Ergebnisbericht Analyse von Image und Kund*innenverhalten für die Karl-Marx-Straße in Berlin-Neukölln

Bezirksamt Neukölln

Kurzfassung

Juni 2017

Analyse von Image und Kund*innenverhalten für die Karl-Marx-Straße in Berlin-Neukölln

im Auftrag:

Bezirksamt Neukölln von Berlin

Stadtentwicklungsamt, Fachbereich Stadtplanung

Karl-Marx-Str. 83 12040 Berlin

Tel. 030 90239-2153 / Fax 030 90239 2418

E-Mail: stadtplanung@bezirksamt-neukoelln.de

WEB: www.berlin.de/neukoelln

Ansprechpartner:

Dirk Faulenbach

In Kooperation mit:

Citymanagement [Aktion! Karl-Marx-Straße]

Richardstr. 5 12043 Berlin

Tel. 030 22197 -293 / Fax 030 22197-295

E-Mail: cm@aktion-kms.de

WEB: www.aktion-kms.de

Projektbetreuung:

Susann Liepe

Durchführendes Institut:

Marktforschung hopp

Torstr. 25 10119 Berlin

Tel. 030 921057-0 / Fax 030 921057-49

E-Mail: office@hopp-mafo.de

WEB: www.hopp-marktforschung.de

Projektleiterin:

Simone Wilczek

Juni 2017

1 Einleitung

Im vorliegenden Bericht sind die Ergebnisse der Analyse von Image und Kund*innenverhalten für die Karl-Marx-Straße in Berlin Neukölln 2016 dokumentiert. Datengrundlage des Berichts ist eine telefonische Befragung von 1.003 Personen ab 14 Jahren, die im Einzugsgebiet der Karl-Marx-Straße wohnen und diese dem Namen nach kennen. Die Befragung wurde von Oktober bis Dezember 2016 durch hopp Marktforschung im Auftrag des Bezirksamts Neukölln von Berlin durchgeführt.

2 Hintergrund

Innerhalb der vergangenen Jahre haben die Akteur*innen der [Aktion! Karl-Marx-Straße] verschiedene Maßnahmen zur Profilierung, Belebung und Imagebildung des Bezirkszentrums Karl-Marx-Straße umgesetzt. Weitere Maßnahmen sind in Planung. Darüber hat sich sowohl die Struktur der Bewohner*innen im Aktiven Zentrum sowie Sanierungsgebiet Karl-Marx-Straße geändert (deutliche Zunahme der Bevölkerungsgruppen zwischen 25 und 35 Jahren) als auch das Dienstleistungs-, Gastronomie- und das Kulturangebot am Standort gewandelt.

Bereits 2011 wurde eine telefonische Image- und Kund*innenanalyse im Sinne einer Nullmessung durchgeführt. Um nun Veränderungen feststellen zu können, wurde eine erneute Analyse durchgeführt. Um die Vergleichbarkeit der Ergebnisse sicherzustellen, erfolgte die Studienkonzeption und methodische Realisierung nahezu identisch zu 2011. Hierbei ging es darum, wie bestehende und potenzielle Kund*innen die verschiedenen Bereiche der Karl-Marx-Straße in ihren Funktionen wahrnehmen, welche Angebote genutzt werden, warum Angebote gegebenenfalls nicht genutzt werden, wo Verbesserungsbedarf besteht und welchen Einfluss die Baumaßnahmen auf das Kund*innenverhalten haben. Die Ergebnisse der Analyse von 2011 sind zum Teil in den vorliegenden Bericht integriert. Hierdurch können neben dem Ist-Zustand auch Veränderungen im Zeitverlauf beobachtet und der Erfolg durchgeführter Maßnahmen überprüft werden. Aufgrund von veränderten Frageformulierungen beziehungsweise Antwortmöglichkeiten sind die Entwicklungen im Zeitvergleich teilweise nur als Tendenzen zu betrachten. Dies ist an der entsprechenden Stelle vermerkt.

Um die Analyse des Kund*innenverhaltens abzurunden und zukünftige Veränderungen der Besucherzahlen der Karl-Marx-Straße feststellen zu können, wurde erstmals eine Passant*innenenfrequenzzählung an mehreren Standorten durchgeführt. Sie bietet Einblick in die Anzahl der Passant*innen nach Straßenabschnitt und ist gleichfalls als Nullmessung für analoge Messungen in der Zukunft zu verstehen.

Im Kapitel „Management Summary“ sind die Kernergebnisse der Befragung zusammengefasst. Das Studiendesign ist in Kapitel 7 erläutert. Ein separater Tabellenband mit zahlreichen ergänzenden Untergruppenanalysen liegt zusätzlich vor.

3 Management Summary

3.1 Besuchsverhalten

Fast alle Kenner*innen der Karl-Marx-Straße haben diese schon einmal besucht. Im Vergleich zu 2011 ist der Besucheranteil leicht angestiegen. Hierbei ist es gelungen, auch neue Besucher*innen aus den Bezirken des weiter entfernten Einzugsgebietes Friedrichshain, Lichtenberg, Treptow-Köpenick, Tempelhof-Schöneberg und Mitte zu gewinnen. In diesem Einzugsgebiet ist auch der Anteil derer, die die Gegend um die Karl-Marx-Straße fast täglich besuchen, leicht angestiegen. Dies kann sich dadurch erklären, dass durch strukturelle Veränderungen in der Gegend mehr beziehungsweise andere Aufenthalts- und auch Arbeitsorte entstanden sind, zum Beispiel im kulturellen Bereich oder in der Gastronomie.

Die Gegenden zwischen Hermannplatz und Neukölln Arcaden beziehungsweise die Umgebung des Rathauses Neukölln ziehen die meisten Besucher*innen an. Es zeichnet sich eine Verlagerung der Besucherschwerpunkte ab: Während die Gegend um den Hermannplatz heute etwas seltener besucht wird als 2011, verbucht der Abschnitt zwischen Hermannplatz und Neukölln Arcaden leichten Zuwachs. Auch hier spielen die neu gewonnenen Besucher*innen aus Friedrichshain, Lichtenberg, Treptow-Köpenick, Tempelhof-Schöneberg und Mitte eine wichtige Rolle. Die Gegenden um den Karl-Marx-Platz und um den Alfred-Scholz-Platz werden seltener besucht. Allerdings ist dort auch die Frequenz deutlich niedriger als im Bereich Hermannplatz, Neukölln Arcaden oder Rathaus.

Die Karl-Marx-Straße wird nach wie vor hauptsächlich als Einkaufsgegend genutzt. Im Vergleich zu 2011 sind aber auch andere Besuchsgründe in den Vordergrund getreten: So werden zunehmend die Cafés und Restaurants in der Gegend besucht. Auch zum Bummeln oder Spazierengehen und zum Treffen von Freund*innen oder Familie lädt die Gegend immer mehr Menschen ein. Die wachsende Zahl kultureller Einrichtungen und Ausgehmöglichkeiten zieht auch Besucher*innen an, die aus dem weiter entfernten Einzugsgebiet 4 kommen.

Die Aufenthaltsdauer in der Gegend um die Karl-Marx-Straße ist im Vergleich zu 2011 deutlich gestiegen und liegt aktuell bei 120 Minuten (2011: 88 Minuten). Dieser Anstieg ist bei Besucher*innen aus allen Einzugsgebieten zu beobachten.

Die Mehrheit der Besucher*innen der Karl-Marx-Straße kommt mit dem öffentlichen Personennahverkehr dorthin. Durch die Ausweitung des Einzugsgebietes reist aber ein zunehmender Anteil mit dem Auto an. Der Anteil der Radfahrer*innen ist im Vergleich zu 2011 leicht zurückgegangen. Wer im engeren Einzugsgebiet wohnt, kommt erwartungsgemäß häufig zu Fuß in die Karl-Marx-Straße.

3.2 Passant*innenfrequenz

Die höchste Passant*innendichte wurde am U-Bahnhof Rathaus Neukölln gemessen: Hochgerechnet 190.000 Besucher*innen waren hier innerhalb einer Woche (Montag bis Samstag, jeweils zwischen 9.00 und 20.00 Uhr) unterwegs. Das entspricht durchschnittlich etwa 32.000 Besucher*innen pro Tag im angegebenen Zeitraum. An zweiter Stelle liegt der Zählstandort auf Höhe des ehemaligen C&A, gefolgt vom Eingang der Neukölln Arcaden und dem U-Bahnhof Karl-Marx-Straße. Die Passant'innenfrequenz ist auf der Westseite der Karl-Marx-Straße um 20 Prozent höher als auf der Ostseite. Der tägliche Höchststand liegt zwischen 13 und 14 Uhr.

Gut jede/r Vierte geht aufgrund der Baustellen rund um die Karl-Marx-Straße allerdings derzeit seltener in diese Gegend. Die meisten Argumente dafür sind Verkehrsprobleme, die damit verbundenen Behinderungen für Autofahrer*innen sowie die generell gesunkene Aufenthaltsqualität. Auch Fußgänger*innen und Radfahrer*innen fühlen sich durch die Bauarbeiten behindert oder sogar gefährdet. Es ist daher zu erwarten, dass sich nach Abschluss der Bauarbeiten die Passant*innenfrequenz deutlich erhöhen wird.

3.3 Angebote der Karl-Marx-Straße

Die bekanntesten, am häufigsten genutzten und im Shoppingsektor auch attraktivsten Angebote der Gegend um die Karl-Marx-Straße sind Karstadt am Hermannplatz und die Neukölln Arcaden. In puncto Attraktivität hat sich hier im Vergleich zu 2011 etwas getan: Die Neukölln Arcaden haben aufgeholt und sind damit für die Zielgruppe fast so attraktiv wie Karstadt. Größeres Optimierungspotenzial bieten MarXity (ehemals Hertie, Karl-Marx-Straße 92-98) und das Karstadt Schnäppchen Center.

Auch das Rathaus Neukölln mit dem Bürgeramt, die Restaurants und Cafés in der Gegend, das Stadtbad Neukölln und die Kinos sind der Mehrheit der Besucher*innen der Gegend ein Begriff.

Die Bekanntheit sinkt jeweils mit zunehmender Entfernung des Wohnortes. Im direkten Einzugsgebiet sind auch Alltagsangebote wie Lebensmittelgeschäfte, Arztpraxen und Apotheken mehrheitlich bekannt und attraktiv. Unabhängig vom Einzugsgebiet hat mehr als die Hälfte der Besucher*innen in den letzten zwölf Monaten das Angebot an Restaurants und Cafés genutzt.

Im kulturellen Bereich sind neben den gut besuchten Kinos der Heimathafen Neukölln, die Neuköllner Oper und das Kunst- und Kulturfestival 48-Stunden-Neukölln die bekanntesten Angebote. Die relativ neuen Angebote Heimathafen Neukölln und 48-Stunden-Neukölln haben damit innerhalb weniger Jahre den Bekanntheitsgrad der Neuköllner Oper als Institution erreicht. Da sie jeweils weniger als jeder/m Zweiten bekannt sind, ist hier allerdings „noch Luft nach oben". Auch hinsichtlich der Nutzung der kulturellen Angebote besteht noch Spielraum. Denn ein Besuch lohnt sich: Wer bei 48-Stunden-Neukölln dabei war, ist begeistert. Auch die anderen kulturellen Angebote Klunkerkranich, Heimathafen Neukölln, Neuköllner Oper und die Kinos werden von der Mehrheit der Kenner*innen als sehr attraktiv eingestuft. Der 2014 neu gestaltete Alfred-Scholz-Platz ist bislang weniger bekannt und genutzt.

3.4 Stärken und Schwächen der Karl-Marx-Straße

Die Shoppingvielfalt wird spontan nach wie vor am häufigsten als größte Stärke der Gegend um die Karl-Marx-Straße genannt. Hier zeichnet sich allerdings ein Wandel ab, denn die Restaurants, Cafés und Imbisse sowie Kulturangebote der Gegend holen auf, vor allem bei Besucher*innen aus den weiter entfernten Einzugsgebieten. Insgesamt fehlt es jedoch an klarem Profil: Jede/r dritte Besucher*in kann spontan keine herausragende Stärke der Karl-Marx-Straße nennen.

Größter Kritikpunkt sind die vielen und lang andauernden Baustellen, die in den Köpfen sehr präsent sind. Auch das hohe Verkehrsaufkommen und die damit verbundenen Behinderungen werden kritisiert. Der derzeit angesiedelte Einzelhandel polarisiert: Für die einen ist er die größte Stärke der Gegend um die Karl-Marx-Straße, für die anderen eher ein Schwachpunkt. Er wird teilweise als zu oft wechselnd, billig, einseitig und international wahrgenommen. Hinsichtlich der Sauberkeit hat sich offenbar in den letzten Jahren etwas getan: Aktuell kritisieren diesen Punkt lediglich acht Prozent der Besucher*innen. 2011 waren es noch 25 Prozent.

3.5 Image der Karl-Marx-Straße

Das Image der Karl-Marx-Straße liegt auf mittlerem Niveau und ist damit noch verbesserungsfähig: Von den abgefragten Aspekten ist aktuell ‚abwechslungsreich' die Eigenschaft, die am häufigsten mit der Gegend verbunden wird, und zwar von etwa jeder/m zweiten Besucher*in. Jeweils etwa jede/r Vierte sieht in der Karl-Marx-Straße eine Gegend, wo man sich gern trifft, eine schöne Straße zum Bummeln beziehungsweise eine Gegend mit Flair beziehungsweise Atmosphäre. Für etwa jede/n Fünfte/n ist sie ein Wohlfühlort, sympathisch, einladend, sicher, kinder- und familienfreundlich. Fußgänger- und Radfahrerfreundlichkeit wird ihr derzeit nur von jeder/m Zehnten bescheinigt.

Anwohner*innen aus dem direkten Umfeld der Karl-Marx-Straße fühlen sich in der Gegend wohler und sicherer als Bewohner*innen aus den anderen Einzugsgebieten. Sie finden die Gegend auch überdurchschnittlich sympathisch und nutzen sie häufiger als Treffpunkt.

Die Karl-Marx-Straße punktet vor allem bei jüngeren Besucher*innen: Wer unter 30 Jahre ist, sieht die Karl-Marx-Straße in allen abgefragten Belangen deutlich positiver als 30- bis 49-Jährige und vor allem Besucher*innen ab 50 Jahre.

Auch bei der Betrachtung nach Migrationshintergrund zeigen sich deutliche Unterschiede: Besucher*innen mit Migrationshintergrund bewerten die Gegend um die Karl-Marx-Straße in allen Punkten besser.

Trotz aller Veränderungen und Maßnahmen liegt die Bewertung der Gegend durch die Zielgruppe nach wie vor nur auf mittelmäßigem Niveau. Das antizipierte Fremdimage bei Personen, die in anderen Gegenden der Stadt wohnen, liegt noch einmal deutlich unterhalb des Eigenimages und hat sich seit 2011 eher verschlechtert. Auch die Weiterempfehlungsbereitschaft ist im Vergleich zur letzten Untersuchung zurückgegangen.

3.6 Wahrnehmung von Veränderungen

Der Mehrheit der Besucher*innen sind in den letzten 5 Jahren Veränderungen in der Gegend rund um die Karl-Marx-Straße aufgefallen. Mit zunehmender Entfernung des Wohnortes geht die Wahrnehmung zwar zurück, aber auch Besucher*innen aus den weiter entfernten Einzugsgebieten haben mehrheitlich Veränderungen bemerkt. Die Veränderungen sind allerdings bislang nicht in erster Linie positiv: Von fast jeder/m Zweiten werden hier die Baustellen genannt. Jede/r Dritte hat bemerkt, dass neue Geschäfte eingezogen beziehungsweise alte verschwunden sind. Jede/r Zehnte hat einen Anstieg von Schnäppchenläden beziehungsweise eine sinkende Qualität des Angebotes bemerkt. Die Umgestaltung des Alfred-Scholz-Platzes, die allgemeine Aufwertung und Verschönerung der Gegend, das andere Publikum und insbesondere das größere Kulturangebot sind bislang nur schwach in den Köpfen verankert.

Die Bekanntheit der Initiative [Aktion! Karl-Marx-Straße] ist im Vergleich zu 2011 leicht gestiegen: In der Gesamtzielgruppe kennt sie jede/r Dritte, in den Einzugsgebieten 1 und 2 ist die Bekanntheit mit 41 beziehungsweise 40 Prozent deutlich höher. Die Initiative ist den Kenner*innen mit jeweils 48 Prozent vor allem aus Zeitungen und Zeitschriften oder durch Plakatwerbung bekannt. Auch Postkarten, Prospekte oder Flyer spielen mit 39 Prozent eine größere Rolle.

Im Zusammenhang mit der Gegend um die Karl-Marx-Straße ist den Kenner*innen mit 82 Prozent vor allem der Straßenumbau bekannt. Der Umbau des Alfred-Scholz-Platzes mit 41 Prozent und der Neckar- bzw. Isarstraße mit Bau der Kindl-Treppe mit 33 Prozent sind seltener ein Begriff. Die Veranstaltungen auf dem Alfred-Scholz-Platz, die Errichtung der Rixbox und die Kampagne „Karl mag's bunt“ beziehungsweise „Deine Läden brauchen Dich“ sind jeder/m Dritten bekannt. Das Citymanagement der [Aktion! Karl-Marx-Straße] kennen 22 Prozent, den Newsletter 17 Prozent und Broadway Neukölln 14 Prozent.

3.7 Fazit und Handlungsempfehlungen

Es konnten in der Analyse der Befragungsergebnisse Erfolge durch die Arbeit der Akteur*innen der [Aktion! Karl-Marx-Straße] belegt werden. Die Maßnahmen zur Profilierung, Belebung und Imagebildung des Neuköllner Bezirkszentrums bringen der Gegend mehr Besucher*innen aus einem immer größeren Radius, die sich gleichzeitig auch länger dort aufhalten. Nach Abschluss der großen Straßenbauarbeiten ist zudem ein weiteres Besucherplus zu erwarten.

Die Karl-Marx-Straße ist primär als Einkaufsstraße in den Köpfen verankert, zieht aber auch zunehmend mit anderen Attraktionen wie dem breit gefächerten Gastronomie- und Kulturangebot Besucher*innen an. Stärker genutzt wird sie auch zum Spazierengehen und zum Treffen von Freund*innen oder Familie.

Großes Potenzial bietet eine weitere Steigerung der Bekanntheit und damit der Nutzungsquote der kulturellen Angebote, allen voran des Kunst- und Kulturfestivals 48-Stunden-Neukölln. Die Kulturangebote lösen bei Kenner*innen große Begeisterung aus und haben das Potenzial, das Gesamtimage der Karl-Marx-Straße in den benachbarten Bezirken neu zu definieren.

Gleichzeitig sollten die Bewohner*innen des direkten Umfeldes der Karl-Marx-Straße noch stärker in die weiteren Planungen einbezogen werden, damit diese sich von der Entwicklung nicht abgehängt fühlen.

Eine weitere Steigerung der Bekanntheit der Initiative [Aktion! Karl-Marx-Straße] und ihrer Publikationen bietet ebenfalls Potenzial. Hier könnten zum Beispiel die Auswahl der Printpublikationsmedien sowie die Auflage und das Verteilungsgebiet von Plakaten, Postkarten, Prospekten oder Flyern erweitert werden. Gegebenenfalls sind neue Kund*innen aber auch über andere Medien wie Internet oder soziale Medien zu erreichen.

Die erforderliche „Hardware“ bzw. Voraussetzungen für die unterschiedlich genutzten Verkehrsmittel wie zum Beispiel Pkw- und Fahrradabstellmöglichkeiten oder breite Gehwege sind beim Umbau und der Entwicklung des Bezirkszentrums zu berücksichtigen. Deutliches Verbesserungspotenzial gibt es bei der Fußgänger- und Radfahrerfreundlichkeit, die von den Besucher*innen derzeit eher kritisch gesehen wird. Auch hier ist aber zu erwarten, dass sich die Situation nach dem Umbau der Karl-Marx-Straße mit der Schaffung eines Radfahrstreifens, breiteren Gehwegen, einfacheren Querungsmöglichkeiten und Bereichen mit Aufenthaltsqualität deutlich verbessern wird.