

„Cornern in Hamburg 2018“: eine Untersuchung zu Alkoholkonsum im öffentlichen Raum

Ergebnisse einer Konsumenten- und Anwohnerbefragung an drei ausgewählten Plätzen in Hamburg

Stefanie Kemme und Anabel Taefi

2018

Prof. Dr. Stefanie Kemme
Fachhochschule in der Akademie der Polizei Hamburg
University of Applied Police Sciences
Carl-Cohn-Str. 39, Block 3
22297 Hamburg
Tel. (040) / 4286–24419
Fax (040) / 4286–24119
www.akademie-der-polizei.hamburg.de

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	3
Tabellenverzeichnis	4
1. Einleitung und Ziel der Untersuchung.....	5
2. Stand der Forschung zu Alkoholkonsum in der Öffentlichkeit	8
3. Methodik.....	10
3.1 Durchführung der Studie	10
3.2 Die Erhebungsinstrumente	11
3.2.1 Der Anwohner/-innenfragebogen	11
3.2.2 Der Konsument/-innenfragebogen.....	12
3.3 Stichprobe.....	12
3.3.1 Konsument/-innen im öffentlichen Raum	12
3.3.2 Anwohner und Anwohnerinnen.....	14
4. Ergebnisse	17
4.1 Angaben zum aktuell und gewöhnlich konsumierten Alkohol und zur Motivation des Konsums im öffentlichen Raum	17
4.2 Wahrnehmung von Problemen durch die Anwohner und Anwohnerinnen	24
4.3 Subjektive Beeinträchtigungen der Anwohner/-innen und der Konsument/-innen.....	29
4.3.1 Wohnzufriedenheit.....	31
4.3.2 Wahrnehmung der subjektiven Beeinträchtigung der Lebensqualität durch den öffentlichen Alkoholkonsum und seine Folgeerscheinungen	33
4.4.3 Was die Konsumentinnen und Konsumenten selbst stört	35
4.4 Lösungsvorschläge der Anwohner/-innen und der Konsument/-innen.....	37
5. Zusammenfassung und Diskussion	43
Literatur	47

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Befragungsgebiete Hansaplatz, Hamburger Berg, Pferdemarkt, (rot markiert) .11	
Abbildung 2: Verteilung der Wohndauer im jeweiligen Wohnviertel („wohnhaft seit?“).....16	
Abbildung 3: Touristen, erstmalige und regelmäßige Konsumierende nach Örtlichkeit (in Prozent).....17	
Abbildung 4: Gründe für die Ortswahl nach Erhebungsort und Beschäftigungsstatus (Prozent der Antworten in der jeweiligen Gruppe).....18	
Abbildung 5: Überblick über die Angaben der Befragten, was für alkoholische Getränke sie auf diesem Platz trinken nach Erhebungsort; N = 692 (Mehrfachnennungen möglich)19	
Abbildung 6: Überblick über die Häufigkeit des Besuchs und die Anzahl der für gewöhnlich am Befragungsort von den Konsumentinnen und Konsumenten verzehrten Getränke (nach Erhebungsort in Prozent)19	
Abbildung 7: Erwerbort des zum Zeitpunkt der Befragung konsumierten alkoholischen Getränks (nach Erhebungsort; N = 467).....20	
Abbildung 8: Überblick über die Antworten der befragten Konsument/-innen: "Wenn Sie an diesem Platz trinken, wie häufig haben Sie Alkohol bezogen von..."21	
Abbildung 9: Der bisherige, gewöhnliche Erwerbort der alkoholischen Getränke zum Konsum in der Öffentlichkeit (nach Alter, Geschlecht und Berufszuordnung, Mittelwerte)...22	
Abbildung 10: Der bisherige, gewöhnliche Erwerbort der alkoholischen Getränke zum Konsum in der Öffentlichkeit (nach Geschlecht und Berufszuordnung, Mittelwerte)23	
Abbildung 11: Überblick über wahrgenommene Probleme der Anwohner/-innen in ihrem Wohnviertel (nach Befragungsort, sortiert nach absteigenden Mittelwerten der Spalte "Gesamt"), N = 26424	
Abbildung 12: Angenommener Zusammenhang der Beeinträchtigungen mit dem Alkoholkonsum im öffentlichen Raum; Zustimmung der Befragten in Prozent, N = 26425	
Abbildung 13: Überblick über die wahrgenommenen Problembereiche in der Nachbarschaft, Differenzierung nach Tagen und Tageszeiten; Anwohner/-innenbefragung Hansaplatz (N = 166).....26	
Abbildung 14: Überblick über die wahrgenommenen Problembereiche in der Nachbarschaft, Differenzierung nach Tagen und Tageszeiten; Anwohner/-innenbefragung Hamburger Berg (N = 48).....27	

Abbildung 15: Überblick über die wahrgenommenen Problembereiche in der Nachbarschaft, Differenzierung nach Tagen und Tageszeiten; Anwohner/-innenbefragung Pferdemarkt (N = 49).....	28
Abbildung 16: Beeinträchtigung durch Alkoholkonsum auf öffentlichen Plätzen, (N = 262).	30
Abbildung 17: Empfundene Beeinträchtigung der Lebensqualität der Anwohner/-innen durch (die Folgen des) öffentlichen Alkoholkonsums, Antwortskala von 0 = gar nicht bis 5 = sehr stark (nach Befragungsort), (N = 264).....	30
Abbildung 18: Wohnort in 5 Jahren noch in der jeweiligen Wohngegend (nach Erhebungsort), (N = 264).....	32
Abbildung 19: Gründe für einen möglichen Wegzug aus der Wohngegend (nach Erhebungsort), (N = 263).....	32
Abbildung 20: Was stört die Konsument/-innen am Alkoholkonsum und den Betrunkenen in der Gegend, in der sie trinken? Hansaplatz, 415 Antworten; Hamburger Berg 82 Antworten, Pferdemarkt 448 Antworten.....	36
Abbildung 21: Lösungsvorschläge der Konsument/-innen und Anwohner/-innen am Hansaplatz, (N = 332).....	38
Abbildung 22: Lösungsvorschläge der Konsument/-innen und Anwohner/-innen am Hamburger Berg, (N = 83).....	38
Abbildung 23: Lösungsvorschläge der Konsument/-innen und Anwohner/-innen am Pferdemarkt, (N = 322).....	39

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Soziodemografische Merkmale der Konsumenten/-innen nach Örtlichkeit	13
Tabelle 2: Soziodemografische Merkmale der Anwohner/-innen nach Örtlichkeit	15
Tabelle 3: Länge der Anwohnerschaft (in Jahren)	16
Tabelle 4: Unterschiede zwischen niedrig (n = 128) und hoch (n = 134) beeinträchtigten Anwohnern.....	34

1. Einleitung und Ziel der Untersuchung

Der nachfolgende Bericht stellt die Ergebnisse einer Straßenbefragung zu Alkoholkonsum im öffentlichen Raum dar. Der Ursprung dieser Untersuchung geht auf einen Beschlussantrag der Fraktionen der SPD und der Grünen (Drucksache 21/12918) vom 2.5.2018 zurück, mit dem die Bürgerschaft den Senat aufforderte, nächtliche Alkoholexzesse und negative Veränderungen im Bereich Reeperbahn und in anderen Szenevierteln mit einer Studie zu untersuchen und Möglichkeiten zur Lösung des Problems vorzulegen.¹ In der Folge ist die Behörde für Inneres und Sport an die Hochschule in der Akademie der Polizei Hamburg herangetreten, um die Sichtweisen der Betroffenen zum Alkoholkonsum im öffentlichen Raum an ausgewählten Plätzen in Hamburg zu erheben, so dass die Studie „Cornern in Hamburg 2018“ ins Leben gerufen wurde.

In dem Antrag heißt es, „Hamburg sei eine freie, weltoffene Stadt, die zu Recht weltweit für ihre Ausgeh- und Vergnügungsviertel bekannt sei“. Beobachtet werde aber, dass in bestimmten Szenevierteln Hamburgs in einem so hohen Maße alkoholische Getränke öffentlich konsumiert werden, dass es zu erheblichen Beeinträchtigungen der Anwohnerinnen und Anwohner komme. Es wird ausgeführt, dass sich Anwohner/-innen an Lärm, Müll und Pinkeln in Hauseingängen stören. Die Gastronomen werden geschädigt, weil Kiez-Gänger bspw. ihre Getränke am Kiosk kaufen. Auch werde eine Verbindung zu alkoholtypischen Straftaten und Ordnungswidrigkeiten „wie beispielsweise Körperverletzungen, Raubstrafaten, sexuellen Übergriffen, Widerstandshandlungen bei polizeilichem Einschreiten, Pöbeleien und anderen Störungen der öffentlichen Sicherheit und Ordnung“ wahrgenommen. Es wird die These aufgestellt, dass der in Kiosken betriebene Verkauf alkoholischer Getränke verantwortlich für exzessives Trinken in der Öffentlichkeit in bestimmten Szenevierteln verbunden mit erheblichen Belästigungen für die Nachbarschaft ist. Konkret werden in dem Antrag bestimmte Lösungsvorschläge unterbreitet, bspw. ein Außer-Haus-Verkaufs-Verbot für Alkohol an bestimmten Orten.

Die geschilderte Problemlage und allem voran die Sichtweisen der betroffenen Anwohnerinnen und Anwohner wurden bisher nicht eingehender untersucht. Mit der vorliegenden Untersuchung soll ein erster Schritt in diese Richtung unternommen werden. Unter anderem sollen also die oben beschriebenen, in der Drucksache 21/12918 implizierten Vorannahmen mit der vorliegenden Studie – soweit methodisch möglich – geprüft werden, um eine wissenschaftlich fundierte Grundlage für Diskussionen um mögliche Lösungsansätze bereitzustellen. Hierzu wurden zum einen die Anwohner/-innen von drei ausgewählten Plätzen persönlich befragt, ob sie ihre subjektiven Wahrnehmungen in Hinblick auf Alkoholkonsum in ihrer Wohngegend äußern möchten. Damit sollte herausgefunden werden, ob aus Sicht der Befragten in der Nachbarschaft die in dem Antrag geschilderte Problemlage tatsächlich wahrgenommen wird und wenn ja, ob diese als störend empfunden wird. Zum anderen wurden die an den ausgewählten Plätzen Alkohol Konsumierenden zu dem Hintergrund ihres Alkoholkonsums befragt, bspw. wo sie das Getränk gekauft haben bzw. was ihre Motivation ist, im öffentlich Raum Alkohol zu trinken. Sowohl Anwohner/-innen als auch Konsument/-innen wurden darüber hinaus gebeten, Stellung zu Lösungsvorschlägen zu beziehen, bzw. eigene Lösungsvorschläge zu unterbreiten.

¹ Hamburg will "Cornern" einen Riegel vorschieben, NDR vom 28.4.2018 unter <https://www.ndr.de/nachrichten/hamburg/Hamburg-will-Cornern-einen-Riegel-vorschieben,cornern102.html> (10.12.2018).

Die standardisierten Interviews verfolgten demnach drei Ziele. Erstens sollten die Sichtweisen derjenigen erhoben werden, die vom öffentlichen Alkoholkonsum in ihrer Wohngegend unmittelbar betroffen sein können. Zweitens zielte die Untersuchung auf Informationen der Konsument/-innen ab, die das Phänomen des „Cornerns“ besser erklären können. Drittens ging es darum, Meinungen zum Umgang mit Alkoholkonsum in der Öffentlichkeit sowohl von Anwohner/-innen als auch von Konsument/-innen zu erheben und diese miteinander zu vergleichen.

Ziel der Untersuchung war es nicht, das exakte Ausmaß der Problemlage zu beschreiben. Dazu müssten neben der gewählten Methode der Erhebung der (u. A.) subjektiven Problemwahrnehmung weitere Methoden herangezogen werden: bevölkerungsrepräsentative Befragungen müssten eine lokale Auswertung bestimmter in der Polizeilichen Kriminalstatistik erfasster Delikte sowie Ordnungswidrigkeiten ergänzen. Zudem wäre es günstig, prospektiv eine gesonderte Erfassung aller polizeilichen Kontakte mit Bürgern im öffentlichen Raum der entsprechenden Untersuchungsgebiete für mehrere Wochen mit einem kurzen Formular dokumentieren zu lassen, welches erhebt, wie oft Beschwerden an Polizeibeamt/-innen herangetragen werden, bzw. wie oft sie Verhaltensauffälligkeiten und Belästigungen in der Öffentlichkeit beobachtet haben und in welchem Zusammenhang diese mit einem vermuteten oder tatsächlichen Alkoholkonsum stehen. . Auch war nicht das Ziel der Befragung, objektiv darüber Auskunft zu geben, ob sich die Problemlage in den letzten Jahren verändert bzw. verschlechtert hat. Dazu müssten wiederkehrende Befragungen durchgeführt bzw. Zeitreihen objektiver Indikatoren gebildet und ausgewertet werden. Vorliegend geben die subjektiven Sichtweisen lediglich Hinweise auf Veränderungsprozesse. Zuletzt war es nicht Ziel der Untersuchung, Aussagen über kausale Zusammenhänge zu machen wie bspw. die Anzahl der Kioske / Höhe des Alkoholverkaufs und negative Auswirkungen durch Alkoholexzesse auf der Straße. Um Kausalzusammenhänge untersuchen zu können, sind längsschnittliche Daten bzw. Zeitreihen notwendig. Wird als abhängige Variable lediglich die Zahl der Kioske betrachtet besteht die Gefahr der Entdeckung eines Scheinzusammenhangs, d.h. weitere kontrollierende und die abhängige Variable bestimmende Faktoren wären zu eruieren und zu erheben. Auch hier gibt es lediglich Möglichkeiten, sich dem Zusammenhang zu nähern. Eine mögliche Studie müsste darüber hinaus mit einem prospektiven Design konzipiert werden – in dem also Daten erst im Rahmen eines längsschnittlichen Forschungsprojektes gesammelt werden. Auf der Makroebene könnten für Bezirke und Viertel der Stadt Hamburg folgende Variablen über die Zeit erhoben werden: Anzahl der Gastronomiebetriebe, Anzahl der Kioske, Alkoholverkaufsmengen, Anzahl der Bars und Clubs, etc., Straftaten in Zusammenhang mit Alkohol, Ordnungswidrigkeiten etc. Es kann auf Basis dieser Aggregatdaten untersucht werden, ob Veränderungen in den unabhängigen Variablen zu Veränderungen in alkoholtypischen Straftaten im öffentlichen Raum führen. Bei der Analyse mit Makrodaten besteht hinsichtlich der Kausalitätsfrage jedoch immer die Gefahr eines ökologischen Fehlschlusses, das bedeutet, dass Rückschlüsse von der Makroebene auf einen Zusammenhang auf der Mikroebene nicht möglich sind. Insofern ist es unumgänglich, das individuelle Verhalten zu analysieren. Um allgemeingültige Aussagen treffen zu können, wären allerdings repräsentative Erhebungen über Kauf- und Trinkverhalten des betroffenen Personenkreises notwendig. Diese Grundgesamtheit ist jedoch nicht zu erreichen.

Ziel und Aufgabe der Studie war es nicht, Handlungsmöglichkeiten rechtlich zu bewerten. Ein gesondertes Rechtsgutachten ist hierzu in Auftrag gegeben worden. Sofern es einer künftigen Studie gelingt, die angeführten Daten zu erheben, zu analysieren und den aktuell noch nicht

belegten kausalen Zusammenhänge zwischen bspw. Kioskdichte und Gewaltkriminalität nachweisen zu können, wäre es ggf. möglich, die in der Drucksache 21/12918 erfragten spezifischen rechtlichen Regelungen vorzuschlagen. Auf folgende einschlägige Publikationen sei in diesem Zusammenhang verwiesen: Albrecht und Hatz (2012), Beckenbisser (2015) und Hecker (2012 und 2018).

Festzuhalten ist, dass die in der vorliegenden Studie durchgeführten Befragung ausschließlich dazu dient (und dazu geeignet ist), ein etwas dezidierteres Bild über die Problemlage zu erhalten. Das Ziel besteht nicht in der Überprüfung von Hypothesen und Annahmen, sondern ist explorativ darauf gerichtet, einen Einblick in die Situation der handelnden Konsumierenden und der mutmaßlich betroffenen Anwohner/-innen zu erhalten.

2. Stand der Forschung zu Alkoholkonsum in der Öffentlichkeit

Laut Deutscher Hauptstelle für Suchtfragen lag im Jahr 2015 der Reinalkoholkonsum der Ü14-Jährigen Bürgerinnen und Bürger bei 10,7 l. Im Jahr 2016 ist er um 1,25 % leicht gesunken, wobei er trotz positiver Entwicklungen in den vergangenen Jahren nach wie vor als bedenklich hoch eingestuft wird (Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen, 2018). In einer repräsentativen Befragung von über 7000 12-25-Jährigen im Alkoholsurvey 2016 (Orth, 2017) wird betont, dass viele Jugendliche und junge Erwachsene einen unproblematischen und verantwortungsbewussten Umgang mit Alkoholkonsum pflegen, es gleichzeitig aber eine bedeutende Gruppe gäbe, die einen riskanten Konsum aufweise. Die Schülerbefragungen des Kriminologischen Forschungsinstituts Niedersachsen e.V. zeigten für Niedersachsen zwischen den Jahren 2013 und 2015 einen positiven Trend sowohl bzgl. eines höheren Erstkonsumalters für Alkohol als auch hinsichtlich der sinkenden Zahl Jugendlicher, die mindestens einmal wöchentlich trinkt oder Rauschtrinken betreibt, was für verschiedene Subgruppen Jugendlicher, aber nicht generell für Schülerinnen und Schüler niedrigerer Schulform gelte (Bergmann, Baier, Rehbein, & Mößle, 2017).

Ein kausaler Zusammenhang zwischen Alkoholkonsum und delinquentem Verhalten konnte für Jugendliche und jungerwachsene Menschen anhand längsschnittlich angelegter Studien nachgewiesen werden (Baier, Schepker, & Bergmann, 2016; Maldonado-Molina, Reingle, & Jennings, 2011). Anhand der deutschen Schülerbefragungsdaten lassen sich Effekte des Alkoholkonsums auf verschiedene Arten der Delinquenz zeigen. Je höher der Alkoholkonsum in der 7. Klasse, desto eher begingen die Schüler/-innen in der 9. Klasse ein Gewaltdelikt, einen Ladendiebstahl oder eine Sachbeschädigung. Hierbei sollte jedoch bedacht werden, dass diejenigen Jugendliche, die häufig volltrunken sind, auch weitere kriminogene Faktoren bzw. Risikofaktoren für Delinquenz in ihrem Leben aufweisen, wozu bspw. Viktimisierungserfahrungen, delinquente und substanzkonsumierende Freunde sowie eine niedrigere elterliche Supervision und Kontrolle zählen (Görgen, Nowak, & Taefi, 2014). Insofern ist es ebenfalls möglich, dass Alkoholkonsum nicht nur in einem kausalen Zusammenhang mit Kriminalität im Jugendalter steht, sondern dass sowohl Alkoholkonsum als auch Delinquenz jeweils eine Facette bzw. ein Syndrom des abweichenden Verhaltens darstellen (Farrington, 2005).

Dass Alkoholkonsum abseits von der Diskussion um Kausalitäten zumindest Bezüge zu unterschiedlichen Formen der Delinquenz aufweist, spiegelt sich auch in der Polizeilichen Kriminalstatistik wider (Bundeskriminalamt, 2018), in der der Prozentsatz von Tatverdächtigen, die (mutmaßlich) bei der Tatausübung unter Alkoholeinfluss standen (sofern möglich) erfasst wird: Bei Rohheitsdelikten, die (u. A.) im öffentlichen Raum begangen werden, ist der Anteil von Täterinnen und Tätern, die die Tat unter Alkoholeinfluss begangen haben, vergleichsweise hoch (Räuberischer Diebstahl: 17.1 %, Vergewaltigung überfallartig Einzeltäter: 26.2 % bzw. Gruppentäter 34.1 %, Körperverletzungen 25.6 %). Die Interpretation dieser PKS-Daten ist jedoch aus verschiedenen Gründen als nur eingeschränkt aussagekräftig anzusehen, denn nicht nur die unterschiedlichen Erfassungsrichtlinien in den Bundesländern schränken die Verlässlichkeit der Zahlen ein, sondern verständlicherweise kann bei Delikten mit unmittelbarem Täter-Opfer-Kontakt sehr viel häufiger eine Alkoholisierung des Täters vermutet bzw. festgestellt werden, als das bspw. bei Delikten ohne unmittelbaren Kontakt oder unmittelbare Schädigung einer Person (z. B. Wirtschaftsdelikten) der Fall wäre.

Dass Täterinnen und Täter, die bei der Deliktsbegehung persönlich bzw. physisch direkt mit dem Opfer konfrontiert werden, ihre Taten häufiger in Rauschzuständen begehen, zeigte bereits

eine Untersuchung von offiziell registrierten Daten des U.S. Department of Justice über Strafgefangene in den USA der 90er Jahre (Felson & Staff, 2010).

Im Rahmen der unter Leitung des Innenministeriums Baden-Württemberg eingerichteten Arbeitsgruppe „Lebenswerter öffentlicher Raum“ wurde von Görgen und Nowak (2013) ein umfangreiches Literaturreview zum Themenbereich „Alkohol und Gewalt“ erstellt, das neben der Betrachtung von Alkohol und Devianz/Delinquenz das Augenmerk auch auf präventive wie repressive Maßnahmen in diesem Bereich richtete und Maßnahmenempfehlungen aussprach. Einige Kernergebnisse dieser Untersuchung, sowie der im Rahmen der Arbeitsgruppe ebenfalls durchgeführten Bevölkerungsbefragung in zwei Baden-Württembergischen Städten (Görgen & Fisch, 2013) sollen im Folgenden knapp zusammengefasst werden:

Ein Zusammenhang von Gewalttaten und Alkoholkonsum konnte im Literaturreview bestätigt werden. Trinkende sind häufiger in Gewaltvorkommnisse verwickelt und auch Opfer von Gewalttaten stehen häufig unter Alkoholeinfluss. An Orten, an denen viel Alkohol konsumiert wird, kommt es häufiger zu Gewalt und die Belastung mit Gewaltdelikten steht mit dem Pro-Kopf-Alkoholkonsum eines Landes im Zusammenhang. Präventionsansätze sollten, so die Schlussfolgerung der Autor/-innen, die allgegenwärtige Verfügbarkeit des Alkohols einschränken und seine Attraktivität durch die Preisgestaltung beeinflussen. Die befragte Bevölkerung fühlt sich insbesondere durch die Verunreinigungen, die öffentliches Trinken hinterlässt (Müll, Urin, Erbrochenes), gestört. Eine moderate Zustimmung zu repressiven und präventiven Maßnahmen für eine Regulierung der Situation in Form von stärkeren Kontrollen der Abgabe des Alkohols an Minderjährige, mehr Polizeipräsenz im Stadtteil, Alkoholkonsumverboten auf öffentlichen Plätzen, einer besseren Aufklärung junger Menschen über Suchtgefahren sowie zeitlich begrenzten Aufenthaltsverboten für alkoholisierte Störer wurde aufgefunden.

Es sei an dieser Stelle zumindest knapp darauf verwiesen, dass die Thematik der Nutzung des öffentlichen Raums und ihrer Regulierung viele unterschiedliche wissenschaftliche sowie Wissenschaft und Praxis verknüpfende Disziplinen beschäftigt. In Geografie, Städtebau und -planung, Sozialer Arbeit, Rechtswissenschaft, Stadtsoziologie und durch die Verkettung der Wahrnehmung von „Incivilities“ (= Zeichen der Verwahrlosung) und „Disorders“ (= Störungen der öffentlichen Ordnung) als (vermeintliche) Indikatoren für Kriminalität auch in der Kriminalprävention und Kriminologie besteht ein breiter, durchaus kritischer Diskurs über die Rolle von Policing-Strategien und Sozialer Arbeit, die auf die „Ordnung“ öffentlicher Räume durch die Reduktion von Alltagsirritationen abzielen (vgl. hierzu z. B. Belina, 2006; Boettner, 2014; Dirks, Kessler, & Schulz, 2015; Häfele, 2013; Hefendehl, 2014; Krummacker, 2007).

3. Methodik

Es wurde sowohl versucht, Anwohner/-innen der Örtlichkeiten, die von öffentlichem Alkoholkonsum betroffen sind, zu erreichen, als auch die Konsumenten und Konsumentinnen an den ausgewählten Plätzen. Die Datenerhebung war für beide Gruppen über klassische traditionelle Paper-and-Pencil-Interviews (PAPI) konzipiert.

3.1 Durchführung der Studie

Es wurden elf Interviewer/-innen rekrutiert, über den Forschungsgegenstand aufgeklärt und geschult. Ziel der Schulung war es, einen möglichst standardisierten Ablauf der sog. „Kontaktphase“, also der Phase der Gewinnung der Zielperson bzw. des Zielhaushalts für das Interview, und der Phase der Durchführung des Interviews zu gewährleisten.

Die Befragung fand an drei Orten in Hamburg statt:

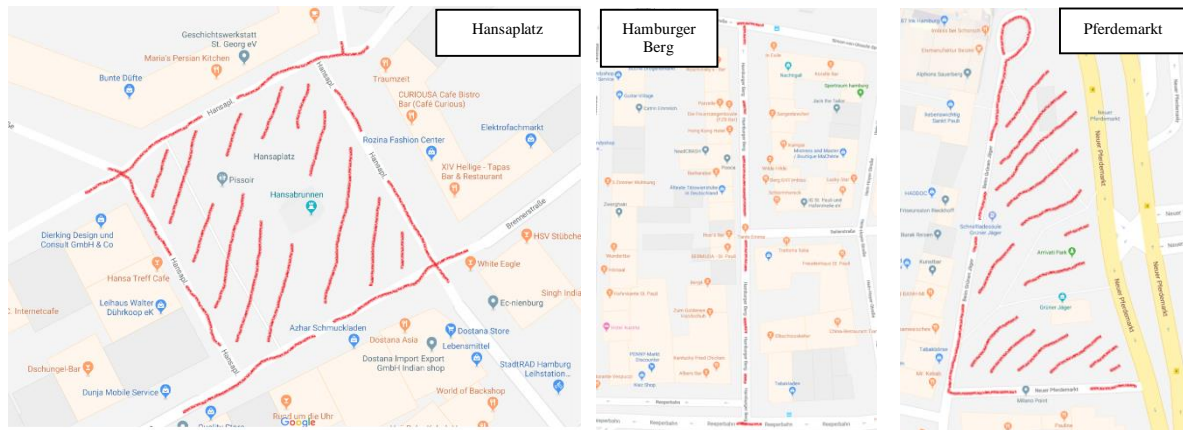
1. Hansaplatz
2. Hamburger Berg
3. Pferdemarkt (Beim Grünen Jäger)

Alle drei Plätze wurden an 14 verschiedenen Tagen aufgesucht, jeweils von Dienstag bzw. Mittwoch bis Samstag (11. bis 15.9., 19. bis 22.9. und 25. bis 29.9.2018). Da die Orte am Sonntag und am Montag erheblich seltener frequentiert werden, sind diese Tage als Erhebungstage ausgeschlossen worden. An den jeweiligen Tagen fand die Erhebung zwischen ca. 16 – 24 Uhr statt. Hierbei wurden zum Teil pro Erhebungsort zwei bis drei Interviewer/-innen eingesetzt, zum Teil waren zwei bis drei Interviewer/-innen am Hamburger Berg und am Neuen Pferdemarkt unterwegs, da beide Orte fußläufig nur 10 Minuten voneinander entfernt sind. An allen Plätzen wurde größtenteils auf Deutsch, zu kleinen Teilen aber auch auf Englisch, Arabisch und Türkisch interviewt.

Die Interviewer/-innen wurden neben der Konsument/-innenbefragung auch für die Befragung von Anwohnerinnen und Anwohner eingesetzt. Um die Anwohnenden auf die Anfrage der Interviewerinnen und Interviewer vorzubereiten, wurden sie ca. eine Woche vor der Erhebung anhand eines Handouts im Briefkasten über die Erhebung informiert. Die Anwohnerinnen und Anwohner an den drei Plätzen wurden erreicht, indem bei ihnen an der Haustür geklingelt wurde. Bis ca. 20 Uhr versuchten die Interviewer/-innen die potentiellen Befragungsteilnehmer/-innen zu erreichen. Die Auswahl der Anwohner/-innen und Konsument/-innen erfolgte ausschließlich über die Örtlichkeit. So sind für die Anwohner/-innenbefragung die Häuser an den ausgewählten Plätzen bzw. in den an die Orte angrenzenden Straßen aufgesucht worden (vgl. Abbildung 1, rot markiert). Auch Konsument/-innen sind lediglich in den rot markierten Bereichen angesprochen worden.

Wurde eine Anwohnerin oder ein Anwohner von einem Interviewerteam erreicht, wurde dies vermerkt, so dass an den kommenden Tagen von einer weiteren Anfrage Abstand genommen wurde. Hat ein Interviewerteam eine/n Anwohner/-innen bzw. Haushalt nicht erreicht bzw. hat niemand zur besagten Zeit die Tür geöffnet, so wurde dies ebenfalls vermerkt, so dass an weiteren Tagen von anderen Interviewerteams erneut geklingelt werden konnte, um den entsprechenden Haushalt zu erreichen.

Abbildung 1: Befragungsgebiete Hansaplatz, Hamburger Berg, Pferdemarkt, (rot markiert)



Bei der Auswahl der Konsument/-innen wurde darauf geachtet, dass sich die betreffende Person in der Kontaktpase (Zeitpunkt der Frage nach der Teilnahmebereitschaft) im öffentlichen Raum aufhielt und dabei ein alkoholisches Getränk konsumierte. Es wurden alle Personen angesprochen und keine Auswahl nach soziodemografischen Merkmalen getroffen.

3.2 Die Erhebungsinstrumente

Anwohner/-innen- und Konsumierendenfragebogen enthielten jeweils sowohl Auswahlfragen, also geschlossene Fragen mit Einfach- oder Mehrfachnennungen, als auch Fragen mit Antworten, die eine Abstufung der Zustimmung oder Ablehnung auf Skalen erlauben. Bei vorgegebenen Items einer Skala oder auch bei den Auswahlfragen wurde stets die Option „Sonstiges“ berücksichtigt. Jeweils eine Frage zu Lösungsvorschlägen für die potentiellen Problematiken wurde in beiden Fragebögen offen gehalten.

3.2.1 Der Anwohner/-innenfragebogen

Der erstellte Fragebogen für Anwohner/-innen umfasste fünf verschiedene Komplexe: Wahrgenommene Problemlagen, gefühlte Beeinträchtigungen, Wohnzufriedenheit, Lösungsansätze und soziodemografische Merkmale.

1. Zunächst wurde die Wahrnehmung der Anwohner/-innen hinsichtlich verschiedener Problemlagen in ihrem Wohnviertel erhoben. Dabei ging es um eine Einschätzung, ob verschiedene Problemlagen bestehen und wenn ja, in welchem Maße. Erfragt wurden sowohl Probleme im Zusammenhang mit Lärm und Verunreinigungen als auch Probleme durch Straftaten wie Sachbeschädigung, Gewalt oder sexuelle Belästigung. Stand ein Item nicht offensichtlich in Verbindung mit dem Alkoholkonsum, so wurden die Anwohner/-innen zusätzlich befragt, ob ihrer Ansicht nach eine Verbindung der Problemlage mit dem Alkoholkonsum bestehe. Darüber hinaus wurde die zeitliche Komponente erfasst: Bei jeder Problemlage sollte angegeben werden, zu welchen Zeiten diese Probleme wahrgenommen werden.

2. Ein zweiter Komplex befasste sich mit der subjektiv gefühlten Beeinträchtigung durch die Problemlage. So kann bspw. objektiv ein hohes Ausmaß an Verunreinigung wahrgenommen werden und doch subjektiv keine gefühlte Beeinträchtigung dadurch entstehen. Anders herum

ist es möglich, dass objektiv ein geringes bis mittleres Ausmaß an Gewalt wahrnehmbar ist und dennoch eine stark gefühlte Beeinträchtigung durch eine Person möglich ist.

3. Die Wohnzufriedenheit wurde über den Wunsch des Verbleibens am Wohnort bzw. über mögliche Gründe für einen Wegzug erhoben.

4. Der letzten Komplex befasste sich mit Möglichkeiten, um die Situation in der Wohngegend hinsichtlich des öffentlichen Alkoholkonsums zu verbessern. So sollten die Befragten zwölf Lösungsvorschläge einschätzen. Zusätzlich bestand die Möglichkeit, in einem offenen Frageformat eigene Lösungsvorschläge zu unterbreiten.

5. Soziodemografische Merkmale wurden nur marginal erfasst. So sollten die Befragten lediglich Angaben zu Geschlecht, Alter, Bildungsabschluss und beruflicher Situation machen.

3.2.2 Der Konsument/-innenfragebogen

Der Konsumentenfragebogen wurde sehr knapp gestaltet und auf wenige Informationen reduziert, um die Teilnahmebereitschaft zu erhöhen. Personen, die sich gerade gesellig zusammen gefunden haben, um gemeinsam ein Bier oder ähnliches zu trinken, haben mutmaßlich kein Interesse, an langwierigen Befragungen teilzunehmen. Um das Ausfüllen bei den Konsumenten zusätzlich noch zu erleichtern und nicht mehr als 10 Minuten ihrer Zeit in Anspruch nehmen, wurde hier vorwiegend mit Auswahlfragen gestellt.

Der Fragebogen teilte sich in vier Komplexe: Angaben zum aktuell und gewöhnlich konsumierten Alkohol, gefühlte Beeinträchtigungen, Lösungsvorschläge und soziodemografische Merkmale.

Die Struktur des Fragebogens war die folgende:

1. Bezüglich des Alkoholkonsums interessierte, was getrunken wird, wie oft und wie viel gewöhnlich an diesem Ort getrunken wird, warum an diesem Ort getrunken wird, wo der konsumierte Alkohol erworben wird und welche Faktoren über den Erwerb sort entscheiden.

2. Es konnte angegeben werden, welche Beeinträchtigungen durch Alkohol oder Alkoholisierte als störend empfunden werden.

3. und 4. Fragen zu Lösungsvorschlägen und zu den soziodemografischen Merkmalen wurden identisch zum Anwohner/-innenfragebogen erfasst.

3.3 Stichprobe

3.3.1 Konsument/-innen im öffentlichen Raum

Es wurden zwischen dem 11. und 29. September 2018 insgesamt 480 Konsument/-innen befragt. Mit 57,7 % (N = 277) der Befragten konnte die überwiegende Mehrheit „Am Grünen Jäger“ bzw. Pferdemarkt erreicht werden. Am Hansaplatz wurden 35,0 % (N = 168) der Konsument/-innen befragt, am Hamburger Berg nahmen lediglich 35 Personen (7,3 %) an der Befragung teil. Nach den Aussagen der Interviewer/-innen war die Resonanz am Hamburger Berg deswegen besonders schwach, weil sich die Alkoholkonsumenten meist nur sehr kurz auf der Straße aufhielten und ihre Bereitschaft zu einem Interview dadurch gering war. Oftmals traten sie nur schnell zum Luftholen auf die Straße, um dann wieder in den Club/ in die Kneipe

zurückzugehen, aus dem/aus der sie offensichtlich ihr Getränk kurzfristig mit auf die Straße genommen hatten. Am Hamburger Berg herrschen eine hohe Fluktuation und damit geringere Möglichkeiten, Personen anzusprechen und zu einer Teilnahme zu motivieren. Die Straße ist recht schmal. Selten setzen sich die Konsumenten für längere Zeit auf die Straße bzw. auf den Kantstein, um ihr Getränk zu trinken, das wegen des Glasflaschenverbots zudem an den Wochenendetagen ab 22h in einen Plastikbecher umgegossen werden muss. Ganz anders ist die Situation am Pferdemarkt, wo Konsumenten zum Teil stundenlang am Kantstein in Gruppen sitzend ihre alkoholischen Getränke konsumieren. Entsprechend war die Teilnahmebereitschaft sehr hoch.

Tabelle 1: Soziodemografische Merkmale der Konsumenten/-innen nach Örtlichkeit

		Gesamt	Hansa- platz	Hamburger Berg	Pferde- markt
	N	480	168	35	277
	%	100,0	35,0	7,3	57,7
Alter	N	472	168	35	269
	Min	17	17	18	18
	Max	76	72	60	76
	Mean	30,8	34,1	31,6	28,6
	SD	10,3	13,1	10,1	7,5
		Gesamt (n)	Gesamt (%)		
Geschlecht					
Männer	299	62,3	70,8	57,1	57,8
Frauen	166	34,6	25,6	40,0	39,4
k.A./anderes	15	3,1	3,6	2,9	2,9
Bildung					
(noch) kein Abschluss	14	2,9	7,7	0,0	0,4
Volks-/Hauptschule	32	6,7	14,9	2,9	2,2
Realschule	62	12,9	24,4	17,1	5,4
Fach-/Hochschulreife	145	30,2	19,6	34,3	36,1
Fachhochschul- /Universitätsabschluss	216	45,0	30,4	45,7	53,8
k.A.	11	2,3	3,0	0,0	2,2
Beschäftigungsstatus					
Vollzeit	206	42,9	37,5	45,7	45,8
Teilzeit	59	12,3	12,5	11,4	12,3
Arbeitslos	39	8,1	17,3	14,3	1,8
Rentner/in	11	2,3	4,8	2,9	0,7
Schüler/in, Student/in, in Ausbildung	154	32,1	25,6	20,0	37,5
Sonstiges	5	1,0	1,8	5,7	0,0
k.A.	6	1,3	0,6	0,0	1,8

Insgesamt waren 62,3 % der Befragten männlichen und 34,6 % weiblichen Geschlechts (299 bzw. 166 Befragte; 3,1 % fehlende Werte „anderes“ oder „keine Angabe“). Lediglich am

Hansaplatz war ein deutliches Übergewicht der männlichen Befragten (71 % zu 26 %) zu finden. Die Personen, die im öffentlichen Raum befragt wurden, waren zwischen 17 und 76 Jahre alt ($N = 472$, $M = 30,8$ Jahre, $SD = 10,3$ Jahre), wobei jüngere Personen deutlich überwogen – drei Viertel aller befragten „Cornerer/-innen“ waren bis zu 34 Jahre alt. Nach den unterschiedlichen Örtlichkeiten getrennt sind die Pferdemarktbesucher die jüngsten Befragten; dort lag das Durchschnittsalter bei 28,6 Jahren. An den Standardabweichungen ist zu erkennen, dass die größte Altersvarianz am Hansaplatz zu finden war, während die Pferdemarktbesucher altersmäßig etwas homogener waren (vgl. Tabelle 1).

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wiesen überwiegend höhere Bildungsabschlüsse auf, 45,0 % verfügten (bereits) über einen Fachhochschul- bzw. Universitätsabschluss, weitere 30,2 % gaben als höchsten Abschluss das Abitur an (Realschule: 12,9 %, Hauptschule 6,7 %, kein oder noch kein Schulabschluss 2,9 %; $N = 469$); somit besitzt drei Viertel der Stichprobe ein Abitur oder bereits einen Hochschulabschluss. Betrachtet man die Plätze getrennt, so verfügt die Stichprobe der Befragten am Pferdemarkt über den höchsten Bildungsstand, insgesamt fast 90 % mit Abitur oder Hochschulabschluss, während die Befragten am Hansaplatz nur zu knapp 50 % höchste Abschlüsse aufwiesen, hingegen aber zu 20 % Befragte, die keinen bzw. noch keinen oder aber den Hauptschulabschluss hatten.

Gefragt nach dem derzeitigen Beruf, gaben knapp 43 % an, in Vollzeit tätig zu sein, weitere 12 % in Teilzeit. 32 % der Befragten waren Studierende bzw. Auszubildende. Auch hinsichtlich des aktuellen Beschäftigungsstatus ist eine große Heterogenität in der Stichprobe zu finden. Am Pferdemarkt befand sich der größte Anteil an Studierenden mit rund 38 %, aber fast keine Rentner oder Arbeitslose. Am Hansaplatz, aber auch am Hamburger Berg befanden sich 17 bzw. 14 % Arbeitslose und 5 bzw. 3 % Rentner in der Stichprobe. Aber nur 26 bzw. 20 % Studierende waren unter den Befragten.

Insbesondere durch den Grad der Bildung und den aktuellen Beschäftigungsstatus ist die Heterogenität der drei Stichproben abbildbar. Insofern werden im Folgenden die drei Erhebungsortlichkeiten getrennt bzw. vergleichend betrachtet.

3.3.2 Anwohner und Anwohnerinnen

An den drei Befragungsorten nahmen zwischen dem 11. und 22. September 2018 insgesamt 263 Anwohnerinnen und Anwohner an der Befragung teil; davon wurden 166 Personen (63,1 % aller befragten Anwohner/-innen) am Hansaplatz erreicht, 48 Personen (18,3 %) am Hamburger Berg und 49 (18,6 %) am Grünen Jäger (Pferdemarkt) (vgl. Tabelle 2).

Ca. 50 % waren männlichen und 47 % weiblichen Geschlechts (132 resp. 124 Befragte; 2,6 % fehlende Werte: „anderes“ oder „keine Angabe“). Lediglich am Pferdemarkt lag die Quote teilnehmender Frauen über der der Männer (53 zu 45 %). Anwohner/-innen zwischen 17 und 83 Jahren ($M = 40,7$ Jahre; $SD = 14,3$ Jahre; $N = 260$) beteiligten sich an der Studie, wobei das Altersspektrum etwas weiter gestreut war als unter den Konsument/-innen – drei Viertel der Befragten war jünger, ein Viertel der Befragten älter als 50 Jahre. Wie auch in der Konsumierendenstichprobe sind die jüngsten Teilnehmenden am Pferdemarkt zu finden; hier lag der Altersdurchschnitt bei 37 Jahren, während die Befragten am Hansaplatz und Hamburger Berg durchschnittlich bereits über 40 Jahre alt waren (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Soziodemografische Merkmale der Anwohner/-innen nach Örtlichkeit

		Gesamt	Hansa- platz	Hamburger Berg	Pferde- markt
	N	263	166	48	49
	%	100	63,1	18,3	18,6
Alter	N	260	164	47	49
	Min	17	17	22	17
	Max	83	76	83	72
	Mean	40,7	41,1	43,0	37,0
	SD	14,3	13,6	16,9	13,6
	Gesamt (n)	Gesamt (%)			
Geschlecht					
Männer	132	50,2	49,4	58,3	44,9
Frauen	124	47,1	47,6	39,6	53,1
k.A./anderes	7	2,6	3,0	2,1	2
Bildung					
(noch) kein Abschluss	0	0,0	0,0	0,0	0,0
Volks-/Hauptschule	14	5,3	4,2	10,4	4,1
Realschule	39	14,8	12,7	20,8	16,3
Fach-/Hochschulreife	67	25,5	21,1	39,6	26,5
Fachhochschul- /Universitätsabschluss	139	52,9	60,8	27,1	51,0
k.A.	4	1,5	1,2	2,1	2,0
Beschäftigungsstatus					
Vollzeit	154	58,6	58,4	60,4	57,1
Teilzeit	42	16,0	16,9	14,6	14,3
Arbeitslos	6	2,3	1,8	2,1	4,1
Rentner/in	24	9,1	9,0	16,7	2,0
Schüler/in, Student/in, in Ausbildung	23	8,7	7,2	2,1	20,4
Sonstiges	3	1,1	1,2	0,0	2,0
k.A.	11	4,2	5,4	4,2	0,0

Auch unter den Anwohner/-innen ist eine deutlich überproportionale Beteiligung von Personen, die höhere Bildungsabschlüsse erworben haben, auszumachen. 52,9 % weisen einen FH- oder Universitätsabschluss auf, weitere 25,5 % verfügen als höchsten Abschluss über das Abitur, 14,8 % schlossen die Schule mit einem Real- und lediglich 5,3 % mit einem Hauptschulabschluss ab. Den höchsten Bildungsstand wies die Anwohnerschaft vom Hansaplatz mit über 80 % Befragten auf, da dort die Befragten entweder das Abitur oder einen Hochschulabschluss besaßen. Dies ist insofern bemerkenswert, da die befragten Konsumierenden am Hansaplatz den geringsten Bildungsstand im Vergleich zu den anderen Örtlichkeiten aufwiesen. Diese Stichprobenunterschiede müssen bei der Bewertung der Problemlagen und der erlebten Beeinträchtigungen Berücksichtigung finden.

Insgesamt arbeiten 58,6 % der Gesamtstichprobe in Vollzeit, 16,0 % in Teilzeit, 9,1 % sind Rentner, 8,7 % Studierende/Auszubildende und lediglich 2,3 % arbeitslos. Dass die Anwohnerschaft am Pferdemarkt jünger ist, spiegelt sich auch in der Berufs- und

Ausbildungssituation wider, denn hier finden sich ca. 20 % Studierende/Auszubildende, während die Quote am Hansaplatz bei 7 % liegt, am Hamburger Berg bei 2 %. Am Hamburger Berg ist die Anwohnerschaft der Stichprobe insgesamt älter, was auch an der Quote der Rentner (16,7 %) zum Ausdruck kommt (im Vergleich 9 % am Hansaplatz und 2 % am Pferdemarkt).

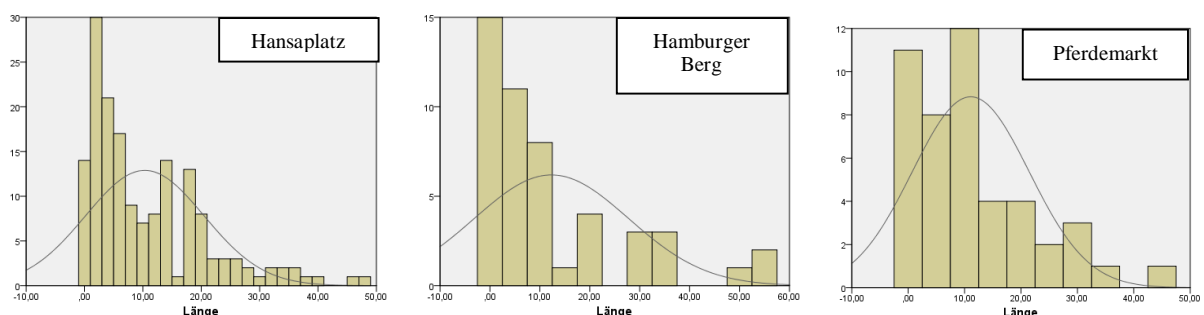
Betrachtet man, seit wann die Befragten bereits an dem entsprechenden Platz ansässig sind, so wohnen sie im Schnitt seit dem Jahr 2007 dort (Min = 1961; Max = 2018; vgl. Tabelle 3). Die Anwohnerschaft am Hansaplatz ist mit 10 Jahren durchschnittlicher Wohndauer die am kürzeszen dort wohnende. Am Hamburger Berg hingegen sind die Befragten im Schnitt seit 2005 ansässig mit einer durchschnittlichen Wohndauer von 12 Jahren. Dies entspricht dem relativ hohen Anteil an Rentnern am Hamburger Berg.

Tabelle 3: Länge der Anwohnerschaft (in Jahren)

		Gesamt	Hansa- platz	Hamburger Berg	Pferde- markt
Alter	N	258	164	48	46
	Min ²	0	0	0	0
	Max	57	48	57	43
	Mean	10,8	10,3	12,3	11,1
	SD	11,3	10,2	15,5	10,4

Insgesamt lässt sich sagen, dass die Stichprobe einen bildungsbürgerlichen Bias enthält. In der Konsumierendenstichprobe ließ sich ein solcher Bias vor allem im Pferdemarkt-Sample erkennen; bei den Anwohnerinnen und Anwohnern findet sich ein Bildungsbürger-Bias an allen drei Örtlichkeiten. Dennoch scheint die Struktur der Anwohnerschaft durchaus Unterschiede aufzuweisen. So finden sich (auf Basis der Stichprobe) am Pferdemarkt eher jüngere, noch in der Ausbildung befindliche Anwohner/-innen, am Hansaplatz Anwohner/-innen jüngeren bis mittleren Alters, die überwiegend berufstätig sind, und am Hamburger Berg ebenfalls überwiegend Berufstätige, aber auch eine große Anzahl von Rentnern und Menschen, die in dem Viertel schon lange ansässig sind.

Abbildung 2: Verteilung der Wohndauer im jeweiligen Wohnviertel („wohnhaft seit?“)



² Ein Minimalwert von 0 Jahren bedeutet, dass die Anwohner im Jahr 2018 an den betreffenden Platz gezogen sind.

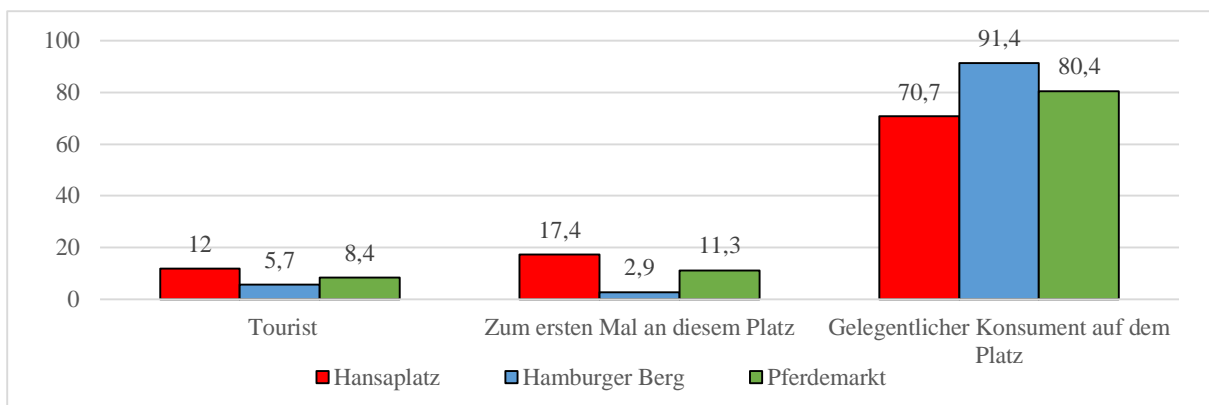
4. Ergebnisse

Orientiert am Aufbau der Erhebungsinstrumente werden im Folgenden die Ergebnisse dargestellt. Zunächst werden die Angaben der Konsumentinnen und Konsumenten hinsichtlich des aktuell und gewöhnlich konsumierten Alkohols an den drei Plätzen dargestellt (4.1). Der darauf folgende Abschnitt 4.2 wird die wahrgenommenen Problemlagen der Anwohner/-innen beschreiben, so dass im Anschluss die subjektive gefühlte Beeinträchtigung der Anwohner und der Konsumenten betrachtet werden kann (4.3). Abschließend werden Lösungsvorschläge von Konsumierenden und Anwohner/-innen gegenübergestellt (4.4).

4.1 Angaben zum aktuell und gewöhnlich konsumierten Alkohol und zur Motivation des Konsums im öffentlichen Raum

Die Konsumentinnen und Konsumenten wurden zunächst gefragt, ob sie regelmäßige Besucher der Örtlichkeit sind, zum ersten Mal dort sind oder sich dort als Besucher/Tourist aufhalten. Insgesamt gaben 77,8 % der Befragten an, regelmäßiger auf dem Platz/an dem Ort der Befragung zu „cornern“, nur eine Minderheit gab an, zum ersten Mal dort zu sein (12,8 %) oder zu Besuch in Hamburg zu sein (9,4 %; N = 477).

Abbildung 3: Touristen, erstmalige und regelmäßige Konsumierende nach Örtlichkeit (in Prozent)



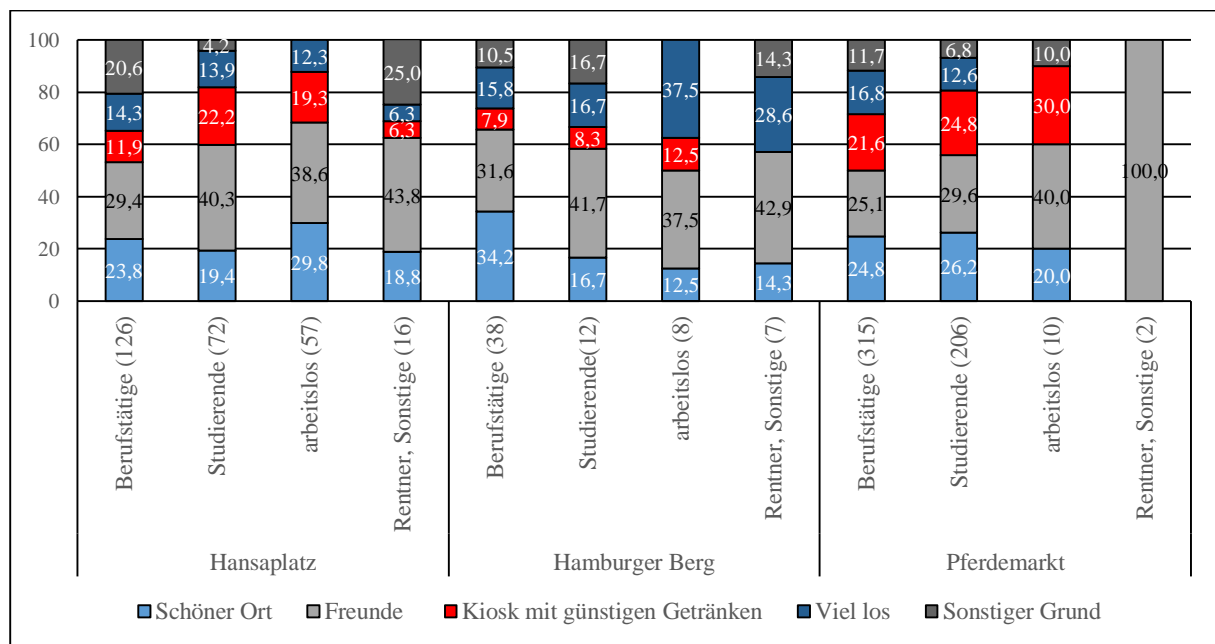
Getrennt nach den drei Örtlichkeiten ist sichtbar, dass in der Stichprobe der Hamburger Berg die meisten regelmäßigen Besucher gefolgt vom Pferdemarkt aufweist. Am Hansaplatz sind fast 30 % der Befragten erstmalig oder als Touristen vor Ort (vgl. Abbildung 3).

Die Gründe für die Ortswahl sowie für das Trinken in der Öffentlichkeit sind vielfältig (N = 480): 56,2 % sagen, dass sich auch ihre Freunde an dem Ort aufhalten; 45,1 % gefällt der Ort; dass ein Kiosk vor Ort ist, in dem günstige Getränke gekauft werden können, ist für ein Drittel der Befragten (35,9 %) ausschlaggebend. 26,9 % finden, dass an dem Ort einfach etwas los sei und 93 Personen (19,4 %) haben zudem noch in einem offenen Antwortfeld weitere Angaben getätigt: diese reichen von Alkoholismus, guter Musik bis hin zu überbrückter Zeit oder Zufall.

Da eine Reihe von Befragten angegeben hat, die günstigen alkoholischen Getränke am Kiosk seien ein Grund für die Wahl des Aufenthaltsorts, wurde zunächst untersucht, ob dies gleichermaßen für jeden Erhebungsort gilt. Während am Pferdemarkt 44,8 % der Befragten

angeben, der Kiosk sei der Grund ihres Aufenthalts, geben dies nur 25,7 % am Hansaplatz und 14,3 % am Hamburger Berg an. Ob die Befragten regelmäßige Besucher sind, zum erstem Mal dort oder Touristen sind, hat keinen Einfluss auf die Häufigkeit der Nennung des Kiosks als Grund.

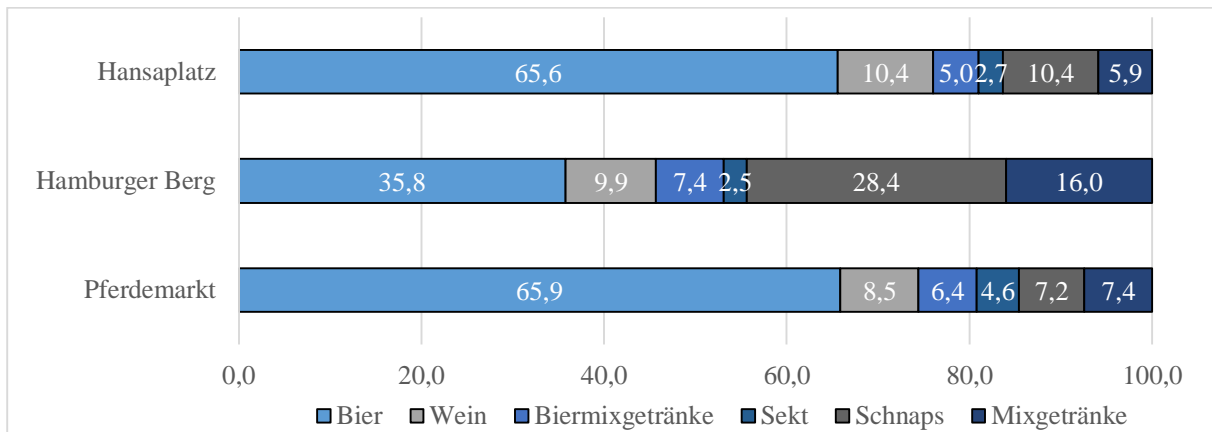
Abbildung 4: Gründe für die Ortswahl nach Erhebungsort und Beschäftigungsstatus (Prozent der Antworten in der jeweiligen Gruppe)



Bei noch differenzierterer Betrachtung (vgl. Abbildung 4), auf welche Personengruppen die genannten Gründe zurückgehen, ist erkennbar, dass erwartungsgemäß vor allem Studierende und Arbeitslose den Kiosk als Grund des Aufenthalts nennen. Die Antwortkategorie „weil sich die Freunde dort auch aufhalten“ ist dennoch unter allen Personengruppen der am häufigsten genannte Grund. Zudem ist erkennbar, dass Gründe der Geselligkeit insgesamt für die Ortswahl wesentlich wichtiger sind als die Möglichkeit, ein günstiges Getränk am Kiosk zu kaufen. Betrachtet man die Angaben nicht nach dem Anteil der Antworten, sondern nach dem Anteil der Befragten, so geben an allen drei Plätzen jeweils über 50 % der Befragten an, die Motivation hier zu sein beruhe auf dem Wunsch, die Freunde zu treffen. Damit ist das „Freunde treffen“ der wichtigste Grund für das „Cornern“.

Beim „Cornern“ trinken die Befragten normalerweise Getränke mit niedrigem Alkoholgehalt, hauptsächlich Bier und Biermischgetränke (zusammen 68,4 %) oder (Schaum)Wein (zusammen 13,0 %), während starke Alkoholika – Mixgetränke/Longdrinks oder Schnaps (18,6 %) – seltener getrunken werden. Die Getränkewahl ist am Hansaplatz und am Pferdemarkt sehr ähnlich. Lediglich am Hamburger Berg werden deutlich öfter Schnaps oder Mixgetränke/Longdrinks gewählt (vgl. Abbildung 5).

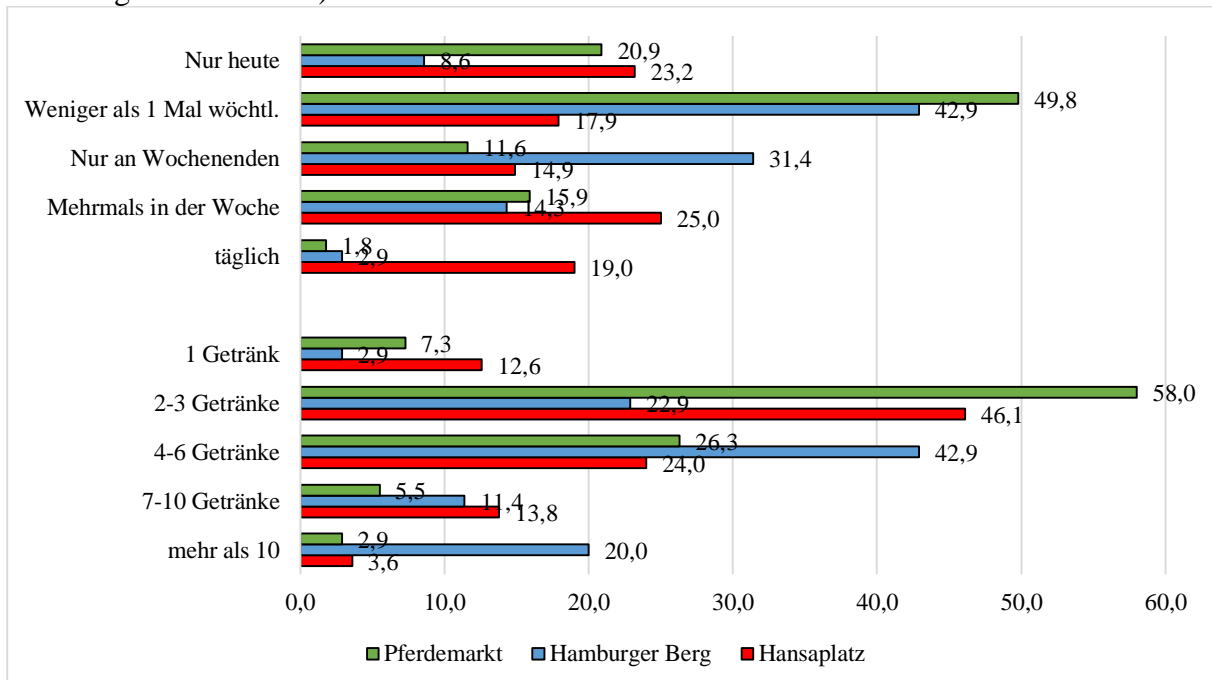
Abbildung 5: Überblick über die Angaben der Befragten, was für alkoholische Getränke sie auf diesem Platz trinken nach Erhebungsort; N = 692 (Mehrfachnennungen möglich)



Ob der Besucher gelegentlich vor Ort ist oder zum ersten Mal spielt bei der Wahl des Getränkes keine Rolle. Tendenziell geben arbeitslose Befragte etwas häufiger als die anderen Personengruppen an, Schnaps zu konsumieren.

Die Teilnehmenden wurden des Weiteren gefragt, wie oft sie an dem jeweiligen Platz Alkohol konsumieren und wie hoch sie die gewöhnliche Trinkmenge einschätzen.

Abbildung 6: Überblick über die Häufigkeit des Besuchs und die Anzahl der für gewöhnlich am Befragungsort von den Konsumentinnen und Konsumenten verzehrten Getränke (nach Erhebungsort in Prozent)



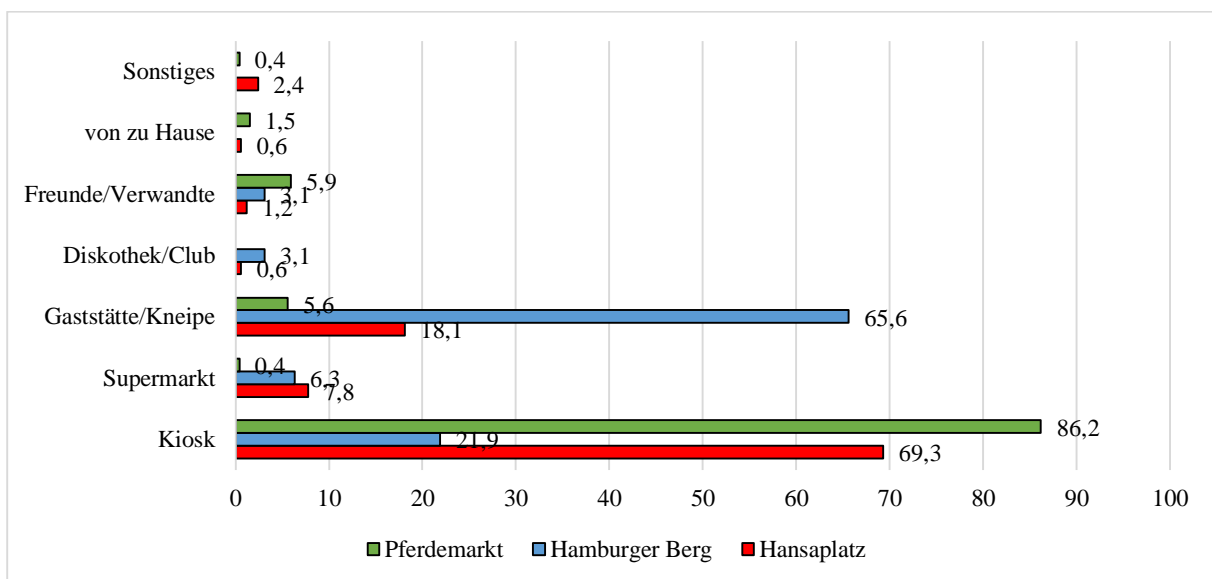
Insgesamt geben 38,1 % an, seltener als 1 Mal wöchentlich öffentlich am Erhebungsort zu konsumieren, 20,8 % sind nur heute hier, 19,0 % mehrmals in der Woche. Lediglich 14,2 % kommen nur an den Wochenenden und 7,9 % täglich. Mehr als die Hälfte der Befragten schätzen, dass sie normalerweise zwei bis drei (51,3 %) oder vier bis sechs (26,7 %) alkoholische Getränke pro Besuch zu sich zu nehmen. Nur 8,8 % trinken regelmäßig nur ein

Getränk und ebenfalls eine Minderheit von 4,4 % trinkt regelmäßig mehr als 10 alkoholische Getränke.

Nach Erhebungsort getrennt ergeben sich recht große Unterschiede im Konsumverhalten (vgl. Abbildung 6). So wird der Pferdemarkt in der Regel weniger als einmal wöchentlich besucht und pro Besuch durchschnittlich 2 bis 3 Getränke konsumiert. Am Hamburger Berg sind die Besucher zu 74,3 % weniger als einmal wöchentlich oder an den Wochenenden zugegen. 42,9 % geben an, dann zwischen 4 und 6 Getränken zu konsumieren; 20 % konsumieren mehr als 10 Getränke. Der Hansaplatz hat die meisten regelmäßigen Besucher; 44 % sind dort mehrmals wöchentlich oder sogar täglich. In der Regel werden pro Besuch 2 bis 3 Getränke konsumiert.

Die Befragung zielte auf Personen ab, die im öffentlichen Raum alkoholische Getränke konsumieren. Es sollten nicht die Personen befragt werden, die offensichtlich derzeit Gast in einer vor Ort befindlichen Kneipe sind und bspw. an einem Tisch vor dieser sitzen. Insofern ist es nicht verwunderlich, dass 75,8 % aller Befragten ihr alkoholisches Getränk am Kiosk erworben haben und nur 14,3 % in einer Gaststätte oder Kneipe. Wenn Tische belegt sind, ist es an überfüllten Sommerabenden keine Seltenheit, dass ein Getränk in der Gaststätte erworben aber dennoch im öffentlichen Raum konsumiert wird.

Abbildung 7: Erwerbort des zum Zeitpunkt der Befragung konsumierten alkoholischen Getränks (nach Erhebungsort), N = 467

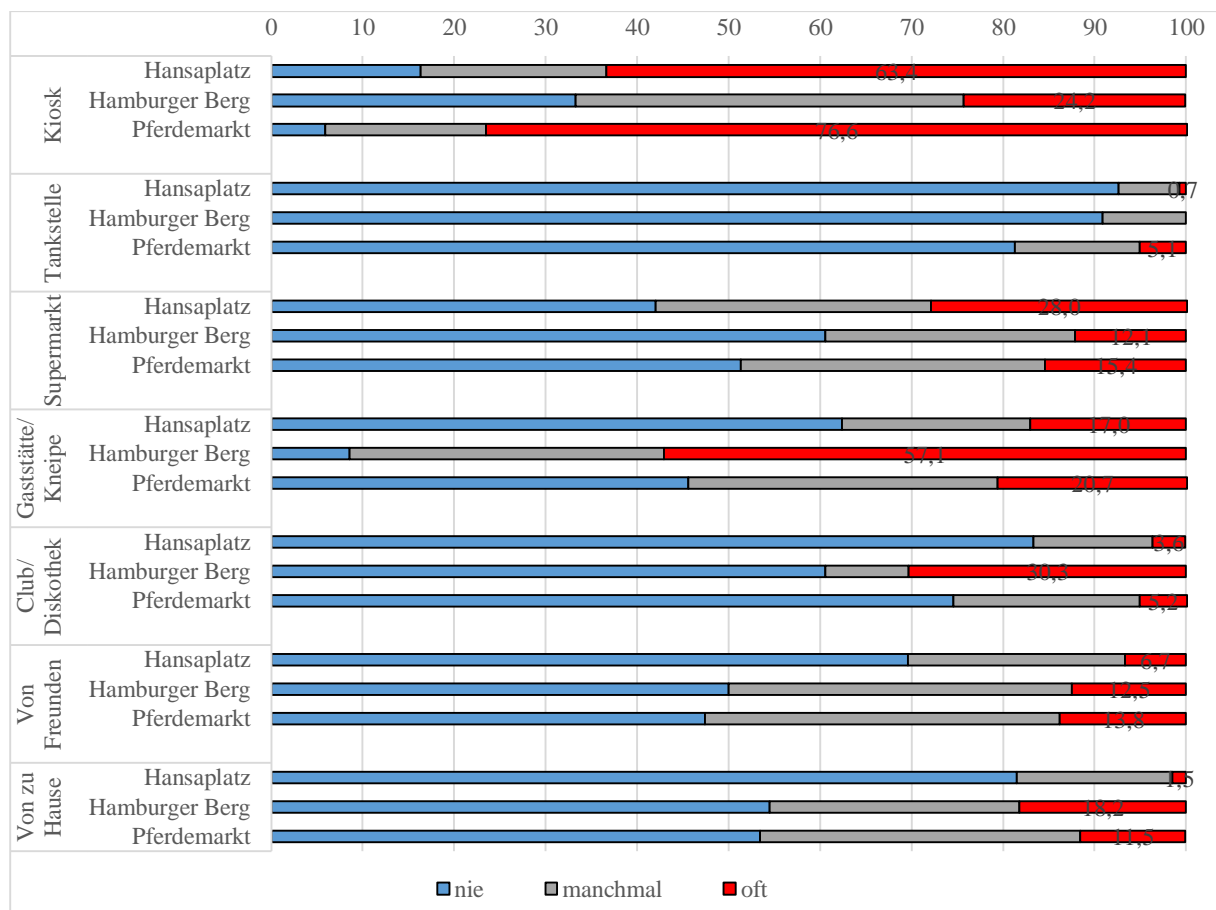


Betrachtet man den Erwerbort nach den Erhebungsorten differenziert (vgl. Abbildung 7), so spiegeln die Ergebnisse bereits das wider, was zum Grund des Aufenthalts gesagt wurde (vgl. Abbildung 4). Der Hamburger Berg ist nicht der typische Ort, an dem ein im Kiosk erworbenes Bier konsumiert wird. Vielmehr gibt hier die überwiegende Zahl an, das alkoholische Getränk in einer Gaststätte erworben zu haben. In der geringen Stichprobe kam zudem zum Ausdruck, dass sich die Konsument/-innen nicht lange auf der Straße aufhalten, sondern mit dem in der Kneipe erworbenen Bier in der Regel auch wieder zurück in die Kneipe gehen. Insofern resultiert der öffentliche Alkoholkonsum am Hamburger Berg direkt aus dem Besuch der vor

Ort befindlichen Gaststätten. Anders sieht es am Pferdemarkt und am Hansaplatz aus. Hier erwarben 86,2 % bzw. 69,3 % der Befragten ihr alkoholisches Getränk in einem Kiosk. Der Supermarkt wurde von 7,8 % am Hansaplatz genutzt, spielte am Pferdemarkt aber keine Rolle. In der Kategorie „Sonstiges“ befanden sich lediglich 5 verwertbare Antworten, bspw. vom Bahnhof oder vom Döner oder Imbiss (vgl. Abbildung 7).

Um zu erfahren, wo gewöhnlich der Alkohol bezogen wird, der an diesem Platz konsumiert wird, sollten die Befragten die Häufigkeit des Erwerbs auf einer Skala von 1 = „nie“ bis 3 = „oft“ einschätzen. Der Zeitpunkt der Befragung (vgl. Abbildung 8) spiegelt gut das gewöhnliche Erwerbsverhalten wider. Am Hansaplatz und am Pferdemarkt wird der Alkohol gewöhnlich am Kiosk erworben, am Hamburger Berg in der Regel in den Gaststätten/Kneipen und Clubs/Diskotheiken. Der Supermarkt ist lediglich am Hansaplatz eine weitere oft genutzte Option (28,0 %). Befragte am Hamburger Berg und am Pferdemarkt geben zudem recht häufig an, dass sie die alkoholischen Getränke von Freunden oder von zu Hause mitbringen (11,5 % bis 18,2 %).

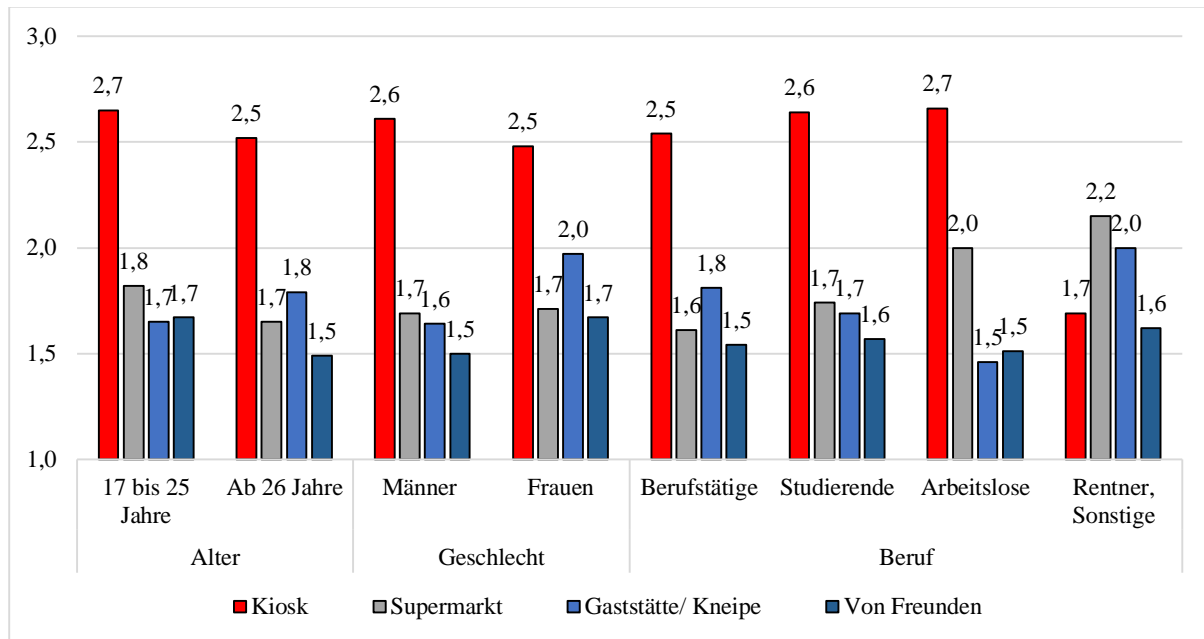
Abbildung 8: Überblick über die Antworten der befragten Konsument/-innen: "Wenn Sie an diesem Platz trinken, wie häufig haben Sie Alkohol bezogen von..."



Weder Alter und Geschlecht noch Berufszuordnung scheinen im besonderen Maße mit dem Erwerbort in Verbindung zu stehen (vgl. Abbildung 9). Tendenziell kaufen eher die jüngeren Konsument/-innen, Männer, Studierende und Erwerbslose ihr Getränk am Kiosk. Der

Supermarkt wird eher von Rentnern oder Erwerbslosen aufgesucht. Ältere Konsumierende, Frauen und Berufstätige nutzen eher die Gaststätten oder Kneipen als Erwerbsquelle. Die Unterschiede hinsichtlich dieser Variablen sind jedoch marginal.

Abbildung 9: Der bisherige, gewöhnliche Erwerbssort der alkoholischen Getränke zum Konsum in der Öffentlichkeit (nach Alter, Geschlecht und Berufszuordnung, Mittelwerte)

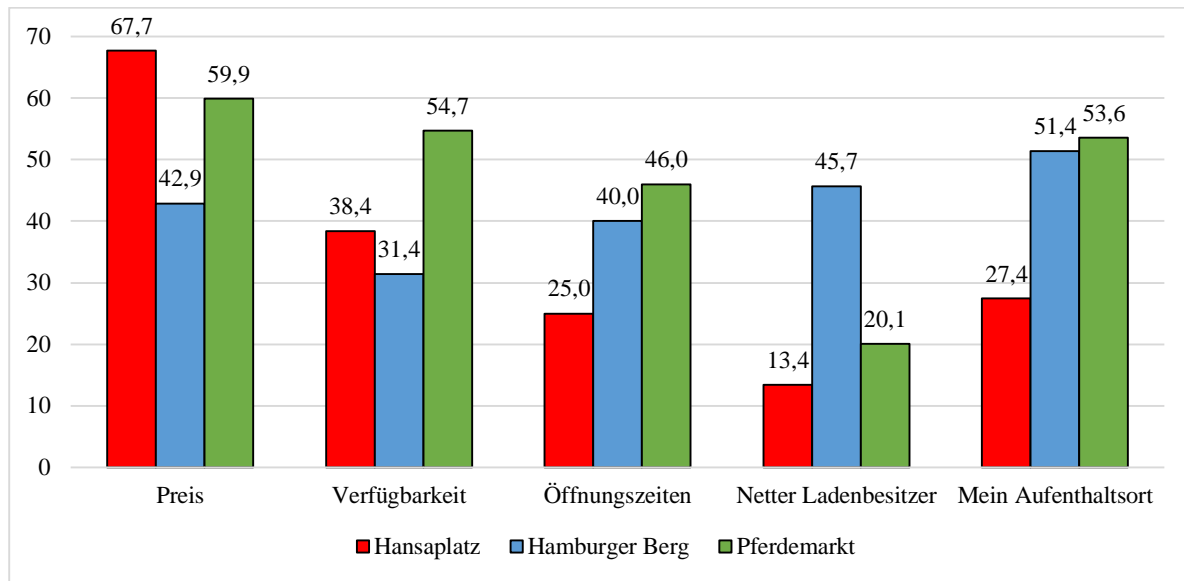


Als entscheidende Gründe für die Wahl des Erwerbssorts beim Kauf alkoholischer Getränke für den Verzehr am Befragungsort spielen für die Konsument/-innen der Preis (28,1 % der Antworten; N = 1031), die Verfügbarkeit (21,7 %) und ihr aktueller Aufenthaltsort (20,4 %) die größte Rolle, auch die Öffnungszeiten der Verkaufsstelle werden mit 17,6 % häufig genannt. Die Kategorie „der nette Ladenbesitzer“ machte als Antwortmöglichkeit nur 9,0 % aller Antworten aus. Mit den offenen Antwortfeldern ergänzten die Befragten 33 Gründe wie bspw. Gruppenzwang, gekühlte Getränke oder Bequemlichkeit.

Für die Konsument/-innen am Hansaplatz und am Pferdemarkt (vgl. Abbildung 10) sind der Preis und Verfügbarkeit des alkoholischen Getränks die wichtigsten Aspekte für die Wahl des Erwerbssorts; die Wahl fällt demnach auf Grund einer Kombination aus Preis und räumlicher Nähe – diese Bedürfnisse befriedigen an diesen Befragungsorten offensichtlich die Kioske am besten. Nicht verwunderlich ist, dass für Studierende (69,5 % der Befragten dieser Gruppe), Erwerbslose (82,1 %) und Rentner (66,7 %) der Preis des alkoholischen Getränks wichtiger ist als für Berufstätige (51,3 % der Befragten).

Am Hamburger Berg entscheidet eher der Aufenthaltsort über den Erwerb des Getränks, was erklärt, dass hier die überwiegende Zahl der Befragten ihr Getränk in den Gaststätten und Kneipen erwirbt.

Abbildung 10: Der bisherige, gewöhnliche Erwerbssort der alkoholischen Getränke zum Konsum in der Öffentlichkeit (nach Geschlecht und Berufszuordnung, Mittelwerte)

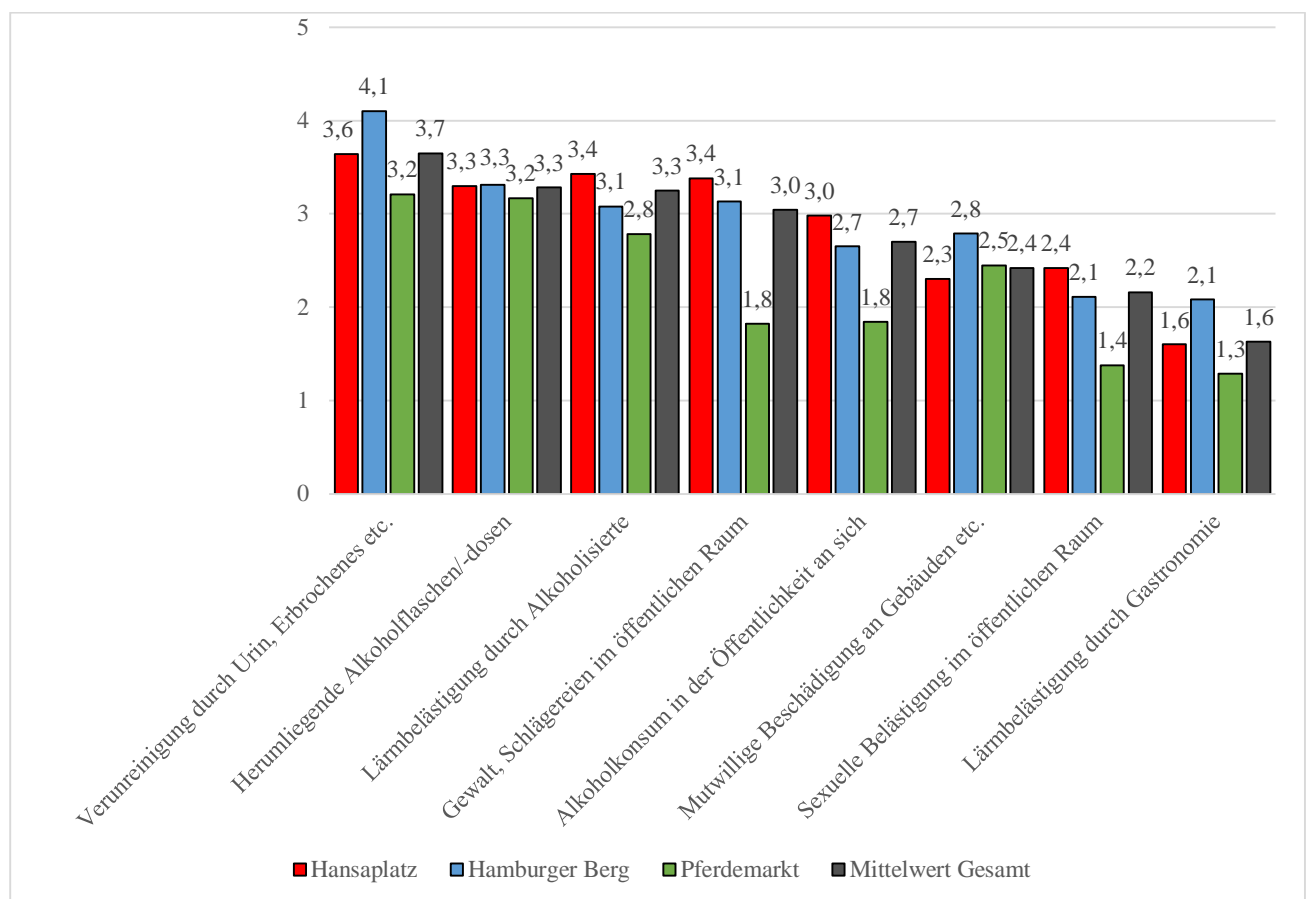


Insgesamt lässt sich erkennen, dass die Konsumentinnen und Konsumenten der drei in der Studie betrachteten Örtlichkeiten große Unterschiede aufweisen. Der Pferdemarkt zeichnet sich durch ein überwiegend studentisches/erwerbstätiges und hochgebildetes Publikum aus (fast 89,9 % mit Abitur bzw. Hochschul-/Universitätsabschluss). Konsumiert wird überwiegend Bier und Wein in moderater Menge, d.h. 2 bis 3 Getränke pro Abend und weniger als einmal wöchentlich. Der Kiosk spielt am Pferdemarkt dennoch eine große Rolle. Der Grund ist hier aber nicht allein der geringere Preis (im Vergleich zu den Gaststätten), sondern die bequeme Verfügbarkeit und das zufällige Vorortsein der Konsumierenden. Die Ergebnisse der Stichprobe am Hamburger Berg ist auf Grund des geringen Umfangs nur mit Vorsicht interpretiert, dennoch scheinen die Ergebnisse, untermauert durch die Beobachtungen der Interviewer/-innen, die Gegebenheiten vor Ort widerzuspiegeln. Insgesamt feiern auch hier überwiegend Personen mit einem hohen Bildungsgrad, wobei das Publikum etwas durchmischer, nicht überwiegend studentisch, und im Durchschnitt etwas älter als am Pferdemarkt ist. Der Hamburger Berg ist eine Partymeile, die am Wochenende stark frequentiert wird. Dabei werden deutlich mehr hochprozentige Alkoholika konsumiert und dies in höheren Mengen. Der Erwerb am Kiosk oder an anderen Verkaufsstätten wie bspw. Supermarkt oder Imbiss etc. spielt keine Rolle. Im Gegenteil werden hier die Kneipen und Gaststätten als Erwerbssorte genutzt. Entsprechend ist der Preis der konsumierten Getränke auch von untergeordneter Bedeutung, bzw. nicht von ausschlaggebender Bedeutung bei der Wahl des Erwerbssortes. Der Hansaplatz hat wiederum mit den beiden zuvor beschriebenen Örtlichkeiten wenig gemein. Insgesamt ist das Publikum hier am heterogensten sowohl die Bildung als auch die berufliche Situation betreffend. Konsumiert wird auch hier überwiegend Bier und Wein, allerdings ist die Anzahl derer, die tatsächlich täglich oder zumindest mehrmals wöchentlich den Platz zum Konsumieren aufsuchen, sehr hoch (44 % der Befragten der Stichprobe). Der Kiosk spielt auch hier eine große Rolle, dies aber vorwiegend, weil die Getränke dort günstiger sind.

4.2 Wahrnehmung von Problemen durch die Anwohner und Anwohnerinnen

Die Anwohnerinnen und Anwohner wurden im Fragebogen zunächst um eine Einschätzung gebeten, inwiefern mögliche Probleme, wie Lärmbelästigung, Verunreinigungen oder Kriminalität im öffentlichen Raum in ihrer Nachbarschaft verbreitet sind. Die Abbildung 11 gibt eine Übersicht über die Einschätzung der Befragten zu möglichen Problembereichen, sortiert nach der Größe der wahrgenommenen Beeinträchtigung. Als Antwortmöglichkeit war auf einer 6-stufigen Likert-Skala anzugeben, als wie groß das jeweils abgefragte Problem eingeschätzt wird, wobei ein Wert von 0 „gar kein Problem“ bedeutet, der Wert 5 „ein sehr großes Problem“. Für die vier möglichen Problembereiche, die nicht unmittelbar im Zusammenhang mit Alkoholkonsum stehen, wurden die Befragten jeweils um ihre Einschätzung darüber gebeten, ob ihrer Wahrnehmung nach das Problem im Kontext des Alkoholkonsums auftritt (vgl. Abbildung 12).

Abbildung 11: Überblick über wahrgenommene Probleme der Anwohner/-innen in ihrem Wohnviertel (nach Befragungsort, sortiert nach absteigenden Mittelwerten der Spalte "Gesamt"), N = 264

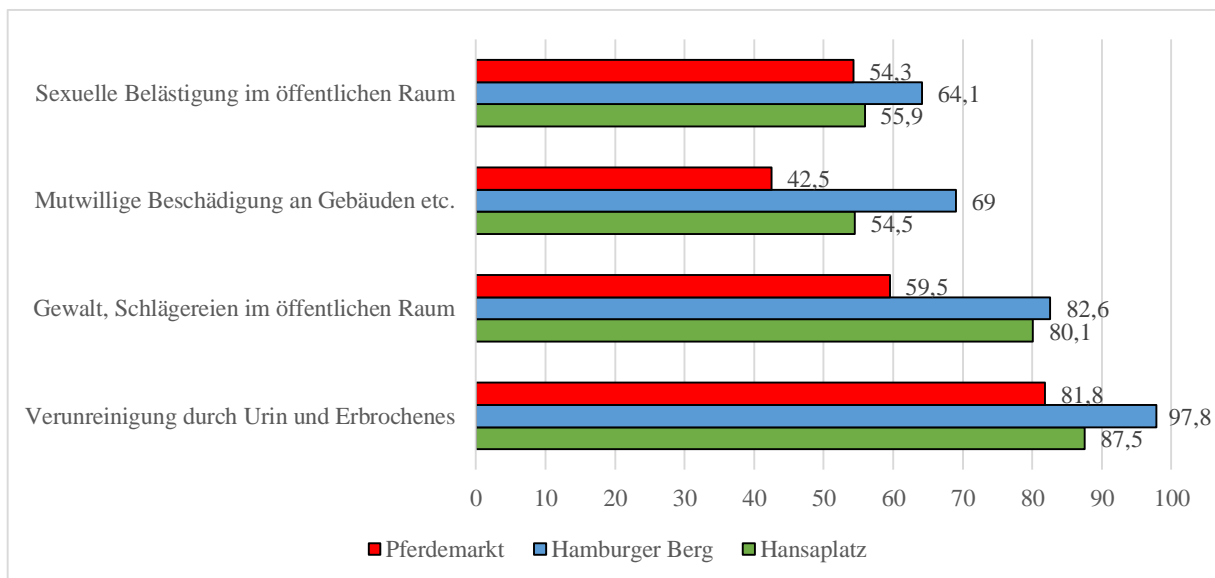


Übereinstimmend betrachten die Befragten an den drei unterschiedlichen Orten insbesondere Verunreinigungen als vorherrschende Problemlage, die als Folge des öffentlichen Alkoholkonsums auftritt (vgl. Abbildung 11), wobei lediglich die Beschmutzungen des öffentlichen Raums durch Urin und Erbrochenes mit einem Gesamtmittelwert von 3,65 einen hohen Zustimmungswert aufweist. Alle anderen vorgegebenen möglichen Beeinträchtigungen

werden von den Anwohner/-innen als „weniger problematisch“ bis hin zu „etwas problematisch“ empfunden.

Ebenfalls übereinstimmend beschreiben die Befragten an allen drei Orten, dass sexuelle Belästigungen im öffentlichen Raum sowie die Lärmbelästigung durch die Gastronomie die am wenigsten ausgeprägten Problemlagen vor Ort seien. Zu bemerken ist dabei jedoch, dass die Einschätzung der sexuellen Belästigungen am Hansaplatz durch die befragten Anwohner/-innen zumindest im mittleren Wertebereich liegen – sie sind damit zwar immer noch „eher weniger“ ein Problem, jedoch signifikant ausgeprägter als am Hamburger Berg oder am Pferdemarkt. Insgesamt bewerten die Befragten die Problemlagen am Hansaplatz als deutlich präsenter als an den anderen beiden Orten. Gewalt und Schlägereien, Lärmbelästigungen durch Alkoholisierte sowie der Alkoholkonsum im öffentlichen Raum an sich sind hier sowie am Hamburger Berg aus Sicht der Anwohnenden deutlich gewichtigere Probleme, als sie es Pferdemarkt sind. Am Pferdemarkt werden die vorgegebenen Problematiken von den Anwohnerinnen und Anwohnern durchweg als weniger gravierend eingeschätzt, als an den anderen beiden Orten. Der Vandalismus bildet dabei zwar eine Ausnahme, doch denkt weniger als die Hälfte der Anwohnenden aus dem Schanzenviertel, dass er im Zusammenhang mit dem öffentlichen Alkoholkonsum steht (vgl. Abbildung 12).

Abbildung 12: Angenommener Zusammenhang der Beeinträchtigungen mit dem Alkoholkonsum im öffentlichen Raum; Zustimmung der Befragten in Prozent, N = 264

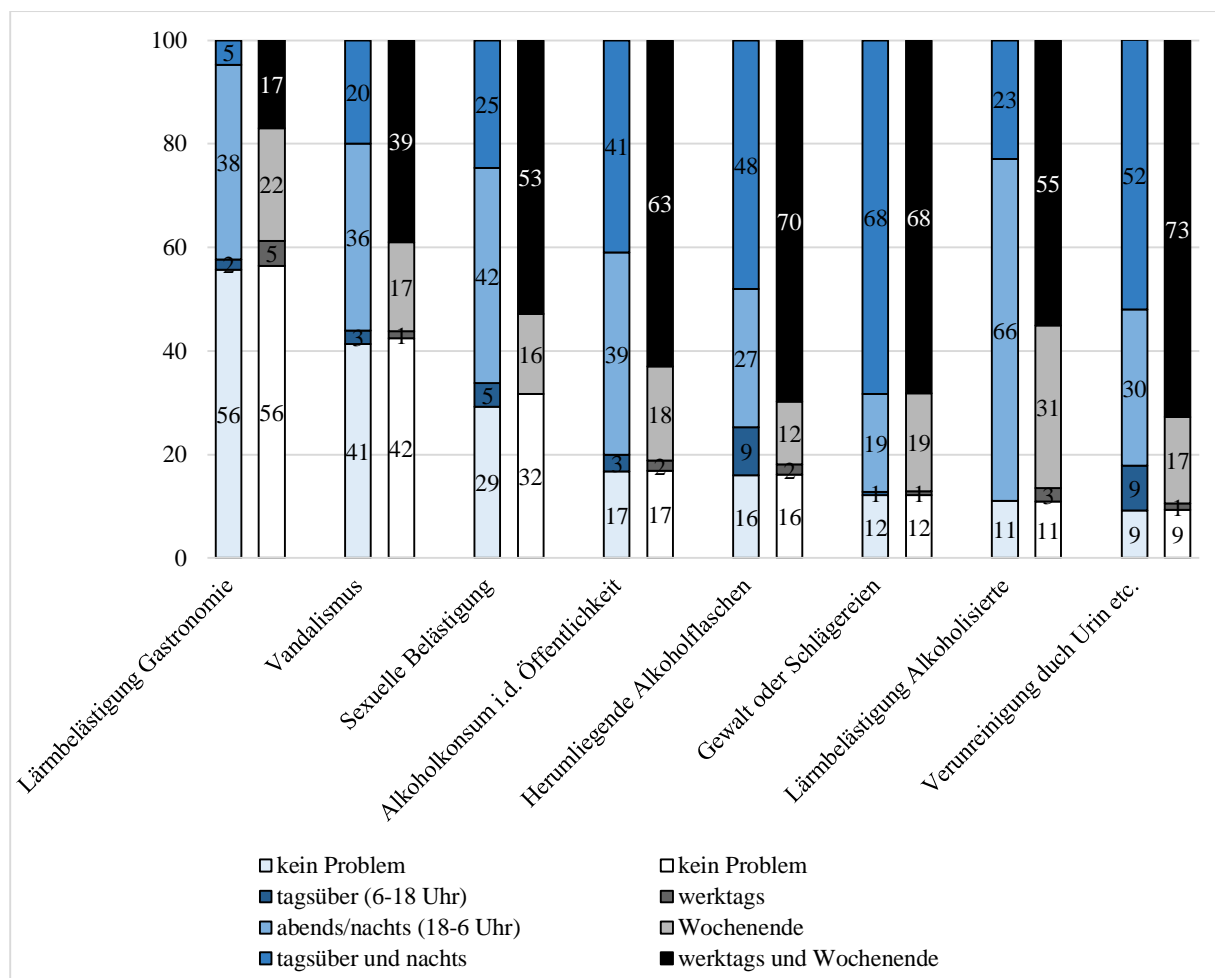


Als Probleme, die darüber hinaus von den Befragten in einem offenen Antwortformat genannt wurden, gaben die Anwohner und Anwohnerinnen vom Hansaplatz am häufigsten Drogenkonsum und Drogenhandel an. Prostitution und Aggressionen nehmen an diesem Platz im Gegensatz zu den anderen Orten die Anwohnenden ebenfalls als Problem wahr. Am Hamburger Berg nehmen Drogenkonsum und -handel ebenfalls die häufigsten im offenen Antwortfeld genannten Problemlagen ein, wobei die Anwohner/-innen an diesem Ort auch explizit auf das Problem des Mangels an Rückzugsräumen der Konsument/-innen für den Drogenkonsum hinweisen. Einzelne Bewohner/-innen des Viertels nennen auch die Großveranstaltungen (wie Harley Days, Cruise Days und den Schlagermove) als Problem. Am Pferdemarkt werden im offenen Antwortfeld am häufigsten Behinderungen im Straßenverkehr genannt, z. B. blockierte

Straßen. Insgesamt aber nennen die Anwohner/-innen hier am seltensten weitere Probleme, nicht nur in Relation zur Anzahl an Befragten, sondern auch in absoluten Zahlen. Über alle Orte hinweg nennen jeweils einige Befragte auch Müll und Gestank als Probleme in ihrem Viertel.

Nicht alle der genannten möglichen Problematiken werden als gleichermaßen verbreitet wahrgenommen oder stören die Bewohnerinnen und Bewohner der drei Nachbarschaften im gleichen Maße über die Wochentage bzw. das Wochenende und die Tageszeiten hinweg. Die Abbildung 13, Abbildung 14 und Abbildung 15 geben jeweils für einen der Befragungsorte einen Überblick über die Antworten der Befragten, ob die einzelnen vorgegebenen Problembereiche a) überhaupt als problematisch eingeschätzt werden, b) ob sie nachts, tagsüber oder zu beiden Tageszeiten problematisch sind sowie c), ob sie am Wochenende oder unter der Woche (oder beides) als Störungen auftreten.

Abbildung 13: Überblick über die wahrgenommenen Problembereiche in der Nachbarschaft, Differenzierung nach Tagen und Tageszeiten; Anwohner/-innenbefragung Hansaplatz, N = 166

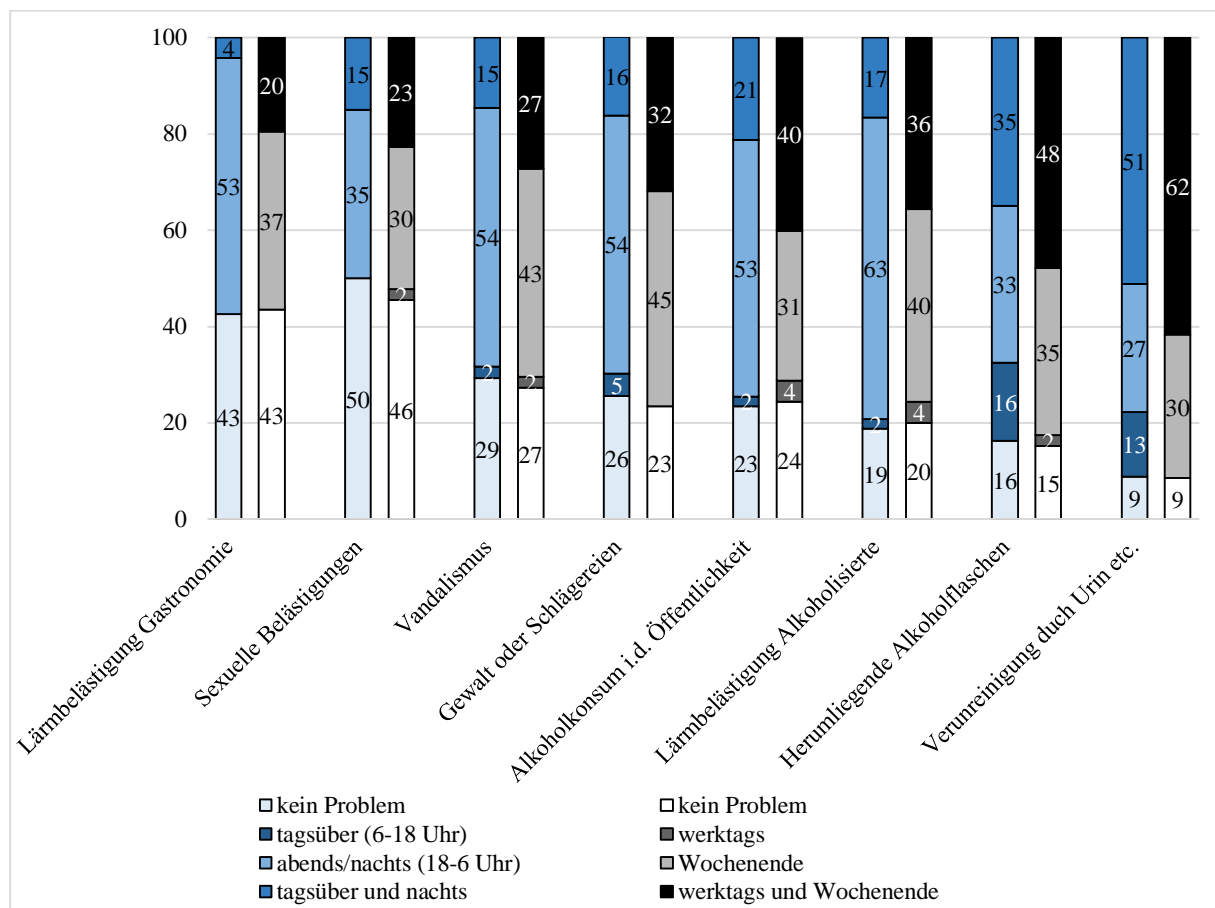


Am Hansaplatz werden Verunreinigungen werktags und am Wochenende von 73 % der Anwohner/-innen als Problem angesehen; weitere 17 % fühlen sich dadurch nur am Wochenende gestört. 9 % betrachten dies nicht als Problem. Verwandt mit dieser Problematik sind herumliegende Alkoholflaschen und -dosen, so dass dies ebenfalls von ca. 70 % als immerwährendes Übel betrachtet wird. Zu 50 % werden Verunreinigungen tagsüber und nachts wahrgenommen, zu ca. 30 % nur nachts, bzw. ab 18 Uhr abends.

Bei einem weiteren sowohl tags- als auch nachts wahrgenommenen Problemkomplex handelt es sich um Straftaten: so nehmen 68 % der Anwohner Gewalt und Schlägereien wahr, 53 % sexuelle Belästigungen und 39 % Vandalismus. Während allerdings Gewalt und Schlägereien zu allen Tageszeiten stattfinden, beschränken sich die sexuellen Belästigungen und der Vandalismus auf die Abend- und Nachtstunden. Sowohl die Lärmbelästigung durch die Gastronomie als auch durch Alkoholisierte wird überwiegend an den Wochenenden sowie abends und nachts berichtet. Da die Anwohner in der vorherigen Frage bereits zum Ausdruck gebracht haben, dass die meisten Probleme in einer Verbindung mit Alkoholkonsum gesehen werden, verwundert es auch nicht, dass insgesamt der Alkoholkonsum als ein wochentags und am Wochenende mit zunehmender Abendstunde auftretendes Problem gesehen wird.

Die sonstigen genannten Probleme, am Hansaplatz vorwiegend Drogenkonsum und -verkauf sowie Prostitution, werden hier durchgängig an jedem Tag der Woche und sowie tagsüber und nachts wahrgenommen.

Abbildung 14: Überblick über die wahrgenommenen Problembereiche in der Nachbarschaft, Differenzierung nach Tagen und Tageszeiten; Anwohner/-innenbefragung Hamburger Berg, N = 48

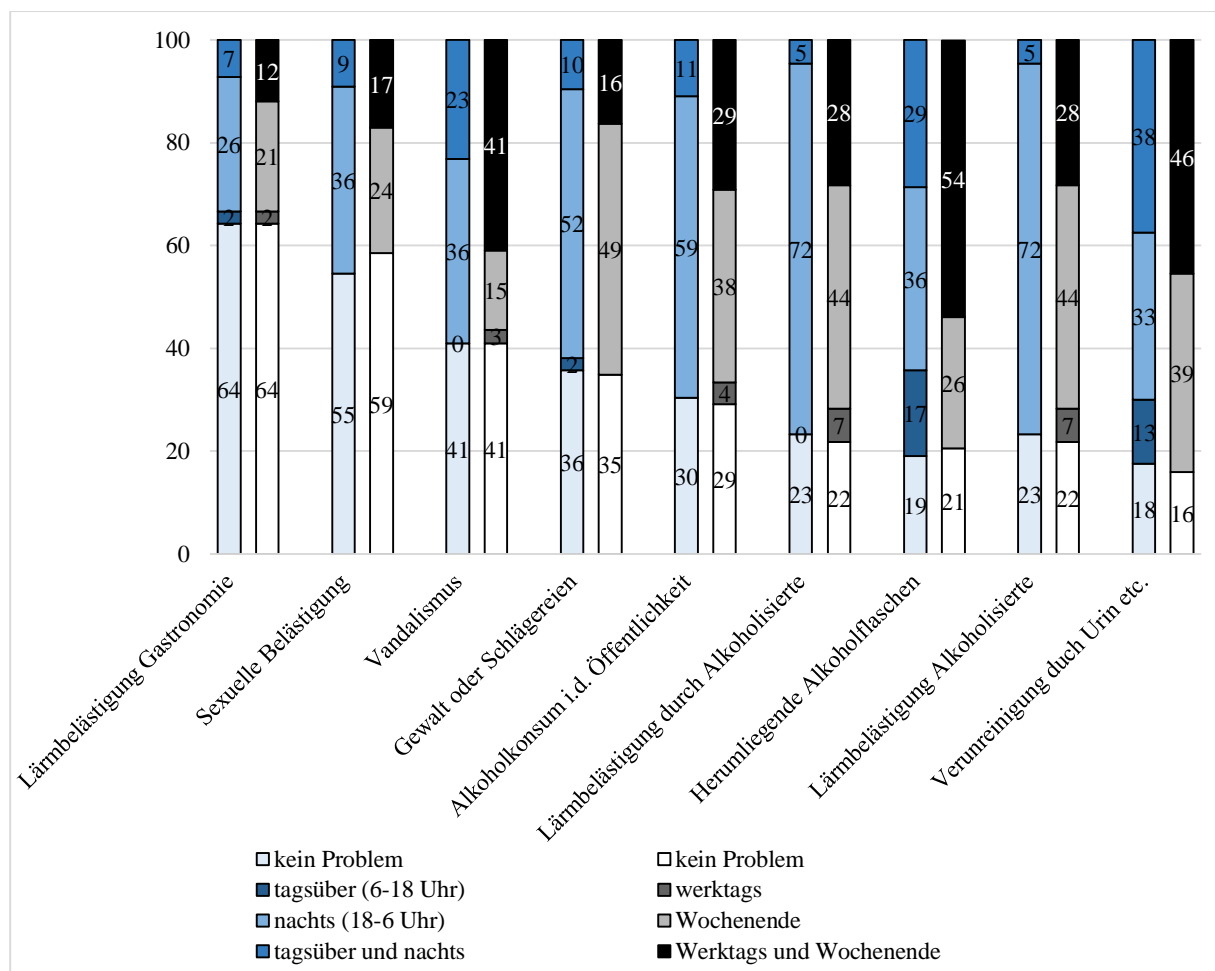


Die Problemlage wird am Hamburger Berg ganz anders beschrieben. Wie bereits ausgeführt, gibt es insgesamt sehr viel mehr Anwohner, die keine Probleme erkennen. Verunreinigungen, auch durch herumliegende Alkoholflaschen werden sowohl werktags als auch am Wochenende

von 62 % bzw. 48 % der Anwohner als problematisch gesehen. Schwierigkeiten mit Vandalismus, Schlägereien oder sexuellen Belästigungen scheinen sich hier stärker auf die Wochenenden und auf die Abend- und Nachtzeiten zu konzentrieren. Dennoch geben 32 % an, dass sie werktags und am Wochenende Gewalt und Schlägereien als Problem wahrnehmen, 27 % Vandalismus und 23 % sexuelle Belästigungen. Tagsüber werden für keinen der beschriebenen Bereiche nennenswerte Probleme gesehen. Vor allem Lärmbelästigungen, seien sie durch die Gastronomie oder durch Alkoholisierte, sind mit die schwerwiegendsten Probleme an den Abenden.

Die weiteren genannten Probleme wie Drogenverkauf, Junkies, Großveranstaltungen oder respektloses Verhalten der Partygänger werden ein wenig öfter an den Wochenenden wahrgenommen, aber tagsüber und nachts gleichermaßen.

Abbildung 15: Überblick über die wahrgenommenen Problembereiche in der Nachbarschaft, Differenzierung nach Tagen und Tageszeiten; Anwohner/-innenbefragung Pferdemarkt, N = 49



Die Verteilung der Zeiten mit den meisten Beeinträchtigungen ist am Pferdemarkt wiederum spezifisch. So sind hier die geringsten Raten an wahrgenommener Gewalt, Vandalismus und sexueller Belästigung zu verzeichnen. Lediglich 16 % bzw. 17 % sehen Gewalt oder sexuelle Belästigung als ein unter der Woche und am Wochenende währendes Problem an. Hervorsticht der Vandalismus, der an allen Wochentagen, jedoch vorwiegend ab 18 Uhr wahrgenommen

wird, so dass diese Raten genauso hoch sind wie am Hansaplatz. Verunreinigungen durch Urin oder Erbrochenes und herumliegende Bierflaschen- und Dosen werden die ganze Woche über und zu einem großen Teil auch tagsüber als Problembereich bewertet.

Die weiteren genannten Problembereiche wie bspw. Verkehrsbehinderungen, blockierte Straßen, Autolärm und die Verschmutzung des Parks werden etwas öfter an den Wochenenden und in den Abendstunden wahrgenommen.

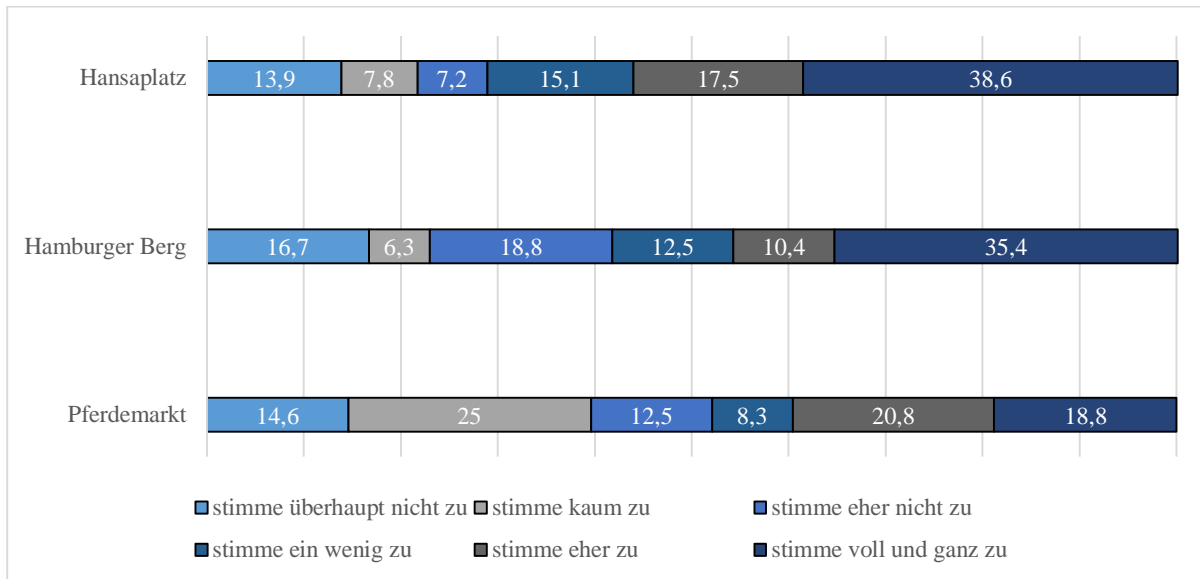
4.3 Subjektive Beeinträchtigungen der Anwohner/-innen und der Konsument/-innen

Wurden die Anwohner zuvor gefragt, wie groß sie das Problempotenzial ausgewählter Bereiche allgemein einstufen, soll es nun um ihre persönlichen, gefühlten Beeinträchtigungen ihrer Lebensqualität durch die Problembereiche gehen. Vor der Abfrage dieser Einschätzungen wurden die Anwohner gebeten, die empfundene Problembelastung hinsichtlich Alkoholkonsums auf öffentlichen Plätzen auf einer 6-stufigen Skala anzugeben, die von 0 „stimme überhaupt nicht zu“ bis 5 „stimme voll und ganz zu“ reichte. Insgesamt stimmten 63,4 % mindestens „etwas“ dieser Aussage zu; ein Drittel der Befragten stimmten „voll und ganz“ zu. 35,6 % gaben an, dass Alkoholkonsum im öffentlichen Raum „eher keine“ bis „überhaupt keine“ Probleme in ihrer Wohngegend schaffe.

Befragt danach, ob die Anwohner/-innen die Einschätzung teilen, dass Alkoholkonsum im öffentlichen Raum Probleme in ihrer Wohngegend schaffe, zeigten sich deutliche Unterschiede zwischen den Befragungsorten. Die Tendenz, die sich schon bei der wahrgenommenen Problemeinschätzung zeigte, setzte sich bei der subjektiven Beeinträchtigung fort (vgl. Abbildung 16) Anwohnerinnen und Anwohner am Pferdemarkt beschreiben ihren Wohnort als sehr viel weniger durch den öffentlichen Alkoholkonsum belastet als die Bewohner/-innen von Hansaplatz und Hamburger Berg.

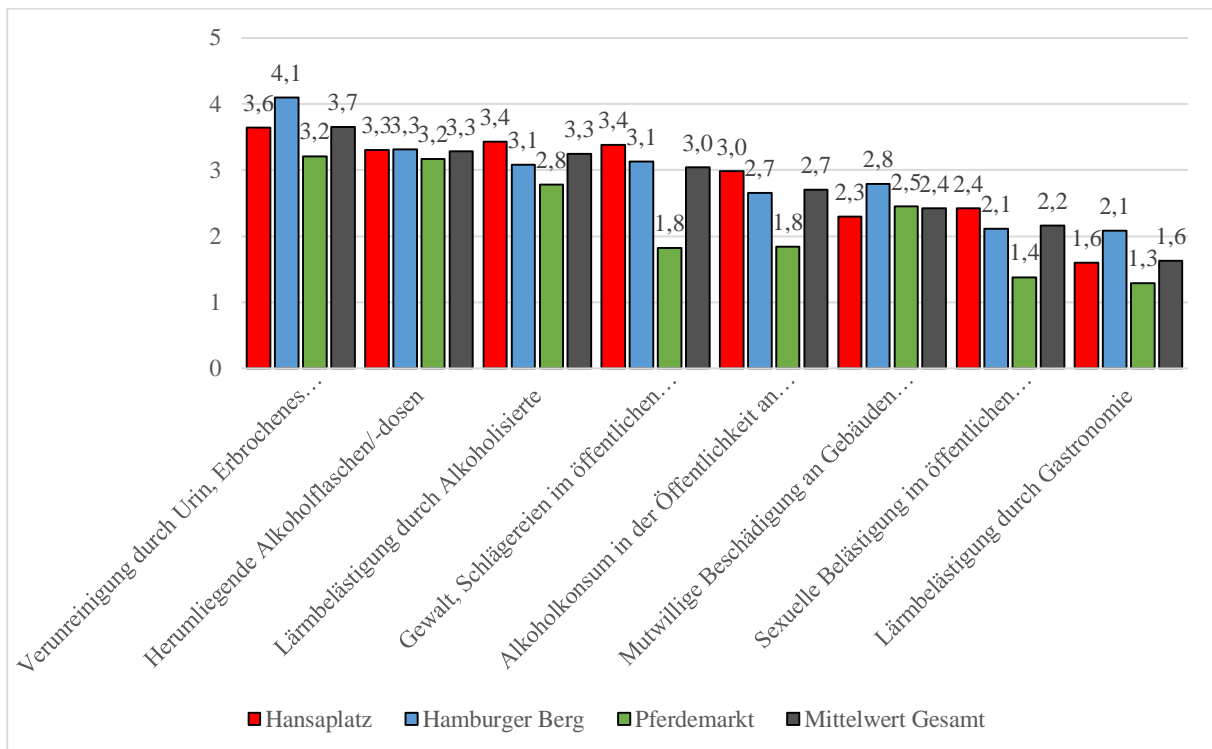
Auch ist die Gruppe derjenigen, die am Pferdemarkt „kaum“ oder „überhaupt nicht“ zustimmt, mit etwa 40 % deutlich größer als am Hamburger Berg (23,0 %) oder am Hansaplatz (21,7 %). Über die Gruppen hinweg liegt der Mittelwert mit 3,1 für alle 262 befragten Anwohnerinnen und Anwohner im „moderaten beeinträchtigten“ Bereich. Standardabweichung und Varianz sind mit $SD = 1,839$ und $V = 3,380$ jedoch relativ hoch, was bedeutet, dass die Ansichten hier relativ weit streuen. Dies soll zum Ende dieses Kapitels noch einmal genauer beleuchtet werden.

Abbildung 16: Beeinträchtigung durch Alkoholkonsum auf öffentlichen Plätzen, (N = 262)



Das Ergebnis, dass die Anwohner/-innen am Pferdemarkt sich durch den öffentlichen Alkoholkonsum weniger beeinträchtigt fühlen als die der anderen beiden Befragungsorte, spiegeln sich auch in den Antworten der Befragten bzgl. der Stärke der Einschränkung ihrer Lebensqualität durch die genannten Problembereiche wieder (vgl. Abbildung 17).

Abbildung 17: Empfundene Beeinträchtigung der Lebensqualität der Anwohner/-innen durch (die Folgen des) öffentlichen Alkoholkonsums, Antwortskala von 0 = gar nicht bis 5 = sehr stark (nach Befragungsort), N = 264



In dieser Fragebatterie wurden die Anwohner/-innen auf einer 6-stufigen Skala um die empfundene Stärke der Einschränkung ihrer Lebensqualität von 0 „gar nicht beeinträchtigt“ bis 5 „sehr starke Beeinträchtigung“ gebeten. Wiederum zeigt sich, dass als größte Probleme – allerdings wiederum nur im mittleren Zustimmungsbereich – Verunreinigungen, Lärm durch Alkoholisierte und Gewalt im öffentlichen Raum beschrieben werden, während der Alkoholkonsum an sich, Vandalismus, sexuelle Belästigungen und der Lärm durch Gastronomie ihre Lebensqualität eher wenig einschränkt.

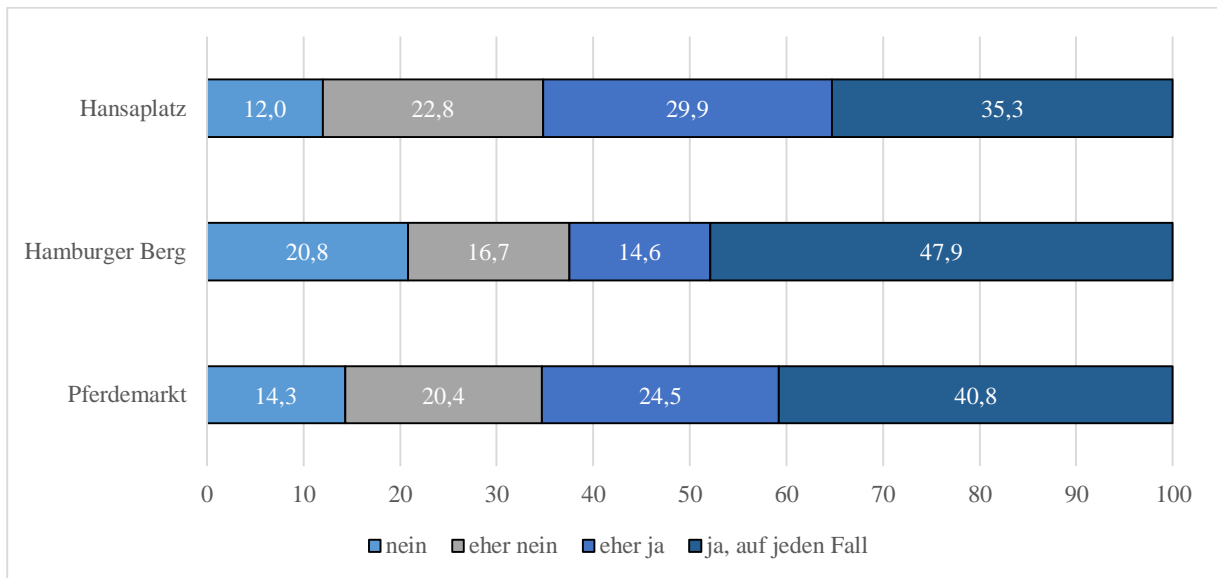
Unterschiede zwischen den Befragungsorten zeigen sich bei der subjektiven Beeinträchtigung der befragten Anwohner/-innen nur in geringem Umfang: Die Befragten, die am Pferdemarkt wohnen, beschreiben sich als signifikant weniger beeinträchtigt durch den Alkoholkonsum in der Öffentlichkeit an sich (F-Wert = 3,992; df = 2, $p < .05$) sowie durch Gewalt und Schlägereien (F-Wert = 4,631; DF = 2; $p < .05$) als die Anwohner/-innen am Hansaplatz.

Wie bei den vorangegangenen Fragen geben die Anwohner/-innen in den offenen Antwortfeldern einige weitere Probleme an und bewerten diese jeweils als stärkste Beeinträchtigungen ihrer Lebensqualität - insgesamt machten pro Erhebungsort jedoch nur etwa 20 Befragte, also jeweils nur ein geringer Anteil der Befragten von dieser Möglichkeit Gebrauch. Die Antworten gleichen den bereits vorweg beschriebenen offen angegebenen objektiv beobachteten Problembereichen. Als Faktoren der Beeinträchtigung der Lebensqualität nannten sowohl die Anwohner/-innen am Hansaplatz als auch am Hamburger Berg zusätzlich den Drogenhandel und die Drogenkonsument/-innen sowie den Gestank. Am Pferdemarkt beschreiben die Anwohner/-innen Verkehrsbehinderungen und Autolärm (die auch durch eine dort ein Gewerbe treibende, bekannte Hip-Hop-Musikgruppe entstehen), die Parkplatzsituation sowie Diebstahl und Müll als weitere subjektiv empfundene Beeinträchtigungen der Lebensqualität.

4.3.1 Wohnzufriedenheit

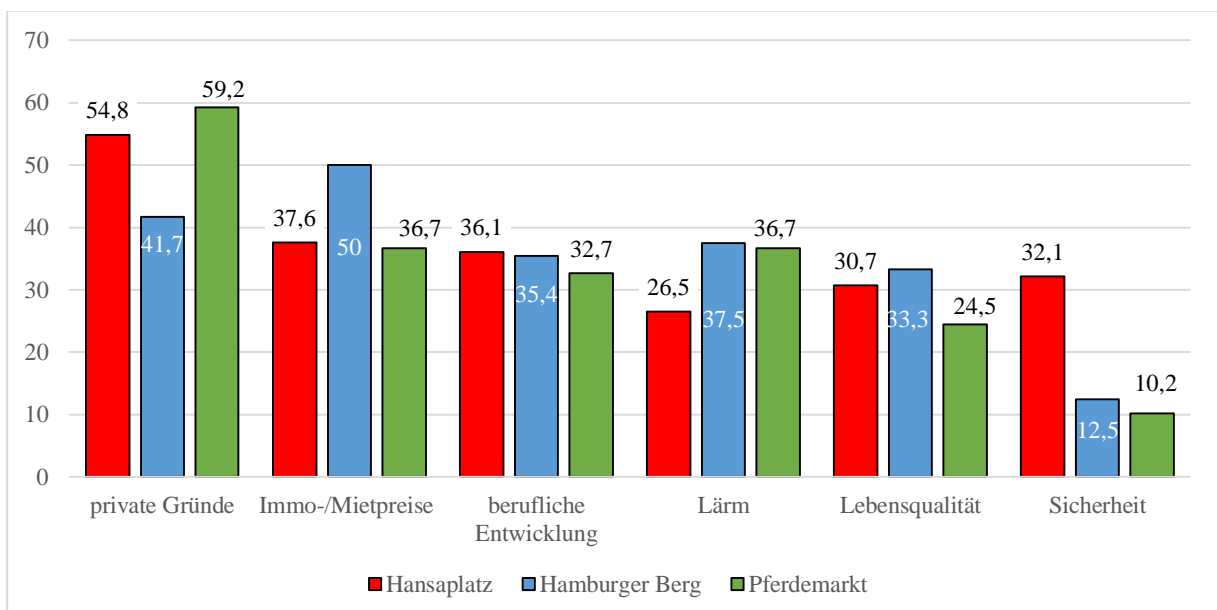
Die Mehrheit der Anwohnerinnen und Anwohner hat in der Befragung angegeben, auch in fünf Jahren noch an ihrem aktuellen Wohnort leben zu wollen (vgl. Abbildung 18). Interessant ist dabei, dass am Hamburger Berg sowohl der größte Anteil an Personen, die auf jeden Fall dort leben wollen, aber auch der größte Anteil an Befragten, die dort in fünf Jahren nicht mehr leben möchten, zu finden ist. Hinsichtlich der soziodemografischen Merkmale Alter, höchster erreichter Bildungsabschluss und auch bzgl. der Wohndauer im Viertel lassen sich zwischen denjenigen, die wegziehen möchten und denjenigen, die dortbleiben möchten, keinerlei Unterschiede finden.

Abbildung 18: Wohnort in 5 Jahren noch in der jeweiligen Wohngegend (nach Erhebungsort), N = 264



Die im Fragebogen erfassten Gründe für den potentiellen Wohnortwechsel geben mehr Aufschluss darüber, warum die Befragten von den unterschiedlichen Orten wegziehen wollen würden (vgl. Abbildung 19). Verschiedenste private Gründe, die teilweise im offenen Antwortfeld weiter spezifiziert wurden, spielen am Hansaplatz wie am Pferdemarkt die wichtigste, am Hamburger Berg die zweitwichtigste Rolle für den Wegzug. Die steigenden Miet- bzw. Immobilienpreise werden in beiden Nachbarschaften am zweithäufigsten, am Hamburger Berg am häufigsten als Grund für einen Wegzug genannt. Dies ist insofern nicht verwunderlich, als alle drei Wohngegenden als attraktive innerstädtische Wohnviertel in den vergangenen ein bis zwei Jahrzehnten stark von Gentrifikation und damit einhergehend von steigenden Mietpreisen betroffen sind.

Abbildung 19: Gründe für einen möglichen Wegzug aus der Wohngegend (nach Erhebungsort), N = 263



Die berufliche Entwicklung geben insgesamt etwa ein Drittel aller Befragten an den drei Orten als möglichen Grund für einen Wegzug an; der Lärm ist für die Bewohner und Bewohnerinnen des an der B4 liegenden, stark von PKW befahrenen Pferdemarkts sowie für die turbulente vom Nachtleben geprägte Straße Hamburger Berg ein wichtigerer Grund als für den etwas abseits von Einfalls- und Gastronomiestraßen gelegenen Hansaplatz. Die beeinträchtigte Lebensqualität ist für die Bewohner und Bewohnerinnen des Pferdemarktes deutlich seltener ein Grund für einen Wegzug als an den anderen beiden Gegenden. Die mangelnde Sicherheit am Hansaplatz wäre für ein Drittel der Befragten dort ein Wegzugsgrund, während nur etwa 10 % der Befragten am Hamburger Berg und am Pferdemarkt die Sicherheit als Grund angeben. Dies korrespondiert mit dem bei den Lösungsvorschlägen (vgl. Abschnitt 4.4) genannten Wunsch nach stärkerer polizeilicher Frequentierung. Lediglich 30 Personen gaben weitere 35 Gründe für einen Wegzug im offenen Antwortformat an. Kinder bzw. weiterer Familienzuwachs wurden am Hansaplatz und am Pferdemarkt am häufigsten genannt, Drogen und Prostitution spielten darüber hinaus am Hansaplatz eine Rolle.

4.3.2 Wahrnehmung der subjektiven Beeinträchtigung der Lebensqualität durch den öffentlichen Alkoholkonsum und seine Folgeerscheinungen

Die Analysen in diesem Kapitel haben gezeigt, dass es einige Unterschiede bezüglich der betrachteten Orte gibt – doch die statistischen Kennwerte bzgl. der Frage nach der subjektiv empfundenen Beeinträchtigung des Lebens durch den öffentlichen Alkoholkonsum und seine Folgeerscheinungen lassen vermuten, dass sich Unterschiede zwischen denjenigen, die den öffentlichen Alkoholkonsum und seine Folgeerscheinungen als problematisch oder als weniger bzw. nicht-problematisch ansehen, finden lassen können. Um dieser Frage nachzugehen, wurde die Gruppe aller Anwohnerinnen und Anwohner mittels der Methode des Mediansplits in zwei Gruppen geteilt: Diejenigen, die bei der oben genannten Frage „zustimmten“ oder „voll und ganz zustimmten“ (Werte 4 und 5 auf der Antwortskala) wurden einer Gruppe ($n = 134$) zugeordnet, diejenigen mit den Werten 0 bis 3 – „stimme überhaupt nicht zu“ bis „stimme ein wenig zu“ – der anderen ($n = 128$).

Im Mittel sind diejenigen, die das Cornern und seine Folgen als Problem empfinden mit 45 Jahren signifikant älter (t -Wert = $-4,697$; $df = 257$; $p \leq ,000$) als diejenigen, die das Problem als weniger gewichtig einschätzen (37 J.). Sie leben ebenfalls signifikant länger bereits im Wohnviertel (13 Jahre gegenüber 8 Jahren; t -Wert = $-3,501$; $df = 254,882$; $p \leq ,000$). Männer und Frauen sind in beiden Gruppen etwa gleichmäßig verteilt. Der formelle Bildungsstand beider Gruppen unterscheidet sich: diejenigen, die eine höhere Problemwahrnehmung angegeben haben, sind „nur“ zu 72,3 % (Fach-)Abiturient/-innen oder Hochschulabsolvent/-innen gegenüber 86,7 % in der weniger beeinträchtigten Gruppe. Dieses Ergebnis sollte jedoch unbedingt mit dem höheren Lebensalter der problembelasteteren Gruppe in Zusammenhang gesetzt werden, da die fortlaufende Bildungsexpansion zu höheren Abschlüssen führt (Schubert & Engelage, 2006). Hinsichtlich ihres Status als Erwerbstätige bzw. Erwerbslose unterscheiden sich beide Gruppen nicht voneinander. Rentner sind öfter unter denjenigen mit einer höheren subjektiven Problemwahrnehmung (17 vs. 7 Personen) und Schüler/-innen, Auszubildende bzw. Studierende häufiger unter denjenigen mit niedriger subjektiver Problembelastung (16 vs. 7 Personen).

Verständlicherweise geben die Personen, die den öffentlichen Alkoholkonsum als ein großes Problem wahrnehmen, auch hinsichtlich der einzelnen Fragen nach ihrer empfundenen

Beeinträchtigung (hoch) signifikant höhere Werte an. Die Tabelle 4 gibt einen Überblick über die Mittelwerte beider Gruppen sowie über die Kennwerte der Mittelwertsvergleiche.

Tabelle 4: Unterschiede zwischen niedrig (n = 128) und hoch (n = 134) beeinträchtigten Anwohnern

Problembereiche: subjektiv empfundene Beeinträchtigung	M(P. niedrig)			
	M(P. hoch)	t-Wert	df	p
Alkoholkonsum in der Öffentlichkeit	0,77 3,64	-17,858	243,819	***
Lärmbelästigung durch Alkoholisierte	1,53 4,00	-14,211	256,108	***
Lärmbelästigung durch die Gastronomie	0,97 1,88	-4,617	254,119	***
Herumliegende Alkoholflaschen/Dosen	1,72 3,81	-8,540	260	***
Verunreinigung durch Urin und Erbrochenes	2,31 4,06	-8,960	218,921	***
Mutwillige Beschädigung an Gebäuden etc.	1,20 2,94	-3,895	260	***
Gewalt, Schlägereien im öffentlichen Raum	1,68 3,34	-8,385	260	***
Sexuelle Belästigung im öffentlichen Raum	1,30 1,93	-2,897	255	**

Die größte Beeinträchtigung ihrer Lebensqualität liegt für die Gruppe mit dem hohen Problemempfinden in den Verunreinigungen durch die Alkoholisierten und deren Hinterlassenschaften, der Lärmbelästigung durch sie und durch den öffentlichen Alkoholkonsum an sich. Ihre Beeinträchtigungen durch Gewaltdelikte, sexuelle Belästigung oder Vandalismus sind hingegen sehr viel geringer.

Auch hinsichtlich ihres Wunsches, in fünf Jahren noch in der Nachbarschaft wohnen zu wollen, unterscheiden sich die beiden Gruppen stark signifikant voneinander (M(P.niedrig) = 2,24; M(P. hoch) = 1,55, t-Wert = 5,501; df = 251,545; p***), wenn auch beide im Mittel eher noch an ihrem aktuellen Wohnort bleiben möchten. Aus den Angaben, was potentiell ein Grund für einen Wegzug sein könnte, lassen sich weitere Distinktionsmerkmale ausmachen. Keine Unterschiede zeigen sich bei beiden Gruppen hinsichtlich der Bejahung der beruflichen Zukunft (35,2 %) oder der privaten Gründe (52,9 %) als Anlässe eines Wegzugs. Signifikante Unterschiede aber finden sich für die Gründe Miet- oder Immobilienpreise (P. hoch = 29,5 % vs. P. niedrig = 50,8 %); Sicherheit (P. hoch = 38,3 % vs. P. niedrig = 10,2 %) und Lärm

(P. hoch = 46,6 % vs. P. niedrig = 14,1 %). Gründe, die für die Befragten einen Wegzug aus dem Viertel nach sich ziehen könnten, konnten, wie bereits oben beschrieben, in einem Freitextfeld ergänzt werden. Wie schon bei den vorgegebenen Kategorien finden sich Unterschiede zwischen denjenigen, die den Alkoholkonsum im Wohnviertel als sehr problematisch ansehen, sowie bei denen, die ihn weniger oder gar nicht problematisch finden: Für die im Schnitt jüngeren Befragten, die den Alkoholkonsum in der Öffentlichkeit als weniger problematisch ansehen, gaben 18 Personen 21 mögliche Wegziehgründe an. Die dominierenden Veränderungen, die sie zu einem Umzug bewegen könnten, waren mit neun Nennungen der Wegzug aus dem Stadtzentrum im Falle der Familiengründung und/oder des Wohneigentumkaufs bzw. der Wunsch, dann mehr "im Grünen" zu leben. Vier Nennungen bezogen sich auf die fortschreitende Gentrifizierung als Wegziehgrund. Auf Lärm und Gestank bezogen sich drei weitere Nennungen (sonstige Gründe: Fünf Nennungen).

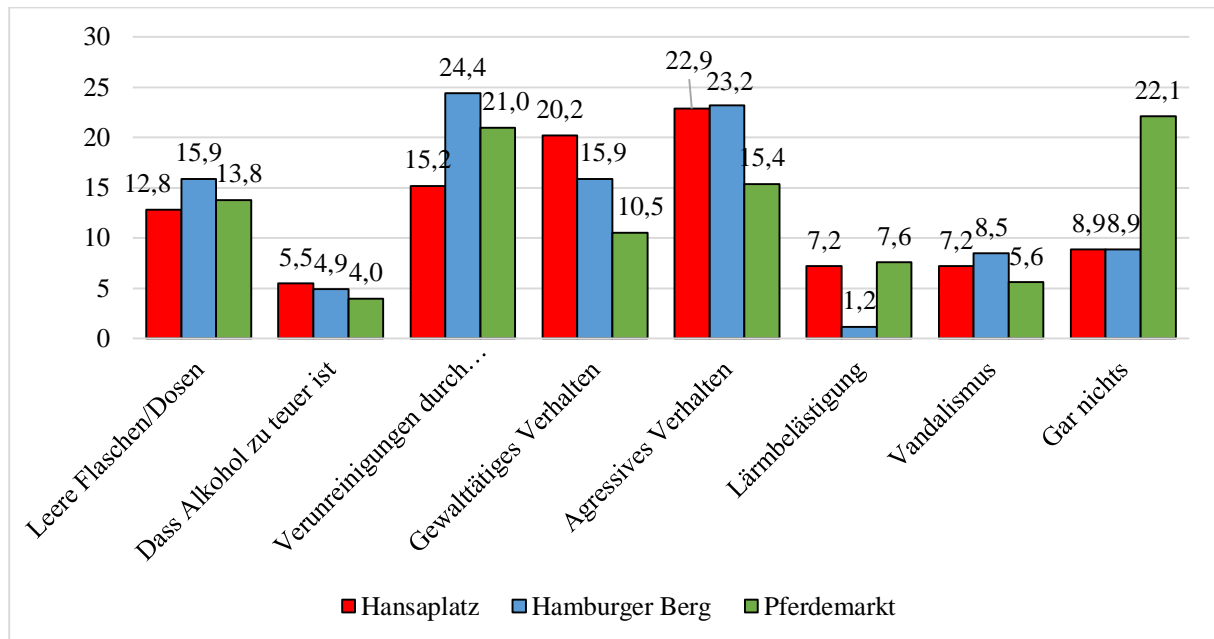
Elf der Befragten, die den Alkoholkonsum als sehr störend wahrnehmen, gaben 14 weitere Gründe für einen Wegzug aus dem Viertel an: Diese lagen neben der Familiengründung (drei Nennungen) zumeist in Störungen der öffentlichen Ordnung - Drogen und Drogenkonsum wurden drei Mal genannt, Prostitution und Menschenhandel ebenfalls drei Mal. Der Dreck, Alkoholkonsum und die Kriminalität wurden jeweils einmal genannt (sonstige Gründe: zwei Nennungen).

Auch wenn im Fragebogen nicht explizit danach gefragt wurde, ob die Befragten bereits Kinder haben, lassen die Auswertungen die Vermutung zu, dass die Familiengründung, ein damit häufig verbundener Wunsch nach einem ruhigeren, ungestörteren, sichereren und weniger verschmutztem „Leben im Grünen“ mit mehr Platz oder einem eigenen Garten, für die jüngeren, weniger durch Alkoholkonsum in der Öffentlichkeit beeinträchtigten Befragten häufiger noch aussteht, und die „Unordnung“ im städtischen Raum – Lärm, Schmutz, Gestank und der Anblick von Trinkenden in der Öffentlichkeit – für Eltern bedrohlicher wirkt als für familiär ungebundene Menschen, die in ihrer Freizeit möglicherweise auch selbst noch aktiver – zumindest regelmäßiger – am Nachleben teilnehmen.

4.4.3 Was die Konsumentinnen und Konsumenten selbst stört

Im Konsument/-innenfragebogen wurden die „Cornerer“ dazu befragt, was sie selbst „in dieser Gegend am Alkoholkonsum und den Betrunknen“ nerve. Angelehnt an die Fragen, die den Anwohner/-innen gestellt wurden, konnten sie die Einzelitems bejahen oder verneinen. Die Abbildung 20 zeigt für die drei Befragungsorte die Prozentzahlen derjenigen, die das entsprechende Item bejaht haben.

Abbildung 20: Was stört die Konsument/-innen am Alkoholkonsum und den Betrunkenen in der Gegend, in der sie trinken? Hansaplatz, 415 Antworten; Hamburger Berg 82 Antworten, Pferdemarkt 448 Antworten



Am meisten stören sich die Konsument/-innen am Hansaplatz an Aggressionen und Gewalt, an Verunreinigungen durch Urin oder Erbrochenes sowie an leeren Flaschen und Dosen. Die Antworten ähneln den Einschätzungen der Anwohner/-innen zu den wahrgenommenen Problemlagen am Platz (vgl. Abbildung 13) – auch sie beschrieben Verunreinigungen und Müll, Gewalt und Schlägereien als größte Problemlagen. Eine Lärmbelästigung hingegen empfindet nur ein kleiner Teil der Konsument/-innen als störend, die Anwohner/-innen aber stören sich durchaus am Lärm durch die Konsumentinnen und Konsumenten. Vandalismus ist nach Einschätzung beider Gruppen kein vorherrschendes Problem am Hansaplatz. Bemerkenswert ist, dass zwischen denjenigen, die dort zum ersten Mal Trinken und denjenigen, die häufiger am Ort sind, keinerlei signifikante Unterschiede zu finden.

Auch am Hamburger Berg stören die Konsument/-innen selbst am häufigsten Verunreinigungen und Müll, Aggressionen und Gewalt, wobei Erbrochenes und Urin hier die größten Störfaktoren für die insgesamt kleinere Zahl der am Hamburger Berg Befragten sind. Auch an diesem Ort entsprechen die Einschätzungen denen der Anwohner/-innen in etwa, und auch hier gibt es keine signifikanten Unterschiede zwischen den Konsument/-innen, die zum ersten Mal, und denen, die regelmäßig dort trinken. Im Vergleich zum Hansaplatz scheinen Aggressionen und Gewalt weniger ausgeprägt, dafür die Hinterlassenschaften der Konsumierenden noch ein größeres Problem darzustellen.

Am Pferdemarkt ist die häufigste Antwort der „Cornerer“ darauf, was sie störe, die Auswahlmöglichkeit „gar nichts“. In diesem Merkmal unterscheidet sich der Platz stark von den anderen beiden, denn am Hansaplatz wird dieser Antwortmöglichkeit nur von 8,9 % und am Hamburger Berg nur von 6,1 % der Befragten zugestimmt. Wiederum folgen als weitere wichtige Störfaktoren Urin und Erbrochenes, aggressives Verhalten, leere Flaschen und Dosen sowie gewalttätiges Verhalten, wobei Letzteres mit 10,5 % von sehr viel weniger Befragten bejaht wird als an den anderen beiden Orten. Auch an diesem Ort entsprechen die Erfahrungen der

Konsument/-innen denen der Anwohner/-innen, die auch die Verunreinigungen als größtes Problem ansahen, Gewalt und Schlägereien aber als wenig prävalent beschrieben (vgl. Abbildung 15). Wie an den beiden anderen Orten unterscheiden sich die Aussagen der regelmäßigen Besucher nicht signifikant von denen, der „Erstcornerer“ am Pferdemarkt.

Drei weitere mögliche Störfaktoren wurden von den Konsument/-innen eingeschätzt, bekamen aber an allen drei Orten nur sehr wenig Zustimmung als störende Faktoren: Nur wenige Konsument/-innen störten sich am Vandalismus, am Lärm und daran, dass Alkohol zu teuer wäre. Von der Möglichkeit, in einem offenen Antwortformat weiteres, das sie nerve, einzutragen, machten insgesamt nur sehr wenige Befragte gebrauch. Am Pferdemarkt gaben die Konsument/-innen am häufigsten „Yuppies“ bzw. „Hipster“ an sowie, dass der Ort zu voll wäre; am Hansaplatz werden Sexismus/Homophobie und Drogenhandel (auch -konsum) genannt und am Hamburger Berg ebenfalls der Drogenkonsum. All diese Nennungen stellen jedoch auf Grund der geringen Zahl nur Einzelmeinungen dar.

4.4 Lösungsvorschläge der Anwohner/-innen und der Konsument/-innen

Beide Gruppen, die Anwohnerinnen und Anwohner sowie die Konsumentinnen und Konsumenten, wurden dazu befragt, was in Zukunft mit Blick auf den Alkoholkonsum auf öffentlichen Plätzen, Straßen etc. unternommen werden sollte.

Zwölf mögliche Handlungsvorschläge bzw. Einschätzungen wurden den Befragten vorgegeben, ihre Antworten konnten sie wieder auf einer 6-stufigen Antwortskala von 0 „stimme gar nicht zu“ bis 5 „stimme voll und ganz zu“ angeben. Die Abbildung 21, Abbildung 22 und die Abbildung 23 zeigen, differenziert nach den Zielgruppen der Befragung, für die jeweiligen Orte die Mittelwerte der Antworten der jeweiligen Gruppe.

Die vorgeschlagenen Maßnahmen mit den höchsten Zustimmungswerten über die beiden Befragungszielgruppen hinweg sind am Hansaplatz wie am Hamburger Berg die stärkere Kontrolle der Alkoholabgabe an Minderjährige sowie das Glasflaschenverbot auf bestimmten Plätzen. Gleichzeitig sind es an beiden Orten die einzigen Maßnahmen, die überhaupt einen Rückhalt in der Bevölkerung genießen. Die stärkere Alterskontrolle ist eine Maßnahme, die die Befragten selbst nicht betrifft. Das Glasflaschenverbot ist den Anwohner/-innen am Hamburger Berg bereits bekannt und kann somit zumindest als Maßnahme mit Rückhalt in der Bevölkerung eingeschätzt werden. Alle weiteren Präventionsvorschläge erhalten am Hamburger Berg wie am Hansaplatz sehr niedrige bis maximal mittlere Zustimmungswerte. Die Erhöhung der polizeilichen Kontrolldichte, eine zeitliche Begrenzung des Ausschanks im Freien sowie die Verringerung der Anzahl an Verkaufsstellen für Alkohol sind Maßnahmen, denen zumindest die Anwohnerinnen und Anwohner der beiden Orte noch „ein wenig“ zustimmen, den Rückhalt der Konsumentinnen und Konsumenten haben diese drei Ansätze jedoch nicht. Für die weiteren, repressiven Maßnahmenvorschläge, die Alkoholkonsumverbote und Sperrstunden für Gaststätten sowie die Reduktion der Anzahl an Gaststätten umfassen, gibt es am Hamburger Berg wie am Hansaplatz keine Unterstützung. Die Zufriedenheit der Anwohner/-innen mit der aktuellen Situation („Alles ist gut so, wie es ist.“) an beiden Orten liegt jedoch ebenfalls nur im moderat ausgeprägten Zustimmungsbereich, die Konsumentinnen und Konsumenten am Hansaplatz stimmen dem „ein wenig“, die am Hamburger Berg „eher“ zu.

Abbildung 21: Lösungsvorschläge der Konsument/-innen und Anwohner/-innen am Hansaplatz, N = 332

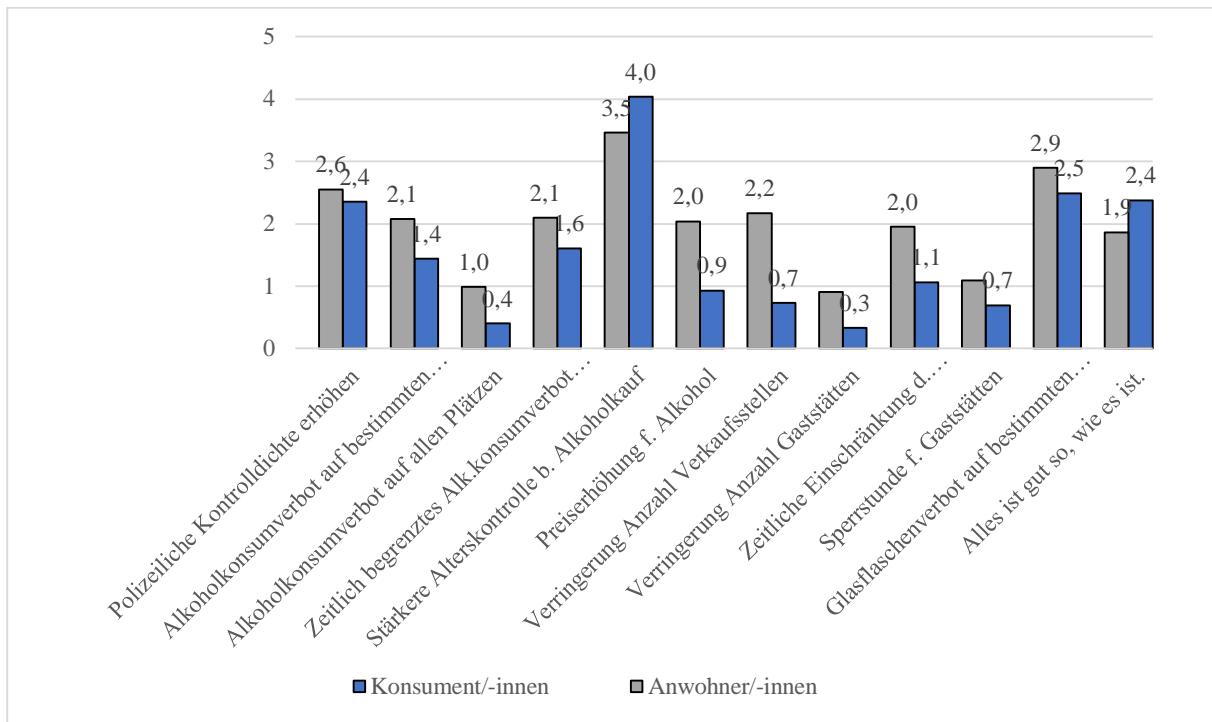
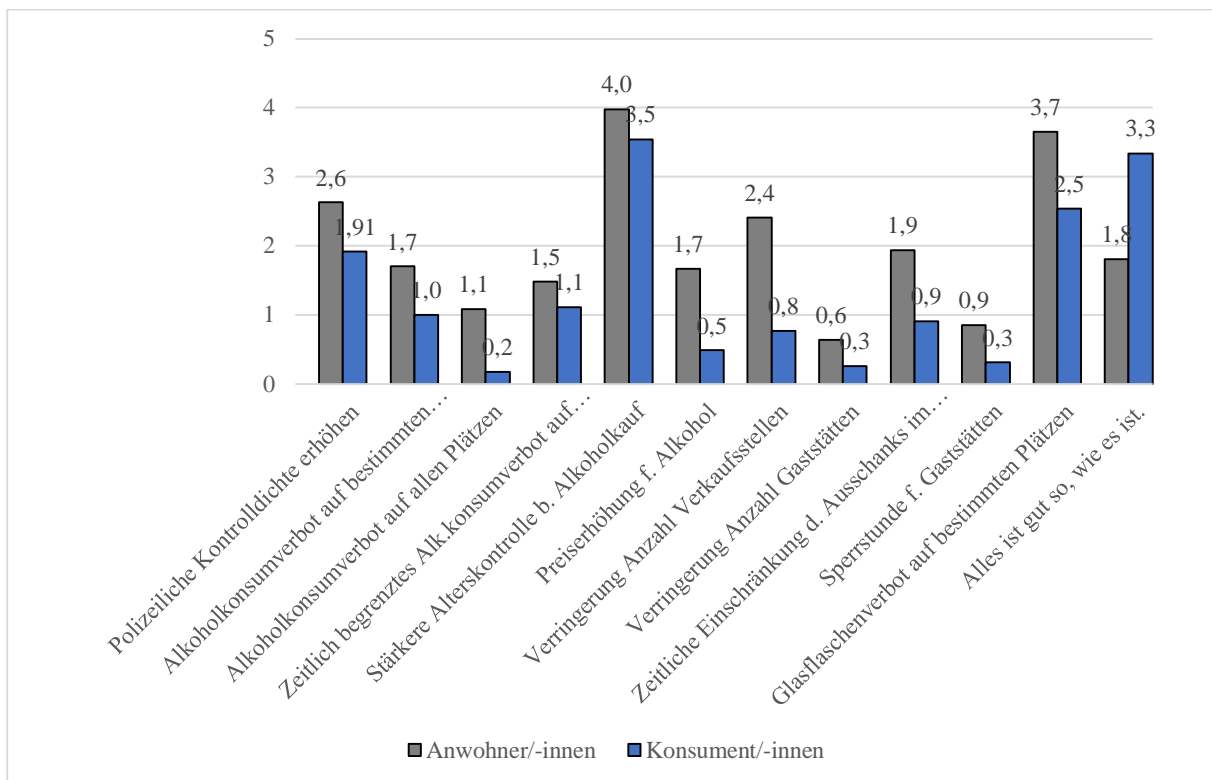
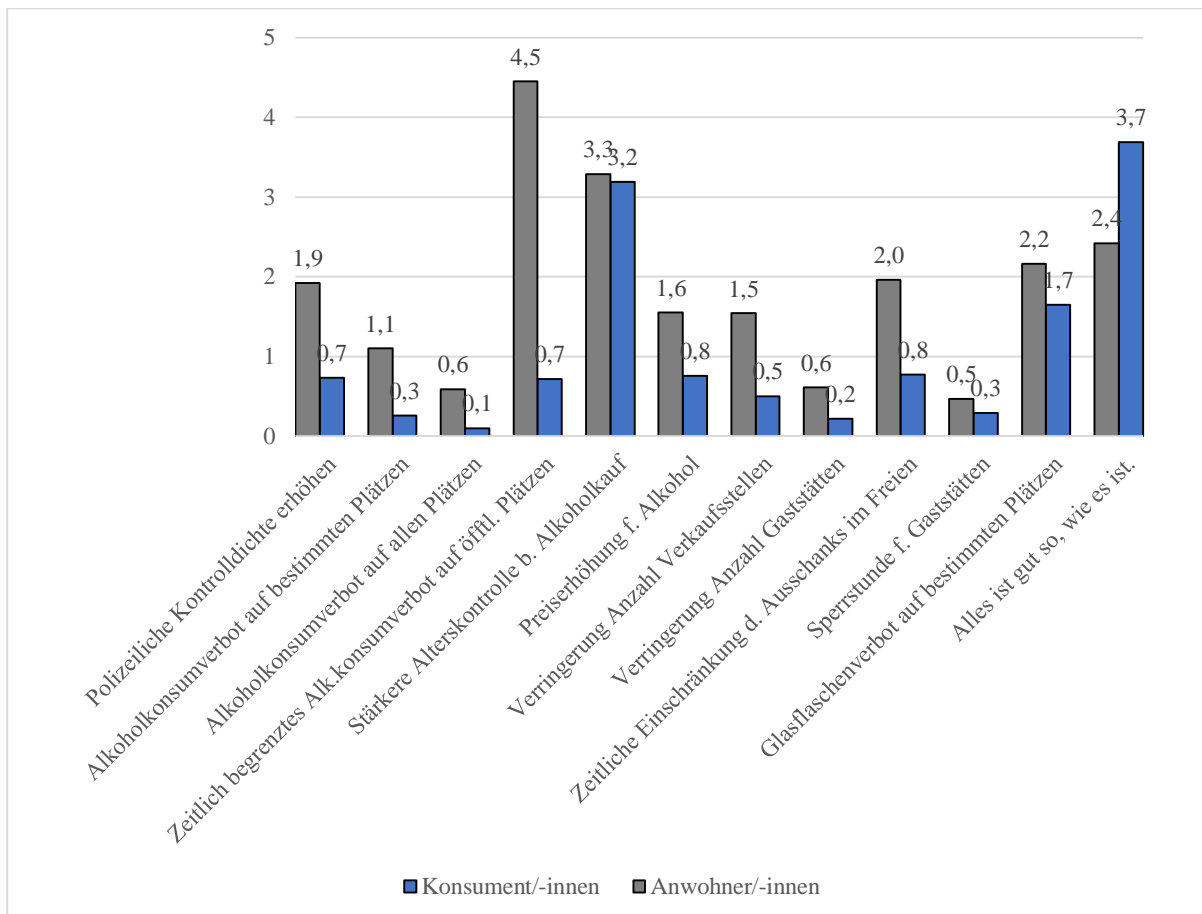


Abbildung 22: Lösungsvorschläge der Konsument/-innen und Anwohner/-innen am Hamburger Berg, (N = 83)



Wiederum unterscheidet sich der Pferdemarkt etwas von den anderen beiden Erhebungsorten. Ein zeitlich begrenztes Alkoholkonsumverbot an bestimmten Orten unterstützen die Anwohner/-innen im hohen Maße – die Konsument/-innen hingegen gar nicht. Die stärkeren Alterskontrollen im Sinne der Durchsetzung des Jugendschutzes sind wiederum eine Maßnahme, auf die sich die erwachsenen Befragten einigen können. Ein Glasflaschenverbot auf bestimmten Plätzen, die Erhöhung der polizeilichen Kontrolldichte sowie die Verringerung der Anzahl an Alkoholverkaufsstellen sind Maßnahmen, denen die Anwohner/-innen am Pferdemarkt nicht völlig ablehnend gegenüberstehen. Das örtlich begrenzte Glasflaschenverbot würde auch von den Konsument/-innen selbst „eher“ mitgetragen werden, alle anderen repressiven Maßnahmen erhalten von den Anwohner/-innen kaum und von den Konsument/-innen selbst keinerlei Zustimmung. Dass alles so wie es ist, gut ist, findet am Pferdemarkt unter den Anwohner/-innen trotzdem kaum Zustimmung, die Konsumentinnen und Konsumenten stimmen der Aussage „eher“ zu.

Abbildung 23: Lösungsvorschläge der Konsument/-innen und Anwohner/-innen am Pferdemarkt, (N = 322)



In Ergänzung zu diesen geschlossen formulierten Maßnahmevorschlägen gab es zum Ende des Fragebogens für beide Gruppen von Befragten jeweils eine offen formulierte Abschlussfrage. Die Anwohner/-innen wurden gefragt „Welche Vorschläge Sie sonst noch“ hätten und „was [...] im Hinblick auf den Alkoholkonsum auf öffentlichen Plätzen, Straßen etc. künftig unternommen werden“ sollte. Die Konsument/-innen wurden darum gebeten anzugeben, was

die Stadt gegen die von ihnen beschriebenen Probleme unternehmen könnte und was aus ihrer Sicht die Ursachen des „Cornerns“ seien.

Die umfangreichen Anmerkungen und Vorschläge werden nach den Befragungsorten untergliedert vorgestellt, denn auch in diesen Antworten der Teilnehmer/-innen der Studie spiegeln sich die unterschiedlichen Problem- und Interessenlagen an den verschiedenen Befragungsorten wider.

Hansaplatz - „Bahnhofsviertel bleibt Bahnhofsviertel“ (vgl. Hansa_Anw_1212)

Die Aussagen der Bewohner/-innen und Konsumierenden am Hansaplatz weisen darauf hin, dass an diesem Ort ein hoher Bedarf für die Bewältigung sozialer Problemlagen wie Drogenkonsum, Prostitution und Zuhälterei, Alkoholismus und Beschäftigungslosigkeit besteht. Das Groß der Aussagen von Konsument/-innen sowie Anwohnerinnen und Anwohner besteht aus Rufen nach mehr Kontrollen und Verboten auf der einen, aber auch nach mehr Sozialer Arbeit, Hilfsangeboten für Abhängige und Beschäftigungsangebote für marginalisierte Personen andererseits. Es dominieren mit mehr als 40 % aller Aussagen an diesem Ort Vorschläge zu repressiv-präventiven Maßnahmen und Verboten wie eine höhere Kontrollintensität der Polizei und ein konsequenteres Vorgehen gegen kriminelle Personen vor Ort, vielleicht sogar das Einrichten eines Polizeicontainers am Hansaplatz, das Schließen von Kiosken oder zumindest ein zeitlich beschränktes Alkoholverkaufsverbot. Interessant ist, dass nicht nur die Anwohner/-innen, sondern auch die Konsumierenden an diesem Platz diese Aussagen vertreten. Daneben formulieren die Bewohner/-innen des Viertels und die „Cornerer“ an diesem Ort aber auch die meisten Ideen für präventive Angebote und Hilfsangebote; sie machen hier 35 % aller Aussagen und Vorschläge aus. Es sollte mehr Anlaufstellen und niedrigschwellige Hilfsangebote für Trinker, Obdachlose, Substanzkonsumierende, Prostituierte und Flüchtlinge geben, mehr Soziale Arbeit und mehr Finanzmittel für Streetworker und Projekte vor Ort. Betont wird auch immer wieder, dass die Konsumierenden, die sich am Hansaplatz treffen, keinen anderen Ort und keine andere Beschäftigungsmöglichkeit hätten, diese aber bräuchten – es müssen „die Ursachen behoben werden, Alkohol ist hier vermutlich oft nur ein Symptom“ (vgl. Hansa_Anw_1184).

Über diese Aussagen hinaus gibt es zahlreiche Vorschläge der Anwohner/-innen, die sich auf eine Belebung des Hansaplatzes beziehen (z. B. auch durch kulturelle Ereignisse). Es bräuchte „Bürgerinitiativen, Anwohnerinitiativen, die den Platz stärken“ (vgl. Hansa_Anw_1171), Veranstaltungen für jedermann, auch für Familien und Kinder. Ein Veranstaltungsmanagement sollte eingebunden und kostenloses Trinkwasser verfügbar gemacht werden und der Platz so wieder für alle nutzbar sein.

Hamburger Berg – „Ordnungshüter einsetzen“ (vgl. HamB_Anw_1058)

Am Hamburger Berg, dem Befragungsort an dem die wenigsten Personen an der Befragung teilnahmen, finden sich nur vereinzelte Aussagen mit konkreten Verbesserungsvorschlägen, die eine Beibehaltung der aktuellen Situation implizieren („Mehr Sitzmöglichkeiten für draußen - Außengastro nach dem Vorbild Berlin "Späti-Kultur"“, vgl. HamB_Anw_1072). Etwa die Hälfte aller Aussagen an diesem Ort bezieht sich auf die Durchsetzung von Verboten oder anderen repressiv-präventiven Maßnahmen. Vorgeschlagen werden Verkaufsverbote, Kioskverbote, eine Ausweitung des Glasflaschenverbots, eine Einführung des Alkoholkonsumverbots im öffentlichen Raum ab 0h, oder (häufig genannt) die Regulierung der Abgabe sehr günstigen Alkohols durch Kioske. Als Maßnahmen zur Kontrolle der negativen

Auswirkungen öffentlichen Alkoholkonsums schlugen die Befragten vor allem eine höhere Kontrollintensität durch die Polizei oder einen Ordnungsdienst vor (auch durch bürgernahe Beamte), sie sprechen sich für das Erteilen von Platzverweisen gegenüber störenden Personen und Obdachlosen aus. Manche Befragte stimmen für eine Entkommerzialisierung des Viertels und sprechen sich gegen Großveranstaltungen (Harley Days, Schlagermove, etc.) aus, die viele Touristen anlocken. Auch im Bereich Hamburger Berg finden sich vereinzelt Aussagen, die das Problem von Suchtproblematiken aufgreifen, z.B. dass Orte für Alkohol- und Drogenabhängige zum Konsum geschaffen werden sollten oder es mehr Präventionsarbeit für Alkohol- und Drogenkonsumierende und auch Prostituierte geben sollte. Größtenteils übereinstimmend aber äußern die Anwohnerinnen und Anwohner, von denen fast alle der offenen Antworten stammen, dass es für diesen Ort mit seinen besonderen Problemlagen mehr Polizeiarbeit und „mehr Budget für Polizei; speziell in dieser Umgebung“ (vgl. HamB_Kons_2320) geben sollte. Hierbei ist jedoch hervorzuheben, dass die Zustimmung der Befragten zur geschlossenen Frage der Erhöhung der Kontrolldichte an diesem Ort nur im mittleren Bereich lag.

Pferdemarkt – „Man entscheidet sich für die Wohnung; was wäre St. Pauli ohne das Cornern?“ (vgl. GrJäg_Anw_1042)

Am Pferdemarkt, an dem die größte Anzahl an Anwohner/-innen und Konsument/-innen befragt wurde, befasst sich der Großteil der offenen Angaben mit Erläuterungen der Gründe (und Hervorhebung der positiven Aspekte) des „Cornerns“ einerseits und mit konkreten Vorschlägen für die Bewältigung der mit dem öffentlichen Alkoholkonsum einhergehenden Störungen und Probleme andererseits. Die Basis für die Mehrheit der Aussagen von Konsumierenden wie Anwohnenden ist eine Akzeptanz bzw. Befürwortung der Beibehaltung der Situation, was sich auch darin widerspiegelt, dass ein Zehntel der Aussagen zum Inhalt hat, dass das Cornern kein Problem sei und nichts dagegen unternommen werden sollte. Derartige Aussagen wurden am Pferdemarkt hauptsächlich, aber nicht ausschließlich von Konsument/-innen getätigt.

Repressive Maßnahmen und Verbote werden ebenfalls genannt und vorgeschlagen, machen am Pferdemarkt aber den deutlich kleineren Teil der Ideen und Aussagen aus. Nur in wenigen Aussagen thematisieren die Befragten Maßnahmen wie zeitlich begrenzte Alkoholverkaufsverbote in Kiosken, mehr polizeiliche Kontrollen (auch für die Durchsetzung der StVO) oder ein Glasflaschenverbot. Manche der Anwohnenden betonen, dass es einfach zu viele Kioske gäbe, sie fordern eine Einschränkung der Öffnungs- bzw. Alkoholverkaufszeiten.

Die zahlreichen konkreten Verbesserungsvorschläge der Befragten greifen größtenteils die auch als gravierendste Probleme identifizierten Bereiche der Verunreinigungen im öffentlichen Raum auf. Viele der Konsumentinnen und Konsumenten wünschen sich mehr öffentliche Toiletten vor Ort. Zahlreiche leicht durchsetzbare Vorschläge zur Vermeidung dislozierten Mülls (insb. gegen Glasflaschen, die auch die Konsument/-innen selbst stören) werden genannt, sie reichen vom Aufstellen weiterer Mülleimer über das Aufstellen von Glasflaschencontainern sowie Pfandsammelstellen für die Pfandflaschen. Vorschläge jenseits der Müllproblematik beziehen sich drauf, dass Parkanlagen attraktiver (und sauberer) gestaltet/gehalten werden sollten, so dass dort Treffpunkte entstehen könnten, die die Anwohner/-innen weniger behelligen. Manche Befragte schlagen vor, dass mehr für das gegenseitiges Verständnis gesorgt werden sollte, so würden die „Cornerer“ sich z .B. daran erinnern, die Anwohner/-innen nicht zu stören.

Im Grunde beschränken sich die Gründe für das Cornern aus Sicht der Konsument/-innen, die Pferdemarkt befragt werden konnten auf zwei Dimensionen: Zum Einen heben die Befragten hervor, dass die Getränke in den Gastronomien zu teuer sein, dass es dort in den vergangenen Jahren Preissteigerungen gegeben habe und/oder dass die Gentrifikation im Viertel direkt oder indirekt zum günstigen öffentlichen Alkoholkonsum beitrage: entweder, weil auf Grund der gestiegenen Mieten nur noch wenig Geld zum Ausgeben in der Gastronomie übrig sei, oder, dass die Gentrifikation selbst ein finanzkräftigeres Publikum anziehe, dass die höheren Gastronomiepreise bereit sei, zu zahlen. Zum Anderen betonen zahlreiche Befragte die soziale Funktion des Cornerns – es sei dadurch möglich, bei schönen Wetter, wo man seine Freizeit draußen verbringen möchte, unverbindlich mit anderen Menschen – ob Freunden oder Fremden unterschiedlichster sozialer und monetärer Hintergründe – zusammenzukommen. Gerade mit größeren Gruppen sei es nicht möglich, in der Außengastronomie einen Platz zu finden und Nichtraucher/-innen heben den Vorteil der „Platzes für jeden“ gegenüber verrauchten Kneipen hervor. Cornern bedeutet für viele Befragte an diesem Ort „Das Hamburger Lebensgefühl - man kann die lebendige Stadt in all seinen Farben beobachten, sich entspannt mit Freunden unterhalten und den Sommer genießen.“ (vgl. GrJäg_Kons_2040).

5. Zusammenfassung und Diskussion

Der vorliegende Bericht gibt die Ergebnisse einer Anwohner/-innen- und Konsument/-innenbefragung zum Alkoholkonsum im öffentlichen Raum in Hamburg wieder, die von der Hochschule in der Akademie Hamburg auf Ersuchen der Behörde für Inneres und Sport Hamburg durchgeführt wurde. Dem Ersuchen der Innenbehörde lag ein Antrag der Bürgerschaft Hamburg (Drucksache 21/12918) zugrunde, mit einer Studie den Alkoholkonsum im öffentlichen Raum zu untersuchen und Lösungsvorschläge zur Bewältigung alkoholbedingter Problemlagen zu unterbreiten.

Ziel der durchgeführten Studie war es demnach, die Problemlagen aus Sicht der Konsumentinnen und Konsumenten und der Anwohner zunächst zu beschreiben und Meinungen darüber zu erheben, welche präventiven und repressiven Ansätze aus Sicht der Betroffenen zur Bewältigung alkoholbedingter Problemlagen in ihrem Wohnviertel Erfolge erzielen könnten.

Ausgewählt wurden drei sehr unterschiedliche Szeneviertel in Hamburg: der Hansaplatz, der Hamburger Berg und der Pferdemarkt (Beim Grünen Jäger). Elf Interviewer/-innen haben an 14 verschiedenen Tagen im September 2018 jeweils in 2er-Teams die Örtlichkeiten aufgesucht und sowohl über traditionelle Paper-and-Pencil-Interviews die Anwohner als auch die Alkoholkonsument/-innen vor Ort befragt.

Der Anwohnerfragebogen konzentrierte sich auf die Wahrnehmung unterschiedlicher Problemlagen in Verbindung mit öffentlichem Alkoholkonsum im Wohnviertel, auf die daraus resultierenden persönlich empfundenen Beeinträchtigungen, auf die Wohnzufriedenheit und auf Lösungsmöglichkeiten zur Bewältigung der Problemlagen. Im Rahmen der Konsument/-innenbefragung waren Informationen zum aktuell und gewöhnlich konsumierten Alkohol und zur Motivation des öffentlichen Konsums von Interesse, zu subjektiven Beeinträchtigungen durch öffentlichen Alkoholkonsum sowie zu Lösungsvorschlägen zur Bewältigung der Probleme.

Insgesamt wurden 480 Konsumentinnen und Konsumenten, 168 am Hansaplatz, 35 am Hamburger Berg und 277 am Pferdemarkt, und 263 Anwohner, 166 am Hansaplatz, 48 am Hamburger Berg und 49 am Pferdemarkt, erreicht. Es hat sich an der hohen Beteiligung in der kurzen Erhebungszeit von insgesamt 14 Tagen gezeigt, dass die abgefragte Thematik sowohl die Konsumentinnen und Konsumenten als auch die Anwohner sehr stark interessierte. Die eingebaute offene Frage zu Lösungsansätzen wurde von den Befragten intensiv genutzt. Die soziodemografischen Merkmale der Befragten unterscheiden sich an den drei Erhebungsorten voneinander. Während die Anwohnerschaft am Pferdemarkt durchschnittlich sehr jung (37 J.), hoch gebildet und mit einem größeren Anteil noch in der Ausbildung befindlicher Personen (20,4 %) versehen waren, waren Anwohner am Hansaplatz durchschnittlich etwas älter (41 J.) und seltener in der Ausbildung. Speziell am Hamburger Berg wurde eine recht große Anzahl Rentner erreicht (16,7 %), waren die Anwohner durchschnittlich bereits länger ansässig und war der Bildungsstand nicht ganz so hoch wie in den anderen beiden Wohnvierteln. Die Anwohner-Stichprobe enthält einen bildungsbürgerlichen Bias. In der Konsumierendenstichprobe ließ sich ein solcher Bias vor allem am Pferdemarkt finden.

Die Befragung der Konsument/-innen zu den Hintergründen des öffentlichen Alkoholkonsums hat zu folgenden Ergebnissen geführt:

Alkoholkonsumierende weisen an den drei Örtlichkeiten unterschiedliche Merkmale und Motivationen auf.

- Konsumiert werden am Pferdemarkt vom überwiegend studentisch/erwerbstätigen und hochgebildeten Publikum fast ausschließlich Leichtalkoholika wie Bier und Wein in moderater Menge. Der Kiosk ist ein Grund für das „Cornern“, aber nicht vorwiegend weil das Bier dort günstiger ist, sondern auf Grund der bequemen Verfügbarkeit. Wichtiger ist es, die Freunde hier zu treffen und nett zusammensitzen.
- Am Hamburger Berg trifft man sich zum Feiern und weniger zum „Quatschen“. Daher werden deutlich mehr hochprozentige Alkoholika konsumiert und dies in höheren Mengen. Der Erwerb am Kiosk oder an anderen Verkaufsstätten wie bspw. im Supermarkt etc. spielt keine Rolle. Im Gegenteil werden die Kneipen und Gaststätten als Erwerbssorte genutzt, so dass der Preis der Getränke hier eher von geringerer Bedeutung für die Wahl des Ortes ist.
- Die Konsument/-innen am Hansaplatz sind am heterogensten. Im Gegensatz zu den anderen Konsumierenden sind 44 % der Befragten täglich oder zumindest mehrmals wöchentlich zum Alkoholkonsumieren auf dem Platz. Der Kiosk spielt auch hier eine große Rolle, dies aber vorwiegend, weil die Getränke dort günstiger sind.

Die Befragung der Anwohner hat zu folgenden Ergebnissen geführt:

1. Bei Betrachtung der Problemlagen nach Einschätzung der Anwohner zeigt sich, dass Verunreinigungen, Lärmbelästigungen durch Alkoholisierte und Gewalt als größte Probleme angesehen werden. Insgesamt werden der Alkoholkonsum in der Öffentlichkeit an sich, Vandalismus, die Lärmbelästigung durch die örtliche Gastronomie und sexuelle Belästigungen als vergleichsweise weniger problematisch eingeschätzt. Möglich ist, dass sexuelle Belästigungen trotz Enthemmung der Alkoholkonsument/-innen im öffentlichen Raum vergleichsweise selten als Problem genannt werden, da sie möglicherweise auch seltener vorkommen als bspw. das Hinterlassen von Müll durch Trinkende und Vandalismus und Lärm durch die Gastronomie. Anwohner fühlen sich nachts eher gestört als tagsüber und schätzen die Probleme mind. an den Wochenenden, meistens sogar aber innerhalb der Woche sowie am Wochenende als störend ein. Dabei gibt es wiederum einige Unterschiede zwischen den Befragungsorten.
 - Am Pferdemarkt sehen die Befragten insgesamt am wenigsten Probleme. Gewalt oder sexuelle Belästigungen spielen fast keine Rolle. Ein gewisses Ausmaß an Vandalismus wird beobachtet. Am ehesten stört man sich aber an den Verunreinigungen im Park, an Verkehrsbehinderungen durch das „Cornern“ und Lärm.
 - Am Hamburger Berg sind Verunreinigungen mit Abstand das größte Problem. Sowohl Urin, Erbrochenes etc. als auch die herumliegenden Alkoholflaschen nach durchgeführten Nächten nehmen die Bewohner auch tagsüber als massives Problem wahr. So fallen möglicherweise die „Hinterlassenschaften durchzechter Nächte“ wie bspw. Flaschen und Erbrochenes, die sich direkt auf Gehwegen, in Hauseingängen oder im Rinnstein wiederfinden, tagsüber stärker auf als bspw. Spuren des Vandalismus, die eher dauerhaft und im Hintergrund als Schäden bemerkbar sind. Die aus dem Alkoholkonsum rührenden nächtlichen Ruhestörungen sowie gewaltförmige Konflikte werden als die stärker störenden Faktoren beschrieben als der Alkoholkonsum an sich.
 - Der Hansaplatz weist neben den ebenfalls am stärksten störenden Verunreinigungen und Lärmbelästigungen das höchste Maß an wahrgenommenen Problemen im Zusammenhang mit Straftaten auf. Gewalt und Schlägereien, Vandalismus und sexuelle

Belästigungen werden als störend wahrgenommen, so dass auch insgesamt der Alkoholkonsum in der Öffentlichkeit am problematischsten eingestuft wird.

2. Die empfundenen Beeinträchtigungen der Lebensqualität korrelieren im hohen Maße mit den objektiv wahrgenommenen Problemlagen der Anwohner. Auch hier sind es die Verunreinigungen, die an erster Stelle stehen, gefolgt von den Lärmbelästigungen. Trotz der empfundenen Beeinträchtigungen ist die Wohnzufriedenheit in allen drei Wohngegenden relativ hoch und ein Großteil der Bewohner möchte noch in 5 Jahren noch in der Gegend wohnen. Es zeigen sich aber erneut relativ starke Unterschiede zwischen den Örtlichkeiten.
 - Anwohnerinnen und Anwohner am Pferdemarkt beschreiben ihren Wohnort als sehr viel weniger durch den öffentlichen Alkoholkonsum belastet als die Bewohner/-innen am Hansaplatz und am Hamburger Berg. Dies deckt sich mit den Angaben der Konsument/-innen. So ist die häufigste Antwort der „Cornerer“ darauf, was sie störe, die Auswahlmöglichkeit „gar nichts“. An zweiter Stelle stehen Verunreinigungen
 - Der Hansaplatz sticht insofern erneut hervor, als hier empfundene Beeinträchtigungen auch durch Gewalt und Schlägereien berichtet werden. Insofern handelt es sich um die einzige Örtlichkeit, an der mangelnde Sicherheit als ein wesentlicher Grund für einen möglichen Wegzug genannt wird. Diese Empfindungen decken sich ebenfalls mit den Sichtweisen der Konsumentinnen und Konsumenten. Am meisten stören sich die Konsument/-innen am Hansaplatz an Aggressionen und Gewalt, erst an zweiter Stellen kommen Verunreinigungen durch Urin oder Erbrochenes sowie durch leere Flaschen und Dosen.
 - Am Hamburger Berg sind die Bewohner massiv durch die Auswirkungen des öffentlichen Feierns beeinträchtigt: Urin, Erbrochenes und herumliegende Alkoholflaschen. Auch die Lärmbelästigung durch die Alkoholisierten aber auch durch die Gastronomie schlagen hier zu Buche. Und auch diese Einschätzungen decken sich interessanterweise mit denen der Konsumierenden. Mit über 40 % der Antworten werden Verunreinigungen als die am meisten belastende Problemlage beschrieben.

Alle drei Plätze weisen eine stark divergierende Konsumenten- und Anwohnerschaft aus.

Anwohner des Hansaplatzes und des Hamburger Bergs sehen sich in stärkerem Maße durch den Alkoholkonsum im öffentlichen Raum beeinträchtigt als die Anwohner am Pferdemarkt. Daher liegt auch die Zufriedenheit der Anwohner/-innen mit der aktuellen Situation („Alles ist gut so, wie es ist.“) an beiden Orten nur im moderat ausgeprägten Zustimmungsbereich, wobei die Anwohner/-innen am Hamburger Berg noch unzufriedener sind als am Hansaplatz. Neben den Verunreinigungen durch Urin und Erbrochenes, stören die herumliegenden Flaschen ebenso wie die Lärmbelästigungen durch Alkoholisierte. Auch werden am Hansaplatz Beeinträchtigungen durch Gewalt und Schlägerei empfunden. Sexuelle Belästigungen werden am Hansaplatz höher eingestuft als an den anderen beiden Plätzen, dennoch geben die Anwohner/-innen in diesem Bereich an, dass sie eher weniger dadurch beeinträchtigt sind. Diese Angaben korrespondieren mit den Verbesserungsvorschlägen für diese beiden Plätze. Es werden stärkere Kontrollen der Alkoholabgaben an Minderjährige für sinnvoll gehalten sowie ein Glasflaschenverbot. Sowohl von Anwohner/-innen als auch von den Konsument/-innen am Hansaplatz wird eine höhere polizeiliche Kontrolldichte eher für wünschenswert gehalten, am Hamburger Berg lediglich von den Anwohner/-innen. Insgesamt erhalten alle anderen

Präventionsvorschläge am Hamburger Berg wie am Hansaplatz eher geringe Zustimmungswerte, d.h. sie liegen unter dem mittleren Wert von 2,5. Maßnahmenvorschläge, die Alkoholkonsumverbote und Sperrstunden für Gaststätten sowie die Reduktion der Anzahl an Gaststätten umfassen, werden am Hamburger Berg wie am Hansaplatz nicht unterstützt. Um die auf den ersten Blick geringen Unterschiede zwischen den Anwohner/-innen am Hansaplatz und am Hamburger Berg hinsichtlich der Lösungsvorschläge besser zu verstehen, sind die Angaben zu der offenen Frage hilfreich. Am Hansaplatz wird neben dem Wunsch nach stärkeren Kontrollen ebenfalls der Wunsch nach mehr Sozialer Arbeit und Hilfsangeboten laut. Es geht in erster Linie um die Bewältigung sozialer Problemlagen. Diesen kann aber nur mit einem Mehr an Hilfsangeboten für Drogen- und Alkoholabhängige, Prostituierte und Wohnungslose begegnet werden. Insofern sehen die Anwohner/-innen, dass die in dem Fragebogen gemachten Lösungsvorschläge, in ihrer Wohngegend zu keiner maßgeblichen Verbesserung beitragen können, wenn nicht die Ursachen des Alkoholkonsums im öffentlichen Raum bekämpft werden. Diese sozialen Problemlagen beschäftigen die Anwohner/-innen des Hamburger Berges nur teilweise. Hier geht es darüber hinaus um den Umgang mit der nächtlichen Partyszene, auch bedingt durch die zahlreichen Großveranstaltungen an der Reeperbahn. So sind Lösungsvorschläge eher im Bereich der Regulierung des öffentlichen Alkoholkonsums einzuordnen, gepaart mit dem Wunsch einer gestärkten Polizeiarbeit.

Am Pferdemarkt ist erkennbar, dass es eine Form des öffentlichen Alkoholkonsums gibt, der weder auf der Seite der Anwohner noch auf der Seite der Konsument/-innen zu stark empfundenen Beeinträchtigungen führt. Alkoholkonsum im öffentlichen Raum führt nicht zwangsläufig zu gravierenden Problemlagen. Dass dies die Ansicht der Befragten ist, spiegelt sich auch bei den Verbesserungsvorschlägen wider. So wird vermehrte polizeiliche Kontrollen, Alkoholkonsumverboten, Preiserhöhungen für Alkohol, einer Verringerung der Verkaufs- oder Gaststätten durchschnittlich eher weniger zugestimmt. Größte Zustimmungswerte der Anwohner/-innen werden für das Item „Alkoholkonsum auf öffentlichen Plätzen sollte zu bestimmten Zeiten verboten werden“ erreicht. Da hier eine zeitliche Eingrenzung nicht stattgefunden hat, spricht dies in Verbindung mit den anderen Ergebnissen bei der Bewertung der Problembereiche dafür, dass Anwohner ihre Nachtruhe gesichert wissen möchten. Den stärkeren Alterskontrollen beim Alkoholverkauf stimmen Konsument/-innen und Anwohner/-innen gleichermaßen zu. Aus den Antworten auf die offene Frage wird das Begehren der Konsument/-innen und Anwohner/-innen am Pferdemarkt noch deutlicher, denn zahlreiche konkrete Verbesserungsvorschläge der Befragten griffen größtenteils den auch als gravierendstes Problem identifizierten Bereich der Verunreinigungen im öffentlichen Raum auf, ohne dass der Alkoholkonsum auf diesem Platz grundsätzlich in Frage gestellt wurde. Vielmehr akzeptierten die Befragten im Großen und Ganzen das „Cornern“ am Pferdemarkt, möchten aber mit bestimmten Maßnahmen wie bspw. vermehrte öffentlichen Toiletten, Vermeidung von Glasflaschen, vermehrte Mülleimern oder aufgestellten Glasflaschencontainern die Verunreinigungen minimieren und so einen öffentlichen Platz gestalten, der einerseits Menschen als wertvoller Treffpunkt dienen kann, dabei aber den Lebensraum der Anwohner, insbesondere die Parkanlage, maximal schützt.

Literatur

- Albrecht, F. & Hatz, A. (2012). Die Dosis macht das Gift! Rechtliche und kriminologische Aspekte der Alkoholverbote im öffentlichen Raum. *Zeitschrift für Verwaltungsrecht Online*, 13. URL: <http://www.zvr-online.com/index.php?id=100>. [entnommen 08.11.2018, 13:40h]
- Beckbissinger, I. (2015). Zulässigkeit polizeirechtlicher Alkoholverbotsverordnungen. Bacherlorarbeit. URL: https://opus-hslb.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/389/file/BA_Alkoholverbotsverordnungen.pdf [entnommen 08.11.2018 14:20h]
- Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen (2018). Pressemitteilung zum DHS Jahrbuch Sucht 2018. http://www.dhs.de/fileadmin/user_upload/pdf/news/2018_PM_Daten_und_Fakten.pdf, entnommen am 29.11.2018 15:41h
- Baier, D., Pfeiffer, C., Rabold, S., Simonson, J., & Kappes, C. (2009). *Jugendliche in Deutschland als Opfer und Täter von Gewalt: Zwischenbericht des gemeinsamen Forschungsprojekt des Bundesministerium des Innern und des KFN (KFN-Forschungsbericht Nr. 109)*. Hannover: Kriminologisches Forschungsinstitut Niedersachsen e. V..
- Baier, D., Schepker, K., & Bergmann, M. C. (2016). Macht Kiffen friedlich und Saufen aggressiv? Zum kausalen Zusammenhang von Cannabis- und Alkoholkonsum und delinquentem Verhalten. *Zeitschrift für Jugendkriminalrecht und Jugendhilfe*, 27, 324-331.
- Belina, B. (2006). Raum, Überwachung, Kontrolle: vom staatlichen Zugriff auf städtische Bevölkerung. Münster: Westfälisches Dampfboot 2006.
- Bergmann, M. C., Baier, D., Rehbein, F., & Mößle, T. (2017). Jugendliche in Niedersachsen. Ergebnisse des Niedersachsensurveys 2013 und 2015 (Forschungsbericht Nr. 131). URL: https://kfn.de/wp-content/uploads/Forschungsberichte/FB_131.pdf, entnommen 29.11.2018, 16:10h.
- Boettner, J. (2014). Der Kampf ums Dixi-Klo – Incivilities im öffentlichen Raum und im Agenda-Setting-Prozess der Gemeinwesenarbeit. *JB StadtRegion*, 1, 119-131.
- Bundeskriminalamt (2018). *Polizeiliche Kriminalstatistik 2017, Tabelle 22*. URL: <https://www.bka.de/DE/AktuelleInformationen/StatistikenLagebilder/PolizeilicheKriminalstatistik/PKS2017/Standardtabellen/standardtabellenTatverdaechtige.html?nn=96600>, entnommen 14.12.2018, 17:34h.
- Dirks, S., Kessl, F., & Schulz, K. (2015). (Re)Produktion von (Un)Ordnung im öffentlichen Raum. *Widersprüche: Zeitschrift für sozialistische Politik im Bildungs-, Gesundheits- und Sozialbereich*, 35(135), 41-60.
- Farrington, D. P. (2005). Introduction to Integrated Developmental and Life-Course Theories of Offending. In D. P. Farrington (Ed.), *Integrated Developmental & Life-Course Theories of Offending. Advances in Criminological Theory* (S. 1-14). New Brunswick: Transaction Publishers.
- Felson, R. B. & Staff, J. (2010). The effects of alcohol intoxication on violent versus other offending. *Criminal Justice and Behavior*, 37 (12), 1343-1360.

Görgen, T., & Fisch, S. (2013). " *Lebenswerter öffentlicher Raum*"-eine Befragung von Bürgerinnen und Bürgern in Heidelberg und Ravensburg. <https://im.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m-im/intern/dateien/publikationen/Bevoelkerungsbefragung.pdf>, entnommen 30.11.2018, 14:38h.

Görgen, T. & Nowak, S. (2013). „*Lebenswerter öffentlicher Raum*“ *Alkohol und Gewalt: eine Analyse des Forschungsstandes zu Phänomenen, Zusammenhängen und Handlungsansätzen*. URL: <https://im.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m-im/intern/dateien/publikationen/Literaturanalyse.pdf>, entnommen 30.11.2018, 15:49h.

Görgen, T., Nowak, S., & Taefi, A. (2014). Alkoholkonsum unter Jugendlichen. Gesellschaftliche Ambivalenzen im Umgang mit einem legalen Suchtmittel. In D. Baier und T. Möble, *Kriminologie ist Gesellschaftswissenschaft* (S.211-227). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

Häfele, J. (2013). *Die Stadt, das Fremde und die Furcht vor Kriminalität*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hecker, W. (2012). Die neuere Rechtsprechung zu den Themen Alkoholkonsum, Betteln, Lagern und Nächtigen im öffentlichen Raum. In S. Gillich & R. Keicher (Hg.). *Bürger oder Bettler* (S. 121-137). Wiesbaden: Springer VS.

Hecker, W. (2018). *Umstrittener öffentlicher Raum: zur neueren Rechtsentwicklung*. URL: <https://www.cilip.de/2018/04/24/umstrittener-oeffentlicher-raum-zur-neueren-rechtsentwicklung/> [entnommen 08.11.2018 14:36h]

Hefendehl, R. (2014). Der lebenswerte öffentliche Raum: Ein Auslaufmodell? Oder worum es bei den Alkoholverboten wirklich geht. In F. Neubacher & M. Kubink (Hrsg.), *Kriminologie - Jugendkriminalrecht - Strafvollzug, Gedächtnisschrift für Michael Walter* (S. 69-82). Berlin: Duncker & Humblot.

Krummacher, M. (2007). Sicher – Sauber – Schön. Die ‚Soziale Stadt‘ im Sozialstaatsumbau. In I. Fischer-Krapohl & V. Waltz (Hrsg.), *Raum und Migration. Differenz anerkennen – Vielfalt planen – Potenziale nutzen* (S. 51-66). Dortmunder Reihe zur Raumplanung 128. Dortmund: Informationskreis für Raumplanung.

Maldonado-Molina, M. M.; Reingle, J. M.; & Jennings, W. G. (2011). Does alcohol use predict violent behaviors? The relationship between alcohol use and violence in a nationally representative longitudinal sample. *Youth Violence and Juvenile Justice*, 9(2), 99-111.

Orth, B. (2017). *Der Alkoholkonsum Jugendlicher und junger Erwachsener in Deutschland. Ergebnisse des Alkoholsurveys 2016 und Trends*. BZgA-Forschungsbericht. Köln: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.

Schubert, F., & Engelage, S. (2006). Bildungsexpansion und berufsstruktureller Wandel. In A. Hadjar und R. Becker, *Die Bildungsexpansion* (S. 93-121). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.