

Auswertung

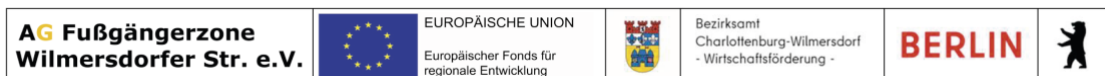
Befragung der Gewerbetreibenden in der Wilmersdorfer Straße



wilmersdorfer strasse
Standortmanagement

Urbanizers Neumüllers Langenbrinck GbR
Nordufer 15
13353 Berlin

Stand: September 2022



Inhaltsverzeichnis

\ 1	Hintergrund	3
\ 2	Kurzzusammenfassung der Ergebnisse	3
\ 3	Auswertung	4
\ 3.1	Fragen zum Standort.....	4
\ 3.2	Grundlagenerhebung Gewerbe.....	6
\ 3.3	Aktuelle Herausforderungen	8
\ 3.4	Aufenthaltsqualität und Erreichbarkeit	9
\ 3.5	Netzwerke	10
\ 3.6	Ausblick	11

\ 1 Hintergrund

Neben einer Stärkung des Standortes Wilmersdorfer Straße u. a. durch den Aufbau eines Netzwerks verschiedener Akteure und Interessengruppen ist die Erarbeitung eines Leitbildes für die zukünftige Entwicklung der Wilmersdorfer Straße ein Ziel des Standortmanagements. Eine wichtige Basis für die Leitbildentwicklung sind Wünsche/Anregungen und Kritik vonseiten der zentralen Stakeholder auf und in der Umgebung der Wilmersdorfer Straße. Um diese zu erheben, führte das Team des Standortmanagements Onlinebefragungen mit den verschiedenen Akteuren durch. Im Folgenden werden die Ergebnisse der Befragung der Gewerbetreibenden auf der Wilmersdorfer Straße vorgestellt.

Die Gewerbetreibenden machten Angaben zu ihren Betrieben, zur Dauer und zum Grund der Ansiedelung auf der Wilmersdorfer Straße, dem Zeitraum, den sie bereits auf der Wilmersdorfer Straße ansässig sind, und der Zusammensetzung ihrer Kundschaft. Weitere Themen waren die Identität der Wilmersdorfer Straße als Geschäftsstraße sowie Herausforderungen und Wünsche für den Standort und seine Aufenthaltsqualität.

Um mit den Gewerbetreibenden in Kontakt zu treten und auf die Onlinebefragung zu verweisen, war das Team des Standortmanagements im Zeitraum von März bis Juni 2022 in den Geschäften auf der Wilmersdorfer Straße sowie den Seitenstraßen unterwegs. Im Rahmen von kurzen Door-Opener-Gesprächen hat sich das Standortmanagement bei den Gewerbetreibenden vorgestellt, Informationsflyer mit einem Link zur Befragung verteilt und erste Wünsche sowie Ideen für die Entwicklung der Straße gesammelt.

Insgesamt haben 23 Gewerbetreibende an der Umfrage teilgenommen. 21 Umfragen wurden bis zum Ende ausgefüllt.

Hinweis: Da es sich nicht bei allen Fragen um Pflichtfragen gehandelt hat, liegt die Gesamtzahl der Antworten bei manchen Fragen unter 21. Bei anderen Fragen hingegen waren Mehrfachnennungen möglich, weswegen teilweise mehr als 21 Antworten abgegeben wurden.

\ 2 Kurzzusammenfassung der Ergebnisse

Der Großteil der Gewerbe, deren Betreiber:innen an der Umfrage teilgenommen haben (10 von 21), befindet sich im Abschnitt Schillerstraße bis Stuttgarter Platz. Es handelt sich dabei (größtenteils) um den Abschnitt der Fußgängerzone. Bei 16 der befragten Gewerbeeinheiten handelt es sich um inhaber:innengeführte Geschäfte, deren Kundschaft zum größten Teil aus einer Stammkundschaft und einer gezielt aufsuchenden Kundschaft besteht.

Aus der Umfrage wird deutlich, dass sich die Lage, die verkehrliche Anbindung, die Frequenz und das ÖPNV-Angebot der Straße für viele Gewerbetreibende als wichtige Standortfaktoren der Wilmersdorfer Straße erweisen und zentrale Gründe für die Ansiedelung auf der Straße darstellten.

Als ein Hauptmerkmal, das die heutige Identität der Wilmersdorfer Straße ausmacht, wurde sehr häufig (8 Stimmen) die Vielfalt der Straße beschrieben, die sich u. a. durch eine Mischung verschiedener Gewerbebranchen (1 Stimme) sowie ein gemischtes gastronomisches Angebot auszeichne (1 Stimme). Gleichzeitig wurde ein Wandel dieser Identität bzw. eine fehlende Identität bemängelt. Dies liege zum einen am Verlust der großen Warenhäuser (1 Stimme), zum anderen an der entstandenen Mentalität des Billigkaufens, die sich in den neuen Geschäften auf der Straße äußere (2 Stimmen). Die zunehmende Anzahl von großen Ketten wurde kritisiert (1 Stimme). Als die größten Herausforderungen für den Standort wurden der Verlust exklusiver Geschäfte, fehlende Sauberkeit und Ordnung auf der Straße sowie zunehmende Kriminalität benannt, dicht gefolgt von der Abnahme der Laufkundschaft (durch den Onlinehandel und die Corona-

Pandemie) und fehlender Kaufkraft durch eine veränderte soziale Mischung im Umfeld der Straße.

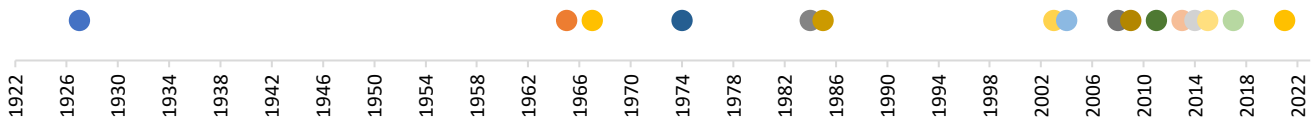
Auch in Bezug auf die Erhöhung der Aufenthaltsqualität auf der Straße wurde das Thema „Sauberkeit“ häufig genannt. Sechs Gewerbetreibende geben an, dass die Verbesserung der Sauberkeit und die Erhöhung der Sicherheit auf der Straße zu einer Steigerung der Aufenthaltsqualität führen können. Eine ausführliche Auswertung der Befragung findet sich auf den folgenden Seiten.

\ 3 Auswertung

\ 3.1 Fragen zum Standort

Seit wann sind Sie auf der Wilmersdorfer Straße ansässig?

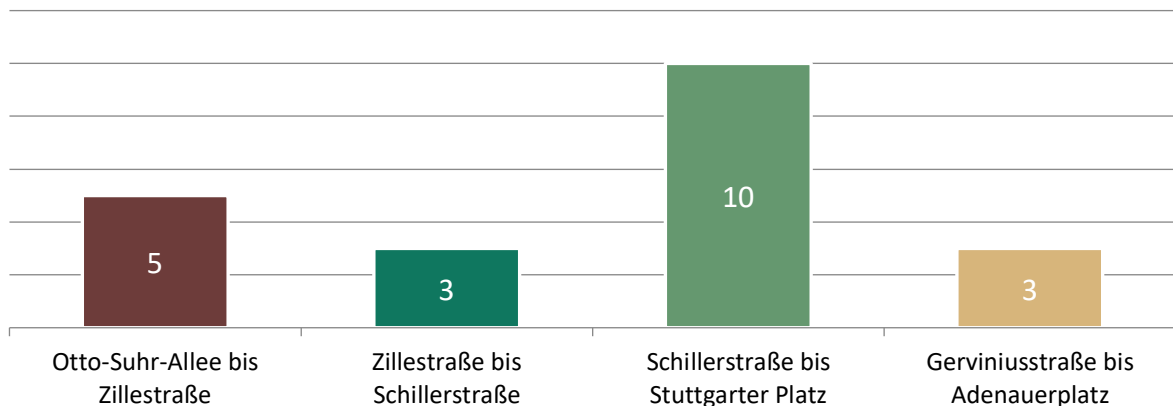
Das erste Gewerbe der Befragten siedelte sich im Jahr 1927 auf der Wilmersdorfer Straße an. Weitere Neuansiedlungen fanden 1965, 1967, 1974, 1984 und 1985 statt. Der Großteil



der befragten Gewerbetreibenden (15 von 21) siedelte sich zwischen 2003 und 2021 mit ihrem Gewerbe auf der Wilmersdorfer Straße an.

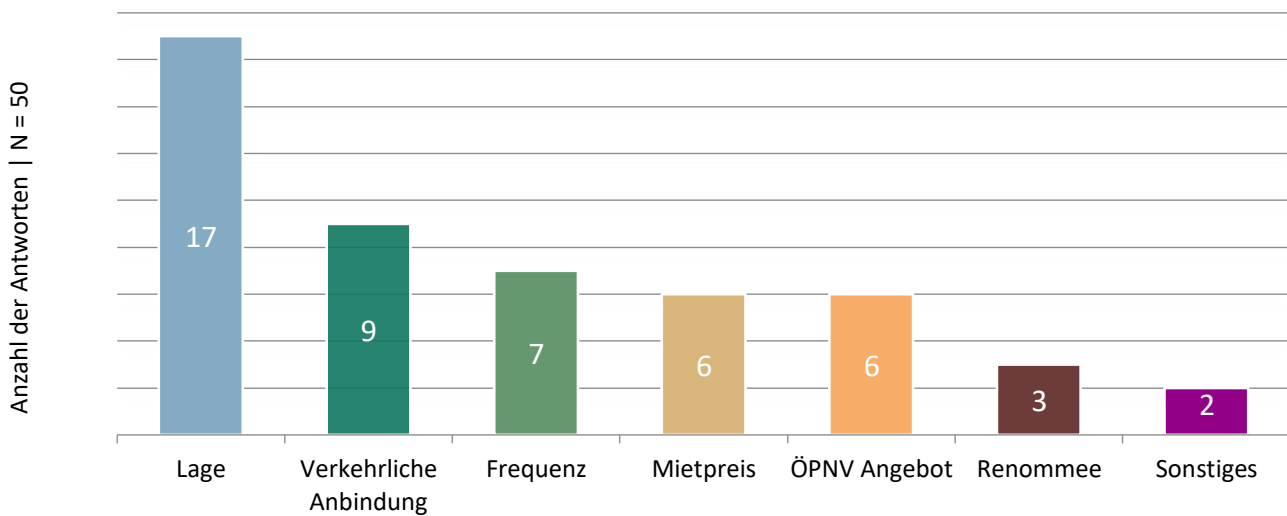
In welchem Abschnitt der Wilmersdorfer Straße befindet sich Ihr Gewerbe?

Anzahl der Teilnehmenden | N = 21



Der Großteil der in der Umfrage widerspiegelten Gewerbe (10 von 21) befindet sich im Abschnitt Schillerstraße bis Stuttgarter Platz. Es handelt sich dabei (größtenteils) um den Abschnitt der Fußgängerzone. Weitere Umfrageergebnisse gab es aus dem nördlichen Teil der Wilmersdorfer Straße (Otto-Suhr-Allee bis Zillestraße: 5 Gewerbetreibende, Zillestraße bis Schillerstraße: 3 Gewerbetreibende). Die verbleibenden drei Antworten kamen von Gewerbetreibenden aus dem südlichen Abschnitt der Wilmersdorfer Straße (Gerviniusstraße bis Adenauerplatz).

Was waren Ihre Beweggründe, sich hier anzusiedeln?
(Mehrfachnennungen waren möglich)



Es wird deutlich, dass sich die Lage, die verkehrliche Anbindung, die Frequenz und das ÖPNV-Angebot der Straße für viele Gewerbetreibende als Standortfaktor der Wilmsdorfer Straße erweisen. Von sechs Gewerbetreibenden wird auch der Mietpreis als Beweggrund für die Ansiedelung auf der Straße angegeben. Ein Abgleich der Einzelergebnisse in Kopplung mit den Jahren der Ansiedelung auf der Wilmsdorfer Straße zeigte dabei keine auffällige Veränderung über die Jahre. Die Lage und die verkehrliche Anbindung waren sowohl für die Gewerbetreibenden, die sich in den 60er-Jahren ansiedelten, als auch für die Ansiedelungen aus den vergangenen zehn Jahren die wichtigsten Standortfaktoren. Die Mietpreise wurden vor allem von den Gewerbetreibenden, die in den letzten 20 Jahren auf der Wilmsdorfer Straße ihr Geschäft eröffneten, als Beweggrund für die Ansiedelung angegeben.

Was macht die Identität der Wilmsdorfer Straße als Geschäftsstraße aus?
(Offene Frage)

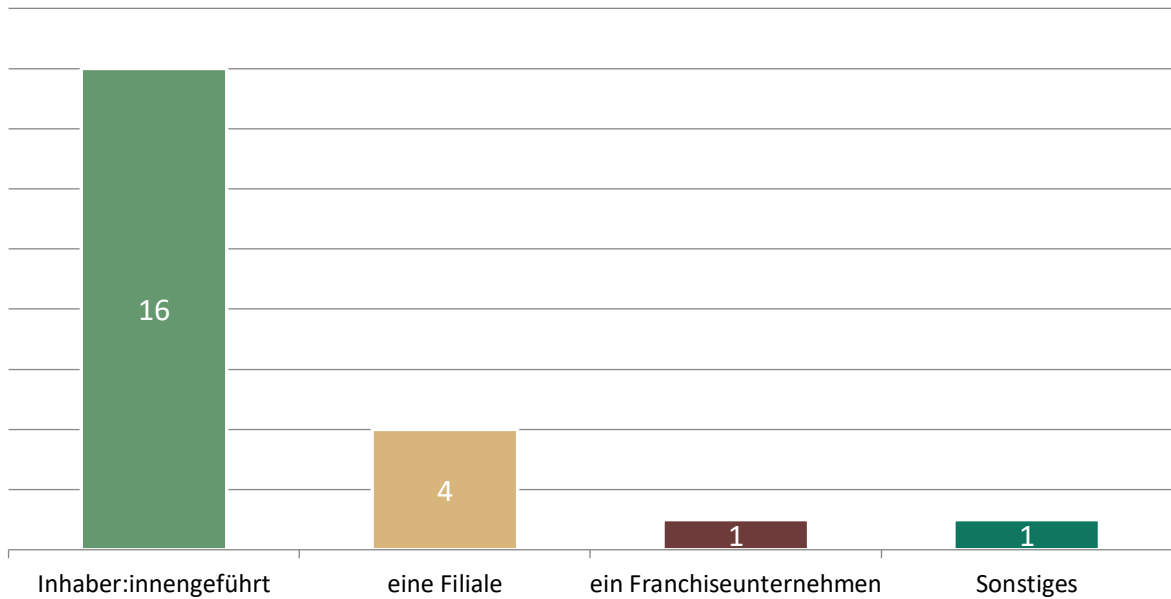
Als eine der häufigsten Antworten auf diese Frage wurde die Vielfalt der Wilmsdorfer Straße genannt. Acht Personen beschrieben die diverse Identität der Straße, die sich durch viele unterschiedliche Geschäfte auszeichne. Es gebe eine Mischung aus verschiedenen Gewerbebranchen und ein gutes gastronomisches Angebot, aber auch die Wohnklientel wird positiv als durchmischt beschrieben (1 Stimme). Es wird auf renommierte Unternehmen (1 Stimme) und das Vorhandensein von „Kultur und Lifestyle“ (1 Stimme) verwiesen. In drei Antworten wird positiv auf die Fußgängerzone mit Flanieratmosphäre verwiesen und auch die Tradition der ältesten Fußgängerzone Berlins und der regionale Bezug zu Berlin-Charlottenburg werden genannt. Ein weiterer Punkt ist die gute verkehrliche Anbindung der Straße (3 Stimmen).

Neben dieser positiven Beschreibung der Straße gab es vier Personen, die eine fehlende Identität bemängelten. Dies liege zum einen am Verlust der großen Warenhäuser (1 Stimme) und an der entstandenen Mentalität des Billigkaufens, die sich in den neuen Geschäften auf der Straße äußere (2 Stimmen). Die zunehmende Anzahl von großen Ketten wird kritisiert (1 Stimme).

\ 3.2 Grundlagenerhebung Gewerbe

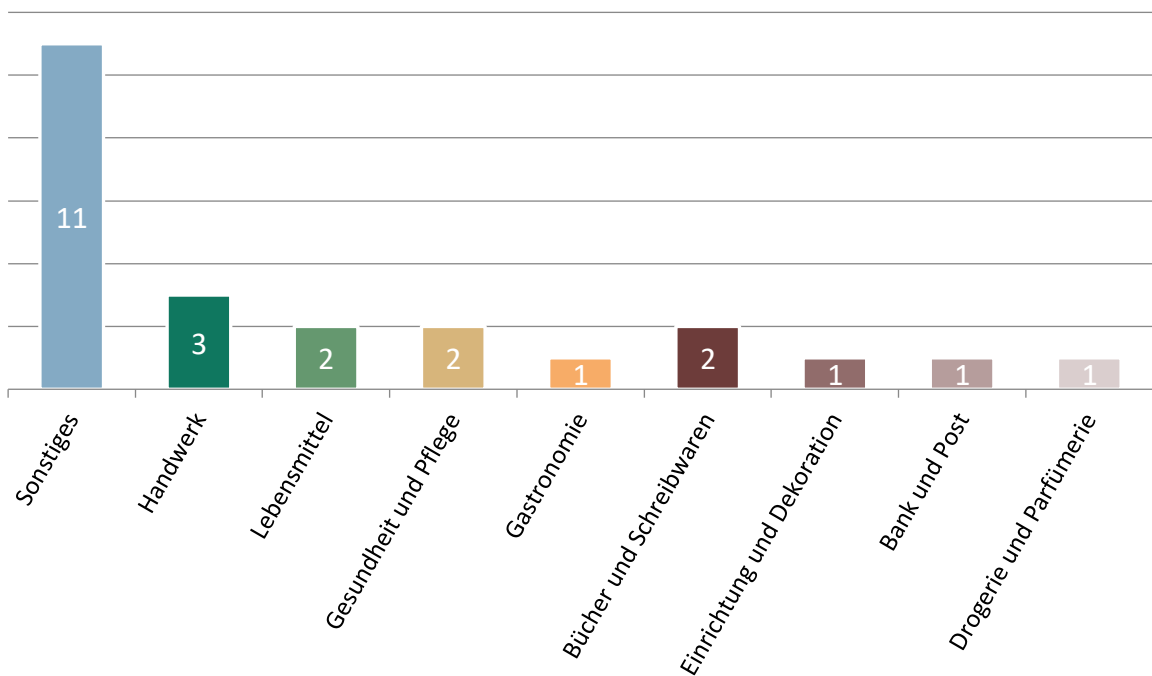
Ist Ihr Gewerbe ...

Anzahl der Antworten | N = 22



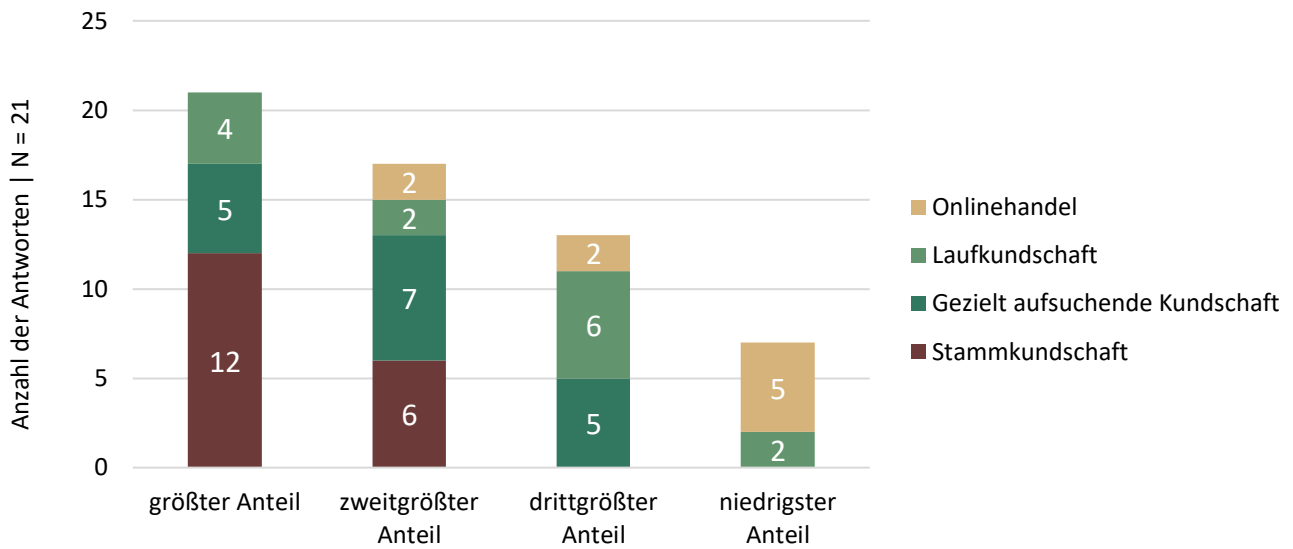
Welche Art von Gewerbe führen Sie?

Anzahl der Antworten | N= 24



Die Ergebnisse zeigen, dass sich viele Gewerbetreibenden in den vorhandenen Antwortmöglichkeiten nicht wiedergefunden haben. Ihre Gewerbe lassen sich keiner eindeutigen Sparte zuordnen, was auch ein Hinweis für die Vielfalt der Geschäfte auf der Straße sein kann.

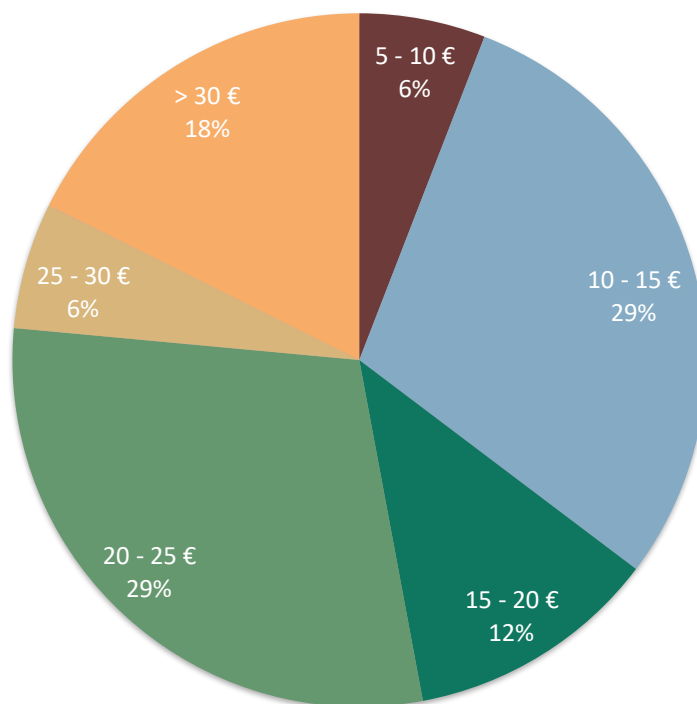
Wie setzt sich Ihre Kundschaft zusammen?



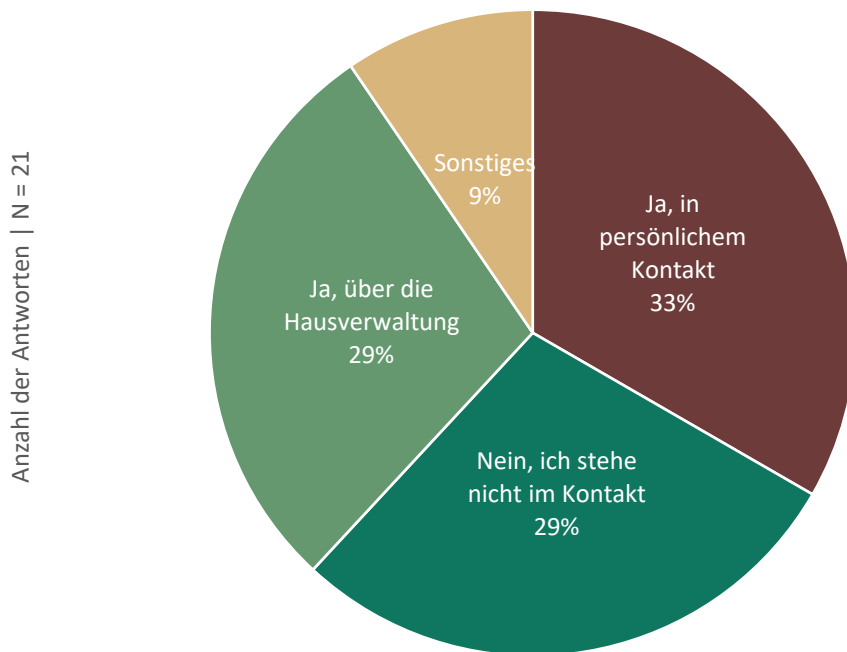
Bei dieser Frage wurde darum gebeten, die Zusammensetzung der Kundschaft darzulegen, indem die Antwortmöglichkeiten priorisiert werden. Es zeigt sich, dass die Stammkundschaft in der Wilmersdorfer Straße den größten Anteil an der Kundschaft ausmacht, während der Onlinehandel bisher weniger stark vertreten ist.

Wie hoch ist der Quadratmeterpreis Ihrer Gewerbefläche?

Anzahl der Antworten | N = 17



Stehen Sie in Kontakt mit dem Eigentümer Ihrer Gewerbeeinheit?



\ 3.3 Aktuelle Herausforderungen

Wie stark wirkt sich die Corona-Pandemie auf Ihr Geschäft aus?

(Anzahl der Antworten | N = 21)

Gemittelte Antwort

Keine Auswirkung
Auswirkung

Hohe

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen für den Standort?

(Offene Frage)

Aus Sicht der Gewerbetreibenden sind die beiden größten Herausforderungen, vor denen die Wilmersdorfer Straße steht, der Verlust der exklusiven Geschäfte und das Thema „Sauberkeit und Ordnung auf der Straße“. Dicht gefolgt waren diese Antworten von der Abnahme der Laufkundschaft (durch den Onlinehandel und die Corona-Pandemie) und der Diagnose einer fehlenden Kaufkraft durch eine veränderte soziale Mischung im Umfeld der Straße. Auch zunehmende Kriminalität wird mehrmals als Herausforderung genannt. Weitere Antworten waren die Zunahme von Leerstand, der Verlust der Identität der Straße, fehlende Parkplätze, eine fehlende Aufenthaltsqualität sowie eine nicht gegebene Barrierefreiheit der U-Bahn-Stationen.

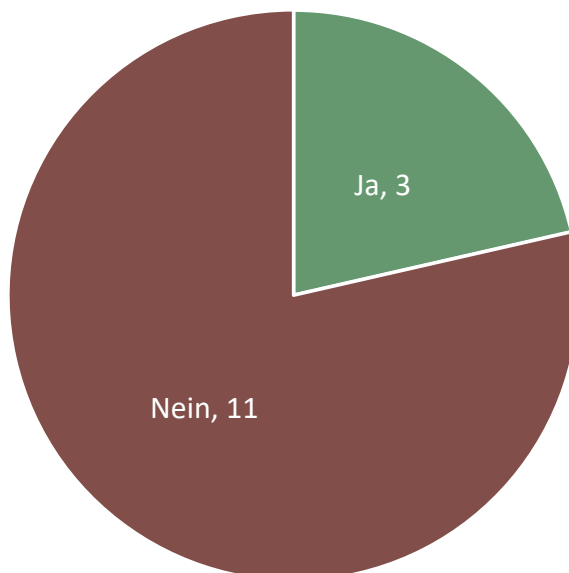
\ 3.4 Aufenthaltsqualität und Erreichbarkeit

Wie könnte die Aufenthaltsqualität in der Straße Ihrer Meinung nach verbessert werden?

Auch hier spielt das Thema „Sauberkeit“ eine große Rolle. Sechs Gewerbetreibende geben an, dass die Verbesserung der Sauberkeit und die Erhöhung der Sicherheit auf der Straße zu einer Steigerung der Aufenthaltsqualität führen können. Des Weiteren wird eine Verbesserung des Warenangebots (exklusivere Geschäfte) als ein wichtiger Aspekt gesehen (2 Stimmen). Doch auch eine Veränderung des Zustands der Straße (Verbesserung des Straßenbelags, mehr Begrünung) (1 Stimme) und eine Zunahme von Sitzgelegenheiten (2 Stimmen) (z. B. Holzmöbel) wird vorgeschlagen. Ein weiteres Thema ist die aktuelle (Lärm-)Belästigung. Eine Abnahme des Verkehrs (2 Stimmen) und weniger Passant:innenbefragungen auf der Straße werden gewünscht (1 Stimme).

Würden Sie im Bereich Zillestraße bis Schillerstraße die temporäre Aufstellung von „Parklets“ begrüßen?

Anzahl der Antworten | N = 14



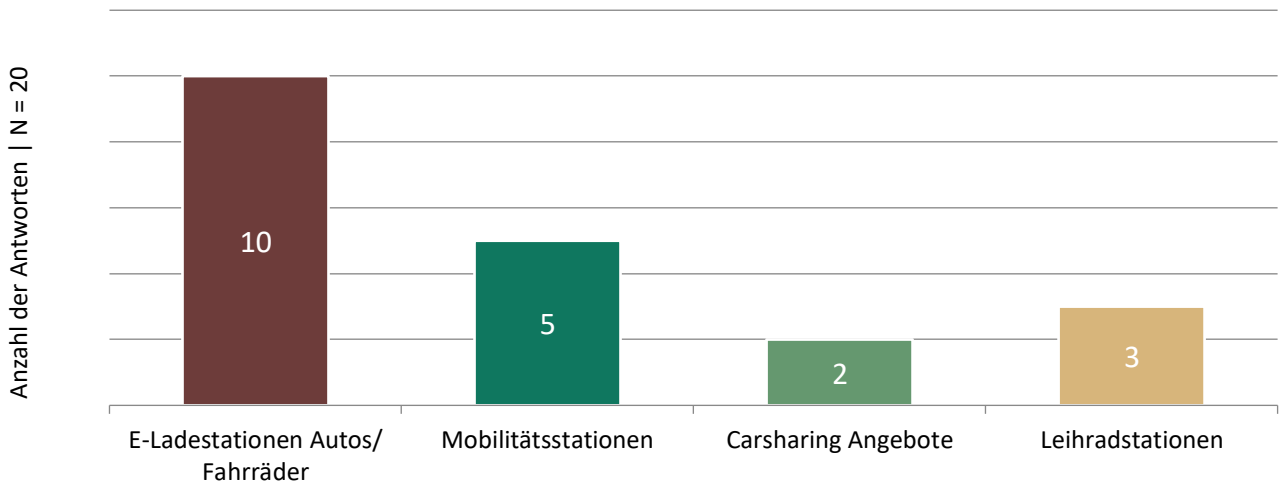
Welche unbürokratisch umsetzbaren Maßnahmen können Sie sich noch vorstellen?

Von einer Person gab es den Vorschlag, dass die Händler:innen die Außenbereiche ihrer Geschäfte einladend mit Pflanzen und ohne Werbeaufsteller gestalten könnten, während die Straße eine normale Straße bleibt.

Andere Gewerbetreibende betonen auch hier noch mal, dass sie eine Abnahme des Verkehrs und ein Tempolimit wünschen, während auf der anderen Seite keine weitere Reduzierung der Pkw-Stellplätze gefordert wird.

Ein weiterer Vorschlag war, die Aufmerksamkeit auch auf die Gewerbetreibenden in den Seitenstraßen zu lenken (z. B. durch Hinweisschilder).

Wie könnte die Erreichbarkeit der Wilmersdorfer Straße nachhaltig verbessert werden?

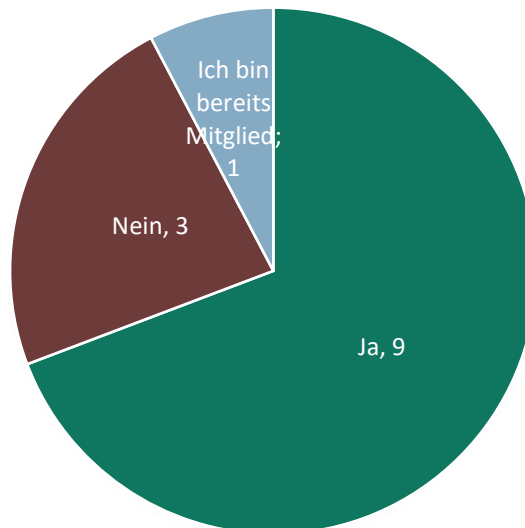


Weitere Vorschläge waren die Einrichtung von Rolltreppen an den U-Bahnhöfen, mehr Fahrradparkplätze und eine Ausweitung der Parkraumbewirtschaftung bis zum Schloss Charlottenburg.

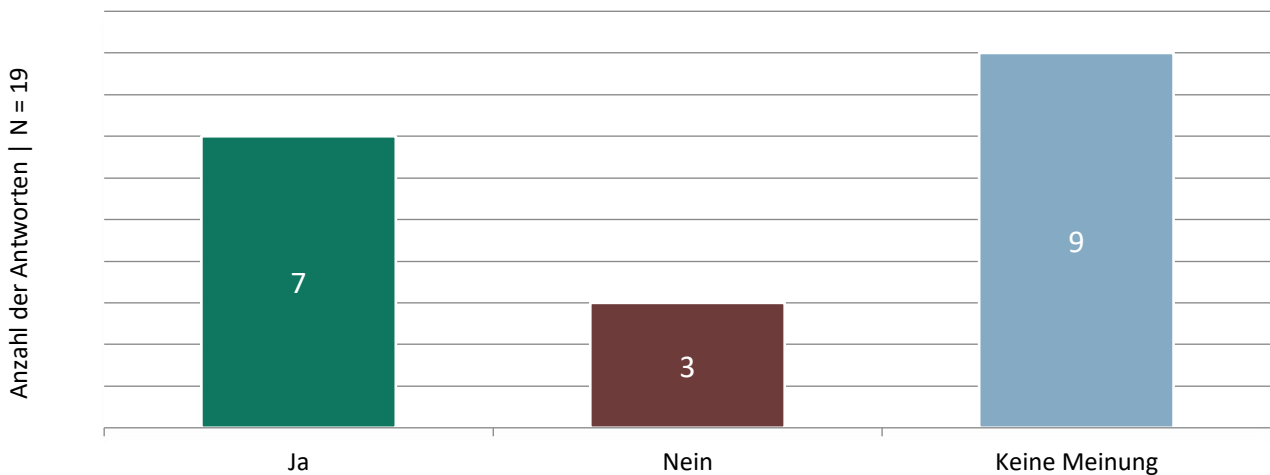
\ 3.5 Netzwerke

Wären Sie zur Weiterentwicklung der Straße dazu bereit, bestehende gewerbliche Netzwerke zu unterstützen?

Anzahl der Antworten | N = 13



Wären Sie gegenüber der Einrichtung eines Business Improvement District (BID) positiv gestimmt?



Wie kann Sie das Standortmanagement konkret unterstützen?

Wünsche an das Team des Standortmanagements waren der Einsatz für saubere und attraktive Aufenthaltsbereiche, für ein Tempolimit zwischen dem U-Bahnhof Wilmersdorfer Straße und Adenauerplatz sowie gemeinsame Werbemaßnahmen mit den Gewerbetreibenden.

\ 3.6 Ausblick

Wie stehen Sie zur Ausweitung der Fußgängerzone zwischen Schiller- und Bismarckstraße?

(Anzahl der Antworten | N = 21)

Gemittelte Antwort



Wenn Sie zehn Jahre in die Zukunft blicken – wie wird sich die Wilmersdorfer Straße im Hinblick auf ihr soziales Umfeld verändert haben?

Der bereits von einigen Gewerbetreibenden beschriebene Abwärtstrend wird in der Zukunftsvision einiger der befragten Personen (11 Stimmen) zunehmen. Das soziale Umfeld wird von einer zunehmenden Polarisierung zwischen arm und reich geprägt sein (3 Stimmen). Es wird vermutet, dass die inhabergeführten Einzelhandelsgeschäfte weiter abnehmen und große Ketten zunehmen. Ein Grund dafür wird von vielen auch in der Zunahme des Onlinehandels gesehen. Es wird vermutet, dass sich das Leben in Zukunft mehr „nach innen“ kehre und weniger auf den Einkaufsstraßen stattfinde (2 Stimmen). Auf der anderen Seite gibt es jedoch auch positive Zukunftsvisionen. Es wird auf weniger Leerstand, eine verbesserte Aufenthaltsqualität und verkehrsberuhigte Zonen gehofft (3 Stimmen).

Welche konkreten Wünsche haben Sie für eine positive Entwicklung der Wilmersdorfer Straße?

Neben den bereits häufig genannten Themen (Sauberkeit, Verbesserung der Aufenthaltsqualität, weniger Kriminalität, exklusivere Geschäfte) wird eine komplette bauliche Aufwertung der Straße gewünscht (1 Stimme). Bezüglich der Mietpreisentwicklung werden keine weiteren Preissteigerungen gewünscht (1 Stimme). Die Wilmersdorfer Straße solle als Wohngegend für verschiedene soziale Schichten erhalten bleiben (1 Stimme). Es wird betont, dass die Eigentümer:innen von der nachhaltigen Entwicklung der Straße überzeugt und in diese eingebunden werden sollten (1 Stimme). Weitere Wünsche waren weniger Lieferverkehr und ein verstärktes Vorgehen gegen Falschparker:innen.