



**KARL  
MARX  
STRASSE**

WAS DENKST DU?





**01** Vorgehensweise

**02** Ergebnisse

**03** Auswertung &  
Ausblick



**Vorgehensweise**

**01**







3rd party ad content

# Neukölln: Online-Umfrage zur Zukunft der Karl-Marx-Straße gestartet

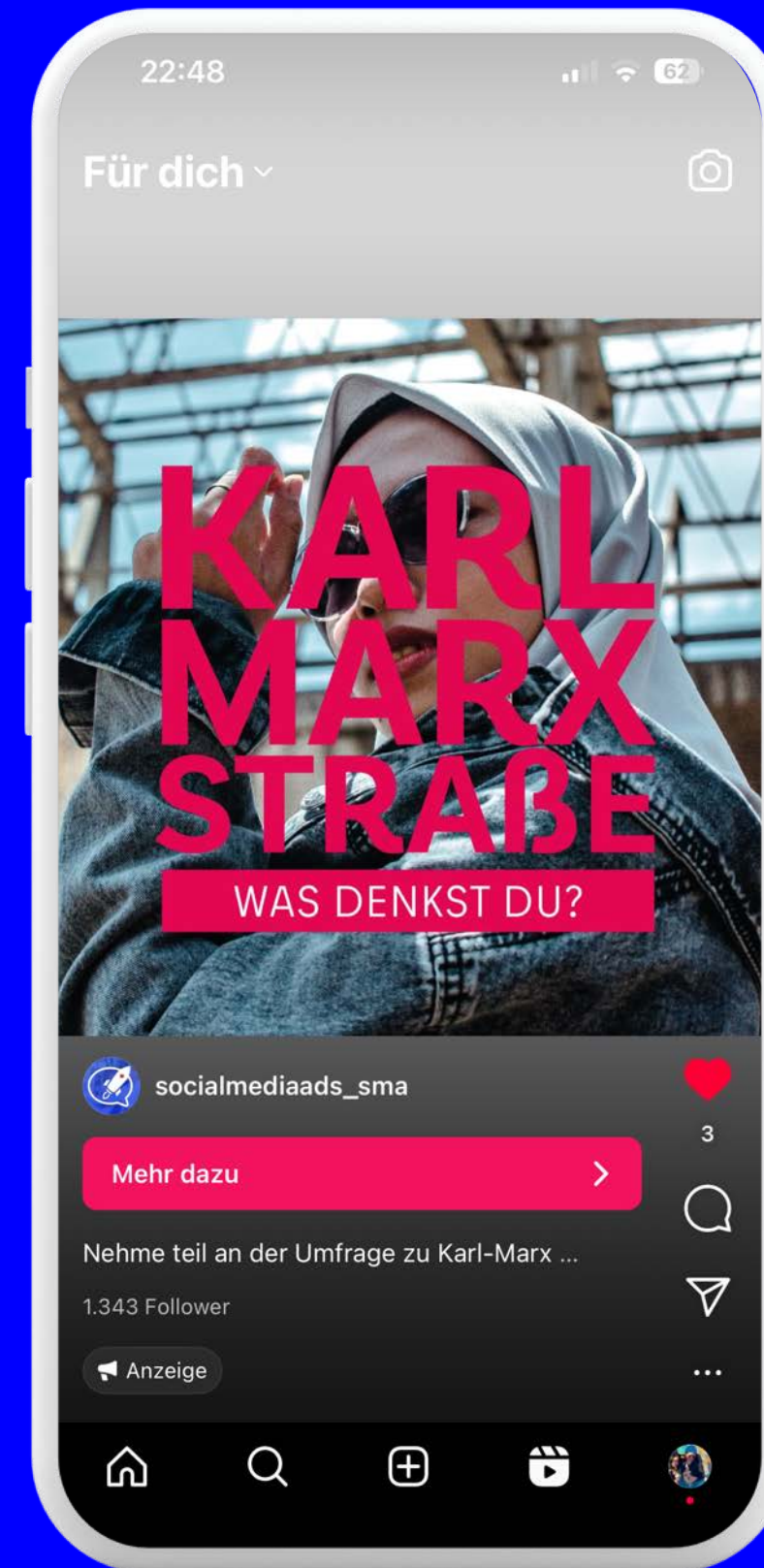
Die Karl-Marx-Straße soll besser vermarktet werden. Dafür sollen Anwohner an einer Umfrage teilnehmen. Auch Preise sind ausgelobt.

BLZ

23.10.2024 | 16:52 Uhr



Emmanuele Contini





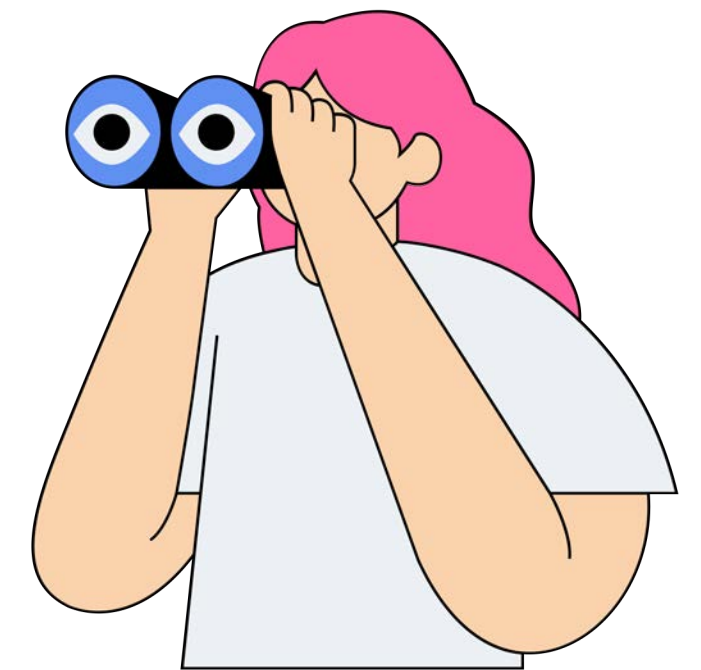
**Ergebnisse**

**02**



**31 Tage Laufzeit**  
**4x Verteiltage**  
**+8 Online-Artikel**  
**10 Tage Instagramwerbung**  
**+7 Multiplikator:innen**

**746 Teilnehmer:innen**





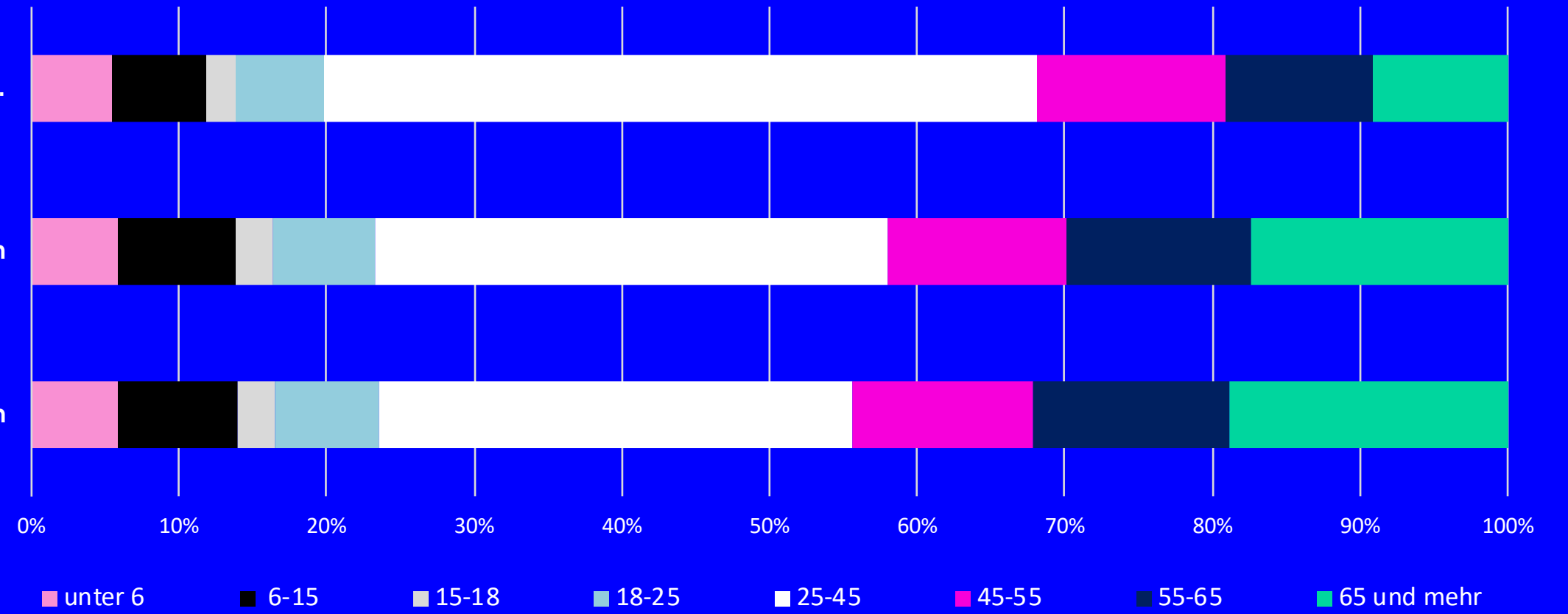


»Was wir  
bisher  
wissen.«

Zentrum Karl-Marx-Str.

Neukölln

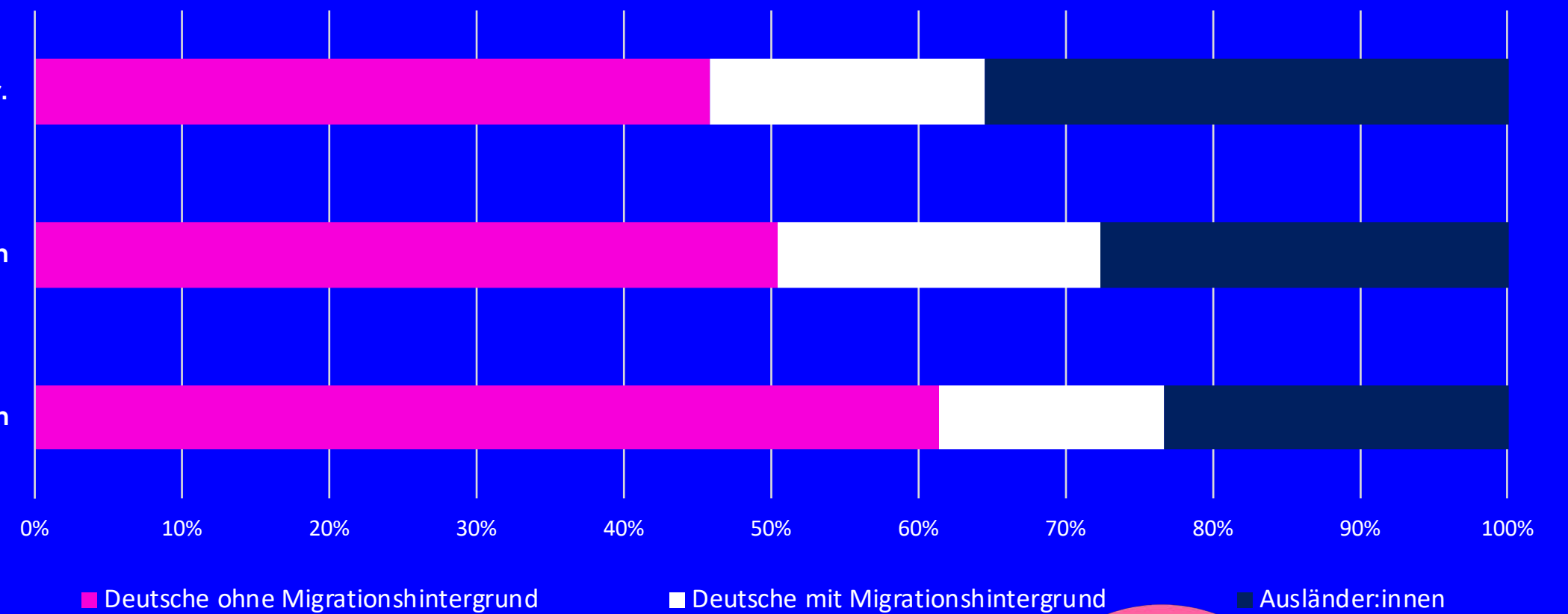
Berlin



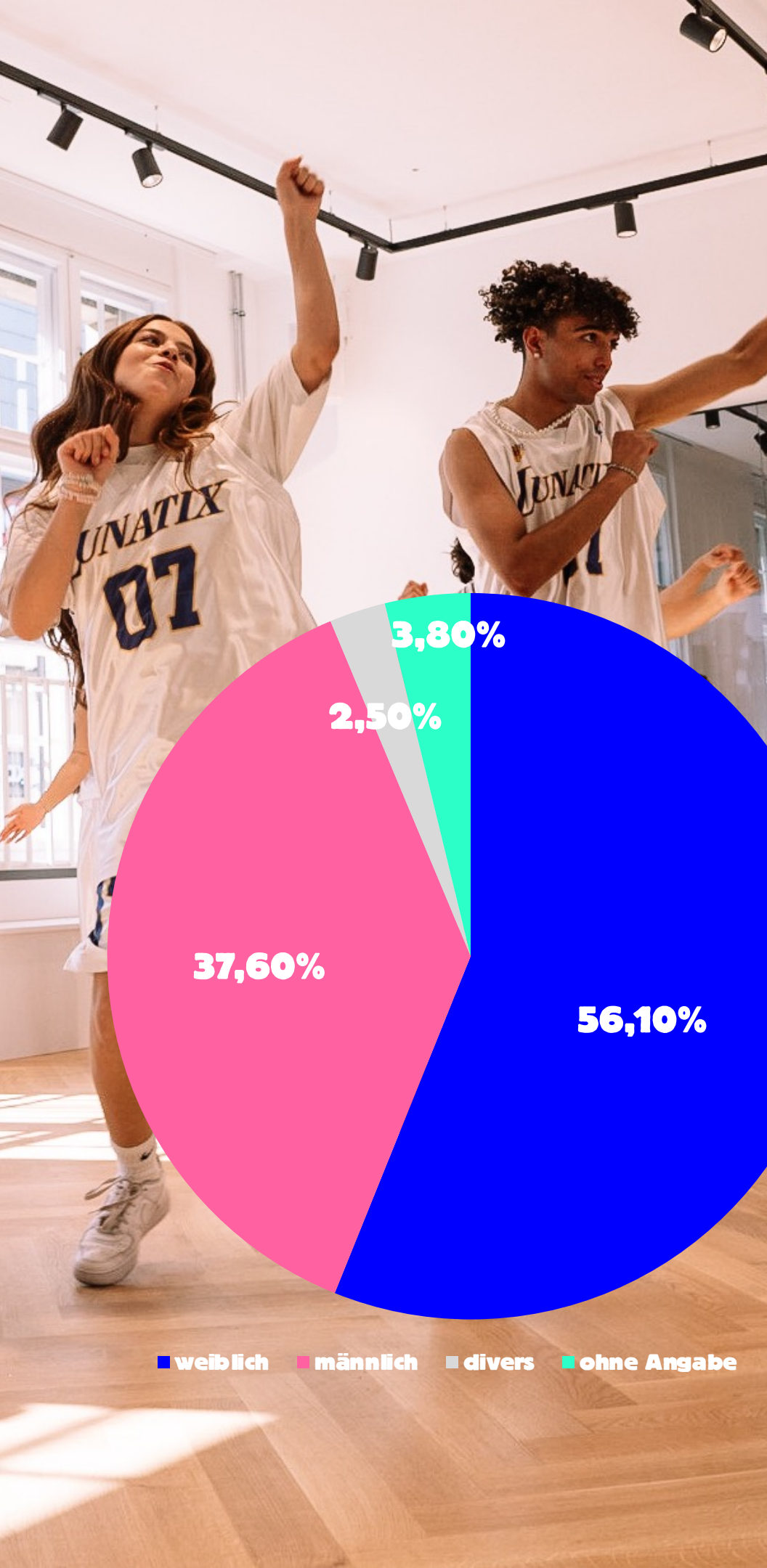
Zentrum Karl-Marx-Str.

Neukölln

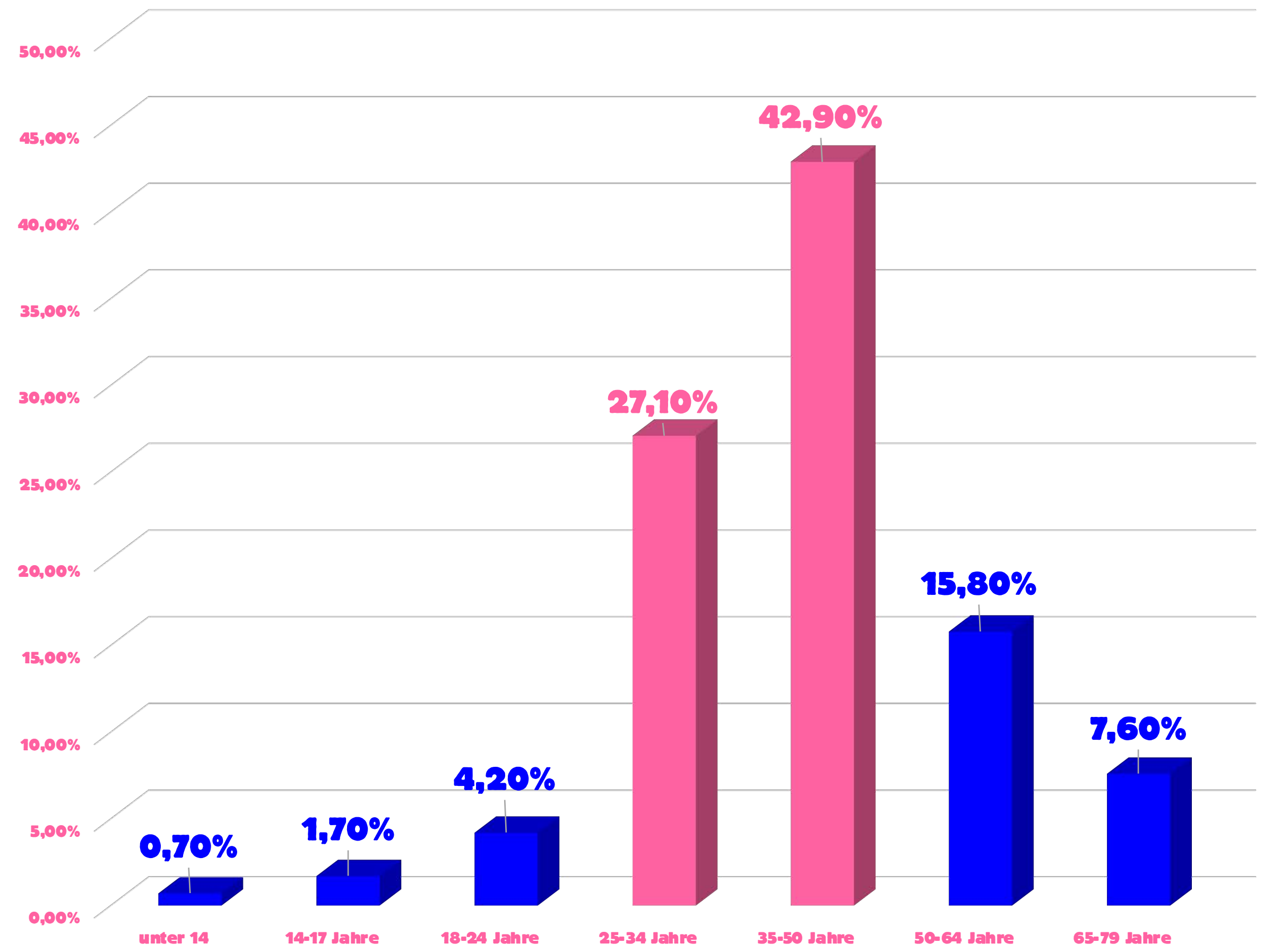
Berlin





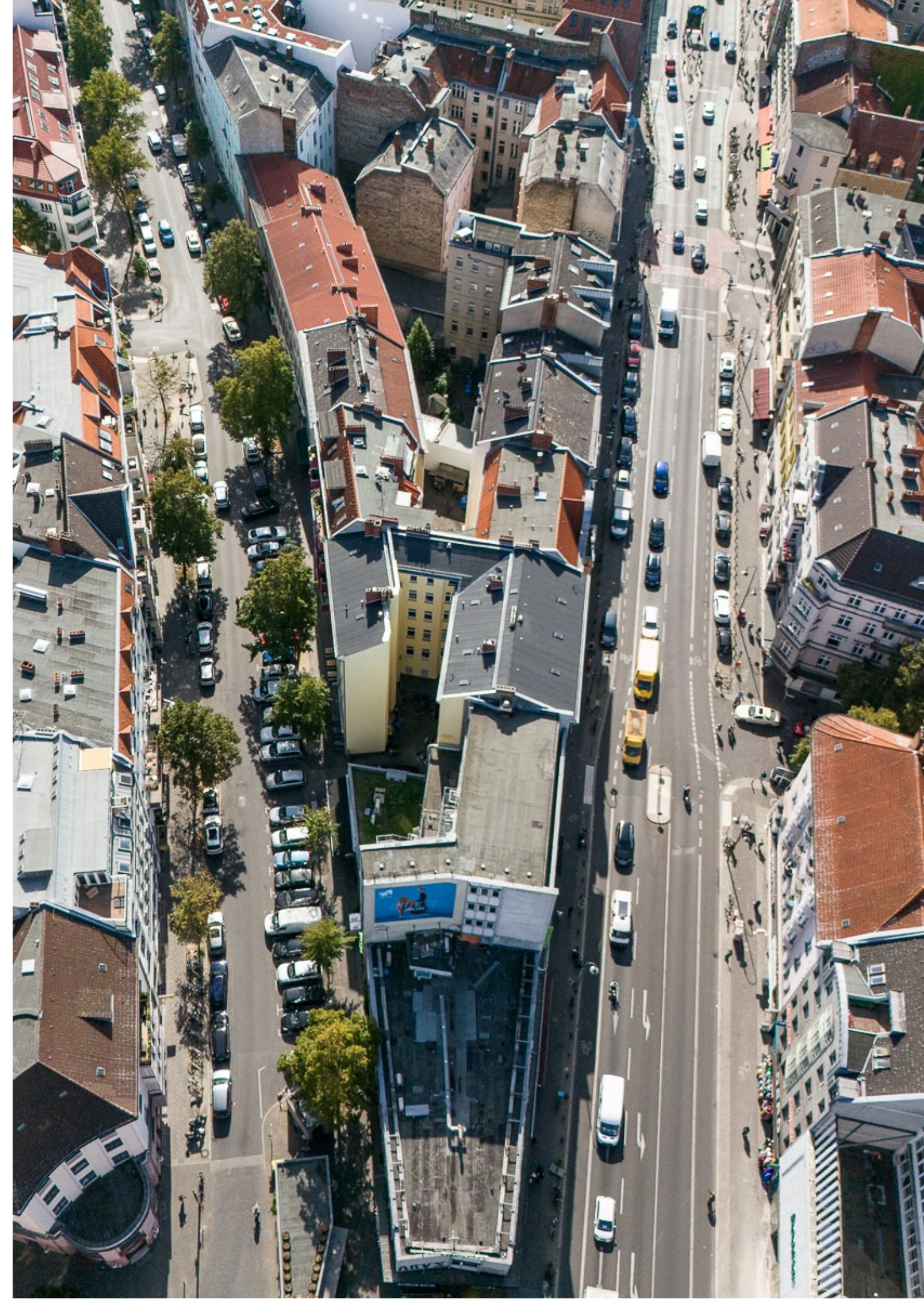
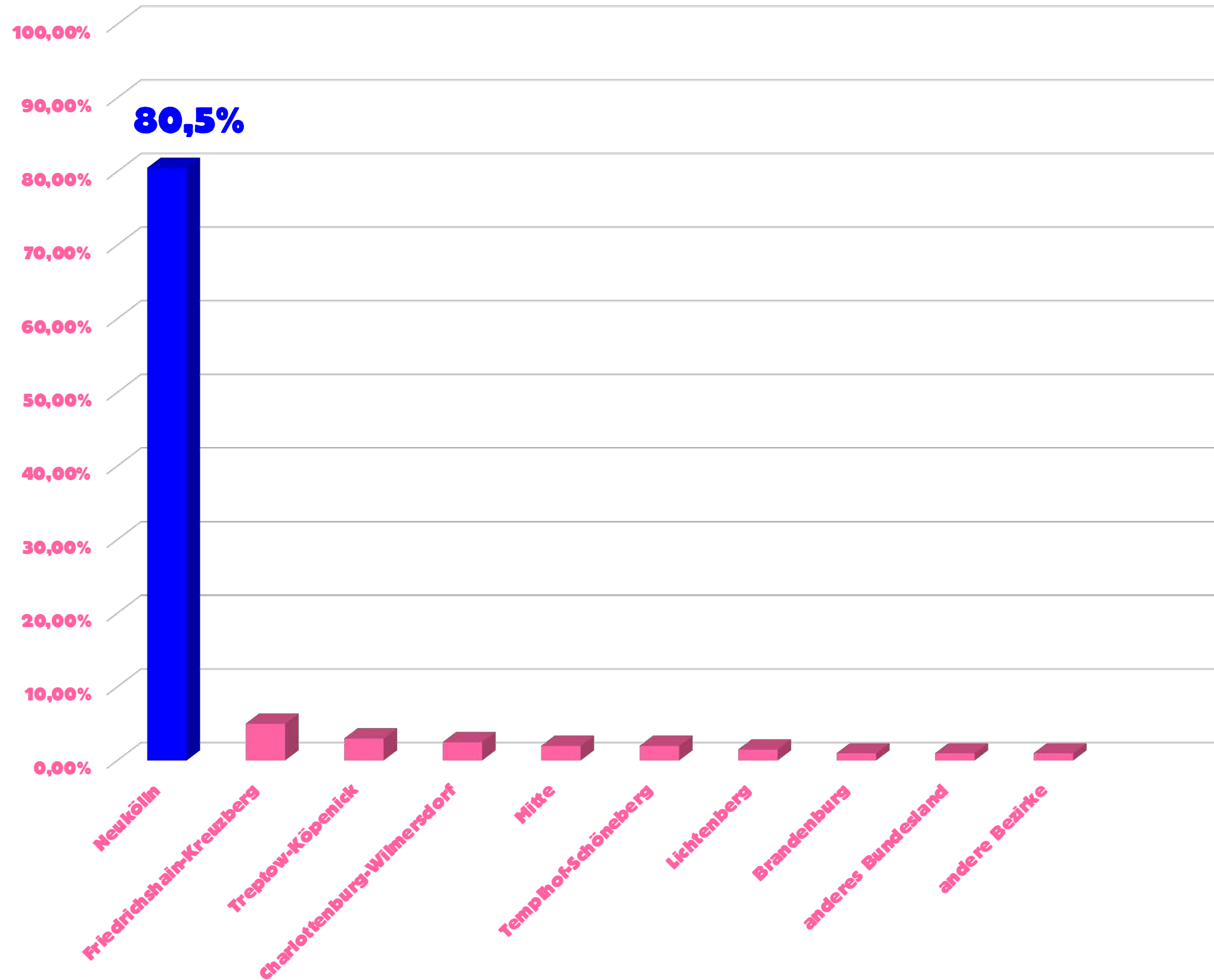


# Die Teilnehmer:innen





# Wohnort Teilnehmer:innen



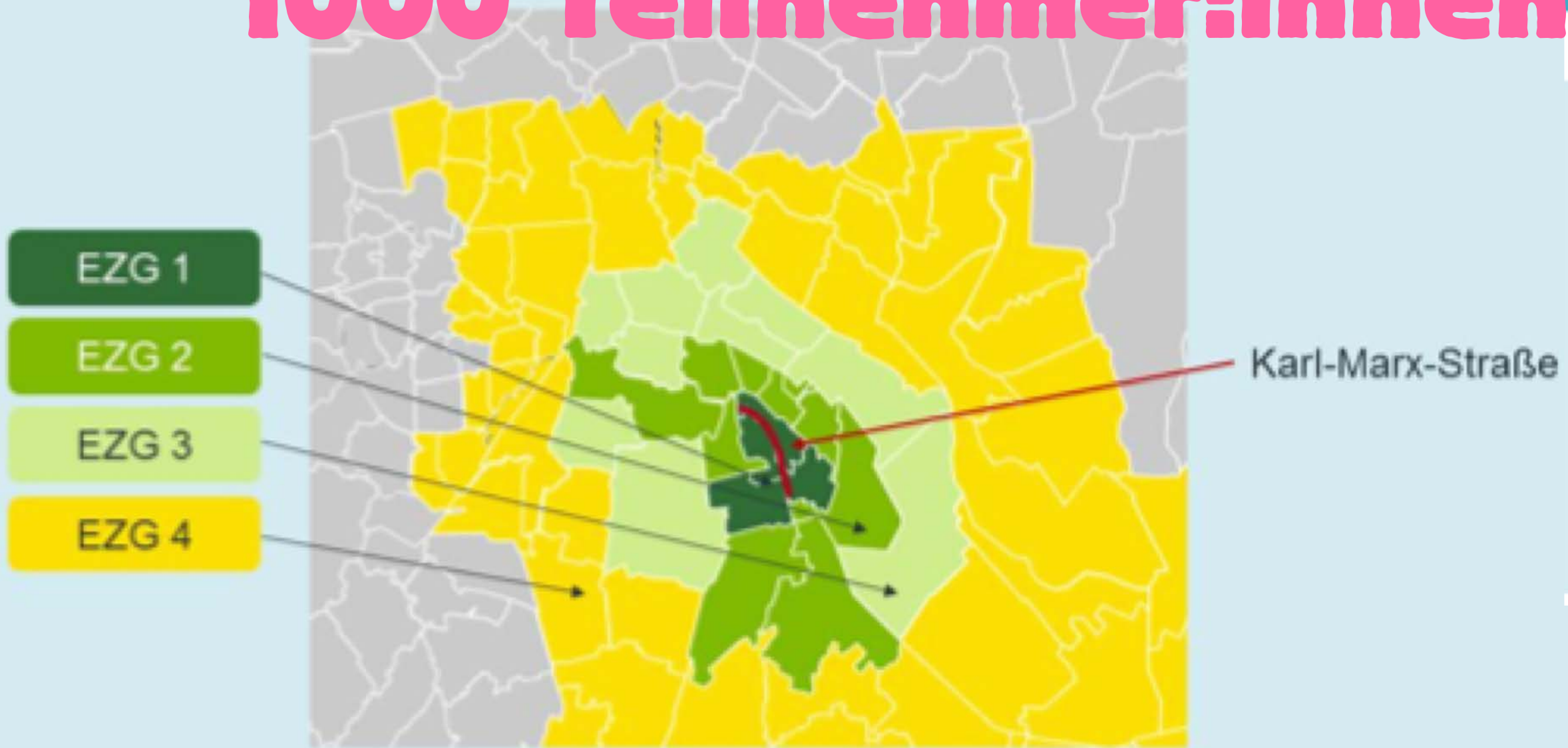


Einzugsgebiet

1	52
2	122
3	131
4	695

# Rückblick Kunden- und Imageumfrage 2017

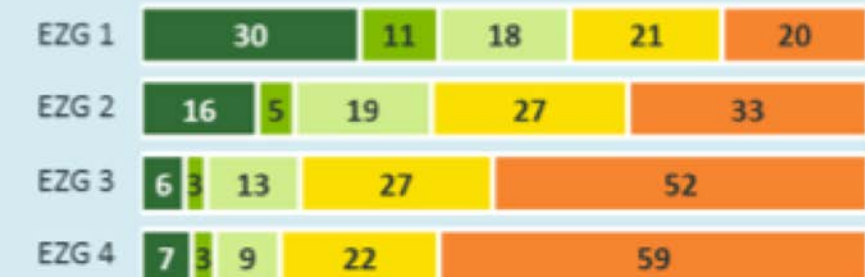
**Juni 2017**  
**Interviews Festnetzumfrage**  
**1000 Teilnehmer:innen**



## Besuchshäufigkeit der Karl-Marx-Straße

AKTION!  
 KARL-MARX-  
 STRASSE

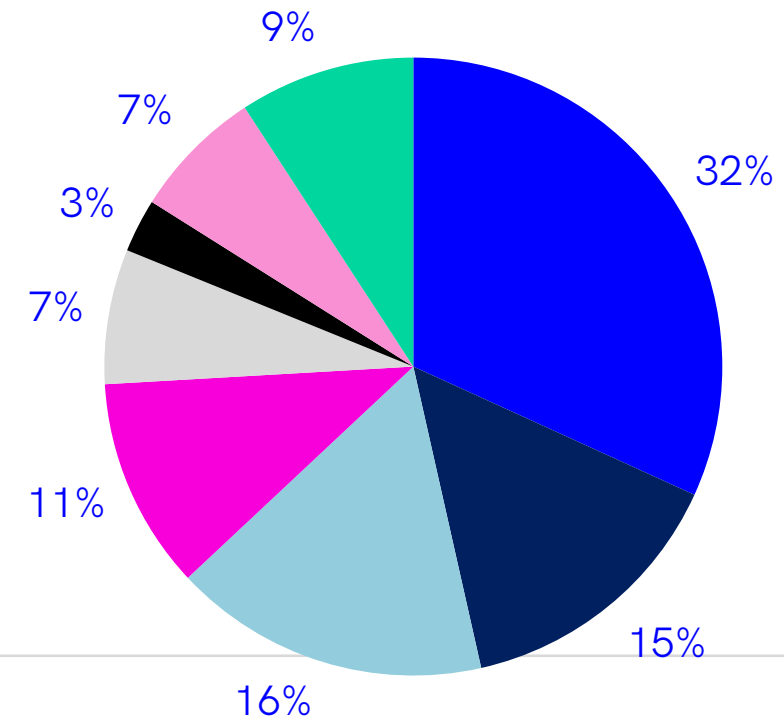
Frage A3: Wie oft besuchen Sie normalerweise die Gegend um die Karl-Marx-Straße in Neukölln, aus welchen Gründen auch immer?



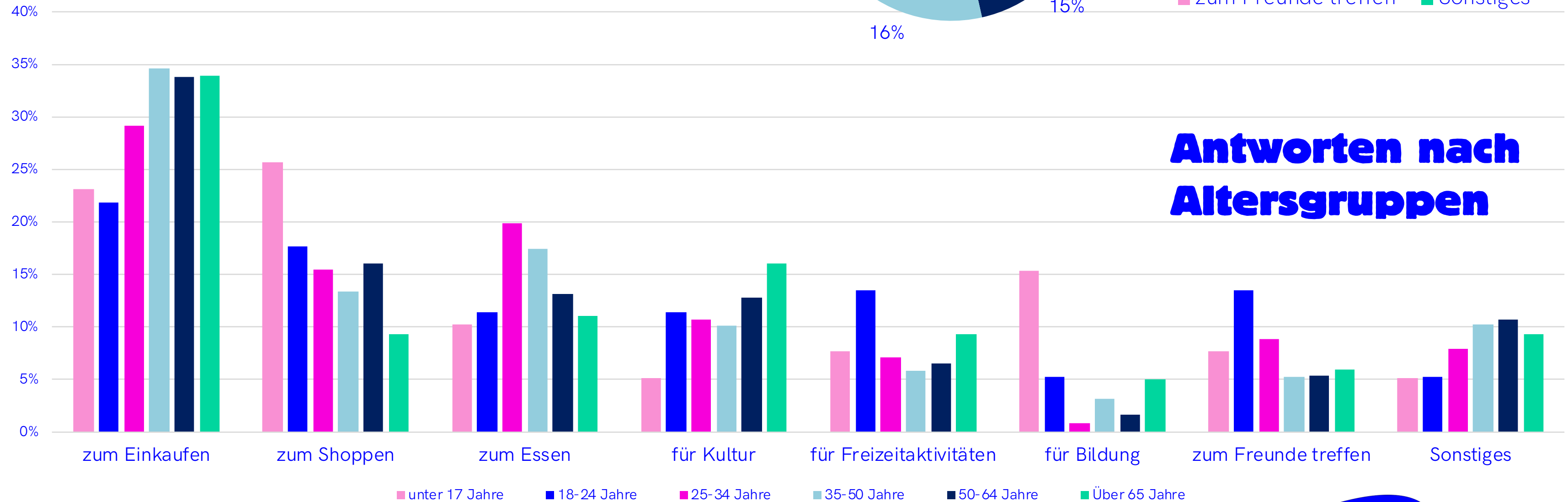
Basis: Besucher der K-M-S; Angaben in Prozent; nur gültige Nennungen



# Warum bist du meistens auf der Karl-Marx-Str.?



## Antworten absolut



## Antworten nach Altersgruppen





# Warum bist du meistens auf der Karl-Marx-Str.?

Arbeit

Arzt-  
besuche

Durchwegung

Wohnen

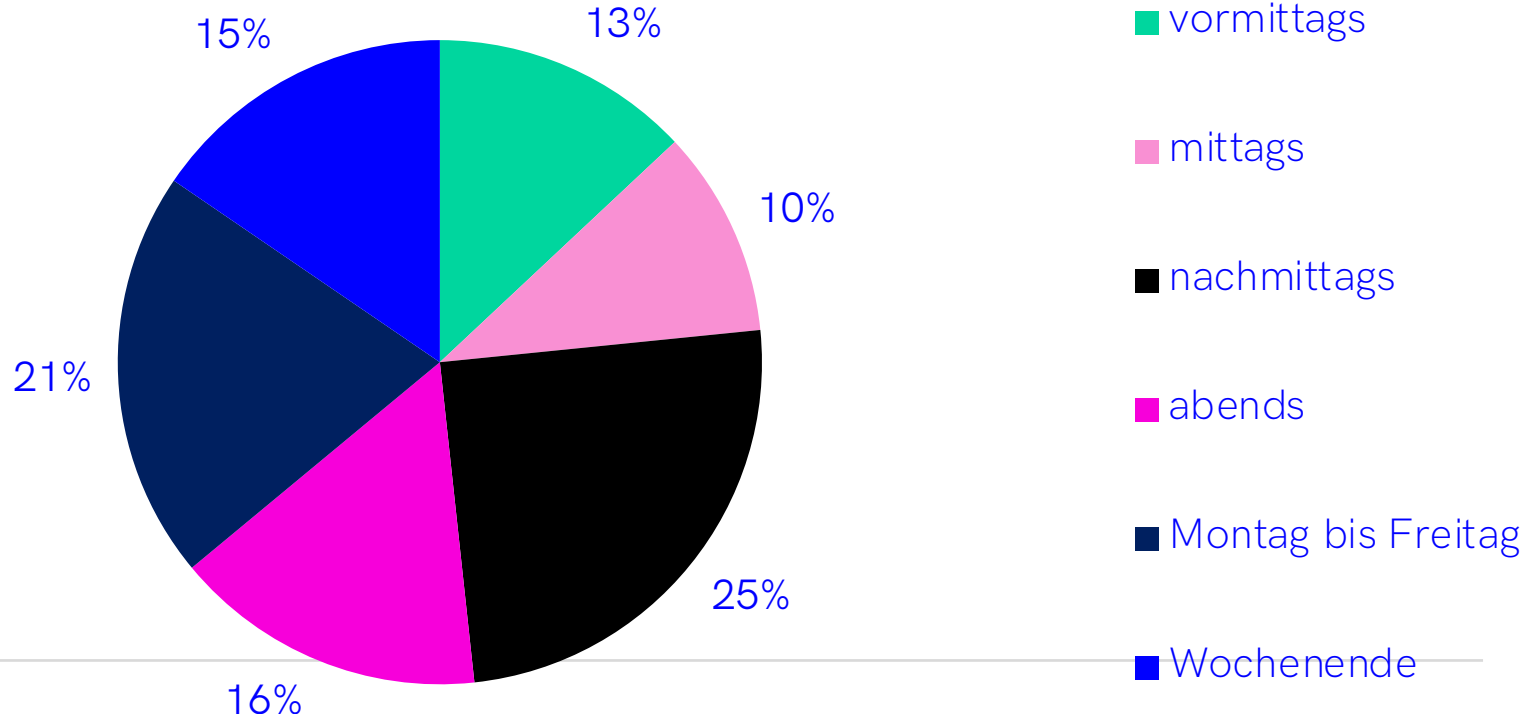
## Sonstige Angaben

Nach Häufigkeit

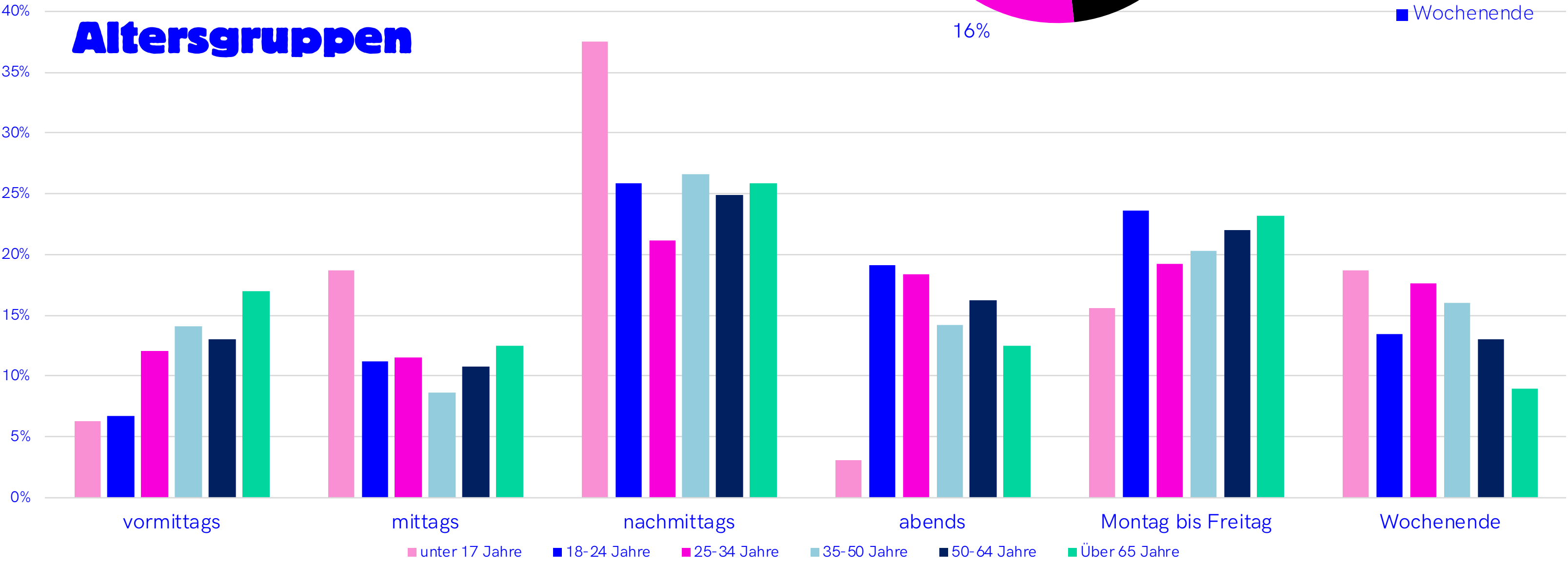


# Wann nutzt du die Karl-Marx-Str. am häufigsten?

## Antworten absolut



## Antworten nach Altersgruppen





**Was sind deine  
Lieblingsorte in  
der Karl-Marx-  
Straße?**







# ANTWORTEN

## 66-79 Jährige

60 Personen mit 130 Nennungen

# TOP 5

**Passage-Kino**

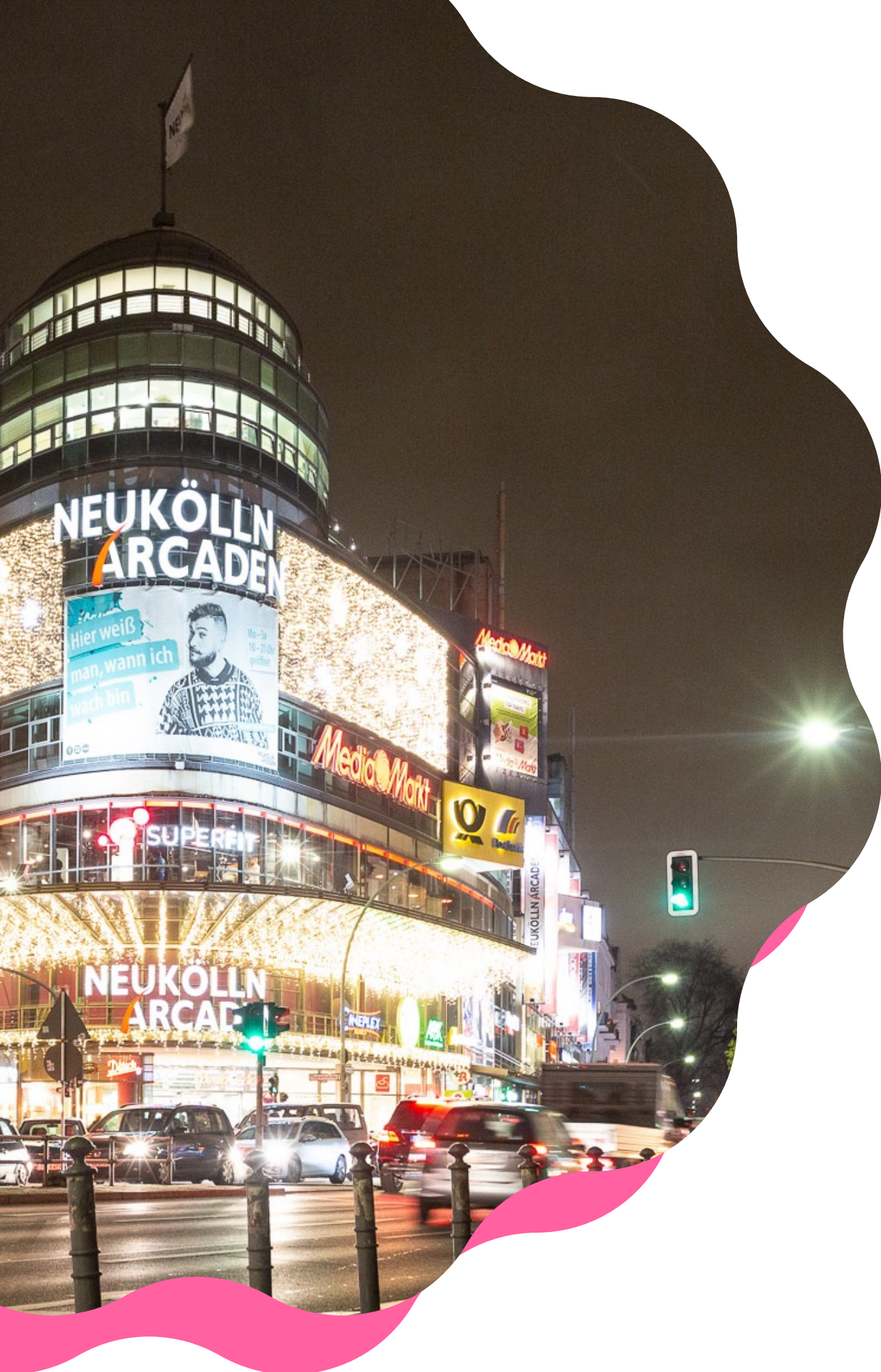
**Neukölln Arcaden**

**Boesner**

**Heimathafen**

**Kropp**





# ANTWORTEN

## 50-65 Jährige

122 Personen mit 269 Nennungen

# TOP 5

**Neukölln Arcaden**

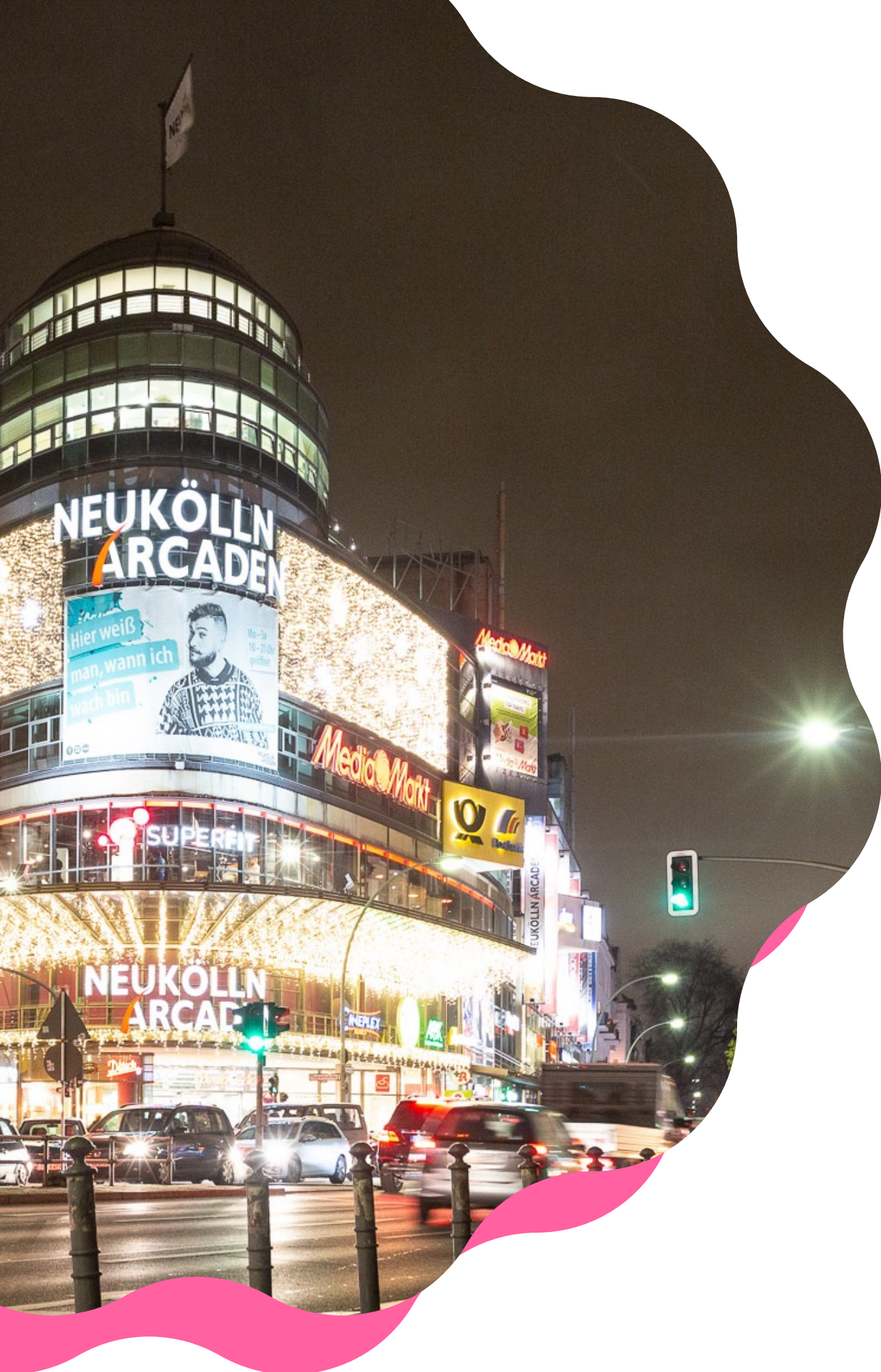
**Heimathafen**

**Passage-Kino**

**Helene-Nathan Bibliothek**

**Oper Neukölln**





# ANTWORTEN

## 35-50 Jährige

315 Personen mit 716 Nennungen

# TOP 5

**Neukölln Arcaden**

**Helene-Nathan Bibliothek**

**Passage-Kino**

**Heimathafen**

**Drogeriemärkte**





# **ANTWORTEN**

## **25-34 Jährige**

192 Personen mit 493 Nennungen

# **TOP 5**

**Passage Kino**  
**Neukölln Arcaden**  
**Jemenitisches Restaurant**  
**Barakat Tandur**  
**Klunkerkranich**





# ANTWORTEN

## 14-24 Jährige

46 Personen mit 115 Nennungen

# TOP 5

**SNIPES**

**Neukölln Arcaden**

**Nike**

**EDEKA**

**H&M**



**Was findest du  
besonders an  
der Karl-Marx-  
Straße? Was  
macht für dich  
die Karl-Marx-  
Straße aus?**

## **Kategorien der Antworten**

**Vielfalt  
und  
Diversität**

**Lebendig  
keit und  
Trubel**

**Infrastruktur  
und  
Umgebung**

**Lärm,  
Müll,  
Chaos**

**Ästhetik,  
Atmosphäre,  
Charakter**





# Kategorien und ihre Bedeutung?

## **Vielfalt und Diversität**

Multikulturalität, Vielfalt der Menschen, Vielfalt der Angebote, Diversität in den Geschäften und der Bevölkerung, internationale Atmosphäre

## **Lebendigkeit und Trubel**

Belebte Straßen, rege Aktivität, geschäftiges Treiben, quirlige Atmosphäre, Urbanität, spannende Mischung.

## **Lärm, Müll, Chaos**

Lärm, Verschmutzung, Müll, Unordnung, chaotische Atmosphäre, zu viele Autos, Drogenproblematik, dreckige Straßen, gefährliche Umgebung.

## **Infrastruktur und Umgebung**

Verkehrsverhältnisse, Fahrradwege, Baustellen, öffentliche Verkehrsmittel, Straßenbau

## **Ästhetik, Atmosphäre und Charakter**

Ästhetische Wahrnehmung, Charakter der Straße, stimmungsvolle oder angenehme Atmosphäre, nostalgische Wahrnehmung, positive oder negative ästhetische Eindrücke.



# Nennung der Kategorien nach Altersgruppe

**Auswertung**

Kategorie	14-24 Jahre	25-34 Jahre	35-50 Jahre	50-65 Jahre	65-79 Jahre
Vielfalt und Diversität	36.17%	30.77%	27.06%	31.97%	27.47%
Lebendigkeit und Trubel	25.53%	25.64%	22.35%	18.85%	19.78%
Lärm, Müll, Chaos	19.15%	21.79%	20.00%	22.95%	24.18%
Infrastruktur und Umgebung	12.77%	15.38%	18.82%	16.39%	19.78%
Ästhetik, Atmosphäre und Charakter	6.38%	6.41%	11.76%	9.84%	8.79%



# Zusammenfassung aller Altersklassen

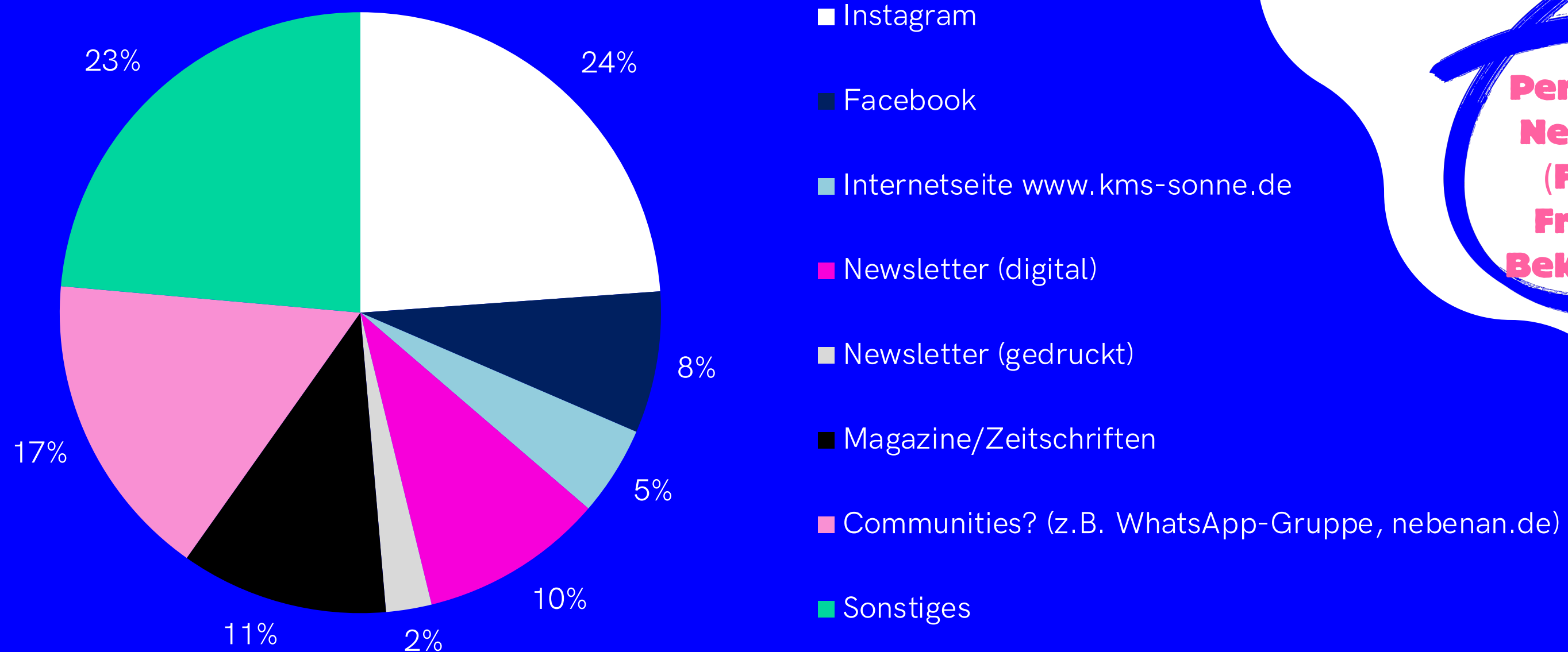
**Vielfalt und  
Diversität: für alle  
bedeutsam,  
besonders hoher  
Anteil bei 14-24- und  
25-34-jährigen**

**Lärm, Müll, Chaos:  
starke Wahrnehmung  
bei allen  
Altersgruppen**

**Infrastruktur und  
Umgebung:  
gleichmäßige  
verteilung, Betonung  
durch ältere**



# Wie informierst du dich über Angebote und Veranstaltungen?



## Antworten im Bereich Sonstiges

**Sonstige gedruckte Medien**  
(Zeitungen, Flyer, Plakate...)

**Sonstige Online Plattformen**  
Webseiten, Google...)

**Persönliche Netzwerke**  
(Familie, Freunde, Bekannte...)



**03**

**Auswertung &  
Ausblick**



# Ergebnisse der Umfrage

## Hohe Teilnahmebereitschaft:

Die Umfrage fand großen Zuspruch in der Bevölkerung, was die starke Verbundenheit mit der Karl-Marx-Straße zeigt.

## Vielfalt als zentrale Stärke:

- Die kulturelle und soziale Vielfalt der Karl-Marx-Straße wird durchweg von allen Altersgruppen geschätzt.
- Besonders die Mischung aus Gastronomie, Einzelhandel und kulturellen Angeboten wurde vielfach hervorgehoben.

## Besondere Schwerpunkte bei jüngeren Altersgruppen (18-35 Jahre):

- Gastronomische Einrichtungen, insbesondere migrantisch geprägte Läden, wurden häufig genannt.
- Das gastronomische Angebot wird als wichtiger Treffpunkt und Beitrag zur Lebendigkeit der Straße wahrgenommen.

## Einzelhandel als starke Basis:

- Supermärkte, Drogeriemärkte und die Neukölln Arcaden werden als wichtige Ankerpunkte geschätzt.
- decken den Alltagsbedarf und stärken die Attraktivität der Straße.

## Kultureinrichtungen über alle Altersgruppen hinweg beliebt:

- Das Passage Kino, der Heimathafen und insbesondere die Helene-Nathan-Bibliothek wurden oft genannt und genießen große Bekanntheit.
- Die Bibliothek ist ein zentraler Treffpunkt und wird generationsübergreifend geschätzt.



# Ergebnisse der Umfrage

## Besondere Erkenntnisse

- Die hohe Wertschätzung migrantischer Gastronomiebetriebe, insbesondere bei den jüngeren Teilnehmer\*innen.
- Kultureinrichtungen haben einen besonders positiven und verbindenden Effekt auf alle Altersgruppen.

## Kommunikationswege

- Effektive Kanäle: Instagaram
- Die Arbeit vor Ort (Poster, Flyer) wurde von vielen Teilnehmer\*innen wahrgenommen und als Informationsquelle genutzt.
- Klassische Medien wie Plakate und Flyer spielen weiterhin eine große Rolle.

## Potenziale im digitalen Bereich:

Die Nutzung digitaler Kanäle und Meldungen sollte zukünftig stärker ausgebaut werden, um noch mehr Menschen zu erreichen.





# KARL MARX STRASSE

VIELEN DANK!