



BRENNPUNKT. Mainzer City

Design Inka Meyer

Brennpunkt Mainzer City – Langzeitstudie zur Entwicklung der Innenstadt

Angesichts der aktuellen, zunehmend emotional geführten Diskussion um die Errichtung eines Einkaufszentrums in der Ludwigsstraße sind verlässliche Informationen über die Struktur und Entwicklung des Einzelhandels in der Mainzer Innenstadt eine wichtige Voraussetzung, um die Argumente Für und Wider ein solches Großprojekt sachlich beurteilen zu können. Im Rahmen der „Stadt der Wissenschaft“ führte deshalb das Geographische Institut der JGU in Zusammenarbeit mit dem Amt für Stadtentwicklung im Juni umfangreiche Untersuchungen durch. Unter der Leitung von Univ.-Prof. Günter Meyer befragten Geographiestudierende rund 300 Einzelhändler und mehr als 2000 Innenstadtbesucher. Ebenso viele Passanten wurden auch in der Wiesbadener City interviewt, um die Besonderheiten der benachbarten Landeshauptstädte aufzeigen zu können, die beide versuchen, möglichst viele Einzelhandelskunden aus dem überlappenden Einzugsbereich für Einkäufe in der jeweiligen City zu gewinnen.

Ergänzend zu den Befragungen wurden auch Passantenzählungen in beiden Stadtzentren durchgeführt, um die Verteilung der Fußgängerströme zu erfassen. Dies ist deshalb wichtig, weil die Höhe der Passantenfrequenz in den Geschäftsstraßen sich nicht nur auf den Umsatz der dortigen Läden auswirkt, sondern weil sie sich auch je nach Lage im Stadtzentrum verändert, wenn ein neues Einkaufszentrum errichtet wird. Die Zählungen und Befragungen fanden erstmals 2003 statt und werden seither in zweijährigem Abstand durchgeführt, sodass jetzt mit den Resultaten von fünf Untersuchungen die Entwicklung der letzten sieben Jahre dokumentiert werden kann. Die Ergebnisse der jüngsten Studie werden in einer Artikelserie in den nächsten Wochen veröffentlicht.

Teil I der Studie: Wie beurteilen die Einzelhändler den geplanten Bau eines Einkaufszentrums in der Ludwigsstraße?

„Was halten Sie von der Errichtung eines neuen Einkaufszentrums in der Ludwigstraße? Befürworten Sie den Bau dieses Einkaufszentrums, sind Sie dagegen, oder ist es Ihnen egal?“ Ergänzend wurden die Einzelhändler auch nach den Gründen für ihre Zustimmung oder Ablehnung des geplanten Großprojektes gefragt. Insgesamt 283 Leiter von Einzelhandelsgeschäften in der Innenstadt beantworteten diese Fragen.

Ein Drittel der Einzelhändler lehnt Shopping-Center ab

34 Prozent der befragten Betriebsleiter sind gegen die Errichtung eines Einkaufszentrums in der Ludwigsstraße. Als Hauptgrund für die Ablehnung wird von 36 Einzelhändlern die Konkurrenz durch das zusätzliche Warenangebot genannt. Vor allem kleinere, inhabergeführte Läden aber auch eine Reihe von Filialbetrieben erwarten Umsatzeinbußen durch das größere Angebot im Shopping-Center.

Mit deutlichem Abstand folgt an zweiter Stelle der Ablehnungsgründe die Erwartung von 20 Betriebsleitern, dass es zu einer Verlagerung der Passantenströme in Richtung Einkaufszentrum kommen wird. Da weniger Fußgänger an dem betreffenden Geschäft vorbeikommen, wird auch die Zahl der Laufkunden

zurückgehen. Diese Befürchtung wird vor allem von Geschäftsleuten in den Bereichen der Innenstadt geäußert, deren Läden relativ weit von dem geplanten Shopping-Center entfernt sind und die meist in den Randbereichen der City liegen, besonders im Bleichenviertel sowie in der Gaustraße und Augustinerstraße.

Auf Rang drei rangiert mit 7 Nennungen die Ansicht, dass ein modernes Einkaufszentrum nicht in das Bild der Mainzer Innenstadt passt. Andere sind der Meinung, dass sich Shopping-Center nicht für den Einzelhandel rentieren (6) und es ohnehin schon zu viele Einkaufszentren gibt (5). Jeweils zweimal wird festgestellt, dass durch das Shopping-Center die Zahl der Filialisten und Ketten nur noch weiter steigen wird, die Geschäftsleerstände im Stadtzentrum zunehmen werden, und besser das Bestehende erhalten werden sollte, ehe neue Großprojekte gebaut werden.

17 % der Geschäftsleiter ist das Shopping-Centers egal

Jedem sechsten Einzelhändler ist es egal, ob das Einkaufszentrum gebaut wird oder nicht. Die Betroffenen gehen davon aus, dass ihre geschäftlichen Aktivitäten durch die kräftige Ausweitung des Warenangebots in der City in keiner Weise beeinträchtigt werden. In der Regel bieten sie Nischenprodukte an und versorgen vor allem Stammkunden.

Die Hälfte der Einzelhändler befürwortet das neue Einkaufszentrum

Die größte Gruppe der Geschäftsleiter bilden mit einem Anteil von 49 % die Befürworter des geplanten Großprojektes. Hier ist es durchaus überraschend, dass selbst bei den kleinen, inhabergeführten Geschäften im Bereich von Augustinerstraße, Kirschgarten und Gaustraße die Zustimmung mit 21 Befürwortern größer ist als die Ablehnung durch 17 Betriebsleiter.

Am häufigsten wird als Grund für Zustimmung zum Einkaufszentrum von 37 Einzelhändlern die erwartete Attraktivitätssteigerung genannt, wodurch mehr Kunden aus dem Umland in die Innenstadt kommen und weniger Kaufkraft in die Nachbarstädte abfließt.

An zweiter Stelle folgt mit 27 Nennungen die Erwartung eines Anstiegs des Passantenverkehrs und damit der Laufkundschaft. Hier handelt sich vor allem um Läden in den Hauptgeschäftsstraßen und in der Nähe des geplanten Großprojektes.

Als Grund für ihre Befürwortung geben 26 Geschäftsleiter an, dass das neue Einkaufszentrum zu einer Belebung der gesamten Innenstadt führen wird. Eine Aufwertung und bessere Anbindung der Ludwigsstraße erhoffen sich 18 Befragte. 15 Betriebsinhaber gehen davon aus, dass die Angebotsvielfalt größer wird und neue Branchen hinzukommen, wovon nach dem Prinzip „Konkurrenz belebt das Geschäft“ auch die bestehenden Läden profitieren werden.

Bei der Beurteilung dieser Ergebnisse muss beachtet werden, dass die Befragungen zwischen dem 14. und 22. Juni durchgeführt wurden. Zu dem Zeitpunkt war noch nicht bekannt, dass ECE den Zuschlag für die Errichtung des Einkaufszentrums erhalten würde. Nachdem sich die aktuelle Diskussion vor allem an diesem Unternehmen und der Größe des geplanten Projektes entzündet, ist es durchaus möglich, dass manche Einzelhändler ihre Einstellung zu dem Vorhaben geändert haben.

Verantwortlich:

Prof. Dr. Günter Meyer
Geographisches Institut
Universität Mainz
55099 Mainz
Tel.: (06131) 39 – 22701
Fax.: (06131) 39 – 24736
E-Mail: g.meyer@geo.uni-mainz.de
www.geo.uni-mainz.de/meyer

BRENNPUNKT. Mainzer City

Design Inka Meyer

Brennpunkt Mainzer City – Langzeitstudie zur Entwicklung der Innenstadt

Teil II der Studie: Die Attraktivität der Mainzer Innenstadt im Vergleich zu Wiesbaden

Das Geographische Institut der Johannes Gutenberg-Universität Mainz führt seit 2003 eine Langzeitstudie zur Entwicklung der Stadtzentren von Mainz und Wiesbaden durch. Im Abstand von zwei Jahren befragen Geographiestudierende unter Leitung von Prof. Günter Meyer in der Mainzer und Wiesbadener City jeweils mehr als 2000 Passanten nach ihrem Einkaufsverhalten und ihrer Beurteilung der beiden Innenstädte. Im Rahmen der „Stadt der Wissenschaft“ fand diese Untersuchung in Zusammenarbeit mit dem Amt für Stadtentwicklung im Juni zum fünften Mal statt. In der Mainzer und Wiesbadener City wurden die Passanten unter anderem gefragt, wie attraktiv sie die Innenstadt der beiden benachbarten Landeshauptstädte finden.

Die Einschätzung der Mainzer Innenstadt fällt deutlich positiver aus als die Beurteilung des Zentrums der Nachbarstadt: 88 Prozent der in Mainz Interviewten und 75 Prozent der in Wiesbaden Befragten finden die Mainzer Innenstadt "attraktiv" oder sogar "sehr attraktiv". Ein ebenso positives Urteil über das Zentrum der hessischen Landeshaupt geben nur 74 Prozent der in Wiesbaden und 66 Prozent der in Mainz befragten Innenstadtbesucher ab. „Eigentlich wäre zu erwarten, dass die Wiesbadener Passanten die ihnen besser vertraute Innenstadt wesentlich positiver beurteilen als das Zentrum der rheinland-pfälzischen Landeshauptstadt“, kommentiert Meyer das Ergebnis. „Dass die in Wiesbaden Befragten ihre Innenstadt sogar um einen Prozentpunkt schlechter beurteilen als das Mainzer Stadtzentrum ist deshalb durchaus bemerkenswert.“

Dementsprechend ist der Anteil derer wesentlich höher, von denen die Wiesbadener Innenstadt als "wenig attraktiv" oder "unattraktiv" beurteilt wird: 26 Prozent der in Wiesbaden und 34 Prozent der in Mainz Befragten vertreten diese Meinung. Eine derartig negative Einschätzung der Mainzer Innenstadt findet sich nur bei 12 Prozent der Mainzer und 25 Prozent der Wiesbadener Passanten.

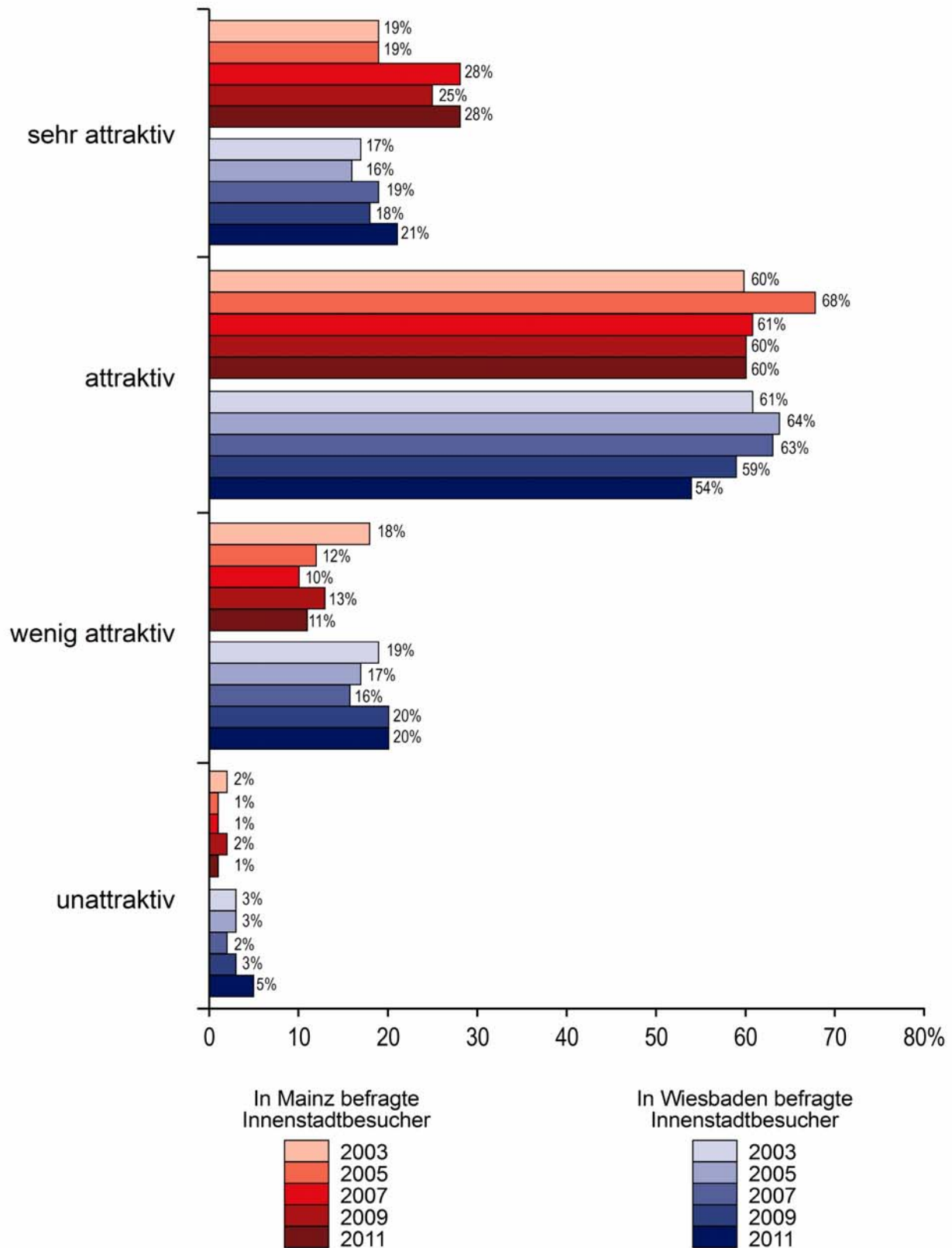
Zwischen 2007 und 2009 hatte die Mainzer Innenstadt leicht an Attraktivität verloren. Der Anteil der Passanten, die im Jahr 2009 das Mainzer Stadtzentrum als "sehr attraktiv" oder „attraktiv“ beurteilten, war aus Mainzer Sicht um 4 Prozentpunkte, aus Wiesbadener Perspektive um 5 Prozentpunkte zurückgegangen. Dagegen hatte sich die Attraktivität der Wiesbadener City nach dem Urteil der dort Befragten um 6 Prozentpunkte und der in Mainz Interviewten sogar um 7 Prozentpunkte erhöht.

„Der deutliche Attraktivitätsgewinn der Wiesbadener Innenstadt war offensichtlich vor allem durch die Eröffnung des Einkaufszentrums LuisenForum und den weitgehenden Abschluss der Bauarbeiten in der Fußgängerzone bedingt“, kommentiert Meyer die Trendwende in der Kurstadt. Die positive Entwicklung hat sich in den letzten zwei Jahren fortgesetzt, wie der Anstieg um weitere fünf Prozentpunkte zeigt: Während 2009 nur 13 Prozent der Wiesbadener Passanten die dortige Innenstadt als „sehr attraktiv“ bezeichneten, teilen bei der jüngsten Erhebung bereits 18 Prozent diese Meinung.

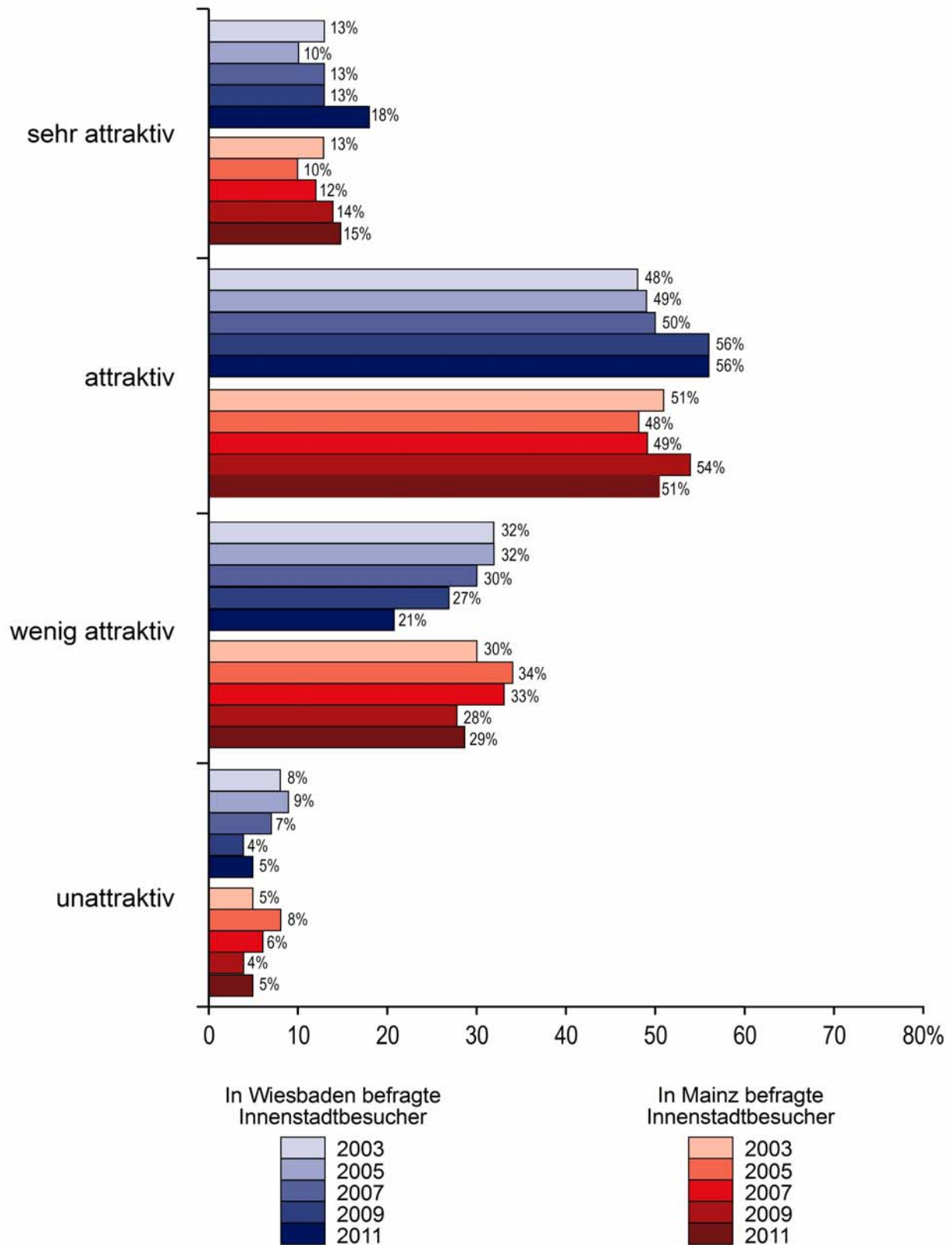
Von dem leichten Einbruch der Attraktivitätswerte 2009 hat sich das Mainzer Stadtzentrum inzwischen durch einen Anstieg um drei Prozentpunkte von 25 auf 28 Prozent der Mainzer Passanten erholt, von denen die Innenstadt als „sehr attraktiv“ empfunden wird. Damit ist fast wieder das Niveau von 2007 erreicht. Aus Wiesbadener Perspektive verliert dagegen die Mainzer Innenstadt an Attraktivität wie der Anstieg von 18 Prozent vor vier Jahr auf heute 25 Prozent bei den Angaben „wenig attraktiv“ und „unattraktiv“ zeigt.

„Im Vergleich zum Wiesbadener Stadtzentrum wird die Mainzer Innenstadt zwar als attraktiver wahrgenommen, doch die hessische Landeshauptstadt holt auf und gewinnt zunehmend an Attraktivität“, fasst Meyer das Ergebnis der jüngsten Studie zusammen.

Attraktivität der Mainzer Innenstadt



Attraktivität der Wiesbadener Innenstadt



Brennpunkt Mainzer City – Langzeitstudie zur Entwicklung der Innenstadt

Teil III der Studie: Einzelhandelsangebot und Einkäufe in Mainz und Wiesbaden im Vergleich

Das Geographische Institut der Johannes Gutenberg-Universität Mainz führt seit 2003 eine Langzeitstudie zur Entwicklung der Stadtzentren von Mainz und Wiesbaden durch. Im Abstand von zwei Jahren befragen Geographiestudierende unter Leitung von Prof. Günter Meyer in der Mainzer und Wiesbadener City jeweils mehr als 2000 Passanten nach ihrem Einkaufsverhalten und ihrer Beurteilung der beiden Innenstädte. Im Rahmen der „Stadt der Wissenschaft“ fand diese Untersuchung in Zusammenarbeit mit dem Amt für Stadtentwicklung im Juni zum fünften Mal statt. In der Mainzer und Wiesbadener City wurden die Passanten unter anderem gebeten, Schulnoten für das Angebot des Einzelhandels in der City der beiden Landeshauptstädte zu vergeben. Auch wurden sie nach der Häufigkeit ihrer Einkäufe in der Nachbarstadt gefragt.

Bessere Noten für Einzelhandel in beiden Landeshauptstädten

Zwischen 2007 und 2009 hatte sich die Beurteilung des Einzelhandelsangebots in der Mainzer Innenstadt leicht verschlechtert. Die Benotung durch die im dortigen Stadtzentrum befragten Passanten war von 2,46 auf 2,55 gesunken. Die gleiche Durchschnittsnote vergaben auch die in Wiesbaden Befragten. Allerdings war dort der negative Trend der Beurteilung bei einem Vergleichswert von 2,41 im Jahre 2007 sogar noch gravierender.

Benotung des Mainzer Einzelhandels	2003	2005	2007	2009	2011
Passanten in Mainzer City	2,57	2,54	2,46	2,55	2,30
Passanten in Wiesbadener City	2,46	2,52	2,41	2,55	2,37

Dieser deutliche Einbruch vor zwei Jahren ist bei der aktuellen Studie nicht nur überwunden, sondern von einer erheblichen Verbesserung in der Benotung des Einzelhandelsangebots in Mainz abgelöst worden. Mit 2,30 erhält der Einzelhandel in der rheinland-pfälzischen Landeshauptstadt die mit Abstand beste Note seit

Beginn der Untersuchungsreihe. Ähnliches gilt auch für die Einschätzung durch die in Wiesbaden Befragten, deren Durchschnittsnote für den Mainzer Einzelhandel sich auf 2,37 verbessert hat.

Verglichen mit den Vorgaben aus Mainz fallen die Noten für den Einzelhandel in der Wiesbadener Innenstadt nach Ansicht der dort interviewten Passanten mit 2,50 zwar nicht so gut aus wie in Mainz. Es ist jedoch eine anhaltende Verbesserung der Einzelhandelsbeurteilung seit 2005 festzustellen, als die Durchschnittsnote ihren Tiefstand mit 3,22 erreichte.

Benotung des Wiesbadener Einzelhandels	2003	2005	2007	2009	2011
Passanten in Wiesbadener City	2,72	3,22	2,83	2,72	2,50
Passanten in Mainzer City	2,52	2,65	2,52	2,43	2,31

Der klare Trend zur Aufwertung in der Beurteilung des Einzelhandels in der Wiesbadener City spiegelt sich auch in den Antworten der in Mainz Befragten wider. Diese sind der Meinung, dass sich das Einzelhandelsangebot in Wiesbaden in den letzten sechs Jahren von 2,65 auf 2,31 verbessert hat.

Während die in Mainz Befragten für das Warenangebot in beiden Landeshauptstädten mit 2,30 bzw. 2,31 die nahezu gleiche positive Note vergeben, beurteilen die Wiesbadener das Angebot der dortigen Geschäfte mit der Note 2,50 schlechter als den Einzelhandel in der Innenstadt von Mainz mit 2,37.

Zunahme der Einkäufe in der Nachbarstadt

Anfang der 90er Jahre war Wiesbaden als Einkaufsstandort noch wesentlich attraktiver für die Mainzer Bevölkerung als umgekehrt. Dies hat sich bis 1998 erheblich geändert: Weniger Mainzer kauften in Wiesbaden ein, während gleichzeitig die Wiesbadener verstärkt nach Mainz zum Einkaufen kamen. Dadurch stellte sich ein Gleichgewicht zwischen den beiden Landeshauptstädten ein mit jeweils 40 % der Bevölkerung, die auch in der Nachbarstadt einkaufte. Dies zeigte eine Studie der Rhein-Main-Presse:

Einkäufe in der Nachbarstadt	1991 - 93	1998
Mainzer* kaufen in Wiesbaden ein	52 %	40 %
Wiesbadener kaufen in Mainz ein	32 %	40 %

* Erhebungsbasis 250 Haushalte, Quelle: „Einkaufen 98“. Studie der Rhein-Main-Presse.

Laut Erhebungen des Geographischen Instituts hatte sich bereits 2003 das 1998 noch ausgeglichene Verhältnis leicht zu Gunsten von Mainz verschoben. Dieser Trend verstärkte sich bis 2005, als 71 % der in

Wiesbaden befragten Passanten in Mainz einkauften, während nur 58 % der Mainzer Innenstadtbesucher auch nach Wiesbaden zum Einkaufen führen.

Die letzten beiden Untersuchungen zeigen eine deutliche Trendwende bei den Mainzer Passanten. Diese kaufen zunehmend in Wiesbaden ein. Innerhalb der letzten vier Jahre ist der Anteil der in Mainz Interviewten, die auch Kunden des Einzelhandels in der Nachbarstadt sind, von 57 % auf 79 % gestiegen. Ebenso hoch ist auch der Anteil der Wiesbadener Passanten, die in der Mainzer City einkaufen.

Einkäufe in der Nachbarstadt	2003	2005	2007	2009	2011
Mainzer Passanten kaufen in Wiesbaden ein	59 %	58 %	57 %	66 %	79 %
Wiesbadener Passanten kaufen in Mainz ein	61 %	71 %	69 %	71 %	79 %

Zusammenfassend stellt Meyer fest, dass die Ergebnisse des City-Vergleichs eine sehr positive Entwicklung aufweisen: „In den letzten zwei Jahren hat sich in beiden Städten nicht nur das Einzelhandelsangebot aus der Sicht der Kunden verbessert, sondern auch die Einkäufe in der Nachbarstadt haben zugenommen. In dieser Hinsicht hat Mainz seinen Vorsprung vor Wiesbaden verloren, und auch der Abstand bei der Benotung des Einzelhandels wird immer geringer“.

Kontakt:

Prof. Dr. Günter Meyer
Geographisches Institut
Universität Mainz
55099 Mainz
Tel.: (06131) 39 – 22701
Fax.: (06131) 39 – 24736
e-mail: g.meyer@geo.uni-mainz.de
www.geo.uni-mainz.de/meyer

BRENNPUNKT. Mainzer City

Design Inka Meyer

Brennpunkt Mainzer City – Langzeitstudie zur Entwicklung der Innenstadt

Teil IV der Untersuchungen: Veränderungen des Passantenverkehrs im Mainzer Stadtzentrum

Das Geographische Institut der Johannes Gutenberg-Universität Mainz führt seit 2003 eine Langzeitstudie zur Entwicklung der Stadtzentren von Mainz und Wiesbaden durch. Im Abstand von zwei Jahren befragen und zählen Geographiestudierende unter Leitung von Prof. Günter Meyer Passanten in den Hauptgeschäftsstraßen. Im Rahmen der „Stadt der Wissenschaft“ fand diese Untersuchung in Zusammenarbeit mit dem Amt für Stadtentwicklung im Juni zum fünften Mal statt. Wie bei allen früheren Erhebungen erfolgten die Fußgängerzählungen auch 2011 am Donnerstag nach Pfingsten. Von 10 Uhr bis 16.10 Uhr wurden die Passanten an 43 Standorten in der Mainzer Innenstadt jeweils zur vollen Stunde 10 Minuten lang gezählt. Die Ergebnisse sind in den beigefügten Karten der aktuellen Verteilung der Passantenströme in der Mainzer Innenstadt und der Veränderungen der Fußgängerzahlen zwischen 2009 und 2011 abgebildet.

Verlagerung der Fußgängerströme zulasten von Römerpassage und Karstadt

In den letzten zwei Jahren lassen sich deutliche Verlagerungen des Passantenverkehrs im Mainzer Stadtzentrum feststellen. Verlierer sind zwei der drei Eckpfeiler des Tripol-Konzeptes in der Innenstadt. Nur das Brand-Zentrum konnte seine Position weitgehend behaupten. Den Spitzenrang mit der höchsten Passantenzahl nimmt weiterhin der Kardinal-Volk-Platz ein. Setzt man diesen Wert gleich 100 Prozent, erreicht das Brand-Zentrum einen Anteil von 82 Prozent, der Osteingang der Römerpassage 68 Prozent und die Ludwigstraße in Höhe Karstadt 66 Prozent des Maximalwertes.

Bei den jüngsten Untersuchungen waren rund 7 Prozent weniger Besucher in die Innenstadt gekommen als bei den Erhebungen zwei Jahre zuvor. Berücksichtigt man diese durchschnittliche Abnahme des Passantenverkehrs, so hat vor allem die Römerpassage mit der anschließenden Lotharstraße einen Einbruch der Fußgängerzahlen erfahren, der mit einem Minus von 18 Prozent weit stärker ausfällt als Durchschnitt aller Zählstellen. Aber auch das Gebiet um Karstadt und der östliche Teil der Ludwigstraße bis zum Schillerplatz verzeichnen eine relativ starke Abnahme des Passanten um bis zu 19 Prozent.

Dagegen lassen sich im Bereich der City-Meile für die Seppel-Glückert-Passage sowie für den Flachsmarkt, die Große Bleiche, den südlichen Bereich der Augustinerstraße und die Gaustraße eine Zunahme der Passantenzahlen feststellen. In allen Fällen waren 2009 weit überproportional starke Rückgänge zu verzeichnen, die jetzt z.T. wieder ausgeglichen werden.

Völlig aus dem Rahmen fällt dagegen der Anstieg um 152 Prozent in der Korbgrasse. Angesichts der extrem geringen Passantenzahlen vor dem Umbau in eine ursprünglich als „Luxusmeile“ deklarierte Einkaufsstraße ist dieser enorme Anstieg allerdings nicht überraschend, zumal auch nach dem Bezug der neuen Läden nur ein Anteil von 8 Prozent am Höchstwert des Fußgängerverkehrs erreicht wird.

Sinkende Besucherzahlen in Mainzer Innenstadt bei gleichzeitigem Anstieg in Wiesbaden

Vergleicht man die Ergebnisse der Mainzer Zählungen mit den entsprechenden in Wiesbaden durchgeführten Erhebungen, so steht einem Rückgang der Besucherzahlen an allen Mainzer Zählstellen um durchschnittlich 7 Prozent in den letzten zwei Jahren ein Anstieg von 8 Prozent in Wiesbaden gegenüber. Hier zeigt sich eine gegenläufige Entwicklung in den beiden Landeshauptstädten, die in dieser Größenordnung kaum zu erwarten war, aber durchaus die City-Entwicklung zum Nachteil von Mainz und zum Gewinn für Wiesbaden widerspiegelt:

Beim Vergleich der prozentualen Veränderungen der Passantenwerte an allen Zählstellen hatte Mainz zwischen 2003 und 2005 mit einem Vorsprung von 7 Prozentpunkten deutlich besser abgeschnitten als Wiesbaden. Auch zwischen 2005 und 2007 führte Mainz noch mit 6 Prozentpunkten vor der Nachbarstadt. Danach jedoch wendet sich das Blatt: Bereits 2009 schneidet Wiesbaden im zweijährigen Vergleich der Besucherentwicklung um 4 Prozentpunkte und bei der jüngsten Erhebung sogar um 15 Prozent besser ab, als die Mainzer Innenstadt. In der Zwischenzeit ist in Wiesbaden der Umbau der Hauptgeschäftsstraßen weitgehend abgeschlossen, und das neue Einkaufszentrum Luisenforum trägt ebenfalls zur Attraktivitätssteigerung des dortigen Stadtzentrums bei. In Mainz hat es dagegen in den letzten Jahren keine gravierende Verbesserung der innerstädtischen Einkaufssituation gegeben.

Dies bestätigen auch die Ergebnisse der vergleichenden Befragungen von jeweils mehr als 2000 City-Besuchern in den beiden Nachbarstädten. Wie in den früher veröffentlichten Teilen der Studie gezeigt werden konnte, sind immer mehr der in Mainz Befragten der Ansicht, dass die Wiesbadener Innenstadt attraktiv ist und sich das dortige Einzelhandelsangebot in den letzten Jahren so erheblich verbessert hat, dass inzwischen mehr Mainzer nach Wiesbaden zum Einkaufen fahren als umgekehrt.

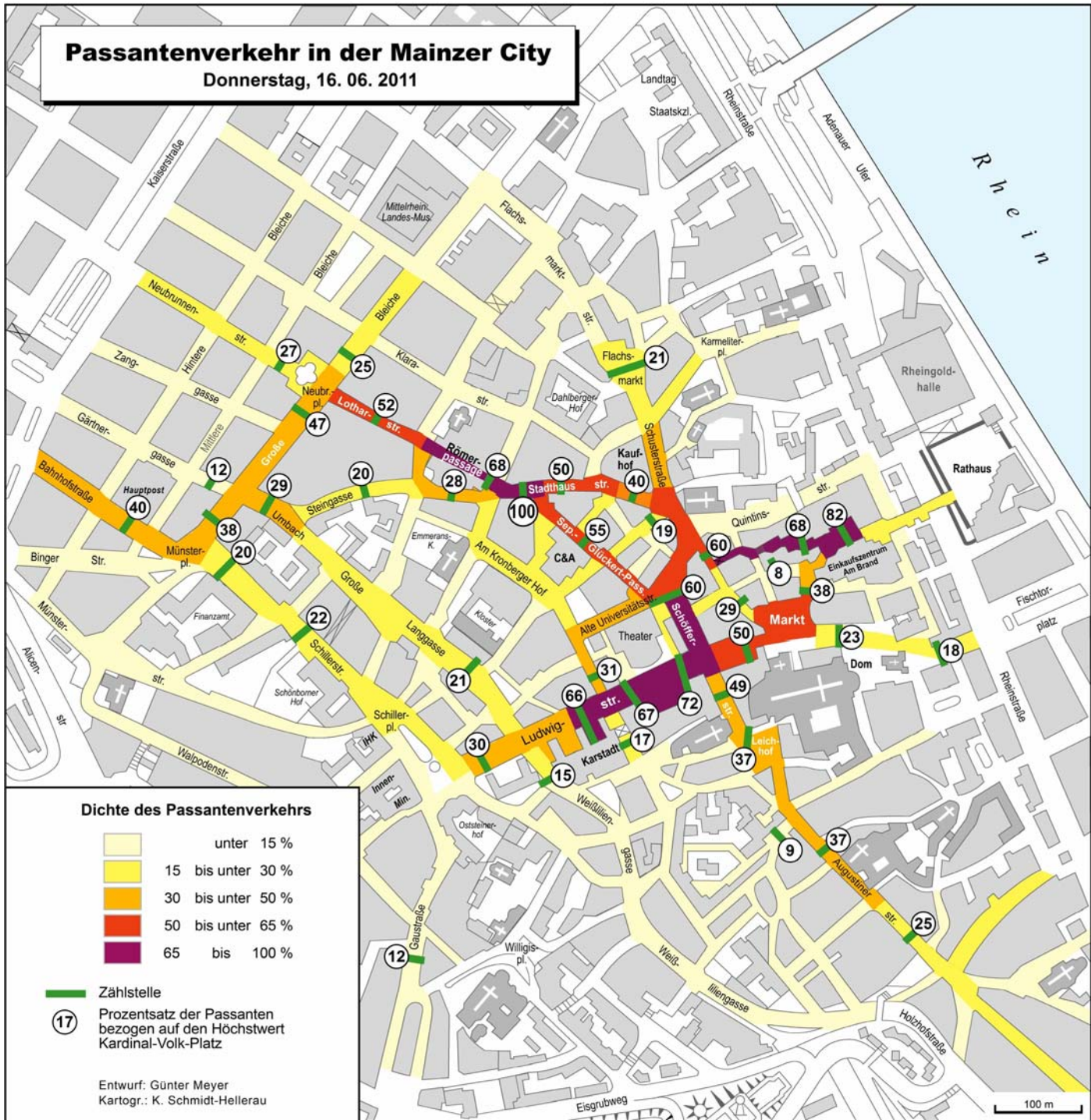
„Wiesbaden hat es geschafft, die Attraktivität seines Stadtzentrums und das innerstädtische Einzelhandelsangebot in den letzten Jahren so zu verbessern, dass dort mehr Kunden angezogen werden. Dagegen stagniert die Innenstadtentwicklung in Mainz weitgehend. Rückläufige Besucherzahlen sind die Folgen“, fasst Meyer die Ergebnisse zusammen. „Wenn es nicht schnellstmöglich gelingt, den negativen Entwicklungstrend in Mainz durch eine erhebliche Attraktivitätssteigerung der Innenstadt zu stoppen, etwa durch den Bau eines neuen Einkaufszentrums, werden stark zunehmende Verluste an Kunden und Kaufkraft unvermeidbar sein“.

Kontakt:

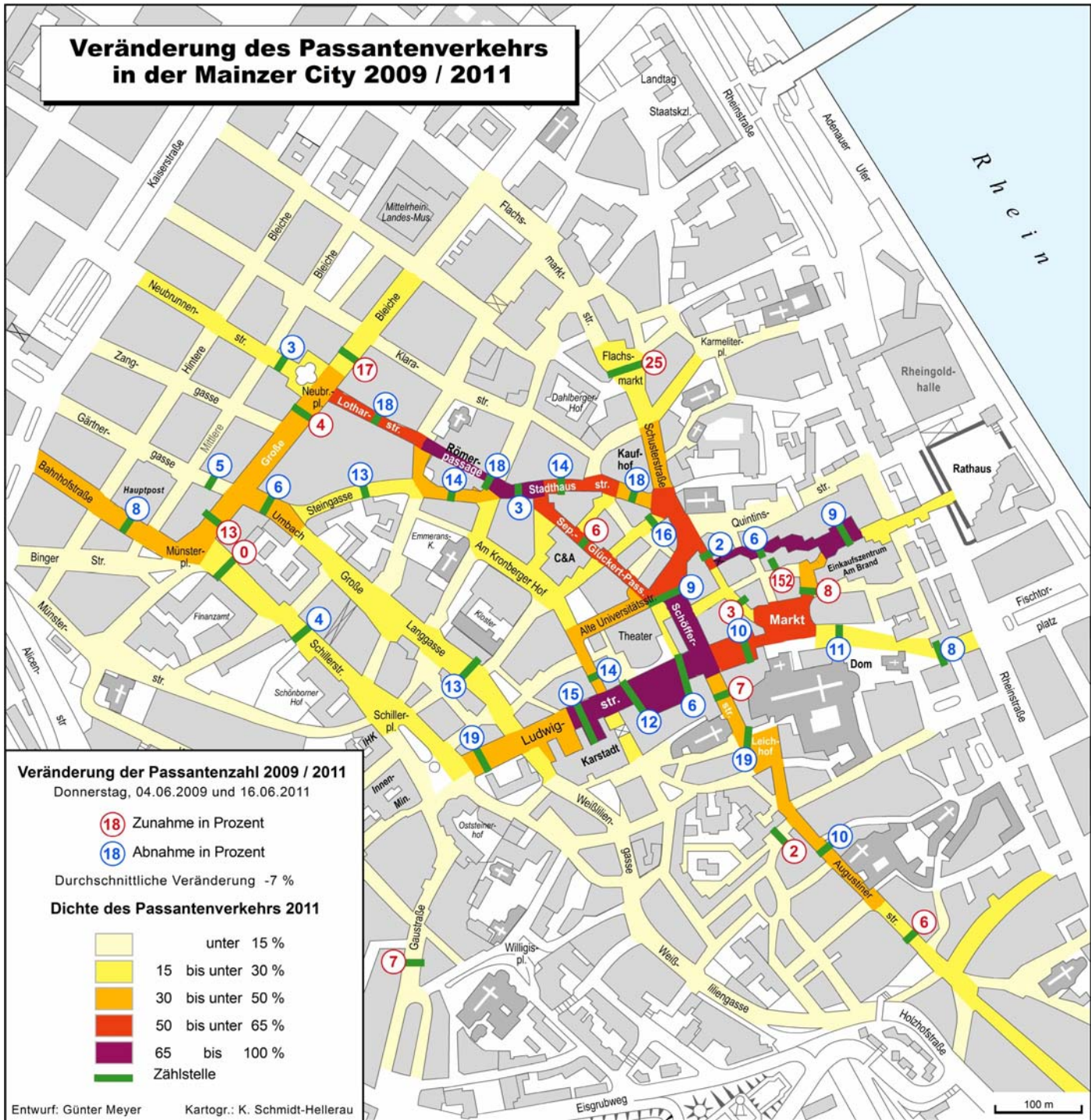
Prof. Dr. Günter Meyer
Geographisches Institut
Universität Mainz
55099 Mainz
Tel.: (06131) 39 – 22701
Fax.: (06131) 39 – 24736
e-mail: g.meyer@geo.uni-mainz.de
www.geo.uni-mainz.de/meyer

Passantenverkehr in der Mainzer City

Donnerstag, 16. 06. 2011



Veränderung des Passantenverkehrs in der Mainzer City 2009 / 2011



Brennpunkt Mainzer City –

Langzeitstudie zur Entwicklung der Innenstadt

Teil V der Untersuchung: Parken in Mainz und Wiesbaden – (k)eine reine Freude?

Das Geographische Institut der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (JGU) führt seit 2003 eine Langzeitstudie zur Entwicklung der Stadtzentren von Mainz und Wiesbaden durch. Im Abstand von zwei Jahren befragen Geographiestudierende unter Leitung von Prof. Günter Meyer in der Mainzer und Wiesbadener City jeweils mehr als 2.000 Passanten nach ihrem Einkaufsverhalten und ihrer Beurteilung der beiden Innenstädte. Im Rahmen der „Stadt der Wissenschaft“ fand diese Untersuchung in Zusammenarbeit mit dem Amt für Stadtentwicklung im Juni zum fünften Mal statt. In der Mainzer und Wiesbadener City wurden die Passanten u. a. nach ihrer Meinung über die Parksituation in der jeweiligen Innenstadt gefragt. Auch Einzelhändler im Mainzer Stadtzentrum wurden zu diesem Thema interviewt.

Beurteilung der Parkmöglichkeiten

Während des achtjährigen Untersuchungszeitraums wurden die Passanten in den beiden Stadtzentren bei allen Erhebungen gefragt: *“Wie beurteilen Sie das Angebot an Parkmöglichkeiten in der Innenstadt von Mainz bzw. Wiesbaden? Als ausreichend, etwas zu gering oder viel zu gering?”*

Tab.1: Beurteilung der Parkmöglichkeiten in der Innenstadt durch Passanten in den Hauptgeschäftsstraßen von Mainz und Wiesbaden

Parkmöglichkeiten in der Innenstadt sind ...	Mainz					Wiesbaden				
	(in % der befragten Passanten)					(in % der befragten Passanten)				
	2003	2005	2007	2009	2011	2003	2005	2007	2009	2011
- ausreichend	37	43	42	40	42	42	44	50	51	51
- etwas zu gering	28	26	28	28	26	24	28	25	26	22
- viel zu gering	35	31	30	32	32	34	28	25	22	27

Das Urteil der in Mainz Interviewten fällt bei allen Umfragen deutlich schlechter aus als bei den Vergleichserhebungen in Wiesbaden (Tab.1). Bei der jüngsten Untersuchung stuften 42 Prozent der in Mainz Befragten die hiesigen Parkmöglichkeiten als „ausreichend“ ein. Die gleiche positive Meinung zur Parkplatzsituation in der Nachbarstadt vertraten sogar 51 Prozent der dort Interviewten. Als „etwas zu gering“ charakterisieren 26 Prozent der in Mainz und 22 Prozent der in Wiesbaden erfassten Personen die jeweiligen Parkmöglichkeiten, während 32 Prozent der Mainzer bzw. 27 Prozent der Wiesbadener die Parkverhältnisse am Befragungsort als „viel zu gering“ bezeichneten.

Positivere Beurteilung der Parksituation durch Pkw-Nutzer und Auswärtige

Die Innenstadtbesucher, die mit dem Auto in die City von Mainz gefahren sind, schätzen die Parkmöglichkeiten deutlich besser ein als der Durchschnitt aller Befragten: Immerhin 52 Prozent der Pkw-Nutzer beurteilen die Parksituation als ausreichend, nur 23 Prozent von ihnen vertreten die Ansicht, dass die Parkmöglichkeiten in Mainz viel zu gering sind. Dagegen halten nicht mehr als 39 Prozent der Radfahrer, 34 Prozent der Befragten, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln ins Stadtzentrum gekommen sind, und nur 31 Prozent derer, die zu Fuß die Innenstadt aufgesucht haben, die dortige Parksituation für ausreichend. Von dieser letzten Gruppe bezeichnen sogar 44 Prozent die Parkmöglichkeiten als viel zu gering. Die negative Einschätzung dürfte vor allem dadurch bedingt sein, dass die Fußgänger zum größten Teil in der Innenstadt oder in den unmittelbar angrenzenden Gebieten leben und als Anwohner immer wieder mit Parkproblemen konfrontiert werden.

Die gleiche Abfolge zwischen der Verkehrsmittelnutzung beim Besuch der Innenstadt und der Beurteilung der Parkplatzsituation lässt sich auch in Wiesbaden feststellen. Hier bezeichnen sogar 60 Prozent der Pkw-Nutzer die Parkmöglichkeiten in der Innenstadt als ausreichend.

Große Unterschiede sind bei der Einschätzung der Parksituation auch zwischen den einheimischen und auswärtigen Innenstadtbesuchern in Mainz festzustellen. Nur 36 Prozent der in der rheinland-pfälzischen Landeshauptstadt Wohnenden halten die Parkmöglichkeiten im Stadtzentrum für ausreichend – gegenüber einem weit höheren Vergleichswert von 51 Prozent der Auswärtigen, die diese positive Einschätzung teilen. Dementsprechend meinen nur 24 Prozent der außerhalb Wohnenden im Vergleich zu 38 Prozent der Mainzer, dass die innerstädtischen Parkmöglichkeiten viel zu gering sind.

Die meisten Autofahrer finden gleich einen freien Parkplatz

Entgegen der relativ schlechten Beurteilung der Parkmöglichkeiten haben bei der letzten Erhebung 83 bzw. 87 Prozent der Innenstadtbesucher, die mit dem Pkw ins Stadtzentrum gefahren sind, sowohl in Mainz als auch in Wiesbaden sofort einen freien Parkplatz gefunden. In Mainz hatten 7 Prozent gewartet bis ein Parkplatz frei wurde, 6 Prozent hatten vorher vergeblich an ein bis zwei Stellen nach einem Parkplatz gesucht und nur 4 Prozent mussten länger suchen. Bei der Dauer der Parkplatzsuche hat sich in beiden Städten während des achtjährigen Untersuchungszeitraums kaum etwas geändert.



Die Kritik richtet sich vor allem gegen die Höhe der Parkgebühren (Foto G. Meyer)

Zwei Drittel der Innenstadtbesucher halten Parkgebühren in Mainz für viel zu hoch

In den beiden Landeshauptstädten wurden die Passanten auch gefragt: „Wie beurteilen Sie die Parkgebühren in der Innenstadt von Mainz bzw. Wiesbaden? Als angemessen, etwas zu hoch oder viel zu hoch?“

Tab. 2: Beurteilung der Parkgebühren in den Innenstädten von Mainz und Wiesbaden

Parkgebühren sind	Mainz (in % der befragten Passanten)					Wiesbaden (in % der befragten Passanten)				
	2003	2005	2007	2009	2011	2003	2005	2007	2009	2011
- angemessen	13	20	12	11	11	16	17	15	18	21
- etwas zu hoch	32	37	30	29	24	32	38	34	36	39
- viel zu hoch	55	43	58	60	65	52	45	51	46	40

Es kann kaum überraschen, dass die Parkgebühren in der City generell als zu hoch angesehen werden. Bemerkenswert ist jedoch, dass sich die Beurteilung der Parkgebühren in Mainz seit 2005 immer weiter

verschlechtert hat. Der Anteil der Innenstadtbesucher, von denen die Parkgebühren als „viel zu hoch“ eingestuft werden, ist in dieser Zeit von 43 Prozent auf 65 Prozent bei der letzten Erhebung angestiegen. Nur 11 Prozent halten die Mainzer Parkgebühren für „angemessen“, 24 Prozent beurteilen sie als „etwas zu hoch“.

Ein ganz anderes Bild zeigt sich in Wiesbaden. Dort hat sich die Beurteilung der Parkkosten seit 2007 erheblich verbessert. Statt 51 Prozent sind bei der aktuellen Erhebung nur noch 40 Prozent der Innenstadtbesucher der Ansicht, dass die Parkgebühren „viel zu hoch“ sind. Mit einem Anteil von 21 Prozent meinen im Vergleich zu Mainz fast doppelt so viele Passanten, dass die Parkgebühren in Wiesbaden „angemessen“ sind. Angesichts der geringen Distanz zwischen den beiden Stadtzentren, bedeutet diese unterschiedliche Einschätzung der Parkgebühren zweifellos einen Wettbewerbsnachteil für die Mainzer Innenstadt.

Sind Parkgebühren ein Problem für die Mainzer Innenstadtbesucher?

Nachdem 89 Prozent der Passanten die Parkgebühren in der City von Mainz für etwas oder viel zu hoch halten, stellt sich die Frage, für wie gravierend die Innenstadtbesucher dieses Problem ansehen. Einen Hinweis darauf liefern die Antworten auf die Frage „*Was stört Sie am meisten in der Mainzer Innenstadt?*“ Über zu hohe Parkgebühren klagen nur 5 Prozent der Innenstadtbesucher. Berücksichtigt man alle Antworten, in denen die Parksituation als Störfaktor in der City genannt wird, so erhöht sich der Anteil auf insgesamt 10 Prozent.

Auch bei der Frage „*Was sollte Ihrer Ansicht nach als Wichtigstes getan werden, damit die Mainzer Innenstadt für Sie persönlich noch attraktiver wird?*“, wünschen sich 7 Prozent eine Senkung der Parkgebühren oder kostenlose Kurzparkplätze. Fasst man alle Antworten zusammen, die sich auf eine Verbesserung der Parksituation in der Mainzer Innenstadt beziehen, so steigt der Anteil auf insgesamt 12 Prozent der Passanten, die hier den vordringlichsten Handlungsbedarf sehen.

Wie beurteilen die Einzelhändler die Parkgebühren in der Innenstadt?

Von 292 Einzelhändlern in der Mainzer City, die ebenfalls im Juni im Rahmen der Studie befragt wurden, gaben 15 Prozent an, dass sie in den zu teuren Parkplätzen eines der Hauptprobleme für die gegenwärtige Geschäftsentwicklung ihres Betriebes sähen. Fehlende Parkplätze nannte jeder zehnte Betriebsleiter als Hauptproblem.

Auf die Frage „*Was sollte Ihrer Meinung nach als Wichtigstes getan werden, um die Attraktivität der Mainzer Innenstadt insgesamt zu erhöhen?*“, forderten sogar 23 Prozent eine Senkung der Parkgebühren, ebenso viele Einzelhändler sprachen sich für eine generelle Verbesserung der Parksituation aus.

Die bisher veröffentlichten Ergebnisse der City-Studie (Teil I bis IV) sind unter

<http://www.uni-mainz.de/presse/49694.php> abrufbar.

Verantwortlich:

Prof. Dr. Günter Meyer

Geographisches Institut

Universität Mainz

55099 Mainz

Tel.: (06131) 39 – 22701

E-Mail: g.meyer@geo.uni-mainz.de

www.geo.uni-mainz.de/meyer

Brennpunkt Mainzer City –

Langzeitstudie zur Entwicklung der Innenstadt

Teil VI der Untersuchung: Was stört Innenstadtbesucher in Mainz und Wiesbaden?

Das Geographische Institut der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (JGU) führt seit 2003 eine Langzeitstudie zur Entwicklung der Stadtzentren von Mainz und Wiesbaden durch. Im Abstand von zwei Jahren befragen Geographiestudierende unter Leitung von Prof. Günter Meyer in der Mainzer und Wiesbadener City jeweils mehr als 2.000 Passanten nach ihrem Einkaufsverhalten und ihrer Beurteilung der beiden Innenstädte. Im Rahmen der „Stadt der Wissenschaft“ fand diese Untersuchung in Zusammenarbeit mit dem Amt für Stadtentwicklung im Juni 2011 zum fünften Mal statt.

In der Mainzer und Wiesbadener City wurden die Passanten u. a. gefragt: „Was stört Sie am meisten in der Mainzer/Wiesbadener Innenstadt?“ Die Frage wurde bewusst offen gestellt, d.h. ohne Antwortvorgaben, um so ein breites Spektrum der individuellen Meinungen zu erfassen. Im Folgenden werden die Ergebnisse der Befragungen miteinander verglichen, die jeweils in der Pfingstwoche im Juni 2009 und 2011 von Donnerstag bis Samstag in den beiden Städten durchgeführt wurden.

Was stört am meisten in der Mainzer und Wiesbadener Innenstadt?

In der folgenden Liste beziehen sich die roten Zahlen auf Mainz, die blauen auf Wiesbaden; vor dem Querstrich stehen die Angaben für 2011, dahinter für 2009. Die eingeklammerten Zahlen geben die Prozentanteile der befragten Passanten an, die den jeweiligen Störfaktor genannt hatten.

Rang 1/1 // 1/1: Mängel im Einzelhandel der City (19,6/25,8 // 20,3/35,2)

- Ramsch- und Billigläden (6,5/10,0 // 4,1/11,5)
- Unzureichende Auswahl und Qualität (4,1/7,4 // 3,8/4,6)
- Zu viele Filialgeschäfte, Monotonie im Angebot (3,1/1,8 // 5,6/7,7)
- Zu wenige Fachgeschäfte und Boutiquen (2,0/2,3 // 1,5/5,2)
- Alteingesessene Geschäfte schließen (1,0/1,4 // 1,0/1,3)
- Leer stehende Läden (1,0/1,6 // 0,7/0,7)

Rang 2/5 // 8/8: Parksituation (10,4/8,7 // 3,5/7,8)

- Zu hohe Parkgebühren (5,1/3,6 // 1,0 /0,6)
- Unzureichendes Parkplatzangebot (5,0/4,0 // 2,2/2,3)

Rang 3/3 // 7/7: Verkehr (10,0/9,5 // 4,0/4,5)

- Zu viel Verkehr in der Innenstadt (3,2/3,8 // 1,8/2,2)
- Radfahrer in der Fußgängerzone (2,5/2,6 // 0,7/0,6)
- Zu wenige und schlechte Radwege (1,4/0,4 // 0,5 /0,3)
- Busse in der Ludwigstraße (1,2/0,5 // 0/0)

Rang 4/2 // 9/9: Struktur der City (9,5/11,5 // 2,7/2,6)

- Zu weitläufige City mit zu großen Distanzen (3,4/5,5 // 0,4/1,1)
- Unzusammenhängende, unübersichtliche Struktur der City (2,5/3,8 // 0,4/0,3)
- Zu enge Innenstadt (1,6/1,2 // 0,8/0,7)

Rang 5/4 // 6/5: Gravierende Mängel in Architektur, Baustil, Gebäudeerhaltung (7,9/9,5 // 4,4/6,2)

Rang 6/6 // 2/2: Mangelhafte Sauberkeit (6,6/6,4 // 15,3/12,9)

- Durch Abfall verschmutzte Straßen und Plätze (3,9/1,4 // 12,7/9,8)
- Verunreinigung durch Tauben (0,5/1,0 // 0,8/1,8)

Rang 7/7 // 4/4: Atmosphäre in der Innenstadt (4,3/6,2 // 9,8/12,5)

- Zu voll, zu viele Menschen (1,1/1,4 // 1,6/1,3)
- Unfreundliche, spießige, hektische Menschen (0,7/0,9 // 2,2/2,9)
- Zu viel Lärm (0,5/1,2 // 1,0/1,5)
- Kein Flair, provinziell, verschlafen, langweilig, austauschbar (0,5/1,8 // 0,5/3,4)
- Trist, kalt, grau, ungemütlich (0,3/0,4 // 1,0/2,3)

Rang 8/9 // 11/10: Zu wenig Bäume und Grünflächen (3,0/4,3 // 2,1/2,5)

Rang 9/10 // 5/6: Gesellschaftliche Randgruppen (3,0/2,2 // 7,0/5,3)

Rang 10/8 // 3/3: Belästigungen durch Baustellen und -lärm (1,9/5,6 // 10,9/12,6)

Rang 11/12 // 12/12: Zu wenig Sitzgelegenheiten (1,9/1,4 // 1,8/1,3)

Rang 12/11 // 10/11: Mängel in der Gastronomie (1,5/2,1 // 2,5/1,7)

- Zu wenig (Eis-) Cafés (0,8/0,9 // 1,2/1,0)

Hauptkritik am Einzelhandelsangebot in der Innenstadt

Die meiste Kritik entzündet sich an Mängeln im City-Einzelhandel. Jeder fünfte Besucher der Mainzer Innenstadt (19,6 %) stört sich bei der jüngsten Erhebung daran. Der Spitzenwert bedeutet jedoch eine deutliche Abnahme der Kritik im Vergleich zur vorhergehenden Untersuchung im Jahr 2009: Damals wurde der Störfaktor sogar von mehr als einem Viertel der Passanten genannt (25,8 %).

Unter den verschiedenen Mängeln, die in dieser Kategorie zusammengefasst werden, ragt vor allem die Kritik an Ramsch- und Billigläden hervor (6,5 %). Hier ist ebenfalls ein erheblicher Rückgang zu verzeichnen gegenüber 2009, als sich noch jeder Zehnte an solchen wenig attraktiven Geschäften störte.

Nahezu um die Hälfte hat auch die Kritik an der unzureichenden Auswahl und der Qualität des Einzelhandelsangebots abgenommen, wie der Rückgang von 7,4 % auf 4,1 % zeigt.

Dagegen wird häufiger kritisiert, dass es zu viele Filialgeschäfte in der Innenstadt gibt und damit die Monotonie im Angebot wächst (3,1 %). Diese Entwicklung steht in engem Zusammenhang mit dem Bedauern über die Schließung von alteingesessenen Geschäften (1,0 %). Bemängelt wird außerdem, dass es zu wenige Fachgeschäfte und Boutiquen gibt (2,0 %) und manche Läden in der Innenstadt leer stehen (1,0).

Vergleicht man die Mainzer Ergebnisse mit den in der Wiesbadener Innenstadt erhobenen Daten, so fällt dort vor allem die noch stärkere Abnahme der Kritik am Einzelhandelsangebot auf. Störte sich daran von zwei Jahren noch mehr als ein Drittel aller Passanten (35,2 %), so nimmt jetzt nur noch jeder Fünfte daran Anstoß (20,3 %). Dieser positive Trend spiegelt sich auch wider in der besseren Benotung des Einzelhandels in der Wiesbadener City, wie bereits im Teil III der Untersuchungsreihe gezeigt werden konnte. Während vor zwei Jahren die Kritik am Einzelhandelsangebot in Wiesbaden noch wesentlich stärker war als in Mainz, liegen jetzt die beiden Nachbarstädte auf gleicher Höhe.

Zunehmende Klagen über Parksituation

Vor zwei Jahren rangierte die Kritik an der innerstädtischen Parkplatzsituation in Mainz noch auf Platz 5 (8,7 %). Inzwischen wird dieser Störfaktor am zweithäufigsten genannt (10,4 %). Die negative Beurteilung richtet sich in gleichem Maße gegen die zu hohen Parkgebühren (5,1 %) und das unzureichende Parkplatzangebot (5,0 %).

Gegenläufig zum Mainzer Trend haben in Wiesbaden die Klagen über die Parksituation in den letzten zwei Jahren um mehr als die Hälfte abgenommen (von 7,8 % auf 3,7 %) und erscheinen erst auf Rang 8 der Störfaktoren.

Kritik am innerstädtischen Verkehr

Die Kritik am Verkehr nimmt den dritten Rang ein und weist eine leichte Zunahme auf (von 9,5 % auf 10,0 %). Geklagt wird vor allem über den zu starken Verkehr in der Innenstadt (3,2 %), insbesondere in der Ludwigsstraße, wo der Busverkehr als störend empfunden wird (1,2 %). Die Kritik über Radfahrer in der Fußgängerzone liegt etwa auf dem gleichen Niveau (2,5 %) wie bei der vorherigen Erhebung. Zugenommen haben dagegen hat der Unwille der Passanten über zu wenige und zu schlechte Radwege (von 0,4 % auf 1,4 %).

In Wiesbaden wird der Verkehr nicht einmal halb so häufig kritisiert (4,0 %) wie in Mainz und erscheint dort nur an siebter Stelle der Hauptkritikpunkte.

City-Struktur stört weniger

Die Klagen über die Struktur der Mainzer City sind seltener geworden (von 11,5 % auf 9,5 %) und vom zweiten auf den vierten Platz zurückgefallen. Die Innenstadtbesucher stören sich daran, dass die City zu weitläufig ist und die Distanzen zu groß sind (3,4 %). Bemängelt werden auch die nicht zusammenhängende und unübersichtliche Struktur der City (2,5 %) und die zu enge Innenstadt (1,6 %).

Klagen über bauliche Strukturen und Sauberkeit

Gravierende Mängel in der Architektur, im Baustil und beim der Erhaltung der Gebäude in der Mainzer Innenstadt werden seltener als genannt (von 9,5 % auf 7,9 %). Auf gleichem Niveau wie zwei Jahre zuvor bewegen sich dagegen die Klagen über mangelhafte Sauberkeit im Stadtzentrum (6,6 %). Dieses Problem wird von Innenstadtbesuchern in Wiesbaden noch als wesentlich gravierender empfunden. Durch Abfall verschmutzte Straßen und Plätze, speziell Verunreinigungen durch weggeworfene Zigarettenkippen und Kaugummi, Tauben und Hundekot sowie überfüllte oder fehlende Abfallbehälter und Aschenbecher verärgern dort mit steigender Tendenz so viele Passanten (von 12,9 % auf 15,3 %), dass diese Kritik in Wiesbaden sogar am zweithäufigsten genannt wird.

Weitere Kritikpunkte

Über eine nicht gerade einladende Atmosphäre in der Innenstadt klagt in Mainz (4,3 %) ein deutlich geringerer Anteil der Passanten als in Wiesbaden (9,8 %). Bei der Kritik, dass es zu wenig Bäume und Grünflächen in der Innenstadt gibt, schneidet Mainz etwas schlechter ab (3,0 %) als die Nachbarstadt (2,1 %). Dagegen wird im Stadtzentrum die Anwesenheit von gesellschaftliche Randgruppen, wie Obdachlosen, Bettlern und Punks, in der hessischen Landeshauptstadt von den Besuchern wesentlich stärker als Belästigung empfunden (7,0 %) als das in Mainz der Fall ist (3,0 %).

Erheblich sind auch die Unterschiede zwischen den Nachbarstädten hinsichtlich der Störung durch Bauarbeiten. Zwar haben die Bauaktivitäten im Bereich der Hauptgeschäftsstraßen in Wiesbaden in den letzten zwei Jahren abgenommen, aber immer noch fühlen sich dort wesentlich mehr Innenstadtbesucher durch Baustellen und -lärm belästigt (10,9 %) als in Mainz (1,9 %). Klagen über zu wenige Sitzgelegenheiten (1,9 %) und Mängel in der Gastronomie (1,5 %) erscheinen in Mainz auf den letzten beiden Rängen der Kritikliste und werden auch in Wiesbaden nur selten geäußert.

Brennpunkt Mainzer City – Langzeitstudie zur Entwicklung der Innenstadt

Teil VII der Untersuchung: Wünsche zur Attraktivitätssteigerung der Innenstädte von Mainz und Wiesbaden

Das Geographische Institut der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (JGU) führt seit 2003 eine Langzeitstudie zur Entwicklung der Stadtzentren von Mainz und Wiesbaden unter Leitung von Prof. Günter Meyer durch. Im Abstand von zwei Jahren befragen Geographiestudierende in der Mainzer und Wiesbadener City jeweils mehr als 2.000 Passanten nach ihrem Einkaufsverhalten und ihrer Beurteilung der beiden Innenstädte. Im Rahmen der „Stadt der Wissenschaft“ fand diese Untersuchung in Zusammenarbeit mit dem Amt für Stadtentwicklung im Juni 2011 zum fünften Mal statt.

In der Mainzer und Wiesbadener City wurden die Passanten u. a. gefragt: „Was sollte als Wichtigstes getan werden, damit die Mainzer/Wiesbadener Innenstadt für Sie persönlich noch attraktiver wird?“ Die Frage wurde bewusst offen gestellt, d.h. ohne Antwortvorgaben, um so ein breites Spektrum der individuellen Meinungen zu erfassen. In der folgenden Auflistung werden die Ergebnisse der Befragungen miteinander verglichen, die jeweils in der Pfingstwoche im Juni 2009 und 2011 von Donnerstag bis Samstag in den beiden Städten durchgeführt wurden.

Besucher des Mainzer und Wiesbadener Stadtzentrums schlugen 2011 und 2009 die folgenden Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung der jeweiligen Innenstadt vor.

Die roten Zahlen beziehen sich auf Mainz, die blauen auf Wiesbaden; vor dem Querstrich stehen die Angaben für 2011, dahinter für 2009. Die eingeklammerten Zahlen geben die Prozentanteile der befragten Passanten an, die den jeweiligen Vorschlag zur Attraktivitätssteigerung genannt hatten.

Rang 1/1 // 1/1: Verbesserung des Einzelhandelsangebots (23,9/24,7 // 20,5/31,9)

- Mehr (Fach-)Geschäfte, besonders bei Bekleidung (9,3/8,9 // 12,4/13,1)
- Neues Einkaufszentrum (4,5/0,8 // 1,3/0,4)
- Bessere Qualität des Angebots (3,1/7,0 // 2,1/1,4)
- Keine Ramschläden (1,5/2,5 // 1,4/4,4)

- Einheitliche und längere Öffnungszeiten (1,5/1,3 // 0,5/0,2)
- Weniger Filialisten und Kettenläden (1,2/1,2 // 2,0/6,9)

Rang 2/3 // 6/6: Verbesserung der Parkplatzsituation (12,9/10,4 // 4,4/4,2)

- Senkung der Parkgebühren (7,3/3,9 // 1,2/1,9)
- Mehr Parkplätze (4,8/4,1 // 2,4/1,9)

Rang 3/2 // 3/2: Stärkere Begrünung, mehr Bäume und Blumen (10,1/10,7 // 7,1/8,7)

Rang 4/5 // 8/10: Verbesserung der Verkehrssituation (7,0/6,0 // 3,8/3,0)

- Verkehrsberuhigung der Innenstadt (2,3/1,5 // 1,2/1,1)
- Mehr und bessere Radwege (1,5/1,5 // 1,1/0,6)

Rang 5/7 // 10/8: Mehr Sitzmöglichkeiten (5,3/5,1 // 3,5/3,7)

Rang 6/6 // 4/4: Verbesserung der Gastronomie (4,3/5,3 // 6,1/6,3)

- Mehr (Straßen-, Eis-) Cafés (3,0/3,2 // 3,1/3,3)

Rang 7/9 // 5/9: Stärkung des Freizeitangebotes (4,0/3,4 // 5,7/3,2)

- Mehr Veranstaltungen, Feste, Events (1,2/1,1 // 1,5/0,7)
- Mehr Kinderspielmöglichkeiten und -betreuung (1,1/1,1 // 1,8/1,0)

Rang 8/8 // 2/3: Erhöhung der Sauberkeit (3,6/4,2 // 11,6/6,3)

Rang 9/4 // 7/7: Attraktivere bauliche Gestaltung (2,6/6,8 // 4,1/4,2)

Rang 10/11 // 9/5: Verbesserung der Atmosphäre (1,9/2,3 // 3,8/4,6)

- Mehr Sicherheit, Polizeipräsenz (0,1/0,4 // 2,0/1,1)

Rang 11/10 // 13/13: Verbesserung der City-Struktur (1,3/2,8 // 0,7/0,8)

Rang 12/12 // 14/14: Verbesserung/Ausweitung der Fußgängerzone (1,2/1,4 // 0,4/0,3)

Rang 13/13 // 11/11: Reduzierung der Baustellen (0,4/1,0 // 2,5/2,3)

Rang 14/14 // 12/12: Angehörige sozialer Randgruppen entfernen (0,4/0,2 // 1,4/1,0)

Hauptforderung nach Verbesserung des Einzelhandelsangebots zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt

Im Teil VI der Studie konnte bereits gezeigt werden, dass vor allem Mängel im City-Einzelhandel von den Innenstadtbesuchern kritisiert werden. Deshalb ist nur zu verständlich, dass die Forderung nach einer Verbesserung des Einzelhandelsangebots mit weitem Abstand vor allen anderen Vorschlägen an der Spitze der Wünsche zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt steht. Fast jeder vierte in Mainz interviewte Passant (23,9 %) sieht hier die wichtigste Möglichkeit, das Stadtzentrum attraktiver zu machen. Dies sollte insbesondere dadurch erreicht werden, dass mehr neue (Fach-)Geschäfte gerade in der Bekleidungsbranche eröffnet werden (9,3 %), ein Einkaufszentrum errichtet wird (4,5 %) und durch neue Läden mit hochwertigerem Angebot die Qualität des innerstädtischen Einzelhandels angehoben wird (3,1 %). Fasst man die drei Vorschläge zusammen, die alle eine erhebliche Ausweitung der innerstädtischen Verkaufsflächen voraussetzen, so lässt sich dies als ein gewichtiges Votum von 16,9 % der Innenstadtbesucher für den geplanten Bau eines Einkaufszentrums in der Ludwigstraße interpretieren. Dabei ist zu berücksichtigen, dass zum Zeitpunkt der Befragungen im Juni die Diskussion um das Für und Wider des Shopping-Centers gerade erst begonnen hatte.

Bei den weiteren Vorschlägen zur Verbesserung des Einzelhandelsangebots überrascht, dass nur wenige Passanten die Beseitigung der Ramsch- und Billigläden wünschen (1,5 %), obwohl diese Geschäfte zuvor bei den Mängeln des Mainzer City-Einzelhandels am häufigsten kritisiert wurden (6,5 %).

Vergleicht man die Ergebnisse mit der Situation in Wiesbaden, so fällt dort der erhebliche Rückgang bei den Verbesserungswünschen im Einzelhandel auf (Abnahme von 31,9 % auf 20,5 %) – ein klarer Beleg dafür, dass die Innenstadtbesucher positiv auf die beträchtliche Ausweitung der Verkaufsflächen durch das Einkaufszentrum Luisenforum und neuerdings die Dornschen Höfe reagiert haben.

Verbesserung der Parkplatzsituation wichtiger als mehr Grün

Bei den vier vorhergehenden Erhebungen rangierte der Wunsch nach stärkerer Begrünung sowie mehr Bäumen und Blumen in der Innenstadt immer auf dem zweiten Platz der Vorschläge zur Attraktivitätssteigerung der Mainzer Innenstadt. Zwar wird dieser Wunsch immer noch von jedem Zehnten der dort interviewten Passanten genannt (10,1 %); doch hat die Forderung nach einer Verbesserung der Parkplatzsituation jetzt so sehr an Bedeutung gewonnen (12,9 %), dass die beiden Vorschläge ihren Rang getauscht haben. Das zunehmende Verlangen nach einer Senkung der Parkgebühren und kostenlosen Kurzparkplätzen (Anstieg von 3,9 % auf 7,3 %) sowie nach insgesamt mehr Parkplätzen (4,8 %) ist in Mainz fast dreimal so stark ausgeprägt wie in Wiesbaden, wo nur 4,4 % der Passanten eine Verbesserung der Parksituation fordern.

Weitere Vorschläge zur Steigerung der Attraktivität

Den vierten Platz in der Rangfolge der Wünsche zur Attraktivitätssteigerung der Mainzer Innenstadt nimmt der Vorschlag einer Verbesserung der Verkehrssituation ein (7,0 %), gefolgt von der dringenden Bitte vor

allem älterer Menschen mehr Bänke im Stadtzentrum aufzustellen (5,3 %). Bei den Anregungen zur Verbesserung der Gastronomie (4,3 %) wird in erster Linie auf den Bedarf an weiteren Straßen- und Eis-Cafés hingewiesen (3,0 %). Das Freizeitangebot in der Innenstadt sollte durch mehr Veranstaltungen (1,2 %) sowie mehr Spielmöglichkeiten und Betreuungsangebote für Kinder (1,1 %) gestärkt werden.

Ab Rang 8 folgen als vorgeschlagene Verbesserungsmaßnahmen die Erhöhung der Sauberkeit (3,6 %), eine attraktivere Gestaltung der Gebäude in der Innenstadt (2,6 %), insbesondere in der Ludwigsstraße, sowie die Verbesserung der Atmosphäre im Stadtzentrum (1,9 %). Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang, dass in Mainz mehr Sicherheit und stärkere Polizeipräsenz fast gar nicht gefordert werden (0,1 %), in Wiesbaden jedoch eine wesentlich größere Rolle spielen (2,0 %).

Die bisher veröffentlichten Ergebnisse der Langzeitstudie Teil I bis VI sind zu finden unter <http://www.uni-mainz.de/presse/49772.php>.