



Protokollauszug

aus der
konstituierende öffentliche Sitzung des Ausschusses für Stadtentwicklung, Bauen und Entwicklung des ländlichen Raumes
vom 10.09.2024

öffentlich

**Top 5.1 Ein neuer Weihnachtsmarkt für die Innenstadt
23/SVV/1389
vertagt**

Die Tagesordnungspunkte 5.1, 5.1.1 und 5.2 werden zusammen behandelt.

Herr Frerichs (Wirtschaftsförderung) bringt die Vorlage ein. Die Präsentation wird dem TOP im Ratsinformationssystem als Anlage beigefügt.

Herr Frerichs geht auf Nachfragen der Ausschussmitglieder ein.

Frau Hüneke bitte grundsätzlich darum, geplante Präsentationen der Verwaltung vorab der Ausschusssitzung zur Vorbereitung zu erhalten.

Frau Hüneke stellt den Geschäftsordnung-Antrag (GO-Antrag) auf Zurückstellung der Anträge TOP 5.1 (23/SVV/1389), TOP 5.1.1 (23/SVV/1389-01) und TOP 5.2 (24/SVV/0033) und Wiedervorlage im Ausschuss mit der von der Verwaltung für September 2024 angekündigten Verwaltungsvorlage.

Herr Rubelt informiert, dass die angekündigte Verwaltungsvorlage in die Sitzung der Stadtverordnetenversammlung am 25.09.2024 eingebracht werde; eine Behandlung im Ausschuss erfolge somit zur nächsten Sitzung am 08.10.2024.

Der Vorsitzende stellt den GO-Antrag auf Zurückstellung zur Abstimmung:
Abstimmungsergebnis: einstimmig angenommen.

Potsdamer Weihnachtsmarkt

Vorstellung der Ergebnisse der Online-Beteiligung
Ausschuss für Stadtentwicklung, Bauen und Entwicklung
des ländlichen Raumes, 10.09.2024

23/SVV/1389 Ein neuer Weihnachtsmarkt

23/SVV/1389-01 Ein neuer Weihnachtsmarkt

24/SVV/0033 Neuer Standort für den Weihnachtsmarkt

Neuausrichtung Weihnachtsmarkt | Prozess

1. Beteiligungsprozess

Workshop zum Weihnachtsmarkt OBM, 28.1.2024

- Wahrnehmung der Problemlage der Gewerbetreibenden sowie des Forderungskatalogs
- Zusage eines Beteiligungsprozesses zur Weiterentwicklung des Potsdamer Weihnachtsmarktes

Design Thinking Workshop mit Interessensvertretenden, 17.03.2024

- Ergebnisse bildeten die Grundlage und Struktur für die Online-Befragungen

Durchführung der Online-Befragungen

- Befragung ermöglichte eine Wahloption zur Beantwortung als
a) Bürgerinnen und Bürger oder Besuchender oder als b) Gewerbetreibende
- Laufzeit der Befragung: 10.06. bis zum 07.07.2024

Gremienbeteiligung (SVV und Ausschüsse)

- Einbringung Beschlussvorlage zur Neuausrichtung WM in SVV am 25.9.2024
- DS 23/SVV/1389; 23/SVV/1389-01 und 24/SVV/0033 -> Durch Verwaltungshandeln erledigt?

Neuausrichtung Weihnachtsmarkt | Auswertung

2. Teilnehmende an der Online-Befragung

- Insgesamt haben 7.182 Personen teilgenommen, davon: 6.967 Bürgerinnen und Bürger (97%) sowie 215 Gewerbetreibende (3%)
- Die Teilnehmenden kamen überwiegend aus Potsdam (82,5%) und hatten den Weihnachtsmarkt in den Jahren 2022 und/oder 2023 besucht (81,9%)
- Individuelle, nicht-standardisierte Antwortmöglichkeiten wurden aktiv genutzt. Insgesamt gab es über 12.500 Freitexteingaben, die qualitativ ausgewertet wurden.
- Die durchschnittliche Bearbeitungszeit des Fragebogens betrug 13 Minuten.
- Die Beteiligungs- und Aktivierungsquote bei den Gewerbetreibenden war geringer als erwartet.
- Mit Blick auf die Branchen haben sich nominell am stärksten die inhabergeführten Einzelhändler beteiligt (n=57). Mit Blick auf den Firmenstandort bildeten die Gewerbetreibenden der Brandenburger Straße die größte Einzelgruppe.
- ▶ **Die nominal hohe Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger kann als ein Indiz für das hohe Interesse und Aktivierungspotential des Themas interpretiert werden.**

Neuausrichtung Weihnachtsmarkt | Auswertung

3. Motivation zum Weihnachtsmarktbesuch

Warum besuchen Menschen den Weihnachtsmarkt (WM)?

Die fünf wichtigsten genannten Gründe sind:

Antwortmöglichkeiten (Top 5)	Anteil	Nennungen
Ambiente genießen / in Weihnachtsstimmung kommen	85,58%	5.369
Essen & Trinken	67,74%	4.250
Freunde treffen	63,04%	3.955
Zeit mit der Familie verbringen	61,14%	3.836
Weihnachtsgeschenke kaufen	34,86%	2.187

► **Der Weihnachtsmarktbesuch ist mehr ein soziales, als ein kommerzielles Ereignis.**

Neuausrichtung Weihnachtsmarkt | Auswertung

4. Wie hat der Weihnachtsmarkt den Bürgern gefallen?

- Wirklich gefallen hat der Weihnachtsmarkt den meisten Besuchern nicht. Nur 23,7% der Befragten fanden ihn gut oder sehr gut, über 56% hingegen fanden ihn weniger oder gar nicht gut.

Was hat gefallen – TOP 5	Nennungen
Angebote für Essen & Trinken	733
Zentrale Lage	522
Märchenbühne	186
Ambiente	154
Größe	122

Was hat nicht gefallen – TOP 5	Nennungen
Zu eng / zu voll / Gedrängel	1.800
Blau / Blaue Beleuchtung / ...	768
Zu viel Essen und Getränke	541
Lage (Brandenburger Straße)	452
Geschäfte verdeckt / zugestellt	435

- ▶ Insgesamt äußerten sich die Befragten deutlich kritischer zu den Aspekten, die ihnen nicht gefallen haben. Die Möglichkeit der Kritik wurde deutlich stärker genutzt (5.163 Personen), als die Möglichkeit des Lobes (3.846 Personen)
- ▶ Kritikpunkte korrespondieren mit Änderungswünschen – sie sind zwei Seiten einer Medaille.

Neuausrichtung Weihnachtsmarkt | Auswertung

4. Wie hat der WM den Gewerbetreibenden gefallen?

- Wirklich gefallen hat der Weihnachtsmarkt aber auch den Gewerbetreibenden nicht. Nur 36,7% der Befragten fanden ihn gut oder sehr gut, über 52% hingegen fanden ihn weniger oder gar nicht gut.

Was hat gefallen – TOP 5	Nennungen
Zentrale Lage	37
Gestaltung der Stände	8
Vielfältige Angebote	8
Atmosphäre	7
Essensangebote	7

Was hat nicht gefallen – TOP 5	Nennungen
Angebotsmix	28
Geschäfte verdeckt / zugestellt	26
Lage (Brandenburger Straße)	24
Aussehen der Stände	18
Zu viel Essen und Getränke	18

- ▶ Am besten gefallen hat der Weihnachtsmarkt den Gewerbetreibenden in der Brandenburger Straße. Über 48% von ihnen hat er gut oder sehr gut gefallen.
- ▶ Am wenigsten gefallen hat der Weihnachtsmarkt den Gewerbetreibenden in den Quer- und Nebenstraßen. Über 88% von ihnen hat er weniger oder gar nicht gut gefallen.

Neuausrichtung Weihnachtsmarkt | Auswertung

5. Was wünschen sich die Besucher? (1)

Mehr weihnachtliche Stimmung und Atmosphäre

- Lichterketten und Beleuchtung mit warmen Farben, weihnachtliche Musik und Gerüche,
- geschmückte Weihnachtsbäume und weihnachtlich dekorierte Stände

Mehr Qualität und Regionalität (Warenangebote)

- Weihnachtliche Süß- und Backwaren, lokale Produkte, Speisen und Getränke;
- traditionelle weihnachtliche Sortimente und Kunsthandwerk,
- Heißgetränke wie Glühwein, Punsch u.ä., Speisenangebote und Grillstände

Mehr Nicht-Kommerz (sonstige Angebote)

- Sitzgelegenheiten, Musik (Chöre/Bläser), Ruhe- /Verweilzonen
- Märchenbühne, Geschichtenvorleser, Weihnachtsmann, Weihnachts-Post
- Schauhandwerk und Handwerkspräsentationen, Mitmach-Angebote für Kinder

Was wird nicht gewünscht

- Das untere Ende der Beliebtheitsskala belegen Angebote wie „Kirmes / Rummel“ und „Riesenrad“.

► Die Befragten wünschen sich Veränderungen!

Neuausrichtung Weihnachtsmarkt | Auswertung

5. Was wünschen sich die Besucher? (2)

Warenangebote (Top 6)	Anteil	Nennungen
weihnachtliche Süß-/Backwaren	90,56%	5.421
lokale/regionale Produkte, Speisen & Getränke	87,03%	5.226
typisch traditionelle, weihnachtliche Sortimente (z.B. Weihnachtsschmuck,...)	85,52%	5.136
Kunsthandwerk (z.B. Holzschnitzer, Glasbläser, Kerzenziehen)	82,76%	4.972
alkoholische & nicht-alkoholische Heißgetränke (z.B. Glühwein, Punsch, Glühbier, ...)	75,80%	4.546
zubereitete Speisen / Grillstände (z.B. Bratwurst, Langos, Grünkohl, Kassler)	75,80%	4.545

Sonstige Angebote (Top 6)	Anteil	Nennungen
Sitzgelegenheiten	86,98%	5.202
Musik (z.B. Chöre / Bläser)	83,42%	4.980
Ruhezonen und Verweilzonen	80,73%	4.825
Märchenbühne / Geschichtenvorleser*in	78,85%	4.723
Handwerk zum Anschauen / Handwerkspräsentation	73,53%	4.396
Mitmachangebote für Kinder (z.B. Basteln, Schminken, Theater, Weihnachts-Poststelle)	70,18%	4.201

6. Welche Effekte hat der WM für Gewerbetreibende?

- **Der WM wirkt sich auf das Geschäft aus**, das geben 66% der Gewerbetreibenden an.
- **Positive Effekte (Top 3)** : Kundenfrequenz (50%), höhere Umsätze (41%) sowie bessere Wahrnehmung durch neue Kunden (31%).
- **Negative Effekte (Top 3)**: angespannte Parksituation, stärkere Verschmutzung sowie geringere Sichtbarkeit / Wahrnehmung des eigenen Betriebes
- **Brandenburger Straße:**
hohe Abhängigkeit von Weihnachtsmarkt und Weihnachtsgeschäft
positive und negative Effekte werden als stark oder sehr stark bewertet
- **Quer- und Nebenstraßen:**
deutlich geringere Abhängigkeit von Weihnachtsmarkt und Weihnachtsgeschäft
von positiven Effekten wird weniger partizipiert, negative Effekte dagegen wirken um so stärker
- **Konkurrenzsituation**
86% der Gewerbetreibenden sehen keine Konkurrenz durch den WM zu ihren Sortimenten.
Am stärksten wird die Konkurrenz von Teilen der Gastronomie (25%) wahrgenommen.

7. Wie wichtig sind verkaufsoffene Sonntage?

- Der WM ist ein möglicher Anlass für die Genehmigung von verkaufsoffenen Sonntagen.
- 47% aller Gewerbetreibenden geben an, dass verkaufsoffene Sonntage für sie wichtig oder sehr wichtig sind. Für 42% hingegen sind diese Sonderöffnungen weniger oder gar nicht wichtig.
- Die höchste Bedeutung haben verkaufsoffener Sonntage für die Gewerbetreibenden auf der Brandenburger Straße. 58% geben an, diese Sonderöffnungen seien wichtig oder sehr wichtig.
- Die geringste Bedeutung haben verkaufsoffener Sonntage für die Gewerbetreibenden in den Quer- und Nebenstraßen. Nur 22% geben an, diese Sonderöffnungen seien für sie wichtig oder sehr wichtig. Für 65% hingegen sind sie weniger oder gar nicht wichtig.

8. Spezifische Perspektiven der Gewerbetreibenden (1)

Eigene Beteiligung am Weihnachtsmarkt

- 15% der Gewerbetreibenden haben bereits ein- und mehrmals einen eigenen Stand auf dem WM betrieben. In der Mehrzahl handelte es sich dabei um Gastronomen
- Maßgebliches Argument gegen einen eigenen Stand ist die Einschätzung, dass das eigene Sortiment keinen Bezug zum Weihnachtsmarkt hat.

Eigene Nutzung von Außenflächen

- Die Außenflächen vor dem eigenen Geschäft in der Weihnachtszeit selbst zu bespielen ist nur 27% der Befragten eine interessante Option.
- Am deutlichsten ausgeprägt ist das Interesse daran in der Gruppe der Gastronomen. Hier geben 60%, an einer Nutzung der Außenflächen interessiert zu sein.

8. Spezifische Perspektiven der Gewerbetreibenden (2)

Sichtbarkeit und Zugänglichkeit der Geschäftsräume

- Fast 65% der Befragten wünschen sich, dass der Straßenraum vor ihrem Unternehmen frei bleibt.
- Strukturell besonders ausgeprägt ist dieser Wunsch bei den inhabergeführten Einzelhändlern (77%).
- Räumlich besonders stark ausgeprägt ist dieser Wunsch dagegen in den Neben- und Querstraßen. Hier wünschen sich 86% der Befragten, dass der Straßenraum frei bleiben soll.

Weihnachtsbeleuchtung

- Für 90% der befragten Gewerbetreibenden ist eine weihnachtliche Beleuchtung inklusive Nebenstraßen sehr wichtig oder wichtig.
- Befragt nach der Bereitschaft, sich an den Kosten einer Beleuchtung zu beteiligen, antworten 46% aller Gewerbetreibenden mit Ja und 54% mit Nein. Deutlich höher ist diese Bereitschaft bei den Gastronomen (58%), Handwerksbetrieben (57%) und inhabergeführten Einzelhändlern (50%).

Neuausrichtung Weihnachtsmarkt | Auswertung

9. Standortalternativen für den Weihnachtsmarkt

Variante A - Brandenburger Straße (entzerrt)



Variante B - Bassinplatz (zentral & kompakt)



Variante C – Lustgarten, Alter und Neuer Markt (dezentral)



Neuausrichtung Weihnachtsmarkt | Auswertung

9. Standortpräferenzen der Bürgerinnen und Bürger

Standortoptionen (1) > Vergleich	Sehr gut / gut		Nicht gut / gar nicht gut	
	Anteil	Nennungen	Anteil	Nennungen
A – Brandenburger Straße (entzerrt)	50,84 %	2.895	26,75 %	1.534
B – Bassinplatz (zentral und kompakt)	73,30 %	4.227	11,41 %	658
C – Lustgarten, Alter & Neuer Markt (dezentral)	37,16 %	2.144	42,37 %	2.445

Standortoptionen (2) > Favorit	Anteil	Nennungen
A – Brandenburger Straße (entzerrt)	31,22 %	1.796
B – Bassinplatz (zentral und kompakt)	47,80 %	2.750
C – Lustgarten, Alter & Neuer Markt (dezentral)	20,98 %	1.207

9. Standortpräferenzen der Bürgerinnen und Bürger

Ergebnis:

- Im direkten Vergleich der Alternativen erhält der Bassinplatz nicht nur die höchste Zustimmung und den höchsten Stimmenanteil, sondern auch die kleinste Ablehnungsquote.
 - Die Variante Brandenburger Straße landet in der Gunst der Befragten auf dem zweiten Platz
 - Die Variante C findet die geringste Zustimmung und zugleich die höchste Ablehnungsquote.
 - Die vorgenannten Ergebnisse werden hinsichtlich Rangfolge bzw. Präferenz durch die Tabelle „Standortoptionen 2“ bestätigt.
- **Aus Sicht der Befragten Bürgerinnen und Bürger wäre der Bassinplatz der mehrheitlich bevorzugte Standort für einen neuen Weihnachtsmarkt.**

Neuausrichtung Weihnachtsmarkt | Auswertung

9. Standortpräferenzen der Gewerbetreibenden

Standortoptionen (1) > Vergleich	Sehr gut / gut		Nicht gut / gar nicht gut	
	Anteil	Nennungen	Anteil	Nennungen
A – Brandenburger Straße (entzerrt)	60,7 %	96	26,6 %	42
B – Bassinplatz (zentral und kompakt)	52,6 %	81	29,2 %	45
C – Lustgarten, Alter & Neuer Markt (dezentral)	25,8 %	39	61,6 %	93

Standortoptionen (2) > Favorit	Anteil	Nennungen
A – Brandenburger Straße (entzerrt)	50,3 %	77
B – Bassinplatz (zentral und kompakt)	30,7 %	47
C – Lustgarten, Alter & Neuer Markt (dezentral)	18,9 %	29

9. Standortpräferenzen der Gewerbetreibenden

Ergebnis:

- Im direkten Vergleich der Alternativen erhält die Brandenburger Straße die höchste Zustimmung, den höchsten Stimmenanteil und die kleinste Ablehnungsquote. Die Abstände zur zweit platzierten Variante fallen jedoch deutlich geringer aus, als bei den befragten Bürgern.
- Die Variante Bassinplatz landet in der Gunst der Befragten auf dem zweiten Platz
- Die Variante C findet die geringste Zustimmung und zugleich die höchste Ablehnungsquote.
- Die vorgenannten Ergebnisse werden hinsichtlich Rangfolge bzw. Präferenz durch die Tabelle „Standortoptionen 2“ bestätigt.
- Hinweis: Die vergleichsweise geringen Fallzahlen bei einer gleichzeitig hohen Heterogenität in der Befragungsgruppe ermöglichen keine statistisch validen Aussagen. Eine differenzierende Betrachtung ist notwendig.

9. Standortpräferenzen der Gewerbetreibenden

Ergebnis (Vertiefung):

- Bei inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben gibt es eine ambivalente Haltung zu den Varianten A (Brandenburger Str.) und B (Bassinplatz). Die höchste wenn auch knappe Zustimmung findet dennoch die Variante A. Eine ähnliche Situation zeichnet sich bei den Gastronomen ab.
 - Eine klare und deutliche Zustimmung findet die Variante A hingegen in den Gruppen der filialisierten Einzelhändler als auch in der Gruppe der Gewerbetreibenden auf der Brandenburger Straße.
 - Aus vorliegenden Daten nicht erklärbar ist dabei jedoch die Diskrepanz in diesen beiden Gruppen zwischen der mehrheitlichen Standortpräferenz für die Brandenburger Straße bei einer gleichzeitigen und mehrheitlichen Ablehnung von Verkaufsständen vor dem eigenen Gewerbestandort.
 - Demgegenüber favorisieren die Händler der Quer- und Nebenstraßen mehrheitlich die Variante B.
 - Im Ergebnis einer differenzierten Betrachtung werden Unterschiede und Ambivalenzen sichtbar, das Gesamtergebnis verändert sich jedoch nicht
- **Die Brandenburger Str. ist die bevorzugte Standortvariante der befragten Gewerbetreibenden.**

Neuausrichtung Weihnachtsmarkt | Auswertung

10. Kernergebnisse der Befragung

- ▶ **Kein Blaues Licht / kein übergeordnetes Thema**
- ▶ **Viele Konflikte und Probleme am bisherigen Standort**
- ▶ **Wunsch nach Veränderung**
- ▶ **Mehr weihnachtliche Stimmung und Atmosphäre**
- ▶ **Mehr Qualität und Regionalität (Warenangebote)**
- ▶ **Mehr nichtkommerzielle Angebote (sonstige Angebote)**
- ▶ **Interesse und Offenheit für neuen Standorte**
- ▶ **Gewerbetreibende sehen keine Konkurrenz durch Weihnachtsmarkt**
- ▶ **Hohe Beteiligung als Ausdruck für starkes Interesse**

Vielen Dank.

