

FlexCity

BEDARFSERHEBUNG IN STADE

Ergebnisse und Handlungsempfehlungen



1. Projekthintergrund.....	2
2. Ergebnisse Bürger:innenumfrage	7
2.1 Ergebnisse zu Stade allgemein.....	10
2.2 Ergebnisse zum Ankerplatz	20
2.3 Vergleichende Darstellung.....	32
3. Ergebnisse Organisationsumfrage	52
4. Methodisches Vorgehen	62
5. Abbildungsverzeichnis.....	66

Forschungsbüro für Soziale Innovation (ROSI)

Fakultät für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

Von-Melle-Park 9 | Raum A 314a

20146 Hamburg

Tel.: 040 / 428 38 - 2406

Mail: rosi.wiso@uni-hamburg.de

www.wiso.uni-hamburg.de/rosi

Forschungsteam:

Felicitas Marchlowitz, M.A.

Jan Paul Greve

Thordis Ingwersen

Projektkoordination:

Felicitas Marchlowitz, M.A.



ROSI-Homepage: <https://www.wiso.uni-hamburg.de/rosi>

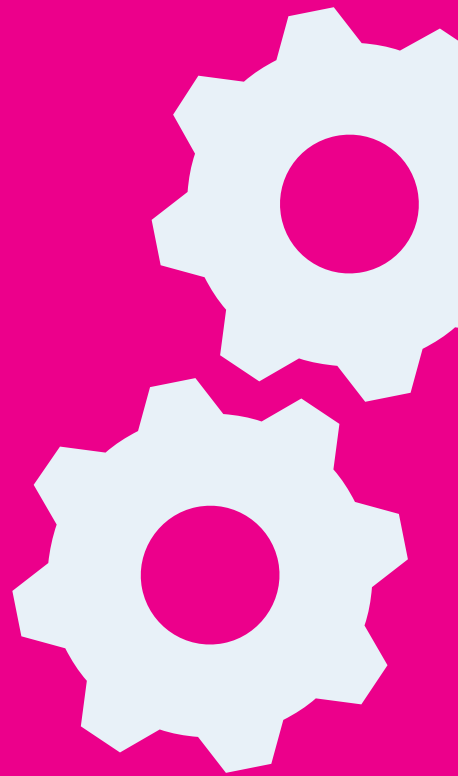
Hier finden Sie Informationen zu laufenden und abgeschlossenen ROSI-Projekten sowie zu Service und Leistungen des Forschungsbüros für Soziale Innovation.

Digitale Plattform für FlexCity: www.flex-city.de

Auf der digitalen Plattform finden Sie Informationen zum Aufbau und Betrieb urbaner Begegnungsorte („urbane Dörfer“), u. a. Bau- und Typenpläne für die modulare Struktur aus umgebauten Schiffscontainern, sowie alle Forschungsprodukte aus dem im Rahmen der Förderlinie DATIpilot des BMFTR geförderten Kooperationsprojekt FlexCity.

Projekthintergrund

1



FlexCity - Projekthintergrund



Kooperation (FlexCity)



Ziel: Aufbau eines innovativen Begegnungsortes in Stade (Marktplatz der Zukunft)

Ziel: Reaktivierung von (Markt-)Plätzen als gesellschaftliche Begegnungs- und Aushandlungsorte



FORSCHUNGSBÜRO FÜR SOZIALE INNOVATION (ROSI)

Ziel: Forschung in gesellschaftlicher Verantwortung (Forschungsk Kooperationen zur Bewältigung realer Herausforderungen)

Beitrag: Aufbau digitaler Plattform zur Übertragung der Idee auf andere Orte (inkl. Baukastensystem, Typenpläne, Tutorials)

Beitrag: Praxisorientierte Begleitforschung und Wissensproduktion für zukünftige Projekte (an anderen Orten)

Ankerplatzmission: Reaktivierung von (Markt-)Plätzen als gesellschaftlicher Begegnungs- und Aushandlungsort. **Umsetzung:** Aufbau einer digitalen Plattform, auf der andere Orte sich ihren eigenen Platz gestalten können und auf alles notwendige Wissen zugreifen können.

Beitrag FlexCity: Aufbau einer digitalen Plattform zur Übertragung der Ankerplatzidee auf andere Standorte (digitales Baukastensystem, Typen- und Baupläne, Erläuterungen, Tutorials).

ROSI-Mission: Das Forschungsbüro für Soziale Innovation (ROSI) versteht sich als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Gesellschaft: Es ermöglicht und vermittelt Kooperationsprojekte, in denen sich Akteure aus Gesellschaft, Politik und Wirtschaft gemeinsam mit unabhängigen Forschenden und Studierenden der Bewältigung realer und relevanter Fragestellungen widmen – koordiniert, organisiert und fachlich begleitet vom ROSI. **Umsetzung:** Sozialwissenschaftliche Forschung in Kooperation mit gesellschaftlichen Praxispartner:innen.

Beitrag FlexCity: Wissensproduktion für den Ankerplatz Stade sowie für neu entstehende ähnliche Projekte auf Basis von (Begleit-)Forschung, Beobachtungen und ko-kreativer Reflexion (Gelingensbedingungen (Handlungsempfehlungen), Bedarfsanalysen, Leitfaden zur Finanzierung und Organisation).

Förderung der Kooperation: Förderlinie DATI-pilot Sprint des Bundesministeriums für Forschung, Technologie und Raumfahrt (BFTR) im Kooperationszeitraum 01.07.2024 - 31.12.2025 .

FlexCity - Projekthintergrund



Die Forschung im Rahmen von „FlexCity“ teilt sich in **drei** Bestandteile auf: **(1)** Identifikation von Gelingensbedingungen, **(2)** Bedarfsanalysen und **(3)** Handlungsempfehlungen für ein Finanzierungs- und Organisationsmodell.

- Die entstandene Forschung zu **Gelingensbedingungen** benennt Hemmnisse und Good Practices bzgl. des Aufbaus und Betriebs (z. B. Prozesse, Community-Building) eines urbanen Gemeinschaftsortes auf Basis von Interviews, Beobachtungen und ko-kreativer Projektreflexion mit Beteiligten und Stakeholdern. Die Ergebnisse wurden praxisorientiert als Handlungsempfehlungen aufbereitet, um den Aufbau ähnlicher Projekte an anderen Standorten zu unterstützen.
- Der Leitfaden für ein Finanzierungs- und Organisationsmodell stellt das entwickelte Geschäftsmodell für den Ankerplatz inklusive konkreter Handlungsschritte für die Jahre 2025 und 2026 vor. Er zeigt zudem, wie sich das Modell an anderen Standorten umsetzen lässt, ergänzt um realistische Szenarien, Zeithorizonte und begleitende Maßnahmen. Er richtet sich sowohl an aktive Mitglieder und Verantwortliche des Ankerplatzes als auch an externe Akteur:innen: Kommunen, Initiativen und Projekte mit ähnlichen Anliegen. Neben diesen Hauptteilen bietet der Leitfaden kurze Einblicke in Querschnittsthemen, wie die Wahl der Rechtsform, Kommunikation, interne Prozesse und Community-Management. Dabei liegt der Fokus stets auf der praktischen Umsetzbarkeit und den spezifischen Herausforderungen des Ankerplatzes mit dem Ziel, auch anderen Akteur:innen Impulse und Orientierung zu bieten.
- Alle Forschungsergebnisse sind über die ROSI-Homepage abrufbar ([Forschungsergebnisse : Forschungsbüro für soziale Innovation : Universität Hamburg](#))

FlexCity – Umsetzung der Bedarfsumfragen in Stade

1. Umfrage – Stader Bürger:innen

Forschungsfrage: Welche Bedarfe und Wünsche haben interessierte Akteur:innen in und um Stade in Bezug auf den Ankerplatz?

Zielgruppe: Bürger:innen, die den Ankerplatz nutzen oder die sich eine Nutzung vorstellen können (ab 14 Jahren)

2. Umfrage – Stader Organisationen und Selbstständige

Forschungsfrage: Welche Bedarfe haben Organisationen, Netzwerke und Selbstständige in und um Stade in Bezug auf eine Kooperation mit dem Ankerplatz? Wie werden bisherige Kooperationen bewertet?

Zielgruppe: Akteur:innen in und um Stade (ausgenommen Privatpersonen)

Die Bedarfsermittlung teilt sich in zwei separate Umfragen auf, die jeweils unterschiedliche Zielgruppen adressieren: (1) Stader Bürger:innen und (2) Stader Organisationen (u.a. Schulen, Unternehmen, Vereine), Netzwerke (u.a. Freiwilligennetzwerke) und Selbstständige. Die Bedarfsermittlungen wurden durchgeführt, um zu ermitteln, wie die durch das Ankerplatz-Projekt adressierten Akteure auf das Konzept, Rahmenbedingungen und konkrete Inhalte blicken und um Bedürfnisse, Wünsche und Kritik systematisch aufzunehmen.

Zielgruppe waren insbesondere Nutzer:innen, die grundsätzlich am Ankerplatz interessiert sind, um deren Bedarf zu ermitteln. Es handelte sich – auch aufgrund der Anfangsphase der Angebote zum Zeitpunkt der Befragung – nicht um ein Stimmungsbild oder die allgemeine Bewertung des Ankerplatzes.

Zentrale Erkenntnisse



Anhand der Bürger:innenumfrage (mit rund 300 Personen) lässt sich bei der überwiegenden Mehrheit der Befragten ein Nutzungsbedarf feststellen.

Insbesondere die (geplanten Container-)Angebote für Events, Gastronomie, eine Werkstatt und Spielflächen für Kinder treffen bei den Befragten auf priorisiertes Interesse. Zielgruppen- und interessen-spezifische Angebote (z.B. Jugend- oder Kochcontainer, Urban Gardening) generieren ebenfalls Interesse, insgesamt etwas geringer. Keines der geplanten Angebote wird komplett abgelehnt bzw. keines der Angebote wurde in der priorisierten Interessenabfrage (5 Auswahlmöglichkeiten) nicht gewählt.

Wichtige Faktoren, die als Besuchsmotivation für der Ankerplatz oder Voraussetzungen der Nutzung der Angebote zusammengefasst werden können, sind im Bereich persönlicher und sozialer Möglichkeiten angesiedelt: „Freund:innen treffen“, „Spaß haben“ und „Neues auszuprobieren“.

Bezüglich der Angebotsgestaltung gaben Befragte besonders häufig an kostenlose, aber auch günstige Angebote nutzen zu wollen, Kinder sinnvoll zu beschäftigen und Angebote flexibel und unverbindlich nutzen zu können sowie keine Anmeldung zu benötigen.

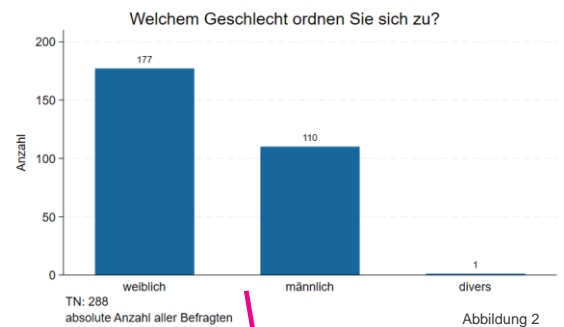
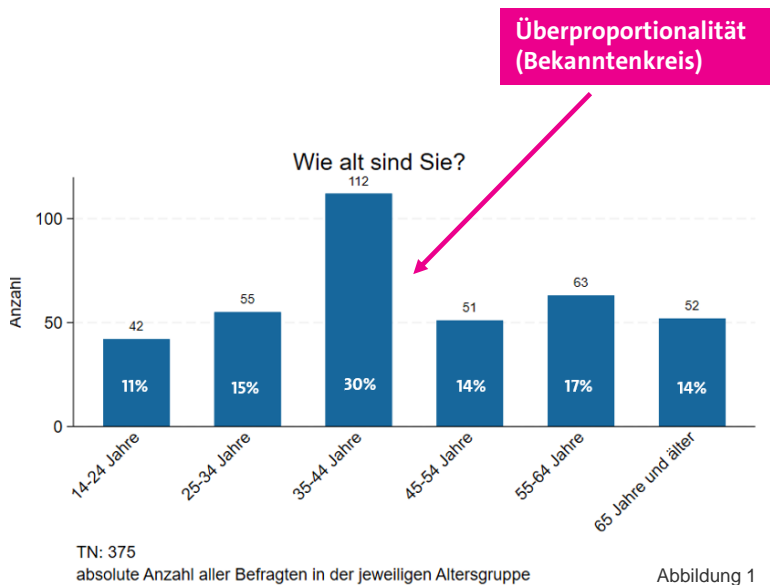
2

Ergebnisse

Bürger:innenumfrage



Ergebnisse – Alter und Geschlecht



Alter: Drei verschiedene Altersgruppen junger Menschen (14-16, 18-21, 22-24 Jahre) wurden in der Umfrage abgefragt, sind in der folgenden Auswertung aber zusammengefasst, da der Anteil zur Analyse zu gering ist und mit den anderen Gruppen nicht vergleichbar wäre.

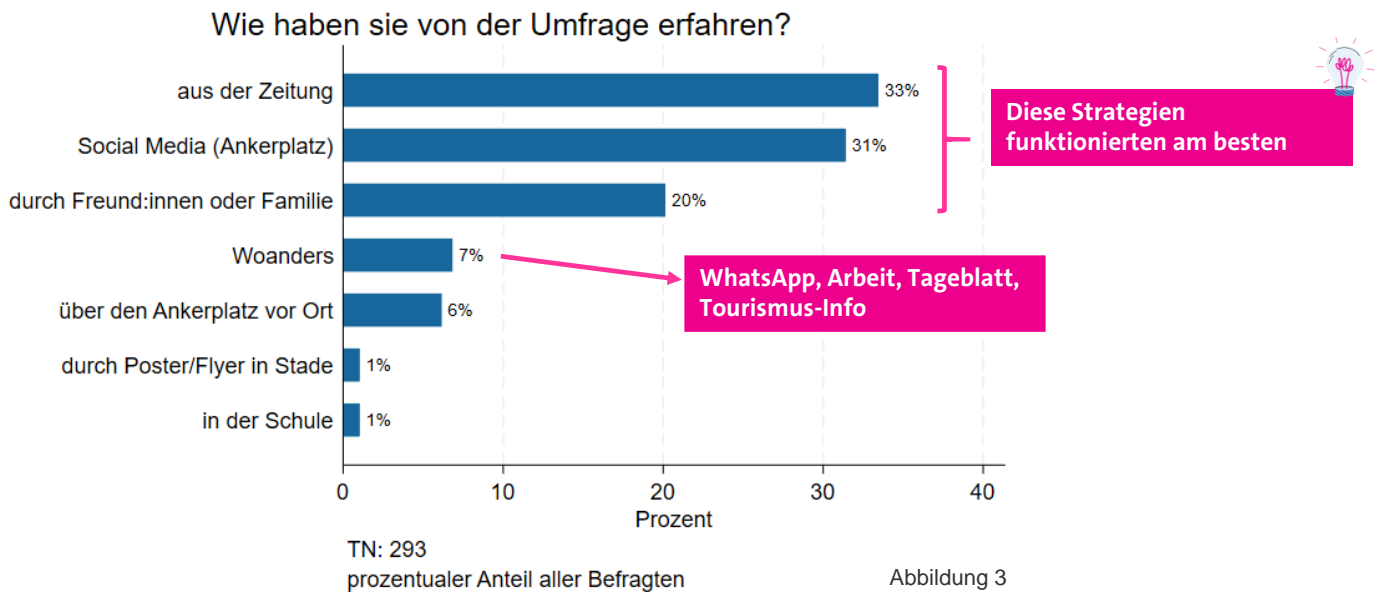
- Wir sehen in Abbildung 1, dass junge Menschen unter 25 Jahren die kleinste Befragtengruppe bilden (11%) und die Gruppe der Befragten zwischen 35 und 44 Jahren am stärksten vertreten ist (30%).
- Mit Ausnahme der Gruppe der 35-44-Jährigen entspricht die Altersverteilung annähernd der Verteilung in Stade. Als Grund für die Überproportionalität dieser Altersgruppe erscheint das Convenience Sampling der Befragten im Bekanntenkreis des Ankerplatzteams plausibel.
- Hinweis: Die Werte addieren sich zu 101%, weil bei der Berechnung Nachkommastellen gerundet wurden.

Geschlecht:

- Die Abbildung 2 zeigt die Geschlechterverteilung der Stichprobe. 61,5% der Befragten gaben „weiblich“ an, 38,2% gaben „männlich“ an. Eine Befragte Person gab „divers“ an, was 0,3% entspricht. 10 Befragte wählten die Option „keine Angabe“ aus.
- Im Vergleich mit Stade enthält die Stichprobe überproportional viele weibliche Befragte.

Hinweis: Teilweise unterscheiden sich die Angaben von Männern und Frauen, der Fokus lag aber auf dem Vergleich der Altersgruppen. Vergleiche zum Geschlecht werden hier nicht präsentiert.

Ergebnisse – Umfragezugang



Dieses Balkendiagramm (Abb. 3) zeigt, wie die Befragten von der Umfrage erfahren haben. Folgende Strategien haben besonders gut funktioniert, um Teilnehmende zu erreichen: Die meisten Befragten gaben an, aus der Zeitung (33%), über Social Media (31%) oder durch Freund:innen und Familie (20%) von der Umfrage erfahren zu haben.

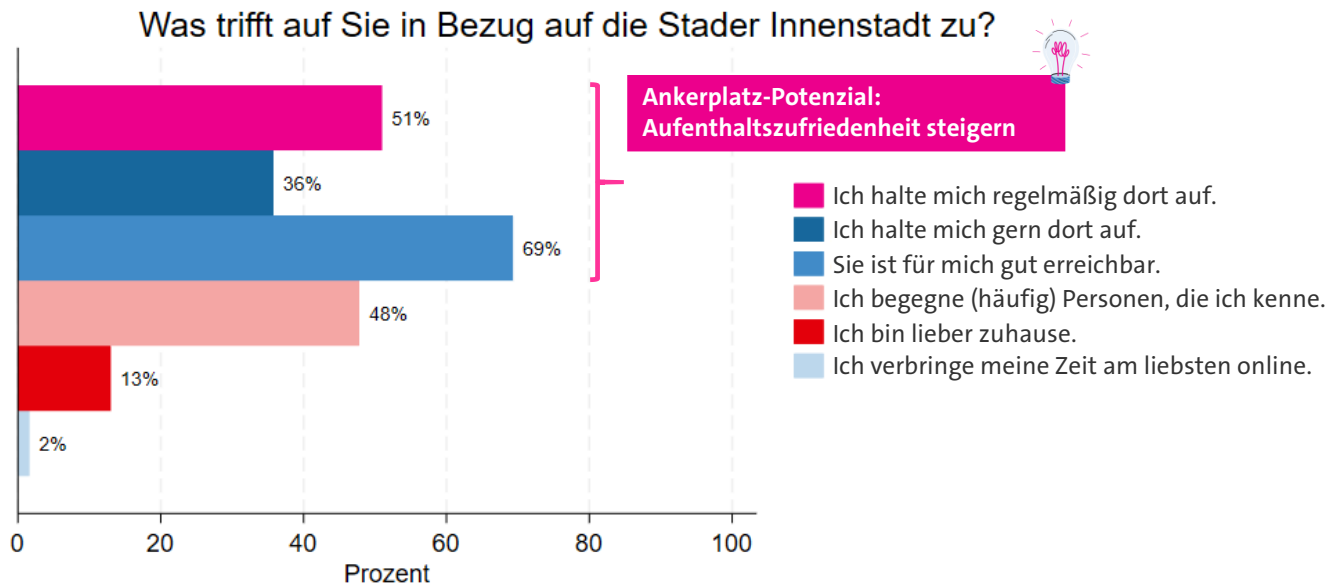
Vergleichsweise wenige Befragten gaben an, direkt auf dem Ankerplatz (6%), durch Poster oder Flyer in der Stadt (1%) oder in der Schule (1%) von der Umfrage erfahren zu haben.

7% der Befragten gaben an, „Woanders“ von der Umfrage erfahren zu haben. In der offenen Beschreibung wurden zusammengefasst Social Media (8 Angaben), Arbeit (5), Tageblatt (4) und Tourismus-Info (3) genannt.

Ergebnisse zu Stade allgemein

2.1.

Ergebnisse – Angaben zu Stade allgemein



TN: 316

prozentualer Anteil aller Befragten, auf die die jeweilige Aussage zutrifft (Mehrfachauswahl möglich)

Abbildung 4

Die obere Grafik zeigt die Zustimmungangaben zu einer Auswahl an Aussagen über die Stader Innenstadt bzw. alternative Präferenzen. Es war eine Mehrfachantwort möglich.

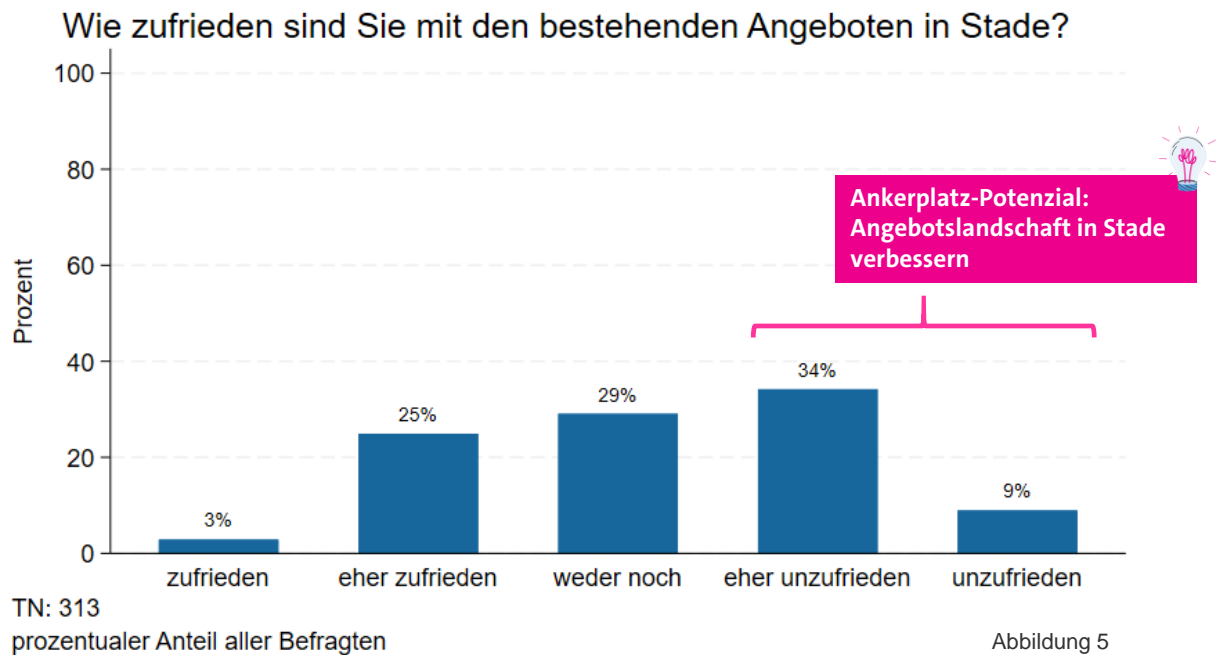
Wir sehen: Während viele Befragte angaben, dass die Innenstadt von Stade für sie gut erreichbar ist (69%), gaben nur 36% der Befragten an, dass sie sich gern dort aufhalten und nur 51% der Befragten, dass sie sich regelmäßig dort aufhalten.

48% der Befragten gaben an, (häufig) Bekannten in der Innenstadt zu begegnen.

Im Kontrast dazu gaben 13% der Befragten an, sich lieber zuhause aufzuhalten und 2% der Befragten, dass sie ihre Zeit am liebsten online verbringen.

Aus der Diskrepanz zwischen Erreichbarkeit und Aufenthaltszufriedenheit lässt sich ableiten, dass es ein Potenzial gibt, dass mehr Menschen die Stader Innenstadt nutzen könnten. Der Ankerplatz könnte dazu beitragen, die Aufenthaltszufriedenheit zu steigern.

Ergebnisse – Angaben zu Stade allgemein

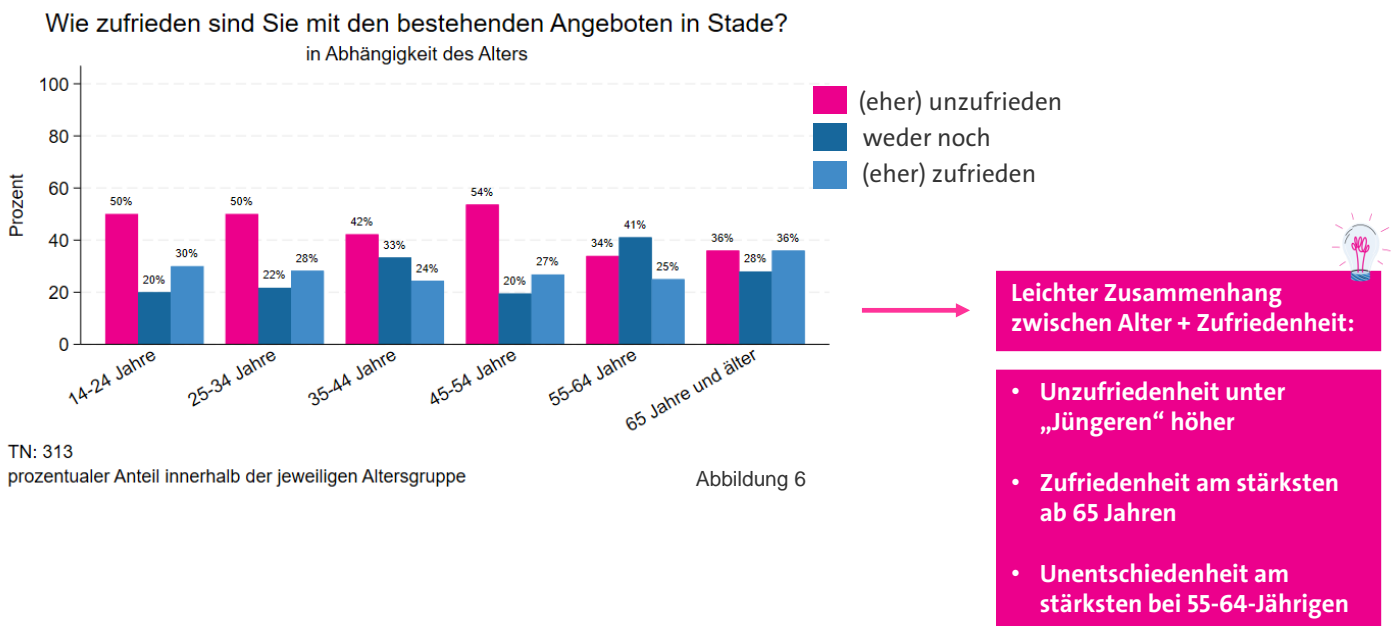


In diesem Diagramm sind die Angaben der Befragten zu ihrer Zufriedenheit mit den bestehenden Angeboten in Stade dargestellt.

Wir sehen: Der größte Teil der Befragten (43%) ist insgesamt entweder eher unzufrieden (34%) oder unzufrieden (9%). Insgesamt sind 28% der Befragten (eher) zufrieden mit den bestehenden Angeboten in Stade. Außerdem sind 29% der Befragten weder zufrieden noch unzufrieden.

Es gibt Potenzial bei der Gestaltung der bestehenden Angebote in Stade. Für den Ankerplatz gibt es die Möglichkeit, die Angebotslandschaft zu ergänzen und ggf. Lücken füllen, um die Zufriedenheit mit den Angeboten in Stade zu steigern.

Ergebnisse – Angaben zu Stade allgemein



In der Grafik ist die Angabe der Befragten zur Zufriedenheit mit den bestehenden Angeboten in Stade in Abhängigkeit der Altersgruppe abgebildet.

Befragte zwischen 14-54 Jahren gaben eher an, mit dem bestehenden Angebot in Stade (eher) unzufrieden zu sein (zwischen 42% und 50%). In diesen Altersgruppen gaben zwischen 24% und 30% der Befragten an, mit dem Angebot (eher) zufrieden zu sein.

Unter den Befragten zwischen 55 – 64 Jahren nimmt der Anteil der Angaben zur Unzufriedenheit (im Vergleich zu jüngeren Befragten) ab (34%), die meisten gaben hier „weder noch“ an (41%). Zu bemerken ist, dass die angegebene Zufriedenheit im Altersvergleich jedoch auch nicht zu nimmt (25%).

Bei Befragten, die 65 Jahre oder älter sind, ist der Anteil derjenigen, die angeben (eher) zufrieden zu sein, (im Altersvergleich) am größten (36%).

Statistische Zusammenhangsmaße:

Goodman und Kruskals Gamma (Zusammenhangsmaß für zwei ordinal skalierte Variablen, zwischen -1 und 1): 0,09

→ **Zusammenhang** zwischen Alter und Zufriedenheit mit den Angeboten ist leicht vorhanden

"Hier können Sie Ihre Angabe zur **Zufriedenheit** ausführen."

- Kritik an bestehendem Angebot (insgesamt 32x)
- **Angebotswünsche** (insgesamt 22x)
- **Lob bestehender Angebote** (insgesamt 19x)
- **Kritik an Politik und Verwaltung** (insgesamt 8x)

Der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Angebot in Stade konnten die Teilnehmenden anschließend eine offene Erklärung (Freitextfeld) unter der oben genannten Aufforderung hinzufügen.

Die offenen Angaben der Befragten wurden zu folgenden Themenkomplexen zusammengefasst:

Unter einer Kritik an dem bestehenden Angebot (insgesamt 32 Angaben) wurden folgende Aspekte genannt:

Zu wenig Angebote für Kinder & Jugendliche (7), zu wenig Angebotsvielfalt (6), Angebote schlecht erreichbar (5) und insgesamt zu wenig Angebote (5).

Unter das Thema Angebotswünsche (insgesamt 22 Angaben) fielen konkreter Events, Kneipen & Tanzbars (7), schöne Verweilmöglichkeiten (4) und mehr Begegnungsorte (3).

Als Lob bestehender Angebote (insgesamt 19 Angaben) gaben Befragte an, das Angebot sei auf einem guten Weg (5), es sei Angebotsvielfalt vorhanden (5) sowie gute kulturelle Angebote (3).

Angaben zu Kritik an Politik oder Verwaltung (8) nannten genauer eine unflexible Verwaltung (5), Innenstadtsterben und anonyme Ketten (2) sowie Sicherheitsgefühl (2) als Gründe.

Aus diesen Begründungen lassen sich bereits Verbesserungsmöglichkeiten, wie Eigenschaften der gewünschten Angebote (Vielfalt, Erreichbarkeit, Zielgruppe Kinder und Jugendliche) oder explizite Angebotswünsche (s.o.).

"Welche Angebote **fehlen** Ihnen in Stade?"

- Räume, Plätze, Wege (insgesamt 123x)
- **Angebote für Kinder/Jugendliche/Alte Menschen** (insgesamt 100x)
- **Kulturangebote** (insgesamt 116x)
- **Abend- und Nachtleben** (insgesamt 64x)
- **Kreative Angebote** (insgesamt 32x)
- **Straßencafés/Cafés/Gastro** (insgesamt 23x)
- **Bezahlbare/nichtkommerzielle Angebote** (insgesamt 23x)
- **Sportangebot** (insgesamt 23x)

Im oberen Kasten wird aufgeführt, was Befragte zur Frage „Was fehlt in Stade?“ angegeben haben. Die große Anzahl und Vielfalt der offenen Angaben der Befragten wurden zu diesen Aspekten kategorisiert.

An den Angaben zeigt sich, dass das Ankerplatz-Konzept auf einen vorhandenen Bedarf reagiert, da sich hier viele der konkreten Wünsche aufgrund des flexiblen, themenoffenen Plattformgedanken realisieren lassen, die in Stade bisher fehlen oder zu wenig abgedeckt werden.

Ergebnisse – Eingebundenheit in Gruppen

(Regelmäßige) Teilnahme an Gruppentreffen

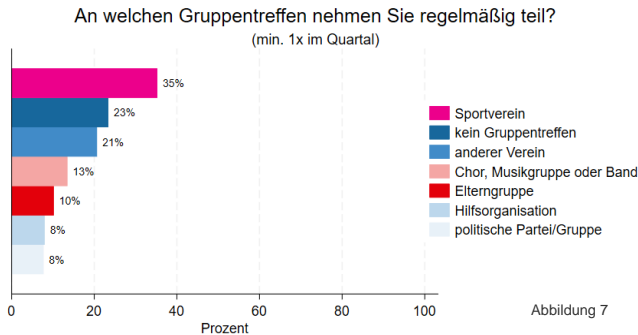


Abbildung 7
TN: 363
prozentualer Anteil aller Befragten, die die jeweilige Kategorie wählten (Mehrfachauswahl möglich)

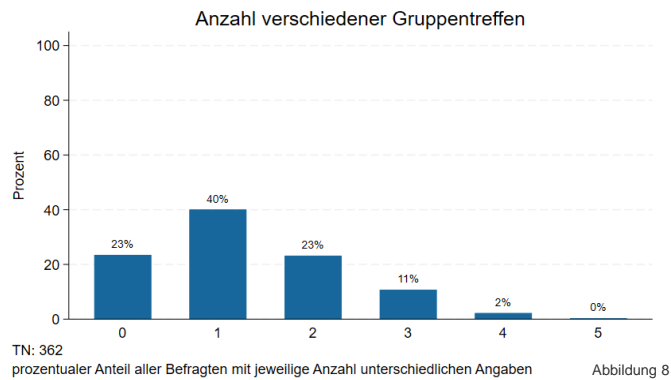


Abbildung 8
TN: 362
prozentualer Anteil aller Befragten mit jeweilige Anzahl unterschiedlichen Angaben

Am häufigsten:

- Vereinstreffen
- keine Gruppentreffen

Am häufigsten:

- ein regelmäßiges Treffen

Auf dieser Seite sind die Ergebnisse zur Teilnahme der Befragten an Gruppentreffen zusammengefasst.

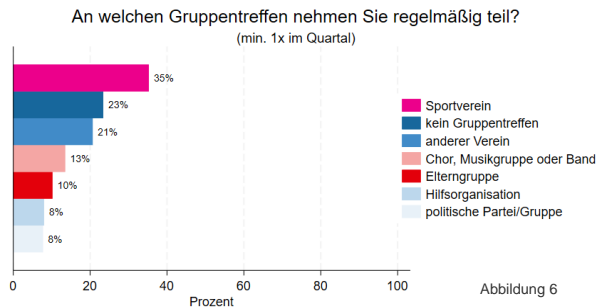
Die linke Grafik zeigt an welchen Gruppentreffen die Befragten regelmäßig (mindestens einmal im Quartal) teilnehmen. Es waren Mehrfachantworten möglich. Dargestellt ist eine Auswahl der Antwortkategorien, die am häufigsten ausgewählt wurden.

Die Befragten gaben am häufigsten an, regelmäßig an Treffen im Rahmen eines Sportvereins (35%), gar keinen Gruppentreffen (23%) oder Angeboten wie Chor, Musikgruppe oder Band (21%) teilzunehmen. 10% der Befragten geben an, sich regelmäßig innerhalb anderer Vereine (also nicht im Sportverein) zu treffen und fünf Prozent geben an, an Gruppentreffen innerhalb von Hilfsorganisationen teilzunehmen.

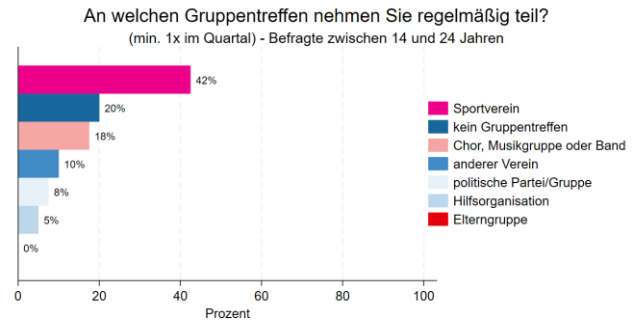
Die rechte Grafik zeigt, dass die meisten Befragten angaben, an einem Gruppentreffen regelmäßig teilzunehmen (40%). Jeweils knapp über zwanzig Prozent nehmen entweder an zwei oder an keinem Gruppentreffen teil. Immerhin 11% der Befragten nehmen regelmäßig an drei Treffen, zwei Prozent sogar an vier Treffen teil.

Ergebnisse – Eingebundenheit in Gruppen

Vergleich der Gesamtheit mit jungen Menschen



TN: 363
prozentualer Anteil aller Befragten, die die jeweilige Kategorie wählten (Mehrfachauswahl möglich)



TN: 40
prozentualer Anteil aller Befragten, die die jeweilige Kategorie wählten (Mehrfachauswahl möglich)

Am häufigsten:

- Vereinstreffen
- keine Gruppentreffen

Junge Menschen im Vergleich zur Gesamtheit:

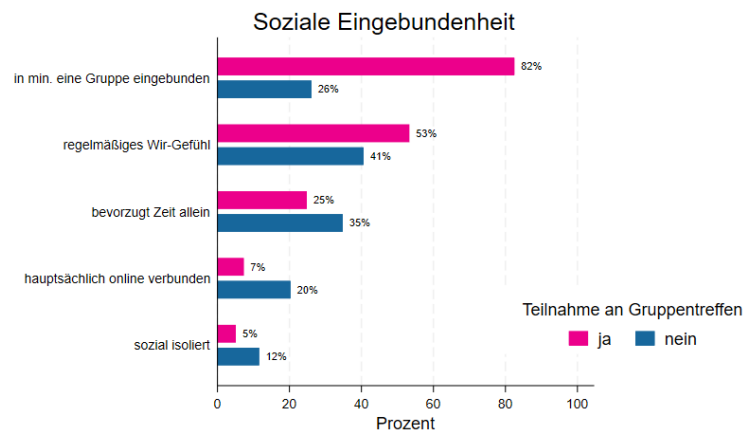
- Häufiger sind Sportvereine, Musikgruppen
- Seltener sind keine Treffen, andere Vereine, Hilfsorganisationen und Elterngruppen

Diese Gegenüberstellung ermöglicht den Vergleich zwischen den Angaben der Gesamtheit der Befragten (linke Grafik, s. auch vorherige Seite) mit den Angaben junger Menschen (rechte Grafik) in Bezug auf regelmäßige Gruppentreffen. Dargestellt ist der prozentuale Anteil aller Befragten, die die jeweilige Kategorie wählten (Mehrfachauswahl möglich).

Die rechte Grafik zeigt, dass junge Befragte im Vergleich zur Gesamtheit häufiger in Gruppen innerhalb von Sportvereinen (42% im Vergleich zu 35%) oder Musikgruppen (15% im Vergleich zu 13%) involviert sind. Gleichzeitig gaben sie weniger häufig an, an keinen Gruppentreffen teilzunehmen (20% im Vergleich zu 23%), ebenfalls gaben sie an, weniger häufig an Gruppentreffen von Hilfsorganisationen (5% zu 8%) teilzunehmen. Keine der Befragten zwischen 14 – 24 Jahren gab an, regelmäßig an einer Elterngruppe teilzunehmen.

Ergebnisse – Eingebundenheit in Gruppen

Gefühlte Eingebundenheit



prozentualer Anteil aller Befragten, auf die die jeweilige Aussage zutrifft (Mehrfachauswahl möglich)

Abbildung 10

Befragte, die regelmäßig an Gruppentreffen teilnehmen (77%):

- Erleben eher ein „Wir-Gefühl“
- Fühlen sich weniger isoliert

Aber: Regelmäßiges „Wir-Gefühl“ in beiden Gruppen nicht über 53%

Ankerplatz-Potenzial: Räume für Begegnung, Einbindung und Verbundenheit fördern

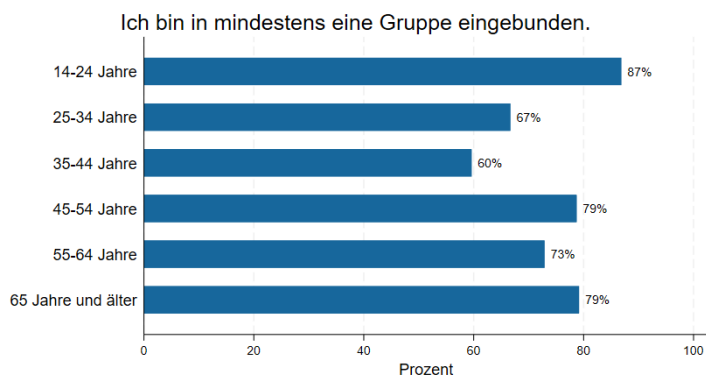


Die Grafik zeigt Antworten auf die Frage „Welche Aussage trifft auf sie zu?“. Abgebildet ist jeweils der prozentuale Anteil aller Befragten, auf die die jeweilige Aussage zutrifft. Mehrfachauswahl war möglich. Die Auswahlgruppe zeigt den Vergleich zwischen Befragten, die regelmäßig an Gruppentreffen teilnehmen (77% der Befragten – rosa visualisiert) und Befragten, die an keinen Gruppentreffen teilnehmen (23% der Befragten – blau visualisiert). Von den **Befragten, die an keinem Gruppentreffen teilnehmen** (blau) sind 26% in mindestens eine Gruppe eingebunden. 41% gaben an, ein regelmäßiges „Wir-Gefühl“ zu empfinden. 35% der Befragten gaben an bevorzugt ihre Zeit allein zu verbringen. Hauptsächlich online verbunden zu sein traf auf 20% und sozial isoliert zu sein auf 12% der Befragten innerhalb der Auswahlgruppe zu.

Von den **Befragten, die an einem Gruppentreffen teilnehmen** (rosa visualisiert) gaben 82% an, in mindestens eine Gruppe eingebunden zu sein. Ein regelmäßiges Wir-Gefühl zu empfinden, gaben 53% der Befragten in dieser Auswahlgruppe an, während 25% der Befragten angab bevorzugt Zeit allein zu verbringen. Hauptsächlich online verbunden zu sein traf auf 7%, sozial isoliert zu sein auf 5% der Befragten in der Auswahlgruppe zu.

Vergleichend wird deutlich, dass Befragte, die regelmäßig an Gruppentreffen teilnehmen sich deutlich häufiger in mindestens eine Gruppe eingebunden fühlen, etwas häufiger ein Wir-Gefühl empfinden und wesentlich weniger angaben, sich sozial isoliert zu fühlen als Befragte, die nicht regelmäßig an Gruppentreffen teilnehmen. Die Angaben dazu „bevorzugt Zeit allein zu verbringen“ oder sich „hauptsächlich online verbunden“ zu fühlen, was die blaue Auswahlgruppe jeweils häufiger wählte, lässt vorerst nur auf die Verschiedenheit von Präferenzen in Bezug auf die eigene soziale Eingebundenheit schließen.

Ergebnisse – Eingebundenheit in Gruppen

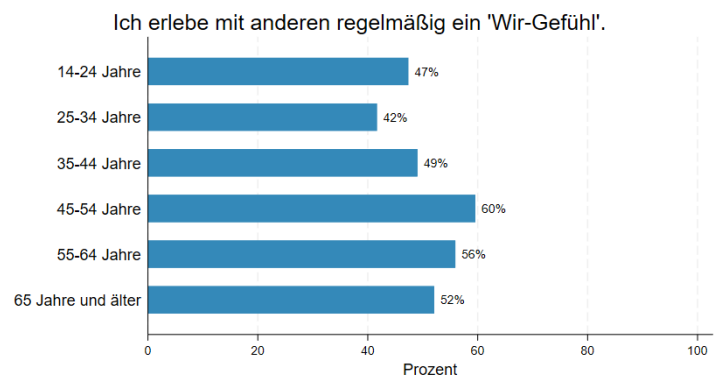


TN: 345
prozentualer Anteil zustimmender Befragten innerhalb der jeweiligen Altersgruppe

Abbildung 11

Viele Befragte in Gruppen eingebunden eingebunden

- Am wenigsten eingebunden: 25-44-Jährige
- Wahrscheinliche Ursache: Kinder (unter 14 Jahren)



TN: 345
prozentualer Anteil zustimmender Befragten innerhalb der jeweiligen Altersgruppe

Abbildung 12

Ca. die Hälfte der Befragten erlebt regelmäßig ein "Wir-Gefühl"

- Häufiger bei älteren Befragten

Die Grafiken erfassen den prozentualen Anteil zustimmender Befragter innerhalb der jeweiligen Altersgruppe zu den Aussagen „Ich bin mindestens in eine Gruppe eingebunden“ und „Ich erlebe mit anderen regelmäßig ein „Wir-Gefühl“.

Die linke Grafik zeigt die Altersverteilung der Befragten, die sich mindestens in eine Gruppe eingebunden fühlen. Auf Menschen zwischen 14 – 24 Jahren trifft dies mit 87% am meisten zu. Unter den 45-54-Jährigen sowie Befragten ab 65 Jahren gaben 72% an, in mindestens eine Gruppe eingebunden zu sein. Unter den 55-64-Jährigen sind es 72%. In den Alterskohorten zwischen 25-34 Jahren (67%) und zwischen 35-44 Jahren (60%) gaben insgesamt weniger Befragte an, in mindestens eine Gruppe eingebunden zu sein.

Mögliche Erklärung: „Kinderknick“ bzw. „Rushhour des Lebens“.

Die rechte Grafik zeigt, dass nur ca. die Hälfte der Befragten durch alle Altersgruppen hindurch angibt, regelmäßig ein „Wir-Gefühl“ zu erleben, obwohl die Mehrheit der Befragten angibt, in mindestens eine Gruppe „eingebunden“ zu sein. Hier gibt es Potenzial für Begegnungsorte wie den Ankerplatz. Befragte zwischen 45 und 54 Jahren gaben mit 60% am häufigsten an ein regelmäßiges „Wir-Gefühl“ zu erleben. Bei den 14 – 44-Jährigen liegt der prozentuale Anteil jeweils unter 50%.

Darstellung statistischer Zusammenhänge:

Cramer's V (Zusammenhangsmaß, zwischen 0 und 1):

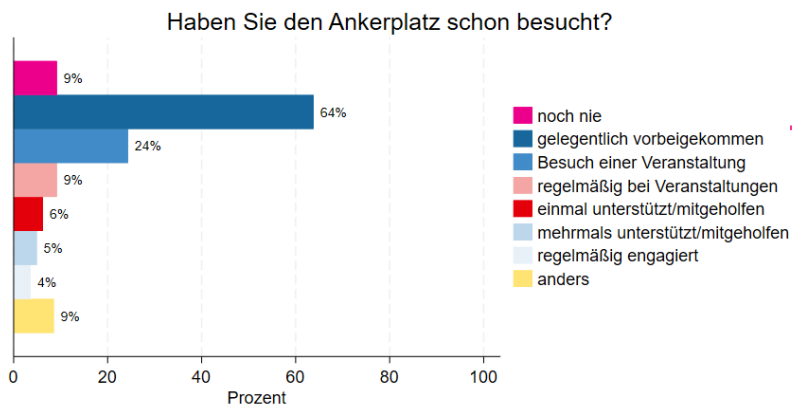
Alter X Zustimmung „Ich bin in mindestens eine Gruppe eingebunden.“: 0,21

Alter X Zustimmung „Ich erlebe mit anderen regelmäßig ein „Wir-Gefühl““: 0,11

Ergebnisse zum Ankerplatz

2.2.

Ergebnisse – Ankerplatz



TN: 304

prozentualer Anteil aller Befragten, auf die die jeweilige Aussage zutrifft (Mehrfachauswahl möglich)

Abbildung 13

Mitte Mai kamen die meisten Befragten „gelegentlich vorbei“ oder hatten eine Veranstaltung besucht

Ankerplatz-Potenzial: Veranstaltungsinfos groß auf dem Platz bewerben, um neue Besucher:innen anzuziehen



Die Grafik zeigt die prozentuale Verteilung (Mehrfachantworten möglich) der Antworten aller Befragten auf die Frage: Haben Sie den Ankerplatz schon besucht?

Die Mehrheit der Befragten gibt an „gelegentlich vorbeigekommen“ zu sein (64%) oder eine Veranstaltung besucht zu haben (24%). Jeweils 9% der Befragten gaben „noch nie dagewesen“ oder „regelmäßig bei Veranstaltungen“ an. Am geringsten ist der Anteil derer, die angaben ein- oder mehrmals unterstützt zu haben (6% und 5%) oder regelmäßig engagiert zu sein (4%).

In der Kategorie „anderes“ wurden folgende Angaben gemacht: Ablehnungsbekundung (3,6%), „komme regelmäßig vorbei“ (1,3%), „mal vorbeigekommen“ (0,9%), Veranstaltungen besucht (0,7%). In Bezug auf die Angaben „männlich/weiblich“ unterscheidet sich die Nutzung nicht.

Handlungsempfehlung, die sich hieraus für den Ankerplatz ergeben:

Es scheint plausibel das Laufpublikum noch besser einzubinden. Hierzu braucht es Ressourcen. Zusätzlich scheint es sinnvoll Veranstaltungen auszurichten, um mehr Menschen auf den Platz zu ziehen. Gleichzeitig könnte es hilfreich sein, sichtbar Werbung zu platzieren, um zum Engagement und Mitmachen einzuladen (z. B. im Stader Tageblatt, vor Ort auf dem Platz, bei Social Media oder zielgruppenspezifischer in Sportvereinen, Schulen)

Innerhalb der Kategorie „anderes“ gab es Ablehnungsbekundungen (3,6%) und Dopplungen mit auswählbaren Kategorien. Unter „Ablehnungsbekundung“ fallen Angaben wie „lohnt sich nicht“, „was für Veranstaltungen?“.

Darüber hinaus gab es einmalige Angaben von speziellem Nutzungsverhalten: z. B. „Dorfbewohnerin“; „Einkauf im Blumenladen“; „tägl. Mittagspause“; „Anwohner:in“.

Statistischer Hintergrund aufgrund der möglichen Mehrfachantwort: 6% aller Befragten (17) haben die Kategorie „Anderes“ angegeben; 3% aller Befragten (9) haben die Kategorie und mind. eine der vorgegebenen Kategorien ausgewählt (= 9%/26 Befragte).

Was **motiviert** Sie, den Ankerplatz zu besuchen?

- **Gutes Konzept**, Realisierung würde der Stadt gut tun
- Die **Entwicklung und Vision** des Projektes
- Eine **Plattform neuer Möglichkeiten** bereitzustellen
- **Platz für Jung und Alt**. Mit meinen Söhnen bin ich gelegentlich mal dort um zu Kickern / Tischtennis zu spielen oder den Spielturm zu nutzen. Ich hoffe auf **mehr Veranstaltungen / Spielenachmittage** etc.
- **Belebung der Stader Innenstadt**, engagierte **Ehrenamtliche**, interessante **Projekte**

Abgebildet sind die Antworten aus den offenen Angaben zur Frage nach der Nutzungsmotivation, die im Freitextfeld beantwortet wurden. Eingang finden die Antworten der Befragten, die an mindestens einer Veranstaltung teilgenommen haben, mitgeholfen haben oder regelmäßig engagiert sind. Sie wurden mit in einer offenen Antwortmöglichkeit danach gefragt, was sie motiviert, den Ankerplatz zu besuchen.

Antworten: Überwiegend wird das Konzept zur Belebung der Innenstadt gelobt, Personen gaben an, sich auf die Möglichkeiten zu freuen, die der Ankerplatz in Zukunft bereithalten soll.

Was **motiviert** Sie, den Ankerplatz zu besuchen?

- Rahmenbedingungen (46)
 - Potential des Konzeptes (18)
 - Mitbestimmen/Mitwirken (11)
 - Gute/zentrale Lage (9)
- Ankerplatzangebote (38)
 - Events & Demos (20)
 - Kinder & Familienprogramm (8)
 - Gute Sitzgelegenheiten (4)

- Sonstige Motivation (36)
 - Lust auf Begegnung (19)
 - Neugier (6)
 - Mal was anderes in Stade (4)
- "Bisher leider nichts" (8)

N= 83

Abgebildet sind die zusammengefassten Kategorien, die aus den offenen Angaben zur Frage nach der Nutzungsmotivation im Freitextfeld beantwortet wurden. Insgesamt haben 83 Befragte die Frage beantwortet.

Antworten: Überwiegend nutzen Befragte den Ankerplatz aufgrund der Rahmenbedingungen (Konzept, Mitwirkungsmöglichkeiten und gute Lage des Platzes), aufgrund der Angebote (hauptsächlich Events zogen die Befragten auf den Platz) sowie aufgrund der Lust auf Begegnung und Vernetzung mit anderen Menschen.

Insgesamt 8 Personen übten Kritik am Ankerplatz oder lehnen das Konzept bzw. die bisherige Umsetzung ab. Darunter finden sich bspw. auch Vorschläge, die bereits Teil des Ankerplatzkonzeptes sind (Bar, Begegnungsort) sowie Vorschläge, die auf der Fläche (aufgrund der darunterliegenden Tiefgarage) nicht umsetzbar sind, z. B. eine komplette Begrünung und Bepflanzung des Platzes.

Warum gibt es mehr Antworten als Befragte?

Aus den Antworten wurden thematische Kategorien gebildet (nach der Methode der strukturierenden Inhaltsanalyse). Viele Befragte schrieben längere Antworten, sodass Teile ihrer Antworten jeweils unterschiedlichen Kategorien zugeordnet wurden. Aufgeführt wurden hier die Oberkategorien (z. B. „Rahmenbedingungen“) sowie alle Unterkategorien, die mindestens von vier Personen benannt wurden.

Was motiviert Sie, den Ankerplatz zu besuchen?

- **Barrierefrei Teilnahme möglich** (sozial/finanziell); **Nutzung und leichte Begrünung** einer kaum genutzten Steinfläche in der Innenstadt; Möglichkeit für mich, **Menschen vor Ort kennen zu lernen**
- **Wir-Gefühl, Innovationsfreude**, was **Neues erleben, Angebote nutzen die die Stadt bisher nicht hat**, angenehmes **sicheres Umfeld**.
- **Neugierde** und hoffen, dass alles so klappt wie ihr euch das vorstellt. Ich finde die momentane Entwicklung sehr erfreulich.
- Das Konzept, den **tristen Platz zu beleben**

Abgebildet sind Zitate Befragter, die angaben, den Ankerplatz bereits zu nutzen. Sie wurden gefragt, was sie motiviert, den Ankerplatz zu besuchen.

Antworten: Die Zitate enthalten positive Rückmeldungen zum Konzept, zur (sozialen/finanziellen) Barrierefreiheit, der Möglichkeit, sich in einem sicheren Umfeld mit anderen zu vernetzen.

Was motiviert Sie, den Ankerplatz zu besuchen?

- Nette Menschen, **sich einbringen können, eigene Ideen unterstützt sehen, Spaß, aktives tun und nette Gespräche**
- Möglichkeit zum Kreativsein (bin frisch als Dorfbewohner registriert)
- **Projekte, in denen Menschen mitwirken dürfen**
- **Gemeinschaft, Engagement, Vielfalt**
- Leute treffen, soziales Engagement
- Unterstützung bei Veranstaltungen, Informationsgewinnung

Abgebildet sind weitere Zitate Befragter, die angaben, den Ankerplatz bereits zu nutzen. Sie wurden gefragt, was sie motiviert, den Ankerplatz zu besuchen.

Zusammenfassend zeigt sich auf Basis der offenen Angaben (S. 24-27), dass die Multifunktionalität, die Offenheit der Nutzung sowie die Vielfältigkeit der Angebote und Möglichkeiten bei den Nutzenden des Ankerplatzes gut angenommen werden. Im Vordergrund stehen Aspekte wie Vernetzung und Gemeinschaft, sich einbringen und mitwirken zu können, die Option unterschiedliche Angebote nutzen zu können und dies kostengünstig oder kostenlos zu tun.

Unterschiedliche Fragekategorien:

Persönliche und soziale Voraussetzungen

- Grundsätzliche Möglichkeiten, die der Ankerplatz den Befragten bieten sollte

- z.B. Spaß haben, Projekte durchführen

Voraussetzungen zu Zugang und Angeboten

- z.B. Zugang ohne Handy, Kinderbetreuung

Interesse an Ankerplatz-Angeboten

- Spezielles Interesse an (geplanten) Ankerplatz-Angeboten
- Orientiert an Containern, Formaten etc.

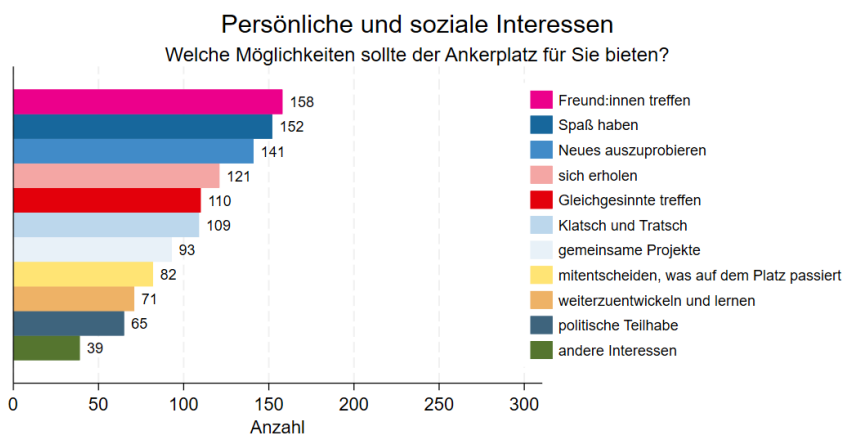
- z.B. Werkstatt, Events, Kochcontainer

Bezüglich der Motivation, den Wünschen und Bedarfen der Befragten gegenüber dem Ankerplatz wurden Aspekte in unterschiedlichen Blöcken mit verschiedenen Fragestellungen abgefragt. Die Unterscheidung erklärt sich wie folgt:

Zunächst wurden die Voraussetzungen oder Anforderungen der Befragten an den Ankerplatz mit der Frage „**Welche Möglichkeiten sollte der Ankerplatz für Sie bieten?**“ abgefragt. Unterteilt waren diese Voraussetzungen in **persönliche und soziale Interessen** (wie z.B. Spaß haben, Projekte durchführen, etwas Neues ausprobieren) sowie Aspekte zum **Zugang und den Angeboten** (wie z.B. Zugang ohne Handy/digitale Anmeldedienste möglich, Kinderbetreuung vor Ort, barrierefreie Nutzung des Platzes). Dahinter stand das Erkenntnisinteresse, alle Anforderungen herauszuarbeiten, die die Befragten an den Ankerplatz haben könnten und an denen sich der Verein in der Gestaltung der Rahmenbedingungen orientieren kann. Mehrfachauswahl war bei den Antwortoptionen inklusive der Freitextergänzung der Kategorie „

Darauffolgend wurden die Interessen der Befragten am Ankerplatzangebot abgefragt. Mit der Fragestellung „**Der Ankerplatz Stade e.V. plant in der Zukunft verschiedene Angebote. Welche (zukünftigen) Angebote des Ankerplatzes finden Sie interessant?**“ wurden die bisher geplanten Angebote des Ankerplatzes als Kategorien vorgegeben. Ziel war es, das Interesse an diesen zu ermitteln und zu prüfen, ob das Angebot auf einen Bedarf der Befragten trifft. Hier wurde die mögliche Mehrfachauswahl auf fünf Antworten begrenzt, um priorisierte Ergebnisse zu erhalten.

Ergebnisse – Ankerplatz: Besuchsmotivation



TN: 300

absolute Anzahl aller Befragten, welche die jeweilige Kategorie wählten (Mehrfachauswahl möglich)

Abbildung 14

Häufigste Interessen (über 100):

- Begegnung, Kommunikation, Spaß und Erholung

Etwas weniger häufig (65-93):

- Mitgestaltung, Mitentscheidung, Teilhabe

Ankerplatz-Potenzial: Nutzungsoffener, multifunktionaler Begegnungsort für unterschiedliche (soziale) Interessen

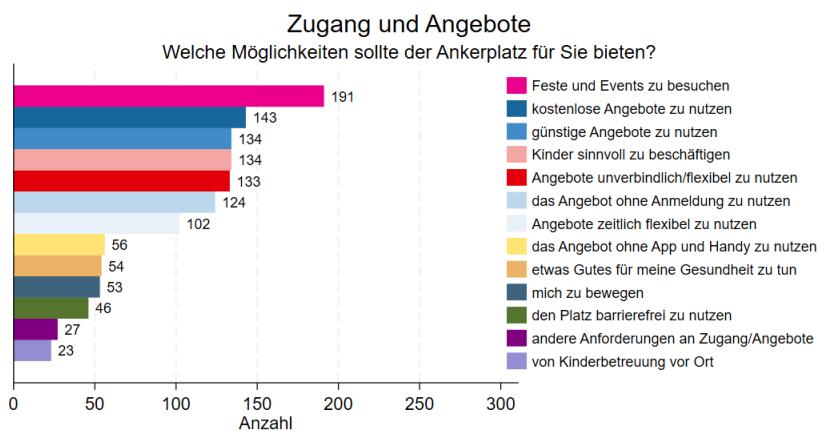


Diese Grafik (Abb. 14) zeigt, sortiert nach Häufigkeit, welche Möglichkeiten der Ankerplatz auf dem Gebiet persönlicher und sozialer Interessen für die Befragten bieten sollte (Mehrfachantwort war möglich).

Am häufigsten gaben die insgesamt 300 Befragten an, der Ankerplatz solle für sie die Möglichkeit bieten „Freund:innen treffen“ zu können (158 Angaben). Die Antwort „Spaß haben“ wurde 152 Mal gewählt und „Neues auszuprobieren“ 141 Mal. Darauf folgten die Kategorien „sich erholen“ (121), „Gleichgesinnte treffen“ (110) und „Klatsch und Tratsch“ (109). Etwas weniger häufig aber trotzdem genannt wurden „gemeinsame Projekte“ (93), „mitentscheiden, was auf dem Platz passiert“ (82), „sich weiterentwickeln und lernen“ (71) sowie „politische Teilhabe“ (65).

Das Ankerplatz-Konzept (Begegnungsort, moderner Marktplatz) trifft also auf Interesse. Es gibt Bedarf an Begegnung, gemeinsamen Erlebnissen und Austausch. Verhältnismäßig viele Menschen haben zudem angegeben, sich einbringen zu wollen (mitentscheiden, gemeinsame Projekte, politische Teilhabe).

Ergebnisse – Ankerplatz: Zugang und Möglichkeiten



TN: 300

absolute Anzahl aller Befragten, welche die jeweilige Kategorie wählten (Mehrfachauswahl möglich)

Abbildung 15

Häufigste Angaben:

- Wenig/keine Kosten
- Kinder sinnvoll beschäftigen
- Nutzungsflexibilität

Häufige Angaben:

- Nutzung ohne Handy/App
- Bewegung & Gesundheit

Wenige Angaben:

- Kinderbetreuung

Das Balkendiagramm (Abb. 15) stellt dar, welche Angebote sich die Befragten vom Ankerplatz wünschen (Mehrfachauswahl war möglich).

Am meisten wählten Befragte die Option „Feste und Events“ (191). Ebenfalls sehr häufig wurde die Option *kostenloser* (143) bzw. *günstiger* (134) Angebote ausgewählt. Die Optionen vor Ort „Kinder sinnvoll beschäftigen“ zu können (134), eine möglichst „unverbindliche/flexible Nutzung“ (133) zu haben bzw. *Angebote ohne Anmeldung nutzen* (124) zu können und „zeitlich flexible Angebote“ (103) zu nutzen, wurden alle häufig gewählt.

Weniger häufig gab es (jeweils ca. 50 Antworten) auf die Möglichkeiten, *das Angebot ohne App und Handy zu nutzen*, *etwas Gutes für die Gesundheit zu tun* bzw. *Bewegungsangebote* und auch „den Platz barrierefrei nutzen“ zu können.

Am wenigsten wurden Möglichkeiten der „Kinderbetreuung vor Ort“ (23) oder „anderes“ (27) ausgewählt.

Fazit: Feste und Events (mit der Option, Kinder sinnvoll zu beschäftigen) könnten am meisten Menschen auf den Platz ziehen bzw. hiernach scheint der Bedarf am größten zu sein. Sichtbar wird auch: Die Ankerplatz-Konzeptidee eines flexiblen Begegnungsortes ohne Konsumzwang trifft auf einen Bedarf unter Stader Bürger:innen.

Angaben zu „Andere Anforderungen“ s. nächste Seite.

Welche **anderen** Möglichkeiten sollte der Ankerplatz für Sie bieten?

Persönliche und soziale Voraussetzungen

- *Angebotswünsche* (16)
 - *Märkte* (4)
 - *Sportarten* (2)
 - *Polit. Versammlungen* (2)
 - *Open-Air-Kino* (2)
 - *Treffpunkte* (2)
- *Ablehnungsbekundung* (16)

Voraussetzungen Zugang & Angebote

- *Angebotswünsche* (6)
 - *Gastro/Beachbar* (2)
- *Rahmenbedingungen* (7)
 - *Natur & Entspannung* (3)
 - *Nichtkommerzielle Events* (2)
- *Ablehnungsbekundung* (14)

Zusammenfassung der Angaben der jeweiligen Kategorie „andere“ aus Abb. 14 und Abb. 15:

Persönliche und soziale Voraussetzungen (Abb. 14)

Unter „andere Interessen“ haben 39 der Befragten entweder konkrete Angebotswünsche angegeben oder Ablehnung kundgetan (Ablehnungsbekundungen werden nicht aufgeführt, da Menschen, die den Platz komplett ablehnen nicht die Zielgruppe der Befragung waren). Nennenswerte Angaben waren:

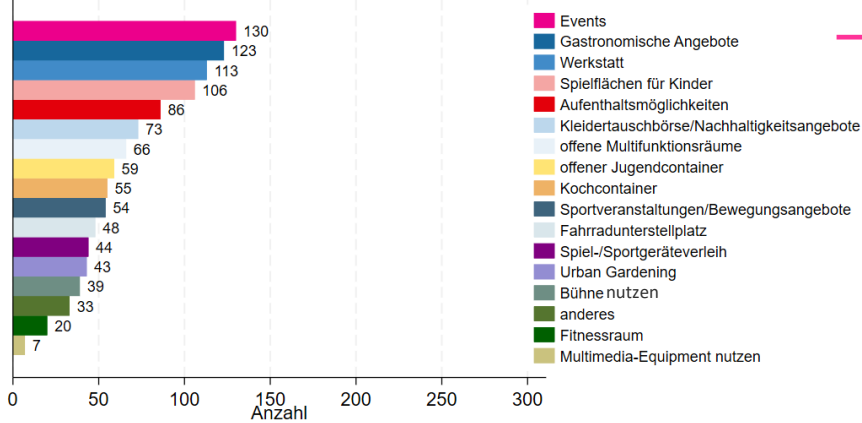
- Frauen- oder Senior:innentreffpunkt
- Zusätzlicher Wunsch „mehr Platzbegrünung“ (2)

Zugang und Angebote (Abb. 15)

Unter „andere“ finden sich (wie auch in anderen offenen Angaben) Aussagen zu Rahmenbedingungen: „mehr Natur & Entspannung“, eine Betonung von der Notwendigkeit für „nichtkommerzielle Events“ aber auch Angebotswünsche nach Gastronomie. Zusätzlich wurden einzelne Wünsche nach „besserer Angebotswerbung“, einem Wochenmarkt, einem Open-Air-Kino und Sportangeboten formuliert.

Ergebnisse – Ankerplatz: Container-Prioritäten

Welche (zukünftigen) Angebote des Ankerplatzes finden Sie interessant?



TN: 300

absolute Anzahl aller Befragten, welche die jeweilige Kategorie wählten (bis zu 5 Antworten möglich)

Abbildung 16

Häufigste Angaben:

- Events, Gastro, Werkstatt, Spielflächen

Wenigste Angaben:

- Fitnessraum, Multimedia-Equipment

Aber: Altersspezifische Auswertung zeigt andere Prioritäten



30

Bei der Frage „Welche (zukünftigen) Angebote des Ankerplatzes finden Sie interessant?“ konnten die Befragten bis zu 5 Kategorien anklicken, sodass sie priorisieren mussten.

Das Balkendiagramm (Abb. 16) zeigt das Antwortverhalten der Anzahl nach, sortiert nach Häufigkeit. Sichtbar wird, dass „Events“ (130) und „Gastro-Angebot“ (123) am häufigsten ausgewählt wurden. Ebenfalls häufig sind „Werkstatt“ (113), „Spielflächen für Kinder“ (106) und „Aufenthaltsmöglichkeiten“ (86) gewählt worden. Gefolgt wird dies von einigermaßen häufigen Wünschen nach „Kleidertausch-/Nachhaltigkeitsangeboten“ (73) und „offenen Multifunktionsräumen“ (66). Lediglich ca. 50 Befragte gaben jeweils den Wunsch nach einem „offenen Jugendcontainer“, „Kochcontainer“ oder „Sportveranstaltungen/Bewegungsangebote“ an. Zwischen 40 und 50 Personen wählten „Fahrradunterstellplatz“, „Spiel-/Sportgeräteverleih“ oder „Urban Gardening“ aus. Die Option „Bühne“ wurde von 39 Personen ausgewählt, wobei in der Kategorie „anderes“ 33 Personen das offene Antwortfeld nutzen (s. Nächste Seite). Am wenigsten häufig gaben Personen an, sich einen „Fitnessraum“ (20) oder „Multimedia-Equipment nutzen“ zu wünschen (7).

Welche **anderen** Angebote auf dem Ankerplatz finden Sie interessant?

Interesse an Ankerplatz-Angeboten:

- *Angebote für Kinder & Jugendliche* (5)
 - *Sportangebote* (2)
- *Ablehnungsbekundung* (22)

Innerhalb der Kategorie „Andere“ von Abb. 16 wurde am häufigsten ein Interesse an „Angeboten für Kinder und Jugendliche“ (5) bekundet. Weitere Befragte forderten: Sitzmöglichkeiten für Ältere, Events, Arbeit & Berufliches, Workshops, Shopping, Ruheort, Soziales Engagement, die Kleidertauschpartys zu erweitern, Platzbegrünung, Mitgestaltungsmöglichkeiten oder kritisierten, dass das Design eher Jüngere anspräche.

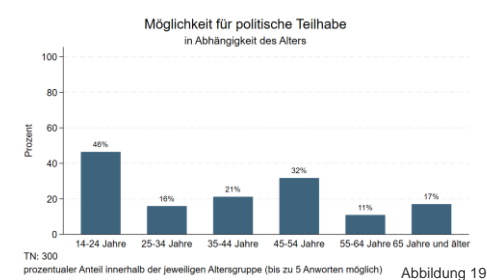
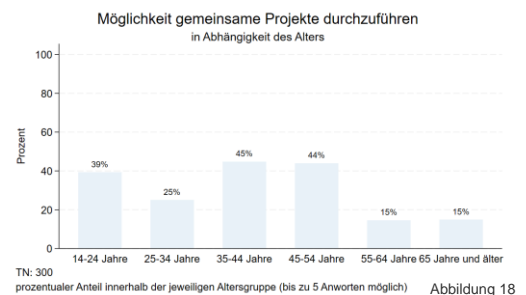
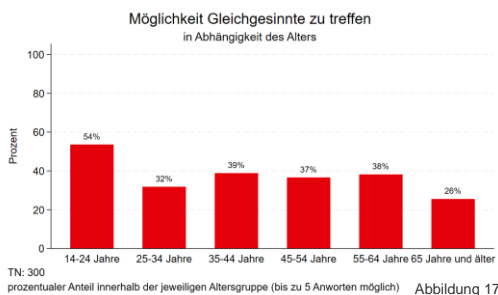
Auch in dieser „Anderes“-Kategorie wurden erneut viele Ablehnungsbekundungen ausgedrückt u.a. auch Frustration darüber, dass die Umfrage hierfür keine Antwortoptionen vorgab.

2.3.

Vergleichende Darstellungen



Ergebnisse – Ankerplatz: Alter & Voraussetzungen



Jugend-spezifische Interessen:

- Gleichgesinnte treffen
- Politische Teilhabe

Geeignet/Förderlich für intergenerationale Angebote:

- Gemeinsame Projekte

Welche Angebote sprechen welche Altersgruppen an? Hierzu wurde das Antwortverhalten in bestimmten Kategorien in ein Verhältnis zum Alter der Befragten gesetzt. Die folgenden Abbildungen 17-32 zeigen die prozentuale Verteilung innerhalb der Altersgruppen für die jeweilige Antwortkategorie. In Bezug auf die persönlichen und sozialen Möglichkeiten, die der Ankerplatz für die Befragten bieten soll, gaben Jugendliche und junge Menschen (14-24 Jahre) verhältnismäßig häufig und am häufigsten im Vergleich zu allen anderen Altersgruppen an, Gleichgesinnte treffen zu wollen (54%). Zudem äußerten sie ein Interesse an politischer Teilhabe (46%). Mögliche Empfehlungen sind, insbesondere für junge Menschen Angebote zu schaffen, die Interessengemeinschaften zusammenbringen sowie Angebote für politische Teilhabe bei jungen Menschen zu bewerben. Geeignet für generationenübergreifenden Austausch könnten Angebote sein, die in Form gemeinsamer Projekte angeboten werden. Am häufigsten (45% und 44%) wurde die Möglichkeit, dass gemeinsame Projekte durchgeführt werden können, in den Altersgruppen 35-44 Jahre und 45-54 Jahre angegeben.

Zusammenhangsmaße:

Anforderung: Möglichkeit Gleichgesinnte zu treffen in Abhängigkeit des Alters

Cramer's V (Zusammenhangsmaß, zwischen 0 und 1): 0,15

Goodman und Kruskals Gamma (Zusammenhangsmaß, zwischen -1 und 1): -0,13

Anforderung: Möglichkeit für politische Teilhabe in Abhängigkeit des Alters

Cramer's V (Zusammenhangsmaß, zwischen 0 und 1): 0,24

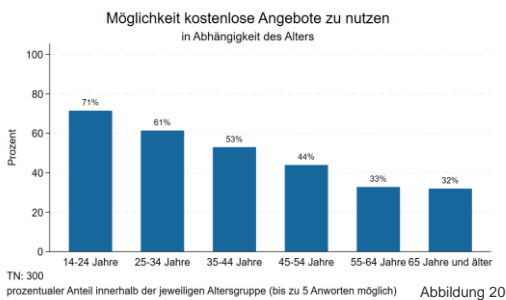
Goodman und Kruskals Gamma (Zusammenhangsmaß, zwischen -1 und 1): -0,20

Anforderung: Möglichkeit gemeinsame Projekte durchzuführen in Abhängigkeit des Alters

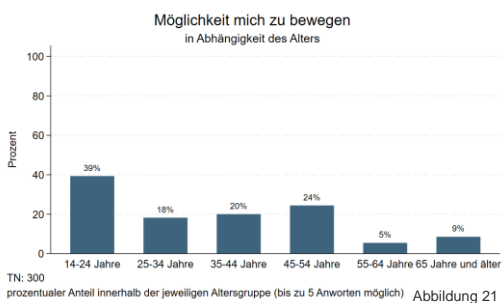
Cramer's V (Zusammenhangsmaß, zwischen 0 und 1): 0,29

Goodman und Kruskals Gamma (Zusammenhangsmaß, zwischen -1 und 1): -0,25

Ergebnisse – Ankerplatz: Jugendspezifische Voraussetzungen



- **Kostenlose Angebote:**
- Spricht am stärksten junge Menschen an und sinkt mit steigendem Alter



- **Bewegungsmöglichkeiten:**
- Spricht besonders junge Menschen & Elterngeneration an

- Mögliche Empfehlungen:**
- Angebote für Jugendliche und junge Menschen möglichst kostenlos gestalten
 - Bewegungsangebote auch für junge Menschen bewerben

In den Antwortkategorien für Zugang und Angebotseigenschaften, die der Ankerplatz für die Befragten bieten soll, haben Jugendliche und junge Menschen (14-24 Jahre) verhältnismäßig häufig und am häufigsten im Vergleich zu allen anderen Altersgruppen die Möglichkeit angegeben, kostenlose Angebote zu nutzen (71%). Die Häufigkeit sinkt mit steigendem Alter kontinuierlich.

Im Vergleich der Altersgruppen geben Befragte zwischen 14 und 24 Jahren außerdem am häufigsten und mit einem Abstand von mindestens 15 Prozentpunkten zu den anderen Altersgruppen an, dass der Ankerplatz für sie die Möglichkeit bieten sollte, sich zu bewegen (39%).

Eine mögliche **Empfehlung** ist, (spezifische) Bewegungsangebote für junge Menschen zu bewerben.

Hinweis: Hier war eine reine Mehrfachauswahl ohne die Notwendigkeit der Priorisierung möglich, deshalb gab es insgesamt mehr Auswahl als bei den später folgenden „Interessen“. Somit entstanden insgesamt hier höhere Prozentwerte.

Stärke der Zusammenhänge:

Anforderung: Möglichkeit kostenlose Angebote zu nutzen in Abhängigkeit des Alters

Cramer's V (Zusammenhangsmaß, zwischen 0 und 1): 0,26

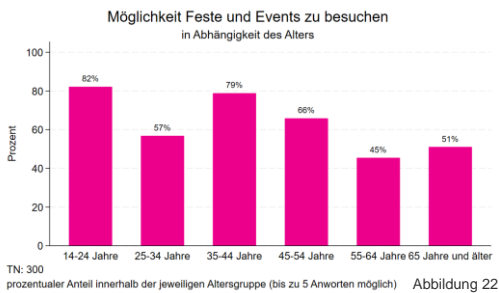
Goodman und Kruskals Gamma (Zusammenhangsmaß, zwischen -1 und 1): -0,35

Anforderung: Möglichkeit mich zu bewegen in Abhängigkeit des Alters

Cramer's V (Zusammenhangsmaß, zwischen 0 und 1): 0,25

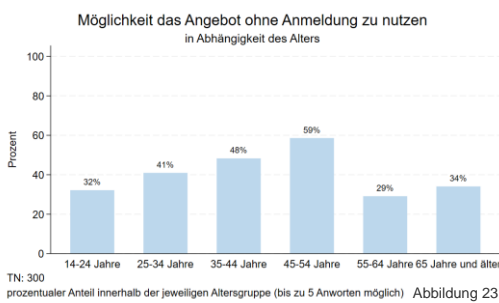
Goodman und Kruskals Gamma (Zusammenhangsmaß, zwischen -1 und 1): -0,35

Ergebnisse – Ankerplatz: Generationenübergreifende Voraussetzungen



Feste und Events:

- Spricht am stärksten junge Menschen und die Elterngeneration an



Angebotsnutzung ohne Anmeldung:

- Spricht besonders Menschen zwischen 45 und 54 Jahren an



Beides sind generationenübergreifende Voraussetzungen



Die Abbildungen zeigen, dass über fast alle Altersgruppen (bis auf die 55 bis 64-Jährigen) hinweg über die Hälfte der Befragten angaben, dass der Ankerplatz die Möglichkeit bieten sollte, Feste und Events zu besuchen. Hervorzuheben sind Jugendliche und junge Menschen (14-24 Jahre) mit einer Zustimmung von 82% und die Altersgruppe der 35 bis 44-Jährigen mit einer Zustimmung von 79%. Die Möglichkeit, dass Angebote ohne Anmeldung nutzbar sind, gaben am häufigsten Befragte in der Altersgruppe der 45 bis 54-Jährigen mit 59% an, wobei in fast allen Altersgruppen mindestens ein Drittel der Befragten diese Auswahl trafen.

Empfehlung: Feste und Events am Ankerplatz besuchen zu können, ist eine generationenübergreifende Möglichkeit, die der Ankerplatz bieten sollte. Zu beachten ist, dass bei solchen Veranstaltungen für alle Altersgruppen etwas dabei sein sollte. Zusätzlich sollte bei jeglichen Angeboten mitbedacht werden, dass altersübergreifend ein Bedürfnis besteht, ohne Anmeldungen teilnehmen zu können.

Hinweis: Hier war eine reine Mehrfachauswahl ohne die Notwendigkeit der Priorisierung möglich, deshalb gab es insgesamt mehr Auswahl als bei den später folgenden „Interessen“. Somit entstanden insgesamt hier höhere Prozentwerte.

Stärke der Zusammenhänge:

Anforderung: Möglichkeit Feste und Events zu besuchen in Abhängigkeit des Alters

Cramer's V (Zusammenhangsmaß, zwischen 0 und 1): 0,29

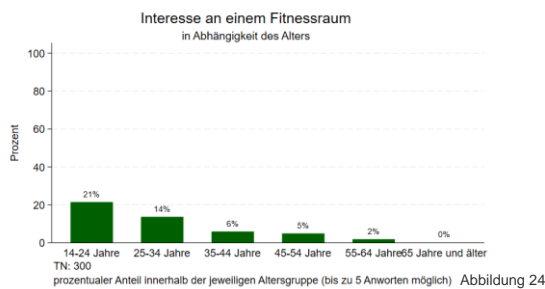
Goodman und Kruskals Gamma (Zusammenhangsmaß, zwischen -1 und 1): -0,27

Anforderung: das Angebot ohne Anmeldung zu nutzen in Abhängigkeit des Alters

Cramer's V (Zusammenhangsmaß, zwischen 0 und 1): 0,20

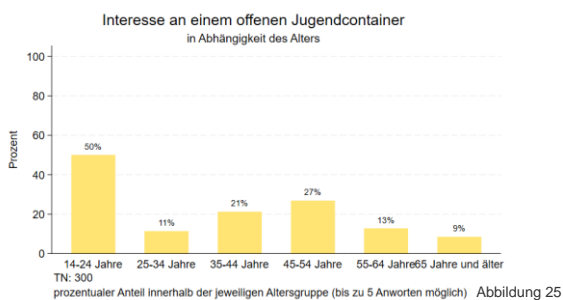
Goodman und Kruskals Gamma (Zusammenhangsmaß, zwischen -1 und 1): -0,07

Ergebnisse – Ankerplatz: Jugendspezifische Interessen



→ **Fitnessraum:**

- Spricht am ehesten die Hauptzielgruppe an



→ **Jugendcontainer:**

- Spricht besonders Hauptzielgruppe & Elterngeneration an



Beide Container treffen auf Bedarf...



Die Abbildungen 24 und 25 zeigen das Interesse am Fitnesscontainer und am Jugendcontainer in Abhängigkeit zum Alter der Befragten. Deutlich wird, dass das Interesse am Fitnessraum mit zunehmendem Alter sinkt, wobei die 14-24-Jährigen mit 21% das größte Interesse zeigen (Abb. 24). Befragte die 35 Jahre oder älter sind, zeigen bisher sehr geringes bis gar kein Interesse.

Der Jugendcontainer (Abb. 25) scheint auf einen Bedarf zu treffen, denn genau die Hälfte der 14-24-Jährigen und zwischen 20% und 30% der Befragten aus der „Elterngeneration“ (35 bis 54-Jährige) zeigten ein Interesse.

Empfehlung: Der Fitnesscontainer eignet sich eher nicht für ein intergenerationales Angebot, kann jüngere Menschen jedoch ansprechen. Hier sollte das konkrete Nutzungsverhalten zu einem späteren Zeitpunkt erneut erhoben werden. Der Jugendcontainer trifft genau die Zielgruppe und es kann ein gutes Besuchsaufkommen erwartet werden.

Stärke der Zusammenhänge:

Interesse an einem Fitnessraum in Abhängigkeit des Alters

Cramer's V (Zusammenhangsmaß, zwischen 0 und 1): 0,25

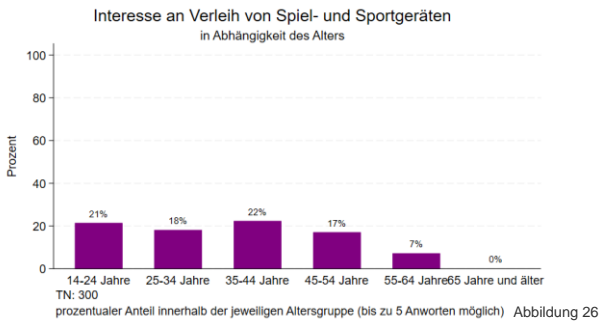
Goodman und Kruskals Gamma (Zusammenhangsmaß, zwischen -1 und 1): -0,62

Interesse an einem offenen Jugendcontainer in Abhängigkeit des Alters

Cramer's V (Zusammenhangsmaß, zwischen 0 und 1): 0,29

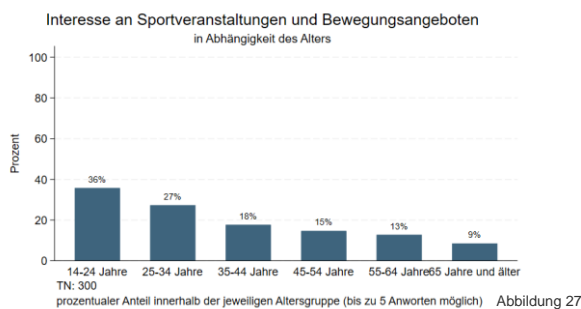
Goodman und Kruskals Gamma (Zusammenhangsmaß, zwischen -1 und 1): -0,29

Ergebnisse – Ankerplatz: Jugendspezifische Angebote



Interesse an Sport-, Spiel- & Bewegungsangebot:

- sinkt mit steigendem Alter



Das Interesse an einem Verleih von Spiel- und Sportgeräten auf dem Ankerplatz (Abb. 26) zeigt sich bei den 14 bis 54-jährigen Befragten moderat mit einer Zustimmung von ca. 20%. Befragte, die 55 Jahre und älter sind gaben an, wenig bis gar kein Interesse hieran zu haben.

Das Interesse an Sportveranstaltungen und Bewegungsangeboten (Abb. 27) zeigte sich mit 36% deutlich bei den 14 bis 35-Jährigen. 27% der 25 bis 34-Jährigen bekundeten ebenfalls Interesse. Je älter die Befragten waren, desto seltener zeigten sie ein Interesse an diesem Angebot.

Empfehlung: Menschen unter 55 Jahren können ein Verleih von Spiel- und Sportgeräten nutzen und von diesem profitieren, sie zeigen hieran ein moderates Interesse. Um jungen Menschen in Stade ein gutes Freizeitangebot machen zu können, sollten Sportveranstaltungen und Bewegungsangebote immer wieder angeboten werden. Das Interesse älterer Menschen scheint eher durch andere Angebote geweckt zu werden.

Stärke der Zusammenhänge:

Interesse dem Verleih von Spiel- und Sportgeräten in Abhängigkeit des Alters

Cramer's V (Zusammenhangsmaß, zwischen 0 und 1): 0,23

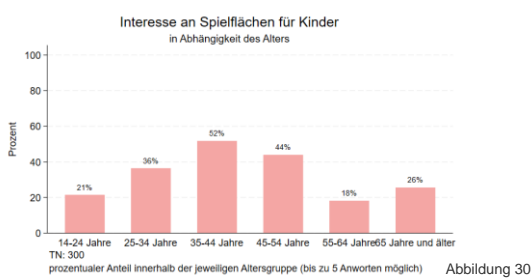
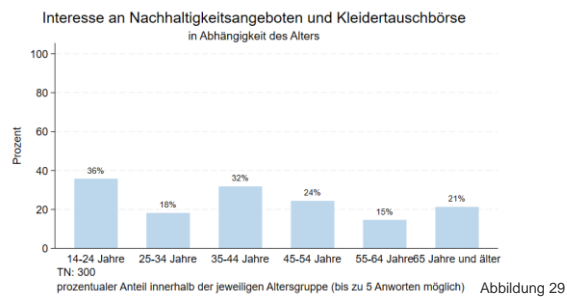
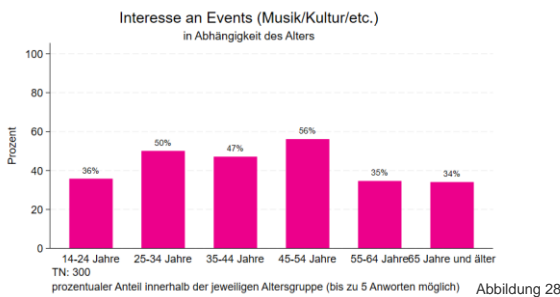
Goodman und Kruskals Gamma (Zusammenhangsmaß, zwischen -1 und 1): -0,39

Interesse Sportveranstaltungen und Bewegungsangeboten in Abhängigkeit des Alters

Cramer's V (Zusammenhangsmaß, zwischen 0 und 1): 0,21

Goodman und Kruskals Gamma (Zusammenhangsmaß, zwischen -1 und 1): -0,35

Ergebnisse – Ankerplatz: Intergenerationale Angebote



Geeignet/Förderlich für intergenerationale Angebote:

- Events
- Spielflächen für Kinder
- Nachhaltigkeitsangebote/Kleidertauschbörse



Die Befragten zeigen durch alle Altersgruppen hindurch ein moderates bis hohes Interesse an Musik- und Kulturrevents mit einer Zustimmung von bis zu 56% bei den 45 bis 54-Jährigen (Abb. 28). Das Interesse an Nachhaltigkeitsangeboten schwankt zwischen den Altersgruppen der Befragten zwischen mindestens 15% (55 bis 64-Jährige) bis zu 36% (14 bis 24-Jährige) (Abb. 29). Die Befragten zeigten (Abb. 30) insbesondere in den Alterskohorten der Elterngenerationen ein hohes Interesse an Spielflächen für Kinder (25-34-Jährige mit 36%, 35-44-Jährige mit 52% und 45-54-Jährige mit 44%). Dies deckt sich damit, dass diese Befragten am häufigsten Kinder unter 14 Jahren haben.

Empfehlung: Der Bedarf nach Events ist allgemein vorhanden (insbesondere bei den 45 bis 54-Jährigen) und könnte ideal mit entsprechenden Kinderbetreuungsangeboten erweitert werden, um Events für alle Beteiligten angenehm zu gestalten. Auch abseits von Veranstaltungen können Spielflächen für Kinder angeboten werden wie z.B. der „Bobby-Car-Fuhrpark“ und der Spielcontainer. Nachhaltigkeitsangebote eignen sich auch trotz durchmischter Interessenbekundungen ebenfalls als generationsübergreifende Aktionen (z.B. Kleidertauschbörse, Nachhaltigkeitsgruppe, ggf. weitere Angebote).

Stärke der Zusammenhänge:

Interesse an Events in Abhängigkeit des Alters

Cramer's V (Zusammenhangsmaß, zwischen 0 und 1): 0,16

Goodman und Kruskals Gamma (Zusammenhangsmaß, zwischen -1 und 1): -0,10

Interesse an Nachhaltigkeitsangeboten und Kleidertauschbörse in Abhängigkeit des Alters

Cramer's V (Zusammenhangsmaß, zwischen 0 und 1): 0,17

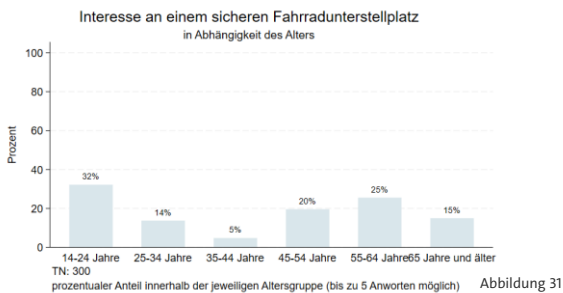
Goodman und Kruskals Gamma (Zusammenhangsmaß, zwischen -1 und 1): -0,14

Interesse an Spielflächen für Kinder in Abhängigkeit des Alters

Cramer's V (Zusammenhangsmaß, zwischen 0 und 1): 0,26

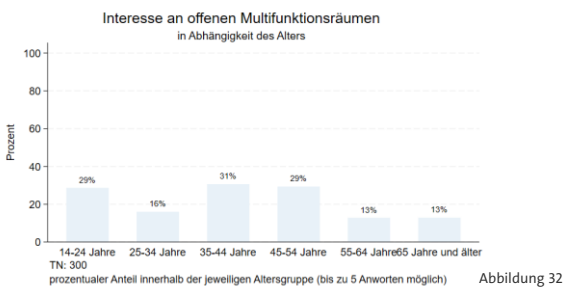
Goodman und Kruskals Gamma (Zusammenhangsmaß, zwischen -1 und 1): -0,14

Ergebnisse – Intergenerationale Angebote



Generationenübergreifend nachgefragt:

- Offene Multifunktionsräume
- Sicherer Fahrradunterstellplatz



Von den Befragten zeigen insbesondere die 14 bis 24-Jährigen (32%), sowie die 45-64-Jährigen (20-25%) ein moderates Interesse an sicheren Fahrradunterstellplätzen (Abb. 31). In den übrigen Alterskohorten besteht wenig bis gar kein Interesse hieran. Das Interesse an offenen Multifunktionsräumen (Abb. 32) schwankt zwischen den Altersgruppen der Befragten von mindestens 13% der 55- Jährigen und noch älteren (wenig Interesse) bis zu 31% der 35 bis 44-Jährigen (moderates Interesse).

Stärke der Zusammenhänge:

Interesse an einem sicheren Fahrradunterstellplatz in Abhängigkeit des Alters

Cramer's V (Zusammenhangsmaß, zwischen 0 und 1): 0,24

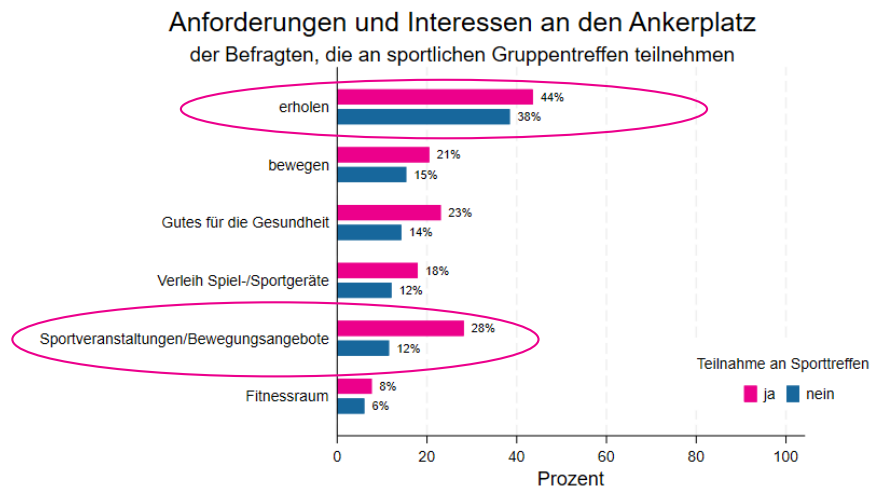
Goodman und Kruskals Gamma (Zusammenhangsmaß, zwischen -1 und 1): 0,04

Interesse an offenen Multifunktionsräumen in Abhängigkeit des Alters

Cramer's V (Zusammenhangsmaß, zwischen 0 und 1): 0,20

Goodman und Kruskals Gamma (Zusammenhangsmaß, zwischen -1 und 1): -0,17

Ergebnisse – Ankerplatz: Zusammenhänge Sport/Interessen



prozentualer Anteil aller Befragten, auf die die jeweilige Aussage zutrifft (Mehrfachauswahl möglich, aus verschiedenen Fragen)

Abbildung 33

Mögliche Schlüsse:

- Sportevents mehr in Sportvereinen bewerben
- Erholungspotenzial bewerben



Abbildung 33 zeigt vergleichend das Antwortverhalten zwischen regelmäßig an Sporttreffen (Verein, Lauftreff, etc.) teilnehmenden und nicht teilnehmenden Befragten im Verhältnis zu ihren Interessen aus dem Bereich „Sport & Bewegung“ bzw. „Erholung“. Hierbei zeigt sich der deutlichste Unterschied zwischen den Vergleichsgruppen beim Wunsch nach Sport- und Bewegungsangeboten vom Ankerplatz (18 Prozentpunkte Differenz). Zwar besteht auch ein leichter Unterschied zwischen den Vergleichsgruppen beim Interesse an Erholungsangeboten jedoch ist ein Erholungsbedarf auch unabhängig vom Sportverhalten groß (6 Prozentpunkte Differenz zwischen 38% und 44%).

Empfehlung: Sportveranstaltungen könnten ggf. Menschen, die regelmäßig an sportlichen Gruppentreffen teilnehmen mehr ansprechen als andere. Eigene Sportveranstaltungen könnten daher z.B. in Sportvereinen und Sportstätten vermehrt beworben werden.

Stärke der Zusammenhänge:

Cramer's V (Zusammenhangsmaß für zwei nominale Variablen, zwischen 0 und 1):

Teilnahme an Sporttreffen X "Anforderung: erholen": 0,05

Teilnahme an Sporttreffen X "Anforderung: bewegen": 0,07

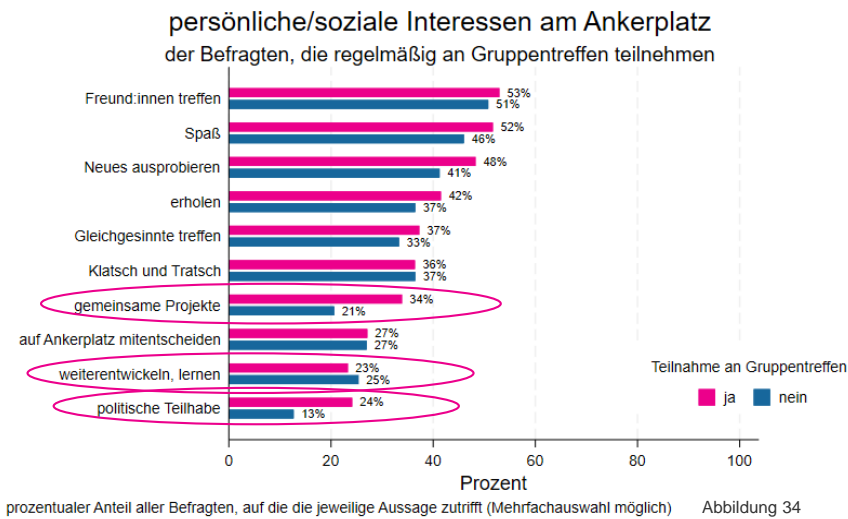
Teilnahme an Sporttreffen X "Anforderung: Gutes für die Gesundheit": 0,11

Teilnahme an Sporttreffen X "Interesse: Verleih Spiel-/Sportgeräte": 0,08

Teilnahme an Sporttreffen X "Interesse: Sportveranstaltungen/Bewegungsangebote": 0,21

Teilnahme an Sporttreffen X "Interesse: Fitnessraum": 0,03

Ergebnisse – Ankerplatz: Anforderungen und Gruppentreffen



Mögliche Schlüsse:

- Gemeinsame Projekte und Möglichkeiten zur politischen Teilhabe stärker in bestehenden Gruppen bewerben
- Kein Aspekt der besonders Befragte ohne Gruppenteilnahme aktiviert

Abbildung 34 zeigt vergleichend das Antwortverhalten zwischen regelmäßig an Gruppentreffen teilnehmenden und nicht teilnehmenden Befragten in Bezug auf persönliche und soziale Interessen am Ankerplatz. Hierbei zeigt sich der deutlichste Unterschied zwischen den Vergleichsgruppen beim Interesse an „gemeinsamen Projekten“ (13 Prozentpunkte Differenz) und „politischer Teilhabe“ (9 Prozentpunkte Differenz). D.h. Befragte, die bereits regelmäßig an Gruppentreffen teilnehmen, äußern eher ein Bedarf an gemeinsamen Projekten und politischer Teilhabe als diejenigen, die nicht an Gruppentreffen teilnehmen. Deutlich ist auch, dass es ansonsten nur sehr geringe Unterschiede zwischen den Vergleichsgruppen gibt und somit – mit Ausnahme der Anforderung, etwas zu lernen oder sich weiterzuentwickeln – Befragte, die nicht an regelmäßigen Gruppentreffen teilnehmen, nicht häufiger ein Interesse an Angeboten äußern als Befragte, die an Gruppentreffen teilnehmen.

Empfehlung: In der Unterstützung gemeinsamer Projekte und der politischen Teilhabe kann es sinnvoll sein, bestehende Gruppen zu adressieren.

Statistische Zusammenhänge:

Cramer's V (Zusammenhangsmaß für zwei nominale Variablen, zwischen 0 und 1):

Teilnahme an Gruppentreffen X "Anforderung: Freund:innen treffen": 0,02

Teilnahme an Gruppentreffen X "Anforderung: Spaß": 0,05

Teilnahme an Gruppentreffen X "Anforderung: Neues ausprobieren": 0,06

Teilnahme an Gruppentreffen X "Anforderung: erholen": 0,04

Teilnahme an Gruppentreffen X "Anforderung: Gleichgesinnte treffen": 0,03

Teilnahme an Gruppentreffen X "Anforderung: Klatsch und Tratsch": <0,01

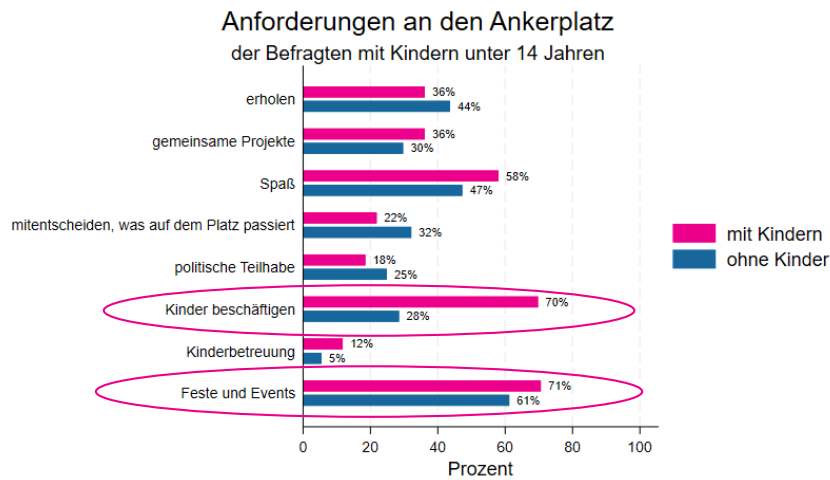
Teilnahme an Gruppentreffen X "Anforderung: gemeinsame Projekte": 0,12

Teilnahme an Gruppentreffen X "Anforderung: auf dem Ankerplatz mitentscheiden": >0,01

Teilnahme an Gruppentreffen X "Anforderung: weiterentwickeln, lernen": 0,02

Teilnahme an Gruppentreffen X "Anforderung: politische Teilhabe": 0,11

Ergebnisse – Ankerplatz: Anforderungen von Personen mit Kindern



prozentualer Anteil aller Befragten, auf die die jeweilige Aussage zutrifft (Mehrfachauswahl möglich) Abbildung 35

Mögliche Schlüsse:

- **Feste und Events attraktiv für Kinder/Menschen mit Kindern gestalten/bewerben**



Abbildung 35 zeigt vergleichend das Antwortverhalten zwischen Befragten mit und ohne Kinder unter 14 Jahren in Bezug auf persönliche und soziale Interessen am Ankerplatz. Hierbei zeigt sich der deutlichste Unterschied zwischen den Vergleichsgruppen beim Bedarf *Kinder zu beschäftigen* (42 Prozentpunkte Differenz). Befragte mit Kindern unter 14 Jahren haben demnach ein wesentlich häufigeres Interesse an Möglichkeiten Kinder vor Ort sinnvoll zu beschäftigen. Ebenso zeigt sich ein Unterschied in der Kategorie „Feste und Events“ (10 Prozentpunkte Differenz).

Statistische Zusammenhänge:

Cramer's V (Zusammenhangsmaß für zwei nominale Variablen, zwischen 0 und 1):

Befragte mit Kindern (unter 14 Jahren) X Anforderung „erholen“: 0,08

Befragte mit Kindern (unter 14 Jahren) X Anforderung „gemeinsame Projekte“: 0,07

Befragte mit Kindern (unter 14 Jahren) X Anforderung „Spaß“: 0,11

Befragte mit Kindern (unter 14 Jahren) X Anforderung „mitentscheiden, was auf dem Platz passiert“: 0,11

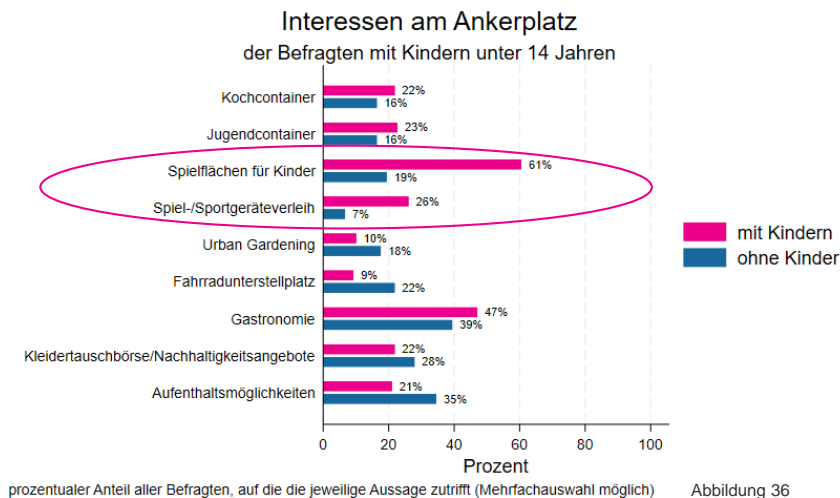
Befragte mit Kindern (unter 14 Jahren) X Anforderung „politische Teilhabe“: 0,08

Befragte mit Kindern (unter 14 Jahren) X Anforderung „Kinder beschäftigen“: 0,40

Befragte mit Kindern (unter 14 Jahren) X Anforderung „Kinderbetreuung“: 0,11

Befragte mit Kindern (unter 14 Jahren) X Anforderung „Feste und Events“: 0,10

Ergebnisse – Ankerplatz: Interessen von Personen mit Kindern



Mögliche Schlüsse:

- Spielflächen für Kinder treffen einen Bedarf
- Spiel-/Sportgeräteverleih bewerben und auf Kinder zuschneiden



Abbildung 36 zeigt vergleichend das Antwortverhalten zwischen Befragten mit und ohne Kinder unter 14 Jahren in Bezug auf weitere persönliche und soziale Interessen am Ankerplatz. Hierbei zeigt sich der deutlichste Unterschied zwischen den Vergleichsgruppen beim Bedarf Spielflächen für Kinder zu haben (42 Prozentpunkte Differenz). Ebenso zeigt sich ein Unterschied in der Kategorie „Spiel-/Sportgeräteverleih“ (19 Prozentpunkte Differenz). Befragte mit Kindern unter 14 Jahren haben demnach ein wesentlich häufigeres Interesse an Spielmöglichkeiten für Kinder vor Ort.

Empfehlung: Sowohl im alltäglichen Betrieb als auch insbesondere bei Festen und Events sind Möglichkeiten der Kinderbetreuung und Beschäftigung essenziell, um Menschen mit jungen Kindern ebenso einbinden zu können. Hierzu gehören beispielsweise Spielzeuge, Spielflächen, sowie adäquate Sanitarräume.

Statistische Zusammenhänge:

Cramer's V (Zusammenhangsmaß für zwei nominale Variablen, zwischen 0 und 1):

Befragte mit Kindern (unter 14 Jahren) X Interesse „Kochcontainer“: 0,07

Befragte mit Kindern (unter 14 Jahren) X Interesse „Jugendcontainer“: 0,08

Befragte mit Kindern (unter 14 Jahren) X Interesse „Spielflächen für Kinder“: 0,42

Befragte mit Kindern (unter 14 Jahren) X Interesse „Spiel-/Sportgeräteverleih“: 0,27

Befragte mit Kindern (unter 14 Jahren) X Interesse „Urban Gardening“: 0,11

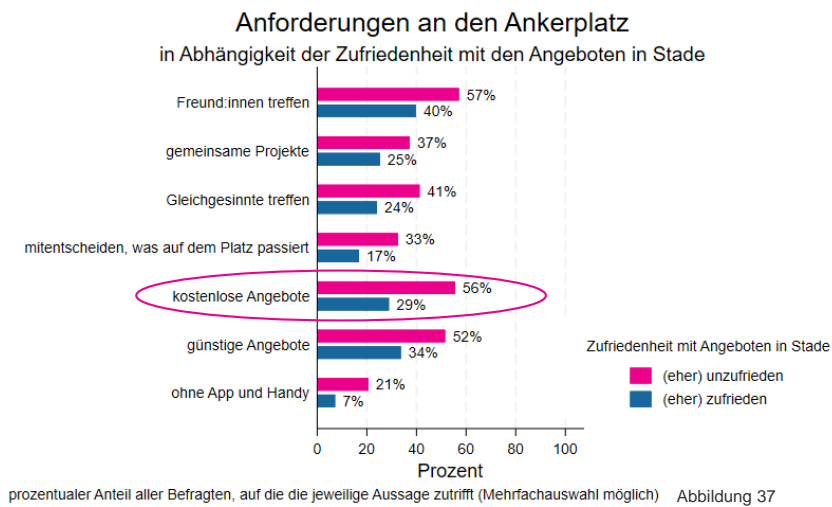
Befragte mit Kindern (unter 14 Jahren) X Interesse „Fahrradunterstellplatz“: 0,16

Befragte mit Kindern (unter 14 Jahren) X Interesse „Gastronomie“: 0,08

Befragte mit Kindern (unter 14 Jahren) X Interesse „Kleidertauschbörse/Nachhaltigkeitsangebote“: 0,07

Befragte mit Kindern (unter 14 Jahren) X Interesse „Aufenthaltsmöglichkeiten“: 0,14

Ergebnisse – Ankerplatz: Zusammenhänge Angebote & Zufriedenheit



Mögliche Schlüsse zur Steigerung der Zufriedenheit:

- Kostenlose, günstige Angebote bewerben
- Angebote ohne App und Handy anbieten
- Fokus auf interaktive Angebote und Angebote für (gleichgesinnte) Interessengruppe
- Beteiligung ermöglichen und bewerben



Abbildung 37 zeigt vergleichend das Antwortverhalten zwischen Befragten, die mit dem Angebot in Stade eher unzufriedenen und eher zufriedenen Befragten sind. Hierbei zeigt sich ein Unterschied zwischen den Vergleichsgruppen beim Bedarf nach “kostenlosen Angeboten” (27 Prozentpunkte Differenz). Insgesamt sind (eher) unzufriedene Befragte stärker an kostenlosen Angeboten interessiert. Ebenso haben diese Befragten eher ein Interesse an günstigen Angeboten sowie an Angeboten ohne App und Handy, ein stärkeres Interesse, Personen zu treffen und zu interagieren und ein stärkeres Interesse an Entscheidungsbeteiligung.

Empfehlung: Insbesondere im Kontakt mit Menschen, die ihre Unzufriedenheit in den eben genannten Punkten äußern, könnte der Ankerplatz eine besondere Einladung aussprechen, da der Ankerplatz hohes Potential bietet, sich selbstwirksam und gemeinschaftlich den Ursachen dieser Unzufriedenheiten zu stellen.

Statistische Zusammenhänge:

Cramer's V (Zusammenhangsmaß für zwei nominale Variablen, zwischen 0 und 1):

Zufriedenheit mit bestehenden Angeboten X Anforderung „Freund:innen treffen“: 0,17

Zufriedenheit mit bestehenden Angeboten X Anforderung „gemeinsame Projekte“: 0,12

Zufriedenheit mit bestehenden Angeboten X Anforderung „Gleichgesinnte treffen“: 0,17

Zufriedenheit mit bestehenden Angeboten X Anforderung „mitentscheiden, was auf dem Platz passiert“: 0,17

Zufriedenheit mit bestehenden Angeboten X Anforderung „kostenlose Angebote“: 0,26

Zufriedenheit mit bestehenden Angeboten X Anforderung „günstige Angebote“: 0,17

Zufriedenheit mit bestehenden Angeboten X Anforderung „ohne App und Handy“: 0,18

Physische Barrierefreiheit (Bewegung):

- **Ebene Pflasterung**, die nicht blendet, keine Schwellen, ohne Pflastersteine
- **Rutschfeste Böden/Rampen**
- **Passierbarkeit und Stellplätze** für breite **Fahrradanhänger und Zwillings-Kinderwagen**
- **Barrierefreie Toiletten mit Haltegriffen** und ausreichend Bewegungsfreiheit
- **Sitzbänke in verschiedenen Höhen mit Armlehnen**, um das **Aufstehen** zu erleichtern

N = 33

Befragte, die bei der Frage, welche Möglichkeiten der Ankerplatz für sie bieten soll, die Möglichkeit angaben, den Platz barrierefrei nutzen zu können, wurden zusätzlich gefragt: **Wie müsste der Ankerplatz gestaltet sein, sodass Sie ihn gut nutzen können?**

Abgebildet sind nachträglich kategorisierte Themen, die unter der Überschrift **physischer Barrierefreiheit** bzw. in Bezug auf Bewegung zusammengefasst werden können.

Diese und die folgenden Angaben zur Barrierefreiheit basieren auf den Angaben von **33 Befragten**. Da es sich insgesamt um wenige Antworten handelt, sind keine Zahlen (Häufigkeiten) abgebildet, sondern ausschließlich Beispiel-Aspekte.

Die Angaben bezogen sich nicht ausschließlich auf den Ankerplatz, sondern waren teilweise auch allgemeiner bezüglich der Stadt Stade im Ganzen formuliert.

Auf der folgenden Seite sind die Angaben zu Bedarfen bezüglich Barrierefreiheit, die inhaltlich zu **akustischer und visueller Barrierefreiheit** sowie **sprachlicher, sozialer und finanzieller Barrierefreiheit** zusammengefasst werden konnten.

Ergebnisse – Ankerplatz: Barrierefreiheit (Freitextfeld)

Akustische & visuelle Barrierefreiheit:

- **Taktile Bodenleitsysteme** (Streifen) für sehbehinderte Menschen
- gut **beleuchtete Wege**
- Gut lesbare Beschilderung: Große, **kontrastreiche** und **leicht verständliche Piktogramme** und **Schriftzüge**
- **Akustische und visuelle Informationen**, z.B. bei Durchsagen

Ergebnisse – Ankerplatz: Barrierefreiheit (Freitextfeld)

Sprachliche, soziale und finanzielle Barrierefreiheit:

- **Mitmachaktionen für alle**, kleine **Konzerte oder Theater für alle**
- **Verständliche Sprache**
- Miteinander **auf Augenhöhe**
- **Angebot zugänglich** für alle

Ergebnisse – Ankerplatz: Kinderbetreuung Wünsche (Freitextfeld)

- „1x monatlich ein **kostenloser Mittagstisch** mit Beteiligung der Gesellschaft. **Z.B. Omas kochen für Schüler**“
- „Spiel-Optionen für alle, **integriert mit Events** muss nicht das Kinder ohne Eltern zu Betreuung aber eine Beschäftigung anbieten“
- „Regelmäßig andere Angebote, **Hüpfburg, rutschen, eis bahn** im winter“
- „**Betreuung vor Ort** (spontan, zu Einkaufszeiten oder auf Anfrage), um Kind gut betreut zu wissen“
- „**Überdachte Wartebereiche** für Eltern“
- „**Eingezäunter Bereich** aufgrund der umliegenden Straße!“

N = 15

Befragte, die angaben, der Ankerplatz solle für sie die Möglichkeit von Kinderbetreuung vor Ort bieten, hatten die Möglichkeit, ihre Wünsche in einem Freitextfeld zu konkretisieren unter der Fragestellung: Sie haben „Kinderbetreuung vor Ort“ ausgewählt. **Wie müsste der Ankerplatz gestaltet sein, sodass Sie ihn gut nutzen können?**

Hierbei lassen sich keine einheitlichen Wünsche und Bedarfe zusammenfassen, da eher Einzelnes, Unterschiedliches formuliert wurde.

Aufgeführt sind daher einzelne beispielhafte Zitate, um einen groben Einblick zu geben. Insgesamt haben 15 Personen hier Angaben gemacht.

Darüber hinaus bietet diese Sammlung einen Überblick über die Angaben:

Rahmenbedingungen: Betreuung auf Anfrage; Sicherer Bereich (z.B. Zäune); Flexibilität (z.B. abtrennbarer Bereich); Sicherheit und Beleuchtung; Barrierefreiheit (Kinderwagen); Info-Tafeln, Überdachung (für wartende Eltern)

Erweitertes Angebot: Regelmäßiger kostenloser Mittagstisch; Interaktive Elemente

Sonstiges: Beschäftigung für Kinder/Jugendliche; Spielcontainer

Ergebnisse – Ankerplatz: Mitteilung am Ende (Kritik)

- *Rahmenbedingungen (54)*
- *Zielgruppen (18)*
- *Alternative Nutzungsvorschläge (9)*
- *Wunsch nach Projekteinstellung (8)*
- *Kritik an der Umfrage (5)*

N = 33

Auf die Abschlussfrage „Gibt es noch etwas, das Sie uns gern mitteilen möchten?“ gab es (ungewöhnlich) viele Antworten (115 Personen schrieben verhältnismäßig viel Text in die Freitextfelder). Hier ist eine Kategorisierung der „kritischen“ Mitteilungen abgebildet.

Auf die offenen Angaben, die das Ankerplatzkonzept, den Verein oder die Umsetzung komplett ablehnen, wird nicht weiter eingegangen, da die Zielgruppe für die Forschung Bürger:innen waren, die den Ankerplatz nutzen oder sich dies vorstellen können.

Hinter der Abkürzung „Zielgruppen“ stehen beispielsweise Angaben, in denen entweder reflektiert wurde, dass man als befragte Person nicht zur Zielgruppe gehöre. Alternativ wurde in Frage gestellt, dass das Konzept „eine Mehrheit“ anspreche oder es wurde vorgeschlagen, das Projekt an einem anderen Ort zu realisieren, um Zielgruppen besser zu erreichen.

Ergebnisse – Ankerplatz: Mitteilung am Ende (Kritik)

- „Eine wirkliche **Einbindung der Bevölkerung** fehlt. Vielleicht **Aktionen** zur Platzgestaltung? Ich würde mir wünschen, **dass aus einer eigentlich guten Grundidee wirklich etwas erwächst**“
- „Vielleicht hätte **vor Start des Projektes gefragt und abgestimmt** werden sollen, was die StaderInnen sich wünschen oder brauchen“
- Wünschenswert wäre **eine stets aktualisierte fortlaufende Terminübersicht** auf der **Homepage**, so dass man sieht, was wann los ist. - Die **News über Whatsapp schließen alle Menschen aus, die aus guten Gründen Whatsapp verweigern**. Warum nicht **Signal oder ein ander sicherer Messengerdienst**?
- Man hat **kaum Möglichkeiten der Mitgestaltung**, da man dem Verein nicht beitreten kann, sondern nur sog. Dorfbewohner:in werden kann.

Hier sind Zitate aus den Angaben zur Frage „**Gibt es noch etwas, das Sie uns gern mitteilen möchten?**“ dargestellt, die nachträglich dem Themenfeld „Rahmenbedingungen“ zugeordnet wurden. Hierbei handelt es sich um eine Auswahl an Angaben Befragter, die das Freitextfeld am Ende nutzten, um Kritik zu üben.

In diesen Aussagen steckt häufig die Wahrnehmung von und eine Kritik an zu wenig Mitgestaltungsmöglichkeit, Einbezug oder Information. Es kann also von dem Wunsch nach mehr Beteiligung ausgegangen werden.

Es gibt demnach Verbesserungsmöglichkeiten für das Ankerplatz-Projekt, mehr Menschen „mitzunehmen“ und einzubeziehen durch entsprechende Maßnahmen, die auch den Kernanliegen des Ankerplatzkonzepts entsprechen (Beteiligung, Mitbestimmung, Teilhabe ermöglichen).

Ergebnisse – Ankerplatz: Mitteilung am Ende (positiv)

- *Rahmenbedingungen* (55)
- *Positives Feedback* (25)
- *Angebotswünsche* (19)
 - *Gastro & Events* (7)
 - *Secondhand & Nachhaltigkeit* (4)
- *Zielgruppenspezifisches* (16)

N = 33

Zur Abschlussfrage „**Gibt es noch etwas, das Sie uns gern mitteilen möchten?**“ ist hier die Kategorisierung der „positiven“ Antworten dargestellt, um einen Überblick zu geben. Darunter lassen sich insgesamt die Antworten von 33 Befragten anführen.

Auf der folgenden Seite sind beispielhaft Zitate positiv-konstruktiver Mitteilungen zu lesen. Es ist festzuhalten, dass Befragte positive Rückmeldungen gaben und starken Zuspruch äußerten.

Ergebnisse – Ankerplatz: Mitteilung am Ende (positiv)

- Ich finde Projekte/Vereine wie den Ankerplatz sehr wichtig um **gesellschaftliches Miteinander zu stärken**
- Ich hoffe sehr, dass das Projekt weiter geht! Es ist großartig, dass **etwas für die junge Generationen in Stade** passiert mit dem Fokus auf Nachhaltigkeit, Gemeinschaft und Zukunft!
- Kein Jahrmarkt mehr auf dem Platz wäre wünschenswert
- Bitte auch Angebote ab 18 Uhr (Berufstätige)
- Ich würde es sehr begrüßen, wenn auf dem Ankerplatz mobile große Pflanzen Töpfe aufgestellt würden (mit Rädern, um sie leicht weg- oder verschieben zu können).

Ergebnisse – Ankerplatz: Mitteilung am Ende (positiv)

- Bitte nicht aufgeben!!!!
- Förderungs-unterstützungswert 🙏 ❤️ 🤝
- Bitte das Projekt nicht aufgeben! Stade braucht innovative Ansätze.
- Ihr seid super! Hört bitte nicht auf Dammann (Wochenblatt), Klapper und die Facebook-Deppen, die immer nur motzen! Es ist so schade, dass ihr kaputt geredet werdet! Einfach weiter so! Mehr Präsenz hilft vielleicht und da seid ihr auf gutem Wege!
- Der Wille ist da, man merkt Verbesserung. Bitte nicht aufgeben und mehr Werbung machen im Internet
- Weiter so!

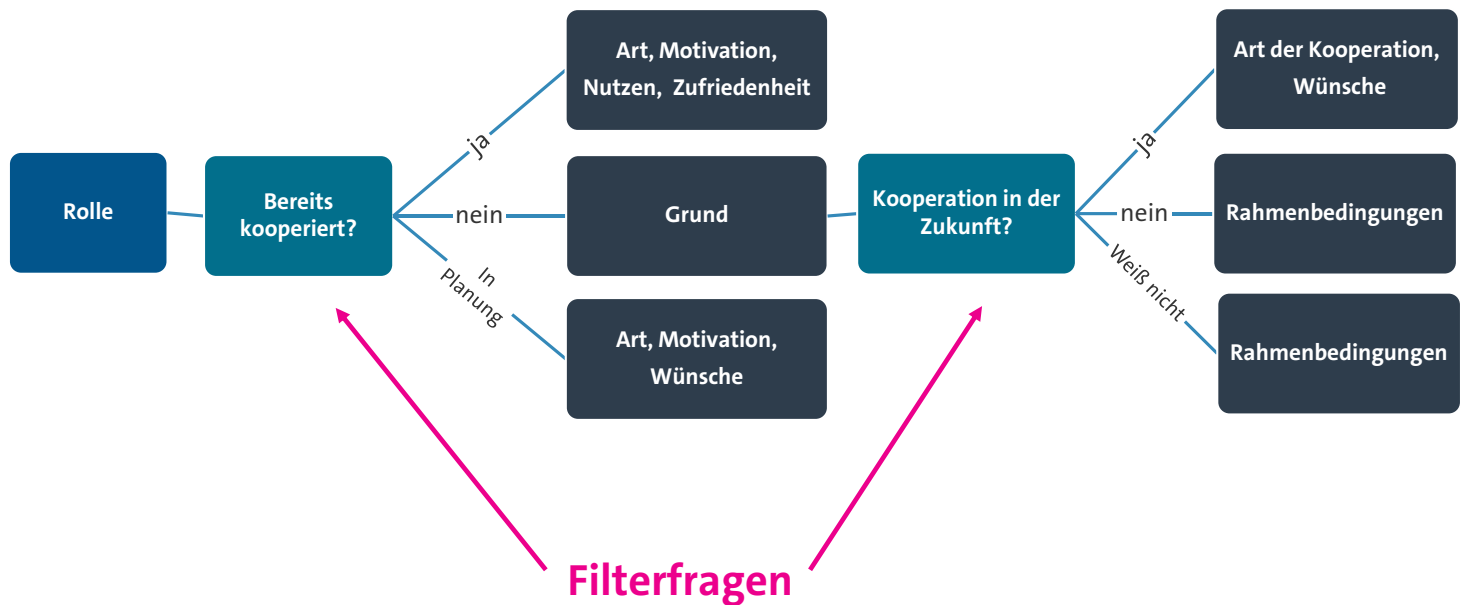
Ergebnisse

Organisationsumfrage



3

Organisationen - Fragebogendesign



In der oberen Darstellung ist das **Fragebogendesign** und dessen Struktur dargestellt.

- Alle Teilnehmenden wurde nach der Rolle befragt, in der Sie teilnehmen, also für welche Organisation oder welchen Akteur sie die Umfrage ausfüllen.
- Anhand von zwei Filterfragen ergaben sich unterschiedliche Pfade für Akteure, die bisher (nicht) mit dem Ankerplatz kooperiert haben oder dies aktuell planen.
- Akteure, die noch nicht kooperiert haben, wurden zusätzlich befragt, ob sie sich eine Kooperation in Zukunft vorstellen könnten und anhand dessen auf unterschiedliche Pfade geleitet.
- Es wurde mit Einfach-, Mehrfachauswahl und offene Fragen gearbeitet.

Die **Auswertung** wurde folgendermaßen durchgeführt:

- Die Angaben aus offenen Fragen wurden für die Auswertung kategorisiert, um in der Erhebung vielfältige Antworten zu generieren, diese im Nachhinein allerdings quantitativ einsortieren und vergleichen zu können.
- Es fand eine deskriptive Beschreibung der Häufigkeiten statt. Für Aussagen über Zusammenhänge wurde mit einer zu kleinen Stichprobe gearbeitet.

FlexCity - Welche Organisationen haben teilgenommen?

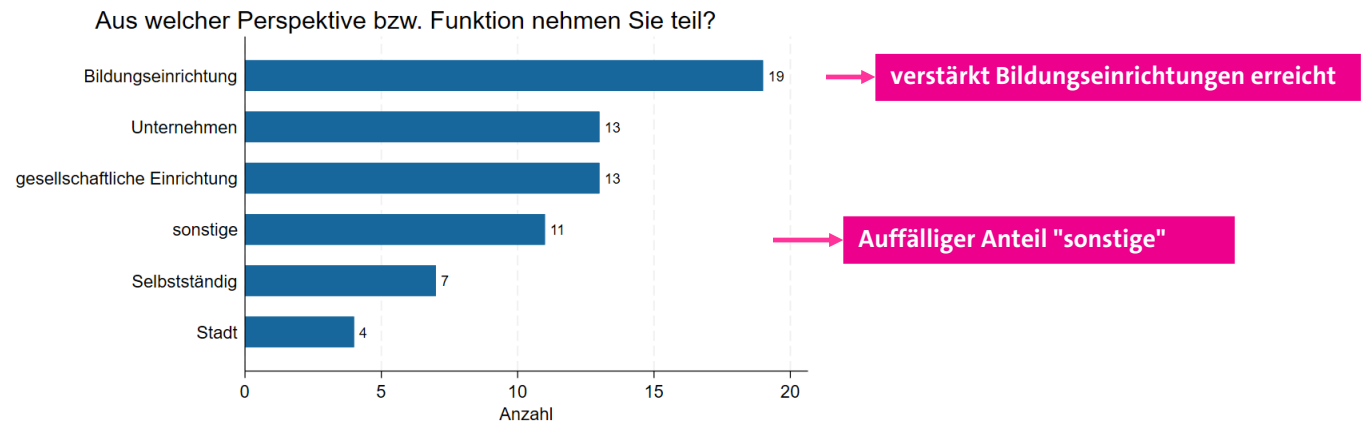


Abbildung 38

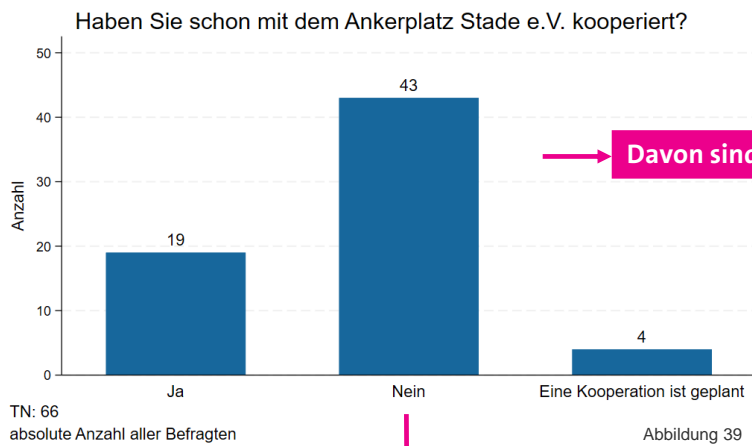
In dem Balkendiagramm (Abb. 38) sind die Angaben der Befragten zur Perspektive oder Position, aus der sie die an der Befragung teilnehmen, abgebildet.

In der Befragung wurden verstärkt Bildungseinrichtungen (Schulen, Nachhilfe, Sprachschulen, Büchereien) erreicht (19 Angaben).

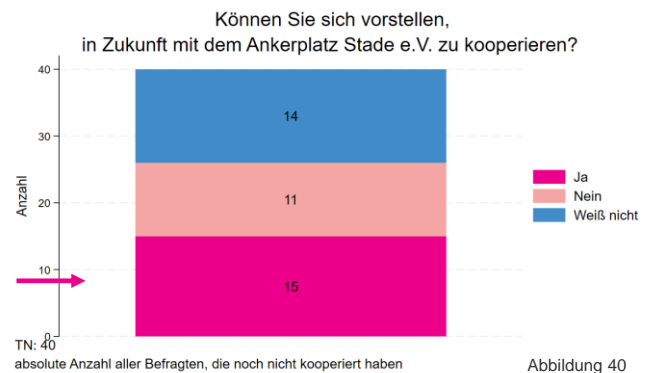
Auffällig ist die größere Anzahl der Befragten, die „sonstige“ angegeben haben (11 Personen). In dem ergänzenden Freitextfeld wurden beispielsweise spezifische Unternehmen oder Organisationen oder Arten der Selbstständigkeit sowie andere Verwaltungsebenen als die Stadt angegeben.

Insgesamt wird anhand der Angaben der Befragten die Verschiedenheit der Organisationen deutlich, die sich insgesamt für den Ankerplatz und eine Kooperation interessieren könnten.

Ergebnisse – Welche Organisationen haben bereits kooperiert?



Befragte, die noch nicht kooperiert haben



In Abbildung 39 ist dargestellt, wie die Befragten auf die Frage geantwortet haben, ob Ihre Organisation bereits mit dem Ankerplatz Stade e.V. kooperiert hat.

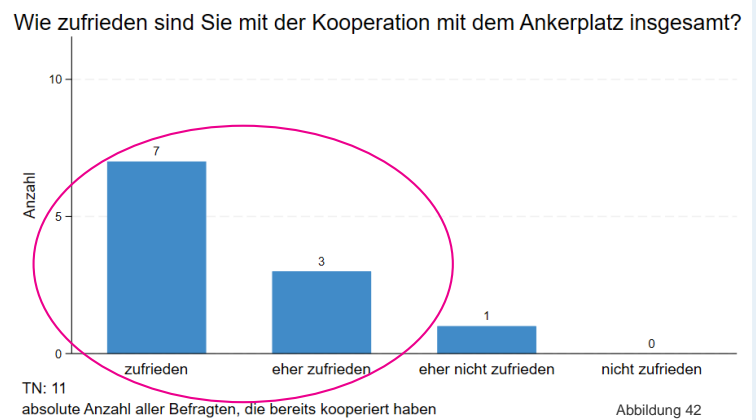
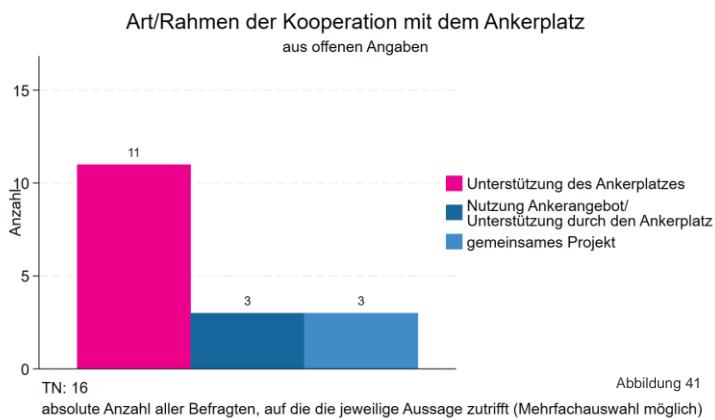
Von den insgesamt 66 Befragten gaben 19 Befragte an, bereits kooperiert zu haben und 43 Befragte gaben an, dies noch nicht getan zu haben. Die Angabe, eine Kooperation sei geplant, machten 4 Befragte für Ihre Organisation.

Rechts unten (Abb. 40) ist abgebildet, was Befragte, die noch nicht mit dem Ankerplatz kooperiert haben, in Bezug auf die Vorstellbarkeit einer zukünftigen Kooperation angegeben haben.

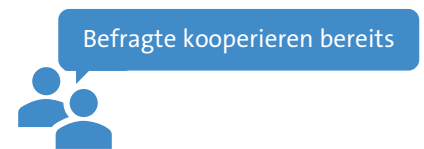
Hiervon sind 40% (15 Befragte) offen für eine Kooperation und weitere 35% (14 Angaben) sind sich noch unsicher. 28% der Befragten schließen auch zukünftig die Kooperation aus (11 Angaben).

Die Ergebnisse bilden somit verschiedene Kooperationsbereitschaft im Überblick gut ab, auch wenn Häufigkeiten nicht generalisierbar sind.

Ergebnisse - Bedarfsumfrage Art und Zufriedenheit



→ Nach erfolgten Kooperationen sind Organisationen überwiegend zufrieden.



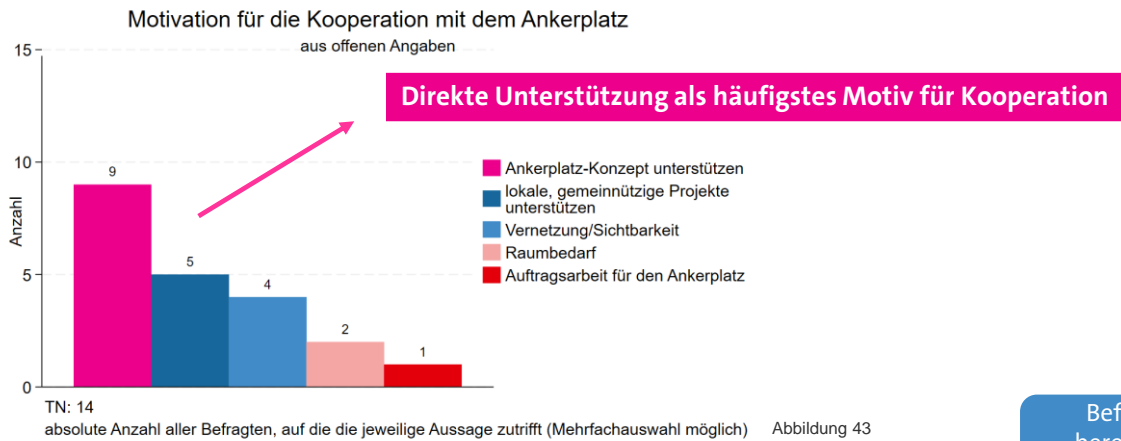
Organisationen, die **bereits kooperiert** haben, wurden gefragt, wie sie die Art/den Rahmen ihrer Kooperation beschreiben und wie zufrieden sie mit der Kooperation insgesamt waren.

In der linken Grafik (Abb. 41) ist die Häufigkeit der Kategorien abgebildet, die aus den offenen Angaben der Befragten gebildet wurden. Die Fragestellung war: „Bitte beschreiben Sie kurz die Art/den Rahmen der Kooperation mit dem Ankerplatz“. Die Art der Kooperation lässt sich nach der Richtung bzw. dem Grad der Unterstützung unterscheiden: Die Mehrheit der Befragten gab an, dass ihre Organisationen den Ankerplatz unterstützt(e) (11 Befragte). Andere Akteure oder Organisation gaben an, die Angebote des Ankerplatzes zu nutzen bzw. durch den Ankerplatz unterstützt worden zu sein (3 Angaben). Außerdem wurde beschrieben, dass ein gemeinsames Projekt durchgeführt wurde (3 Angaben).

Grund für diese Struktur könnte der aktuelle Stand des Ankerplatzes zum Zeitpunkt der Befragung gewesen sein, zu dem der Aufbau des Ankerplatzes durch Partner:innen unterstützt wurde.

In der rechten Grafik (Abb. 42) sind die Antworten der Befragten auf die Frage „Wie zufrieden sind Sie mit der Kooperation mit dem Ankerplatz insgesamt?“ Es zeigt sich: Nach erfolgten Kooperationen sind Organisationen überwiegend zufrieden (7). Nur drei Befragte gaben an, „eher zufrieden“ zu sein und lediglich eine Person gab an, „eher nicht zufrieden“ zu sein. Bisher scheinen die Zufriedenheitswerte für gelungene Kooperationen zu sprechen.

Ergebnisse - Motivation für die Kooperation

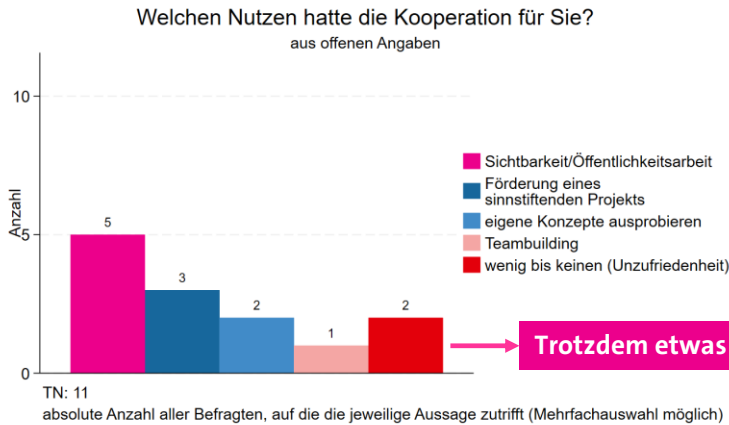


Gefragt wurden die Organisationen, die **bereits mit dem Ankerplatz kooperiert** haben oder die eine **Kooperation aktuell planen**, was ihre Motivation für die Kooperation war. Aus den offenen Angaben wurde herausgearbeitet, dass Befragte das Ankerplatz-Konzept unterstützen (9 Befragte), lokale, gemeinnützige Projekte unterstützen (5) und sich dort vernetzen und sichtbar sein zu wollen (4). Auch wurden Raumbedarf (2) oder Auftragsarbeit (1) angegeben.

Die Daten zeigen, dass die direkte Unterstützung als häufigstes Motiv für die Kooperation galt, gefolgt von „lokale, gemeinnützige Projekte unterstützen“.

Eigene Vorteile (Vernetzung/Sichtbarkeit, Raumbedarf) scheinen dabei zwar auch eine Rolle zu spielen, jedoch nicht so häufig bzw. vordergründig.

Ergebnisse - Nutzen der Kooperation



Die Kooperation mit dem Ankerplatz nutzte...

- der eigenen Öffentlichkeitsarbeit
- als Experimentierort eigener Konzepte
- dem Teambuilding

Trotzdem etwas Verbesserungspotenzial

Befragte kooperieren bereits



Organisationen, die **bereits mit dem Ankerplatz kooperiert** haben, wurden gefragt, welchen Nutzen die Kooperation für sie hatte.

In den offenen Angaben wurde am häufigsten Sichtbarkeit und Öffentlichkeitsarbeit als Nutzen für Organisationen angegeben (5 Befragte).

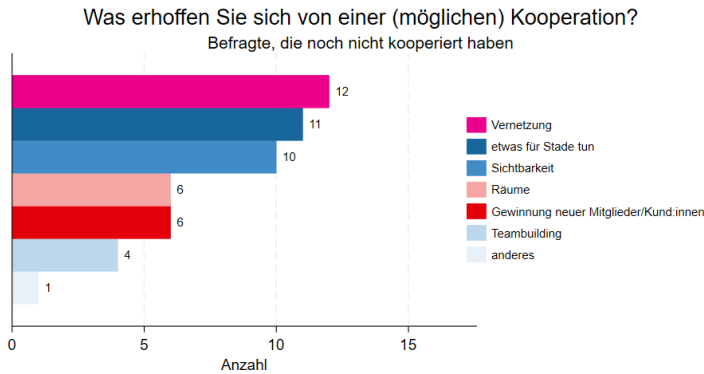
Die restlichen Antworten lassen sich folgendermaßen kategorisieren:

Befragte sahen Nutzen in der Förderung eines sinnstiftenden Projekts (3), darin, eigene neue Konzepte ausprobieren (2) und Teambuilding zu betreiben (1).

Unzufriedenheiten gab es in zwei Fällen mit dem Nutzen der Kooperation (2), hier scheint es Verbesserungspotenzial zu geben.

Mögliche Gründe für die Förderung eines sinnstiftenden Projekts können vielfältig sein: Denkbar sind das Interesse daran sein, sich gegenseitig zu helfen (ggf. partnerschaftlicher Gedanke), Überzeugung oder auch Engagement der Organisation als Imagepflege.

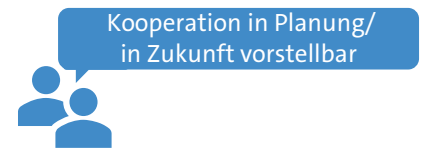
Ergebnisse - Erwartungen an mögliche Kooperation



TN: 17
absolute Anzahl aller Befragten, welche die jeweilige Kategorie wählten (Mehrfachantwort möglich) Abbildung 45

Organisationen erhoffen sich ...

- Vernetzung
- sich für Stade zu engagieren
- eigenen Vorteile durch eine Kooperation zu erlangen



Die Organisationen, die eine Kooperation mit dem Ankerplatz **aktuell planen** oder bisher nicht kooperiert haben, sich dies aber **vorstellen können**, wurden dazu befragt, was sie sich von einer (möglichen) Kooperation erhoffen. Hier wurde mit einer Mehrfachauswahl vorgegebener Antwortmöglichkeiten gearbeitet.

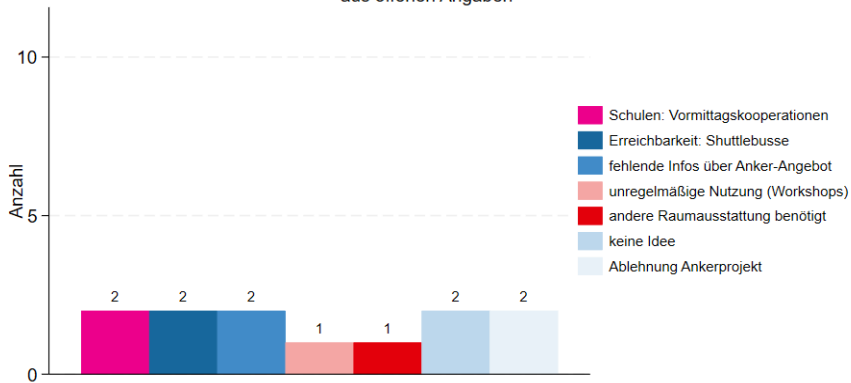
Die Antworten verteilen sich wie folgt:

- Vernetzung (Networking) (12)
- etwas für Stade tun (Engagement mit der Organisation leisten) (11)
- Sichtbarkeit für die eigene Organisation herstellen (10)
- Räume zur eigenen Nutzung (6)
- Gewinnung neuer Mitglieder/Kund:innen (6)
- Teambuilding (4)
- Anderes (1)

Das Ergebnis zeigt ein generelles Interesse daran, sich als Organisation in Stade aktiv zu beteiligen, auch wenn die Hoffnung auf eigene Vorteile wie Sichtbarkeit und Gewinnung neuer Mitglieder oder Kunden damit verbunden sind.

Ergebnisse - Bedarfe für mögliche Kooperation

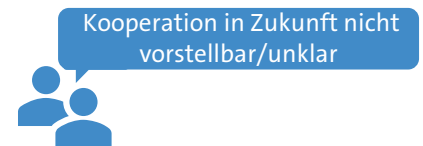
Unter welchen Umständen könnten Sie sich eine Kooperation vorstellen?
aus offenen Angaben



TN: 11

absolute Anzahl aller Befragten, auf die die jeweilige Aussage zutrifft (Mehrfachantwort möglich) Abbildung 46

Herausforderung: Die breite Zielgruppe des Ankerplatzes hat unterschiedlichste Bedarfe für Kooperationen.



Gefragt wurden die Organisationen, für die auch in Zukunft **eher keine Kooperation** denkbar ist, unter welchen Umständen sie sich eine Kooperation vorstellen könnten. Die kategorisierten Themenblöcke aus den offenen Angaben zeigen, dass es ein breites Antwortspektrum gab und wie heterogen die Zielgruppe des Ankerplatzes ist.

Angegeben wurden:

- Eine Vormittagskooperation mit Schulen (2)
- Shuttlebusse zur Erreichbarkeit (2)
- Fehlende Informationen über das Angebot des Ankerplatzes (2)
- Die unregelmäßige Nutzung (durch Workshops) (1)
- Eine andere Raumausstattung benötigt (1)
- Keine Idee (2)
- Ablehnung des Ankerplatz-Projekts (2)

Die Vielfalt stellt eine Herausforderung dar: Kooperationspartner haben verschiedenste Bedürfnisse (zeitlich, örtlich, programmatisch/inhaltlich, Ausstattung betreffend).

Es kann zu mismatching kommen, wenn z.B. eine andere Raumausstattung benötigt wird oder vom Ankerplatz über eigene Mittel/Kompetenzen hinaus erwartet wird z.B. Shuttlebusse einzurichten, um die Erreichbarkeit zu gewährleisten. Notwendig ist eine Zielgruppenanalyse bzw. klare Information über Kooperationsmöglichkeiten und –rahmenbedingungen z. B. auf der Homepage.

Ergebnisse - Bedarfsumfrage Fazit

Organisationen..

- ... **sehen einen Nutzen** im Ankerplatz
- ... sind **motiviert das Projekt zu unterstützen** (und zu einer lebendigen Innenstadt beizutragen)
- ... **sehen Potential** im Ankerplatz (jedoch müssen die Rahmenbedingungen stimmen)
- ...sind nach abgeschlossenen Kooperationen in den **überwiegenden Fällen zufrieden**

- Nicht alle Organisationen können/wollen mit dem Ankerplatz kooperieren (matching Problem).
- Die wenige Kritik bezieht sich überwiegend auf das Konzept, die Umsetzung und die Kommunikation
- Gleichzeitig kann auf wichtige Hindernisse für Kooperationen teils wenig Einfluss genommen werden (z.B. Zeit-/Personalmangel bei Kooperationspartnern).

Als positives Fazit lässt sich aus der Organisationsumfrage herausziehen:

- Der Ankerplatz hat generell einen Nutzen für Organisationen (Netzwerken, Öffentlichkeit erreichen, experimentieren, neue Mitarbeitende/Auszubildene/Kunden erreichen).
- Teilnehmende Organisationen haben das Bedürfnis und sind motiviert das Projekt zu unterstützen und sie sind potenziell engagiert für Stade.
- Teilnehmende Organisationen sehen Potential im Ankerplatz und sind Kooperationen nicht abgeneigt, wenn die Rahmenbedingungen stimmen.

Es muss auch beachtet werden:

- Nicht alle Organisationen können oder wollen mit dem Ankerplatz kooperieren.
- Die Hauptkritikpunkte der Befragten sind Umsetzung, Kommunikation, bürokratische Vorgänge, das Konzept an sich.
- Ausschlaggeben für mögliche Kooperationen sind die Rahmenbedingungen. Dazu nötig sind klare Kommunikation über Erwartungen und Möglichkeiten. Die Vielfältigkeit der Bedürfnisse von möglichen Kooperationspartnern bleibt zentrale Herausforderung.

Bisher nicht stattgefundene Kooperationen und Kritik sind allerdings kein klares Indiz für tatsächliche Ablehnung (lediglich 11 Befragte gaben an, sich keine Kooperation vorstellen zu können). Wichtiger scheinen die angegebenen Gründe für bisher nicht stattgefundene Kooperationen: Ankerplatz nicht bekannt (10), kein Bedarf (10), Personalmangel und Zeitmangel (9).

Das Projekt ist sehr jung, es braucht mehr Personalmittel, Zeit und Erfahrung, um das Konzept, das Angebot und die Kommunikation zu optimieren.

Bisher sind Zufriedenheitswerte nach einer Kooperation hoch.

Methodisches Vorgehen

4





Bürger:innenumfrage

Ziel: Erhebung konkreter Bedarfe für Projekt-Weiterentwicklung, nicht repräsentative Aussagen für Gesamtbevölkerung in Stade (explorative Forschung)

Methode: Standardisierte Quantitative Online-Umfrage (19.05.25 – 01.06.25)

Fragebogenkonstruktion und Konzepte: basierend auf Forschungsstand und theoretischen Konzepten aus Freizeitforschung (nach Freericks et al. (2010), Opaschowski (2006), Prahl (2002)) Stadt- und Raumsoziologie (z. B. Dritte Orte, Soziale-Orte-Konzept nach Kersten et al. (2022), Manthe (2024), Nikolic (2019), Oldenburg (1982)), die auf das Ankerplatzkonzept übertragbar sind

Zielgruppe: Personen, die den Ankerplatz bereits nutzen oder potenziell interessiert sind.

Feldzugang: Convenience-Sampling über Social Media des Ankerplatzes, Lokalzeitung, Stadtmarketing, Poster und persönliche Ansprache

Breite Streuung: Vielfältige Kanäle (s.o.) zur Reichweitenerhöhung und Minimierung von Verzerrung innerhalb der Zielgruppe

Teilnehmer:innen: Insgesamt haben 382 Personen Antworten gegeben, davon waren 76% (291 Fälle) vollständig.

Methodische Angemessenheit: Convenience-Sampling üblich in explorativen, partizipativen Projekten

Limitationen: Die Ergebnisse sind nicht generalisierbar aufgrund des explorativen Vorgehens.

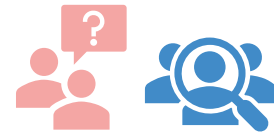
Fragebogaufbau:

- Allgemeine Freizeitgestaltung und -interessen
- Eingebundenheit in Gruppen und Zufriedenheit
- Stade: Angebots-Zufriedenheit und Innenstadtnutzung
- Ankerplatz:
 - Anforderungen (z. B. Barrierefreiheit),
 - Angebotswünsche (Container-Priorität)
 - Besuchsmotivation (z. B. Mitgestaltung, Unterhaltung, etw. Lernen)
 - Demografische Kategorien

Auswertung: Auswertung und Aufbereitung der Daten in STATA, offene Antworten in MAXQDA

Organisationsumfrage

Methodisches Vorgehen



Forschungsfrage: Welche Bedarfe haben Organisationen, Netzwerke und Selbstständige in und um Stade in Bezug auf eine Kooperation mit dem Ankerplatz? Wie werden bisherige Kooperationen bewertet?

Methode: Online-Befragung mit offenen und geschlossenen Fragen (Zeitraum: 12.05.-02.06.25)

Hintergrund: Die Fragebogengestaltung basiert auf dem Konzept des Ankerplatzes als Plattform, die von verschiedenen Organisationen und Akteur:innen bespielt werden kann, um Angebote zu verwirklichen. Der Fokus sind die Aspekte und Rahmenbedingungen von Kooperationen mit dem Ankerplatz aus Sicht (möglicher) externer Partner:innen.

Zielgruppe: Organisationen (Vereine, Verbände, Einrichtungen, Unternehmen), Politik und Verwaltung, Selbstständige

Sampling: Convenience Sampling mit dem Schwerpunkt: E-Mail an Kooperationspartner:innen/ Akteur:innen in der Region, die aus Kontakten des Ankerplatzes und einer Liste an recherchierten Akteur:innen generiert wurden

Teilnehmer:innen: Insgesamt haben 73 Personen Antworten gegeben, wovon 6 aufgrund von unpassender Rolle (keine Übereinstimmung mit Zielgruppe, Angabe z.B. Privatperson, Besucher:in) aussortiert wurden. Von den 67 genutzten Datensätzen, haben 72% der Teilnehmenden (48), die Umfrage vollständig ausgefüllt.

Methodische Angemessenheit: Convenience-Sampling üblich in explorativen, partizipativen Projekten

Limitationen: Die Ergebnisse sind nicht generalisierbar aufgrund des explorativen Vorgehens.



Abbildungsverzeichnis	Seite
Abb. 1: Wie alt sind Sie?	8
Abb. 2: Welchem Geschlecht ordnen Sie sich zu?	8
Abb. 3: Wie haben Sie von der Umfrage erfahren?	9
Abb. 4: Was trifft für Sie in Bezug auf die Stader Innenstadt zu?	10
Abb. 5: Wie zufrieden sind Sie mit den bestehenden Angeboten in Stade?	11
Abb. 6: Wie zufrieden sind Sie mit den bestehenden Angeboten in Stade (in Abhängigkeit des Alters)	12
Abb. 7: An welchen Gruppentreffen nehmen Sie regelmäßig teil? (min. 1x im Quartal)	15
Abb. 8: Anzahl verschiedener Gruppentreffen	15
Abb. 9: An welchen Gruppentreffen nehmen Sie regelmäßig teil? (min. 1x im Quartal) (Befragte zwischen 14 und 24 Jahren)	16
Abb. 10: Soziale Eingebundenheit (in Abhängigkeit der Teilnahme an Gruppentreffen)	17
Abb. 11: Zustimmung: "Ich bin in mindestens eine Gruppe eingebunden." (in Abhängigkeit des Alters)	18
Abb. 12: Zustimmung: "Ich erlebe regelmäßig ein ‚Wir-Gefühl‘." (in Abhängigkeit des Alters)	18
Abb. 13: Haben Sie den Ankerplatz schon besucht?	19
Abb. 14: Welche Möglichkeiten sollte der Ankerplatz für Sie bieten? - persönliche und soziale Interessen	25
Abb. 15: Welche Möglichkeiten sollte der Ankerplatz für Sie bieten? - Zugang und Angebote	26
Abb. 16: Welche (zukünftigen) Angebote des Ankerplatzes finden Sie interessant?	28
Abb. 17: Möglichkeit: Gleichgesinnte zu treffen (in Abhängigkeit des Alters)	30
Abb. 18: Möglichkeit gemeinsame Projekte durchzuführen (in Abhängigkeit des Alters)	30

Abb. 19: Möglichkeit für politische Teilhabe (in Abhängigkeit des Alters)	30
Abb. 20: Möglichkeit kostenlose Angebote zu nutzen (in Abhängigkeit des Alters)	31
Abb. 21: Möglichkeit mich zu bewegen (in Abhängigkeit des Alters)	31
Abb. 22: Möglichkeit Feste und Events zu besuchen (in Abhängigkeit des Alters)	32
Abb. 23: Möglichkeit das Angebot ohne Anmeldung zu nutzen (in Abhängigkeit des Alters)	32
Abb. 24: Interesse an einem Fitnessraum (in Abhängigkeit des Alters)	33
Abb. 25: Interesse an einem offenen Jugendcontainer (in Abhängigkeit des Alters)	33
Abb. 26: Interesse an Verleih von Spiel- und Sportgeräten (in Abhängigkeit des Alters)	34
Abb. 27: Interesse an Sportveranstaltungen und Bewegungsangeboten (in Abhängigkeit des Alters)	34
Abb. 28: Interesse an Events (Musik/Kultur/etc.) (in Abhängigkeit des Alters)	35
Abb. 29: Interesse an Nachhaltigkeitsangeboten und Kleidertauschbörse (in Abhängigkeit des Alters)	35
Abb. 30: Interesse an Spielflächen für Kinder (in Abhängigkeit des Alters)	35
Abb. 31: Interesse an einem sicheren Fahrradunterstellplatz (in Abhängigkeit des Alters)	36
Abb. 32: Interesse an offenen Multifunktionsräumen (in Abhängigkeit des Alters)	36
Abb. 33: (ausgewählte) Anforderungen und Interessen an den Ankerplatz (der Befragten, die an sportlichen Gruppenveranstaltungen teilnehmen)	37
Abb. 34: persönliche/soziale Interessen am Ankerplatz (der Befragten, die regelmäßig an Gruppentreffen teilnehmen)	38

Abb. 35: Anforderungen an den Ankerplatz (der Befragten mit Kindern unter 14 Jahren)	39
Abb. 36: Interessen am Ankerplatz (der Befragten mit Kindern unter 14 Jahren)	40
Abb. 37: Anforderungen an den Ankerplatz (in Abhängigkeit der Zufriedenheit mit den Angeboten)	41
Abb. 38: Aus welcher Perspektive bzw. Funktion nehmen Sie teil? (Organisationen)	51
Abb. 39: Haben Sie schon mit dem Ankerplatz Stade e.V. kooperiert? (Organisationen)	52
Abb. 40: Können Sie sich vorstellen in Zukunft mit dem Ankerplatz Stade e.V. zu kooperieren? (Organisationen)	52
Abb. 41: Art/Rahmen der Kooperation mit dem Ankerplatz (Organisationen) (aus offenen Angaben)	53
Abb. 42: Wie zufrieden sind Sie mit der Kooperation mit dem Ankerplatz insgesamt? (Organisationen)	53
Abb. 43: Motivation für die Kooperation mit dem Ankerplatz (Organisationen) (aus offenen Angaben)	54
Abb. 44: Welchen Nutzen hatte die Kooperation für Sie? (Organisationen) (aus offenen Angaben)	55
Abb. 45: Was erhoffen Sie sich von einer (möglichen) Kooperation? (Organisationen) (Befragte, die noch nicht kooperiert haben)	56
Abb. 46: Unter welchen Umständen könnten Sie sich eine Kooperation vorstellen? (aus offenen Angaben) (Organisationen)	57