



JOHANNES GUTENBERG
UNIVERSITÄT MAINZ

GEOGRAPHISCHES INSTITUT

City-Entwicklung Jena 1991 bis 2016

*Untersuchungen zur Entwicklung der Jenaer Innenstadt
Band 35*



Prof. Dr. Günter Meyer

Geographisches Institut, Universität Mainz, 55099 Mainz

Tel.: 06131/3922701 und 3923446, Fax: 06131/3924736, E-Mail: g.meyer@geo.uni-mainz.de

September 2016

INHALTSVERZEICHNIS

1. Zusammenfassung der Ergebnisse	3
2. Methodische Vorbemerkungen zur Durchführung der Untersuchung	10
3. Attraktivität der Innenstadt	11
4. Bewertung des Einzelhandelsangebots in der Innenstadt von Jena	14
5. Goethe Galerie, Neue Mitte und übriges Stadtzentrum – separate oder sich gegenseitig ergänzende Standorte?	15
6. Innenstadtbesuch als Pflicht oder Freizeit	17
7. Einkaufshäufigkeit in großflächigen Einzelhandelsstandorten in Jena	20
8. Einkaufshäufigkeit in Erfurt, Weimar, Gera und Leipzig	23
9. Einkäufe im elektronischen Handel	24
10. Verkehrsmittelwahl beim Besuch des Stadtzentrums an Werktagen und samstags	25
11. Beurteilung der Parkmöglichkeiten in der Innenstadt	29
12. Beurteilung der Parkgebühren im Stadtzentrum	31
13. Dauer der Parkplatzsuche in der Innenstadt	32
14. Art der beim Innenstadtbesuch genutzten Parkplätze	35
15. Parken auf gebührenpflichtigen oder kostenlosen Parkplätzen im Stadtzentrum	36
16. Vorschläge zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt	37
17. Fragebögen	43

1. Zusammenfassung der Ergebnisse

Die hier vorgestellten Befragungsergebnisse gehören zu einer Langzeitstudie, die von 1991 bis 2016 durchgeführt wurde. Unter der Leitung des Autors befragten Studierende Passanten in den Hauptgeschäftsstraßen der Innenstadt von Jena sowie Besucher der beiden Einkaufszentren Goethe Galerie und Neue Mitte.

Bei der letzten Erhebung wurden von Donnerstag, 19. Mai, bis Samstag, 21. Mai 2016, im Stadtzentrum insgesamt 2871 Personen nach ihrem Einkaufsverhalten und ihrer Verkehrsmittelwahl sowie nach ihrer Meinung zu Entwicklungsproblemen der Innenstadt von Jena gefragt.

Bei der Interpretation der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass in der Untersuchungswoche umfangreiche Tiefbauarbeiten mit einer halbjährigen Sperrung der wichtigen innerstädtischen Verkehrsachse von Leutragraben und Schillerstraße begannen. Erhebliche negative Auswirkungen auf die Aufenthaltsqualität im Stadtzentrum und die Entwicklung des dortigen Einzelhandels sind die Folge.

Sinkende Attraktivität der Innenstadt

81 % aller Befragten empfinden die Jenaer Innenstadt als *sehr attraktiv* oder *attraktiv*. Mit diesem Ergebnis schneidet Jena etwas schlechter ab als Mainz mit einem Vergleichswert von 87 %, rangiert aber mit einem Vorsprung von 2,5 Prozentpunkten vor Wiesbaden. Dieses erfreuliche Ergebnis wird jedoch dadurch getrübt, dass nach einer relativ langen Phase der Attraktivitätssteigerung eine markante Trendwende festzustellen ist. So hat der Anteil der Befragten, von denen das Stadtzentrum als *sehr attraktiv* oder *attraktiv* empfunden wird, seit dem Höhepunkt im Jahre 2008 mit 90 % bis zur letzten Befragung um 9 Prozentpunkte abgenommen. Gleichzeitig stieg die Einschätzung der Innenstadt als *wenig attraktiv* und *unattraktiv* von 10 % auf 19 % und hat sich damit fast verdoppelt.

Der über den Zeitraum von acht Jahren anhaltende Attraktivitätsverlust ist als ein Warnzeichen zu verstehen, dass hier dringender Handlungsbedarf zur Aufwertung des Jenaer Stadtzentrums besteht. Dabei ist besonders kritisch zu sehen, dass dieser längerfristige negative Trend kurzfristig durch die Tiefbauarbeiten und Straßensperrungen in der Innenstadt bis Ende 2016 noch massiv verstärkt wird. Da die Baumaßnahmen in der Erhebungswoche begannen, dürften sich deren Folgen allerdings erst zu einem geringen Teil auf die Frage nach der Attraktivität der Innenstadt ausgewirkt haben.

Schlechtere Noten für Einzelhandelsangebot

Auch bei der Bewertung des Einzelhandelsangebots im Stadtzentrum von Jena auf einer Schulnotenskala von 1 bis 6 ist eine negative Entwicklung zu beobachten. Die Durchschnittsnote hat sich zwischen 2008 und 2016 von 2,36 auf 2,68 verschlechtert. Auch dies ist ein negativer Indikator, der die Notwendigkeit einer Stärkung des Einzelhandels im Stadtzentrum unterstreicht.

Die hiesige Qualität des Einzelhandelsangebots konnte sich 2008 in der subjektiven Wahrnehmung der in den Hauptgeschäftsstraßen Befragten durchaus noch mit dem Angebot der innerstädtischen Geschäftszentren in Mainz und Wiesbaden messen, obwohl diese über eine etwa doppelt bzw. dreimal so große Verkaufsfläche verfügen. Inzwischen bleibt jedoch die Durchschnittsnote für das Einzelhandelsangebot in Jena um 0,38 Notenwerte hinter Mainz und 0,41 hinter Wiesbaden zurück.

Koppelung des Aufenthaltes in Einkaufszentren mit Besuch der Hauptgeschäftsstraßen

Nach der Eröffnung der Goethe Galerie im ehemaligen Zeiss-Werk und ebenso nach der Inbetriebnahme der Neuen Mitte wurde von vielen Einzelhändlern in den Hauptgeschäftsstraßen befürchtet, die Besucher der beiden Einkaufszentren würden sich nur dort aufhalten und die übrige Innenstadt meiden. Die Ergebnisse zeigen jedoch, dass die beiden Shopping-Center und die angrenzenden Hauptgeschäftsstraßen sich als Versorgungsstandorte durchaus ergänzen, da die Mehrheit der Interviewten beim Besuch des Stadtzentrums sowohl die Hauptgeschäftsstraßen als auch eines oder bei-

de innerstädtischen Einkaufszentren aufsucht. Die Anteile der Befragten, die werktags und am Samstag ihren Besuch im Shopping-Center mit einem Aufenthalt in den Hauptgeschäftsstraßen koppeln, schwanken bei der letzten Erhebung in der Goethe Galerie zwischen 61 % und 58 %; in der Neuen Mitte variieren sie von 55 % bis 72 %.

Hohe Erlebnisqualität beim Innenstadtbesuch

Je höher die Attraktivität eines Einkaufsstandortes ist, desto mehr Menschen empfinden den dortigen Aufenthalt als Freizeit und Erlebnis und weniger als Pflicht und Notwendigkeit. Hier ist bei den jüngsten Erhebungen vor allem *werktags* ein erheblicher Unterschied zwischen den Befragungsorten in den Hauptgeschäftsstraßen auf der einen und den beiden Einkaufszentren auf der anderen Seite zu beobachten. Der höchste Anteil der Personen, die ihren Besuch als Erlebnis und Freizeit empfinden, wurde in der Goethe Galerie mit 64 % erreicht. Dazu hat die dortige Attraktion einer international renommierten Fotoausstellung erheblich beigetragen. Mit deutlichem Abstand folgen dann die Besucher der Neuen Mitte mit 47 % vor den Passanten in den Hauptgeschäftsstraßen, die mit 41 % das Schlusslicht bilden.

Samstags spielen Freizeit und Erlebnis im allgemeinen eine wesentlich größere Rolle für den Innenstadtbesuch als an Werktagen. Dennoch sprengen die Ergebnisse der jüngsten Interviews am Samstag den bisherigen Rahmen: Der Anteil der Passanten, die aufgrund von „Pflicht und Notwendigkeit“ in die Innenstadt gekommen sind, sinkt auf den nie zuvor auch nur annähernd erreichten Tiefstwert von 14 %, während gleichzeitig, die Personen, die aus Freizeit- und Erlebnisgründen in das Stadtzentrum gekommen sind, mit deutlichem Vorsprung gegenüber allen früheren Erhebungen einen Rekordanteil von 69 % erreichen. „Grüner Markt“ und Frühlingsmarkt sowie die attraktive Fotoausstellung und eine Großveranstaltung im Volkshaus spielen dabei sicherlich eine Rolle. Ob dies als Erklärung für einen solchen Extremwert bei den in den Hauptgeschäftsstraßen interviewten Passanten ausreicht, ist jedoch fraglich. Bei zukünftigen Studien wird sich zeigen, ob es sich hier um einen einmaligen „Ausrutscher“ oder um einen langfristigen Trend handelt.

Vergleicht man die Freizeit- und Erlebnis-Komponente beim Innenstadtbesuch in Jena 2016 mit den entsprechenden Daten in den beiden westdeutschen Landeshauptstädten, so lag die thüringische Stadt werktags um 5 bzw. 9 Prozentpunkte hinter Wiesbaden und Mainz zurück. Dagegen rangierte Jena am Samstag um 8 Prozentpunkte vor Mainz und sogar 13,5 Punkte vor Wiesbaden. Dies unterstreicht die relativ hohe Freizeit- und Erlebnisqualität der Jenaer Innenstadt – zumindest an dem betreffenden Samstag.

Kaufkraftabfluss nach Erfurt, Weimar, Gera und Leipzig

Erfurt wird von einem wachsenden Teil der Jenaer Bevölkerung als Einkaufsort vor allem von mittelfristigem Bedarf genutzt. Zwischen 2000 und 2016 hat sich der Anteil der in den Hauptgeschäftsstraßen von Jena befragten Passanten, die mindestens einmal in den letzten zwei Monaten in Erfurt eingekauft hatten, mehr als verdoppelt und ist von 16 % auf 34 % gestiegen. Allein in den letzten vier Jahren ist ein Anstieg um mehr als 9 Prozentpunkte zu verzeichnen. Hier wird ein signifikanter Attraktivitätsgewinn der thüringischen Landeshauptstadt deutlich, verbunden mit einem offenbar besonders rasch wachsenden Kaufkraftabfluss aus Jena. Ein solcher Trend ist ein Alarmzeichen für die Einzelhandelsentwicklung in der Innenstadt von Jena.

Das gilt umso mehr, weil auch noch andere Orte zum Einkaufen aufgesucht werden. Der geringste Kaufkraftabfluss entfällt dabei 2016 auf Gera, wo bis zu 11 % der an den unterschiedlichen Standorten in Jena Befragten mindestens einmal in den letzten beiden Monaten eingekauft haben. Bei Weimar als Einkaufsziel steigt der Vergleichswert auf bis zu 22 %. In Leipzig haben sogar bis zu 29 % während der letzten zwei Monate eingekauft.

Diese Ergebnisse passen zu den Angaben über einen erheblichen Zentralitätsverlust von Jena als Oberzentrum: Seit 2008 ist die entsprechende Kennziffer von 130 auf 110 im Jahre 2014 zurückgefallen. Die Größenordnung des Rückgangs innerhalb einer relativ kurzen Zeitspanne ist in höchstem

Maße alarmierend und dokumentiert einen anhaltenden Bedeutungsverlust von Jena im zentralörtlichen Versorgungssystem. Da sich dieser negative Trend durch die aktuellen Tiefbaumaßnahmen in der Innenstadt bis Ende 2016 noch weiter verstärken wird und es sehr schwierig ist, abgewanderte Kunden zurückzugewinnen, besteht dringender Handlungsbedarf zur Aufwertung des Stadtzentrums durch eine quantitative und qualitative Stärkung des Einzelhandelsangebots.

Kaufkraftverlust durch elektronischen Handel

Vor dem Hintergrund der rasanten Expansion des elektronischen Handels wurde auch nach der Anzahl der Einkäufe im Internet gefragt. Im Jahre 2000 hatten sich von den in der Innenstadt Befragten nur 15 % am elektronischen Handel beteiligt, 16 Jahre später gaben bis zu 86 % der Befragten an, dass sie bereits im Internet eingekauft hatten. Allein seit 2012 ist der Anteil der Online-Käufer um bis zu 11,5 Prozentpunkte gewachsen.

Die Befragten, die am häufigsten Einkäufe im Internet tätigen, wurden in der Goethe Galerie angetroffen. Hier gaben 72 % der Besucher an, dass sie mehr als zehnmal Waren über das Internet bezogen hatten. In der Neuen Mitte liegt die Vergleichsquote mit 69 % etwas niedriger und sinkt unter den in den Hauptgeschäftsstraßen Interviewten auf 66 %.

Hier bestätigt sich, dass der Trend zum Online-Einkauf nicht aufzuhalten ist und für den stationären Einzelhandel insgesamt und ebenso für die Zukunft der innerstädtischen Geschäfte in Jena – je nach Branche unterschiedlich – eine wachsende Bedrohung darstellt. Damit sind vor allem die Einzelhandelsunternehmen selber gefordert, die ihre Internet-Aktivitäten ausbauen und sich stärker auf das Kaufverhalten ihrer Kunden einstellen sollten.

Weniger Pkw- und ÖPNV-Nutzer aus dem weiterer Einzugsgebiet – mehr Passanten aus dem Nahbereich, die zu Fuß oder per Fahrrad in die Innenstadt kommen

Das eigene Auto wird in Jena seltener zum Erreichen der Innenstadt genutzt als in den beiden anderen Städten: In Jena bleibt der Anteil der *Pkw-Nutzer* beim Besuch des Stadtzentrums nicht nur werktags (Jena 18 %, Mainz 28 %, Wiesbaden 32 %), sondern auch samstags (Jena 23 %, Mainz 40 % und Wiesbaden 42 %) deutlich hinter den Vergleichsstädten zurück.

Die Quote der *ÖPNV-Nutzer* ist in Jena ebenfalls niedriger als in den beiden Vergleichsstädten. Das gilt sowohl für Donnerstag und Freitag (Jena 35 %, Mainz und Wiesbaden 41 %) als auch für Samstag (Jena 20 %, Mainz und Wiesbaden 27 %).

Stattdessen nimmt Jena eine Spitzenposition bei der Nutzung des *Fahrrads* ein. Werktags kommen 13 % der Passanten in den Hauptgeschäftsstraßen mit dem Rad in die Innenstadt – weit mehr als in Mainz mit 9 % und in Wiesbaden mit nur 4 %. Am Samstag wird sogar ein völlig aus dem bisherigen Rahmen herausfallender Spitzenwert von 21 % erreicht, während in Mainz und Wiesbaden der Anteil der Radfahrer zurückgeht.

Auch hinsichtlich des Anteils der *Fußgänger* übertrifft Jena die Vergleichsstädte bei weitem: 33 % der Passanten in den Hauptgeschäftsstraßen sind werktags zu Fuß dorthin gekommen (Mainz 20 %, Wiesbaden 23 %). Am Samstag ist die entsprechende Quote noch höher (Jena 35 %, Mainz 23 %, Wiesbaden 29 %).

Der Vergleich dieser Daten mit den Ergebnissen der Untersuchungen aus dem Jahr 2012 weist auf eine gravierende Verschlechterung der innerstädtischen Standortqualität hin, indem immer mehr Kunden aus dem weiteren Einzugsbereich das Stadtzentrum von Jena meiden. Werktags hat der Anteil der Passanten, die *mit Pkw und ÖPNV* in der Regel aus einer größeren Entfernung in das Stadtzentrum gekommen sind, von 63 % auf 53 % abgenommen. Am Samstag, wenn die Innenstadt vor allem zum Einkaufen aufgesucht wird, fällt der Rückgang von 56 % auf 43 % noch stärker ins Gewicht. Das Ausbleiben der Kunden aus dem weiteren Einzugsbereich wird durch einen entsprechend höheren Anteil von Fußgängern und Radfahrern aus dem Nahbereich des Stadtzentrums ausgeglichen. Nachdem dieser negative Trend bereits am Anfang der Tiefbaumaßnahmen und der daraus resultierenden Verkehrsmisere festgestellt wurde, sind die in der Folgezeit zunehmenden Kla-

gen des innerstädtischen Einzelhandels über ausbleibende Kunden gerade am Wochenende durchaus verständlich. Die rückläufige Entwicklung wird auch belegt durch die Aussagen des Center-Managers der Goethe Galerie, Michael Holz, der im Juni 2016 eine Abnahme in der Belegung der Tiefgarage um 7 % und im Juli sogar eine Schrumpfung um 14 % festgestellt hat (TLZ 20.09.2016).

Schlechtere Beurteilung der Parkmöglichkeiten

Von 1997 bis 2012 hatte sich die Beurteilung der Parksituation durch die Passanten in der Innenstadt – von einigen Schwankungen abgesehen – relativ kontinuierlich verbessert, sodass *werktags* nur noch 34 % statt anfangs 73 % die dortigen Parkmöglichkeiten als *viel zu gering* beurteilten. Bei der jüngsten Erhebung ist dagegen eine deutliche Verschlechterung festzustellen, indem 42 % der Befragten in den Hauptgeschäftsstraßen ein derartig negatives Urteil über die innenstädtischen Parkmöglichkeiten fällten. Gleichzeitig sank in den letzten vier Jahren der Anteil der Passanten, die das Parkplatzangebot als *ausreichend* einstufen, von 32 % auf 27 %.

Samstags fällt das Urteil über die Parkmöglichkeiten im Stadtzentrum in der Regel besser aus als an Werktagen. Da die meisten der in der Innenstadt arbeitenden Berufstätigen und die Studierenden als Parkplatznutzer ausfallen, stehen am Wochenende wesentlich mehr freie Parkplätze zur Verfügung. Zwar trifft dies auch auf die Ergebnisse von 2016 zu, als 36 % der Passanten die Parkmöglichkeiten als *viel zu gering* beurteilten. Verglichen mit 2012 ist jedoch auch hier eine Zunahme des negativen Votums um 8 Prozentpunkte festzustellen. Diese Verschlechterung dürfte vor allem auf die Sperrung des Eichplatzes zurückzuführen sein, der an allen drei Erhebungstagen wegen des Frühlingsfestes nicht als Parkplatz genutzt werden konnte.

Im Vergleich zu den beiden westdeutschen Städten schneidet in Jena die Beurteilung der Parkplatzsituation durch die Passanten in den Hauptgeschäftsstraßen bei der jüngsten Erhebung deutlich schlechter ab – das gilt sowohl *werktags* (*ausreichende* Parkmöglichkeiten: Jena 27 %, Mainz 32 %, Wiesbaden 48 %) als auch *samstags* (Jena 30 %, Mainz 40 %, Wiesbaden 56 %).

Negativere Beurteilung der Parkgebühren

Im Vergleich zu 2012 hat sich vier Jahre später das Meinungsbild über die Höhe der Parkgebühren unter den Passanten in den Hauptgeschäftsstraßen erheblich eingetrübt. Statt 48 % halten nur noch 34 % der Befragten die Parkgebühren für *angemessen*. Zugleich ist der Anteil der Passanten, von denen die Gebühren als (*etwas/viel*) *zu hoch* angesehen werden, um rund 14 Prozentpunkte auf 66 % gestiegen. Besonders stark ist dabei der Anstieg unter den Passanten, die der Ansicht sind, dass die Gebühren *viel zu hoch* sind. Deren Anteil ist fast um drei Viertel auf 31 % gestiegen.

Trotz dieser deutlichen Verschlechterung bei der Beurteilung der Parkgebühren schneidet Jena immer noch wesentlich besser ab als die beiden westdeutschen Vergleichsstädte, wo in Wiesbaden 81 % und in Mainz sogar 89 % der Innenstadtbesucher die Parkgebühren mit (*etwas/viel*) *zu hoch* beurteilen.

Autofahrer finden am Samstag wegen Eichplatzsperrung seltener sofort einen freien Parkplatz

Im Unterschied zu der allgemeinen Einschätzung der Parksituation in der Jenaer Innenstadt liefern die konkreten Erfahrungen der Pkw-Nutzer während der Parkplatzsuche im Stadtzentrum ein positiveres Bild. Während nur 27 % der *werktags* interviewten Passanten die Parkmöglichkeiten als ausreichend beurteilen, haben 83 % der *donnerstags* und *freitags* in den Hauptgeschäftsstraßen befragten Autofahrer im Jahre 2016 *gleich einen freien Parkplatz* gefunden.

Samstags ist die Parksituation in der Regel besser, da dann auch jene Parkmöglichkeiten zur Verfügung stehen, die *werktags* von Berufstätigen belegt sind. Da der Eichplatz nicht zum Parken genutzt werden konnte, hat sich allerdings bei der letzten Erhebung der Anteil der Passanten, die am Wochenende sofort einen Parkplatz gefunden haben, im Vergleich zu der vorherigen Untersuchung

um 4 Prozentpunkte auf 84 % verringert und liegt damit etwa auf dem gleichen Niveau wie werktags.

In einem Vergleich der Daten mit den Untersuchungen aus den beiden westdeutschen Landeshauptstädten schneidet Jena bei den in den Hauptgeschäftsstraßen befragten Pkw-Nutzern, die sofort einen freien Parkplatz gefunden haben, werktags um 7 Prozentpunkte besser ab als Mainz und bleibt um 2 Prozentpunkte hinter Wiesbaden zurück. Am Samstag erreicht Jena rund 2 Punkte weniger als die beiden westdeutschen Städte.

Parkplatznutzung in der Innenstadt

Von den in den Hauptgeschäftsstraßen befragten Passanten, die mit dem Pkw ins Zentrum gekommen sind, parkt in der Regel etwa die Hälfte auf *Parkplätzen* – insbesondere auf dem Eichplatz und Inselplatz.

Der Anteil der Autofahrer, die *Privat- und Firmenparkplätzen* nutzen, liegt werktags bei 10 %. Am Samstag bleibt der Anteil bei den Passanten in den Hauptgeschäftsstraßen auf etwa dem gleichen Niveau, geht bei den Besuchern der beiden Einkaufszentren jedoch auf rund 2 % zurück.

Von den motorisierten Passanten hatten 2016 an den beiden Werktagen 26 % ihr Fahrzeug in *Tiefgaragen* abgestellt. Davon 10 % in der Goethe Galerie, 9 % in der Neuen Mitte und 7 % in anderen Tiefgaragen. Samstags ist mit 38 % der Anteil der Parker in Tiefgaragen wesentlich höher. Hier entfällt mit 18 % der größte Teil auf die Goethe Galerie.

Kostenloses Parken weiterhin möglich

Seit 1998 hat sich der Anteil der autofahrenden Passanten, die eine kostenlose Parkmöglichkeit nutzen, zwar halbiert, aber immer noch gelingt es sowohl werktags als auch am Samstag 23 % der Autofahrer, einen nicht gebührenpflichtigen Parkplatz zu finden.

Bauliche Aufwertung des Eichplatzes wichtigste Forderung zur Attraktivitätssteigerung

Bei den Antworten auf die Frage „*Was sollte Ihrer Ansicht nach als Wichtigstes getan werden, damit die Innenstadt für Sie persönlich noch attraktiver wird?*“ rangieren an erster Stelle Vorschläge zur baulichen Aufwertung der Innenstadt. 26 % der Befragten sehen darin die wichtigste Priorität für die Steigerung der Attraktivität des Stadtzentrums.

Vor dem Hintergrund der seit langem diskutierten *Neubebauung des Eichplatzes* war zu erwarten, dass diese Thematik am häufigsten angesprochen wird. Überraschend ist allerdings, dass sich nicht mehr als 21 % der Befragten konkret zu dem Projekt äußern, welches das größte Potential für die zukünftige Entwicklung des Stadtzentrums hat.

Im Vergleich zu der vorhergehenden Erhebung von 2012 ist eine deutliche Veränderung zugunsten einer Bebauung des Eichplatzes festzustellen. Überwog vier Jahre zuvor noch der Anteil der Bebauungsgegner, hat sich der Anteil der Befürworter inzwischen verdoppelt und ist von 5 % auf 10 % gestiegen. Gleichzeitig sind die ablehnenden Stimmen von 7 % auf nur noch 1,5 % geschrumpft.

Es ist darauf hinzuweisen, dass dieses Ergebnis keineswegs als repräsentative Aussage der Jenaer Bevölkerung zur Neubebauung des Eichplatzes zu werten ist, da nicht speziell nach dem Projekt, sondern allgemein nach den Wünschen zur Steigerung der Attraktivität des Stadtzentrums gefragt wurde. Die eindeutige Verschiebung der Prioritäten zugunsten der Eichplatzbebauung ist jedoch auffällig.

Bemerkenswert ist auch der gleichzeitige Anstieg der Innenstadtbesucher, die sich eine Umwandlung des Eichplatzes in eine *Grünfläche* bzw. einen Park wünschen. Hier ist eine Zunahme von 4 % auf 8 % zu beobachten, darunter 1,5 % der Interviewten, die sich dort die Anlage eines Parks auf dem Dach einer Tiefgarage wünschen.

Wunsch nach Verbesserung des Einzelhandelsangebots

In einer *Verbesserung des Einzelhandelsangebots* sehen 22 % aller Befragten die wichtigste Maßnahme zur Attraktivitätssteigerung des Stadtzentrums – das bedeutet einen leichten Rückgang um bis zu 6 Prozentpunkte im Vergleich zu den beiden vorherigen Untersuchungen.

Die Verbesserung im Einzelhandel der Innenstadt soll nach Ansicht der Befragten vor allem durch *mehr qualitativ hochwertige Fachgeschäfte insbesondere für Bekleidung* erreicht werden (15 %). Speziell genannt werden hier Bekleidungsgeschäfte für ältere Kunden, eine Zara-Filiale, Herrenausstatter, mehr Geschäfte für Kinder- und Jugendbekleidung, außerdem Lebensmittel- bzw. Feinkostläden.

Weitere *kleine Läden und Boutiquen* (4 %) sowie ein *Bekleidungskaufhaus und ein Warenhaus* (1 %) sollen ebenfalls zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt beitragen – in beiden Fällen ist eine rückläufige Tendenz bei den Nennungen im Vergleich zu 2012 festzustellen.

Zunehmender Wunsch nach mehr Grünanlagen

Das Verlangen nach einer stärkeren Begrünung der Innenstadt hat auch bei allen früheren Untersuchungen eine wichtige Rolle gespielt. Jetzt erreicht der Wunsch nach *mehr Grünanlagen* im Stadtzentrum sogar einen Rekordwert von 17 %. Berücksichtigt man auch noch den speziellen Wunsch nach zusätzlichen Grünflächen bei der Umgestaltung des Eichplatzes, so wünscht sich fast jeder Vierte (24 %) mehr Grün im Stadtzentrum.

Ausweitung des Freizeit- und Kulturangebots

Auf dem vierten Rang landen die Vorschläge zur *Verbesserung des Freizeit- und Kulturangebots* (8 %), die im Vergleich zur vorhergehenden Untersuchung leicht abgenommen haben. Hier werden vor allem *mehr Kinderspielmöglichkeiten* (3 %), ein *größeres kulturelles Angebot* (2 %) sowie generell *mehr Freizeitmöglichkeiten* (1 %) gefordert. Erstmals wird der Wunsch nach *mehr freiem WLAN in der Innenstadt* (0,4 %) genannt.

Verbesserung der Verkehrssituation

Es folgen die Wünsche nach einer *Verbesserung der Verkehrssituation* (8 %). Dabei wird in erster Linie mit steigender Tendenz die *Verkehrsberuhigung der Innenstadt* (3 %) genannt. Auch der *Ausbau des Radwegenetzes* (2 %), die *Verbesserung der Verkehrsführung* (1 %) und des *ÖPNV* (0,5 %) verbunden mit einer *Senkung der Fahrpreise* (0,3 %) stehen auf der Wunschliste.

Weniger Wünsche nach Verbesserung des Parkplatzangebots

Seit 2010 hat sich der Anteil der befragten Innenstadtbesucher halbiert, die eine *Verbesserung des Parkplatzangebotes* wünschen (von 14 % auf 7 %). Der Rückgang betrifft sowohl die Forderung nach *mehr und besseren Parkplätzen* (6 %) als auch nach einer *Senkung der Parkgebühren* bzw. nach *kostenlosen Parkplätzen* (1 %): Einige der Befragten wünschen sich *weniger Parkplätze im Stadtzentrum* und dafür einen *Ausbau der Park & Ride-Möglichkeiten* (0,5 %).

Zunehmende Vorschläge zur Verbesserung des gastronomischen Angebots

Verdoppelt hat sich der Anteil der Vorschläge zur Attraktivitätssteigerung durch eine *Verbesserung des gastronomischen Angebots* (5 %) – insbesondere durch den Wunsch nach *mehr Cafés* (2 %), *mehr Bars, Kneipen und Diskotheken* (1 %) sowie *mehr Fast Food und Imbissständen* (0,5 %); speziell genannt wird auch die Eröffnung einer *Starbucks-Filiale* (0,4 %).

Reduzierung der Baustellen zunehmend gefordert

Die zum Zeitpunkt der jüngsten Befragungen gerade begonnenen Tiefbaumaßnahmen im Jenaer Stadtzentrum haben zu einer Vervierfachung der Forderung nach einer Reduzierung der Baustellen (5 %) im Vergleich zu der vorhergehenden Studie im Jahre 2012 geführt.

Strukturverbesserung der Innenstadt

Die Nennungen zur *Verbesserung der Struktur der Innenstadt* (4 %) sind seit 2012 deutlich zurückgegangen. Dies betrifft in besonderem Maße die Forderungen nach *mehr und billigeren Wohnungen* (Schrumpfung von 2,4 % auf 0,7 %). Auch eine *größere, zusammenhängende Fußgängerzone* (2 %) und *mehr Einkaufsstraßen statt Einkaufszentren* (0,3 %) werden seltener gewünscht als vier Jahre zuvor. Dagegen werden häufiger die *Erweiterung der zu engen Innenstadt* sowie die *Schaffung eines „echten“ Zentrums* (jeweils 0,5 %) vorgeschlagen. Erstmals wird auch der *behindertengerechte Ausbau* des Stadtzentrums thematisiert (0,2 %).

Weitere Vorschläge zur Attraktivitätssteigerung

An zehnter Stelle wünschen sich vor allem ältere Menschen *mehr Sitzgelegenheiten und Ruhezonen* in der Innenstadt (6 %) – mit rückläufiger Tendenz seit 2012.

Die Forderungen nach *mehr Sauberkeit im Stadtzentrum* (1 %) sind seit 2008 um mehr als zwei Drittel zurückgegangen. Hinsichtlich von *sauberen öffentlichen Toiletten* (0,4 %) und ausreichenden *Mülleimern* in den Hauptgeschäftsstraßen (0,3 %) sind offensichtlich noch nicht alle Wünsche der Innenstadtbesucher erfüllt. Kritik an störenden Graffiti-Schmierereien wird nicht mehr geäußert.

Hinzu kommen schließlich noch einige Vorschläge zur *Verbesserung der Atmosphäre* im Stadtzentrum (1 %). Frühere Wünsche nach *mehr Flair* werden kaum noch angesprochen, *soziale Randgruppen* spielen fast keine Rolle mehr, *weniger Gewalt und mehr Polizeipräsenz* werden gar nicht mehr genannt. Dagegen stören sich manche Besucher der Innenstadt an dem dortigen „Rummel“, andere wünschen sich *mehr und schönere Kunstwerke* sowie *mehr Freundlichkeit*.

2. Methodische Vorbemerkungen zur Durchführung der Untersuchungen

Die hier vorgestellten Befragungsergebnisse gehören zu einer Langzeitstudie, die im Mai oder Juni der Jahre 1991 bis 2016 – mit Ausnahme von 1995, 2003, 2005, 2007, 2009, 2011, 2013, 2014 und 2015 – durchgeführt wurde. Unter der Leitung des Autors befragten Jenaer, Erlanger und Mainzer Studierende Passanten und Kunden in den Hauptgeschäftsstraßen und den beiden Einkaufszentren in der Innenstadt von Jena (Tab. 1).

Anhand eines standardisierten Fragebogens (am Schluss beigefügt) wurde nach dem Einkaufsverhalten und der Verkehrsmittelwahl der Passanten sowie nach ihren Meinungen zu Entwicklungsproblemen der Innenstadt von Jena gefragt.

Die Untersuchungen erfolgten jeweils während der Geschäftszeiten an einem Donnerstag und Freitag sowie von 1991 bis 1996 an einem „normalen“ und einem „langen“ Samstag; nach Wegfall der unterschiedlichen Öffnungszeiten wurden ab 1997 die Erhebungen nur noch an einem Samstag durchgeführt. Alle drei Erhebungstage wurden seither in der Regel auf die Woche nach Pfingsten terminiert.

Die Befragungen fanden an folgenden Tagen statt:

- 1991 am „langen“ Samstag (1.6.) und dem darauffolgenden Donnerstag bis Samstag (6.-8.6.);
- 1992 von Donnerstag (25.6.) bis Samstag (27.6.) sowie am ersten Samstag im Juli (4.7.), um Verzerrungen durch das Pfingstfest am ersten Juniwochenende zu vermeiden;
- 1993 von Donnerstag (3.6.) bis Samstag (5.6.). Auf die auch noch für den folgenden Samstag vorbereiteten Untersuchungen musste wegen anhaltender Regenfälle verzichtet werden;
- 1994 am Samstag (4.6.) sowie vom 9. bis 11. Juni;
- 1996 am Samstag (1.6.) und vom 6. bis 8. Juni;
- 1997 von Donnerstag (5.6.) bis Samstag (7.6.);
- 1998 von Donnerstag (4.6.) bis Samstag (7.6.). Dabei ist zu berücksichtigen, dass am Samstag die ungewöhnlich hohen Temperaturen (bis 33 Grad) das Einkaufsverhalten der Bevölkerung beeinflussen dürften;
- 1999 von Donnerstag (3.6.) bis Samstag (5.6.). Wegen eines „Umwelttages“ wurden die Öffnungszeiten der Geschäfte am Samstag bis 20 Uhr verlängert. Auch wurde die Befragungsdauer von 15.30 Uhr bis 19 Uhr ausgeweitet.
- 2000 von Donnerstag (25.5.) bis Samstag (27.5.). Da der erste Donnerstag im Juni ein Feiertag war (Himmelfahrt), wurde der frühere Termin gewählt. Zu berücksichtigen ist auch, dass am Freitag, 26. Mai, gegen Mittag Tausende von Besuchern in die Innenstadt kamen, um das Aufsetzen der Haube auf den Turm der Stadtkirche zu verfolgen.
- 2001 von Donnerstag (7.6.) bis Samstag (9.6.). Am Freitag wurden die Befragungen durch Regenschauer beeinträchtigt.
- 2002 von Donnerstag (23.5.) bis Samstag (25.5.) bei relativ kühlen Witterungsverhältnissen.
- 2004 von Donnerstag (3.6.) bis Samstag (5.6.) bei sonnigem Wetter und angenehmen Temperaturen.
- 2006 von Donnerstag (8.6.) bis Samstag (10.6.). Die Ergebnisse der Befragungen wurden durch die Fußballweltmeisterschaft und hier besonders durch ein Spiel der deutschen Mannschaft am Samstag, 10. Juni 2006, beeinträchtigt. Für diesen Tag waren auch Demonstrationen in der Innenstadt gegen ein Treffen von Rechtsradikalen angekündigt. Die endgültige Entscheidung zum Verbot der Veranstaltung wurde so kurzfristig getroffen, dass am Samstag die Innenstadt von einem erheblichen Teil der „normalen“ Besucher des Stadtzentrums gemieden wurde.
- 2008 von Donnerstag (5.6.) bis Samstag (7.6.) bei relativ kühlem Wetter.
- 2010 von Donnerstag (27.5.) bis Samstag (29.5.). Abgesehen von Regenschauern am Freitagvormittag lagen die Temperaturen zwischen 18 und 23 Grad bei Wechsel von Bewölkung und Sonnenschein. An diesen Tagen war der Eichplatz als günstige Parkmöglichkeit nicht verfügbar, da dort der Frühlingmarkt aufgebaut und ab Freitag 16 Uhr abgehalten wurde.

- 2012 von Donnerstag (31.5.) bis Samstag (2.6.) bei kühlen Temperaturen und teilweise starken Niederschlägen von Donnerstagnachmittag bis Freitagnachmittag.
- 2016 von Donnerstag (19.5.) bis Samstag (21.5.) bei relativ kühlem Wetter und zeitweiligen Niederschlägen am ersten Tag. Der Eichplatz war als günstige Parkmöglichkeit nicht verfügbar, da dort der Frühlingsmarkt am Donnerstag aufgebaut und ab Freitagnachmittag abgehalten wurde. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass in der Untersuchungswoche umfangreiche Tiefbauarbeiten mit Umleitungen des Verkehrs und einer halbjährigen Sperrung der wichtigen innerstädtischen Verkehrsachse von Leutragraben und Schillerstraße begannen. Erhebliche negative Auswirkungen auf die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt und die Entwicklung des Einzelhandels sind die Folge.

Zum Vergleich der Untersuchungsergebnisse in Jena mit anderen Innenstädten wurden Daten aus Passanteninterviews in den Hauptgeschäftsstraßen von Mainz und Wiesbaden herangezogen, die unter der Leitung des Verfassers im Mai 2013 mit den gleichen Fragen durchgeführt wurden.

Tab. 1: Anzahl der Interviews an unterschiedlichen Befragungsorten in Jena 1991 bis 2016 sowie in Mainz und Wiesbaden 2013

Befragungsort	Jahr	Anz. d. Interv.
Innenstadt Jena	1991	1747
	1992	1744
	1993	1204
	1994	1607
	1996	1054
	1997	1897
	1998	1195
	1999	1115
	2000	969
	2001	730
	2002	963
	2004	1009
	2006	985
	2008	1201
	2010	1522
	2012	1141
2016	1735	
Mainz Innenst.	2013	2002
Wiesb. Innenst.	2013	1993

Befragungsort	Jahr	Anz. d. Interv.
Goethe Galerie	1996	621
	1997	602
	1998	676
	1999	624
	2000	420
	2001	607
	2002	583
	2004	599
	2006	508
	2008	483
	2010	707
	2012	571
	2016	577
	Neue Mitte	2004
2006		317
2008		440
2010		542
2012		364
2016		559

3. Attraktivität der Innenstadt

Bis 1998 war bei den Passanten und Kundenbefragungen jeweils die Frage gestellt worden: „*Wie attraktiv finden Sie insgesamt die Jenaer Innenstadt,*

- *sehr attraktiv,*
- *halbwegs attraktiv oder*
- *unattraktiv?“*

Mit dieser bewusst allgemein gehaltenen Frage sollte erfasst werden, wie sich das Image des Stadtzentrums aus der Sicht der Befragten verändert (Tab. 2).

Nicht mehr als 13,5 % der im Jahre 1998 im Stadtzentrum befragten Passanten empfanden die Innenstadt als *sehr attraktiv*. Jener Prozentsatz war seit 1992 weitgehend konstant und schwankte nur in einem Bereich von 1,2 Prozentpunkten.

Die große Mehrheit der Besucher des Stadtzentrums beurteilte die Innenstadt als *halbwegs attraktiv*. Hier zeichnete sich von 1993 bis 1997 ein deutlicher Rückgang von 71,4 % auf 63,8 % ab, der jedoch bei der Erhebung im Jahre 1998 wieder in einen leichten Anstieg auf 64,7 % umschlug.

Dementsprechend war von 1993 bis 1997 eine kontinuierliche Zunahme jener Passanten festzustellen, nach deren Ansicht die Innenstadt *unattraktiv* ist. Ihr Anteil wuchs von 16,2 % auf 23,4 %, ging jedoch im Jahre 1998 wieder auf 21,8 % zurück. Damit zeigten diese Ergebnisse, dass sich bis Mitte 1998 die Attraktivität der Innenstadt insgesamt – trotz der Eröffnung der Goethe Galerie im Frühjahr 1996 – noch nicht wesentlich erhöht hatte. Aufgrund der Großbaustellen im Stadtzentrum (City Carré, Holzmarktpassage) konnte diese Einschätzung im Juni 1998 kaum überraschen.

Tab. 2: Einschätzung der Attraktivität der Innenstadt durch die an unterschiedlichen Standorten befragten Passanten und Kunden (1991-1998)

Befragungsort und -jahr		Einschätzung der Innenstadt durch die Befragten (in %)		
		sehr attraktiv	halbwegs attraktiv	unattraktiv
Innenstadt	1991	8,7	70,4	20,9
	1992	13,6	67,6	18,8
	1993	12,4	71,4	16,2
	1994	13,4	67,2	19,4
	1996	13,0	64,9	22,1
	1997	12,8	63,8	23,4
	1998	13,5	64,7	21,8
	Goethe Galerie	1996	13,6	69,5
1997		14,9	65,9	19,2
1998		14,2	65,6	20,2

Ab 1999 wurden die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten modifiziert und erweitert, da die Antwort „halbwegs attraktiv“ unterschiedlich interpretiert werden konnte. Es heißt jetzt: „*Wie attraktiv finden Sie insgesamt die Jenaer Innenstadt? Sehr attraktiv, attraktiv, wenig attraktiv oder unattraktiv?*“

Ein Vergleich mit den früheren Ergebnissen ist durch die vorgenommene Änderung nur mit erheblichen Einschränkungen möglich. Besonders auffällig ist, dass 1999 nur noch 4,4 % der in den Hauptgeschäftsstraßen Befragten die Innenstadt als *unattraktiv* beurteilten (Tab. 3), während bei der vorausgegangenen Erhebung noch 21,8 % eine derartig negative Einschätzung vorgenommen hatten. Dieser starke Rückgang dürfte weniger auf einen gravierenden Attraktivitätsgewinn der Innenstadt als vor allem auf die zusätzliche Wahlmöglichkeit von *wenig attraktiv* zurückzuführen sein: Dafür hatten sich 1999 insgesamt 27,3 % entschieden.

Tab. 3: Einschätzung der Attraktivität der Jenaer Innenstadt durch die an unterschiedlichen Standorten befragten Passanten und Kunden 1999 bis 2016 sowie Vergleich mit den Stadtzentren von Mainz und Wiesbaden

Befragungsort und -jahr	Einschätzung der Innenstadt durch die Befragten (in %)			
	sehr attraktiv	attraktiv	wenig attraktiv	unattraktiv
Innenstadt Jena insges. 1999	8,7	59,6	27,3	4,4
2000	10,8	65,3	20,3	3,6
2001	9,8	65,5	20,7	3,9
2002	13,7	64,6	18,3	3,4
2004	17,6	63,0	16,6	2,8
2006	21,1	66,5	11,3	1,0
2008	26,0	63,5	9,7	0,8
2010	20,0	65,7	13,0	1,3
2012	18,3	65,9	14,2	1,6
2016	20,2	60,7	16,7	2,4
Mainz Innenstadt 2013	24,1	62,6	11,2	2,1
Wiesbaden Innenstadt 2013	21,2	57,2	18,4	3,2

Auch am positiven Ende der Skala war 1999 aus den gleichen Gründen ein Rückgang festzustellen: Statt 13,5 % im Vorjahr schätzten nur noch 8,7 % der Befragten die Innenstadt als *sehr attraktiv* ein; 59,6 % beurteilten sie als *attraktiv*. Zusammengenommen empfanden damit mehr als zwei Drittel aller Interviewten (68,3 %) die Innenstadt als attraktiv. Diese positive Einschätzung hat sich bei den folgenden Erhebungen noch wesentlich verstärkt.

So ist von 2001 bis 2008 der Anteil aller Befragten, von denen die Innenstadt als *sehr attraktiv* empfunden wird, um rund das Zweieinhalbfache von 9,8 % auf 26,0 % gewachsen. Gleichzeitig sank der Anteil der Interviewten, von denen das Stadtzentrum als *wenig attraktiv* und *unattraktiv* charakterisiert wird, von 26,6 % auf nur noch 10,5 %. Besonders die Eröffnung der Neuen Mitte hat maßgeblich zu dem Attraktivitätsgewinn beigetragen.

Nach diesem relativ lange währenden positiven Trend kommt der Attraktivitätsverlust der Innenstadt bei den letzten drei Erhebungen umso überraschender. Die deutliche Abnahme derer, die das Prädikat *sehr attraktiv* und *attraktiv* vergeben, von 89,5 % im Jahre 2008 auf 80,9 % bei der letzten Befragung, während gleichzeitig die Einschätzung der Innenstadt als *wenig attraktiv* und *unattraktiv* von 10,5 % auf 19,1 % steigt, ist durchaus als ein Warnzeichen zu verstehen, dass hier Handlungsbedarf zur Aufwertung des Jenaer Stadtzentrums besteht.

Dabei ist besonders kritisch zu sehen, dass dieser längerfristige negative Trend kurzfristig durch die Tiefbauarbeiten und Straßensperrungen in der Innenstadt bis Ende 2016 noch massiv verstärkt wird. Da die Baumaßnahmen in der Erhebungswoche begannen, dürften sich deren Folgen allerdings erst zu einem geringen Teil auf die Frage nach der Attraktivität der Innenstadt ausgewirkt haben.

Vergleicht man das Attraktivitätsniveau in Jena zum Zeitpunkt der letzten Untersuchung mit der Einschätzung der Innenstädte von Mainz und Wiesbaden, die 2013 von Passanten in den Hauptgeschäftsstraßen der beiden benachbarten Landeshauptstädte vorgenommen wurde (Tab. 3), so zeigt sich, dass die Innenstadt von Jena sogar noch etwas attraktiver wahrgenommen wird als das Stadtzentrum von Wiesbaden: Mit einem Anteil von 78,4 % für die Beurteilung *sehr attraktiv* und *attraktiv* bleibt Wiesbaden hinter dem Vergleichswert in Jena um 2,5 Prozentpunkte zurück. Anders dagegen der Vergleich mit Mainz: Hier liegt die entsprechende Attraktivitätsquote für das Zentrum der rheinlandpfälzischen Landeshauptstadt bei 86,7 % und fällt damit um rund 6 Prozentpunkte besser aus als dies für die Innenstadt von Jena der Fall ist.

4. Bewertung des Einzelhandelsangebots in der Innenstadt von Jena

Bei den Untersuchungen von 1991 bis 2006 wurde jeweils die folgende Frage gestellt: „*Wie bewerten Sie insgesamt gesehen das Angebot des Einzelhandels in der Innenstadt von Jena? Genügt das Angebot voll Ihren Ansprüchen, gerade noch Ihren Ansprüchen oder genügt es nicht Ihren Ansprüchen?*“

Tab. 4: Bewertung des Einzelhandelsangebots in der Innenstadt von Jena durch die an unterschiedlichen Standorten befragten Passanten und Kunden (1991-2006)

Befragungsort und -jahr		Bewertung des Einzelhandelsangebots durch die Befragten (in %)		
		genügt voll den Ansprüchen	genügt gerade noch den Ansprüchen	genügt nicht den Ansprüchen
Innenstadt	1991	32,6	45,2	22,2
	1992	35,0	39,7	25,3
	1993	28,4	37,6	34,0
	1994	29,3	38,4	32,3
	1996	29,8	45,4	24,8
	1997	33,0	48,0	19,0
	1998	34,8	50,8	14,4
	1999	42,6	42,5	14,9
	2000	46,2	44,2	11,6
	2001	47,0	41	12,0
	2002	40,9	46,6	12,5
	2004	54,0	35,9	10,1
	2006	57,5	34,6	7,9
Goethe Galerie	1996	31,2	50,2	18,6
	1997	29,4	50,9	19,7
	1998	32,8	49,6	17,6
	1999	48,8	38,2	13,0
	2000	48,9	43,4	7,7
	2001	45,3	40,7	14,0
	2002	44,7	43,0	12,3
	2004	51,8	38,4	9,8
	2006	56,9	35,3	7,8
Neue Mitte	2004	51,8	36,4	11,8
	2006	53,9	35,1	11,0

Im Vergleich zu den Ergebnissen des Jahres 1993, als die schlechteste Einschätzung bei allen Befragungen erreicht wurde und jedem Dritten das *Warenangebot in der Innenstadt nicht genügte* (Tab. 4), konnte in den folgenden 13 Jahren eine enorme Verbesserung in der Bewertung des Einzelhandels im Stadtzentrum festgestellt werden. Die kräftige Ausweitung der innerstädtischen Verkaufsflächen durch die Goethe Galerie, das City Carré, die Neue Mitte und etliche andere Geschäftsneubauten fand bis 2006 ihren Niederschlag in der äußerst positiven Beurteilung des Einzelhandelsangebots durch die in der Innenstadt Befragten: Statt 34,0 % gaben nur noch 7,9 % der Interviewten an, dass das Warenangebot in der Innenstadt von Jena ihren *Ansprüchen nicht genügt*. Im gleichen Zeitraum verdoppelte sich der Anteil der Passanten, die das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Jena mit *genügt voll den Ansprüchen* charakterisierten: Deren Anteil stieg von 28,4 % auf 57,5 %.

Bei den letzten vier Untersuchungen ab 2008 wurde die Fragestellung geändert und mit einer Schulnotenskala an die Vergleichsuntersuchungen in Mainz und Wiesbaden angepasst. Die Frage lautete jetzt: „Wie beurteilen Sie insgesamt gesehen das Angebot des Einzelhandels in der Innenstadt von Jena, als sehr gut, gut, befriedigend, ausreichend, mangelhaft oder ungenügend?“

Tab. 5: Bewertung des Einzelhandelsangebots in der Innenstadt von Jena durch die an unterschiedlichen Standorten im Stadtzentrum von Jena befragten Passanten und Kunden (2008-2016) sowie Vergleich zu den Innenstädten von Mainz und Wiesbaden

Befragungsort und -jahr	Bewertung des Einzelhandelsangebots durch die Befragten (in %)						Durchschnitts-note
	sehr gut	gut	befriedigend	ausreichend	mangelhaft	ungenügend	
Innenstadt 2008	12,5	55,7	20,0	7,4	3,4	1,0	2,36
2010	7,4	54,0	23,3	8,7	4,6	2,0	2,55
2012	10,7	48,0	26,5	9,6	4,0	1,2	2,52
2016	10,4	43,7	25,7	10,8	6,2	3,1	2,68
Mainz 2013	12,2	55,8	23,6	6,5	1,7	0,2	2,30
Wiesbaden 2013	12,9	56,3	23,3	5,8	1,1	0,5	2,27
Goethe G. 2008	9,1	58,5	19,8	8,7	3,0	0,9	2,41
2010	10,0	56,8	23,7	5,3	3,5	0,7	2,38
2012	11,2	49,5	27,0	8,3	2,6	1,4	2,46
2016	12,1	46,4	22,7	10,7	6,2	1,9	2,58
Neue Mitte 2008	13,7	49,8	24,5	6,4	4,9	0,7	2,41
2010	7,7	57,9	21,2	7,9	3,6	1,7	2,47
2012	10,5	49,7	28,0	7,8	2,7	1,3	2,33
2016	13,0	50,2	21,1	11,0	3,4	1,3	2,45

Ebenso wie bei dem zuvor bereits aufgefallenen allgemeinen Attraktivitätsverlust der Innenstadt seit 2008 ist auch bei der Bewertung des Einzelhandelsangebots im Stadtzentrum von Jena eine negative Entwicklung zu beobachten (Tab. 5). Die Durchschnittsnote hat sich nach dem Urteil der in den Hauptgeschäftsstraßen Befragten von 2,36 auf gegenwärtig 2,68 verschlechtert. In der Goethe Galerie fällt die Beurteilung mit 2,58 etwas positiver aus, während die beste Beurteilung von den Besuchern der Neuen Mitte mit 2,45 vergeben wird. Das im Vergleich zur übrigen Innenstadt attraktivere Warenangebot in den beiden Einkaufszentren beeinflusst hier offensichtlich das Gesamturteil über das Einzelhandelsangebot im Stadtzentrum.

Die hiesige Qualität des Einzelhandelsangebots konnte sich 2008 in der subjektiven Wahrnehmung der in den Hauptgeschäftsstraßen Befragten durchaus noch mit dem Angebot der innerstädtischen Geschäftszentren in Mainz und Wiesbaden messen, obwohl diese über eine etwa doppelt bzw. dreimal so große Verkaufsfläche verfügen. Inzwischen bleibt jedoch die Durchschnittsnote für das Einzelhandelsangebot in Jena um 0,38 Notenwerte hinter Mainz und 0,41 hinter Wiesbaden zurück.

5. Goethe Galerie, Neue Mitte und übriges Stadtzentrum – separate oder sich gegenseitig ergänzende Einkaufsstandorte?

Nach der Eröffnung der Goethe Galerie im ehemaligen Zeiss-Werk und ebenso nach der Inbetriebnahme der Neuen Mitte wurde von vielen Einzelhändlern in den Hauptgeschäftsstraßen befürchtet, die Besucher der beiden Einkaufszentren würden sich nur dort aufhalten und die übrige Innenstadt meiden. Diese Befürchtung hat sich nur zum Teil bewahrheitet, wie Tab. 6 zeigt.

Die Ergebnisse machen deutlich, dass die Goethe Galerie, die Neue Mitte und die angrenzenden Hauptgeschäftsstraßen sich als Versorgungsstandorte durchaus ergänzen, da die Mehrheit der Inter-

viewten beim Besuch des Stadtzentrums sowohl die Hauptgeschäftsstraßen als auch eines oder beide innerstädtische Einkaufszentren aufsucht. Die Anteile der Befragten, die werktags und am Samstag ihren Besuch im Shopping-Center mit einem Aufenthalt in den Hauptgeschäftsstraßen koppeln, schwanken bei der letzten Erhebung in der Goethe Galerie zwischen 61,0 % und 57,7 %; in der Neuen Mitte variieren sie von 54,8 % bis 72,0 %.

Tab. 6: Koppelung der Besuche von Goethe Galerie, Neuer Mitte und übriger Innenstadt am Donnerstag/Freitag und am Samstag (1996 bis 2016)

Koppelung der Besuche von Goethe Galerie, übriger Innenstadt und Neuer Mitte nach Befragungsort	Befragte am Donnerstag/Freitag (in %)												
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2016
Goethe Galerie													
nur Besuch Goethe Galerie	27,7	41,2	34,2	23,1	24,9	27,5	29,1	32,4	37,9	31,1	38,7	35,1	36,8
auch Besuch übrige Innenstadt	72,3	58,8	65,8	76,9	75,1	72,5	71,9	63,0	57,9	64,9	56,0	61,4	61,0
auch Besuch der Neuen Mitte								21,0	15,5	27,4	17,4	7,8	9,0
übrige Innenstadt													
nur Besuch Innenstadt	64,4	53,7	45,5	46,3	49,5	48,5	47,1	48,0	49,9	45,1	34,2	29,2	--
auch Besuch Goethe Gal.	35,6	46,3	54,5	53,7	50,5	51,5	52,9	42,2	39,9	38,4	48,4	53,9	--
auch Besuch Neue Mitte								31,7	33,8	35,7	41,6	43,3	--
Neue Mitte													
nur Besuch Neue Mitte								26,2	28,5	39,6	31,6	34,5	39,3
auch Besuch Goethe-Gal.								29,7	27,2	39,0	23,3	35,6	29,8
auch Besuch übrige Innenstadt								68,0	65,7	68,4	63,8	52,0	54,8
Koppelung der Besuche von Goethe Galerie, übriger Innenstadt und Neuer Mitte nach Befragungsort	Befragte am Samstag (in %)												
Goethe Galerie													
nur Besuch Goethe Galerie	43,6	50,0	49,8	38,8	40,5	41,1	39,4	38,9	40,0	38,7	36,7	28,3	33,6
auch Besuch übrige Innenstadt	56,4	50,0	50,2	61,2	59,5	58,9	60,6	56,1	57,2	58,1	60,1	61,8	57,7
auch Besuch Neue Mitte								30,6	29,6	25,0	16,9	11,7	18,4
übrige Innenstadt													
nur Besuch Innenstadt	55,1	41,5	55,8	40,2	39,6	40,5	-	37,2	35,1	37,4	37,1	37,9	--
auch Besuch Goethe Gal.	44,9	58,5	44,2	59,9	60,4	59,5	51,5	43,6	41,6	46,1	48,7	50,3	--
auch Besuch Neue Mitte								29,3	32,5	39,0	41,7	40,3	--
Neue Mitte													
nur Besuch Neue Mitte								29,2	21,1	26,2	22,9	23,3	26,8
auch Besuch Goethe Gal.								27,8	38,2	51,4	42,0	51,2	34,1
auch Besuch übrige Innenstadt								67,1	68,4	71,0	67,9	69,8	72,0

Klar ausgeprägt sind werktags die Unterschiede im Koppelungsverhalten der Besucher in der wesentlich größeren Goethe Galerie im Vergleich zur Neuen Mitte: Nur 9,0 % der Kunden in der Goethe Galerie suchen auch die Neue Mitte auf, während umgekehrt 29,8 % der in der Neuen Mitte erfassten Passanten ebenfalls in die Goethe Galerie gehen.

Auch am Wochenende wird der Unterschied zwischen dem Koppelungsverhalten der Besucher in den beiden Einkaufszentren wieder deutlich: 36,1 % der Besucher der Neuen Mitte suchen ebenfalls die Goethe Galerie auf; umgekehrt trifft dies auf nicht mehr als 18,4 % der in dem größeren Shopping-Center befragten Personen zu. Da in beiden Einkaufszentren die Bekleidungsgeschäfte dominieren, das Angebot in der Goethe Galerie jedoch wesentlich umfangreicher ist, erübrigt sich dort für die meisten Kunden ein Besuch in der kleineren Neuen Mitte.

6. Innenstadtbesuch als Pflicht oder Freizeit

Je höher die Attraktivität eines Stadtzentrums ist, desto mehr Menschen kommen in die Innenstadt, um dort ihre Freizeit zu verbringen. In den Vordergrund rückt dabei der Erlebnischarakter des Innenstadttaufenthalts, der immer weniger als ein Pflichtbesuch angesehen wird, um dort nur notwendige Dinge zu erledigen. Zur Erfassung des erwarteten Wandels in der Wahrnehmung des Innenstadtbesuchs bei zunehmender Verbesserung der Aufenthaltsqualität im Zentrum von Jena wurde bei allen Untersuchungen je nach Interviewstandort die Frage gestellt: *„Empfinden Sie Ihren heutigen Aufenthalt in der Innenstadt von Jena (Goethe Galerie / Neuen Mitte Jena) eher als Pflicht und Notwendigkeit oder eher als Freizeit und Erlebnis?“* Die Veränderungen seit 1991 sind in den Tabellen 7 und 8 dargestellt.

Zwischen 1991 und 1994 nahm an Werktagen der Anteil derer ständig zu, die nur in die Innenstadt kamen, weil sie dazu verpflichtet waren oder notwendige Erledigungen vornehmen mussten. Ihr Anteil stieg von 39,6 % auf 55,4 % (Tab. 7). Zugleich schrumpfte der Prozentsatz der Passanten, die den City-Besuch mit Freizeit und Erlebnis assoziierten, von 39,4 % auf den Minimalwert von 28,0 % – ein deutlicher Indikator für die sinkende Aufenthaltsqualität des Stadtzentrums während der damals durchgeführten Umbaumaßnahmen. Der gleiche Trend war auch samstags festzustellen (Tab. 8).

Dieser negative Trend verkehrte sich nach der Eröffnung der Goethe Galerie zunächst ins Gegenteil. Der Innenstadtbesuch wurde wieder verstärkt als Freizeit und Erlebnis empfunden. Werktags stieg der entsprechende Anteil der im Stadtzentrum befragten Passanten zwischen 1994 und 1997 von 28,0 % auf 42,6 % und samstags von 40,5 % auf 50,5 % (Tab. 8).

In der Folgezeit pendeln die Werte für den Pflicht- und den Erlebnisaufenthalt in der Innenstadt werktags um die 40 Prozentmarke und schlagen in Abhängigkeit vom weiteren Ausbau des Stadtzentrums, attraktiven Veranstaltungen in der City und den Wetterbedingungen jeweils stärker in eine der beiden Richtungen aus. So ist beispielsweise der extrem niedrige Wert von nur 31,6 % für den Freizeit- und Erlebnisaufenthalt bei der Erhebung 2012 auf die kräftigen Niederschläge und niedrigen Temperaturen zurückzuführen, wodurch die Attraktivität der Innenstadt als Ziel einer Freizeitaktivität deutlich reduziert wird.

Die Ergebnisse der jüngsten Interviews in den Hauptgeschäftsstraßen, die an den beiden Werktagen durchgeführt wurden, sind mit 38,8 % *„Pflicht und Notwendigkeit“*, 40,7 % *„Freizeit und Erlebnis“* sowie 20,5 % *„beides“* nahezu deckungsgleich mit den Antworten von 2008. Hinsichtlich der Motivation für den Besuch der Jenaer Innenstadt ist hier also werktags keine signifikante Veränderung festzustellen.

Tab. 7: Empfindung des Aufenthalts an den innenstädtischen Befragungsorten in Jena als Pflicht und Notwendigkeit oder als Freizeit und Erlebnis an Werktagen sowie im Vergleich mit Mainz und Wiesbaden

Wochentag, Befragungsort und Jahr		Empfindung des Aufenthalts an den innenstädtischen Befragungsorten (in % der Befragten)		
		Pflicht und Notwendigkeit	Freizeit und Erlebnis	beides
Donnerstag/Freitag				
Innenstadt Jena	1991	39,6	39,4	21,0
	1992	40,7	38,6	20,7
	1993	50,2	29,8	20,0
	1994	55,4	28,0	16,6
	1996	46,6	36,6	16,8
	1997	38,4	42,6	19,0
	1998	46,3	35,6	18,1
	1999	41,7	39,9	18,4
	2000	36,5	40,6	23,0
	2001	42,1	37,9	20,0
	2002	40,0	39,7	20,3
	2004	39,8	41,1	19,1
	2006	32,5	49,0	18,5
	2008	38,9	40,2	20,9
	2010	40,4	43,3	16,3
	2012	40,9	31,6	27,5
	2016	38,8	40,7	20,5
Mainz Innenstadt	2011	28,5	50,9	20,6
Wiesbaden Innenstadt	2011	36,2	44,7	19,1
Goethe Galerie	1996	29,2	57,5	13,3
	1997	24,7	56,5	18,8
	1998	28,6	59,9	11,5
	1999	32,3	55,5	12,2
	2000	26,3	57,8	15,9
	2001	31,7	55,6	12,7
	2002	31,9	53,4	14,7
	2004	32,4	52,3	15,3
	2006	36,6	50,3	13,1
	2008	28,2	60,7	11,1
	2010	27,2	63,9	8,9
	2012	33,5	52,8	13,7
	2016	23,6	64,1	12,3
Neue Mitte	2004	36,3	47,4	16,3
	2006	41,0	43,9	15,1
	2008	35,2	50,8	14,0
	2010	39,7	50,7	9,6
	2012	33,5	52,8	13,7
	2016	39,4	47,4	13,1

Tab. 8: Empfindung des Aufenthalts an den innenstädtischen Befragungsorten von Jena als Pflicht und Notwendigkeit oder als Freizeit und Erlebnis an Samstagen sowie im Vergleich mit Mainz und Wiesbaden

Wochentag, Befragungsort und Jahr		Empfindung des Aufenthalts an den innenstädtischen Befragungsorten (in % der Befragten)		
		Pflicht und Notwendigkeit	Freizeit und Erlebnis	beides
Samstag				
Innenstadt Jena	1991	26,6	49,6	23,8
	1992	31,0	48,9	20,1
	1993	32,7	46,7	19,6
	1994	37,9	40,5	21,6
	1996	34,8	45,6	19,6
	1997	31,7	50,5	17,8
	1998	36,8	49,5	13,7
	1999	25,5	61,8	12,7
	2000	33,0	47,6	19,4
	2001	21,5	57,9	20,6
	2002	24,3	51,4	24,3
	2004	27,6	47,6	24,8
	2006	30,3	40,9	28,8
	2008	30,2	50,5	19,3
	2010	24,4	60,8	14,7
	2012	31,5	41,3	27,2
	2016	13,6	68,8	17,6
Mainz Innenstadt	2013	20,9	60,9	18,2
Wiesbaden Innenstadt	2013	24,2	55,3	20,5
Goethe Galerie	1996	25,6	56,2	18,2
	1997	29,4	57,1	13,5
	1998	35,9	47,5	16,7
	1999	25,3	62,3	12,4
	2000	35,5	49,6	14,9
	2001	31,5	54,5	14,0
	2002	33,1	53,2	13,7
	2004	36,7	48,3	15,0
	2006	31,5	54,8	13,7
	2008	30,6	57,8	11,6
	2010	19,4	63,2	17,4
	2012	29,2	51,7	19,1
		2016	27,8	59,1
Neue Mitte	2004	36,7	51,3	12,0
	2006	37,8	36,5	25,7
	2008	31,0	58,4	10,6
	2010	42,0	41,2	16,8
	2012	29,7	50,8	19,5
		2016	40,6	47,5

Samstags spielen Freizeit und Erlebnis eine wesentlich größere Rolle für den Innenstadtbesuch. Dementsprechend empfanden im Zeitraum von 1998 bis 2010 an den Wochenenden durchschnittlich 52 % der Passanten in den Hauptgeschäftsstraßen ihren City-Aufenthalt als Freizeit und Erlebnis. Gleichzeitig gaben nur 28 % der Innenstadtbesucher an, dass sie dazu verpflichtet waren oder für sie die Notwendigkeit bestand ins Stadtzentrum zu kommen. Der ungewöhnlich hohe Wert von 61,5 % der befragten Passanten, die bei den Samstagserhebungen 1999 einen Erlebnisbesuch des Stadtzentrums durchgeführt hatten, war vor allem auf das Unterhaltungsangebot auf dem Marktplatz und die verlängerten Öffnungszeiten der Geschäfte am „Umwelttag“ zurückzuführen. Der niedrige Vergleichswert von nur 41,3 % im Jahre 2012 war dagegen wetterbedingt.

Demgegenüber sprengen die Ergebnisse der jüngsten Interviews am Samstag den bisherigen Rahmen: Der Anteil der Passanten, die aufgrund von „Pflicht und Notwendigkeit“ in die Innenstadt gekommen sind, sinkt auf den nie zuvor auch nur annähernd erreichten Tiefstwert von 13,6 %, während gleichzeitig, die Personen, die aus Freizeit- und Erlebnisgründen in das Stadtzentrum gekommen sind, mit deutlichem Vorsprung gegenüber allen früheren Erhebungen einen Rekordanteil von 68,8 % erreichen. „Grüner Markt“ und Frühlingsmarkt sowie die Attraktion einer international renommierten Fotoausstellung und eine Großveranstaltung im Volkshaus spielen dabei sicherlich eine Rolle. Ob dies als Erklärung für einen solchen Extremwert bei den in den Hauptgeschäftsstraßen interviewten Passanten ausreicht, ist jedoch fraglich. Bei zukünftigen Studien wird sich zeigen, ob es sich hier um einen einmaligen „Ausrutscher“ oder um einen langfristigen Trend handelt.

Die meisten Befragten nehmen den Freizeit- und Erlebniswert der beiden Einkaufszentren positiver wahr als dies für die übrigen Bereiche der Innenstadt der Fall ist. Bei den Erhebungen im Zeitraum von 2004 bis 2016, in dem die Ergebnisse von allen drei Standorten vorliegen, schneiden werktags die Hauptgeschäftsstraßen in der Regel am schlechtesten ab. Im Durchschnitt assoziieren nur 41 % der dort werktags Befragten ihren Aufenthalt im Stadtzentrum vor allem mit Freizeit und Erlebnis. Die Vergleichswerte sind mit 48 % in der Neuen Mitte deutlich höher und erreichen in der Goethe Galerie sogar 57 %.

Samstags dagegen übertrifft der durchschnittliche Anteil der in den Hauptgeschäftsstraßen interviewten Passanten mit 49 % sogar leicht die Vergleichsquote der Kunden des Neuen Marktes mit 48 %, bleibt jedoch hinter der Goethe Galerie mit 56 % zurück. Dort wurde bei der jüngsten Studie werktags mit einem Anteil von sogar 64,1 % der höchste Freizeitwert im Vergleich zu allen anderen am Donnerstag und Freitag durchgeführten Interviews festgestellt. Dies dürfte vor allem durch die bereits erwähnte äußerst attraktive Fotoausstellung in der Goethe Galerie bedingt sein. Die Besucher des Einkaufszentrums, die sich für die Ausstellung interessierten, übten eine Freizeitaktivität aus und waren in der Regel auch eher bereit sich interviewen zu lassen, als Personen mit dienstlichen Verpflichtungen, die unter Zeitdruck standen und deshalb häufig eine Teilnahme an der Studie ablehnten.

Im Vergleich zu den Befragungen in den Hauptgeschäftsstraßen der beiden westdeutschen Landeshauptstädte bleibt das Stadtzentrum von Jena werktags bei der jüngsten Studie mit einen Freizeit- und Erlebniswert von 40,7 % weit hinter der entsprechenden Quote von Mainz mit 50,1 % zurück und wird auch von Wiesbaden mit 45,8 % übertroffen. Dagegen lag am letzten Samstag der Rekordwert von Jena mit 68,8 % deutlich vor Mainz mit 60,9 % und noch weiter vor Wiesbaden mit 55,3 %. Diese Daten unterstreichen die vor allem am Wochenende – dank Sonderveranstaltungen – relativ hohe Standortqualität der Jenaer Innenstadt im Bereich Freizeit und Erholung.

7. Einkaufshäufigkeit in großflächigen Einzelhandelsstandorten in Jena

Im Rahmen der Interviews wurde auch danach gefragt, wie oft in den letzten zwei Monaten in den beiden innerstädtischen Einkaufszentren sowie in den zwei peripheren Einzelhandelsstandorten, nämlich dem Fachmarktzentrum Burgapark und dem SB-Warenhaus in Isserstedt eingekauft wur-

de. Zusätzlich wurde 2016 auch noch die Holzmarkt-Passage in den Fragebogen aufgenommen. Die Ergebnisse für die Befragungsstandorte in den Hauptgeschäftsstraßen von Jena sowie in der Goethe Galerie und der Neuen Mitte sind den Tabellen 9a bis 9c zu entnehmen.

Die *Goethe Galerie* wird allein schon wegen der Nähe der Befragungsorte am stärksten von jenen Innenstadtbesuchern frequentiert, die vor allem in der Goethe Galerie selber sowie in der Neuen Mitte und in den Hauptgeschäftsstraßen interviewt wurden. Der Anteil der dort Interviewten, die in den letzten zwei Monaten vor der Erhebung von 2016 mehr als dreimal in der Goethe Galerie eingekauft hatten, variiert für die drei Befragungsorte nur geringfügig zwischen 55,7 % und 53,1 %. Hier zeigt sich die herausragende Attraktivität dieses Einkaufszentrum, das von den Innenstadtbesuchern insgesamt am häufigsten frequentiert wird.

Allerdings geben in der *Neuen Mitte* sogar 59,7 % der hier Befragten an, dass sie mehr als dreimal in den vorhergehenden acht Wochen in diesem Shopping-Center eingekauft haben. Die hohe Frequenz ist vor allem durch den Discounter Aldi als größter Kundenmagnet in der Neuen Mitte bedingt. Deutlich niedriger fallen dagegen die Vergleichswerte der interviewten Passanten in den Hauptgeschäftsstraßen und der Besucher der Goethe Galerie aus, von denen nur 37,8 % und 31,5 % während der gleichen Zeitspanne in der Neuen Mitte eingekauft haben.

Gegenüber diesen beiden großen und relativ häufig aufgesuchten innerstädtischen Einkaufszentren fällt die wesentlich kleinere *Holzmarkt-Passage* weit zurück. Hier sind es nur 7,8 % bis maximal 12,9 % der an den drei unterschiedlichen Standorten Befragten, die mehr als dreimal in den vorhergehenden zwei Monaten in den dortigen Geschäften eingekauft haben.

Tab. 9a: Einkaufshäufigkeit in großflächigen Einzelhandelsstandorten bei den in den Hauptgeschäftsstraßen von Jena Interviewten (1996-2016)

Aufgesuchte Einzelhandelsstandorte und Häufigkeit der Einkäufe	Interviewte pro Befragungsort in %												
	Innenstadt												2016
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2004	2006	2008	2010	2012	
Goethe Galerie	<u>86,5</u>	<u>94,8</u>	<u>97,9</u>	<u>95,2</u>	<u>98,3</u>	<u>97,8</u>	<u>98,4</u>	<u>98,2</u>	<u>99,1</u>	<u>98,9</u>	<u>98,8</u>	<u>98,5</u>	98,7
davon in den letzten 8 Wochen:													
- mehr als dreimal	33,6	54,4	54,5	55,1	50,5	53,9	53,8	47,4	50,4	47	49,3	45,9	53,1
- ein- bis dreimal	41,2	27,9	28,8	28,5	29,9	32,7	31,9	34,8	33,5	32,2	32,0	36,3	33,2
länger her	11,6	12,5	14,6	11,6	17,9	11,2	12,7	16,0	15,2	19,7	17,5	16,3	12,4
Neue Mitte								<u>90,1</u>	<u>96</u>	<u>97,4</u>	<u>97,8</u>	<u>97,1</u>	97,0
davon in den letzten 8 Wochen:													
- mehr als dreimal								29,2	46,4	41,0	42,6	35,7	37,8
- ein- bis dreimal								37,8	35,4	32,8	30,8	39,6	35,0
länger her								23,1	14,2	23,6	24,4	21,8	24,2
Holzmarkt-Passage													86,1
davon in den letzten 8 Wochen:													
- mehr als dreimal													12,9
- ein- bis dreimal													27,9
länger her													45,3
Burgapark	<u>77,2</u>	<u>74,6</u>	<u>87,1</u>	<u>79</u>	<u>81,6</u>	<u>81</u>	<u>82,8</u>	<u>87,1</u>	<u>89,3</u>	<u>87,4</u>	<u>88,7</u>	<u>83,4</u>	78,0
davon in den letzten 8 Wochen:													
- mehr als dreimal	14,0	14,9	18,6	18,1	17,6	21,5	21,2	19,6	18,4	13,4	15,0	12,5	9,2
- ein- bis dreimal	33,9	26	32,3	27,8	32,5	29,5	27,4	26,9	24,8	25,5	24,6	28,2	20,7
länger her	29,3	33,7	36,2	33,1	31,5	30	34,2	40,6	46,1	48,5	49,1	42,7	48,1
Isserstedt (Globus)	<u>77,0</u>	<u>66,5</u>	<u>79,5</u>	<u>61,7</u>	<u>69,6</u>	<u>62,9</u>	<u>67,5</u>	<u>73,0</u>	<u>77,0</u>	<u>75,7</u>	<u>75,7</u>	<u>66,4</u>	65,2
davon in den letzten 8 Wochen:													
- mehr als dreimal	15,1	13,9	13,5	11,8	10,7	9,7	9,5	8,7	8,2	9,1	8,9	10,4	8,9
- ein- bis dreimal	20,6	18,9	16,8	16,5	17,1	15,9	16,9	16,5	17,0	15,6	15,5	16,9	15,0
länger her	41,3	33,7	49,2	33,4	41,8	37,3	41,1	47,8	51,8	50,8	51,3	39,1	41,3

Tab. 9b: Einkaufshäufigkeit in großflächigen Einzelhandelsstandorten bei den in der Goethe Galerie Interviewten (1996-2016)

Aufgesuchte Einzelhandelsstandorte und Häufigkeit der Einkäufe	Interviewte pro Befragungsort in %												
	Goethe Galerie												
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2016
Goethe Galerie	92,6	95,8	99,1	97,4	98,3	99,7	98,9	99,6	99,6	99,3	99,6	98,2	99,3
davon in den letzten 8 Wochen:													
- mehr als dreimal	50,5	61,1	63,1	64,0	68,5	64,0	63,5	62,6	64,6	59,3	50,3	58,0	54,5
- ein- bis dreimal	34,0	24,9	26,0	26,6	21,7	24,8	25,6	25,2	24,2	31,5	35,8	30,0	34,0
länger her	8,1	9,8	10,0	6,8	8,1	10,9	9,8	11,8	10,8	8,5	13,5	10,2	10,8
Neue Mitte								89,8	95,3	98,0	97,5	96,5	97,2
davon in den letzten 8 Wochen:													
- mehr als dreimal								28,0	35,6	38,7	32,1	35,1	31,5
- ein- bis dreimal								34,3	35,8	35,8	37,6	39,6	42,0
länger her								27,5	23,8	23,5	27,8	21,8	23,7
Holzmarkt-Passage													87,3
davon in den letzten 8 Wochen:													
- mehr als dreimal													12,5
- ein- bis dreimal													32,6
länger her													42,2
Burgapark	77,6	68,4	86,3	81,2	74,5	86,3	87,5	85,1	86,4	85,2	84,3	84,7	75,1
davon in den letzten 8 Wochen:													
- mehr als dreimal	23,9	12,2	18,4	19,2	15,0	18,9	17,4	15,4	13,6	13,1	12,8	14,1	13,3
- ein- bis dreimal	21,7	23,5	28,4	32,6	32,5	31,4	30,0	27,2	25,2	23,9	29,0	27,9	21,6
länger her	32,0	32,7	39,5	29,4	27,0	36,0	40,1	42,5	47,6	48,2	42,5	42,7	40,2
Isserstedt (Globus)	75,0	64,3	77,0	69,8	62,1	68,4	69,8	72,4	75,1	72,3	72,3	69,5	65,0
davon in den letzten 8 Wochen:													
- mehr als dreimal	16,5	16,2	13,5	14,0	14,9	10,7	12,1	11,2	11,6	9,2	8,5	11,9	12,1
- ein- bis dreimal	19,8	19,3	17,9	20,7	15,1	16,6	15,0	16,3	15,8	17,0	15,2	18,5	15,2
länger her	38,7	28,8	45,6	35,1	32,1	41,1	42,7	44,9	47,7	46,1	48,6	39,1	37,7

Das südlich der Innenstadt gelegene Fachmarktzentrum *Burgapark* wird von den Personen, die an den drei Standorten im Stadtzentrum befragt wurden, ebenfalls relativ selten aufgesucht. Hier variieren die Werte für die häufigste Einkaufskategorie auf dem niedrigen Niveau von 9,2 % bis 13,3 %. Dabei ist an allen Befragungsorten eine deutliche Abnahme der Einkaufsfrequenz im Burgapark innerhalb der letzten vier Jahre festzustellen. Hatten dort 2012 noch 40,7 % bis 42,2 % der Interviewten mindestens einmal in den vorhergehenden zwei Monaten eingekauft, so ist jetzt der Rückgang auf nicht mehr als 29,9 % bis 34,9 % sehr markant. Diese negative Entwicklung deutet gerade auch im Vergleich mit der relativ stabilen Nachfrage in den übrigen großflächigen Einkaufsstandorten auf einen erheblichen Verlust an Attraktivität und Kunden hin.

Noch etwas niedriger fallen die entsprechenden Werte mit 23,9 % bis 28,1 % bei den mindestens einmal in den letzten zwei Monaten getätigten Einkäufen in dem ca. 7 km vom Jenaer Stadtzentrum entfernten SB-Warenhauses *Globus* mit integrierter Ladenzeile und Baumarkt in Isserstedt aus. Abgesehen von geringen Schwankungen zwischen den einzelnen Erhebungen ist hier in letzten zwei Jahrzehnten aufgrund der vorliegenden Befragungsergebnisse kaum eine Veränderung der Nachfrage feststellbar.

Tab. 9c: Einkaufshäufigkeit in großflächigen Einzelhandelsstandorten bei den in der Neuen Mitte Interviewten (1996-2016)

Aufgesuchte Einzelhandelsstandorte und Häufigkeit der Einkäufe	Interviewte pro Befragungsort in %					
	Neue Mitte					
	2004	2006	2008	2010	2012	2016
Goethe Galerie	<u>98,2</u>	<u>98,1</u>	<u>98,4</u>	<u>99,3</u>	<u>98,9</u>	<u>98,9</u>
davon in den letzten 8 Wochen:						
- mehr als dreimal	47,4	53,6	55,6	51,3	54,2	55,7
- ein- bis dreimal	34,8	32,5	28,8	31,3	35,3	31,0
länger her	16,0	12,0	14,0	16,7	9,4	12,2
Neue Mitte	<u>91,1</u>	<u>99,4</u>	<u>99,4</u>	<u>99,3</u>	<u>99,5</u>	<u>98,6</u>
davon in den letzten 8 Wochen:						
- mehr als dreimal	29,2	57,1	60,9	63,2	57,5	59,7
- ein- bis dreimal	37,8	32,7	25,9	24,8	34,5	29,0
länger her	23,1	9,6	12,6	11,3	7,5	9,9
Holzmarkt-Passage						<u>80,0</u>
davon in den letzten 8 Wochen:						
- mehr als dreimal						7,8
- ein- bis dreimal						25,4
länger her						46,8
Burgapark	<u>83,2</u>	<u>84,9</u>	<u>89,7</u>	<u>87,5</u>	<u>87,9</u>	<u>73,5</u>
davon in den letzten 8 Wochen:						
- mehr als dreimal	14,5	13,9	14,9	14,3	13,2	9,9
- ein- bis dreimal	24,4	26,2	28,0	26,9	29,0	21,4
länger her	43,9	44,8	46,8	46,3	45,7	42,2
Isserstedt (Globus)	<u>73,3</u>	<u>74,1</u>	<u>75,2</u>	<u>76,4</u>	<u>71,0</u>	<u>59,3</u>
davon in den letzten 8 Wochen:						
- mehr als dreimal	12,0	12,9	10,4	13,2	9,8	11,3
- ein- bis dreimal	17,8	14,8	15,3	15,0	15,9	16,8
länger her	43,5	46,4	49,5	48,2	45,3	31,2

8. Einkaufshäufigkeit in Erfurt, Weimar, Gera und Leipzig

Die rund 55 km entfernte Innenstadt von *Erfurt* wird von einem wachsenden Teil der Jenaer Bevölkerung als Einkaufsort vor allem von mittelfristigem Bedarf genutzt. Zwischen 2000 und 2016 hat sich der Anteil der in der Innenstadt von Jena und in der Goethe Galerie Interviewten, die mindestens einmal in den letzten zwei Monaten in Erfurt eingekauft hatten, mehr als verdoppelt und ist von 15,8 % auf 34,0 % bzw. von 14,5 % auf 31,9 % gestiegen (Tab. 10).

Am stärksten ist die Zunahme bei den Passanten in den Hauptgeschäftsstraßen von Jena, unter denen sich die entsprechende Quote allein seit 2012 um mehr als 9 Prozentpunkte erhöht hat. Hier wird ein signifikanter Attraktivitätsgewinn der thüringischen Landeshauptstadt deutlich, verbunden mit einem offenbar besonders rasch wachsenden Kaufkraftabfluss aus Jena. Ein solcher Trend ist ein Alarmzeichen für die Einzelhandelsentwicklung in der Innenstadt von Jena.

Das gilt umso mehr, weil auch noch andere Orte zum Einkaufen aufgesucht werden. Der geringste Kaufkraftabfluss entfällt dabei 2016 auf *Gera*, wo 8,8 % bis 11 % der an den unterschiedlichen Standorten in Jena Befragten mindestens einmal in den letzten beiden Monaten eingekauft haben. Bei *Weimar* als Einkaufsziel steigen die Vergleichswerte auf 15,8 % bis 21,7 %. In dem etwa 105 km entfernten *Leipzig* haben sogar 23,6 % bis 28,6 % während der letzten zwei Monate eingekauft. Dabei dürfte es sich vorwiegend um die Deckung des mittelfristigen Bedarfs, also vor allem um den Kauf von Bekleidung gehandelt haben, da in Leipzig die Auswahl wesentlich größer ist und deshalb auch eine längere Anfahrtstrecke in Kauf genommen wird.

Diese Ergebnisse passen zu den Angaben über einen erheblichen Zentralitätsverlust von Jena als Oberzentrum: Seit 2008 ist die entsprechende Kennziffer von 130 auf 110 im Jahre 2014 zurückgefallen. Die Größenordnung des Rückgangs innerhalb einer relativ kurzen Zeitspanne ist in höchstem

Maße alarmierend und dokumentiert einen anhaltenden Bedeutungsverlust von Jena im zentralörtlichen Versorgungssystem. Da sich dieser negative Trend durch die aktuellen Tiefbaumaßnahmen in der Innenstadt bis Ende 2016 noch weiter verstärken wird und es sehr schwierig ist, abgewanderte Kunden zurückzugewinnen, besteht dringender Handlungsbedarf zur Aufwertung des Stadtzentrums durch eine quantitative und qualitative Stärkung des Einzelhandelsangebots.

Tab. 10: Einkaufshäufigkeit in Erfurt, Weimar, Gera und Leipzig in den letzten acht Wochen unterschieden nach Befragungsorten

Aufgesuchte Einkaufsorte und Häufigkeit der Einkäufe nach Befragungsort	Interviewte pro Befragungsort, die in Erfurt eingekauft haben, in %									Wei-	Gera	Leip-
	2000	2001	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2016	mar	2016	zig
Innenstadt	<u>61,5</u>	<u>55,7</u>	<u>64,9</u>	<u>70,1</u>	<u>77,4</u>	<u>79,7</u>	<u>86,4</u>	<u>79,5</u>	<u>90,5</u>	<u>80,2</u>	<u>55,5</u>	<u>82,8</u>
davon in den letzten 8 Wochen:												
- mehr als dreimal	3,5	1,9	2,7	2,5	3,4	3,4	4,2	4,6	7,4	4,3	2,6	5,7
- ein- bis dreimal länger her	12,3	19,3	18	16,1	15,5	14,9	19,5	20,2	26,6	15,5	6,2	20,4
	45,7	34,5	44,2	51,5	58,5	61,4	62,7	54,7	56,5	60,4	46,7	56,7
Goethe Galerie	<u>54,8</u>	<u>64,5</u>	<u>68,4</u>	<u>71,5</u>	<u>77,1</u>	<u>79,7</u>	<u>82,7</u>	<u>85,1</u>	<u>82,7</u>	<u>74,4</u>	<u>50,7</u>	<u>78,3</u>
davon in den letzten 8 Wochen:												
- mehr als dreimal	2,9	3,6	3,4	3,9	4,1	3,5	4,1	4,8	5,0	4,7	2,9	3,6
- ein- bis dreimal länger her	11,6	18,3	17,9	16,4	15,8	14,3	17,9	25,6	26,9	17,0	8,1	25,0
	40,3	42,6	47,1	51,2	57,2	61,9	60,7	54,7	50,8	52,7	39,7	49,7
Neue Mitte				<u>69,8</u>	<u>72,1</u>	<u>82,6</u>	<u>87,3</u>	<u>89,6</u>	<u>83,6</u>	<u>69,4</u>	<u>40,4</u>	<u>71,5</u>
davon in den letzten 8 Wochen:												
- mehr als dreimal				2,9	3,2	4,2	4,1	6,6	3,7	3,0	1,6	2,3
- ein- bis dreimal länger her				17,8	8,1	15,3	20,6	24,5	27,7	12,8	7,1	21,3
				49,1	50,8	63,1	62,6	58,5	52,2	53,6	31,7	47,9

9. Einkäufe im elektronischen Handel

Vor dem Hintergrund der rasanten Expansion des elektronischen Handels wurde auch nach der Anzahl der Einkäufe im Internet gefragt. Im Jahre 2000 hatten sich von den in der Innenstadt Befragten nur 14,7 % am elektronischen Handel beteiligt (Tab. 11). 16 Jahre später gaben bis zu 86 % der Innenstadtbesucher an, dass sie bereits im Internet eingekauft hatten. Allein seit 2012 ist der Anteil der Online-Käufer um bis zu 11,5 Prozentpunkte gewachsen.

Die Befragten, die am häufigsten Einkäufe im Internet tätigen, wurden in der Goethe Galerie angetroffen. Hier gaben 71,8 % der Besucher an, dass sie mehr als zehnmals Waren über das Internet bezogen hatten. In der Neuen Mitte liegt die Vergleichsquote mit 69,5 % etwas niedriger und sinkt unter den in den Hauptgeschäftsstraßen Interviewten auf 65,8 %.

Hier bestätigt sich, dass der Trend zum Online-Einkauf nicht aufzuhalten ist und für den stationären Einzelhandel insgesamt und ebenso für die Zukunft der innerstädtischen Geschäfte in Jena – je nach Branche unterschiedlich – eine wachsende Bedrohung darstellt. Damit sind vor allem die Einzelhandelsunternehmen selber gefordert, die ihre Internet-Aktivitäten ausbauen und sich stärker auf das geänderte Kaufverhalten ihrer Kunden einstellen sollten.

Tab. 11: Anzahl der Einkäufe im Internet (2000-2016)

Anzahl der Einkäufe im Internet (in % der Befragten)		Befragungsort		
		Innenstadt	Goethe Galerie	Neue Mitte
noch nie	2000	85,3	80,1	
	2001	75,0	73,9	
	2002	69,4	65,2	
	2004	63,5	54,1	55,3
	2006	55,7	46,5	49,8
	2008	43,8	39,2	37,0
	2010	49,3	45,2	43,5
	2012	25,5	25,5	23,1
	2016	16,2	14,0	15,2
1-4 mal	2000	7,5	3,7	
	2001	11,4	5,1	
	2002	11,1	4,0	
	2004	11,4	3,4	1,2
	2006	11,7	2,0	0,9
	2008	10,8	3,0	1,2
	2010	8,7	1,3	3,8
	2012	11,0	10,4	9,1
	2016	8,3	6,4	8,9
5-10 mal	2000	4,7	5,9	
	2001	7,0	5,8	
	2002	9,1	10,9	
	2004	10,7	12,8	13,9
	2006	12,3	15,7	14,5
	2008	15,5	16,0	13,7
	2010	17,2	16,5	20,0
	2012	9,9	9,6	11,8
	2016	9,7	7,8	6,4
über 10 mal	2000	2,5	2,0	
	2001	6,5	7,1	
	2002	10,4	11,0	
	2004	14,4	19,8	20,7
	2006	20,3	25,0	26,0
	2008	30,0	35,2	41,0
	2010	24,8	28,2	26,0
	2012	53,6	54,5	56,0
	2016	65,8	71,8	69,5

10. Verkehrsmittelwahl beim Besuch des Stadtzentrums an Werktagen und samstags

Als Folge des massiven Anstiegs der Motorisierung nach der Wiedervereinigung war Anfang der 90er Jahre erwartet worden, dass ein beträchtlicher Teil der Innenstadtbesucher von öffentlichen Verkehrsmitteln auf den Pkw umsteigen würde. Überraschenderweise hat sich diese Annahme jedoch nur in sehr geringem Umfang bestätigt. Wie Tab. 12 zeigt, schwankt der Anteil der *Pkw-Nutzer* unter den Innenstadtbesuchern *werktags* im Beobachtungszeitraum von 1991 bis 2012 nur zwischen 20 % und 26 % und erreicht bei der jüngsten Erhebung mit nicht mehr als 17,7 % das niedrigste Niveau. Dieser Wert liegt erheblich unter den Vergleichsquoten aus Mainz und Wiesbaden mit 27,8 % bzw. 31,5 %.

Auch der Anteil der Nutzer von *öffentlichen Verkehrsmitteln* blieb zunächst an Werktagen trotz massiv zunehmender Pkw-Verfügbarkeit zwischen 1991 und 1996 bei einer Größenordnung von etwa 45 % weitgehend konstant. Die Schwankungsbreite zwischen den Ergebnissen der ersten fünf

Untersuchungen lag nur bei 2,8 %. Dagegen ist bei den ÖPNV-Nutzern seit 1996 eine deutliche Abnahme von 46 % auf 38 % im Jahre 1998 zu verzeichnen, der dann wieder ein Anstieg bis auf die Rekordhöhe von 48 % im Jahr 2001 folgte. Nach einem anhaltenden Rückgang bis auf 34 % bei den anschließenden Untersuchungen ist 2010 erneut eine abrupte Zunahme auf 43 % zu beobachten, gefolgt von einer weiteren Schrumpfung auf 35 % bei der jüngsten Erhebung. Dieser Anteil liegt um rund 6 Prozentpunkte unter den Ergebnissen in Mainz und Wiesbaden.

Der Prozentsatz der Passanten, die an Werktagen *zu Fuß* in die Jenaer Innenstadt kommen, blieb bei den ersten drei Zählungen nahezu konstant; die Schwankungsbreite reichte hier nur von 22,1 % bis 22,5 %. Ab 1994 lag die Fußgängerquote zwischen 24 % und 25 %. Darauf folgte 1998 ein Anstieg um 5 Prozentpunkte auf 30 %, der sich mit geringen Schwankungen bei den nächsten Untersuchungen bis 2012 auf einem Niveau von 29 % eingependelt hatte und bei der letzten Erhebung auf 33 % angestiegen ist. Die deutliche Zunahme der Fußgänger ist unter anderem auf die kräftig wachsende innerstädtische Wohnbevölkerung zurückzuführen. Nach der anfänglichen Verdrängung der Wohnnutzung aus dem Stadtzentrum sind dort seit 1997 etliche Großprojekte fertig gestellt worden, die in den oberen Stockwerken zahlreiche neue Wohnungen aufweisen. Im Vergleich dazu gibt es weniger Wohnungen in den Stadtzentren von Mainz und Wiesbaden. Dies ist ein Grund dafür, dass dort die Anteile der Passanten, die zu Fuß in die Hauptgeschäftsstraßen gekommen waren, mit 20,4 % bzw. 23,4 % geringer ausfallen.

Bemerkenswert beim Städtevergleich ist auch die unterschiedliche Nutzung des *Fahrrads*, um in die Innenstadt zu kommen. In Wiesbaden waren es an den Werktagen und samstags nur 3,9 % bzw. 2,4 % der Besucher der Hauptgeschäftsstraßen, die bei der letzten Untersuchung das Fahrrad genutzt hatten. In der Universitätsstadt Mainz lagen dagegen die Vergleichswerte mit 9 % fast dreimal so hoch und waren 2012 werktags fast deckungsgleich mit Jena.

Besonders auffällig ist schließlich der jüngste Anstieg auf die Rekordquote von knapp 13 % für Zweiradnutzer, die am Donnerstag und Freitag in Jena in den Hauptgeschäftsstraßen und der Goethe Galerie interviewt wurden. Gleichzeitig wurde unter den Besuchern der Neuen Mitte das Maximum aller bisherigen Erhebungen mit einem Anteil von 16,5 % Radfahrer ermittelt. Dieser hohen Werte dürften zum überwiegenden Teil auf Studierende zurückzuführen sein, die innenstadtnahe wohnen bzw. zu den zentral gelegenen Universitätsgebäuden mit dem Fahrrad fahren und dies auch noch mit einem Besuch in den beiden innerstädtischen Einkaufszentren verbinden.

Während an normalen Arbeitstagen die Privat-Pkws zu einem großen Teil für Fahrten zum Arbeitsplatz genutzt werden, steht das eigene Auto am Wochenende für private Erledigungen zur Verfügung. Deshalb ist *samstags* der Anteil der Personen, die mit dem Pkw ins Stadtzentrum kommen, im allgemeinen höher als an normalen Werktagen – 15 Prozentpunkte machte dieser Unterschied zwischen dem werktäglichen Anteil der Pkw-Nutzer (21 %) und dem Vergleichswert am Samstag (36 %) bei der Erhebung 2010 aus. Seither ist die entsprechende Quote samstags rückläufig und erreicht 2016 den Tiefststand der gesamten Untersuchungsreihe mit 22,9 % Pkw-Nutzung – ähnlich wie bei den letzten Erhebungen am Donnerstag und Freitag.

Die Abnahme der Pkw-Nutzung dürfte vor allem auf die erhebliche Behinderung des Autoverkehrs durch die Bauarbeiten im Stadtzentrum und die Sperrung der Parkflächen auf dem Eichplatz durch das Frühlingsfest zurückzuführen sein. Deshalb wäre eigentlich zu erwarten, dass die außerhalb der Innenstadt wohnenden Besucher des Stadtzentrums verstärkt auf die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel ausweichen. Genau das Gegenteil ist jedoch der Fall: Auch beim ÖPNV schrumpft samstags die Quote auf den Minimalwert von 20,2 %. Stattdessen erreichen die Radfahrer den absoluten Höchstwert von 20,7 %. Zugleich steigt der Anteil derer, die zu Fuß aus dem Nahbereich gekommen sind, auf 34 % %. Angesichts solcher Daten ist anzunehmen, dass potentielle Besucher, die weiter entfernt von der Innenstadt wohnen und auf das Auto angewiesen sind, die Innenstadt am Samstag wegen der Verkehrsprobleme gemieden haben.

Diese Annahme wird nicht nur gestützt durch die Aussagen des Center-Managers der Goethe Galerie, Michael Holz, der im Juni 2016 einen Rückgang in der Belegung der Tiefgarage um 7 % und

im Juli eine Abnahme um 14 % festgestellt hat (TLZ 20.09.2016). Auch die jüngsten Ergebnisse der Langzeitstudie in der *Goethe Galerie* deuten in die gleiche Richtung. So nutzen die dortigen Besucher in wesentlich stärkerem Maße als die in der übrigen Innenstadt befragten Passanten ihr Auto, um ins Stadtzentrum zu kommen, da sie in diesem Einkaufszentrum genügend günstig gelegene Parkplätze vorfinden. Hier wurde das Maximum der Pkw-Nutzer an einem Samstag im Jahre 1999 mit 47 % erreicht, als wegen verlängerter Öffnungszeiten der Läden in der Goethe Galerie besonders viele Kunden aus dem Umland kamen. Bei den jüngsten Untersuchungen lag dieser Anteil werktags bei nur noch 25,6 % und samstags bei 32,8 % – beides Werte, die deutlich hinter den Ergebnissen der drei vorhergehenden Untersuchungen zurückblieben und ein weiterer Beleg für die Folgen der Verkehrsmisere im Stadtzentrum sind.

Tab. 12: Verkehrsmittelwahl zum Erreichen der Jenaer Innenstadt durch Passanten sowie Besucher der Goethe Galerie und der Neuen Mitte an Werktagen und Samstagen im Vergleich zu Mainz und Wiesbaden

Benutztes Verkehrsmittel zum Erreichen der Innenstadt	Jahr	Befragte in %					
		Donnerstag/Freitag			Samstag		
		Innenstadt	Goethe-Gal.	Neue Mitte	Innenstadt	Goethe Gal.	Neue Mitte
Jena Pkw	1991	22,2			31,5		
	1992	23,2			39,3		
	1993	21,8			36,7		
	1994	24,0			32,5		
	1996	23,2	33,2		31,3	42,6	
	1997	25,1	29,8		30,8	36,6	
	1998	23,2	23,6		28,8	33,7	
	1999	21,6	31,1		28,7	46,6	
	2000	23,1	24,7		33,5	38,1	
	2001	21,2	29,3		32,1	44,4	
	2002	21,5	26,9		34,5	43,9	
	2004	21,7	24,3	28,8	37,0	43,3	43,4
	2006	22,1	28,6	20,8	30,5	34,6	24,0
	2008	25,7	32,8	31,5	25,2	36,3	38,7
	2010	21,3	34,3	28,1	36,1	38,8	29,5
	2012	20,3	32,2	21,6	27,8	40,7	36,4
2016	17,7	25,6	17,3	22,9	32,8	30,9	
Mainz Pkw	2013	27,8			40,4		
Wiesbaden Pkw	2013	31,5			41,5		
Jena Öffentliche Verkehrsmittel	1991	45,1			38,5		
	1992	46,9			26,9		
	1993	45,6			31,5		
	1994	44,1			26,3		
	1996	46,5	37,5		33,9	24,5	
	1997	41,4	38,5		26,5	22,1	
	1998	38,0	44,8		24,4	23,4	
	1999	39,8	37,3		26,3	21,6	
	2000	43,3	36,9		24,4	23,0	
	2001	47,9	35,7		26,5	23,4	
	2002	41,0	36,1		24,7	21,7	
	2004	36,2	35,1	35,7	23,2	18,3	22,0
	2006	34,8	34,6	39,6	20,2	21,6	32,0
	2008	33,6	32,8	33,6	23,8	13,7	25,2
	2010	42,7	35,7	38,3	25,0	28,6	19,7
	2012	40,2	34,1	36,7	28,5	16,9	34,0
2016	35,0	32,5	32,5	20,2	29,7	22,2	
Mainz ÖV	2013	41,2			27,1		

Benutztes Verkehrsmittel zum Erreichen der Innenstadt	Jahr	Befragte in %					
		Donnerstag/Freitag			Samstag		
		Innenstadt	Goethe-Gal.	Neue Mitte	Innenstadt	Goethe Gal.	Neue Mitte
Wiesbaden ÖV	2013	40,5			26,5		
Jena Pkw und ÖV	1991	1,5			0,1		
	1992	1,0			0,4		
	1993	1,3			1,7		
	1994	1,7			0,7		
	1996	1,0	0,8		1,3	0,8	
	1997	1,4	2,3		1,8	1,2	
	1998	3,1	1,5		2,2	2,0	
	1999	1,0	0,6		1,2	1,1	
	2000	1,0	0,7		--	--	
	2001	1,8	2,3		--	--	
	2002	1,4	3,0		1,2	0,4	
	2004	1,1	4,0	0,9	--	--	--
	2006	0,9	--	1,3	--	0,8	1,3
	2008	0,2	0,6	0,9	--	0,8	--
	2010	1,0	0,7	1,0	--	--	--
	2012	0,9	1,0	1,2	--	--	--
2016	0,9	0,5	0,2	0,2	--	--	
Mainz Pkw/ÖV	2013	0,9			0,3		
Wiesbaden Pkw/ÖV	2013	0,7			0,2		
Jena Fahrrad	1991	7,4			5,8		
	1992	5,8			4,4		
	1993	8,3			6,3		
	1994	4,6			6,5		
	1996	4,2	4,2		6,0	6,0	
	1997	6,5	7,2		7,0	11,0	
	1998	4,7	6,8		5,4	6,3	
	1999	8,0	7,8		8,6	9,5	
	2000	5,9	5,5		5,7	8,7	
	2001	2,8	2,9		3,4	8,1	
	2002	4,0	5,1		4,8	6,0	
	2004	6,0	7,4	8,4	6,5	3,9	7,5
	2006	9,2	8,7	11,7	14,1	11,2	9,3
	2008	11,4	7,9	10,8	11,1	18,5	9,9
	2010	5,1	6,7	4,5	6,1	6,8	8,3
	2012	9,0	7,6	8,5	14,4	10,2	5,7
2016	12,9	12,8	16,5	20,7	15,9	11,7	
Mainz Fahrrad	2013	9,4			8,7		
Wiesbaden Fahrrad	2013	3,9			2,4		
Jena Mofa/Motorrad	1991	1,6			1,4		
	1992	0,6			0,3		
	1993	0,6			--		
	1994	0,4			0,7		
	1996	0,8	1,7		1,9	1,9	
	1997	0,9	1,9		1,2	1,2	
	1998	1,3	0,8		2,2	1,0	
	1999	0,5	0,6		--	--	
	2000	1,0	0,7		0,5	--	
	2001	0,2	--		--	2,4	
	2002	0,9	--		0,7	--	
	2004	0,5	0,5	0,5	--	--	--
	2006	0,4	0,5	1,3	0,9	--	--

Benutztes Verkehrsmittel zum Erreichen der Innenstadt	Jahr	Befragte in %					
		Donnerstag/Freitag			Samstag		
		Innenstadt	Goethe-Gal.	Neue Mitte	Innenstadt	Goethe Gal.	Neue Mitte
	2008	0,6	0,3	1,2	1,3	--	--
	2010	0,1	0,2	--	--	--	0,8
	2012	0,2	0,9	1,4	-0,8	-	-
	2016	0,5	0,3	0,2	1,5	1,5	0,6
Mainz Mofa/M.	2013	0,3			0,6		
Wiesbaden Mofa/M.	2013	0,8			0,2		
Jena zu Fuß	1991	22,1			22,7		
	1992	22,5			28,7		
	1993	22,4			23,8		
	1994	25,2			33,2		
	1996	24,3	22,6		25,6	24,2	
	1997	24,7	20,3		32,7	27,9	
	1998	29,7	22,5		37,0	33,7	
	1999	29,1	22,6		35,2	21,2	
	2000	26,1	31,5		35,9	30,2	
	2001	25,1	29,6		38,0	21,8	
	2002	30,3	28,9		34,1	28,0	
	2004	34,5	27,9	30,6	33,3	34,4	27,0
	2006	32,6	27,6	35,4	34,3	31,8	33,3
	2008	28,5	25,7	21,9	38,6	30,6	26,1
	2010	29,8	22,4	28,1	32,8	25,9	41,7
	2012	29,4	24,2	28,6	25,5	32,2	23,9
	2016	33,0	28,2	33,2	34,5	20,0	34,6
Mainz zu Fuß	2013	20,4			22,9		
Wiesbaden zu Fuß	2013	23,4			29,2		

Die *Neue Mitte* verfügt zwar auch über ein eigenes Parkhaus, doch war bei den dort Befragten an den meisten Untersuchungstagen der Anteil der Pkw-Nutzer niedriger als in der Goethe Galerie. Die entsprechenden Anteile lagen 2016 an den Werktagen nur bei 17,3 % und samstags bei 30,9 %.

11. Beurteilung der Parkmöglichkeiten in der Innenstadt

Die Passanten wurden gefragt: „*Wie beurteilen Sie die Parkmöglichkeiten in der Innenstadt von Jena – als ausreichend, etwas zu gering oder viel zu gering?*“

Legt man das Ergebnis der Befragung aller in den Jenaer Hauptgeschäftsstraßen interviewten Passanten zugrunde, so hatten sich zwischen 1991 und 1997 an *Werktagen* die Parkmöglichkeiten in der Innenstadt – von leichten Schwankungen abgesehen – zunehmend verschlechtert. Wie Tab. 13 zeigt, war der Anteil der Passanten, von denen das Parkplatzangebot am Donnerstag und Freitag mit *viel zu gering* beurteilt wurde, von 54,7 % zu Beginn der Erhebungen auf ein Rekordhoch von 72,5 % im Jahre 1997 gestiegen. Zu erklären ist dies vor allem durch die steigende Kfz-Verfügbarkeit der in der Innenstadt arbeitenden Bevölkerung bei gleichzeitig schrumpfenden Parkplätzen.

Seither konnte das Angebot an Parkmöglichkeiten vor allem durch den Bau neuer Tiefgaragen erheblich erweitert werden. Dies hat bei den folgenden Untersuchungen seinen Niederschlag in einer relativ kontinuierlichen Verbesserung der subjektiven Einschätzung der Parksituation durch die Befragten in der Innenstadt gefunden, sodass sich von 2006 bis 2012 die Beurteilung der dortigen Parkmöglichkeiten als *viel zu gering* bei etwa 35 % einpendelte. Dies entsprach dem Mainzer Niveau, war aber 6 Prozentpunkte höher als in Wiesbaden. Die kräftige Zunahme der negativen Beurteilung der Parkplatzsituation in Jena auf 41,8 % bei der letzten Befragung dürfte auf die Sperrung

des Eichplatzes zurückzuführen sein, der an allen drei Erhebungstagen wegen des Frühlingsfestes nicht als Parkplatz genutzt werden konnte.

Samstags werden die Parkmöglichkeiten im Stadtzentrum in der Regel besser beurteilt als an Werktagen. Da die meisten der in der Innenstadt arbeitenden Berufstätigen und die Studierenden als Parkplatznutzer ausfallen, stehen am Wochenende mehr freie Parkplätze zur Verfügung. So antworteten auch 2016 von den samstags in den Hauptgeschäftsstraßen Interviewten 36,2 % – und damit knapp 6 Prozentpunkte weniger als werktags –, dass das Parkplatzangebot *viel zu gering* ist.

Unter den Besucher der beiden Einkaufszentren, von denen viele ihren Pkw in der Tiefgarage der Goethe Galerie oder der Neuen Mitte abstellen, fällt die Beurteilung der Parkplatzsituation meistens besser aus als bei den in den Hauptgeschäftsstraßen interviewten Passanten. 2016 werden werktags unter den Befragten in den beiden Einkaufszentren 5 bis 9 Prozentpunkte weniger bei der Antwort registriert, dass die Parkmöglichkeiten *viel zu gering* sind; samstags schrumpft der Unterschied auf rund 3 Prozentpunkte.

Tab. 13: Beurteilung der Parkmöglichkeiten in der Innenstadt von Jena

Beurteilung der Parkmöglichkeiten in der Innenstadt	Interviewte pro Befragungsort (in %)					
	Donnerstag/Freitag			Samstag		
	Innenstadt	Goethe Gal.	Neue Mitte	Innenstadt	Goethe Gal.	Neue Mitte
Ausreichend						
1991	24,5			21,8		
1992	23,7			20,5		
1993	24,3			26,4		
1994	15,4			18,5		
1996	15,6	19,4		21,4	31,5	
1997	11,5	10,3		17,8	18,6	
1998	17,6	12,9		17,6	21,1	
1999	27,4	26,5		34,7	43,2	
2000	25,5	25,9		31,3	29,1	
2001	28,4	34,9		38,0	37,5	
2002	30,2	34,5		38,9	40,1	
2004	33,1	34,6	31,2	39,4	42,7	43,1
2006	36,4	40,5	44,9	50,3	58,7	53,7
2008	41,4	41,2	41,9	42,3	52,2	63,8
2010	31,8	35,2	29,1	35,6	39,6	29,3
2012	32,4	35,2	30,3	36,5	42,3	31,4
2016	27,2	31,4	33,2	30,4	34,4	33,7
Mainz 2013	32,4			40,1		
Wiesbaden 2013	47,7			56,4		
Etwas zu gering						
1991	20,8			20,3		
1992	20,4			18,7		
1993	19,3			19,6		
1994	22,0			22,0		
1996	23,7	20,0		26,3	21,8	
1997	16,0	19,8		22,3	17,8	
1998	21,0	24,4		21,0	28,6	
1999	24,9	25,0		27,6	31,6	
2000	27,3	25,5		27,0	35,0	
2001	25,4	23,2		32,1	26,0	
2002	26,0	25,4		31,6	26,5	
2004	26,2	30,6	29,7	30,8	26,6	27,6
2006	28,0	27,0	26,0	27,6	27,2	27,8
2008	32,1	36,1	31,5	32,3	28,4	22,9
2010	32,4	35,4	36,0	36,6	37,9	44,7
2012	33,1	34,8	34,3	35,5	33,8	41,4
2016	31,0	35,6	30,5	33,3	32,5	33,7

Beurteilung der Parkmöglichkeiten in der Innenstadt	Interviewte pro Befragungsort (in %)					
	Donnerstag/Freitag			Samstag		
	Innenstadt	Goethe Gal.	Neue Mitte	Innenstadt	Goethe Gal.	Neue Mitte
Mainz 2013	33,2			32,6		
Wiesbaden 2013	28,5			23,9		
Viel zu gering						
1991	54,7			57,8		
1992	55,9			60,8		
1993	56,4			54,0		
1994	62,6			59,5		
1996	60,7	60,6		52,3	46,6	
1997	72,5	69,8		59,9	63,6	
1998	61,4	62,6		61,4	50,3	
1999	47,4	48,5		37,7	25,2	
2000	47,2	48,6		41,7	35,9	
2001	46,2	42,0		29,9	36,5	
2002	43,8	40,1		29,5	33,4	
2004	40,7	34,8	39,1	29,8	30,7	29,3
2006	35,6	32,5	29,1	22,1	14,1	18,5
2008	26,5	22,7	26,6	25,4	19,4	13,3
2010	35,8	29,4	34,9	27,8	22,4	26,0
2012	34,5	30,0	35,4	28,1	23,9	27,1
2016	41,8	33,0	36,3	36,2	33,1	32,6
Mainz 2013	34,4			27,3		
Wiesbaden 2013	23,8			19,7		

Im Vergleich zu der rheinland-pfälzischen und insbesondere der hessischen Landeshauptstadt schneidet in Jena die Beurteilung der Parkplatzsituation durch die Passanten in den Hauptgeschäftsstraßen bei der jüngsten Erhebung deutlich schlechter ab – das gilt sowohl werktags (*ausreichende Parkmöglichkeiten*: Jena 27,2 %, Mainz 32,4 %, Wiesbaden 47,7 %) als auch samstags (Jena 30,4 %, Mainz 40,1 %, Wiesbaden 56,4 %). Wie bereits erwähnt, dürfte diese ungewöhnlich negative Beurteilung der Parkplatzsituation jedoch in erster Linie eine temporäre Erscheinung aufgrund des Frühlingsfestes und der Baumaßnahmen im Stadtzentrum sein.

12. Beurteilung der Parkgebühren im Stadtzentrum

Hinsichtlich der Einschätzung der Parkgebühren wurden die Innenstadtbesucher gefragt: „*Wie beurteilen Sie die Parkgebühren in der Innenstadt von Jena – als angemessen, etwas zu hoch oder viel zu hoch?*“

Im Vergleich zu 2012 hat sich vier Jahre später das Meinungsbild über die Höhe der Parkgebühren unter den Passanten in den Hauptgeschäftsstraßen erheblich eingetrübt. Statt 48,1 % halten nur noch 34,3 % der Befragten die Parkgebühren für *angemessen* (Tab. 14). Zugleich ist der Anteil der Passanten, von denen die Gebühren als (*etwas/viel*) *zu hoch* angesehen werden, um rund 14 Prozentpunkte auf 65,7 % gestiegen. Besonders stark ist dabei die Zunahme der Passanten, die der Ansicht sind, dass die Gebühren *viel zu hoch* sind. Deren Anteil ist fast um drei Viertel auf 30,6 % gestiegen.

Trotz dieser deutlich kritischeren Beurteilung schneidet Jena immer noch wesentlich besser ab als die beiden westdeutschen Vergleichsstädte, wo in Wiesbaden 81,1 % und in Mainz sogar 89,9 % der Innenstadtbesucher die Parkgebühren für (*etwas/viel*) *zu hoch* halten.

Unter den Besuchern der beiden Einkaufszentren in Jena hat die Kritik an der Höhe der Parkgebühren ebenfalls zugenommen, allerdings nicht ganz so stark wie bei den Passanten in den Hauptge-

schäftsstraßen. So sind 64,3 % der in der Neuen Mitte Interviewten und 60,6 % der Besucher der Goethe Galerie der Meinung, dass die Parkgebühren zu hoch sind.

Tab. 14: Beurteilung der Parkgebühren in der Jenaer Innenstadt sowie in Mainz und Wiesbaden

Befragungsort und -jahr		Beurteilung der Parkgebühren in der Innenstadt (in % der Interviewten am jeweiligen Befragungsort)		
		angemessen	etwas zu hoch	viel zu hoch
Innenstadt Jena	2008	40,1	37,5	22,4
	2010	38,8	40,8	20,4
	2012	48,1	34,3	17,6
	2016	34,3	35,1	30,6
Mainz Innenstadt	2013	10,1	31,9	58,0
Wiesbaden Innenstadt	2013	18,9	39,1	42,0
Goethe Galerie	2008	33,6	42,9	23,5
	2010	43,3	35,3	21,4
	2012	42,4	41,9	15,7
	2016	39,4	36,5	24,1
Neue Mitte	2008	39,5	40,4	20,1
	2010	42,9	39,9	17,2
	2012	43,2	34,0	22,8
	2016	35,7	39,3	25,0

13. Dauer der Parkplatzsuche in der Innenstadt

Im Unterschied zu der allgemeinen Einschätzung der Parksituation in der Jenaer Innenstadt liefern die konkreten Erfahrungen der Pkw-Nutzer während der Parkplatzsuche im Stadtzentrum ein positiveres Bild (Tab. 16). Während nur 27,2 % der werktags interviewten Passanten die Parkmöglichkeiten als ausreichend beurteilen, haben 83 % der donnerstags und freitags in den Hauptgeschäftsstraßen befragten Autofahrer im Jahre 2016 *gleich einen freien Parkplatz* gefunden.

Die Anteile der Autofahrer, die werktags Probleme bei der Parkplatzsuche haben, belaufen sich bei den jüngsten Erhebungen auf

- 3,6 %, die *gewartet hatten bis ein Parkplatz frei wurde*,
- 8,0 %, die *vorher vergeblich an ein bis zwei Stellen gesucht hatten*, und
- 5,4 %, die *länger suchen mussten*.

Samstags ist die Parksituation in der Regel besser, da dann auch die Parkmöglichkeiten zur Verfügung stehen, die werktags von Berufstätigen belegt sind. Da der Eichplatz nicht zum Parken genutzt werden konnte, hat sich allerdings bei der letzten Erhebung der Anteil der Passanten, die am Wochenende sofort einen Parkplatz gefunden haben, im Vergleich zu der vorherigen Untersuchung um 4 Prozentpunkte auf 83,7 % verringert und liegt damit auf dem gleichen Niveau wie werktags.

In einem Vergleich der Daten mit den Untersuchungen aus den beiden westdeutschen Landeshauptstädten schneidet Jena werktags bei den in den Hauptgeschäftsstraßen befragten Pkw-Nutzern, die sofort einen freien Parkplatz gefunden haben, um 7 Prozentpunkte besser ab als Mainz und bleibt um 2 Prozentpunkte hinter Wiesbaden zurück. Am Samstag erreicht Jena rund 2 Punkte weniger als die beiden Vergleichsstädte.

Tab. 16: Dauer der Parkplatzsuche in der Jenaer Innenstadt

Dauer der Parkplatzsuche	Interviewte Pkw-Nutzer pro Befragungsort (in %)					
	Donnerstag/Freitag			Samstag		
	Innenstadt	Goethe Gal.	Neue Mitte	Innenstadt	Goethe Gal.	Neue Mitte
Gleich freien Parkplatz gefunden						
1991	66,7			88,5		
1992	69,0			91,3		
1993	79,8			94,3		
1994	67,0			86,6		
1996	83,1	82,5		80,5	91,2	
1997	79,2	80,0		90,4	87,1	
1998	79,6	91,0		89,0	88,4	
1999	80,6	88,1		88,2	87,7	
2000	84,4	83,6		91,2	91,7	
2001	81,1	87,5		88,3	90,6	
2002	83,2	90,1		86,4	89,5	
2004	87,1	95,2	87,3	84,7	88,8	90,9
2006	89,3	89,8	86,0	91,0	97,3	100
2008	94,7	87,7	88,0	92,5	97,9	97,7
2010	82,4	82,8	77,7	88,8	92,7	92,1
2012	81,2	82,9	79,6	88,0	91,3	92,3
2016	83,0	86,0	87,9	83,7	84,4	80,4
Mainz 2013	76,1			86,0		
Wiesbaden 2013	84,8			85,4		
Gewartet bis Parkplatz frei wurde						
1991	11,6			3,2		
1992	12,0			3,2		
1993	8,5			1,9		
1994	10,6			5,1		
1996	4,9	3,1		5,8	1,1	
1997	5,6	7,2		1,3	1,6	
1998	3,1	2,7		5,5	4,3	
1999	2,4	1,8		3,2	7,4	
2000	4,7	1,5		--	2,1	
2001	6,3	3,3		5,2	1,9	
2002	4,7	2,9		4,1	1,7	
2004	2,5	--	6,4	2,0	1,3	0,9
2006	2,8	2,8	10,0	6,0	--	--
2008	1,8	6,1	--	5,0	2,1	--
2010	5,7	6,4	11,1	4,7	1,8	5,2
2012	5,9	5,7	9,1	4,9	1,9	4,3
2016	3,6	3,2	3,0	7,7	9,4	2,2
Mainz 2013	10,9			6,0		
Wiesbaden 2013	4,4			2,1		

Dauer der Parkplatzsuche	Interviewte Pkw-Nutzer pro Befragungsort (in %)					
	Donnerstag/Freitag			Samstag		
	Innenstadt	Goethe Gal.	Neue Mitte	Innenstadt	Goethe Gal.	Neue Mitte
Vorher vergeblich an 1-2 Stellen gesucht						
1991	8,6			1,9		
1992	9,5			1,0		
1993	3,9			2,8		
1994	10,6			3,2		
1996	3,0	8,2		8,0	3,3	
1997	6,7	6,4		2,5	4,8	
1998	9,2	3,6		2,2	4,3	
1999	7,9	3,7		4,3	3,3	
2000	5,8	4,5		2,9	4,2	
2001	4,5	3,9		5,2	5,7	
2002	4,7	3,1		4,6	3,2	
2004	4,3	2,4	3,5	4,1	1,3	1,2
2006	1,7	2,8	4,0	3,0	--	---
2008	1,8	4,4	9,0	2,5	--	--
2010	7,8	7,0	5,5	1,6	5,4	2,6
2012	7,9	7,3	5,9	2,4	5,6	2,5
2016	8,0	6,5	4,5	4,8	6,3	8,7
Mainz 2013	8,8			4,3		
Wiesbaden 2013	3,3			6,5		
Musste länger suchen						
1991	13,1			6,4		
1992	9,5			4,5		
1993	7,8			1,0		
1994	11,8			5,1		
1996	9,0	6,2		5,7	4,4	
1997	8,5	6,4		5,7	6,5	
1998	8,2	2,7		3,3	2,9	
1999	9,1	6,4		4,3	1,6	
2000	4,7	10,4		5,9	2,1	
2001	8,1	5,3		1,3	1,9	
2002	7,4	3,9		4,9	5,6	
2004	6,1	2,4	2,8	9,2	8,8	7,0
2006	6,2	4,6	--	--	2,7	--
2008	1,8	1,8	3,0	--	--	1,0
2010	4,1	3,8	5,5	4,8	--	--
2012	5,0	4,1	5,4	4,7	1,2	0,9
2016	5,4	4,3	4,5	3,8	--	8,7
Mainz 2013	4,2			4,3		
Wiesbaden 2013	2,8			6,0		

14. Art der beim Innenstadtbesuch genutzten Parkplätze

Von den in den Hauptgeschäftsstraßen befragten Passanten, die mit dem Pkw ins Zentrum kommen, parkt werktags in der Regel der größte Teil auf *Parkplätzen* – insbesondere auf dem Eichplatz und dem Inselplatz. 2012 waren es 52,5 % der Autofahrer, die sich werktags für diese Parkmöglichkeit entschieden hatten; am Samstag fiel der Anteil mit 47,2 % etwas niedriger aus. Im aktuellen Fragebogen wurde sowohl die Antwortmöglichkeit „Parkplätze“ als auch „Parken am Straßenrand“ nicht aufgeführt. Von den Passanten in den Hauptgeschäftsstraßen hatten 2012 am Donnerstag und Freitag 11,3 %, am Samstag dagegen nur 6,9 % ihr Auto *am Straßenrand* geparkt.

Beibehalten wurde jedoch bei der jüngsten Erhebung die Nutzung von „*Privat- und Firmenparkplätzen*“. Hier lag die entsprechende Quote werktags zwischen 9,1 % und 11,6 % (Tab. 17a). Am Samstag blieb der Anteil bei den Passanten in den Hauptgeschäftsstraßen auf etwa dem gleichen Niveau, sank bei den Besuchern der beiden Einkaufszentren jedoch auf rund 2 %.

Tab. 17a: Privat- und Firmenparkplätze, die von Autofahrern in der Innenstadt von Jena werktags und samstags genutzt wurden (1997-2016)

Nutzung von Privat- und Firmenparkplätzen beim Innenstadtbesuch mit Pkw	Pkw-Nutzer (in % nach Befragungsort)					
	Donnerstag/Freitag			Samstag		
	Innenstadt	Goethe Galerie	Neue Mitte	Innenstadt	Goethe Galerie	Neue Mitte
1997	21,6	18,1		7,8	4,8	
1998	23,6	13,5		3,3	2,9	
1999	21,7	12,8		6,2	2,5	
2000	18,5	17,8		1,5	6,2	
2000	16,4	10,5		3,9	1,9	
2002	15,1	11,5		5,1	2,3	
2004	14,0	12,4	9,3	7,9	2,6	9,3
2006	10,2	11,9	10,2	5,8	--	15,0
2008	13,7	8,5	12,4	6,3	8,5	4,5
2010	11,9	13,5	11,4	6,1	6,8	--
2012	13,2	5,9	11,1	12,5	8,5	12,5
2016	11,6	9,1	10,4	10,7	1,7	2,1

Von den motorisierten Passanten, die in den Hauptgeschäftsstraßen interviewt wurden, hatten 2016 an den beiden Werktagen 25,6 % ihr Fahrzeug in *Tiefgaragen* abgestellt. Davon 9,8 % in der Goethe Galerie, 8,8 % in der Neuen Mitte und 7,0 % in anderen Tiefgaragen. Samstags ist mit 37,8 % der Anteil der Parker in Tiefgaragen wesentlich höher. Hier entfällt mit 18,4 % der größte Teil auf die Goethe Galerie.

Von den in der Goethe Galerie erfassten Autofahrern parkten werktags 29,3 % und am Samstag sogar 41,3 Prozent in der dortigen Tiefgarage. Die Vergleichsquoten der Neuen Mitte fallen mit 18,2 % und 14,6 % wesentlich niedriger aus.

Tab. 17b: Art der Parkplätze, die von Autofahrern in der Innenstadt von Jena werktags und samstags genutzt wurden: Tiefgaragen

Art des genutzten Parkplatzes	Pkw-Nutzer (in % nach Befragungsort)					
	Donnerstag/Freitag			Samstag		
	Innenstadt	Goethe Galerie	Neue Mitte	Innenstadt	Goethe Galerie	Neue Mitte
Tiefgarage 1997	18,1	35,4		25,3	45,2	
Tiefgarage 1998	15,2	51,3		16,5	55	
- Tiefgarage der Goethe Galerie	7,9	47,7		9,9	50,7	
- Andere Tiefgarage	7,3	3,6		6,6	4,3	
Tiefgarage 1999	24,7	45,9		21,5	56,5	
- Tiefgarage der Goethe Galerie	13,3	40,4		18,3	51,6	
- Andere Tiefgarage	11,4	5,5		3,2	4,9	
Tiefgarage 2000	17,9	54,8		20,6	45,9	
- Tiefgarage der Goethe Galerie	5,8	45,2		5,9	39,6	
- Andere Tiefgarage	12,1	9,6		14,7	6,3	
Tiefgarage 2001	20,9	59,2		23,7	35,2	
-Tiefgarage der Goethe Galerie	9,1	45,2		14,5	33,3	
- Andere Tiefgarage	11,8	9,6		9,2	1,9	
Tiefgarage 2002	27,2	52,6		27,5	51,7	
- Tiefgarage der Goethe Galerie	10,2	44,4		13,9	43,1	
- Andere Tiefgarage	17	8,2		13,6	8,6	
Tiefgarage 2004	29,3	45,5	38,3	29,8	61,6	45,6
- Tiefgarage der Goethe Galerie	11,0	36,4	16,2	14,9	51,3	8,0
- Andere Tiefgarage	18,3	9,1	22,1	14,9	10,3	37,6
Tiefgarage 2006	25,6	61,4	36,7	28,9	61,6	40,0
- Tiefgarage der Goethe Galerie	9,7	49,5	12,2	10,1	46,2	5,0
- Andere Tiefgarage	15,9	11,9	24,5	18,8	15,4	35
Tiefgarage 2008	20,5	53,0	41,1	20,3	48,9	50,0
- Tiefgarage der Goethe Galerie	8,5	41,9	9,2	8,9	40,4	15,9
- Andere Tiefgarage	12,0	11,1	31,9	11,4	8,5	34,1
Tiefgarage 2010	37,6	61,0	52,6	40,2	52,6	66,7
- Tiefgarage der Goethe Galerie	11,9	43,5	9,6	11,4	33,9	10,3
- Tiefgarage der Neuen Mitte	9,5	7,0	35,1	16,7	6,8	51,3
- Andere Tiefgarage	16,2	10,5	7,9	12,1	11,9	5,1
Tiefgarage 2012	22,0	53,8	39,3	30,6	42,5	46,9
- Tiefgarage der Goethe Galerie	3,8	44,5	4,9	11,1	38,3	9,4
- Tiefgarage der Neuen Mitte	7,5	5,9	29,5	15,3	2,1	25,0
- Andere Tiefgarage	10,7	3,4	4,9	4,2	2,1	12,5
Tiefgarage 2016	25,6	42,5	36,4	37,8	57,0	33,3
- Tiefgarage der Goethe Galerie	9,8	29,3	10,6	18,4	43,1	8,3
- Tiefgarage der Neuen Mitte	8,8	7,1	18,2	8,7	3,1	14,6
- Andere Tiefgarage	7,0	6,1	7,6	10,7	10,8	10,4

15. Parken auf gebührenpflichtigen oder kostenlosen Parkplätzen im Stadtzentrum

Im Vergleich der Daten von 1998 und 2016 hat sich in den Hauptgeschäftsstraßen der Anteil der befragten Autofahrer, die einen kostenlosen Parkplatz nutzen, am Donnerstag und Freitag mehr als halbiert und ist von 48,7 % auf 22,8 % gesunken (Tab. 18). Noch stärker geschrumpft ist der entsprechende Prozentsatz an Samstagen, nämlich von 55,3 % auf nur noch 23,0 %. Dementsprechend ist gleichzeitig die Quote der in den Hauptgeschäftsstraßen befragten Passanten, die ihr Auto auf einem gebührenpflichtigen Parkplatz abgestellt haben, mit leichten Schwankungen von werktags 51,3 % auf 77,2 % und samstags von 44,7 % auf 76,7 % gestiegen. Die Vergleichsquoten in der

Goethe Galerie und der Neuen Mitte liegen etwa auf dem gleichen Niveau und variieren nur um 4 Prozentpunkte.

Tab. 18: Gebührenpflichtigkeit der Parkplätze, die von den Innenstadtbesuchern in Jena werktags und samstags genutzt werden

Gebührenpflichtigkeit der genutzten Parkplätze	Pkw-Nutzer (in % nach Befragungsort)					
	Donnerstag/Freitag			Samstag		
	Innenstadt	Goethe Galerie	Neue Mitte	Innenstadt	Goethe Galerie	Neue Mitte
Gebührenpflichtige Parkplätze						
1998	51,3	58,2		44,7	66,7	
1999	58,0	59,1		66,3	65,1	
2000	61,7	56,3		65,6	66,7	
2001	65,8	72,2		60,2	70,6	
2002	65,7	71,8		70,8	75,2	
2004	67,1	68,6	77,8	78,6	75,6	71,4
2006	71,4	83,5	76,9	82,8	89,1	80,0
2008	79,2	75,9	84,7	75,4	74,0	79,6
2010	71,5	82,6	73,6	74,4	77,8	84,2
2012	75,5	86,4	84,2	79,7	81,3	81,1
2016	77,2	77,1	80,3	76,7	75,0	72,9
Kostenlose Parkplätze						
1998	48,7	41,8		55,3	33,3	
1999	42,0	40,9		33,7	34,9	
2000	38,3	43,7		34,4	33,3	
2001	34,2	27,8		39,8	29,4	
2002	34,3	28,2		29,2	24,8	
2004	32,9	31,4	22,2	21,4	24,4	28,6
2006	28,6	16,5	23,1	17,2	10,9	20,0
2008	20,8	24,1	15,3	24,6	26,0	20,4
2010	28,5	17,4	26,4	25,6	22,2	15,8
2012	24,5	13,6	15,8	20,3	18,7	18,9
2016	22,8	22,9	19,7	23,3	25,0	27,1

16. Vorschläge zur Attraktivitätssteigerung der Jenaer Innenstadt

„Was sollte Ihrer Ansicht nach als Wichtigstes getan werden, damit die Jenaer Innenstadt für Sie persönlich noch attraktiver wird?“

Diese offene Frage wurde an allen Untersuchungsstandorten gestellt und die Zahl der Nennungen in Promille umgerechnet. Die am häufigsten genannten Vorschläge zur Attraktivitätssteigerung werden in den folgenden Tabellen in Gruppen zusammengefasst und als Ranking aufgeführt.

Tab. 19: Rang 1a – Bauliche Aufwertung der Innenstadt

Rang (2016)	Verbesserungsvorschläge	Nennungen pro 1000 Befragte				
		2006	2008	2010	2012	2016
Insges.	Bauliche Aufwertung	219	249	157	260	255
1.	Eichplatz aufwerten	62	54	41	178	210
2.	Erhaltung der historischen Bausubstanz	18	16	11	24	15
3.	Inselplatz aufwerten	25	62	55	9	5
4a.	Gebäudesanierungen	26	9	9	6	4
4b.	Neue Mitte umgestalten	-	-	-	-	4
4c.	Einheitliches Baukonzept	7	4	8	1	4
5.	Zu viele Neubauten	18	11	6	1	3
6.	Aufwertung Ernst-Abbe-Platz	-	-	-	-	2
7.	Schließung der Baulücken	-	-	7	5	1
8.	Zur Sonne sanieren	12	53	5	-	-

An erster Stelle rangieren hier Vorschläge zur baulichen Aufwertung der Innenstadt. 25,5 % der Befragten sehen darin die wichtigste Priorität für die Steigerung der Attraktivität des Stadtzentrums (Tab. 19). Vor dem Hintergrund der seit langem diskutierten *Neubebauung des Eichplatzes* war zu erwarten, dass diese Thematik am häufigsten angesprochen wird. Überraschend ist allerdings, dass sich nicht mehr als 21,0 % der Befragten konkret zu dem Projekt äußern, welches das größte Potentials für die weitere Entwicklung der Innenstadt aufweist.

Im Vergleich zu der vorhergehenden Erhebung von 2012 ist eine deutliche Veränderung zugunsten einer Bebauung des Eichplatzes festzustellen. Überwog vier Jahre zuvor noch der Anteil der Bebauungsgegner, so ist der Anteil der Befürworter inzwischen von 5,4 % auf 9,7 % gestiegen. Gleichzeitig sind die ablehnenden Stimmen von 6,5 % auf nur noch 1,5 % geschrumpft (Tab. 20).

Bemerkenswert ist auch der gleichzeitige Anstieg der Innenstadtbesucher, die sich eine Umwandlung des Eichplatzes in eine *Grünfläche* bzw. einen Park wünschen. Hier ist eine Zunahme von 4,4 % auf 7,8 % zu beobachten, darunter 1,5 % der Interviewten, die sich dort die Anlage eines Parks auf dem Dach einer Tiefgarage wünschen.

Tab. 20: Rang 1b – Wünsche für Aufwertung des Eichplatzes

Rang (2016)	Verbesserungsvorschläge	Nennungen pro 1000 Befragte	
		2012	2016
Insges.	Eichplatz aufwerten	178	210
1.	Eichplatz bebauen	54	97
	- davon: kleingliedrig/teilweise bebauen	25	22
	- Mischnutzung Wohnung/Einzelhandel	2	19
2.	Eichplatz als Grünfläche/Parkanlage	44	78
	- davon: Park über Tiefgarage	2	15
3.	Eichplatz nicht bebauen	65	15
4.	Eichplatz verschönern	1	12
5.	Parkplätze erhalten	2	8

Es muss darauf hingewiesen werden, dass dieses Ergebnis keineswegs als repräsentative Aussage der Jenaer Bevölkerung zur Neubebauung des Eichplatzes zu werten ist, da nicht speziell nach dem Projekt, sondern allgemein nach den Wünschen zur Steigerung der Attraktivität des Stadtzentrums gefragt wurde. Die eindeutige Verschiebung der Prioritäten zugunsten der Eichplatzbebauung ist jedoch auffällig.

Unter den übrigen Vorschlägen zur baulichen Aufwertung der Innenstadt haben die Nennungen zur *Erhaltung der historischen Bausubstanz* abgenommen (von 2,4 % auf 1,5 %). Auch andere Punkte wie etwa die Wünsche nach einer *Aufwertung des Inselplatzes* (0,5 %), *Gebäudesanierungen* (0,4 %) und *Schließung von Baulücken* (0,1 %) haben im Vergleich zu der vorherigen Studie deutlich an Gewicht verloren.

Tab. 21: Rang 2 – Verbesserung des Einzelhandelsangebots

Rang (2016)	Verbesserungsvorschläge	Nennungen pro 1000 Befragte				
		2006	2008	2010	2012	2016
Insges.	Verbesserung des Einzelhandelsangebots	131	101	289	240	224
1.	Mehr qualitativ hochwertige Fachgeschäfte, besonders für Bekleidung <i>davon:</i> - mehr Lebensmittel-/Feinkostgeschäfte - mehr Geschäfte für Ältere - Zara eröffnen - mehr Herrenausstatter - mehr Geschäfte für Kinder und Jugendliche	62	47	175	155	151
						11
						7
						6
						4
						4
2.	Mehr kleine Läden und Boutiquen <i>davon: mehr alternative Geschäfte</i>	20	19	34	45	38
						6
3.	Großes Kaufhaus / Warenhaus	28	23	63	23	11
4.	Einheitlichere und längere Öffnungszeiten	6	7	6	5	8
5.	Weniger Ketten	-	2	1	2	7
6.	Preisgünstigere Geschäfte	3	2	7	2	1

In einer *Verbesserung des Einzelhandelsangebots* sehen 22,4 % aller Befragten die wichtigste Maßnahme zur Attraktivitätssteigerung des Stadtzentrums – das bedeutet einen leichten Rückgang um bis zu 6 Prozentpunkte im Vergleich zu den beiden vorherigen Untersuchungen (Tab. 21).

Die Verbesserung im Einzelhandel der Innenstadt soll nach Ansicht der Befragten vor allem durch *mehr qualitativ hochwertige Fachgeschäfte insbesondere für Bekleidung* erreicht werden (15,1 %). Speziell genannt werden hier Bekleidungsgeschäfte für ältere Kunden, eine Zara-Filiale, Herrenausstatter, mehr Geschäfte für Kinder- und Jugendbekleidung sowie Lebensmittel- bzw. Feinkostläden.

Weitere *kleine Läden und Boutiquen* (3,8 %) sowie ein *Bekleidungskaufhaus und ein Warenhaus* (1,1 %) sollen ebenfalls zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt beitragen – in beiden Fällen ist eine rückläufige Tendenz bei den Nennungen im Vergleich zu 2012 festzustellen.

Tab. 22: Rang 3 – Mehr Grünanlagen

Rang (2016)	Verbesserungsvorschläge	Nennungen pro 1000 Befragte				
		2006	2008	2010	2012	2016
Insges.	Mehr Grünanlagen	147	136	109	162	166

Die Forderung nach einer stärkeren Begrünung der Innenstadt hat auch bei allen früheren Untersuchungen eine wichtige Rolle gespielt. Jetzt erreicht auf Rang 3 der Wunsch nach *mehr Grünanlagen* im Stadtzentrum bei der jüngsten Erhebung sogar einen Rekordwert von 16,6 % (Tab. 22). Berücksichtigt man auch noch den speziellen Vorschlag für zusätzliche Grünflächen bei der Umgestaltung des Eichplatzes (Tab. 20), so wünscht sich fast jeder Vierte (24,4 %) mehr Grün im Stadtzentrum.

Tab. 23: Rang 4 – Verbesserung des Freizeit- und Kulturangebots

Rang (2016)	Verbesserungsvorschläge	Nennungen pro 1000 Befragte				
		2006	2008	2010	2012	2016
Insges.	Mehr Freizeit-/Kulturangebote	40	58	46	90	78
1.	Mehr Spielplätze, Freizeitangebote für Kinder	12	26	9	31	27
2.	Größeres Kulturangebot, mehr Veranstaltungen	6	11	15	25	15
3.	Mehr Freizeitmöglichkeiten	5	6	7	12	14
4.	Mehr freies WLAN in der Innenstadt	-	-	-	-	4
5.	Mehr Freizeitangebote für Jugendliche	6	4	1	5	2
6.	Mehrzweckhalle für Veranstaltungen bauen	4	3	5	3	-

Auf dem vierten Rang (Tab. 23) folgen die Vorschläge zur *Verbesserung des Freizeit- und Kulturangebots* (7,8 %), die im Vergleich zur vorhergehenden Untersuchung leicht abgenommen haben. Hier werden vor allem *mehr Kinderspielmöglichkeiten* (2,7 %), ein *größeres kulturelles Angebot* (1,5 %) sowie generell *mehr Freizeitmöglichkeiten* (1,4 %) gefordert. Erstmals wird der Wunsch nach *mehr freiem WLAN in der Innenstadt* (0,4 %) genannt.

Tab. 24: Rang 5 – Verbesserung der Verkehrssituation

Rang (2016)	Verbesserungsvorschläge	Nennungen pro 1000 Befragte				
		2006	2008	2010	2012	2016
Insges.	Verkehrsverbesserung	102	104	81	65	76
1.	Verkehrsberuhigung der Innenstadt	27	33	24	19	31
2.	Mehr Radwege, radfreundlichere Straßen	18	22	17	23	22
3.	Verkehrsführung verbessern <i>davon: Verbesserung der Ampelschaltung</i>	20	8	6	4	14 2
4.	ÖPNV verbessern	3	12	10	9	5
5.	ÖPNV-Preise senken	12	8	5	2	3
6.	Straßen ausbessern	12	6	8	2	-

Auf Rang 5 (Tab. 24) landen die Wünsche nach einer *Verbesserung der Verkehrssituation* (7,6 %). Dabei wird in erster Linie mit deutlich steigender Tendenz die *Verkehrsberuhigung der Innenstadt* (3,1 %) genannt. Auch der *Ausbau des Radwegenetzes* (2,2 %), die *Verbesserung der Verkehrsführung* (1,4 %) und des *ÖPNV* (0,5 %) verbunden mit einer *Senkung der Fahrpreise* (0,3 %) stehen auf der Wunschliste. Dagegen taucht die frühere Forderung nach der Ausbesserung von Straßenschäden nicht mehr auf.

Tab. 25: Rang 6 – Verbesserung der Parkplatzsituation

Rang (2016)	Verbesserungsvorschläge	Nennungen pro 1000 Befragte				
		2006	2008	2010	2012	2016
Insges.	Verbesserung des Parkplatzangebots	120	81	138	97	73
1.	Mehr/bessere Parkmöglichkeiten <i>davon: Tiefgarage/Parkhaus bauen</i>	71	47	94	73	59 15
2.	Parkgebühren senken/kostenlose Parkplätze	46	25	37	17	9
3.	Weniger Parkplätze im Stadtzentrum, mehr Park & Ride	-	6	7	7	5

Seit 2010 hat sich der Anteil der befragten Innenstadtbesucher, die eine *Verbesserung des Parkplatzangebotes* wünschen, nahezu halbiert (von 13,8 % auf 7,3 %; Tab. 25). Der Rückgang betrifft

sowohl die Forderung nach *mehr und besseren Parkplätzen* (5,9 %) als auch nach einer *Senkung der Parkgebühren* bzw. nach *kostenlosen Parkplätzen* (0,9 %): Einige der Befragten wünschen sich *weniger Parkplätze im Stadtzentrum und dafür einen Ausbau der Park & Ride-Möglichkeiten* (0,5 %).

Tab. 26: Rang 7 – Verbesserung des gastronomischen Angebots

Rang (2016)	Verbesserungsvorschläge	Nennungen pro 1000 Befragte				
		2006	2008	2010	2012	2016
Insges.	Verbesserung der Gastronomie	18	24	30	27	54
1.	Mehr Cafés	7	13	8	13	19
2a.	Mehr Gaststätten	6	3	7	3	11
2b.	Mehr Bars, Kneipen, Diskotheken	8	11	17	11	11
3.	Mehr Fast Food und Imbissstände	-	1	6	7	5
4.	Starbucks	-	-	-	-	4
5.	Längere Öffnungszeiten der Gastronomie	-	-	-	-	3

Verdoppelt hat sich der Anteil der Vorschläge zur Attraktivitätssteigerung durch eine *Verbesserung des gastronomischen Angebots* (5,4 %) – insbesondere durch den Wunsch nach *mehr Cafés* (1,9 %), *mehr Bars, Kneipen und Diskotheken* (1,1 %) sowie *mehr Fast Food und Imbissständen* (0,5 %); speziell genannt wird hier die Eröffnung einer *Starbucks-Filiale* (0,4 %) (Tab. 26).

Tab. 27: Rang 8 – Reduzierung der Baustellen

Rang (2016)	Verbesserungsvorschläge	Nennungen pro 1000 Befragte				
		2006	2008	2010	2012	2016
Insges.	Weniger Baustellen (fertigstellen, besser koordinieren)	62	14	10	12	48

Die zum Zeitpunkt der jüngsten Befragungen gerade begonnenen Straßenbaumaßnahmen im Jenaer Stadtzentrum haben bereits zu einer Vervierfachung der Forderung nach einer Reduzierung der Baustellen (4,8 %; Tab. 27) im Vergleich zu der vorhergehenden Studie im Jahre 2012 geführt.

Tab. 28: Rang 9 – Verbesserung Struktur der Innenstadt

Rang (2012)	Verbesserungsvorschläge	Nennungen pro 1000 Befragte				
		2006	2008	2010	2012	2016
Insges.	Verbesserungen der Struktur der Innenstadt	42	38	32	68	39
1.	Größere, zusammenhängende Fußgängerzone	20	13	11	21	16
2.	Mehr und billigere Wohnungen in der Innenstadt	-	1	4	24	7
3a.	Schaffung eines „echten“ Zentrums	2	3	5	1	5
3b.	Erweiterung der zu engen Innenstadt	11	5	4	2	5
4.	Mehr Einkaufsstraßen statt Einkaufszentren	1	6	3	9	3
5.	Behindertengerechter Ausbau	-	-	-	-	2

Die Nennungen zur *Verbesserung der Struktur der Innenstadt* (3,9 %) sind seit 2012 deutlich zurückgegangen (Tab. 28). Dies betrifft in besonderem Maße die Forderungen nach *mehr und billigeren Wohnungen* (Schrumpfung von 2,4 % auf 0,7 %). Auch eine *größere, zusammenhängende Fuß-*

gängerzone (1,6 %) und *mehr Einkaufsstraßen statt Einkaufszentren* (0,3 %) werden seltener gewünscht als vier Jahre zuvor. Dagegen werden häufiger die *Erweiterung der zu engen Innenstadt* sowie die *Schaffung eines „echten“ Zentrums* (jeweils 0,5 %) vorgeschlagen. Erstmals wird auch der *behindertengerechte Ausbau* des Stadtzentrums thematisiert (0,2 %).

Tab. 29: Rang 10 – Mehr Sitzgelegenheiten

Rang (2016)	Verbesserungsvorschläge	Nennungen pro 1000 Befragte				
		2006	2008	2010	2012	2016
Insges.	Mehr Sitzgelegenheiten	57	56	37	57	34

An zehnter Stelle (Tab. 29) wünschen sich vor allem ältere Menschen in der Innenstadt *mehr Sitzgelegenheiten* und *Ruhezonen* (3,4 %) – mit rückläufiger Tendenz seit 2012.

Tab. 30: Rang 11 – Mehr Sauberkeit im Stadtzentrum

Rang (2016)	Verbesserungsvorschläge	Nennungen pro 1000 Befragte				
		2006	2008	2010	2012	2016
Insges.	Sauberkeit verbessern	35	44	31	20	13
1.	Mehr Sauberkeit	27	24	24	10	6
2.	Mehr saubere öffentliche Toiletten	5	5	3	3	4
3.	Mehr Mülleimer	1	8	3	6	3
4.	Graffiti beseitigen	2	1	1	-	-

Die Forderungen nach *mehr Sauberkeit im Stadtzentrum* (1,3 %; Tab. 30) sind seit 2008 um mehr als zwei Drittel zurückgegangen. Hinsichtlich von *sauberen öffentlichen Toiletten* (0,4 %) und ausreichenden *Mülleimern* in den Hauptgeschäftsstraßen (0,3 %) sind offensichtlich noch nicht alle Wünsche der Innenstadtbesucher erfüllt. Kritik an störenden Graffiti-Schmierereien an den Innenstadtbauten wird dagegen nicht mehr geäußert.

Tab. 31: Rang 12 – Verbesserung der Atmosphäre im Stadtzentrum

Rang (2016)	Verbesserungsvorschläge	Nennungen pro 1000 Befragte				
		2006	2008	2010	2012	2016
Insges.	Verbesserung der Atmosphäre	13	18	17	21	12
1.	Rummel abschaffen	-	-	-	-	3
2.	Mehr Flair	2	11	4	11	2
3a.	Mehr und schönere Kunstwerke	-	-	-	-	2
3b.	Mehr Freundlichkeit	-	-	-	-	2
4.	Weniger soziale Randgruppen	7	2	4	1	1
5.	Weniger Gewalt, mehr Polizeipräsenz	-	2	2	2	-

Auf dem letzten Rang werden schließlich – mit deutlich rückläufiger Tendenz – noch einige Vorschläge zur *Verbesserung der Atmosphäre* im Stadtzentrum genannt (1,2 %; Tab. 31). Der Wunsch nach *mehr Flair* wird kaum noch geäußert (von 1,1 % auf 0,2 %), *soziale Randgruppen* spielen fast keine Rolle mehr, *weniger Gewalt und mehr Polizeipräsenz* werden gar nicht mehr angesprochen. Dagegen stören sich manche Besucher der Innenstadt an dem dortigen „Rummel“, andere wünschen sich *mehr und schönere Kunstwerke* sowie *mehr Freundlichkeit*.

MUSTER

EvaSys

Passantenbefragung in der Innenstadt von Jena 2016



Bitte so markieren: Bitte verwenden Sie einen Kugelschreiber oder nicht zu starken Filzstift. Dieser Fragebogen wird maschinell erfasst.
 Korrektur: Bitte beachten Sie im Interesse einer optimalen Datenerfassung die links gegebenen Hinweise beim Ausfüllen.

Jugendliche unter 15 nicht befragen! Aus Gruppen nur eine Person befragen!

Guten Tag! Die Universität führt in Zusammenarbeit mit der Stadt Jena eine Untersuchung zu den Einkaufsgewohnheiten der Bürger und zur Entwicklung der Innenstadt von Jena durch.

Sind Sie aus Jena und Umgebung oder sind Sie als Tourist hier? (*letztere nicht befragen!*)

1.			
1.1	Können Sie mir bitte sagen, was heute der wichtigste Grund für Ihren Besuch des Stadtzentrums ist? (Einfachnennung)		
	<input type="checkbox"/> Einkauf / in Geschäft informieren	<input type="checkbox"/> Arzt / Bank / Post / Verwaltung	<input type="checkbox"/> Gaststätte / Imbiss
	<input type="checkbox"/> Kulturveranstaltung / Sport	<input type="checkbox"/> Schaufensterbummel / Spaziergang	<input type="checkbox"/> Privatbesuch / Verabredung
	<input type="checkbox"/> Schule / Ausbildung / Uni	<input type="checkbox"/> Arbeit / dienstliche Erledigung	<input type="checkbox"/> Wohne hier
	<input type="checkbox"/> Kein Besuchsgrund, nur rasch hindurchgehen	<input type="checkbox"/> Sonstiges...	
1.2	...und zwar:	<input type="text"/>	
1.3	Und was machen Sie heute sonst noch bei Ihrem Aufenthalt in der Innenstadt? (Mehrfachnennung)		
	<input type="checkbox"/> Einkauf / in Geschäft informieren	<input type="checkbox"/> Arzt / Bank / Post / Verwaltung	<input type="checkbox"/> Gaststätte / Imbiss
	<input type="checkbox"/> Kulturveranstaltung / Sport	<input type="checkbox"/> Schaufensterbummel / Spaziergang	<input type="checkbox"/> Privatbesuch / Verabredung
	<input type="checkbox"/> Schule / Ausbildung / Uni	<input type="checkbox"/> Arbeit / dienstliche Erledigung	<input type="checkbox"/> Wohne hier
	<input type="checkbox"/> Kein Besuchsgrund, nur rasch hindurchgehen	<input type="checkbox"/> Sonstiges...	
1.4	...und zwar:	<input type="text"/>	
1.5	(Fragen 1.5-1.9 nur, falls Einkauf! Sonst Frage 1.10) Kaufen Sie heute auf dem Markt ein?	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Weiß nicht
1.6	Gehen Sie heute in Bekleidungs- oder Schuhgeschäfte?	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Weiß nicht
1.7	Besuchen Sie heute auch die Goethe-Galerie?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> k.A.	<input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Weiß nicht
1.8	Suchen Sie heute auch die Neue Mitte auf?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> k.A.	<input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Weiß nicht
1.9	Wie viel Geld werden Sie heute bei Ihren Einkäufen in der Innenstadt von Jena ungefähr ausgeben?	<input type="checkbox"/> nichts <input type="checkbox"/> 26-50 € <input type="checkbox"/> >250 €	<input type="checkbox"/> bis 10 € <input type="checkbox"/> 51-100 € <input type="checkbox"/> k.A. <input type="checkbox"/> 11-25 € <input type="checkbox"/> 101-250 €
1.10	Wie viele Stunden werden Sie sich heute insgesamt in der Innenstadt aufhalten? (Ohne Arbeit/Ausbildung)	<input type="checkbox"/> bis 1/2 Stunde <input type="checkbox"/> bis 3 Std. <input type="checkbox"/> k.A.	<input type="checkbox"/> bis 1 Std. <input type="checkbox"/> bis 6 Std. <input type="checkbox"/> bis 2 Std. <input type="checkbox"/> über 6 Std.
1.11	Empfinden Sie Ihren heutigen Aufenthalt eher als Pflicht und Notwendigkeit oder eher als Freizeit und Erlebnis?	<input type="checkbox"/> eher Pflicht und Notwendigkeit <input type="checkbox"/> k.A.	<input type="checkbox"/> eher Freizeit und Erlebnis <input type="checkbox"/> beides
1.12	Wann waren Sie zuletzt zum Einkaufen hier in der Innenstadt?	<input type="checkbox"/> vor 1-2 Tg. <input type="checkbox"/> vor 2-3 Wo. <input type="checkbox"/> k.A.	<input type="checkbox"/> vor 3-7 Tg. <input type="checkbox"/> vor 1-3 Mo. <input type="checkbox"/> vor 8-14 Tg. <input type="checkbox"/> länger her
1.13	Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in der Goethe-Galerie ?	<input type="checkbox"/> >3 mal <input type="checkbox"/> (fragen) länger her	<input type="checkbox"/> 1-3 mal <input type="checkbox"/> noch nie <input type="checkbox"/> kein mal <input type="checkbox"/> k.A.
1.14	Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in der Neuen Mitte Jena ?	<input type="checkbox"/> >3 mal <input type="checkbox"/> (fragen) länger her	<input type="checkbox"/> 1-3 mal <input type="checkbox"/> noch nie <input type="checkbox"/> kein mal <input type="checkbox"/> k.A.
1.15	Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in der Holzmarkt-Passage ?	<input type="checkbox"/> >3 mal <input type="checkbox"/> (fragen) länger her	<input type="checkbox"/> 1-3 mal <input type="checkbox"/> noch nie <input type="checkbox"/> kein mal <input type="checkbox"/> k.A.
1.16	Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen im Burgapark ?	<input type="checkbox"/> >3 mal <input type="checkbox"/> (fragen) länger her	<input type="checkbox"/> 1-3 mal <input type="checkbox"/> noch nie <input type="checkbox"/> kein mal <input type="checkbox"/> k.A.
1.17	Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen bei Globus in Isserstedt ?	<input type="checkbox"/> >3 mal <input type="checkbox"/> (fragen) länger her	<input type="checkbox"/> 1-3 mal <input type="checkbox"/> noch nie <input type="checkbox"/> kein mal <input type="checkbox"/> k.A.

MUSTER

1. [Fortsetzung]

- 1.18 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in der **Erfurter Innenstadt**? >3 mal 1-3 mal kein mal
 (fragen) länger her noch nie k.A.
- 1.19 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in **Weimar**? >3 mal 1-3 mal kein mal
 (fragen) länger her noch nie k.A.
- 1.20 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in **Gera**? >3 mal 1-3 mal kein mal
 (fragen) länger her noch nie k.A.
- 1.21 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in **Leipzig**? >3 mal 1-3 mal kein mal
 (fragen) länger her noch nie k.A.
- 1.22 Haben Sie schon einmal im Internet eingekauft? (Wie oft?) noch nie 1 mal 2-4 mal
 5-10 mal >10 mal k.A.
- 1.23 Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute von Ihrer Wohnung aus hierher in die Innenstadt gekommen? Pkw ÖV Auto+ÖV (P+R)
 Fahrrad Motorrad, Moped, Mofa zu Fuß
- 1.24 **(Nur wenn mit Pkw gekommen, sonst weiter mit Frage 1.26)** Wie lange mussten Sie nach einer Parkmöglichkeit suchen? Haben Sie... (Antworten vorlesen) k.A.
 gleich einen freien PP gefunden gewartet bis PP frei wurde vorher vergeblich an 1-2 Stellen gesucht
 mussten Sie länger suchen? k.A.
- 1.25 Wo haben Sie Ihr Auto geparkt? gebührenpflichtig gebührenfrei in TG Goethe-Galerie
 in TG Neue Mitte in einer anderen TG auf Privat/Firmen PP
- 1.26 Wie beurteilen Sie die **Parkmöglichkeiten** in der Innenstadt von Jena? (Antwort vorlesen) ausreichend etwas zu gering viel zu gering
 weiß nicht, k.A.
- 1.27 Wie beurteilen Sie die **Parkgebühren** in der Innenstadt von Jena? (Antworten vorlesen) angemessen etwas zu hoch viel zu hoch
 k.A.
- 1.28 Wie beurteilen Sie insgesamt gesehen das **Angebot des Einzelhandels** in der Innenstadt von Jena? (Antworten vorlesen) sehr gut gut befriedigend
 ausreichend mangelhaft ungenügend
 k.A.
- 1.29 Wie **attraktiv** finden Sie insgesamt die Jenaer Innenstadt? (Antworten vorlesen) sehr attraktiv attraktiv wenig attraktiv
 unattraktiv k.A.
- 1.30 Was sollte Ihrer Ansicht nach als Wichtigstes getan werden, damit die Jenaer Innenstadt **für Sie persönlich noch attraktiver wird?** (stichwortartig, max 3 Nennungen)

- 1.31 Zu wie vielen Personen sind Sie heute in die Innenstadt gekommen? alleine 2 Pers. 3 Pers.
 4 Pers. 5 Pers. >5 Pers.
- 1.32 Wohnen Sie in Jena oder außerhalb? In Jena außerhalb k.A.
- 1.33 Welche Postleitzahl hat Ihre Wohnadresse?

- 1.34 Welche Tätigkeit üben Sie aus? (Antworten vorlesen) Vollzeit erwerbstätig Teilzeit erwerbstätig arbeitslos
 in Ausbildung, Schüler, Student Hausfrau, -mann Rentner/ Pensionär
 k.A.
- 1.35 Welcher Altersgruppe gehören Sie an? (Antworten vorschlagen) 15-20 Jahre 21-25 Jahre 26-40 Jahre
 41-50 Jahre 51-65 Jahre > 65 Jahre
- 1.36 Geschlecht (nicht erfragen) männlich weiblich k.A.
- 1.37 Interviewernummer?

- 1.38 **Tag der Befragung?** Donnerstag Freitag Samstag

MUSTER

EvaSys

Passantenbefragung in der Goethe-Galerie Jena 2016 [Copy]



Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Geographisches Institut

Bitte so markieren: Bitte verwenden Sie einen Kugelschreiber oder nicht zu starken Filzstift. Dieser Fragebogen wird maschinell erfasst.
 Korrektur: Bitte beachten Sie im Interesse einer optimalen Datenerfassung die links gegebenen Hinweise beim Ausfüllen.

Jugendliche unter 15 nicht befragen! Aus Gruppen nur eine Person befragen!

Guten Tag! Die Universität führt in Zusammenarbeit mit der Stadt Jena eine Untersuchung zu den Einkaufsgewohnheiten der Bürger und zur Entwicklung der Innenstadt von Jena durch.

Sind Sie aus Jena und Umgebung oder sind Sie als Tourist hier? (letztere nicht befragen!)

1.

1.1 Können Sie mir bitte sagen, ob Sie heute nur zu einem Besuch der Goethe-Galerie in die Innenstadt gekommen sind, oder haben Sie auch noch in der Neuen Mitte und in anderen Teilen der Innenstadt etwas zu erledigen?

nur Goethe-Galerie auch Neue-Mitte Jena auch übrige Innenstadt
 k.A.

1.2 Was ist heute der wichtigste Grund für Ihren Besuch hier in der Innenstadt (**Einfachnennung**)

Einkaufen in der Goethe-Galerie **Einkauf in der übrigen Innenstadt (inkl. Neuer Mitte Jena)** Arzt / Bank / Post / Verwaltung
 Gaststätte / Imbiss Kulturveranstaltung / Sport Schaufensterbummel / Spaziergang
 Privatbesuch / Verabredung Schule / Ausbildung / Uni Arbeit / dienstliche Erledigung
 Wohne hier Kein Besuchsgrund, nur rasch hindurchgehen Sonstiges...

1.3 ...und zwar:

1.4 Und was machen Sie heute sonst noch bei Ihrem Aufenthalt in der Innenstadt? (**Mehrfachnennung**)

Einkaufen in der Goethe-Galerie **Einkaufen in der übrigen Innenstadt (inkl. Neue Mitte)** Arzt / Bank / Post / Verwaltung
 Gaststätte / Imbiss Kulturveranstaltung / Sport Schaufensterbummel / Spaziergang
 Privatbesuch / Verabredung Schule / Ausbildung / Uni Arbeit / dienstliche Erledigung
 Wohne hier Kein Besuchsgrund, nur rasch hindurchgehen Sonstiges...

1.5 ...und zwar:

1.6 (**Nur wenn Einkauf in GG**) Wie viel Geld werden Sie heute bei Ihren Einkäufen in der Goethe-Galerie ungefähr ausgeben?

nichts bis 10 € 11-25 €
 26-50 € 51-100 € 101-250 €
 >250 € k.A.

1.7 (**Nur wenn Einkauf in übriger Innenstadt**) Wie viel Geld werden Sie heute bei Ihren Einkäufen in der übrigen Innenstadt ungefähr ausgeben?

nichts bis 10 € 11-25 €
 26-50 € 51-100 € 101-250 €
 >250 € k.A.

1.8 Wie viele Stunden werden Sie sich heute insgesamt in der Goethe-Galerie aufhalten?

bis 1/2 Stunde bis 1 Std. bis 2 Std.
 bis 3 Std. bis 6 Std. über 6 Std.
 k.A.

1.9 Empfinden Sie Ihren heutigen Aufenthalt in der Goethe-Galerie eher als Pflicht und Notwendigkeit oder eher als Freizeit und Erlebnis?

eher Pflicht und Notwendigkeit eher Freizeit und Erlebnis beides
 k.A.

1.10 Wann waren Sie zuletzt zum Einkaufen in der Innenstadt von Jena?

vor 1-2 Tg. vor 3-7 Tg. vor 8-14 Tg.
 vor 2-3 Wo. vor 1-3 Mo. länger her
 k.A.

1.11 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in der **Goethe-Galerie**?

>3 mal 1-3 mal kein mal
 (fragen) länger her noch nie k.A.

1.12 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in der **Neuen Mitte Jena**?

>3 mal 1-3 mal kein mal
 (fragen) länger her noch nie k.A.

1.13 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in der **Holzmarkt-Passage**?

>3 mal 1-3 mal kein mal
 (fragen) länger her noch nie k.A.

1.14 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen im **Burgapark**?

>3 mal 1-3 mal kein mal
 (fragen) länger her noch nie k.A.

MUSTER

EvaSys

Passantenbefragung in der Goethe-Galerie Jena 2016 [Copy]



1. [Fortsetzung]

- 1.15 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen bei **Globus in Isserstedt**? >3 mal 1-3 mal kein mal
 (fragen) länger her noch nie k.A.
- 1.16 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in der **Erfurter Innenstadt**? >3 mal 1-3 mal kein mal
 (fragen) länger her noch nie k.A.
- 1.17 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in **Weimar**? >3 mal 1-3 mal kein mal
 (fragen) länger her noch nie k.A.
- 1.18 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in **Gera**? >3 mal 1-3 mal kein mal
 (fragen) länger her noch nie k.A.
- 1.19 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in **Leipzig**? >3 mal 1-3 mal kein mal
 (fragen) länger her noch nie k.A.
- 1.20 Haben Sie schon einmal im Internet eingekauft? (Wie oft?) noch nie 1 mal 2-4 mal
 5-10 mal >10 mal k.A.
- 1.21 Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute von Ihrer Wohnung aus hierher in die Innenstadt gekommen? Pkw ÖV Auto+ÖV (P+R)
 Fahrrad Motorrad, Moped, Mofa zu Fuß
 k.A.
- 1.22 **(Nur wenn mit Pkw gekommen, sonst weiter mit Frage 1.26)** Wie lange mussten Sie nach einer Parkmöglichkeit suchen? Haben Sie... (Antworten vorlesen) gleich einen freien PP gefunden gewartet bis PP frei wurde vorher vergeblich an 1-2 Stellen gesucht
 mussten Sie länger suchen? k.A.
- 1.23 Wo haben Sie Ihr Auto geparkt? gebührenpflichtig gebührenfrei in TG Goethe-Galerie
 in TG Neue Mitte in einer anderen TG auf Privat/Firmen PP
 ausreichend etwas zu gering viel zu gering
 weiß nicht, k.A.
- 1.24 Wie beurteilen Sie die **Parkmöglichkeiten** in der Innenstadt von Jena? (Antwort vorlesen)
- 1.25 Wie beurteilen Sie die **Parkgebühren** in der Innenstadt von Jena? (Antworten vorlesen) angemessen etwas zu hoch viel zu hoch
 k.A.
- 1.26 Wie beurteilen Sie insgesamt gesehen das **Angebot des Einzelhandels** in der Innenstadt von Jena? (Antworten vorlesen) sehr gut gut befriedigend
 ausreichend mangelhaft ungenügend
 k.A.
- 1.27 Wie **attraktiv** finden Sie insgesamt die Jenaer Innenstadt? (Antworten vorlesen) sehr attraktiv attraktiv wenig attraktiv
 unattraktiv k.A.
- 1.28 Was sollte Ihrer Ansicht nach als Wichtigstes getan werden, damit die Jenaer Innenstadt **für Sie persönlich noch attraktiver wird?** (stichwortartig, max 3 Nennungen)

- 1.29 Zu wie vielen Personen sind Sie heute in die Innenstadt gekommen? alleine 2 Pers. 3 Pers.
 4 Pers. 5 Pers. >5 Pers.
- 1.30 Wohnen Sie in Jena oder außerhalb? In Jena außerhalb k.A.
- 1.31 Welche Postleitzahl hat Ihre Wohnadresse?

- 1.32 Welche Tätigkeit üben Sie aus? (Antworten vorlesen) Vollzeit erwerbstätig Teilzeit erwerbstätig arbeitslos
 in Ausbildung, Schüler, Student Hausfrau, -mann Rentner/Pensionär
 k.A.
- 1.33 Welcher Altersgruppe gehören Sie an? (Antworten vorschlagen) 15-20 Jahre 21-25 Jahre 26-40 Jahre
 41-50 Jahre 51-65 Jahre > 65 Jahre
- 1.34 Geschlecht (nicht erfragen) männlich weiblich k.A.
- 1.35 Interviewernummer?

- 1.36 **Tag der Befragung?** Donnerstag Freitag Samstag

MUSTER

EvaSys	Passantenbefragung in der Neuen Mitte Jena 2016 [Copy]	Electric Paper <small>EVALUATIONSSYSTEME</small>
Johannes Gutenberg-Universität Mainz		Geographisches Institut

Bitte so markieren: Bitte verwenden Sie einen Kugelschreiber oder nicht zu starken Filzstift. Dieser Fragebogen wird maschinell erfasst.
 Korrektur: Bitte beachten Sie im Interesse einer optimalen Datenerfassung die links gegebenen Hinweise bei Ausfüllen

Jugendliche unter 15 nicht befragen! Aus Gruppen nur eine Person befragen!
 Guten Tag! Die Universität führt in Zusammenarbeit mit der Stadt Jena eine Untersuchung zu den Einkaufsgewohnheiten der Bürger und zur Entwicklung der Innenstadt von Jena durch.
 Sind Sie aus Jena und Umgebung oder sind Sie als Tourist hier? (letztere nicht befragen!)

1.

1.1 Können Sie mir bitte sagen, ob Sie heute nur zu einem Besuch in der Neuen Mitte Jena in die Innenstadt gekommen sind, oder haben Sie auch noch in der Goethe-Galerie und in anderen Teilen der Innenstadt etwas zu erledigen?

nur Neue Mitte Jena auch Goethe-Galerie auch übrige Innenstadt
 k.A.

1.2 Was ist heute der wichtigste Grund für Ihren Besuch hier in der Innenstadt (**Einfachnennung**)

<input type="checkbox"/> Einkaufen in der Neuen Mitte Jena <input type="checkbox"/> Gaststätte / Imbiss <input type="checkbox"/> Privatbesuch / Verabredung <input type="checkbox"/> Wohne hier	<input type="checkbox"/> Einkauf in der übrigen Innenstadt (inkl. Goethe-Galerie) <input type="checkbox"/> Kulturveranstaltung / Sport <input type="checkbox"/> Schule / Ausbildung / Uni <input type="checkbox"/> Kein Besuchsgrund, nur rasch hindurchgehen	<input type="checkbox"/> Arzt / Bank / Post / Verwaltung <input type="checkbox"/> Schaufensterbummel / Spaziergang <input type="checkbox"/> Arbeit / dienstliche Erledigung <input type="checkbox"/> Sonstiges...
---	---	--

1.3 ...und zwar:

1.4 Und was machen Sie heute sonst noch bei Ihrem Aufenthalt in der Innenstadt? (**Mehrfachnennung**)

<input type="checkbox"/> Einkaufen in der Neuen Mitte Jena <input type="checkbox"/> Gaststätte / Imbiss <input type="checkbox"/> Privatbesuch / Verabredung <input type="checkbox"/> Wohne hier	<input type="checkbox"/> Einkauf in der übrigen Innenstadt (inkl. Goethe-Galerie) <input type="checkbox"/> Kulturveranstaltung / Sport <input type="checkbox"/> Schule / Ausbildung / Uni <input type="checkbox"/> Kein Besuchsgrund, nur rasch hindurchgehen	<input type="checkbox"/> Arzt / Bank / Post / Verwaltung <input type="checkbox"/> Schaufensterbummel / Spaziergang <input type="checkbox"/> Arbeit / dienstliche Erledigung <input type="checkbox"/> Sonstiges...
---	---	--

1.5 ...und zwar:

1.6 (**Nur wenn Einkauf in NMJ**) Wie viel Geld werden Sie heute bei Ihren Einkäufen in der Neuen Mitte Jena ungefähr ausgeben?

<input type="checkbox"/> nichts	<input type="checkbox"/> bis 10 €	<input type="checkbox"/> 11-25 €
<input type="checkbox"/> 26-50 €	<input type="checkbox"/> 51-100 €	<input type="checkbox"/> 101-250 €
<input type="checkbox"/> >250 €	<input type="checkbox"/> k.A.	

1.7 (**Nur wenn Einkauf in übriger Innenstadt**) Wie viel Geld werden Sie heute bei Ihren Einkäufen in der übrigen Innenstadt ungefähr ausgeben?

<input type="checkbox"/> nichts	<input type="checkbox"/> bis 10 €	<input type="checkbox"/> 11-25 €
<input type="checkbox"/> 26-50 €	<input type="checkbox"/> 51-100 €	<input type="checkbox"/> 101-250 €
<input type="checkbox"/> >250 €	<input type="checkbox"/> k.A.	

1.8 Wie viele Stunden werden Sie sich heute insgesamt in der Neuen Mitte Jena aufhalten?

<input type="checkbox"/> bis 1/2 Stunde	<input type="checkbox"/> bis 1 Std.	<input type="checkbox"/> bis 2 Std.
<input type="checkbox"/> bis 3 Std.	<input type="checkbox"/> bis 6 Std.	<input type="checkbox"/> über 6 Std.
<input type="checkbox"/> k.A.		

1.9 Empfinden Sie Ihren heutigen Aufenthalt in der Neuen Mitte Jena eher als Pflicht und Notwendigkeit oder eher als Freizeit und Erlebnis?

<input type="checkbox"/> eher Pflicht und Notwendigkeit	<input type="checkbox"/> eher Freizeit und Erlebnis	<input type="checkbox"/> beides
<input type="checkbox"/> k.A.		

1.10 Wann waren Sie zuletzt zum Einkaufen in der Innenstadt von Jena?

<input type="checkbox"/> vor 1-2 Tg.	<input type="checkbox"/> vor 3-7 Tg.	<input type="checkbox"/> vor 8-14 Tg.
<input type="checkbox"/> vor 2-3 Wo.	<input type="checkbox"/> vor 1-3 Mo.	<input type="checkbox"/> länger her
<input type="checkbox"/> k.A.		

1.11 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in der **Neuen Mitte Jena**?

<input type="checkbox"/> >3 mal	<input type="checkbox"/> 1-3 mal	<input type="checkbox"/> kein mal
<input type="checkbox"/> (fragen) länger her	<input type="checkbox"/> noch nie	<input type="checkbox"/> k.A.

1.12 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in der **Goethe-Galerie**?

<input type="checkbox"/> >3 mal	<input type="checkbox"/> 1-3 mal	<input type="checkbox"/> kein mal
<input type="checkbox"/> (fragen) länger her	<input type="checkbox"/> noch nie	<input type="checkbox"/> k.A.

1.13 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in der **Holzmarkt-Passage**?

<input type="checkbox"/> >3 mal	<input type="checkbox"/> 1-3 mal	<input type="checkbox"/> kein mal
<input type="checkbox"/> (fragen) länger her	<input type="checkbox"/> noch nie	<input type="checkbox"/> k.A.

1.14 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen im **Burgapark**?

<input type="checkbox"/> >3 mal	<input type="checkbox"/> 1-3 mal	<input type="checkbox"/> kein mal
<input type="checkbox"/> (fragen) länger her	<input type="checkbox"/> noch nie	<input type="checkbox"/> k.A.

MUSTER

1. [Fortsetzung]

- 1.15 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen bei **Globus in Isserstedt**?
 >3 mal
 (fragen) länger her
 1-3 mal
 noch nie
 kein mal
 k.A.
- 1.16 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in der **Erfurter Innenstadt**?
 >3 mal
 (fragen) länger her
 1-3 mal
 noch nie
 kein mal
 k.A.
- 1.17 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in **Weimar**?
 >3 mal
 (fragen) länger her
 1-3 mal
 noch nie
 kein mal
 k.A.
- 1.18 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in **Gera**?
 >3 mal
 (fragen) länger her
 1-3 mal
 noch nie
 kein mal
 k.A.
- 1.19 Wie oft waren Sie in den letzten zwei Monaten zum Einkaufen in **Leipzig**?
 >3 mal
 (fragen) länger her
 1-3 mal
 noch nie
 kein mal
 k.A.
- 1.20 Haben Sie schon einmal im Internet eingekauft? (Wie oft?)
 noch nie
 1 mal
 2-4 mal
 5-10 mal
 >10 mal
 k.A.
- 1.21 Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute von Ihrer Wohnung aus hierher in die Innenstadt gekommen?
 Pkw
 Fahrrad
 ÖV
 Motorrad, Moped, Mofa
 Auto+ÖV (P+R)
 zu Fuß
 k.A.
- 1.22 **(Nur wenn mit Pkw gekommen, sonst weiter mit Frage 1.26)** Wie lange mussten Sie nach einer Parkmöglichkeit suchen? Haben Sie... (Antworten vorlesen)
 gleich einen freien PP gefunden
 mussten Sie länger suchen?
 gewartet bis PP frei wurde
 k.A.
 vorher vergeblich an 1-2 Stellen gesucht
- 1.23 Wo haben Sie Ihr Auto geparkt?
 gebührenpflichtig
 gebührenfrei
 in TG Goethe-Galerie
 in TG Neue Mitte
 in einer anderen TG
 auf Privat/Firmen PP
 ausreichend
 etwas zu gering
 viel zu gering
 weiß nicht, k.A.
- 1.24 Wie beurteilen Sie die **Parkmöglichkeiten** in der Innenstadt von Jena? (Antwort vorlesen)
 angemessen
 k.A.
 etwas zu hoch
 viel zu hoch
- 1.25 Wie beurteilen Sie die **Parkgebühren** in der Innenstadt von Jena? (Antworten vorlesen)
 sehr gut
 gut
 befriedigend
 ausreichend
 mangelhaft
 ungenügend
 k.A.
- 1.26 Wie beurteilen Sie insgesamt gesehen das **Angebot des Einzelhandels** in der Innenstadt von Jena? (Antworten vorlesen)
 sehr attraktiv
 attraktiv
 wenig attraktiv
 unattraktiv
 k.A.
- 1.27 Wie **attraktiv** finden Sie insgesamt die Jenaer Innenstadt? (Antworten vorlesen)
- 1.28 Was sollte Ihrer Ansicht nach als Wichtigstes getan werden, damit die Jenaer Innenstadt **für Sie persönlich noch attraktiver wird**? (stichwortartig, max 3 Nennungen)

- 1.29 Zu wie vielen Personen sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?
 alleine
 2 Pers.
 3 Pers.
 4 Pers.
 5 Pers.
 >5 Pers.
- 1.30 Wohnen Sie in Jena oder außerhalb?
 In Jena
 außerhalb
 k.A.
- 1.31 Welche Postleitzahl hat Ihre Wohnadresse?

- 1.32 Welche Tätigkeit üben Sie aus? (Antworten vorlesen)
 Vollzeit erwerbstätig
 Teilzeit erwerbstätig
 arbeitslos
 in Ausbildung, Schüler, Student
 Hausfrau, -mann
 Rentner/Pensionär
 k.A.
- 1.33 Welcher Altersgruppe gehören Sie an? (Antwort vorschlagen)
 15-20 Jahre
 21-25 Jahre
 26-40 Jahre
 41-50 Jahre
 51-65 Jahre
 > 65 Jahre
- 1.34 Geschlecht (nicht erfragen)
 männlich
 weiblich
 k.A.
- 1.35 Interviewernummer?

- 1.36 **Tag der Befragung?**
 Donnerstag
 Freitag
 Samstag