

## Strukturmerkmale und Bewertungen von Gaststättenbesuchern in der Heidelberger Altstadt

*Matthias Achen (Heidelberg)*

### 1. EINLEITUNG

Während die Jahres- und Wochenarbeitszeit in den vergangenen Jahrzehnten erheblich reduziert worden ist, hat sich die Freizeit stark ausgeweitet. Nach RUPPERT (1975, 3) lassen sich unter raumzeitlichen Aspekten drei Formen des Freizeitverhaltens unterscheiden, und zwar im Wohnumfeld mit kurzfristigem Zeitbedarf (bis zu mehreren Stunden), im Naherholungsraum mit mittelfristigem Zeitbedarf (halbtags, tageweise, wochenends) sowie im Fremdenverkehrsraum mit längerfristigem Zeitbedarf (bis zu mehreren Wochen). Prinzipiell ist dieses Schema noch heute anwendbar, obgleich sich die Reichweiten durch die Entwicklung der räumlichen Mobilität und Veränderungen des Freizeitverhaltens teilweise deutlich verlängert haben. Die Freizeit wird nicht nur in landschaftlich reizvollen Gebieten, sondern auch in kulturell attraktiven Gebieten verbracht, und stellt nach MAIER (1975, 7) einen immer bedeutenderen Einflußfaktor für die städtische Entwicklung sowie ihre Funktionsbestimmung dar. Die Attraktivität einer Stadt ist mittlerweile zu einem wesentlichen Faktor in der Standortwahl sowohl der Bevölkerung als auch der Wirtschaft geworden.

Die Stadt bildet ein räumliches Ziel von Freizeitaktivitäten sowohl für die einheimischen Bewohner als auch für die auswärtigen Besuchern aus dem Umland und der Ferne. Die Freizeitangebote einer (Groß-)Stadt weisen in der Regel eine hohe Vielfalt auf und reichen von der Besichtigung architektonischer und landschaftlicher Attraktionen, Spaziergängen in Grünanlagen und Parks, über die aktive und passive Teilnahme an Sportveranstaltungen bis zum Besuch von Museen, Theater und Kinos sowie von Gaststätten (Restaurants, Cafes, Kneipen, Tanzlokale, etc.). Bislang liegen jedoch nur wenige geographische Untersuchungen über die Stadt als Freizeitraum vor; RUPPERT (1980, 185) bezeichnet insbesondere als erstaunlich, wie wenig Aufmerksamkeit dem Wohnumfeld als Freizeitbereich aus der Sicht der Geographie gewidmet wurde (vgl. MEUTER/RÖCK 1974, 342). Die Bedeutung, die Gaststätten als "konsumptiv-vergnügungsorientierter Freizeitbereich" (MAIER 1975, 14) für die Bewohner und Besucher einer Stadt besitzen, ist ebenso bisher weitgehend unbeachtet geblieben; in den Studien von BADER (1975), KERSTIN-KOEBERLE (1979) und SCHNELL (1979) werden sie als Ziel innerstädtischer Freizeitaktivitäten nur am Rande behandelt. Die Wirtschaftswissenschaften haben die Gastronomie ebenfalls nur relativ wenig untersucht (LAUFNER 1992, 3).

Das Gaststättengewerbe ist ein stark expandierender Wirtschaftsbereich; so hat sich der Umsatz in diesem Bereich in Baden-Württemberg zwischen 1979 und 1985 um über 25% erhöht. Während die zentralörtliche Bedeutung der (Groß-) Städte bezüglich der Versorgungs- und Verwaltungsfunktion durch die räumliche Entwicklung der letzten Jahrzehnte auf regionaler Ebene zumeist gesunken ist, gewinnt für die Städte ihre Freizeit- und Erholungsfunktion an Gewicht, innerhalb derer dem Gaststättengewerbe eine wichtige Rolle zukommt - insbesondere solchen Lokalen, bei denen im Mittelpunkt der betrieblichen Aktivitäten nicht die Zubereitung von Speisen, sondern der Ausschank von Getränken steht (vgl. LAUFNER 1992, 4). Diese Lokale, die in der statistischen Einteilung der Handels- und Gaststättenzählung 1985 in der Wirtschaftsunterabteilung 71 (Gastgewerbe) als "Schankwirtschaften" aufgeführt sind, werden im weiteren - der Umgangssprache der jüngeren Generation folgend - als "Kneipen" bezeichnet.

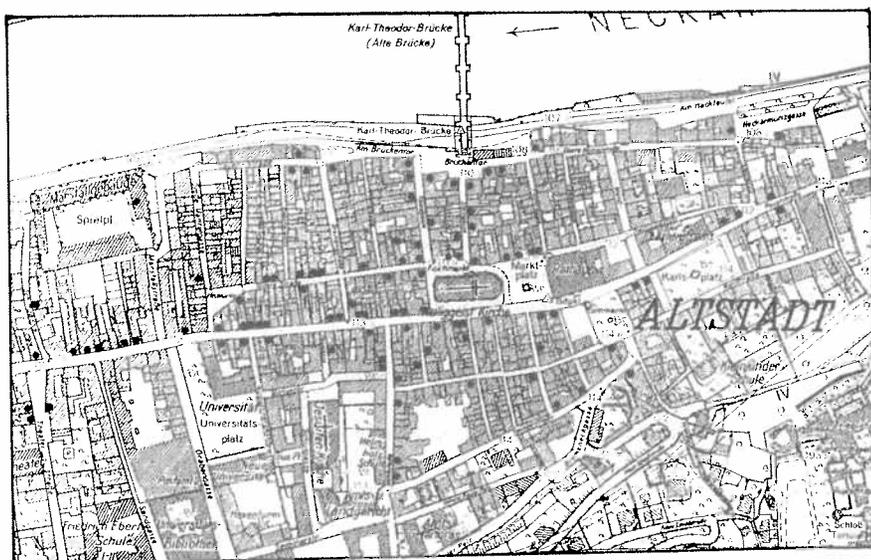
### 2. DIE ALTSTADT IN HEIDELBERG

Heidelberg liegt im polyzentrischen Rhein-Neckar-Raum, in dem in den vergangenen Jahrzehnten eine starke Suburbanisierung der Bevölkerung und Wirtschaft stattgefunden hat. Die Stadt ist Oberzentrum, wobei der Einzugsbereich in erster Linie nach (Süd-)Osten ausgerichtet ist. Heidelberg besitzt gegenwärtig etwa 140.000 Einwohner und 93.000 Arbeitsplätze bei einem Tertiärisierungsgrad von 75%, die Einpendlerquote liegt bei 50%. Die wesentlichen Wirtschaftszweige sind die Universitätskliniken, die Universität, öffentliche und private Forschungseinrichtungen, etliche Industriebetriebe, die amerikanischen Streitkräfte sowie der Tourismus.

Heidelberg weist gegenwärtig etwa 525.000 Übernachtungsgäste pro Jahr bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 1.6 Tagen auf, wobei 60% der Übernachtungsgäste aus dem Ausland stammen, insbesondere aus Übersee (USA, Japan); etwa 75% der Übernachtungen entfallen auf den (Sightseeing-)Tourismus aus persönlichen Motiven. Weiterhin kommen jährlich ungefähr 3.5 Mio. Tagesgäste in die Stadt, was einer Frequenz von durchschnittlich fast 10.000 Tagesgästen - bei einer Spitze im Sommer - oder 1.5 Besucher pro Bewohner der Altstadt entspricht, die fast ausnahmslos das touristische Ziel darstellt (Neckar, Altstadtgassen, Schloß). Die direkte und indirekte Wertschöpfung durch den Tourismus wird auf etwa 200 Mio. DM im Jahr geschätzt (HEIDELBERG 1990).

Die Kernaltstadt blieb im zweiten Weltkrieg unversehrt. In den sechziger Jahre war ein umfassender Abriss der alten Häuser geplant, der jedoch durch starke Bürgerproteste verhindert wurde; die historischen Gebäude sind - objektsaniert - weitgehend erhalten geblieben. Während die Altstadt vor der Sanierung durch eine einseitige Sozialstruktur (d.h. durch einen hohen Bevölkerungsanteil an Alten, Armen, Ausländern und Studenten) sowie schwere Funktionsmängel der Bausubstanz, der Wohnungsausstattung und des Woh-

numfelds gekennzeichnet war, stellt dieses Stadtviertel heute ein attraktives Wohngebiet dar. Gleichzeitig besitzt die Altstadt eine hohe touristische Attraktivität; an schönen Sommerabenden ist die Passantenfrequenz im oberen Teil der Hauptstraße - als längster Fußgängerzone Deutschlands - um Mitternacht mitunter höher als an verkaufsoffenen Samstagen vor Weihnachten um die Mittagszeit. In diesem Stadtteil befinden sich gegenwärtig etwa 145 Gaststätten unterschiedlicher Art, die sich auf die Kernaltstadt zwischen Universitätsplatz und Heiliggeistkirche/Rathaus konzentrieren. Abb. 1 zeigt - als Punktsignaturen - die insgesamt 100 Gaststätten im Kernbereich der Heidelberger Altstadt.



**Abb. 1:** Gaststätten im Kernbereich der Heidelberger Altstadt  
(Kartengrundlage: DGK 5, Blatt 6518.26 Heidelberg)

Durch solche Besucherzahlen entstehen in der Heidelberger Altstadt jedoch immer stärkere Nutzungskonflikte, und zwar in erster Linie zwischen der Wohn- und Erholungsnutzung. Die Stadt Heidelberg hat u.a. deshalb vor zwei Jahren ein "Fremdenverkehrsleitbild Heidelberg 2000" zur Diskussion gestellt, das eine "stadtentwicklungsintegrierte touristische Weiterentwicklung und behutsame Förderung" anstrebt (HEIDELBERG 1990). Während der Tagestourismus in der Kernaltstadt nicht weiter gefördert werden soll, stellen die Übernachtungsgäste - u.a. aus dem Kongreß-/Wissenschaftsbereich - zukünftig die zentrale Zielgruppe des Verkehrsvereins dar, wobei allerdings zu fragen ist, ob sich touristisches Verhalten durch städtische Strategien überhaupt maßgeblich beeinflussen läßt.

Vor diesem Hintergrund ist vom Geographischen Institut in Zusammenarbeit mit dem Stadtentwicklungsamt in Heidelberg sowie dem Hotel- und Gaststättenverband Nordbaden eine Untersuchung über ein - bislang kaum beachtetes - Segment der "Stadt als Freizeit- und Erholungsraum" durchgeführt worden, und zwar über die Strukturmerkmale und Bewertungen der Besucher von den "Kneipen" in der Heidelberger Altstadt, die dort unter den Gaststätten den dominierenden Angebotstyp darstellen (zur Definition von "Kneipe" siehe Kap. 1). Für die genannten Institutionen war u.a. von Interesse, ob sich die (Lärm-) Belastungen, denen die Altstadtbewohner durch die Nutzung der Altstadt als "Erholungsgebiet" insbesondere am Abend ausgesetzt sind, tatsächlich in erster Linie den "klassischen" Touristen zuordnen lassen, oder ob nicht der größere Teil durch Einheimische und Besucher aus dem Umland verursacht wird (vgl. ACHEN 1992).

### 3. METHODIK DER DATENERHEBUNG

Für diese Untersuchung sind im Juni 1991 in 16 Altstadtkneipen, die unterschiedlichen Charakter besitzen und das Kneipenspektrum in der Altstadt weitgehend abdecken, kurze Interviews mit den Gaststättenbesuchern durchgeführt worden, und zwar am Mittwoch (22.6.91) sowie am Freitag (24.6.91) in insgesamt fünf Zeitintervallen (Mi 21-22 h, Mi 23-24 h, Fr 19-20 h, Fr 21-22 h, Fr 23-24 h). Die Fragen sind von insgesamt 772 - nach dem Zufallsprinzip ausgewählten - Personen beantwortet worden, womit die Zielvorgabe von 800 Interviews nahezu erreicht wurde; die fehlenden 28 Interviews sind in erster Linie auf das frühe Befragungsintervall am Freitag zurückzuführen, in dem in einigen Kneipen keine ausreichende Anzahl von - auskunftswilligen - Gästen anwesend war. Die Akzeptanz der Interviews bei den Kneipenbesuchern war, von wenigen Ausnahmen abgesehen, sehr hoch, die Wirte und Barkeeper zeigten sich in der Regel ebenfalls sehr kooperativ. Die Befürchtung, einige Kneipen seien vor allem am Freitag im mittleren und späten Befragungsintervall zu voll, als daß sich ein solches Interview führen ließe, erwiesen sich als gegenstandslos; die Interviews - und die Interviewer - stellten mitunter sogar eine besondere Attraktivität dar. Am Mittwoch sind insgesamt 322 Besucher von Heidelberger Altstadtkneipen befragt worden, am Freitag 450 Besucher; auf das frühere Zeitintervall (19-20 h und 21-22 h) entfallen insgesamt 462 Personen (= 60%), auf das spätere Intervall (23-24 h) 310 Personen (= 40%).

### 4. EMPIRISCHE ERGEBNISSE

#### 4.1 Struktur der Kneipenbesucher

Das Alter der Besucher, die in den Altstadtkneipen interviewt wurden, liegt im Durchschnitt sehr viel niedriger als der Gesamtbevölkerung. Jeweils 35% der Personen waren

18-25 Jahre oder 26-35 Jahre alt, fast 20% 36-45 Jahre. Ein Alter über 45 Jahre wiesen nur 7%, ein Alter unter 18 Jahren nur 2% auf. Bezüglich des Geschlechts waren die Männer mit 60% unter den Gästen stärker als die Frauen mit 40% vertreten.

Das Qualifikationsniveau der Gäste, das aus der Frage nach dem Beruf abgeleitet wurde, wobei allerdings in 104 der insgesamt 772 Interviews keine eindeutige Zuordnung möglich war, ist vergleichsweise hoch anzusetzen. Nur 5% der interviewten Personen besaßen ein niedriges Qualifikationsniveau (un-/angelernte Arbeiter, einfache Angestellte/Beamte), 22% ein mittleres Niveau (Handwerker, Einzelhändler, Facharbeiter, qualifizierte Angestellte, mittlere/gehobene Beamte). 19% der Besucher wiesen ein hohes Niveau auf (hochqualifizierte/leitende Angestellte, höhere Beamte, freiberuflich Tätige wie Ärzte, Rechtsanwälte, etc.); 31% waren Studenten, Referendare oder Ärzte im Praktikum; 7% befanden sich noch in der Schule oder Lehre.

Der Wohnort der Besucher lag für 54% in Heidelberg, wobei 18% direkt aus der Altstadt gekommen sind; ebenso wiesen die unmittelbar angrenzenden Stadtteile - gemessen an ihrer Einwohnerzahl - überdurchschnittliche Werte auf. Weiterhin stammten je 4% aus den benachbarten Gemeinden Dossenheim und Eppelheim, so daß insgesamt 58% der Besucher maximal 10 km von der Heidelberger Innenstadt entfernt wohnten. Diese Gruppe wird im folgenden in "Altstädter" und "Heidelberger" (mit Dossenheim/Eppelheim, ohne Altstadt) unterschieden. 13% besaßen einen Wohnort mit einer Entfernung zwischen 10 km und 20 km (z.B. Mannheim, Neckargemünd, Leimen). In die Entfernungskategorie 20-30 km entfallen 7%, in die Kategorie 30-40 km 3%; zwischen 40 km und 60 km wohnten unter 2% der befragten Personen, zwischen 60 km und 80 km gar niemand (vgl. Abb. 2). Aus dem Umland von Heidelberg - ohne Dossenheim/Eppelheim - stammten damit insgesamt 25% der Personen. Jenseits der Entfernungsgrenze von 80 km wohnten 17%, die im folgenden als "Tourist" bezeichnet werden, da sie - von wenigen Ausnahmen abgesehen - nach dem Kneipenbesuch nicht mehr nach Hause gefahren sein dürften, sondern im Hotel oder bei Bekannten/Verwandten in Heidelberg oder im Umland übernachtet haben. Jeder zweite Tourist, der in einer Altstadtkneipe interviewt worden ist, stammte aus dem Ausland, etwa jeder fünfte Tourist aus Übersee (v.a. USA).

Erwartungsgemäß verändert sich die Struktur der Kneipenbesucher im Laufe des Abends. Während die über 35-jährigen eher früher unterwegs waren (73% zwischen 19 h und 22 h), kamen die zwischen 26-35-jährigen eher später (53% zwischen 23 h und 24 h), wobei für Touristen jedoch diese Tendenz nicht feststellbar ist. Die Altstädter sind wiederum eher früher unterwegs gewesen (74%), die Heidelberger wie die Umländer eher etwas später (je 55%), die Touristen wiesen keine nennenswerte Abweichung vom generellen Durchschnitt auf. Die Schüler und die hochqualifizierten Besucher waren eher früher unterwegs (je 67%), die Studenten - wie zu erwarten war - eher später (51%).

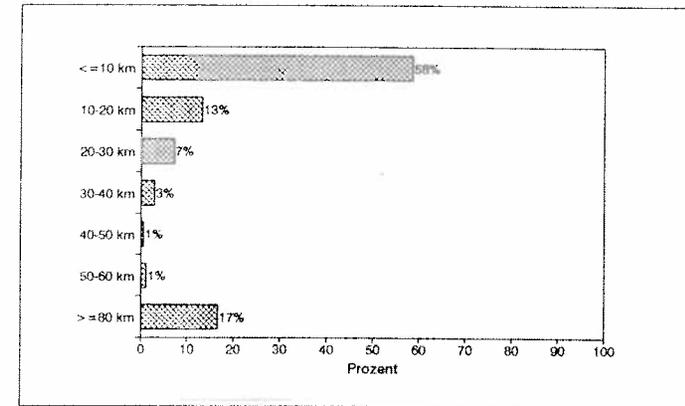


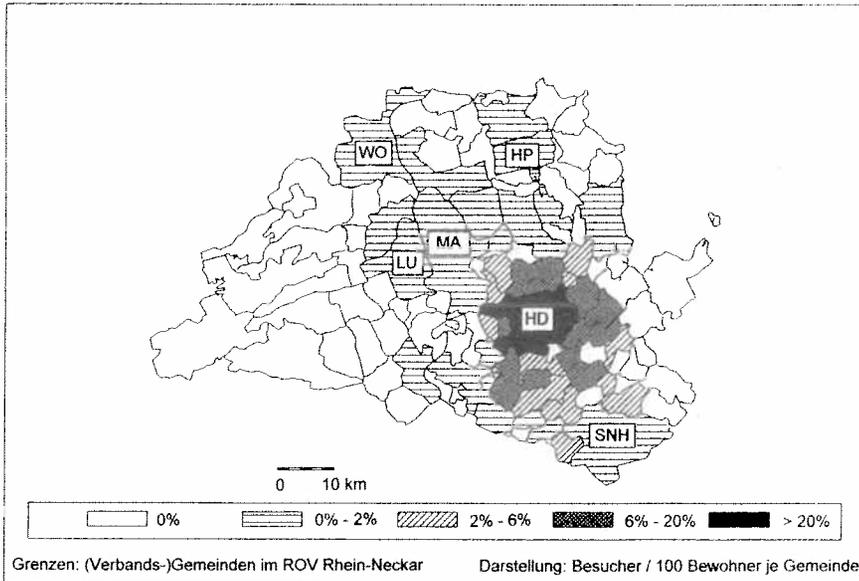
Abb. 2: Entfernung der Wohnorte der Kneipenbesucher

Weiterhin sind die einzelnen Strukturmerkmalen nicht unabhängig voneinander. Während die Altstädter und Touristen eher älter waren, lag bei den Umlandbesuchern das Alter eher niedriger als der Durchschnitt. Bei den unter 26-jährigen war das Verhältnis zwischen den Geschlechtern weitgehend ausgeglichen, bei den über 35-jährigen dominierten die Männer mit 70%; ebenso waren 70% der Touristen männlich. Die Studenten sind eher aus Heidelberg sowie die Schüler/Lehrlinge eher aus Heidelberg oder dem Umland in die Altstadt gekommen, während die hochqualifizierten Besucher tendenziell entweder unmittelbar aus der Altstadt oder aber aus der Ferne stammten.

#### 4.2 Einzugsbereich der Altstadt-kneipen

Die Wohnorte der Altstadt-kneipenbesucher weisen bezüglich der normierten Besuchshäufigkeit (Besucher / 100 Bewohner je Gemeinde) ein deutliches zentral-peripheres Gefälle auf; sie liegen insbesondere im östlichen und südöstlichen Rhein-Neckar-Raum, wobei Heidelberg erwartungsgemäß sehr stark dominiert (vgl. Abb. 3). Nach Westen sinkt die Besuchsintensität jenseits von Eppelheim, Ladenburg und Plankstadt sehr rasch ab, was auf die starke Konkurrenz der Kneipenszene von Mannheim zurückzuführen sein dürfte. Die linksrheinischen Gemeinden im Rhein-Neckar-Raum weisen insgesamt nur eine schwache Orientierung auf Heidelberg auf; dort dürfte zusätzlich die Konkurrenz der rheinland-pfälzischen Städte (Ludwigshafen, Speyer, Worms) wirksam werden. Dagegen weisen die suburbanen Gemeinden an der Bergstraße (Nußloch, Dossenheim, Schriesheim), im Odenwald (Schönau), im Neckartal (Neckargemünd, Neckarsteinach), im Elsenztal (Bammental, Mauer, Meckesheim) und in der Rheinebene (Sandhausen, Wall-dorf), die bis zu 20 km von der Altstadt entfernt liegen, relativ hohe Besuchsintensitäten

auf. Auffällig ist das völlige Besucherdefizit aus dem weiteren Osten (Hirschhorn, Eberbach, Schönbrunn), was auf die Konkurrenz des Mittelzentrums Eberbach hindeutet; eine ähnliche Situation ist im Süden Heidelbergs an Leimen und Wiesloch zu beobachten.



**Abb. 3:** Einzugsbereich der Heidelberger Altstadtkneipen (HD: Heidelberg, MA: Mannheim, LU: Ludwigshafen, WO: Worms, HP: Heppenheim, SNH: Sinsheim)

Am Freitagabend war der Gästeanteil aus dem Umland - insbesondere aus den 15-25 km entfernten Gemeinden im Osten und Süden - deutlich höher als am Mittwoch; die Reichweiten insgesamt haben sich zwischen den beiden Interviewtagen jedoch nicht entscheidend verändert. Differenziertere Aussagen über zeitliche Veränderungen der Besuchersintensitäten und -reichweiten sind wegen der geringen Fallzahlen für die Umlandbesucher (Mittwoch 89, Freitag 135) leider nicht möglich.

Im südlich angrenzenden Landkreis Karlsruhe wurden von den Kneipenbesuchern - abgesehen von Bruchsal - nur zwei Gemeinden als Wohnort genannt, die nahezu unmittelbar an den Rhein-Neckar-Kreis anschließen (Bad Schönborn, Phillipsburg), so daß sich der Einzugsbereich im Süden weitgehend mit der Grenze des Raumordnungsverbands Rhein-Neckar deckt. Dies gilt ebenfalls im Norden für Hessen (Landkreis Darmstadt-Dieburg) und für Rheinland-Pfalz (Landkreis Alzey-Worms), wo jenseits der Grenze des Raumordnungsverbandes keine Gemeinden genannt worden sind. Insgesamt stammen fast 90% der befragten Umlandbesucher aus Gemeinden des ROV Rhein-Neckar, die übrigen Personen

sind - abgesehen von den bereits genannten, südlich Heidelbergs gelegenen Orten - zum überwiegenden Teil aus den 50-60 km entfernten Städten Karlsruhe und Darmstadt gekommen.

#### 4.3 Besuchstage der Altstadtkneipen

Das Wochenende ist erwartungsgemäß der beliebteste Zeitpunkt für einen Besuch einer Altstadtkneipe. Über 50% (!) der interviewten Personen haben auf die Frage "An welchen Tagen besuchen Sie (in der Regel) eine Kneipe in der Altstadt?" den Freitag genannt, an zweiter Stelle rangiert mit 40% der Samstag. Am Sonntag, Montag oder Dienstag geht etwa jede fünfte der befragten Personen in eine Altstadtkneipe, am Mittwoch oder Donnerstag etwa jede vierte Person. Bei diesen Angaben ist allerdings zu berücksichtigen, daß die Interviews genau an den Tagen stattgefunden haben, an denen die Häufigkeiten lokale Maxima aufweisen (Mittwoch und Freitag); die Tendenz des Ausgehverhaltens dürfte davon jedoch unbeeinflusst sein. Jeder siebte Besucher gab an, grundsätzlich an unterschiedlichen Wochentagen in die Altstadt zu gehen, wobei Touristen in dieser Frage generell nicht berücksichtigt worden sind. Bemerkenswert ist die allgemein hohe Besuchsfrequenz der - nach dem Zufallsprinzip ausgewählten - Personen, die für die vorliegende Untersuchung in den verschiedenen Kneipen interviewt worden sind.

Zwischen dem (wochen-)zeitlichen Besuchsverhalten und - mit Ausnahme des Geschlechts - allen personenbezogenen Merkmalen besteht jeweils ein statistisch signifikanter Zusammenhang, der für den Wohnort am deutlichsten ausgeprägt ist. Grundsätzlich liegt die Wahrscheinlichkeit für einen Besuch in der Heidelberger Altstadt bei allen Subgruppen am Wochenende deutlich höher als unter der Woche, wobei sich der Sonntag bezüglich des Ausgehverhaltens jeweils kaum von den Tagen zwischen Montag und Donnerstag unterscheidet und innerhalb der Wochenendes der Freitag jeweils eindeutig die höheren Werte aufweist.

Bezüglich des Wohnorts weisen die Altstädter über die gesamte Woche jeweils den höchsten Wert auf, der unter der Woche zwischen 27% (Sonntag) und 38% (Mittwoch) liegt und am Freitag 52% erreicht. Für die Heidelberger ist der Unterschied innerhalb der Woche bereits stärker ausgeprägt: unter der Woche gehen zwischen 18% (Sonntag) und 27% (Donnerstag) in eine Altstadtkneipe, am Freitag 50%. Für die Umländer ist dieser Unterschied extrem ausgeprägt: unter der Woche kommen nur zwischen 7% (Montag) und 14% (Mittwoch) in die Altstadt, am Freitag jedoch 48% (Abb. 4).

Die Altersgruppen unterscheiden sich unter der Woche in ihrem Ausgehverhalten kaum, jedoch sind am Wochenende, insbesondere am Freitag, die unter 26-jährigen (50%) und die 26-35-jährigen (43%) viel häufiger in den Altstadtkneipen als die über 35-jährigen

(31%). Die Qualifikationsgruppen weisen bezüglich des Kneipenbesuchs ein weitgehend homogenes Verhalten auf, mit zwei Ausnahmen: die Studenten gehen unter der Woche vergleichsweise oft in die Altstadt, die hochqualifizierten Besucher kommen am Samstag nicht häufiger in die Altstadt als zwischen Sonntag und Donnerstag.

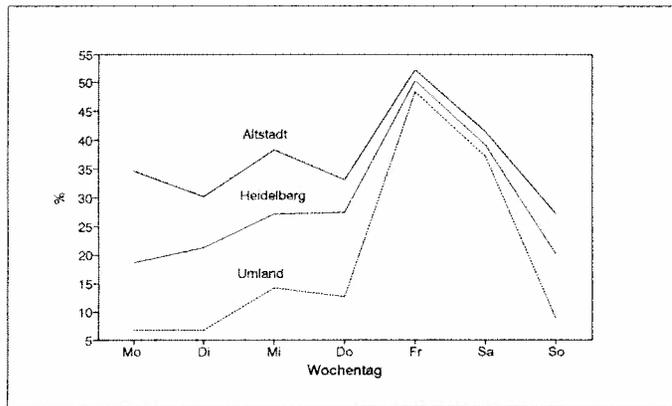


Abb. 4: Besuchstage der Altstadtkneipen nach Wohnort

#### 4.4 Verkehrsmittelwahl der Kneipenbesucher

Das Auto stellt für einen Besuch der Altstadtkneipen in Heidelberg eindeutig das wichtigste Verkehrsmittel dar und wurde von 44% der interviewten Personen benutzt, mit dem Taxi bzw. Motorrad sind je 1% gefahren. 31% sind zu Fuß in die Altstadt gekommen, 14% haben das Fahrrad benutzt, nur 9% den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV). Die Verkehrsmittelwahl ist von allen personenbezogenen Merkmalen statistisch signifikant abhängig, wobei die Stärke des Zusammenhangs erheblich variiert. Er ist gegenüber dem Wohnort mit einem korrigierten Kontingenzkoeffizienten von  $C_{\text{corr}}=0.71$  erwartungsgemäß sehr stark ausgeprägt, liegt gegenüber der Qualifikation mit  $C_{\text{corr}}=0.41$  und dem Alter mit  $C_{\text{corr}}=0.27$  auf einem mittleren Niveau, und zeigt gegenüber dem Geschlecht mit  $C_{\text{corr}}=0.14$  noch ein bemerkenswertes Ergebnis (vgl. Abb. 5).

Während die Altstädter mit 86% fast ausschließlich zu Fuß in die Kneipe gekommen sind, war bereits für die Heidelberger das Auto mit 42% vor dem Fahrrad mit 32% das dominierende Verkehrsmittel, zu Fuß kamen aus der Stadt immerhin noch 17%. Die Umländer benutzen für den Kneipenbesuch mit 86% weitgehend das Auto, der ÖPNV erreichte in dieser Wohnortsgruppe - wie auch bei den Heidelbergern - nicht einmal 10%. Die Touristen gingen entweder mit 48% zu Fuß oder kamen mit 38% per Auto, der ÖPNV wurde von 14% benutzt.

Während die unter 26-jährigen mit 52% relativ oft mit dem Auto in die Altstadt kamen, dafür jedoch mit 23% seltener zu Fuß gingen, zeigt sich bei den über 35-jährigen, die zu 44% aus Fußgängern und zu 43% Autofahrern bestehen, die entgegengesetzte Tendenz. Die Bereitschaft zum Radfahren ist insbesondere bei den 26-35-jährigen mit 20% stark ausgeprägt, wogegen die über 35-jährigen mit nur 5% dieses Verkehrsmittel kaum schätzen. Der Werte des ÖPNV weisen keine großen Unterschiede auf. Zu bemerken ist jedoch, daß der Zusammenhang zwischen Verkehrsmittel und Alter nur für die Heidelberger und Umländer gilt; für Touristen sind die genannten Tendenzen nicht feststellbar.

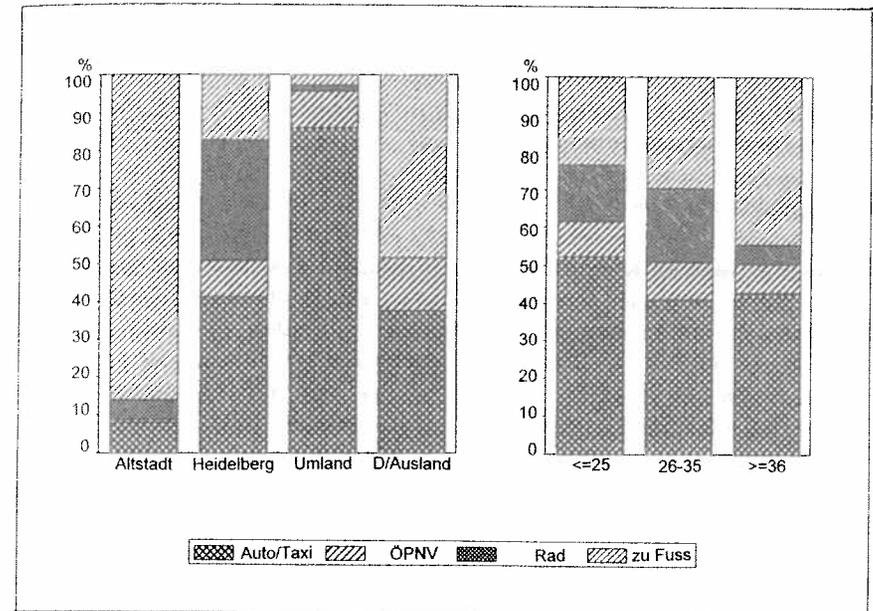


Abb. 5: Verkehrsmittelwahl der Kneipenbesucher nach Wohnort und Alter

Die Gäste mit niedrigem und mittlerem Qualifikationsniveau benutzten mit jeweils etwa 60% relativ häufig das Auto auf dem Weg zu den Heidelberger Altstadtkneipen, wogegen das Radfahren bei ihnen mit 0% bzw. 4% keinen Anklang findet. Die hochqualifizierten Besucher kamen mit 41% sehr oft zu Fuß; die Schüler benutzten mit 23% häufiger den ÖPNV und gingen mit 17% seltener zu Fuß in die Kneipe. Die Studenten kamen fast so häufig mit dem Fahrrad (29%) wie mit dem Auto (33%) in die Altstadt, wobei diese Verkehrsmittelwahl teilweise auf den Standort ihrer Wohnung zurückzuführen ist, der tendenziell eher in der Stadt als im Umland liegt, was die Bereitschaft zum Radfahren fördern dürfte. Ebenso ist die hohe Fußgängerquote unter den hochqualifizierten Besuchern teil-

weise durch ihren Wohnort (eher in der Altstadt) und ihr Alter (eher über 35 Jahre) zu erklären.

Die Frauen benutzten mit 6% den ÖPNV deutlich seltener als die Männer mit 11%, sind jedoch mit 17% (gegenüber 12%) häufiger mit dem Fahrrad zu den Altstadtkneipen gekommen und ebenso mit 48% (gegenüber 45%) etwas häufiger mit dem Auto abends in die Stadt gefahren. Interessanterweise unterscheidet sich die Fußgängerquote zwischen den Geschlechtern nur unwesentlich, wobei nicht zu entscheiden ist, welcher Einfluß auf diesen Tatbestand von einer - evt. männliche - Begleitung ausgeht; in den Interviews ist - um etwaige Mißverständnisse auszuschließen - nicht gefragt worden, ob eine Frau alleine oder mit einer anderen Person in die Altstadt gekommen ist.

## 4.5 Bewertung der Altstadtkneipen

### 4.5.1 Einschätzung in Noten

Die Besucher haben das Kneipenangebot in der Heidelberger Altstadt sehr unterschiedlich eingeschätzt, als sie um eine Bewertung in Form einer (Schul-)Note von "1" und "6" gebeten wurden. 12% der Interviewten haben die Note "1" vergeben, 47% die Note "2" und 25% die Note "3". Eine Note von "4" und schlechter ist von 15% genannt worden. Der Notendurchschnitt liegt bei 2.51, wobei sich bei einer nach Wohnort, Alter und Qualifikationsniveau getrennten Bestimmung erhebliche Differenzen ergeben.

Die größten Unterschiede im Notendurchschnitt weisen die einzelnen Wohnortsgruppen auf, und zwar wird die Bewertung tendenziell umso besser, je weiter ein Gast von der Altstadt entfernt wohnt. Während die durchschnittliche Note für die Touristen 2.04 und für die Umländer 2.29 beträgt, erreicht sie für die Heidelberger nur 2.73, für die Altstädter nur 2.78. Die Qualifikationsgruppen besitzen ebenfalls starke Unterschiede bezüglich der Bewertung des Kneipenangebots. Während das Notenmittel für die Besucher mit einer niedrigen Qualifikation bei 2.11 liegt, für die Besucher mit einer mittleren/hohen Qualifikation und für die Schüler jeweils bei 2.43, sind die Studenten mit 2.73 deutlich skeptischer eingestellt. Im Vergleich zu den Wohnorts- und Qualifikationsgruppen fallen die Differenzen zwischen den einzelnen Altersgruppen nicht so hoch aus. Während die über 35-jährigen im Durchschnitt die Altstadtkneipen mit 2.36 bewerten, die unter 26-jährigen mit 2.49, stellen die 26-35-jährigen mit 2.65 die kritischste Altersgruppe dar. Zwischen den Geschlechtern weicht die Einschätzung der Altstadtkneipen überhaupt nicht voneinander ab. Damit ist festzuhalten, daß die Heidelberger, die Studenten und die 26-35-jährigen das Kneipenangebot insgesamt am ungünstigsten bewerten, wobei sich die drei genannten Subgruppen teilweise überschneiden - womit sich die jeweiligen Zusammen-

hänge jedoch nur untergeordnet erklären lassen, d.h. Wohnort, Qualifikation und Alter wirken weitgehend unabhängig voneinander auf die Note.

### 4.5.2 Kritik am Kneipenangebot

Die Zufriedenheit mit dem Kneipenangebot in der Heidelberger Altstadt fällt - selbst bei einer Befragung der Besucher - geringer aus, als die hohe Besucherfrequenz vermuten ließe. Die Frage "Sind Sie mit dem Kneipenangebot in der Altstadt zufrieden?" wurde nur von 45% der Besucher mit "ja" beantwortet, jedoch von 52% mit "nein", 3% haben sich enthalten. Auf die Nachfrage, womit sie unzufrieden seien - mit der Möglichkeit, mehrere Kritikpunkte zu nennen -, gaben 21% (d.h. 160 von 772 Personen) den Wunsch nach Kneipen mit längeren Öffnungszeiten an. 25% bewerteten das Kneipenangebot als klein, wobei sich 11% mehr Tanzlokale, Discos und Live-Musik-Kneipen wünschten; die restlichen 14% kritisierten das Angebot nach Qualität und Quantität in vielfältiger Weise, z.B. seien die Kneipen "zu konventionell", "zu eng" und "zu ungemütlich", weiterhin gäbe es "zu wenig Biergärten" und "zu wenig Kulturkneipen". 8% der Interviewten bewerteten die Preise als "zu teuer" oder bezeichneten das Angebot als "zu touristisch"; 13% nannten sonstige Kritikpunkte mit einer sehr großen Bandbreite. Die unzufriedenen Gäste gaben im Durchschnitt 1.3 Kritikpunkte an.

Die Zufriedenheit eines Besuchers mit dem Kneipenangebot in der Heidelberger Altstadt ist - wie bereits die Bewertung in Noten - vom Wohnort ( $C_{\text{corr}}=0.39$ ), Qualifikationsniveau ( $C_{\text{corr}}=0.29$ ) und Alter ( $C_{\text{corr}}=0.29$ ) abhängig, obgleich der Zusammenhang in keinem Fall eine besondere Stärke erreicht. Weiterhin besteht sogar ein solcher Zusammenhang gegenüber dem Geschlecht ( $C_{\text{corr}}=0.11$ ), der zwar nur sehr schwach ausgeprägt ist, aber immer noch statistisch signifikant ausfällt.

Während nur etwa jeder dritte Altstädter und Heidelberger mit dem Kneipenangebot zufrieden ist, liegt diese Quote bei den Umländern bereits über 50%, bei den Touristen sogar über 75% (Abb. 6). Die Besucher mit niedrigen/mittleren Qualifikationsniveau sind zu etwa 60% zufrieden, die Studenten jedoch nur zu 33%, was den niedrigsten Wert darstellt, den eine bestimmte Subgruppe aus den 772 Interviewten erzielt hat. Die 26-35-jährigen sind mit 41% eher unzufrieden, umgekehrt die über 35-jährigen mit 58% eher zufrieden, wobei dieser Unterschied für die Gäste aus dem Umland und der Ferne nicht festzustellen ist. Frauen sind mit 42% deutlich unzufriedener als Männer mit 50%, wobei diese Disparität ebenfalls nur für Altstädter und Heidelberger besteht. Damit bleibt festzuhalten, daß die gruppenspezifische Zufriedenheit mit dem Kneipenangebot in der Altstadt zumeist stark mit der jeweiligen Bewertung in Noten korrespondiert.

Die Kritikpunkte, die in der Nachfrage von den Personen genannt wurden, die mit dem Kneipenangebot unzufrieden waren, sind nur vom Alter und Qualifikationsniveau (jeweils  $C_{corr}=0.27$ ) statistisch signifikant abhängig; gegenüber dem Wohnort und Geschlecht ist kein solcher Zusammenhang feststellbar, obwohl für den Wohnort in der entsprechenden Kreuztabelle gewisse Tendenzen erkennbar sind. Während die Ausländer vergleichsweise häufig mit den Öffnungszeiten (nur 21% Kritik) und den Musik-/Tanz-Kneipen (9%) einverstanden sind, ihnen jedoch tendenziell die Preise (21%) zu hoch erscheinen, wünschen sich die Umländer ein größeres Angebot an Musik-/Tanz-Kneipen (26%), die Preise werden von ihnen vergleichsweise häufig akzeptiert (8%). Die Altstädter und Heidelberger entsprechen in ihrer Kritik weitgehend dem "durchschnittlichen" Besucher.

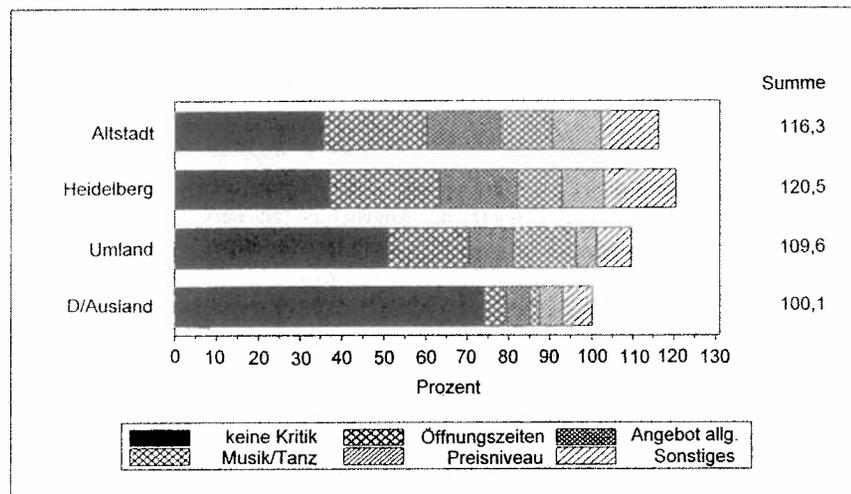


Abb. 6: Kritikpunkte am Kneipenangebot in der Heidelberger Altstadt nach Wohnort

Während die unter 25-jährigen oft die zu kurzen Öffnungszeiten (36% Kritik) und zu hohen Preise (16%) angaben, bei der unter "Sonstiges" zusammengefaßter Kritik jedoch vergleichsweise wenige Punkte (13%) genannt haben, waren die über 35-jährigen erwartungsgemäß mit den Öffnungszeiten (20%) und den Preisen (6%) stärker einverstanden; diese Altersgruppe wünschte sich mehr Musik-/Tanzkneipen (21%), wobei eine solche Kritik in erster Linie von Umländern und Touristen geäußert wurde; weiterhin nannten sie viele "sonstige" Punkte (33%) mit einer großen Bandbreite und geringen Häufigkeiten, was auf eine heterogene, stark individuell geprägte Struktur dieser Altersgruppe hinweist.

Ebenso waren die hochqualifizierten Besucher mit den Öffnungszeiten (nur 25% Kritik), dem Angebot (14%) und den Preisen (8%) vergleichsweise häufig einverstanden, während sie viele "sonstige" Kritikpunkte (33%) äußerten. Die Schüler gaben erwartungsgemäß das

Preisniveau in den Altstadtkneipen sehr oft als Kritikpunkt an (26%); die Besucher mit mittleren Qualifikationsniveau wünschten sich in erster Linie eine größere Anzahl von Musik-/Tanz-Kneipen (22%). Die Studenten unterscheiden sich zwar in der Kritikhäufigkeit deutlich von der anderen Qualifikationsgruppen (siehe oben), in ihren einzelnen Kritikpunkten sind sie jedoch sehr durchschnittlich.

## 5. PERSPEKTIVEN

Nach der Abschluß der empirischen Studien sind etliche Gespräche mit verschiedenen "Experten" der Kneipenszene in der Heidelberger Altstadt aus dem Stadtentwicklungsamt, dem Hotel- und Gaststättenverband und dem Gastgewerbe durchgeführt worden, um Anhaltspunkte für die zukünftige Entwicklung in der Altstadt sowohl auf der Nachfrage- wie auf der Angebotsseite zu erhalten.

### 5.1 Nachfrage nach Kneipen in der Altstadt

Die Anzahl der Kneipenbesucher, die sich als Touristen in der Altstadt aufhalten, dürfte sich ausweiten, wenn sich die Übernachtungsanzahl - wie im Tourismusleitbild angestrebt wird - durch eine längere Aufenthaltsdauer und/oder eine größere Gästeanzahl erhöht, was angesichts der wachsenden Bedeutung des Kongreß-/Wissenschaftstourismus durchaus realistisch erscheint; allerdings sind durch die zur Verfügung stehende Bettenanzahl im Sommer bislang Kapazitätsgrenzen gesetzt. Die Kneipenbesucher aus dem Umland dürften sich zahlenmäßig ebenfalls noch ausweiten, wenn sich die Entwicklung zu einer immer stärker (auto-)mobilen Jugend fortsetzt und keine allzu starke Konkurrenz durch alter-native Vergnügungsmöglichkeiten im (süd-)östlichen Umland entsteht. Die Anzahl der studentischen Kneipenbesucher dürfte ebenso ansteigen, falls sich die Universität, die gegenwärtig knapp 30.000 Studenten umfaßt, weiter ausweiten sollte.

Selbst wenn sich die drei zentralen Zielgruppen der Kneipenszene in der Heidelberger Altstadt in den nächsten Jahren durch die sozioökonomische und -kulturelle Entwicklung quantitativ nicht ausweiten sollten, ist zumindest davon auszugehen, daß sich die Besucherzahlen auf dem gegenwärtigen Niveau stabilisieren dürften, falls nicht die wirtschaftliche Rezession - insbesondere in Deutschland - zu einschneidenden Veränderungen im persönlichen wie im allgemeinen Bereich führte sollte. Grundsätzlich läßt es die ökonomische Entwicklung zu Beginn der neunziger Jahre fraglich erscheinen, ob sich der Trend zu einer immer längeren Freizeit langfristig fortsetzen wird. Jedoch kann weiterhin von einer Flexibilisierung der Arbeitszeiten ausgegangen werden, die tendenziell zu einer höheren Nachfrage nach abendlichen Vergnügungsmöglichkeiten unter der Woche führen dürfte.

## 5.2 Angebot an Kneipen in der Altstadt

Trotz etwa 145 Gaststätten in der Altstadt ist nach Aussagen der Experten die Nachfrage quantitativ deutlich höher als das Angebot. Eine Umwandlung von Ladenlokalen in Cafes/Kneipen wäre in der Regel finanziell zwar rentabel, wird durch den kaum zu erbringenden Stellplatznachweis jedoch weitgehend verhindert, um die Monostruktur in der Kernaltstadt nicht zu verstärken und die (Lärm-) Belastung für die Anwohner nicht weiter steigen zu lassen, wobei allerdings zu fragen ist, ob sich ein solches Ziel durch ein quantitatives Limit an Kneipen erreichen läßt. Wenn die Besucherfrequenz aus dem Umland und der Ferne weiter ansteigen sollte, könnten bei einer konstanten Kneipenanzahl die Heidelberger - ausgenommen die Altstädter - ihren Kneipenbesuch im gewissen Umfang in angrenzende Stadtteile verlagern, sofern dort das Angebot ausgeweitet wird, was z.B. in Handschuhsheim bereits zu beobachten ist.

Unter qualitativen Gesichtspunkten zeichnet sich die Kneipenlandschaft in der Altstadt durch eine hohe Konstanz und eine - im Vergleich zu anderen Großstädten - geringe Innovationsbereitschaft aus. Neue Gastronomietypen und Einrichtungsformen setzen sich nur langsam durch, die Zahl der Übernahmen ist seit Jahren sehr niedrig. In der Altstadt dominiert weiterhin die "gemütliche" Kneipe, weshalb die von vielen Interviewten geäußerte Kritik eines "zu kleinen Angebots" durchaus als zutreffend anzusehen ist. Ein weiterer, oft genannter Kritikpunkt bezüglich des Angebots ("zu wenig Plätze im Freien") ist mittlerweile entschärft worden, da alle Gaststätten in der Fußgängerzone auf der Straße einreihig Tische und Stühle aufstellen dürfen. Die Nachfrage nach Musikkneipen in der Altstadt, d.h. in erster Linie Discos, die insbesondere von Besucher aus dem Umland geäußert wird, ist höher als das gegenwärtige Angebot. Zwar ließe sich die Attraktivität der Altstadt durch solche Lokalitäten weiter steigern, die Umsetzung derartiger Pläne dürfte jedoch auf absehbare Zeit an baulichen, verkehrstechnischen und juristischen Gründen sowie den zu erwarteten Anwohnerprotesten scheitern. Der Wunsch nach längeren Öffnungszeiten ist inzwischen durch die Verlängerung der allgemeinen Sperrstunde von 24 h auf 1 h - zumindest ansatzweise - erfüllt worden, wobei dieses Thema aber - wie immer es entschieden wird - einen ständigen Konfliktbereich zwischen Altstadtbesuchern und -bewohnern darstellen wird.

## 6. ZUSAMMENFASSUNG

Ziel der geographischen Untersuchung über die "Kneipen" in der Heidelberger Altstadt war es, Informationen über die demographische Struktur, die Herkunft, das raumzeitliche Verhalten sowie die Bewertungen der Besucher zu erhalten. Hintergrund bildet das starke Wachstum von Freizeitaktivitäten und -einrichtungen, die als zentralörtliche Funktion für die Stadtentwicklung immer bedeutsamer werden. Die Heidelberger Altstadt weist eine

hohe Konzentration der verschiedenen Betriebe des Gaststättengewerbes auf und besitzt eine große Attraktivität sowohl für die Heidelberger selbst als auch für die Besucher aus der Nähe und Ferne, was allerdings auch zu Konflikten mit den Altstadtbewohner führt.

Für diese Studie sind in 16 Altstadtkneipen unterschiedlichen Charakters an zwei Abenden (Mittwoch, Freitag) im Juni 1991 insgesamt 772 Interviews von 19-24 h durchgeführt worden, und zwar durch Studenten in einem geographischen Geländepraktikum mit einer hohen Antwortbereitschaft seitens der Kneipenbesucher. Die empirische Ergebnisse der Untersuchung, die in Zusammenarbeit mit dem Stadtentwicklungamt in Heidelberg sowie dem Hotel- und Gaststättenverband Nordbaden durchgeführt worden ist, lassen sich in folgenden Punkten kurz zusammenfassen:

- die Besucher der Altstadtkneipen sind tendenziell jünger und höher qualifiziert als der Bevölkerungsdurchschnitt sowie eher männlich als weiblich; sie stammen etwa zu 60% aus Heidelberg, zu 25% aus dem Umland und - entgegen vielfacher Vermutungen - "nur" zu 15% aus entfernteren Regionen oder Ländern, vor allem den USA
- der Einzugsbereich besteht in erster Linie aus dem (süd-)östlicher Rhein-Neckar-Raum, wobei die Besuchsintensität generell ein zentral-peripheres Gefälle ausgehend von Heidelberg aufweist
- fast jeder zweite Kneipenbesucher ist mit dem Auto in die Altstadt gekommen, für das Umland liegt die Quote sogar weit über 80%; jeder dritte Student fährt mit dem Rad in die Altstadt
- der Besuch der Altstadtkneipen konzentriert sich auf das Wochenende, die Heidelberger und - stärker - die Umländer kommen tendenziell unter der Woche nur selten abends in die Altstadt
- die Bewertung der Altstadtkneipen - in Schulnoten - ist sehr unterschiedlich ausgefallen und liegt im Mittel "nur" bei 2,5, wobei die Studenten, die Altstädter und die 26-35-jährigen Besucher tendenziell negativer urteilen, die Touristen dagegen positiver
- das Kneipenangebot ist von über der Hälfte der Interviewten teilweise ausgeprägt kritisiert worden, insbesondere die Öffnungszeiten, die Preise sowie das Angebot haben zur Unzufriedenheit geführt.

Die Perspektiven der Kneipenszene in der Altstadt sind nur schwer abschätzbar. Die Nachfrage ist sehr stark von sozioökonomischer Entwicklung abhängig, wobei sie langfristig - insbesondere durch Touristen und Umländer - weiter ansteigen könnte; zumindest dürfte sie sich weitgehend auf dem gegenwärtigen Niveau halten. Das Angebot liegt - vor allem an (Sommer-)Wochenenden - deutlich unter der Nachfrage; eine quantitative Ausweitung erscheint wegen der bereits heute bestehenden Nutzungskonflikte in der Altstadt eher unwahrscheinlich, eine qualitative Verbesserung ist teilweise inzwischen schon realisiert (längere Öffnungszeiten, mehr Sitzplätze im Freien) oder zukünftig denkbar (größere Vielfalt an Kneipentypen), teilweise aber kaum realisierbar (mehr Discos, niedrigeres Preisniveau).

## 7. LITERATUR

- ACHEN, M. (1992): Interviews mit Gaststättenbesuchern in der Heidelberger Altstadt. Projektbericht. Geographisches Institut, Universität Heidelberg.
- HEIDELBERG (1990): Fremdenverkehrsleitbild Heidelberg 2000 - Entwurf. Heidelberg.
- KEMPER, F.J. (1975): Inner- und außerstädtische Naherholung am Beispiel der Bonner Bevölkerung. Ein Beitrag zur Geographie der Freizeit. Bonn (Arbeiten zur Rheinischen Landeskunde, 42).
- KERSTIENS-KOEBERLE, E. (1979): Freizeitverhalten im Wohnumfeld. Innerstädtische Fallstudien, Beispiel München. Münchner Studien zur Sozial- und Wirtschaftsgeographie, 19.
- LAUFNER, W. (1992): Die Gastronomie in Dortmund. Erste Ergebnisse einer empirischen Angebots- und Nachfrageanalyse. Projektbericht. Fachbereich Wirtschaft, FH Dortmund.
- MAIER, J. (1975): Die Stadt als Freizeitraum. Ansätze für eine Analyse innerstädtischer Freizeiteinrichtungen in München. In: Geographische Rundschau, 27, 7-17.
- MEUTER, H. / RÖCK, S. (1974): Wochenendfreizeit in besiedelten Räumen: Einige Daten zur Bedeutung von Landschaft als Freizeitraum. In: Informationen zur Raumentwicklung, 9.1974, 333-345.
- RUPPERT, K. (1975): Zur Stellung und Gliederung einer Allgemeinen Geographie des Freizeitverhaltens. In: Geographische Rundschau, 27, 1-6.
- RUPPERT, K. (1980): Grundtendenzen freizeitorientierter Raumstruktur. In: Geographische Rundschau, 32, 178-187.
- SCHNELL, P. (1979): Wohnen des Determinante des Freizeitverhaltens am Beispiel des Ruhrgebiets. In: SCHNELL, P. / WEBER, P. (Hrsg.): Agglomeration und Freizeitraum. Paderborn (Münstersche Geographische Arbeiten, 7), 61-71.
- Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (1987): Die Handels- und Gaststättenzählung 1985. Stuttgart (Statistik von Baden-Württemberg, Band 377).

## Regionale Kooperation als neues Instrument der kommunalen Wirtschaftsförderung am Beispiel des Rhein-Main-Gebiets

Jürgen Amberger (Offenbach)

Gliederung	Seite
1. Vorbemerkung	20
2. Ausgangslage des Rhein-Main-Gebiets als wirtschaftliche Metropolregion	21
2.1 Chancen des Rhein-Main-Gebiets im regionalen Vergleich	21
2.2 Räumliche Situation des Rhein-Main-Gebiets	23
3. Wirtschaftsförderung im Rhein-Main-Gebiet	28
3.1 Lokale Optimierung	28
3.2 Regionalpolitische Vorgaben	30
3.3 Organisationsform der regionalen Kooperation	31
4. Regionales Gewerbeflächenmanagement als Aufgabe der Wirtschaftsförderung	30
4.1 Regionale Gewerbeflächenbilanz	35
4.1.1 Gewerbe- und Mischbauflächen nach FNP	35
4.1.2 Gewerblich nutzbare Flächenpotentiale	36
5. Schlußfolgerung	39
6. Fazit	41