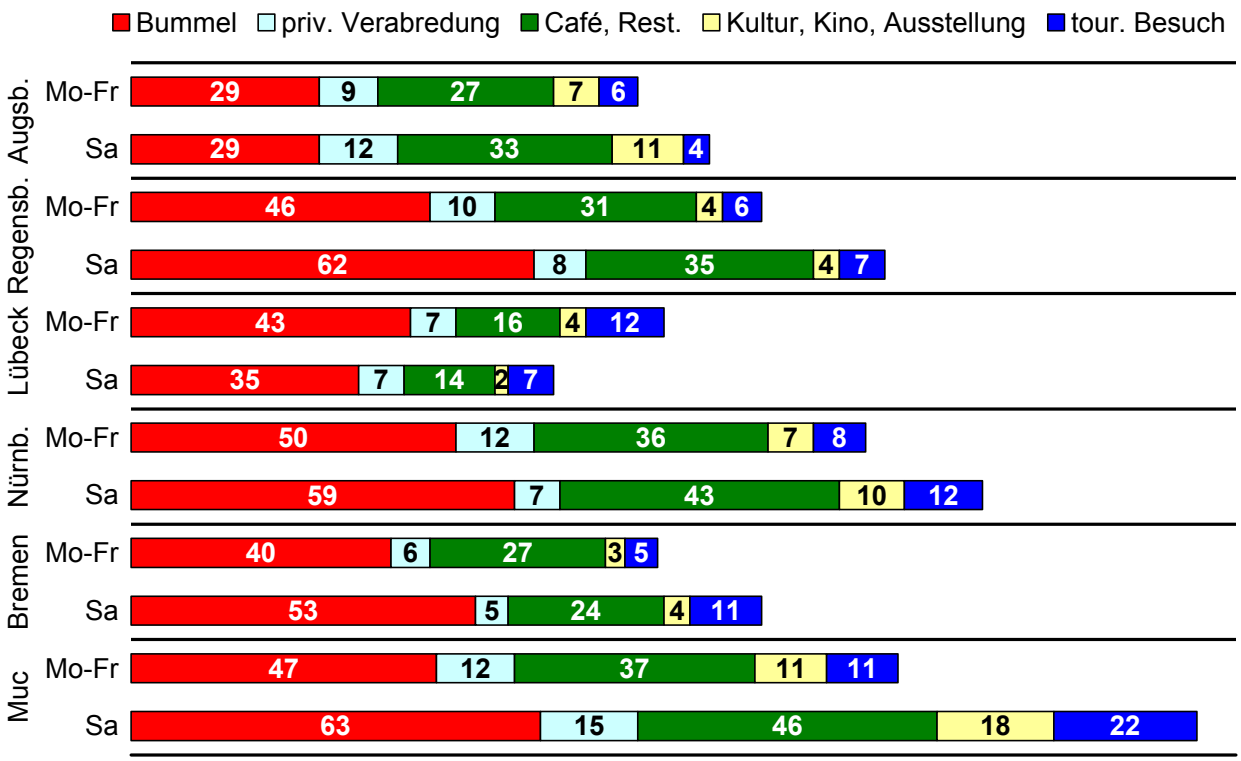
Abb. 3: Alle Besuchszwecke



Im Vergleich zu den anderen Städten zeigt sich, dass Augsburg das Potenzial für Freizeitaktivitäten nicht voll ausschöpft: Mit Ausnahme von Lübeck haben alle anderen Städte höhere Werte. So gehen samstags in Regensburg 76% der Besucher auch mindestens einer Freizeittätigkeit nach, in Augsburg jedoch nur 69%. In Lübeck ist der geringe, samstags noch abnehmende Freizeitanteil Folge erheblicher Gestaltungsmängel.

Betrachtet man alle Freizeitzwecke, so wird die Schwäche der Augsburger Innenstadt deutlich: Lediglich 29% der Besucher verbinden ihren Besuch mit einem Stadtbummel. Dies ist der niedrigste Wert aller betrachteten Städte (bei besserem Wetter liegen die Anteile etwas besser).

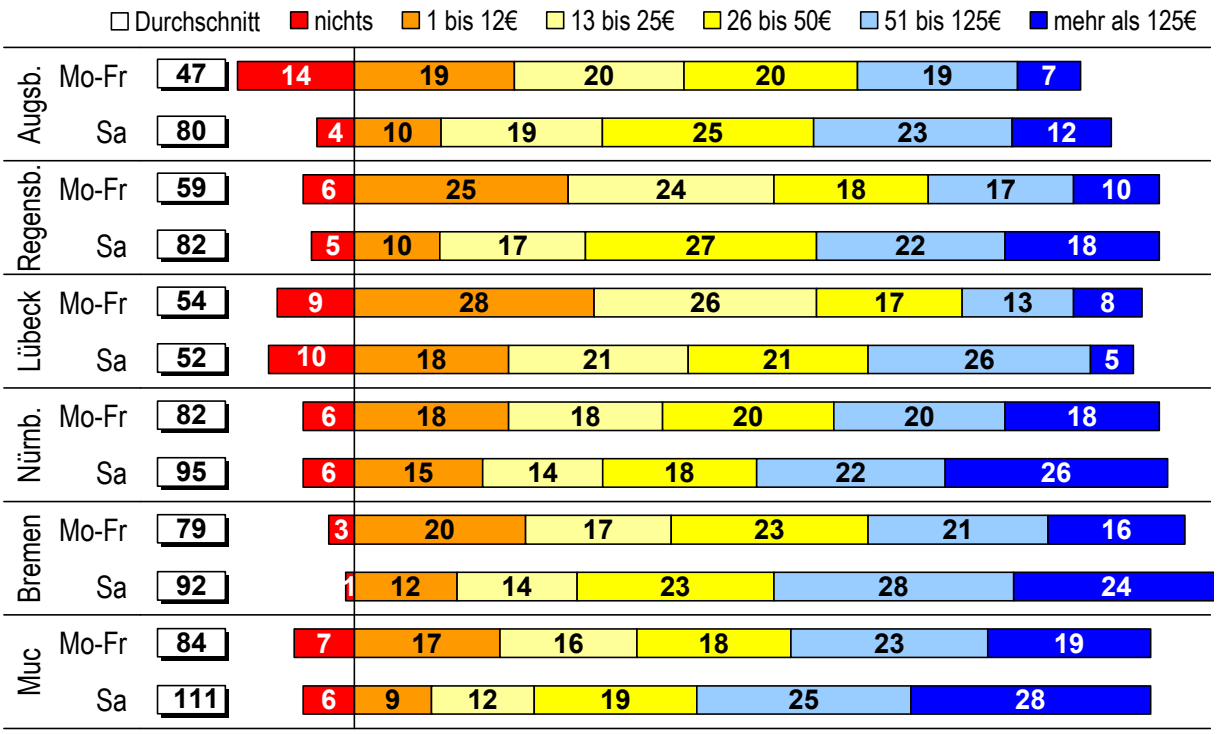
Abb. 4: Alle Freizeitzwecke



27% (Mo-Fr) bzw. 33% (Sa.) verbinden ihren Innenstadtaufenthalt mit dem Besuch eines Cafés oder Restaurants. Dabei handelt es sich um relativ gute Werte, die fast an Regensburg heranreichen. Deutlich höhere Anteile haben Nürnberg und München. Bremen und vor allem Lübeck zeigen mit geringeren Anteilen die Reaktion der Besucher auf Angebotsmängel.

Während der Woche (Mo-Fr) gibt ein Einkäufer im Durchschnitt 47 € und am Samstag 80 € aus (als Einkäufer werden Befragte klassifiziert, die als Besuchzweck „Einkaufen“ angaben oder Geschäfte besuchten). Die Ausgaben liegen damit zum Teil deutlich niedriger als in den anderen Städten. Auch wenn die Vergleichbarkeit nicht vollständig gegeben ist, da die Umfragen in den Referenzstädten z.T. einige Jahre zurückliegen und damit in einer besseren wirtschaftlichen Situation stattgefunden haben, so deuten diese Ergebnisse darauf hin, dass die innerstädtische Wirtschaft die Ausgabebereitschaft der Besucher nicht voll ausschöpft.

Abb. 5: Ausgaben der Einkäufer

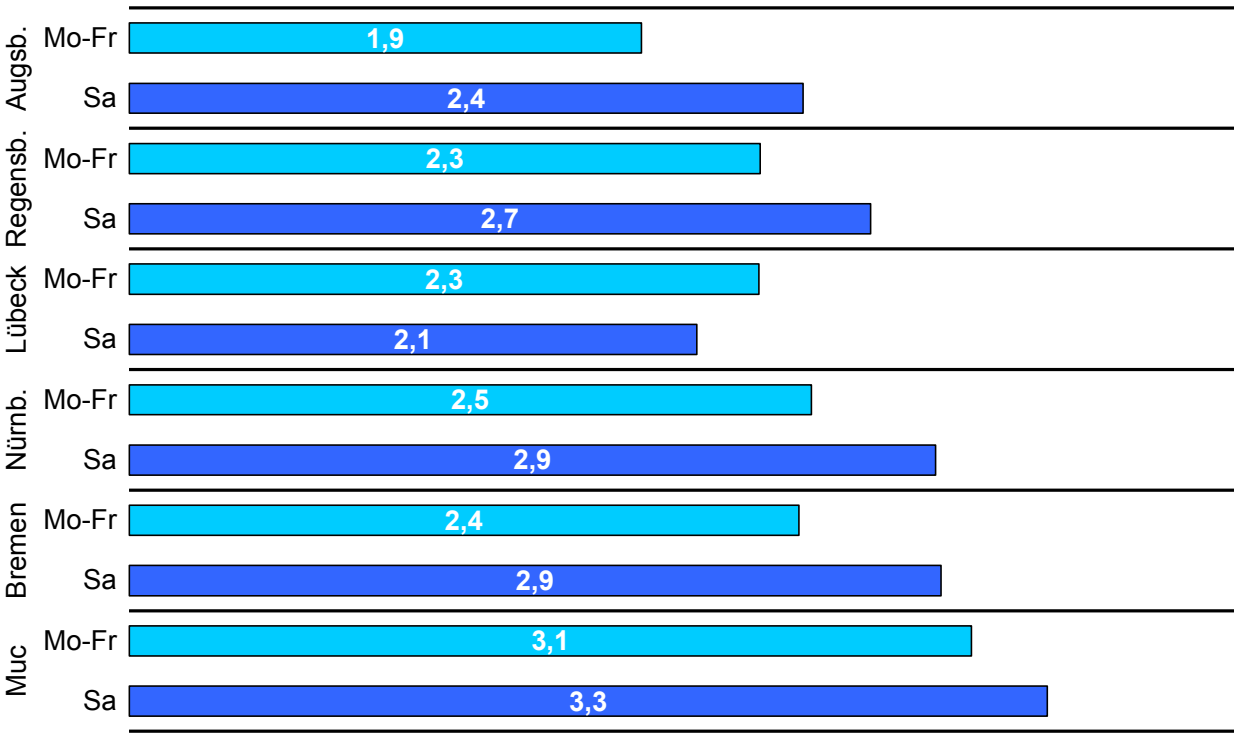


Die zeigt sich auch am extrem hohen Wert (14% Mo-Fr) von Besuchern, die zwar mit der Absicht in die Stadt gehen, etwas einzukaufen oder zumindest Geschäfte besuchen, dann aber doch nichts ausgeben.

Dem niedrigen Wert beim „Stadtbummel“ entspricht die vergleichsweise geringe Aufenthaltsdauer (ohne Zeit am Arbeits- oder Ausbildungsplatz). Im Durchschnitt verbringt ein Besucher montags bis freitags 1,9 Stunden in der Innenstadt. In den anderen Städten liegt dieser Wert zwischen 2,3 Stunden (Regensburg, Lübeck) und 3,1 Stunden (München).

Abb. 6: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Stunden

ohne Zeit am Arbeits- bzw. Ausbildungsplatz

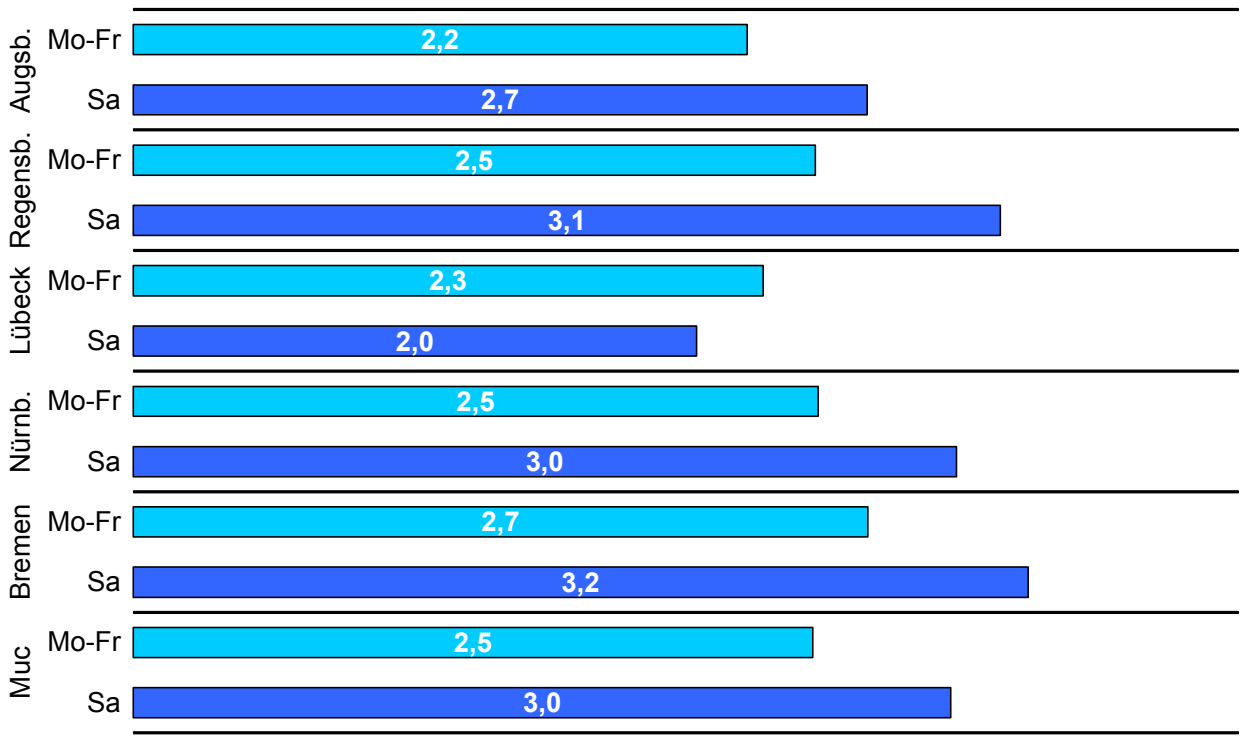


Auch am Samstag ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer niedriger als in den Vergleichsstädten (Ausnahme Lübeck).

3 Fußwege in der Innenstadt

Lange Fußwege sind **positive** Indikatoren für eine attraktive Innenstadt. Augsburg besitzt zwar relativ ausgedehnte 1a und 1b-Lagen (z.B. Anna-, Bgm.-Fischer-, Bahnhof-, nördl. Maximilianstraße), ist jedoch in den Nebenlagen unterentwickelt. Das Fußgängeraufkommen und der Besatz mit spezialisierten Einzelhandelsgeschäften und Gastronomie ist in städtebaulich wertvollen Bereichen gering. Besonders deutlich zeigt sich dies im Bereich der südlichen Maximilianstraße. Würde diese Straße zum Bummeln einladen, dann könnte Augsburg ähnliche Fußwegelängen wie Regensburg, Nürnberg oder Bremen erreichen.

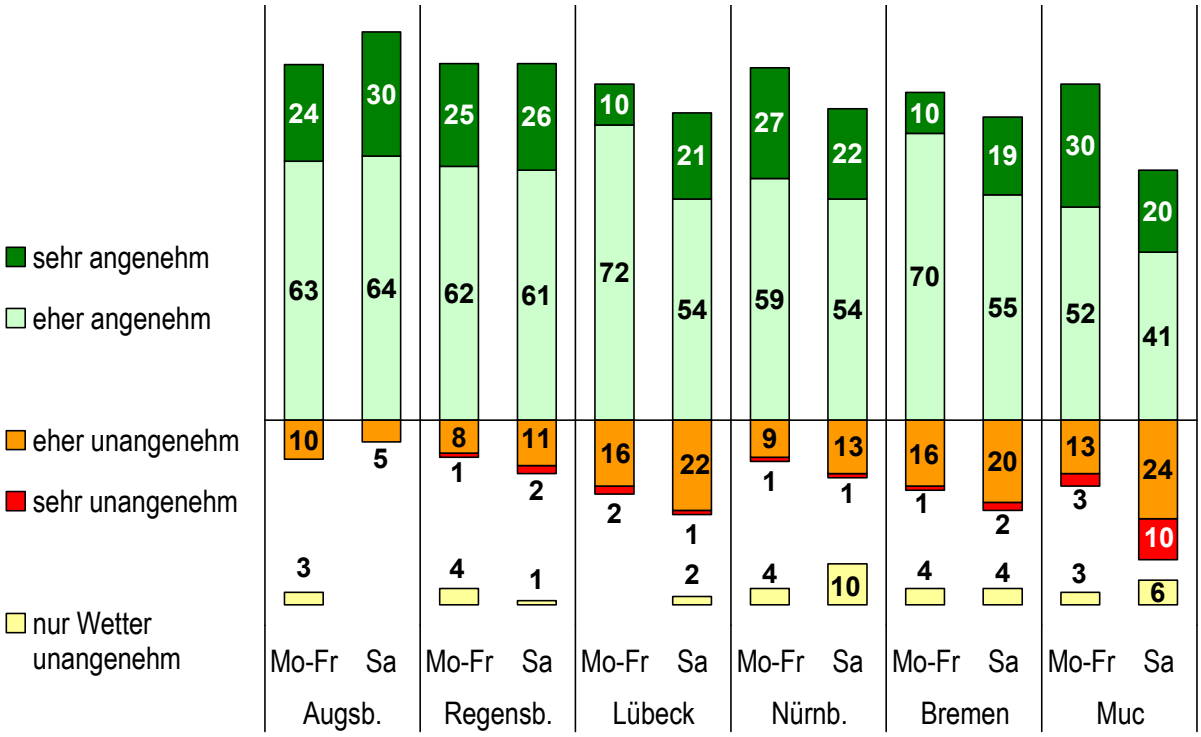
Abb. 7: Durchschnittliche Fußwegelänge in Kilometer



In der jetzigen Situation liegt die durchschnittliche Fußwegelänge bei 2,2 km (Mo-Fr) bzw. 2,7 km (Sa). Dabei handelt es sich um Schätzwerte durch den Befragten, die in allen Städten gleichermaßen über der Realität liegen.

Der Fußweg in der Innenstadt wird ganz überwiegend als sehr oder eher angenehm empfunden. In diesem Bereich schneidet Augsburg besser ab als die Vergleichsstädte.

Abb. 8: Bewertung des Fußweges

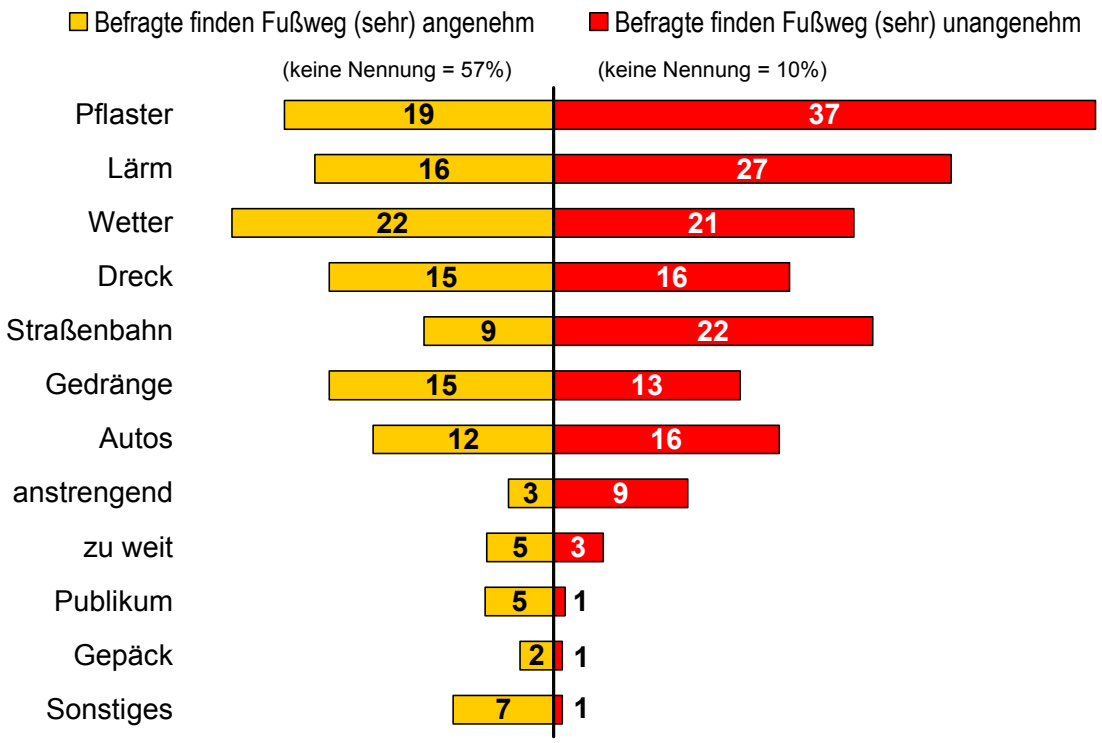


Das heißt: Die von den Fußgängern begangenen Bereiche werden als attraktiv wahrgenommen.

In Lübeck führt die geringe Größe des Fußgängerbereichs, in Bremen und München außerdem das insbesondere samstags auftretende Gedränge zu häufigerer Kritik.

Passanten, die den Fußweg als (sehr) angenehm bewerteten, wurden gefragt, ob es auch etwas gab, das ihnen nicht gefiel: 57% waren voll zufrieden. Von den übrigen (=100%) kritisierten 19% das Pflaster, 16% den Lärm, jeweils 15% Gedränge und Dreck, 12% bzw. 9% Störungen durch Autos oder Straßenbahn.

Abb. 9: Unangenehmes beim Fußweg



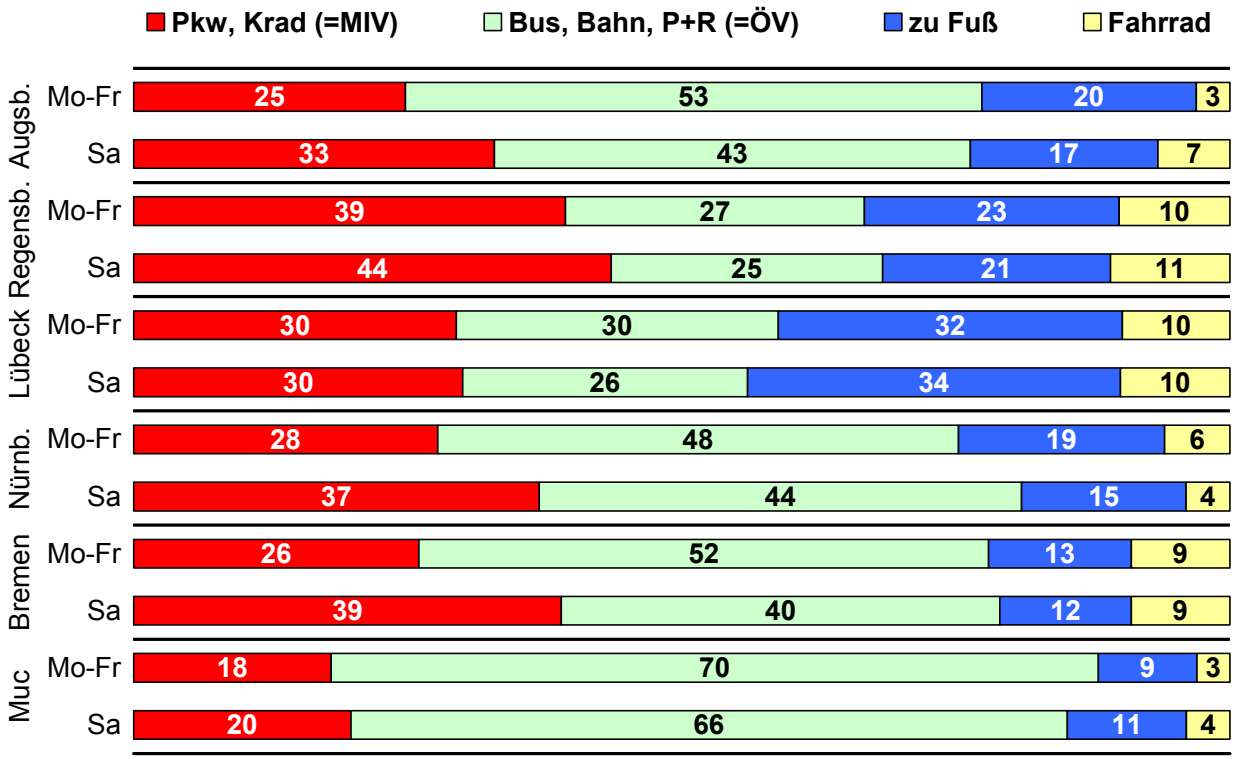
Die Kritik bei den wenigen Befragten, die den Fußweg insgesamt negativ wahrnahmen, ist ähnlich verteilt: Pflaster, Lärm, Dreck, Gedränge, Autos und Straßenbahn. Die häufig bei längeren Fußwegen erwarteten Probleme durch Anstrengung oder Entfernung spielen kaum eine Rolle.

Die Kritik am Wetter durch gut jeden fünften Befragten zeigt die nicht ganz optimalen Rahmenbedingungen bei der Befragung. Sie wurde aber fast immer nur ergänzend zu sonstigen Mängeln genannt.

4 Verkehrsmittelwahl und Parkverhalten

Aufgrund der guten Erreichbarkeit der Innenstadt mit Bus, Straßen- und Eisenbahn erreicht Augsburg außergewöhnlich hohe ÖV-Anteile (53% Mo-Fr und 43% am Samstag, jeweils einschließlich Park&Ride).

Abb. 10: Verkehrsmittel für den Weg in die Innenstadt

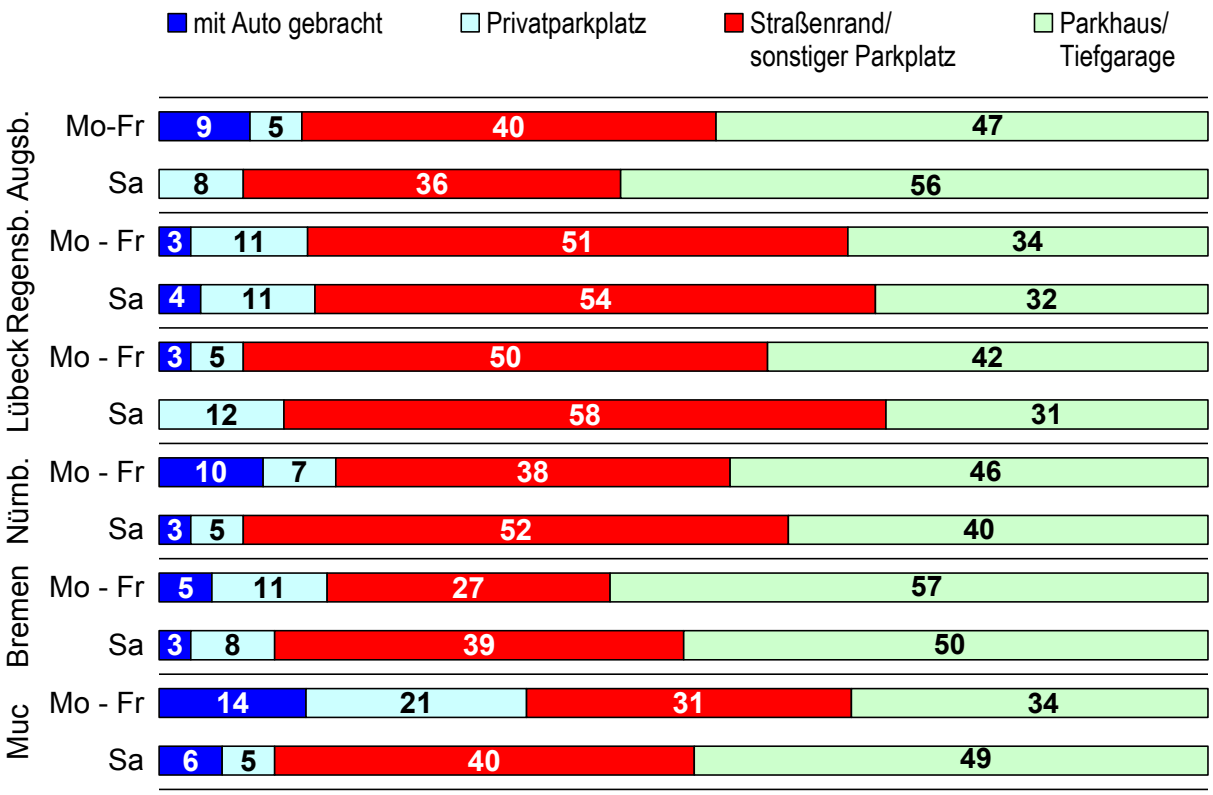


Am Mo-Fr kommt nur jeder Vierte und am Samstag nur jeder Dritte mit dem Auto in die Innenstadt; Fußgänger und Radfahrer erreichen dann gemeinsam fast den gleichen Anteil wie der Pkw-Verkehr.

Augsburg erreicht damit eine ähnliche Zusammensetzung wie die wesentlich größeren Innenstädte von Nürnberg und Bremen, was auf eine erfolgreiche Politik für den ÖPNV schließen lässt. Die relativ geringen Fahrradanteile können z.T. witterungsbedingt sein.

Die meisten Autofahrer nutzen die stadtverträglichste Parkform, indem sie ihr Auto im Parkhaus oder in einer Tiefgarage abstellen. 40% (Mo-Fr) bzw. 36% (Sa) parken am Straßenrand.

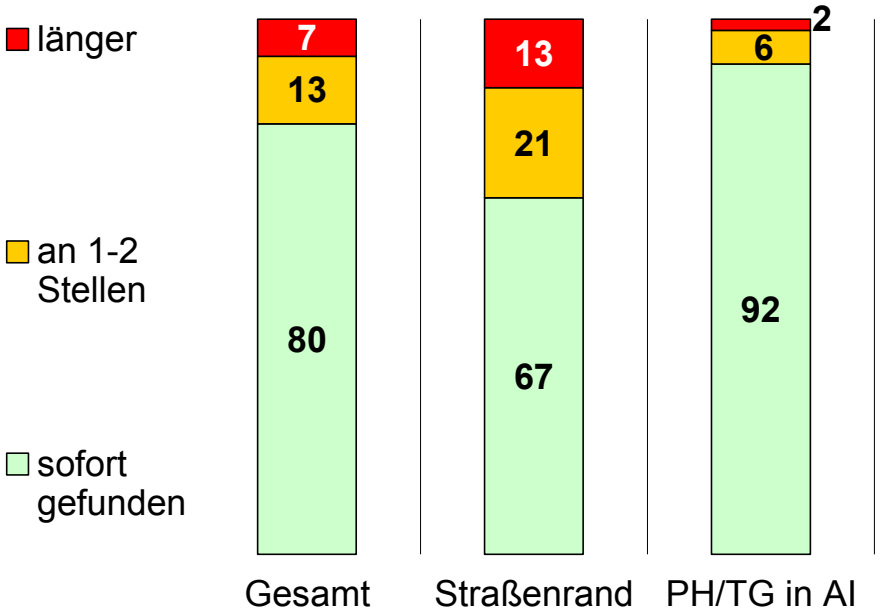
Abb. 11: Genutzte Parkgelegenheit



Die hohen Parkhaus-Anteile überraschen insofern, als der größte und preisgünstigste Parkstandort, die City-Galerie (2.000 Stellplätze, Preis ein Drittel des in zentralen Parkhäusern üblichen) bisher noch sehr wenig von den Innenstadtbesuchern genutzt wird (8% der in Parkhäusern Parkenden).

80% der Autofahrer finden sofort ihren Parkplatz, 13% haben an 1 bis 2 Stellen und 7% länger gesucht. Nahezu alle Autofahrer, die in ein Parkhaus oder Tiefgarage fuhren, hatten sofort „ihren“ Parkplatz (wer dennoch suchte, hatte sich vermutlich zunächst am Straßenrand umgesehen). Selbst am Straßenrand werden zwei Drittel sofort fündig.

Abb. 12: Parkplatzsuchdauer



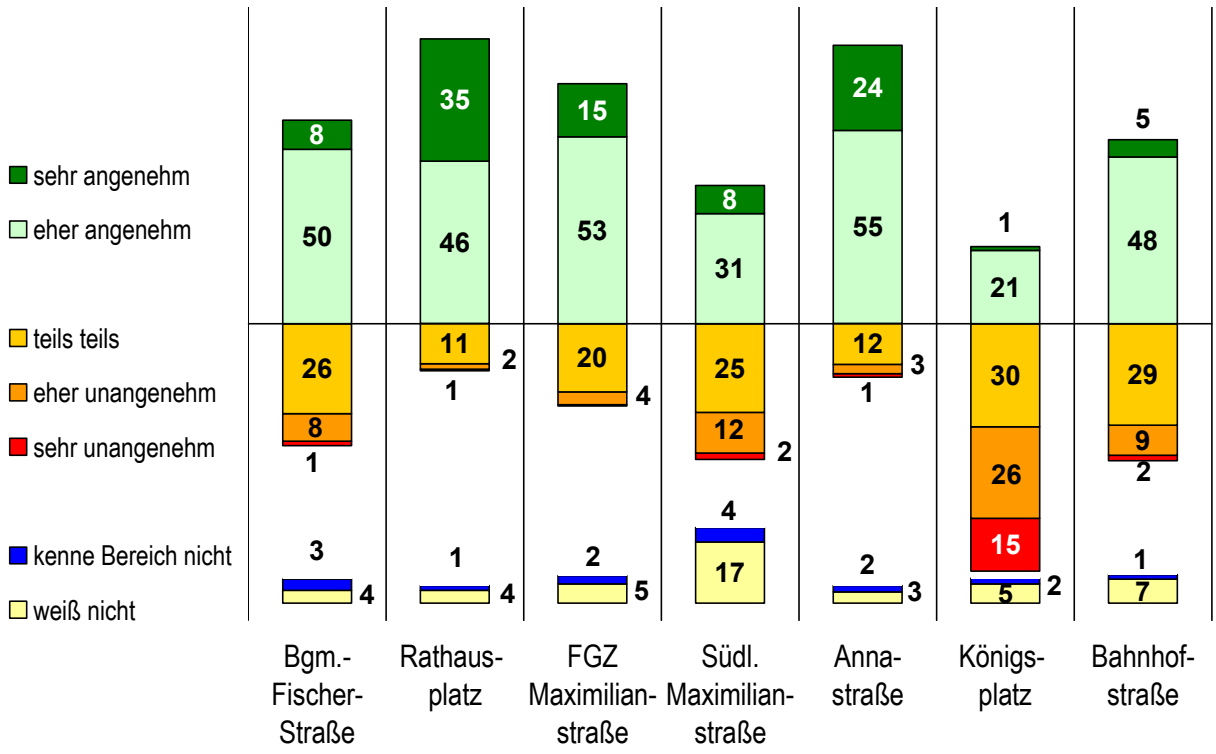
Fazit: Nur eine Minderheit der Innenstadtbesucher kommt mit dem Auto in die Stadt. Nahezu alle Autofahrer finden sofort einen Parkplatz. In Augsburg gibt es objektiv gesehen kein Parkplatzproblem. Stichprobenzählungen in Parkhäusern im Mai 2003 ergaben überwiegend noch erhebliche freie Kapazitäten.

5 Bewertungen

Generell wird die Aufenthaltsqualität in Fußgängerzonen besser bewertet, als in verkehrsbelasteten Bereichen. Der Rathausplatz schneidet durch seinen Veweilcharakter am besten ab.

17% der Befragten geben zur südlichen Maximilianstraße überhaupt kein Urteil ab, obwohl es sich um einen städtebaulich herausragenden Bereich handelt – ein Hinweis darauf, wie wenig dieser früher höchst repräsentative und zentrale Straßenraum noch im allgemeinen Erlebnis- und Aktionsbereich der Besucher liegt. Von den übrigen Passanten geben genauso viel ein negatives wie ein positives Urteil ab. Die Kritik bezieht sich vor allem auf den Autoverkehr, unattraktiven Einzelhandel und Gastronomie, Weitläufigkeit, Ödnis und den Mangel an Grün.

Abb. 13: Bewertung von Straßen und Plätzen



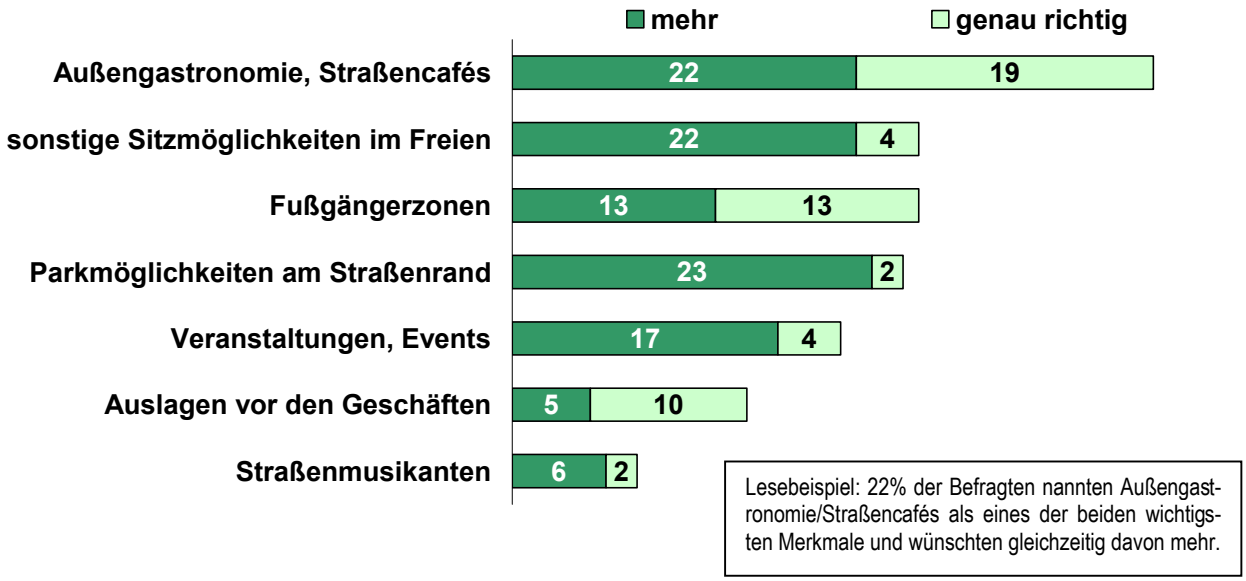
In der Bahnhofstraße und der Bürgermeister-Fischer-Straße werden vor allem der Autoverkehr bzw. die Straßenbahn, die Atmosphäre und das Gedränge bemängelt.

Eine katastrophale Bewertung erhält der Königsplatz, vor allem durch die sich dort aufhaltenden Problemgruppen, teilweise aber auch durch die fehlende städtebauliche Fassung als „Platz“.

Die Passanten wurden gefragt, ob Sie von wesentlichen „weichen“ Qualitätsmerkmalen der Innenstadt mehr oder weniger wünschten oder ob das Angebot genau richtig sei. Danach sollte der Befragte die beiden wichtigsten Merkmale auswählen. Zur Vereinfachung zeigt die folgende Abbildung nur die Antworten jener, die das jeweilige Merkmal als besonders wichtig ansehen.

Weitaus am häufigsten werden die Außengastronomie bzw. Straßencafés als eines der beiden wichtigsten Attraktivitätsmerkmale aus der vorgelegten Liste ausgewählt. Danach folgen fast gleichauf „sonstige Sitzmöglichkeiten im Freien“, Fußgängerzonen und Parkmöglichkeiten am Straßenrand. Insgesamt dominieren erlebnisorientierte Präferenzen bei weiten die reinen Funktionsmerkmale Parken und Einkaufen (z.B. Auslagen vor Geschäften).

Abb. 14: Gewünschte Entwicklung besonders wichtiger Merkmale

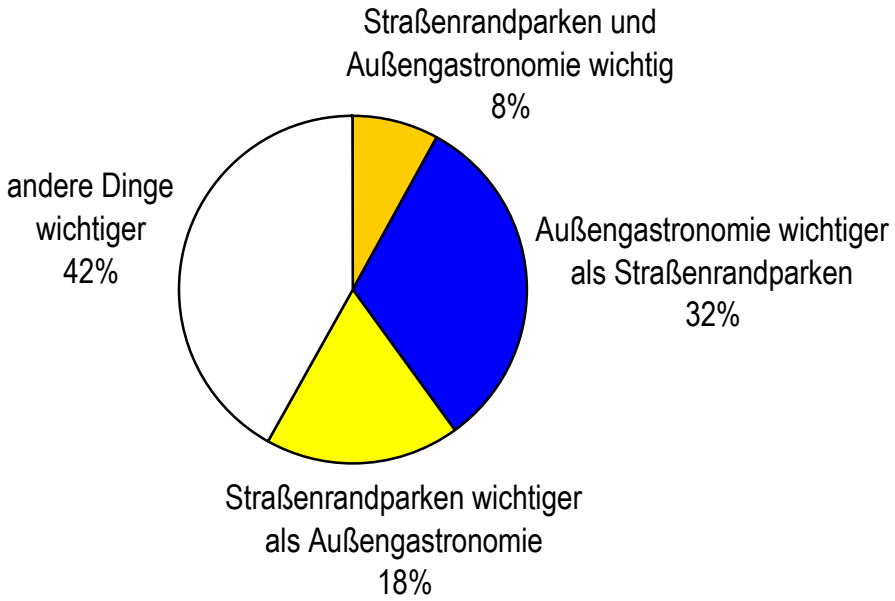


Jeweils die Hälfte derjenigen, die Außengastronomie besonders wichtig finden, wünschen sich gleichzeitig davon mehr bzw. sind mit dem jetzigen Angebot zufrieden. Bei einer Präferenz für sonstige Sitzmöglichkeiten wird fast immer auch eine Zunahme gewünscht. Soweit Fußgängerzonen wichtig erscheinen, wünscht jeder Zweite eine Erweiterung. Wer Parkmöglichkeiten am Straßenrand für besonders wichtig hält, wünscht auch fast immer eine Ausweitung. Dieser Wunsch spiegelt das Anspruchsdenken wider, mit dem Auto bis vor die Türe „seines“ Geschäftes zu fahren.

Damit zeigt die Befragung einen typischen Konflikt zwischen Besuchern, die mehr Außengastronomie, Sitzmöglichkeiten und Fußgängerzonen wünschen und anderen, die mehr Parkmöglichkeiten am Straßenrand vorziehen.

Dabei lassen sich diese Gruppen relativ deutlich unterscheiden, wie die Beurteilung der Wichtigkeit von Parkmöglichkeiten am Straßenrand und Außengastronomie/Straßencafés beispielhaft belegt. So finden 32% der Passanten Parkmöglichkeiten am Straßenrand weniger wichtig, aber Außengastronomie wichtig. 18% haben genau gegensätzliche Prioritäten: Diese Gruppe findet Parkmöglichkeiten am Straßenrand wichtiger als Außengastronomie. 8% der Befragten finden gleichzeitig beides wichtig und 42% haben andere Merkmale als die wichtigsten bewertet.

Abb. 15: Zielgruppenkonflikt: Außengastronomie und Straßenrandparken



Im Rahmen der weiteren Auswertungen und der Haushaltsbefragung soll versucht werden, diese Gruppen genauer zu charakterisieren, um das „Forum Innenstadt Augsburg“ bei der Suche nach einem ausgewogenen Kompromiss zu unterstützen.