

Was benötigen die „Zielgruppen im Quartier“?

Die 360°-Bedarfserhebung als Grundlage einer spezifischen Angebotsentwicklung

Luise Becker, Claudia Bessin, Paul Fuchs-Frohnhofen, Kurt-Georg Ciesinger

Um zielgruppenadäquate Wohnangebote im Quartier nachhaltig zu verankern und der spezifischen Nachfrage gerecht zu werden, müssen die Bedarfe unterschiedlicher Zielgruppen in der Konzeption und Realisierung berücksichtigt werden. Doch wie können diese Wünsche, aber auch die Befürchtungen der Nutzerinnen und Nutzer ermittelt werden? Welche Instrumente und Methoden eignen sich dafür?

Im Projekt „Zielgruppen im Quartier“ wurde ein umfangreiches Instrumentarium entwickelt, das die Bedarfe von älteren Menschen im Quartierskontext erhebt und als Blaupause für entsprechende Bedarfserhebungen im Zuge von Quartiersprojekten dienen kann. Das Instrumentarium integriert Befragungen und Informationsrecherchen aus drei verschiedenen Perspektiven, die die Interessen aller zentralen Beteiligten im Rahmen einer Quartiersentwicklung abbilden (daher „360°-Bedarfserhebung“):

1. Die *potenziellen Bewohnerinnen und Bewohner* sind selbstverständlich die wichtigste Gruppe, denn die Angebote werden für sie formuliert und müssen daher treffsicher ihren Bedarfen entsprechen.
2. *Politische Akteure* setzen die Rahmenbedingungen für die Quartiersentwicklung. Dies können ebenso Restriktionen wie auch Erweiterungen sein. Ohne eine enge Abstimmung mit den politischen Plänen bleibt eine Quartiersentwicklung ein isoliertes und damit gefährdetes Projekt.
3. Ein neues Angebot muss sich in die Wirtschafts- und Sozialstruktur des Quartiers einpassen. Das *soziale Umfeld* im Quartier und ggf. auch darüber hinaus muss daher intensiv einbezogen werden.

Im ersten Baustein werden die Nutzerinnen und Nutzer, also die **potenziellen Bewohnerinnen und Bewohner** des Wohnangebots, zu ihren Wünschen und Befürchtungen befragt. Methodisch werden hier drei Elemente vorgeschlagen, die nach Bedarf und örtlicher Situation zu kombinieren sind:

- æ erstens ein partizipativer Workshop vor Ort,
- æ zweitens leitfadengestützte Interviews, evtl. ergänzt um eine schriftliche Befragung und

æ drittens eine Quartiersbegehung mit den potenziellen Bewohnerinnen und Bewohnern vor Ort.

Ziel des Workshops ist die Erhebung des subjektiven Bedarfs der potenziellen Bewohnerinnen und Bewohner. Leitfragen des Workshops sind z.B.: Welche Bedarfe formulieren die „Betroffenen“? Welche Ideen werden zusätzlich eingebracht? Welche Befürchtungen sind in der Planung und Ausgestaltung des Wohnangebots zu berücksichtigen?

Leitfadengestützte Interviews und schriftliche Befragungen dienen dazu, die in einem Workshop gewonnenen Erkenntnisse zu erhärten und zu erweitern.

Der Quartiersspaziergang hilft den Projektakteuren, vor Ort auch einen visuellen Eindruck der Ausgangssituation des Quartiers zu erhalten und mit Bewohnerinnen und Bewohnern in ihrer Alltagssituation ins Gespräch zu kommen.

Ein großer Vorteil dieses Methodenmixes ist die aktive Beteiligung der Zielgruppe bei der Analyse der Ausgangssituation und bei der Konzeption des neuen Wohn- und/oder Dienstleistungsangebots. Nur durch die direkte Einbindung späterer Nutzerinnen und Nutzer können ihre persönlichen Bedürfnisse in der Planung angemessen integriert werden.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass bei bestimmten Zielgruppen, die ihre eigenen Bedarfe schwerer artikulieren können (wie z.B. behinderte oder dementiell veränderte Menschen), zusätzlich Stellvertretungen wie Betreuungspersonen oder Angehörige einbezogen werden müssen, um deren Interessen adäquat zu vertreten.

Inhalt des zweiten Bausteins sind **Expertinnen- und Experteninterviews mit relevanten (vor allem politischen) Akteuren** im Umfeld des geplanten Wohnangebots. Hier können u.a. das Quartiersmanagement, Verantwortliche der Stadt, private oder öffentliche Investoren, Wohlfahrtsverbände und sonstige Akteure (Vertreter der lokalen Wirtschaft, wie z.B. Werbegemeinschaften, Vertreter örtlicher Vereine und Gruppen usw.) mit Hilfe eines Leitfadens befragt werden. Dimensionen, die mit einem solchen Leitfaden erfasst werden sollen, sind hier z.B.

- æ das Wohnumfeld des geplanten Angebots,
- æ die Infrastruktur des Quartiers,
- æ das Wohnen aus baulicher Perspektive und das Wohnen aus inhaltlich-konzeptioneller Perspektive,
- æ Aspekte von Gesundheit und Pflege, Freizeit/Kultur/Bildung, Inklusion/Begegnung/Austausch,
- æ Beratungsmöglichkeiten, niedrigschwellige Hilfen/Begleitung,
- æ Stadtmarketing und Öffentlichkeitsarbeit.

Im dritten Baustein wird die Methode einer **Sozialraumanalyse** angewendet. Das Ziel einer solchen Analyse im Kontext der Quartiersentwicklung ist es, durch die Inbeziehungsetzung von zugänglichen quantitativen (und z.T. auch qualitativen) Daten über das Quartier Aufschlüsse über das soziale Umfeld bzw. den sozialen Kontext des Quartiers und damit einhergehende Chancen, Probleme und Bedarfe zu gewinnen (vgl. z.B. Riege & Schubert, 2002, spezifisch für den Bereich der Altenhilfe KDA, 2014). Die im hier vorgestellten Instrumentarium verwendete Sozialraumanalyse setzt sich aus sechs Elementen zusammen.



Luise Becker, Claudia Bessin, Paul Fuchs-Frohnhofen, Kurt-Georg Ciesinger

Als erstes werden bereits vorliegende sozio-demografische und weitere relevante statistische Daten ausgewertet und zusammengefasst. Ziel dieses Schrittes ist die Erstellung eines Profils bezüglich der Bevölkerungsstruktur sowie des Wohnangebots des Quartiers und der zugehörigen Stadt als größerem städtischen Rahmen. Zuletzt wird das Potenzial der Zielgruppe berechnet. Also, wie viele mögliche Nutzerinnen und Nutzer des Wohnangebots im Quartier und/oder in der Stadt wohnen und wie sich diese Gruppe in Bezug auf Alter und andere sozio-demografische Merkmale wie z.B. auch Behinderung oder Migrationshintergrund zusammensetzt.

Der zweite Schritt in der Sozialraumanalyse ist das Einsetzen eines Kurzfragebogens für Bürgerinnen und Bürger des jeweiligen Quartiers. In dem Fragebogen wird die Quartiersbevölkerung zu ihren subjektiven Wohnwünschen und ihren persönlichen Anforderungen an ihr Wohnumfeld befragt. Somit sind nicht nur die Bedarfe der potenziellen Bewohnerinnen und Bewohner des Wohngebots, sondern auch die der Bürgerinnen und Bürger des Quartiers bei der Konzeption und Realisierung berücksichtigt.

Die letzten drei Bausteine der Sozialraumanalyse sind Detailanalysen, mit denen die „Angebotsseite“ des Quartiers identifiziert wird:

- æ Marktteilnehmer im Quartier (z.B. Gewerbe, Handwerk, Einzelhandel, Gastronomie, Wohnungsunternehmen, öffentliche Behörden, Freizeit und Kultur usw.),
- æ Dienstleister im Quartier (z.B. medizinische, pflegerische und therapeutische Dienstleister, Apotheken, Beratungsstellen, hauswirtschaftliche Dienstleister, öffentlicher Personennahverkehr usw.),
- æ Vereine im Quartier.

Die Gegenüberstellung dieser sechs Datensets der Sozialraumanalyse lässt die Beantwortung verschiedenster spezifischer Fragen der Quartiersentwicklung hinsichtlich der Passung von Angebot und Nachfrage zu.

Das hier sehr knapp vorgestellte Instrumentarium zur 360°-Bedarfserhebung bietet so die Möglichkeit, das Quartier aus quantitativer und qualitativer Sicht, unter vielfältigen Blickwinkeln und unter Einbezug aller relevanten Akteurinnen und Akteure zu analysieren. Je nach Stadt, Quartier, Zielgruppe und Wohnangebot kann das Instrument ohne weiteres angepasst und der entsprechende Fokus geändert werden. Im Anschluss der Durchführung der Bedarfserhebung erfolgt dabei immer eine Zusammenführung der Ergebnisse. Hier können die verschiedenen Projektpartnerinnen und -partner Bewertungen und Einschätzungen ihrerseits abgeben. So können weitere Perspektiven hinzugezogen und ggf. Blickwinkel nachjustiert werden.

Das Instrumentarium wird derzeit im Rahmen des Projektes „Zielgruppen im Quartier“ erprobt und in Kürze der Fachöffentlichkeit zur Verfügung gestellt.

Literatur

Riege, M. & Schubert, H. (Hrsg., 2002). *Sozialraumanalyse. Grundlagen, Methoden, Praxis*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
 Kuratorium Deutsche Altenhilfe (2014). *Ist-Analysen im Quartier – Handreichung im Rahmen des Förderbausteins 3.1.1 „Projekte mit Ansatz zur Quartiersentwicklung“ des Deutschen Hilfswerks*. Köln: KDA.

Die Autorinnen, die Autoren

Luise Becker, M.A., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin der gaus gmbh und beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit gerontologischen und demografischen Themen.
 Claudia Bessin, M.Sc., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin der MA&T GmbH und Projektleiterin des Verbundes „Zielgruppen im Quartier“.
 Dr. Paul Fuchs-Frohnhofen ist Geschäftsführer der MA&T Sell & Partner GmbH.
 Kurt-Georg Ciesinger ist Geschäftsführer der gaus gmbh.

