

# Befragung von Nutzer\*innen und Projektträger\*innen auf dem Tempelhofer Feld

## Abschlussbericht

# Befragung von Nutzer\*innen und Projektträger\*innen auf dem Tempelhofer Feld

## Abschlussbericht



### Bestehend aus zwei Berichten

#### Bericht 1

Fachliche Unterstützung bei der Konzeption und Auswertung der Befragung zur Nutzung des Tempelhofer Feldes und der Serviceangebote

#### Bericht 2

Wissenschaftliche Unterstützung bei der Auswertung der qualitativen Interviews mit den Projektträgern auf dem Tempelhofer Feld und Zusammenfassung der Ergebnisse in einem Bericht sowie Zusammenfassung mit der vorangegangenen Auswertung der Besucher\*innenbefragung im Jahr 2019

# Befragung von Nutzer\*innen und Projektträger\*innen auf dem Tempelhofer Feld

## Abschlussbericht

### **Schirmherrschaft**

Feldkoordination und Feldforum

### **Auftraggeber**

Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz

Abteilung III, Referat III C

Am Köllnischen Park 3, 10179 Berlin

### **Auftragnehmerin**

asum GmbH

Angewandte Stadtforschung und Mieterberatung

Thaerstraße 30d

10249 Berlin

### **Bearbeiter\*innen**

Kerima Bouali

Sigmar Gude

Charlotte Weber

### **Fotos**

asum GmbH

©2020

## Vorwort

Das Tempelhofer Feld ist seit seiner Öffnung im Jahr 2010 zu einem ganz besonderen öffentlichen Freiraum für die Berliner\*innen geworden. Das ehemalige Flugfeld ist nicht nur für seine typische Charakteristik und der damit verbundenen Geschichte weit über die Grenzen Berlins hinaus bekannt, ebenso ist das Feld Naturraum, Frei- und Erholungsfläche, aber insbesondere auch Ort sozialer Begegnung und gesellschaftlichen Austausches. In ausgewählten Randbereichen wurden dauerhaft Flächen ausgewiesen, auf denen zivilgesellschaftliche und zum Teil auch kommerzielle Akteure dem Feld sowie dessen Besuchenden Angebote teils mit temporärem Charakter bieten. Diese Projekte bürgerschaftlichen Engagements und die Serviceangebote tragen zur besonderen Attraktivität des Feldes bei. Im Rahmen des Entwicklungs- und Pflegeplans Tempelhofer Feld (EPP) wird empfohlen die Umsetzung der Projektziele sowie das partizipative Verfahren zur Projektauswahl zu überprüfen. Gemäß des EPP ist auch vereinbart, dass Vertragsverlängerungen zu bestehenden Projekten möglich sind, jedoch eine Neubewerbung der „Alt-Projekte“ voraussetzen (vgl. Seite 40 ff. EPP). Für die Projekte und Angebote sind die Schutzziele des Tempelhofer Feld-Gesetzes (ThFG) und die Leitlinien des EPP sowie die Maßnahmenkonzepte der verschiedenen Teilbereiche zu beachten.

Zur Auswertung des Projektauftrags mitsamt seinem Auswahlprozedere durch die Feldkoordination und zum Umgang mit Bestandsprojekten werden regelmäßig öffentliche Themenwerkstätten durchgeführt. In der Themenwerkstatt im Oktober 2018 hat sich eine Gruppe interessierter Bürger\*innen gemeldet, um eine Evaluation in Form einer Befragung von Besucher\*innen auf dem Tempelhofer Feld selbst vorzunehmen. Dieses Vorgehen wurde von der Feldkoordination mehrheitlich befürwortet, auf dem Feldforum im April 2019 vorgestellt und unter die Schirmherrschaft des Feldforums und der Feldkoordination gestellt. Aus der Gruppe von engagierten Bürger\*innen hat sich die „AG Feldforschen“ gebildet. Die Abkürzung AG steht für eine Arbeitsgemeinschaft rund um Frau Heitmüller, Herrn Link, Herrn Schneidewind und Frau Witt, um nur einige wenige der hoch Engagierten mit Namen zu nennen. Zur fachlichen Unterstützung der „AG Feldforschen“ hat die Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz in Abstimmung mit den Bürger\*innen die asum GmbH beauftragt.

Die „AG Feldforschen“ hat ein Konzept zur Befragung von Besuchenden und zur Befragung von Akteuren bürgerschaftlicher Projekte und Serviceangebote entwickelt. Mit Hilfe von vielen weiteren Engagierten fand am 12. Mai 2019 zum 70. Jubiläum der Luftbrücke die Befragung von über 1.000 Besuchenden statt. Dabei haben die Schüler\*innen aus der Fliegerwerkstatt Tische gebaut und für diesen Tag auf das Feld gestellt. Weitere Engagierte haben die Befragter\*innen mit Musik unterstützt oder Essen und Getränke vorbeigebracht. Aber nicht genug damit: die Schüler\*innen aus der Fliegerwerkstatt haben selbst die Besuchenden angesprochen und mit Interessierten einen über ca. 15-minütigen Fragebogen ausgefüllt. Zusammengezhählt sind das mehr als 15.165 Minuten oder mehr als 250 Stunden Befragung an einem Tag in weniger als 6 Stunden!



Und es geht noch weiter: Die „AG Feldforschen“ hat von den aktuell 23 Projekten und Angeboten auf dem Feld 12 Akteure anhand eines selbst erarbeiteten leitfadengestützten Interviews befragt. Leider kam nicht von allen Akteuren auf dem Feld eine Rückmeldung. Nichtsdestotrotz wurden Gespräche mit insgesamt circa 8 Stunden Interviewzeit geführt. Dazu kommen die vielen Stunden ehrenamtlichen Engagements, die für die Konzeption, Organisation, Abstimmungen, vergeblichen und erfolgreichen Anfragen aufgewendet wurden. Für dieses tolle Engagement bedanke ich mich bei allen Beteiligten: Vielen Dank für Ihre Unterstützung für das Feld und seine Besuchenden!

Die asum GmbH hat die Ergebnisse aus den Befragungen in einem Bericht ausgewertet und in einer Zusammenschau Handlungsbedarfe zur Situation auf dem Feld aus Sicht der Besuchenden am 12. Mai 2019 und aus Sicht einzelner Angebotsträger\*innen aufgezeigt. So vermuten wohl einige Besuchende hinter dem Synonym „Vogelfreiheit“ ein Vogelschutzgebiet und nicht die Granit-Skulptur in der Nähe der „Alten Gärtnerei“ zum Skaten oder Fahrradfahren. Auch zu Verfahren wie ein Projekt auf das Feld kommt oder bleibt, haben sich Missverständnisse bei Projektdurchführenden gezeigt: Die Grün Berlin GmbH ist mit der Bewirtschaftung und Entwicklung des Feldes betraut. Nicht verantwortlich ist sie beispielsweise für übergeordnete Rahmenbedingungen wie befristete Vertragslaufzeiten, bauliche Genehmigungsverfahren zu Ausstattungselementen (vgl. EPP).

Der vorliegende Bericht spiegelt das sehr große bürgerschaftliche Engagement wider und zeigt sowohl Qualitäten als auch Defizite des Untersuchungsgegenstandes auf. Aus den geführten Interviews und Befragungen lassen sich Änderungsbedarfe und Zukunftswünsche ableiten, um das Tempelhofer Feld erfolgreich weiterzuentwickeln. Dieser Erfolg braucht auch weiterhin das ungebrochene Engagement der vielen: die Bürgerschaft, die Besuchenden, die Projektträger\*innen auf dem Feld, Serviceangebote, die Parkaufsicht und das Parkmanagement. Erst zusammen machen sie das Feld zu dem, was es ist.

Die Ergebnisse dieser Befragung sind unter der Schirmherrschaft der Feldkoordination entstanden. Die Feldkoordination steht in ihrer Funktion und Aufgabe in der weiteren Verantwortung, aus den wertvollen Erkenntnissen der Befragung weitere partizipative Prozesse zu entwickeln, die die Angebote bürgerschaftlicher Projekte stärken und erweitern.

**Verena Schönhart**

**Im Auftrag für die Senatsverwaltung für  
Umwelt, Verkehr und Klimaschutz**

# Inhalt

|  |           |
|--|-----------|
| <b>BERICHT 1 .....</b>   | <b>7</b>  |
| <b>1 ANLASS UND VORGEHENSWEISE .....</b>   | <b>8</b>  |
| <b>2 AUSWERTUNG DER QUANTITATIVEN ERHEBUNG .....</b>   | <b>8</b>  |
| 2.1 HÄUFIGKEIT UND ANLASS DES BESUCHS .....  | 9         |
| 2.1.1 Häufigkeit des Besuchs .....   | 9         |
| 2.2 HERKUNFT DER BESUCHER*INNEN .....  | 13        |
| 2.3 PROJEKTE AUF DEM TEMPELHOFFER FELD .....   | 14        |
| <b>3 AUSWERTUNG DER QUALITATIVEN ERHEBUNG .....</b>  | <b>19</b> |
| 3.1 WAS GEFÄLLT GANZ BESONDERS AM TEMPELHOFFER FELD .....                                    | 19        |
| 3.2 WAS GEFÄLLT NICHT AM TEMPELHOFFER FELD .....   | 26        |
| 3.2.1 Ranking der Merkmale des Tempelhofer Feldes für das, was stört .....                   | 27        |
| 3.2.2 Ranking der Merkmale des Tempelhofer Feldes für das, was fehlt .....                   | 33        |
| <b>4 ZENTRALE ERGEBNISSE: ZUSAMMENFASSUNG DER QUANTITATIVEN UND QUALITATIVEN ANALYSE....</b> | <b>38</b> |
| 4.1 ERGEBNISSE AUS DER QUANTITATIVEN ANALYSE .....   | 38        |
| 4.2 ZENTRALE ERGEBNISSE DER QUALITATIVEN ANALYSE .....                                       | 39        |
| <b>BERICHT 2 .....</b>   | <b>44</b> |
| <b>5 AUFTRAG UND ZIELSTELLUNG .....</b>  | <b>45</b> |
| <b>6 BASISDATEN ZU DEN PROJEKTEN .....</b>   | <b>48</b> |
| 6.1 THEMATISCHE AUSRICHTUNG .....  | 50        |
| 6.2 ZIELGRUPPEN .....  | 51        |
| 6.3 PRÄSENZZEITEN .....  | 51        |
| 6.4 FINANZIERUNG .....   | 51        |
| 6.5 VERTRAGLICHE REGELUNGEN .....  | 52        |
| 6.6 AUSSTATTUNG .....  | 52        |
| 6.7 KOOPERATIONEN .....  | 54        |
| <b>7 NUTZER*INNEN DES TEMPELHOFFER FELDES UND DER ANGEBOTE .....</b>                         | <b>55</b> |
| 7.1 BEKANNTHEITSGRAD DER ANGEBOTE .....  | 55        |
| 7.2 BEKANNTHEITSGRAD DER ANGEBOTE NACH MERKMALEN DER BESUCHER*INNEN .....                    | 56        |
| 7.3 SELBSTEINSCHÄTZUNG DER ANGEBOTSTRÄGER*INNEN ZU IHREN NUTZER*INNEN .....                  | 60        |
| <b>8 HANDLUNGSBEDARF AUS SICHT DER ANGEBOTE.....</b>   | <b>63</b> |

|           |   |           |
|-----------|---|-----------|
| 8.1       | AUSSTATTUNG .....   | 63        |
| 8.2       | VERTRÄGE .....  | 63        |
| 8.3       | KOOPERATION MIT DER GRÜN BERLIN GMBH.....   | 64        |
| 8.4       | VERNETZUNG DER ANGEBOTE VERSTÄRKEN .....  | 65        |
| 8.5       | ÖFFENTLICHKEITSARBEIT.....  | 65        |
| 8.6       | STANDORT.....   | 66        |
| 8.7       | VANDALISMUS UND SCHLIEßZEITEN .....   | 66        |
| <b>9</b>  | <b>ZUSAMMENFASSUNG UND ZENTRALE ERGEBNISSE .....</b>  | <b>68</b> |
| 9.1       | ZUSAMMENFASSUNG DER BASISDATEN .....  | 68        |
| 9.2       | ZUSAMMENFASSUNG ZU DEN NUTZER*INNEN DES FELDES UND IHRER KENNTNIS DER ANGEBOTE .....                          | 69        |
| 9.3       | ZUSAMMENFASSUNG DES HANDLUNGSBEDARFS AUS SICHT DER ANGEBOTSTRÄGER*INNEN.....                                  | 70        |
| 9.4       | DISKUSSIONS- UND KLÄRUNGSBEDARF .....   | 72        |
| <b>10</b> | <b>SCHLUSSFOLGERUNGEN AUS DEN ERGEBNISSEN DER BEFRAGUNG VON BESUCHER*INNEN UND ANGEBOTSTRÄGER*INNEN .....</b> | <b>74</b> |
| 10.1      | QUALITÄTEN DES FELDES UND DER ANGEBOTE.....   | 74        |
| 10.2      | DEFIZITE UND FEHLENDE AUSSTATTUNG .....   | 75        |
| 10.3      | AUSBLICK – DAS TEMPELHOFER FELD IN ZEITEN VON COVID-19 .....  | 76        |
|           | <b>Anhang .....</b>   | <b>78</b> |

## **Bericht 1**

# Fachliche Unterstützung bei der Konzeption und Auswertung der Befragung zur Nutzung des Tempelhofer Feldes und der Serviceangebote

Bericht zur Auswertung der Befragung



Stand: 03.02.2020

## **1 Anlass und Vorgehensweise**

Die AG Forschen auf dem Feld hat unter der Schirmherrschaft der Feldkoordination eine Besucher\*innenbefragung auf dem Tempelhofer Feld durchgeführt mit dem Ziel, die Intensität der Nutzung des Tempelhofer Feldes und der Serviceangebote festzustellen. Die Befragung fand anlässlich des 70sten Luftbrückenjubiläums am 12. Mai 2019 statt.

Zur Unterstützung dieses Vorhabens hat die asum GmbH fachliche Unterstützung bei der Konzeption geleistet und die Auswertung der Befragung sowie die Zusammenfassung der Ergebnisse in einem Bericht übernommen.

Im Vorfeld der Befragung hat die asum GmbH gemeinsam mit Vertreter\*innen der AG Forschen auf dem Feld eine Befragungskonzeption entwickelt und bei der Erstellung des standardisierten Fragebogens mitgewirkt.

Die Interviews wurden auf dem Feld durch die AG Forschen auf dem Feld mittels des Fragebogens durchgeführt. Die asum GmbH entwickelte eine Eingabedatei für die Übertragung der durchgeführten Interviews in ein Rechenprogramm. Die Eingabe wurde von dem Verein 100% Tempelhofer Feld finanziert. Anschließend hat die asum GmbH die Datensätze sowohl in der Grundauswertung als auch für einzelne Nutzer\*innengruppen und einzelne Nutzungen ermittelt.

## **2 Auswertung der quantitativen Erhebung**

Die Befragung hat 1.011 auswertbare Fragebögen erbracht.

Bei der Befragung wurden Erwachsene und Jugendliche angesprochen und ihr Alter anhand von fünf Altersklassen notiert. Beim Vergleich der Altersstruktur der Besucher\*innen am 12. Mai 2019 mit Berlin sowie den direkt an das Tempelhofer Feld anschließenden Wohngebieten (s. Tab. 1), aus denen viele der Besucher\*innen des Feldes kommen, zeigt sich eine große Übereinstimmung, insbesondere wenn die Altersstrukturen Berlins und der angrenzenden Gebiete gemittelt werden. Aus der Übereinstimmung in der Altersstruktur lässt sich schließen, dass eine gute Repräsentativität hinsichtlich der Besucher\*innen am Tage der Befragung erreicht wurde.

Die Altersstruktur von weiblichen und männlichen Besucher\*innen war nur minimal unterschiedlich.

Tabelle 1: Altersstruktur im regionalen Vergleich

| Altersstruktur im regionalen Vergleich (%) | Gesamt (n=981) | Besucher*innen ohne ‚nur heute‘ | Berlin <sup>1</sup> | Benachbarte LOR <sup>2</sup> |
|--|----------------|---------------------------------|---------------------|------------------------------|
| 15-18                                      | 3%             | 3%                              | 2,7%                | 2,5%                         |
| 19-27                                      | 11%            | 11%                             | 11,3%               | 11,9%                        |
| 28-45                                      | 36%            | 37%                             | 33,4%               | 41,6%                        |
| 46-65                                      | 33%            | 33%                             | 30,5%               | 29,0%                        |
| 66 u ä                                     | 17%            | 15%                             | 22,2%               | 14,9%                        |
|  | 100%           | 100%                            | 100%                | 100%                         |

Tabelle 2: Anteil männlicher und weiblicher Befragter

| Anteil an Befragten (%) | Geschlecht   |
|-------------------------|--------------|
| 51%                     | weiblich     |
| 48%                     | männlich     |
| 1%                      | keine Angabe |

Die Altersstruktur der Besucher\*innen stellt eine Mischung der Bewohner\*innen der angrenzenden Wohngebiete und Gesamtberlins dar. Die Älteren ab 66 Jahre sind die einzige Altersgruppe, die schwächer repräsentiert ist, als es ein solches Mischungsverhältnis vorgeben würde. Ein Grund hierfür ist vermutlich die geringere Mobilität der Personen dieses Alters. Die Aktivitäten, die auf dem Feld möglich sind, erfordern demgegenüber eine hohe Mobilitätsbereitschaft und -fähigkeit. Es ist weiterhin zu vermuten, dass ein Defizit an spezifischen Ausstattungselementen für Ältere auf dem Tempelhofer Feld besteht (s. Kap. 3.1.1).

## 2.1 Häufigkeit und Anlass des Besuchs

### 2.1.1 Häufigkeit des Besuchs

Der größte Teil der Besucher\*innen des Tempelhofer Feldes, ca. 60%, nutzt das Feld regelmäßig mindestens einmal im Monat, die meisten unter ihnen sogar wöchentlich oder öfter (s. Tab. 3). Trotz des besonderen Anlasses am Tag der Befragung waren es nur wenige, die das Feld an diesem Tag zum ersten Mal besucht haben.

<sup>1</sup> Einwohnerregister (EWR) Berlin 30.06.2019

<sup>2</sup> EWR der LOR

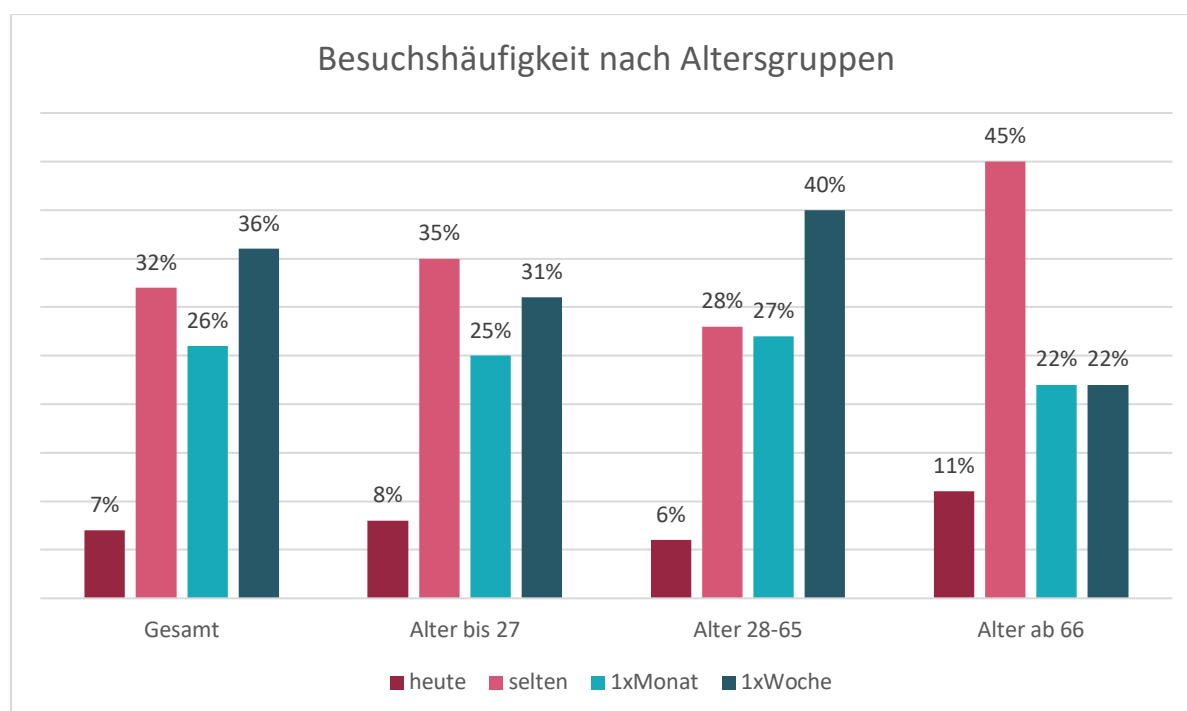
|    |    |    |    |
|----|----|----|----|
| 08 | 01 | 01 | 17 |
| 08 | 01 | 01 | 18 |
| 02 | 02 | 02 | 05 |
| 07 | 04 | 04 | 01 |

Die Häufigkeit des Besuchs variiert dabei deutlich zwischen den Altersklassen (s. Tab. 3 & Abb. 1). Die Jüngeren bis 27 Jahre unterscheiden sich wenig vom Gesamtdurchschnitt, die Älteren ab 66 Jahre sind eher selten auf dem Feld. Am häufigsten nutzen Personen mittleren Alters, zwischen 28 und 45 Jahre, das Feld.

Tabelle 3: Häufigkeit des Besuchs

| Häufigkeit des Besuchs | Gesamt   | Alter bis 27 | Alter 28-65 | Alter ab 66 |
|------------------------|----------|--------------|-------------|-------------|
| (%)                    | (n=1002) | (n=139)      | (n=675)     | (n=158)     |
| heute                  | 7%       | 8%           | 6%          | 11%         |
| selten                 | 32%      | 35%          | 28%         | 45%         |
| 1xMonat                | 26%      | 25%          | 27%         | 22%         |
| 1xWoche                | 36%      | 31%          | 40%         | 22%         |
|                        | 100%     | 100%         | 100%        | 100%        |

Abbildung 1: Besuchshäufigkeit nach Altersgruppen



Die Altersstruktur nach Häufigkeit des Besuchs (s. Tab. 4) zeigt, dass die Älteren ab 66 Jahre überproportional häufig zu denen gehören, die nur selten auf dem Feld sind, die nächste Altersgruppe zwischen 46 und 65 Jahren ist jeweils proportional vertreten, während die mittlere Altersgruppe überproportional häufig das Feld besucht.

Tabelle 4: Altersstruktur nach Häufigkeit des Besuchs

| <b>Altersstruktur nach Häufigkeit des Besuchs</b> | <b>Gesamt</b> | <b>heute</b> | <b>selten</b> | <b>1 x Monat</b> | <b>1 x Woche u.m.</b> |
|---|---------------|--------------|---------------|------------------|-----------------------|
| (%)   | (n=981)       | (n=71)       | (n=318)       | (n=356)          | (n=257)               |
| 15-18   | 3%            | 4%           | 4%            | 2%               | 4%                    |
| 19-27   | 11%           | 12%          | 12%           | 11%              | 10%                   |
| 28-45   | 36%           | 22%          | 26%           | 47%              | 38%                   |
| 46-65   | 33%           | 35%          | 35%           | 30%              | 34%                   |
| 66 u ä  | 17%           | 26%          | 23%           | 10%              | 14%                   |
|   | 100%          | 100%         | 100%          | 100%             | 100%                  |

### Anlass des heutigen Besuchs

Am 12. Mai 2019, an dem der besondere Anlass des Luftbrückenjubiläums sehr viele Besucher\*innen auf das Tempelhofer Feld gezogen hat, hat fast die Hälfte der Befragten das Feld aus einem anderen Anlass besucht (s. Tab. 5). Ruhe und Erholung sowie Aktivitäten mit der Familie oder Freunden waren die Hauptgründe derer, die nicht wegen der Veranstaltung gekommen waren. Unter den Älteren war der Veranstaltungsbesuch des Luftbrückenfests allerdings zu einem weit höheren Ausmaß der Besuchs-anlass. Es ist zu vermuten, dass dies auch mit den besonderen historischen Erfahrungen dieser Altersgruppe zusammenhängt.

Tabelle 5: Anlass des Besuchs am 12.05.2019

| <b>Anlass des Besuchs am 12.5.19</b><br>(Mehrfachnennungen möglich) | <b>Gesamt</b> | <b>Alter bis 27</b> | <b>Alter 28-65</b> | <b>Alter ab 66</b> | <b>weiblich</b> | <b>männlich</b> |
|---|---------------|---------------------|--------------------|--------------------|-----------------|-----------------|
| (%)   | (n=981)       | (n=71)              | (n=679)            | (n=163)            | (n=257)         | (n=461)         |
| Veranstaltung   | 57%           | 53%                 | 53%                | 77%                | 59%             | 56%             |
| Ruhe/ Erholung  | 29%           | 28%                 | 33%                | 15%                | 28%             | 31%             |
| Sport   | 18%           | 13%                 | 21%                | 8%                 | 16%             | 20%             |
| Freunde/Familie   | 32%           | 40%                 | 34%                | 15%                | 34%             | 30%             |
| Sonst   | 11%           | 15%                 | 11%                | 10%                | 11%             | 12%             |

### Anlass des Besuchs allgemein

Unabhängig von den besonderen Angeboten des Luftbrückengedenkens besuchen jeweils mehr als die Hälfte der Befragten das Feld um Ruhe und Erholung zu finden oder Aktivitäten mit der Familie oder Freunden zu unternehmen. Sport wird von gut einem Drittel ausgeübt.

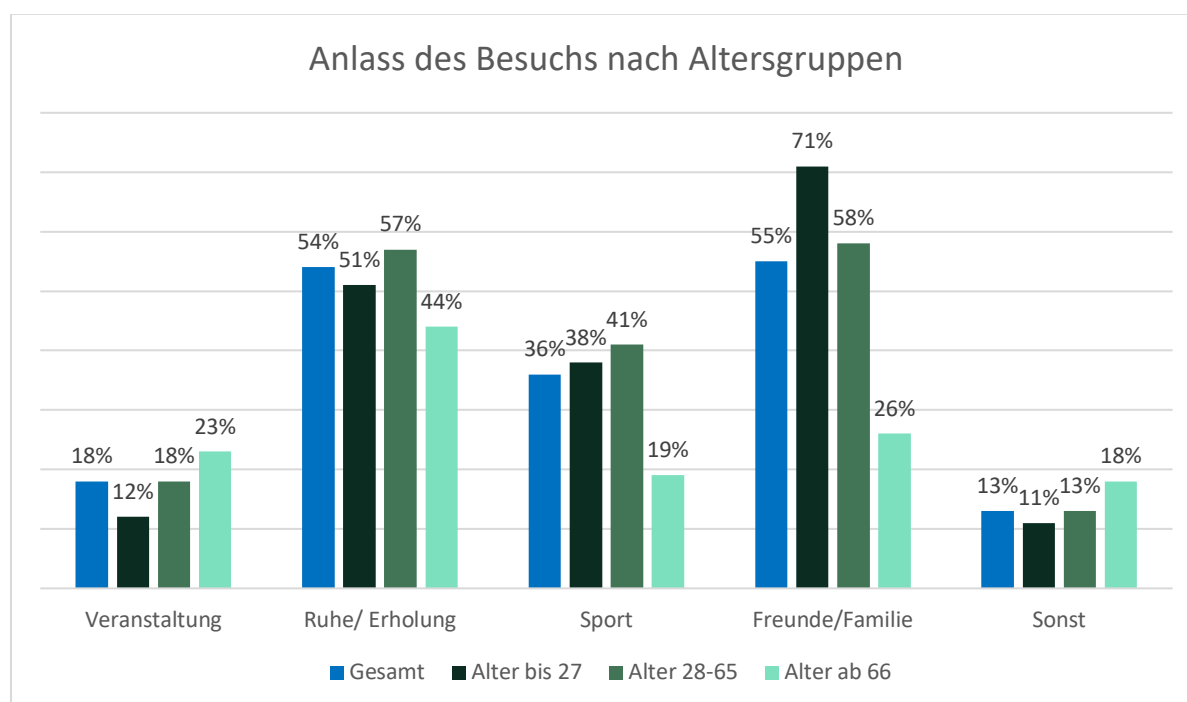


Auch hier gibt es deutliche Unterschiede zwischen den Altersgruppen (s. Tab. 6 & Abb. 2). Die jüngeren Besucher\*innen nutzen das Feld weit überdurchschnittlich für Aktivitäten mit Freunden. Männer nutzen das Feld häufiger für den Sport als Frauen, die etwas häufiger für soziale Kontakte zum Feld kommen.

Tabelle 6: Anlass des Besuchs allgemein

| Anlass des Besuchs allgemein<br>(Mehrfachnennungen möglich)<br>(%) | Gesamt<br>(n=981) | Alter bis 27<br>(n=71) | Alter 28-65<br>(n=679) | Alter ab 66<br>(n=356) | weiblich<br>(n=487) | männlich<br>(n=461) |
|--|-------------------|------------------------|------------------------|------------------------|---------------------|---------------------|
| Veranstaltung  | 18%               | 12%                    | 18%                    | 23%                    | 17%                 | 18%                 |
| Ruhe/Erholung  | 54%               | 51%                    | 57%                    | 44%                    | 55%                 | 53%                 |
| Sport  | 36%               | 38%                    | 41%                    | 19%                    | 34%                 | 40%                 |
| Freunde/Familie  | 55%               | 71%                    | 58%                    | 26%                    | 58%                 | 52%                 |
| Sonst  | 13%               | 11%                    | 13%                    | 18%                    | 11%                 | 16%                 |

Abbildung 2: Anlass des Besuchs nach Altersgruppen



Das Feld dient für mehr als die Hälfte der Nutzer\*innen der Ruhe und der Erholung. Ebenso stark wurde aber auch auf gemeinsame Aktivitäten mit der Familie oder Freunden als Besuchszweck hingewiesen. Das Feld hat in diesem Sinne eine gemeinschaftsbildende Funktion. Der dritte bedeutende Besuchsanlass ist der Sport. Mehr als ein Drittel geben dies als Besuchszweck an.

## 2.2 Herkunft der Besucher\*innen

Wie zu erwarten kommt die Mehrheit der Besucher\*innen aus den direkt an das Feld angrenzenden Wohngebieten. Ein Viertel aller Besucher\*innen am 12. Mai kamen aus den Postleitzahlgebieten, die direkt an das Feld angrenzen, davon gut 60% aus Neukölln, 30% aus Tempelhof und knapp 10% aus Kreuzberg. Fasst man die drei Ortsteile Neukölln Nord, Tempelhof und Kreuzberg zusammen, so stellen diese die Hälfte der Besucher\*innen.

Die andere Hälfte der Besucher\*innen des Feldes nimmt aber auch einen erheblich längeren Anfahrtsweg in Kauf, um das Feld zu nutzen. So stellen die weit entfernt liegenden reinen Außenbezirke – ohne Berücksichtigung der südlichen Gebiete von Neukölln und Tempelhof, doch fast ein Fünftel der Besucher\*innen. Selbst unter der großen Gruppe, die das Feld mindestens einmal monatlich nutzt, befinden sich noch 10% Besucher\*innen aus diesen entfernt gelegenen Quartieren Berlins. Bei Berücksichtigung des Neuköllner und Tempelhofer Südens steigt der Anteil der Nutzer\*innen aus den Berliner Außenbezirken auf fast 20% (s. Tab. 7).

Tabelle 7: Herkunft der Besucher\*innen nach Art und Häufigkeit der Nutzung

| Herkunft der Besucher*innen<br>nach Art und Häufigkeit der<br>Nutzung<br>(Ortsteile)<br>(%) | Anlass des Besuchs                  |                 |                                      |  |
|---|-------------------------------------|-----------------|--------------------------------------|--|
|   | Alle Besucher*in-<br>nen am 12. Mai | Luftbrückenfest | Allg. Nutzung mit<br>Veranstaltungen | Allg. Nutzung<br>ohne nur Veran-<br>staltungen |
| Prenzlauer Berg /Mitte/<br>Friedrichshain   | 7%                                  | 8%              | 5%                                   | 6%   |
| Kreuzberg   | 8%                                  | 4%              | 8%                                   | 8%   |
| Neukölln Nord   | 26%                                 | 14%             | 28%                                  | 29%  |
| Tempelhof   | 14%                                 | 16%             | 14%                                  | 15%  |
| Schöneberg  | 4%                                  | 5%              | 4%                                   | 4%   |
| Wilmerdorf  | 2%                                  | 3%              | 2%                                   | 2%   |
| Charlottenburg  | 2%                                  | 2%              | 2%                                   | 2%   |
| Tiergarten  | 3%                                  | 3%              | 3%                                   | 3%   |
| Wedding   | 1%                                  | 2%              | 1%                                   | 1%   |
| Pankow/Weissensee   | 1%                                  | 2%              | 2%                                   | 2%   |
| Lichtenberg/Hohenschönhaus-<br>en   | 3%                                  | 3%              | 2%                                   | 2%   |
| Marzahn/Hellersdorf   | 1%                                  | 2%              | 1%                                   | 1%   |
| Treptow/Köpenick  | 4%                                  | 5%              | 4%                                   | 3%   |
| Neukölln Süd  | 7%                                  | 8%              | 7%                                   | 7%   |
| Steglitz  | 4%                                  | 5%              | 4%                                   | 4%   |
| Zehlendorf  | 4%                                  | 6%              | 4%                                   | 4%   |
| Spandau   | 1%                                  | 2%              | 1%                                   | 1%   |
| Reinickendorf   | 2%                                  | 4%              | 2%                                   | 2%   |
| sonstige  | 6%                                  | 7%              | 5%                                   | 5%   |

Zu speziellen Veranstaltungen kommen etwas mehr Besucher\*innen aus anderen als den angrenzenden Ortsteilen. So war der Anteil der Besucher\*innen aus allen Berliner Wohngebieten, die nicht direkt an das Feld grenzen, anlässlich des Festes am 12. Mai 2019 jeweils etwas höher als unter den regelmäßigen Nutzer\*innen. Insgesamt ist aber der Einfluss von Veranstaltungen auf die Herkunft der Besucher\*innen nicht sehr groß.

Ein Großteil der Besucher\*innen kommt, wie zu erwarten, aus den unmittelbar an das Tempelhofer Feld angrenzenden Wohngebieten und Ortsteilen. Das Feld zieht aber auch Besucher\*innen aus weiter entfernt gelegenen Berliner Stadtteilen an. Etwa die Hälfte der Besucher\*innen kommt dabei aus anderen Stadtteilen als Neukölln Nord, Tempelhof oder Kreuzberg. Knapp ein Fünftel der regelmäßigen Nutzer\*innen stammt sogar aus Berliner Außenbezirken. Die Nutzung des Felds ist also nicht auf die Bewohnerschaft eines eng begrenzten Stadtraumes beschränkt.

## **2.3 Projekte auf dem Tempelhofer Feld**

### **Kenntnis der Projekte**

Auf die Frage, welche der Projektangebote ihnen bekannt sind, nannten die Befragten im Durchschnitt knapp 2 (1,83). Den höchsten Bekanntheitsgrad haben insgesamt die Gärten. Dies trifft auch für die unterschiedlichen Altersgruppen und für Männer und Frauen zu. Danach folgt die Mobile Fahrradwerkstatt und – mit etwas Abstand – die Vogelfreiheit und das Mini Golf. Der Bekanntheitsgrad der anderen Angebote ist jeweils deutlich geringer. Allerdings wenden sich diese häufig an ein spezielles Zielpublikum wie z.B. Schüler\*innen, und sind nicht so präsent wie die Gärten, die Vogelfreiheit und das Mini Golf, die jeweils größere und auffallend gestaltete Flächen nutzen.

Den mittleren Altersjahrgängen waren die Projekte etwas häufiger bekannt (2,1 pro Befragten). Personen im Seniorenalter kannten im Schnitt nur ein Projekt. Frauen nannten etwas mehr Projekte als Männer. Wie zu erwarten waren Projektangebote Besucher\*innen, die angrenzend an das Tempelhofer Feld wohnen, häufiger bekannt als anderen Besucher\*innen (s. Tab. 8).

Der Bekanntheitsgrad der einzelnen Projekte ist nicht sehr hoch. Auch die am besten bekannten und auf dem Feld am besten zu erkennenden gärtnerischen Aktivitäten wurden zusammengenommen nur von zwei Fünftel der Befragten als bekannt genannt. Die Projekte sind offensichtlich für die Besucher\*innen ein zusätzliches Angebot, weniger aber der Hauptanlass zum Kennenlernen und zur Nutzung des Feldes.

Dies gilt nicht für die Projekte mit einem dezidierten Bildungsziel, die eine spezielle Klientel, vor allem Schüler\*innen, anziehen. Es ist aber nicht zu erkennen, dass sie einen Einfluss auf die allgemeine Nutzung des Feldes haben.

Tabelle 8: Kenntnis der Projekte

| <b>Kenntnis der Projekte</b><br>(Mehrfachnennungen<br>möglich)<br>(%) | <b>alle</b> | <b>Alter bis 27</b> | <b>Alter 28-65</b> | <b>Alter ab 66</b> | <b>weiblich</b> | <b>männlich</b> |
|---|-------------|---------------------|--------------------|--------------------|-----------------|-----------------|
| 01 Forscherzelt Frei-<br>landlabor Britz                              | 7%          | 3%                  | 8%                 | 7%                 | 10%             | 5%              |
| 02 Lernort Natur  | 9%          | 7%                  | 11%                | 6%                 | 11%             | 7%              |
| 03 M.I.N.T. Grünes<br>Klassenzimmer                                   | 10%         | 9%                  | 12%                | 2%                 | 11%             | 9%              |
| 04 Mobile Fahrrad-<br>werkstatt                                       | 20%         | 16%                 | 25%                | 7%                 | 20%             | 21%             |
| 05 Gemeinschaftsgar-<br>ten Allmende Kontor                           | 27%         | 28%                 | 30%                | 14%                | 29%             | 25%             |
| 06 Rübezahl Gemein-<br>schaftsgarten                                  | 22%         | 28%                 | 24%                | 10%                | 23%             | 20%             |
| 07 Stadtteilgarten<br>Schillerkiez                                    | 21%         | 24%                 | 24%                | 9%                 | 21%             | 22%             |
| 08 Jugger e.V.  | 5%          | 4%                  | 5%                 | 2%                 | 3%              | 6%              |
| 09 Haus 104   | 4%          | 1%                  | 5%                 | 0%                 | 3%              | 4%              |
| 10 Nordisch Aktiv-<br>Kurs- und Verleihzent-<br>rum                   | 2%          | 2%                  | 3%                 | 1%                 | 3%              | 2%              |
| 11 Steckdose Kreuz-<br>berg Segway                                    | 8%          | 11%                 | 8%                 | 3%                 | 8%              | 7%              |
| 12 Teubert Fahrräder  | 8%          | 9%                  | 9%                 | 4%                 | 9%              | 8%              |
| 13 DINGDADU – Ta-<br>lentschule                                       | 1%          | 1%                  | 1%                 | 0%                 | 1%              | 1%              |
| 14 Theater der Welten   | 3%          | 5%                  | 4%                 | 1%                 | 4%              | 3%              |
| 15 Vogelfreiheit  | 13%         | 12%                 | 13%                | 14%                | 16%             | 10%             |
| 16 Plattenvereinigung   | 1%          | 1%                  | 1%                 | 2%                 | 0%              | 2%              |
| 17 Nuture Mini Art<br>Golf  | 13%         | 9%                  | 16%                | 6%                 | 14%             | 12%             |
| 18 Stadttacker/Statt-<br>acker  | 6%          | 4%                  | 7%                 | 2%                 | 6%              | 7%              |
| 19 Treffpunkt Religion<br>und Gesellschaft                            | 1%          | 3%                  | 0%                 | 1%                 | 1%              | 1%              |
| 20 Storybox   | 4%          | 4%                  | 5%                 | 2%                 | 4%              | 4%              |
|   | <b>183%</b> | <b>183%</b>         | <b>210%</b>        | <b>94%</b>         | <b>197%</b>     | <b>175%</b>     |

### Informationsquelle

Die Mehrheit der Besucher\*innen hat sich die Informationen zu den Projekten bei Besuchen auf dem Feld beschafft. Freunde und Bekannte waren die zweitwichtigste Quelle, Aushänge und Informationen über Social Media folgen erst danach.

Frauen und Männer unterscheiden sich geringfügig. Bei Frauen ist der Anteil derer, die Informationen über persönliche Beziehungen erhielten, etwas höher als bei Männern (s. Tab. 9). Bei den direkten Anwohner\*innen des Feldes ist erwartungsgemäß der Anteil derjenigen am Höchsten, die sich direkt auf dem Feld informiert haben.

Tabelle 9: Informationsquelle zu Projekten auf dem Feld

| Informationsquelle (%) | alle Befragten | weiblich | männlich |
|------------------------|----------------|----------|----------|
| vor Ort                | 59%            | 59%      | 61%      |
| Social Media           | 12%            | 11%      | 12%      |
| Aushang                | 14%            | 15%      | 14%      |
| Freunde und Bekannte   | 21%            | 25%      | 19%      |

Die selbständige Information bei direkten Besuchen auf dem Feld ist überwiegend die Informationsquelle. Andere Informationsquellen, wie vor allem Freunde und Bekannte, werden demgegenüber recht wenig genutzt.

### Wissen zu Projektbewerbung, Volksentscheid und Beteiligungsmodell

Der Kenntnisstand zum Volksentscheid ist in allen Gruppen hoch. Demgegenüber ist das Wissen über Beteiligungsmöglichkeiten nur in geringem Maße vorhanden. Insbesondere die Möglichkeit, ein eigenes Projekt auf dem Feld umzusetzen, ist nur selten bekannt (s. Tab. 10). Dabei gibt es nur geringe Unterschiede zwischen den einzelnen Gruppen. Bei den unmittelbaren Anwohner\*innen des Feldes und den häufigen Besucher\*innen ist das Wissen darüber etwas höher, aber insgesamt noch sehr gering (20%).

Tabelle 10: Kenntnisstand zu Projektbewerbung, Volksentscheid und Beteiligungsmodell

| Kenntnisstand (%) | ja  | nein |
|-------------------|-----|------|
| Bewerbung wo?     | 14% | 86%  |
| Volksentscheid    | 87% | 13%  |
| Beteiligung       | 28% | 72%  |

### Kenntnis und Beurteilung der weiteren Angebote

In Frage 9 wurde der Bekanntheitsgrad der kommerziellen Angebote auf dem Feld erfasst. Die Befragten, die das jeweilige Angebot kannten, wurden nach einer Bewertung zwischen 1 und 6, also entsprechend den Schulnoten, gefragt (s. Tab. 11).

Der wichtigste Einflussfaktor des Bekanntheitsgrads war, wie zu erwarten, die Häufigkeit des Besuchs. Der große Biergarten ‚Luftgarten‘ ist mehr als der Hälfte der Befragten bekannt und ist damit das bekannteste kommerzielle Angebot. Unter häufigen Besucher\*innen und Anwohner\*innen liegt der Bekanntheitsgrad bei über 70%. Besucher\*innen der Altersgruppen ab 28 Jahren kennen ihn fast doppelt

so häufig wie jüngere Besucher\*innen. Er erhält mit 2,5 eine durchschnittliche Bewertung, die nur minimal zwischen den verschiedenen Besucher\*innengruppen variiert.

Den kleineren Biergarten ‚Tempelburger‘ kennen mit 39% weniger Besucher\*innen als den großen Biergarten. Auch hier ist der Bekanntheitsgrad unter den jüngeren Besucher\*innen deutlich geringer. Die Bewertung ist mit 2,4 minimal besser.

Der Picknickkorbverleih ist nur jede/r/m Fünften bekannt. Unter Frauen und der Altersgruppe der 28- bis 45-jährigen ist der Bekanntheitsgrad etwas höher (ca. 30%). Die Bewertung des Angebots ist mit 2,1 gut.

Das Angebot ‚Coffeebike‘ kennen knapp zwei Fünftel der Befragten. Auch hier lag der Bekanntheitsgrad bei Frauen und der Altersgruppe der 28- bis 45-jährigen am höchsten. Mit einer Durchschnittsbewertung von 2,1 hatte das ‚Coffeebike‘ neben dem Picknickkorbverleih die beste Bewertung.

Der ‚Imbisswagen auf der T-Dammseite‘ hat mit 16% den geringsten Bekanntheitsgrad. Dieser Wert variiert nur geringfügig zwischen den verschiedenen Besucher\*innengruppen. Durchschnittlich erhielt er eine Bewertung von 2,5. 19- bis 27-jährige bewerteten ihn deutlich besser (2,1).

Jede/r Dritte kennt die Infotürme mit ihren Verkaufsangeboten. Die Unterschiede im Bekanntheitsgrad und in der Durchschnittsbewertung (2,5) waren gering.

Auch der Fahrradverleih ist knapp jeder/m Dritte/n bekannt. Die mittleren Altersjahrgänge und die männlichen Besucher\*innen kennen ihn überproportional häufig. Die Bewertung ist mit durchschnittlich 2,2 recht gut und variiert kaum zwischen den verschiedenen Besucher\*innengruppen.

Der Bekanntheitsgrad des Segway-Verleihs liegt ebenfalls bei knapp einem Drittel. Frauen kennen ihn seltener als Männer. Die Bewertung ist mit 2,9 mit Abstand die schlechteste aller bewerteten Projekte. Besucher\*innen, die häufig kommen, haben ihn mit 3,1 nochmals schlechter beurteilt.

Tabelle 11: Kenntnis und Beurteilung der weiteren Angebote

| Weitere Angebote | Kenntnis (%) | Beurteilung (anhand von Schulnoten) |
|------------------|--------------|-------------------------------------|
| Luftgarten       | 52%          | 2,5                                 |
| Biergarten       | 39%          | 2,4                                 |
| Picknickverleih  | 22%          | 2,1                                 |
| Coffeebike       | 37%          | 2,1                                 |
| Imbisswagen      | 16%          | 2,5                                 |
| Info-Türme       | 33%          | 2,5                                 |
| Fahrradverleih   | 29%          | 2,2                                 |
| Segway-Verleih   | 30%          | 2,9                                 |

Die wirtschaftlichen Angebote auf dem Feld sind unter den Besucher\*innen nur eingeschränkt bekannt. Nur der große ‚Luftgarten‘ erreicht einen Bekanntheitsgrad von über 50%. Die anderen Angebote liegen zwischen einem Drittel und einem Fünftel der Befragten.

Die Bewertungen nach Schulnoten liegen recht nahe beieinander. Sie variieren im Schnitt von 2,1 bis 2,9. Wie bei den Projekten stellen auch die kommerziellen Angebote eine zusätzliche Möglichkeit auf dem Feld dar, sind aber nicht ein wichtiges oder gar das ausschlaggebende Motiv für den Besuch.



### 3 Auswertung der qualitativen Erhebung

Im Rahmen der Befragung wurden zwei offene Fragen dazu gestellt, was besonders am Tempelhofer Feld gefällt und was nicht gefällt (s. Fragebogen im Anhang). Es war möglich mehr als ein Merkmal in der jeweiligen Frage zu nennen. Mehrheitlich wurde aber von den 1.011 Befragten nur jeweils ein Merkmal benannt, das sie schätzen oder als negativ beurteilen. 1.349 Nennungen entfielen darauf, was „besonders gefällt“ und 600 Nennungen darauf, was „nicht gefällt“. Insgesamt wurden damit mehr als doppelt so viele positive Bewertungen abgegeben als negative und durchschnittlich nur jede(r) zweite Befragte benannte, etwas, was nicht gefällt.

Für die Auswertung wurden die Nennungen codiert und insgesamt 20 Oberkategorien zugeordnet, um die Relevanz von Qualitäten einerseits und Defiziten andererseits im Urteil der Befragten nach Anzahl der Nennungen ermitteln zu können. Die Oberkategorien für das was „besonders gefällt“ sind „Grenzenlose Weite“, „Erholungs- und Naturraum“, „Freiheit“, „Nutzungsmöglichkeiten“, „Flächen und Orte“, „Gemeinschaft“, „Weitgehend unkommerzieller Raum“, „Ausstattung/Pflege“, „Temporäre Veranstaltungen“ sowie „Allgemein“. Die Nennungen auf die Frage, was „nicht gefällt“ wurden wiederum in Merkmale eingeteilt, die als störend sowie als fehlend klassifiziert werden können. Die Oberkategorien für das, was stört, sind „Grundsätzliche Situation“, „Pflegezustand“, „Reglementierung“, „Nutzungskonflikte“, „Konzept und Charakteristika“ und „Perspektiven“. Für fehlende Elemente sind es „Ausstattungs-elemente“, „Infrastruktur“, „Angebote“ und „Sonstiges“. Eine vollständige Tabelle mit der Auflistung der einzelnen Nennungen, die unter den Oberkategorien subsumiert sind, findet sich im Anhang (s. S. 39 ff.).

Ferner wurden die Ergebnisse differenziert nach Geschlechts- und Altersgruppenzugehörigkeit sowie Häufigkeit des Feldbesuches ausgewertet. Diese werden nachfolgend dargestellt.

#### 3.1 Was gefällt ganz besonders am Tempelhofer Feld

Die Tatsache, dass auf das, was am Tempelhofer Feld „besonders gefällt“ doppelt so viele Nennungen entfielen wie darauf, was „nicht gefällt“, lässt vermuten, dass die positiven Qualitäten der Freifläche deutlich stärker für die Befragten ins Gewicht fallen. Diese Vermutung wird zusätzlich dadurch gestützt, dass jede/r dritte Befragte trotz der Frage nach dem, was **„besonders gefällt“ mehr als ein herausragendes positives Merkmal des Tempelhofer Feldes benannte (s. Tab. 12) und die Freifläche regelmäßig von rund 60% der Befragten mindestens einmal pro Monat besucht wird.**



Tabelle 12: Anteile an den Befragten nach Geschlecht von Merkmalen, die den Befragten auf dem Tempelhofer Feld besonders gefallen

| Was gefällt besonders (%)              | alle Befragten | weiblich   | männlich   |
|--|----------------|------------|------------|
| <b>Grenzenlose Weite</b>               | 55%            | 52%        | 60%        |
| <b>Erholungs- u. Naturraum</b>         | 18%            | 17%        | 21%        |
| <b>Freiheit</b>                        | 15%            | 17%        | 14%        |
| <b>Allgemeine Charakteristika</b>      | 14%            | 14%        | 14%        |
| <b>Nutzungsmöglichkeiten</b>           | 11%            | 15%        | 7%         |
| <b>Flächen u. Orte</b>                 | 9%             | 11%        | 8%         |
| <b>Gemeinschaft</b>                    | 7%             | 9%         | 6%         |
| <b>Weitgehend unkommerzieller Raum</b> | 2%             | 3%         | 2%         |
| <b>Ausstattung/Pflege</b>              | 1%             | 1%         | 1%         |
| <b>Temporäre Veranstaltungen</b>       | 0%             | 0%         | 0%         |
| <b>Angaben pro Befragten</b>           | <b>1,3</b>     | <b>1,4</b> | <b>1,3</b> |

### Ranking der Merkmale des Tempelhofer Feldes, die den Befragten besonders gefallen

Mit großem Abstand nannten mit 55% und damit mehr als die Hälfte der Befragten die Kategorie „**Grenzenlose Weite**“ als Qualität des Feldes, die ihnen besonders gefällt (N=552). Diese räumliche Qualität wird von den Befragten vor allem mit der „Größe der Fläche“ (N=342) in Verbindung gebracht. Der „unbebaute Raum“, der „freie Blick, der Horizont“, dass „ausreichend Platz für alle da ist“, „Licht, Luft, Sonne“ und die Möglichkeit, den „Sternenhimmel und Sonnenuntergänge“ zu sehen, sind mit dieser Größe des Feldes verknüpfte Qualitäten, die genannt wurden. Männliche Befragte bewerten diese räumliche Ausdehnung des Feldes überdurchschnittlich positiv und damit leicht stärker positiv als Frauen.

An zweiter Stelle nach Häufigkeit der Nennungen wird das Tempelhofer Feld als „**Natur- und Erholungsraum**“ (N=186) besonders geschätzt. Die Funktion des Ortes für „Erholung und Entspannung“ wird dabei am meisten benannt (N=95). Neben dieser Naherholungsfunktion hat das Feld im Urteil der Befragten

ökologische Qualitäten als „naturbelassener Ort“ (N=47), „Schutzzone für Flora und Fauna“ (N=20) und „grüne Lunge“ (N=8).

Befragte männlichen Geschlechts nennen die Qualität des Feldes als Ort für Erholung und Entspannung häufiger als die Befragten weiblichen Geschlechts.

An dritter Stelle gefällt den Befragten besonders, dass das Feld **„Freiheit“** vermittelt (N=154). Damit verknüpft sind Nutzungsdimensionen von „Freiraum“, „Raum für Individualität“, die Möglichkeit spontan und selbstbestimmt den Ort für Aktivitäten nutzen zu können. „Freiheit“ als explizit genannte Begrifflichkeit spielt eine herausragende Bedeutung in dieser Oberkategorie (N=107). 15% aller Befragter assoziiert diese gefühlsmäßig verankerte Dimension mit dem Tempelhofer Feld. Damit wird **„Freiheit“** nach **„Größe der Freifläche“** am häufigsten gewählt, um die positive Raumqualität des Tempelhofer Feldes zu charakterisieren. Dieses Ergebnis könnte darauf verweisen, dass die Raumqualität „Freiheit“ und die Raumqualität „Größe der Fläche“ in der Wahrnehmung der Befragten mit einander verknüpft sind bzw. sich gegenseitig verstärken.

Weibliche Befragte nennen „Freiheit“ für das, was ihnen besonders gefällt häufiger als männliche Befragte.

An vierter Stelle werden **„Allgemeine Charakteristika“** des ehemaligen Flughafens (N=139) geschätzt. Dazu zählen das „Flughafengebäude“, die „Start- und Landebahnen“, die „zentrale Lage“ im Stadtraum und die „Geschichte des Ortes“. Ferner wird positiv bewertet, „dass alles so bleibt, wie es ist“ und die Fläche frei vom motorisierten Individualverkehr gehalten wird.

Weibliche Befragte gaben hierzu etwas weniger Nennungen ab als die männlichen Befragten.

An fünfter Stelle folgt, dass das Tempelhofer Feld in einer großen Bandbreite unterschiedlichste **„Nutzungsmöglichkeiten“** (N=111) eröffnet. Die Nennungen in dieser Kategorie reichen von der Wahrnehmung des Feldes als Möglichkeitsraum für ein Spektrum an Nutzungen bis hin zu konkreten Nutzungen wie „sportlichen Aktivitäten“.

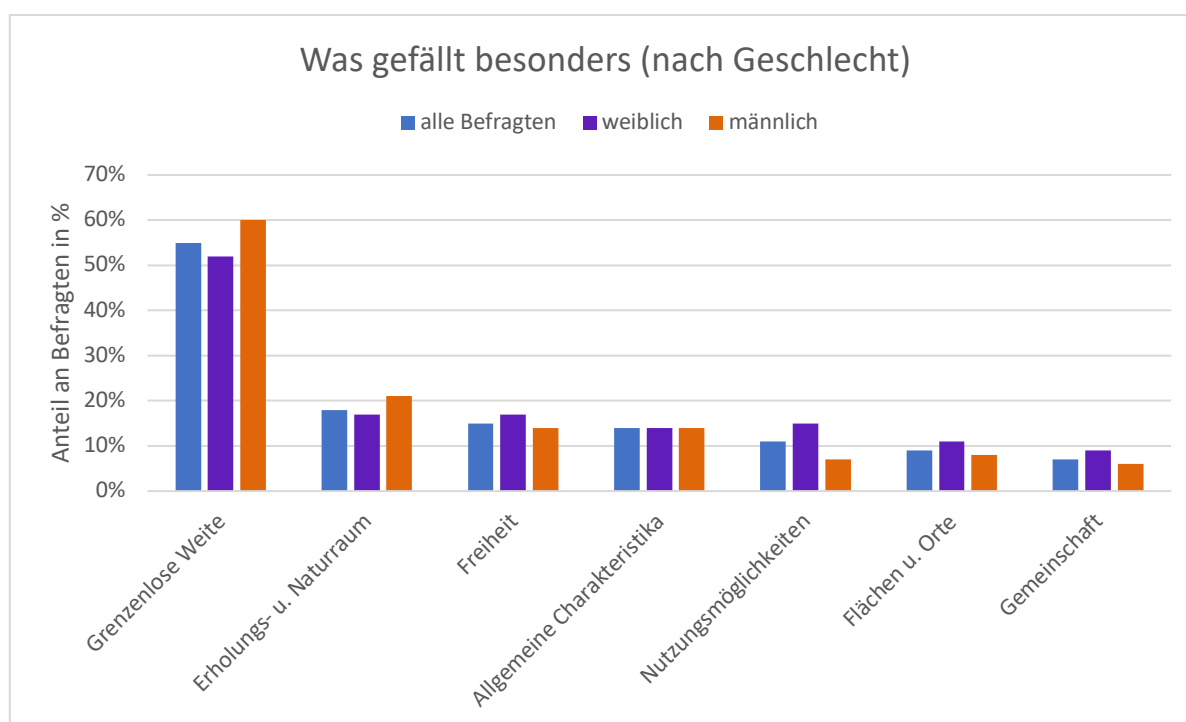
Auffällig ist, dass Frauen diese Nutzungsoffenheit des Feldes doppelt so häufig als positives Merkmal benennen wie die männlichen Befragten und dass sie damit für sie auf Platz vier im Ranking liegt.

An sechster Stelle werden konkrete **„Flächen und Orte“** (N=95) geschätzt, die spezifischen Nutzungen wie als „Grill- und Hundenauslauffläche“ zugeordnet sind oder als „Grünflächen“ wahrgenommen werden. „Grünflächen“ (N=46) und „Gärten“ (N=15) werden in dieser Kategorie als Flächen bzw. Orte besonders häufig genannt.

Im Ranking der Merkmale des Feldes, die besonders wertgeschätzt werden, folgen „Gemeinschaft“ (N=75), „überwiegend unkommerzielle Nutzungsangebote“ (N=25) und die „Ausstattung und Pflege“ (N=10).

Von den sieben Prozent der Befragten, die in der Oberkategorie „Gemeinschaft“ Merkmale des Feldes benannten, wurde am häufigsten das „Gemeinschaftliche“ und das „soziale Miteinander“ hervorgehoben. Es wird als angenehmer „Begegnungsraum“ wahrgenommen, an dem man sich mit Freunden und Familie treffen kann. Die Beschreibungen reichen von „solidarisch“, „multikulturell“ über „generationenübergreifend“ bis „ungezwungen“ und „entspannt“.

Abbildung 3: Ranking der Merkmale des Tempelhofer Feldes, die den Befragten in Abhängigkeit zum Geschlecht besonders gefallen



### Beurteilung der positiven Qualitäten des Feldes in Abhängigkeit der Alterszugehörigkeit

Differenziert nach ihrer Altersgruppenzugehörigkeit schätzen die Befragten unterschiedliche Qualitäten des Tempelhofer Feldes stärker oder weniger ausgeprägt. Signifikant ist aber, dass altersgruppenübergreifend die am häufigsten genannten positiven Attribute für das, was „besonders gefällt“ mit dem allgemeinen Ergebnis übereinstimmen (s. Tab. 13 & Abb. 4). Über alle Altersgruppen hinweg wurden die „Grenzenlose Weite“ des Feldes, das Tempelhofer Feld als „Natur- und Erholungsraum“ und das mit dem Feld verknüpften Gefühl von „Freiheit“ besonders häufig genannt. Sie stehen im Ranking auf den

vordersten Plätzen. Abweichend davon bewerten jüngere Befragte **„Flächen und Orte“** und ältere Menschen ab 66 Jahren das, was unter **„Allgemeine Charakteristika“** codiert wurde wie „dass alles, so bleibt wie es ist“ am zweithäufigsten im Ranking.

Nichts gefällt aber altersunabhängig so sehr wie die **„Grenzenlose Weite“** mit ihren positiv besetzten Dimensionen wie einer freien Sicht, oder, dass es ausreichend Platz für alle gibt, in der zunehmend dichter werden Metropole Berlin, wobei dieses Merkmal des Tempelhofer Feldes von der mittleren Altersgruppe der 27 – 45-Jährigen überproportional häufig (61%) und von Befragten ab 66 Jahren zwar auch auf Platz eins liegt, aber unterdurchschnittlich häufig genannt (47%) wurde.

Tabelle 13: Anteile an den Befragten nach Altersgruppen von Merkmalen, die den Befragten auf dem Tempelhofer Feld besonders gefallen

| Was gefällt besonders (%)         | alle Befragten | Alter bis 27 | Alter 28-45 | Alter 46-65 | Alter ab 66 |
|-----------------------------------|----------------|--------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Grenzenlose Weite</b>          | 55%            | 55%          | 61%         | 54%         | 47%         |
| <b>Erholungs- u. Naturraum</b>    | 18%            | 15%          | 20%         | 20%         | 16%         |
| <b>Freiheit</b>                   | 15%            | 16%          | 15%         | 17%         | 15%         |
| <b>Allgemeine Charakteristika</b> | 14%            | 9%           | 12%         | 17%         | 17%         |
| <b>Nutzungsmöglichkeiten</b>      | 11%            | 10%          | 12%         | 12%         | 9%          |
| <b>Flächen u. Orte</b>            | 9%             | 22%          | 13%         | 6%          | 0%          |

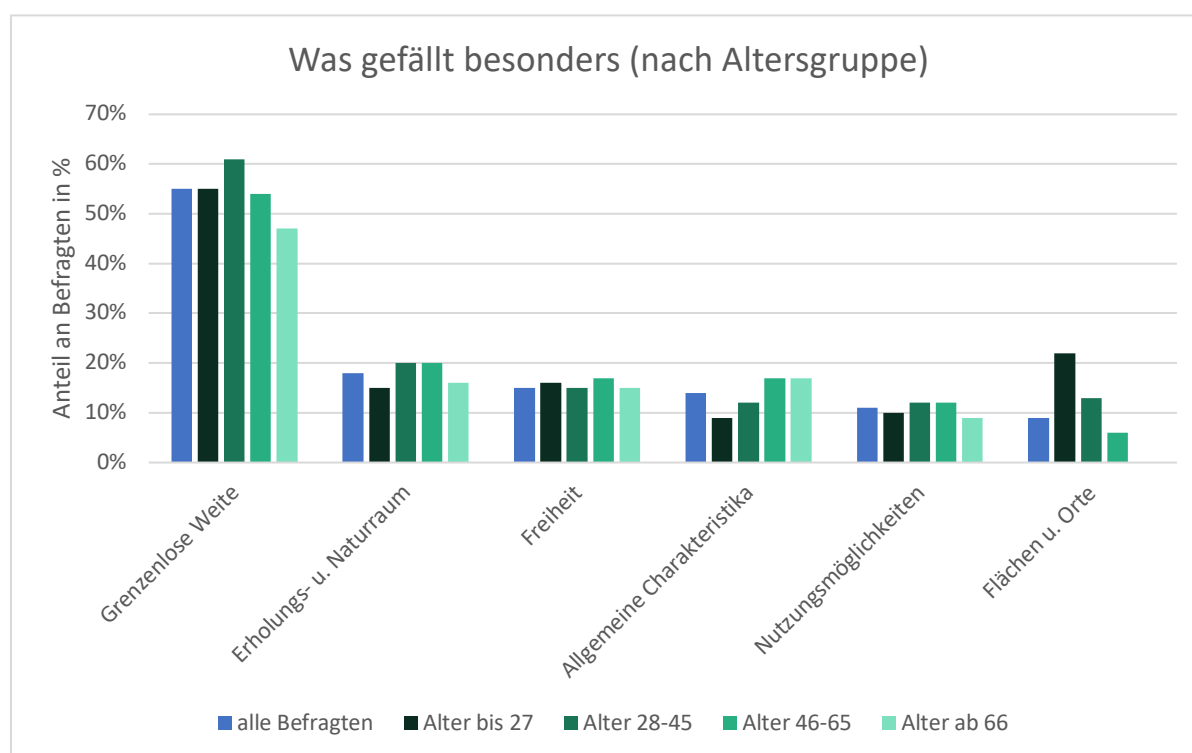
Nach Altersgruppen differenziert sind die Bewertung für das, was besonders gefällt, vor allem für die Qualitäten „Erholungs- und Naturraum“, „Allgemeine Charakteristika“ und „Flächen und Orte“ unterschiedlich.

Von überproportional hoher Bedeutung sind bestimmte **„Flächen und Orte“** wie „Grünflächen“, „Gärten“, „Hundeauslaufflächen“ oder die „Start- und Landebahnen“ für jüngere Besucher\*innen bis 27 Jahre, während ältere Menschen diese Qualität kaum oder gar nicht nannten. Hervorzuheben ist, dass in der Altersgruppe der 18-27-Jährigen dieses Merkmal doppelt so häufig benannt wurde, wie im Durchschnitt und die vorhandenen „Grünflächen“ von dieser Altersgruppe besonders geschätzt werden. Auch für die mittlere Altersgruppe der 28-45-Jährigen sind diese „Flächen und Orte“ überproportional wichtig im Vergleich zu allen Befragten.

Anders als die jüngeren Altersgruppen schätzen die Befragten ab 46 Jahren **„Allgemeine Charakteristika“** des Feldes wie die „zentrale Lage“, die „Geschichte des Ortes“ und „dass es so bleibt, wie es ist“ als besonders positive Merkmale des Feldes.

Das Tempelhofer Feld als „Natur- und Erholungsraum“ ist häufiger als im Durchschnitt für Befragte zwischen 28 und 65 Jahren von Bedeutung. Für jede fünfte Person dieser Altersspanne ist die Freifläche ein Ort, an dem sie „Erholung und Entspannung“ findet, der als „naturbelassener Ort“ wahrgenommen wird und deshalb besonders gefällt. Die Befragten über 66 Jahre benennen den „Natur- und Erholungsraum“ zwar etwas weniger häufig, auf sie entfallen aber fast gänzlich alle Nennungen hinsichtlich der Wertschätzung des Tempelhofer Feldes als „grüne Lunge“.

Abbildung 4: Ranking der Merkmale des Tempelhofer Feldes, die den Befragten in Abhängigkeit zur Altersstruktur besonders gefallen



### Beurteilung der positiven Qualität des Feldes in Abhängigkeit der Häufigkeit der Nutzung

Das Ranking der Qualitäten unterschieden danach, wie häufig die Befragten das Feld besuchen, fällt ebenfalls ähnlich aus, wie das aller Befragter. Unterschiede im Ranking ergeben sich am deutlichsten zwischen den Besucher\*innen, die angaben, das erste Mal auf dem Feld zu sein und denen, die das Feld regelmäßig – einmal im Monat oder einmal in der Woche – besuchen (s. Tab. 14 & Abb. 5).

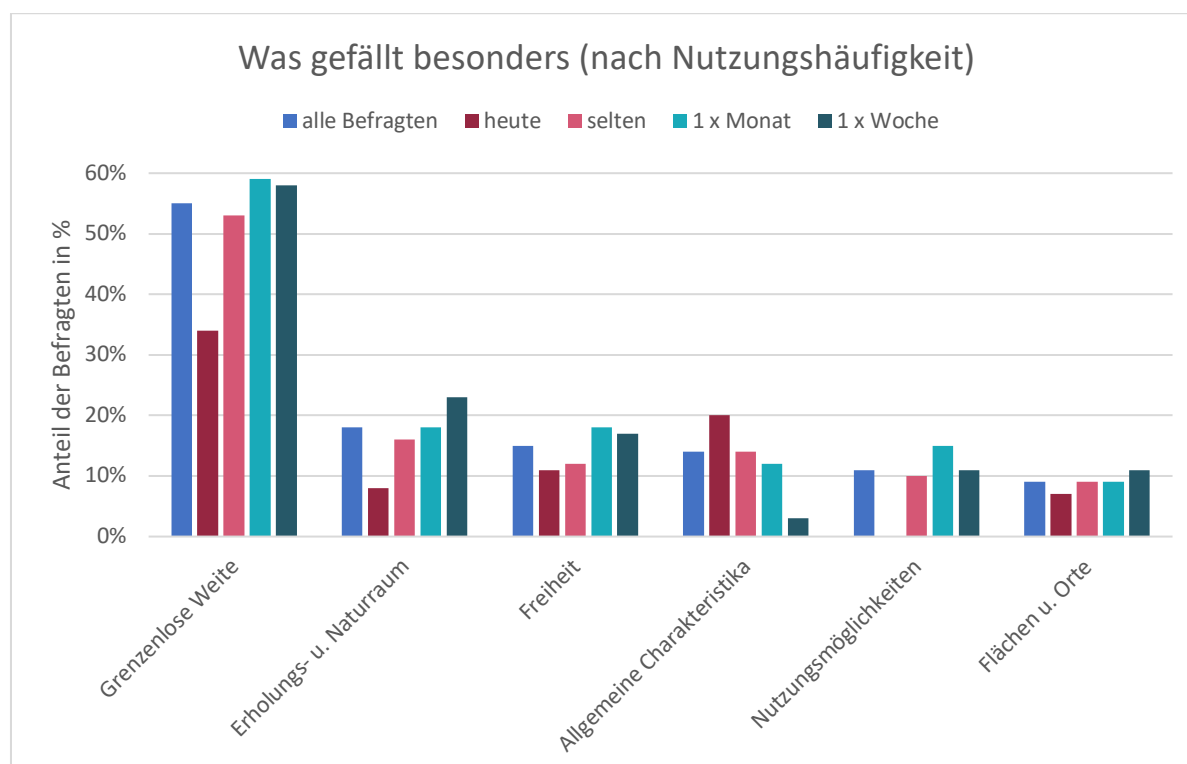
Trotz der Unterschiede in der Bewertung sticht die „Grenzenlose Weite“ des Tempelhofer Feldes auch im Ranking der Häufigkeitsgruppen als die am positivsten wahrgenommene Qualität des Feldes heraus. Überproportional wird diese Qualität von regelmäßigen Nutzer\*innen und am wenigsten von Erstnutzer\*innen geschätzt. Mehr als jede(r) Fünfte und damit überproportional oft schätzen Nutzer\*innen, die mindestens einmal pro Woche auf dem Feld sind, seine Qualität als „Erholungs- und Naturraum“.

Tabelle 14: Anteile an den Befragten nach Nutzungshäufigkeit von Merkmalen, die den Befragten auf dem Tempelhofer Feld besonders gefallen

| Was gefällt besonders (%)         | alle Befragten | heute | selten | 1 x Monat | 1 x Woche |
|-----------------------------------|----------------|-------|--------|-----------|-----------|
| <b>Grenzenlose Weite</b>          | 55%            | 34%   | 53%    | 59%       | 58%       |
| <b>Erholungs- u. Naturraum</b>    | 18%            | 8%    | 16%    | 18%       | 23%       |
| <b>Freiheit</b>                   | 15%            | 11%   | 12%    | 18%       | 17%       |
| <b>Allgemeine Charakteristika</b> | 14%            | 20%   | 14%    | 12%       | 3%        |
| <b>Nutzungsmöglichkeiten</b>      | 11%            | 0%    | 10%    | 15%       | 11%       |
| <b>Flächen u. Orte</b>            | 9%             | 7%    | 9%     | 9%        | 11%       |

Befragte, die zum ersten Mal auf dem Tempelhofer Feld sind, nannten im Durchschnitt häufiger Qualitäten, die unter die Kategorie „Allgemeine Charakteristika“ fallen als regelmäßige Nutzer\*innen. Letztere schätzen demgegenüber vor allem konkrete Eigenschaften, Nutzungsmöglichkeiten und Orte des Feldes. Neben der zweitwichtigsten Funktion als „Erholungs- und Naturraum“ folgt im Ranking das mit dem Feld verbundene Gefühl von „Freiheit“, und danach die vielfältigen „Nutzungsmöglichkeiten“, die es eröffnet.

Abbildung 5: Ranking der Merkmale des Tempelhofer Feldes, die den Befragten in Abhängigkeit zur Häufigkeit der Nutzung des Feldes besonders gefallen



Auch „**Flächen und Orte**“ schätzen regelmäßige Nutzer\*innen überproportional, wobei die „Grünflächen“ am häufigsten positiv genannt wurden. Dass Erstnutzer\*innen diese Qualitäten unterdurchschnittlich häufig benannten deutet darauf hin, dass Besucher\*innen mit der Zunahme der Nutzung des Feldes, auch auf Grund seiner Dimension, seine unterschiedlichen Orte und Nutzungsmöglichkeiten erst kennen- und in der Folge schätzen lernen.

Dass regelmäßige Nutzer\*innen neben der Naherholungsfunktion insbesondere die spezifischen Charakteristika des Feldes wie seine Weite und das Vermitteln eines Freiheitsgefühls positiv bewerten, deutet darauf hin, dass eben diese Charakteristika u.a. Gründe dafür sind, dass Menschen das Tempelhofer Feld häufig und gerne besuchen.

### 3.2 Was gefällt nicht am Tempelhofer Feld

Der deutlich stärkeren positiven Beurteilung des Tempelhofer Feldes stehen auch negative Beurteilungen von Merkmalen der Freifläche gegenüber. Gut die Hälfte der Befragten nannte Aspekte, die Ihnen an der Freifläche nicht gefallen. Dabei nannten die Befragten einerseits Merkmale, die als störend zu qualifizieren sind und andererseits Merkmale des Feldes, die als fehlende oder unzureichend vorhandene Ausstattungselemente, Infrastruktur oder Angebote zu qualifizieren sind. Die Antworten wurden zehn Oberkategorien zugeordnet und nach störend und fehlend unterteilt (s. Tab. 15). Auf Aspekte, die explizit störende Charakteristika des Feldes beschreiben, entfielen bei der Gesamtzahl der negativen Nennungen (N=600) knapp zwei Drittel (N=378). Ein gutes Drittel der Nennungen (N=222) betrifft Ausstattungselemente, Angebote oder Infrastrukturmerkmale, die den Befragten fehlen.

Tabelle 15: Anteile an den Befragten nach Geschlecht von Merkmalen, die als störend oder fehlend von den Befragten benannt wurden

| <b>Was gefällt nicht (%)</b> |                                   | <b>Alle Befragten (N=600)</b> | <b>weiblich (N=302)</b> | <b>männlich (N=277)</b> |
|------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>Stört:</b>                | <b>Konzept u. Charakteristika</b> | 10%                           | 8%                      | 13%                     |
|                              | <b>Perspektive</b>                | 9%                            | 8%                      | 10%                     |
|                              | <b>Pflegezustand</b>              | 9%                            | 10%                     | 8%                      |
|                              | <b>Nutzungskonflikte</b>          | 6%                            | 7%                      | 7%                      |
|                              | <b>Reglementierung</b>            | 2%                            | 2%                      | 2%                      |
|                              | <b>Grundsätzliche Situation</b>   | 2%                            | 1%                      | 3%                      |
| <b>Fehlt:</b>                | <b>Ausstattungsmerkmale</b>       | 17%                           | 22%                     | 13%                     |
|                              | <b>Angebote</b>                   | 3%                            | 3%                      | 2%                      |
|                              | <b>Infrastruktur</b>              | 2%                            | 2%                      | 2%                      |
| <b>Angaben pro Befragten</b> |                                   | <b>0,6</b>                    | <b>0,6</b>              | <b>0,6</b>              |

Nach Geschlecht differenziert benennen Frauen (62%) etwas häufiger als Männer (60%) Aspekte, die ihnen nicht gefallen. Für Frauen fallen aber deutlich stärker Merkmale ins Gewicht, die als fehlend zu klassifizieren sind, während Männer stärker Aspekte des Feldes nannten, die sie stören.

### 3.2.1 Ranking der Merkmale des Tempelhofer Feldes für das, was stört

Die Beurteilung, dessen, was stört (s. Abb. 6), betrifft an erster Stelle allgemeine Eigenschaften des Flughafengeländes wie seine „Größe“, „Weite“ oder, dass es als zu „windig“ beurteilt wird. Als störend werden in dieser Kategorie **„Konzept und Charakteristika“** (N=102) ebenfalls die Schließzeiten sowie die als teuer bewerteten Freizeitangebote benannt. Gut jede(r) zehnte Befragte hat in dieser Merkmalsgruppe störende Aspekte benannt. Aspekte, die dieser Kategorie zuzuordnen sind, werden deutlich häufiger von Männern (13%) als von Frauen (8%) benannt.

An zweiter Stelle werden störende Aspekte zum **„Pflegezustand“** und zur **„Perspektive“** benannt. Knapp jede(r) Zehnte der Befragten (N=86) kritisiert den **„Pflegezustand“**, insbesondere einen als „Vermüllung“ bewerteten Zustand der Freifläche. Dies stört Frauen etwas häufiger als Männer.

Die **„Perspektive“** der Freifläche wird ebenfalls von knapp jede(r)m zehnten Befragten als störend angegeben (N=89). Dies formulieren einerseits Befragte, die die jetzige Nutzung des Feldes befürworten, diese Freiflächennutzung jedoch als nicht ausreichend gesichert betrachten und monieren dabei, dass es nach wie vor einen „Kampf um die Zukunft der Freifläche“ gibt. Andererseits entfallen rund ein Viertel der Nennungen (N=21) darauf, dass die „Realisierung einer (Rand-)Bebauung“ nicht erfolgt oder als Option mindestens thematisiert wird.

Etwas weniger häufig werden **„Nutzungskonflikte“** als negative Seite des Tempelhofer Feldes wahrgenommen (N=64). Darunter werden „Grillen und Grillgerüche“, „frei herumlaufende Hunde“ oder die „Art des Miteinanders“ genannt.

An fünfter Stelle im Ranking steht für Frauen wie auch für Männer, allerdings mit einer relativ geringen Anzahl an Nennungen (N=20), eine Kritik an der **„grundsätzliche Situation“** wie die Nutzung des Flughafengeländes als Freifläche, Gestalt und Struktur des Geländes oder die Bewahrung des Status Quo. Hier wurde auch die temporäre „Unterbringung von Geflüchteten“ von einigen Befragten als störend angegeben.<sup>3</sup>

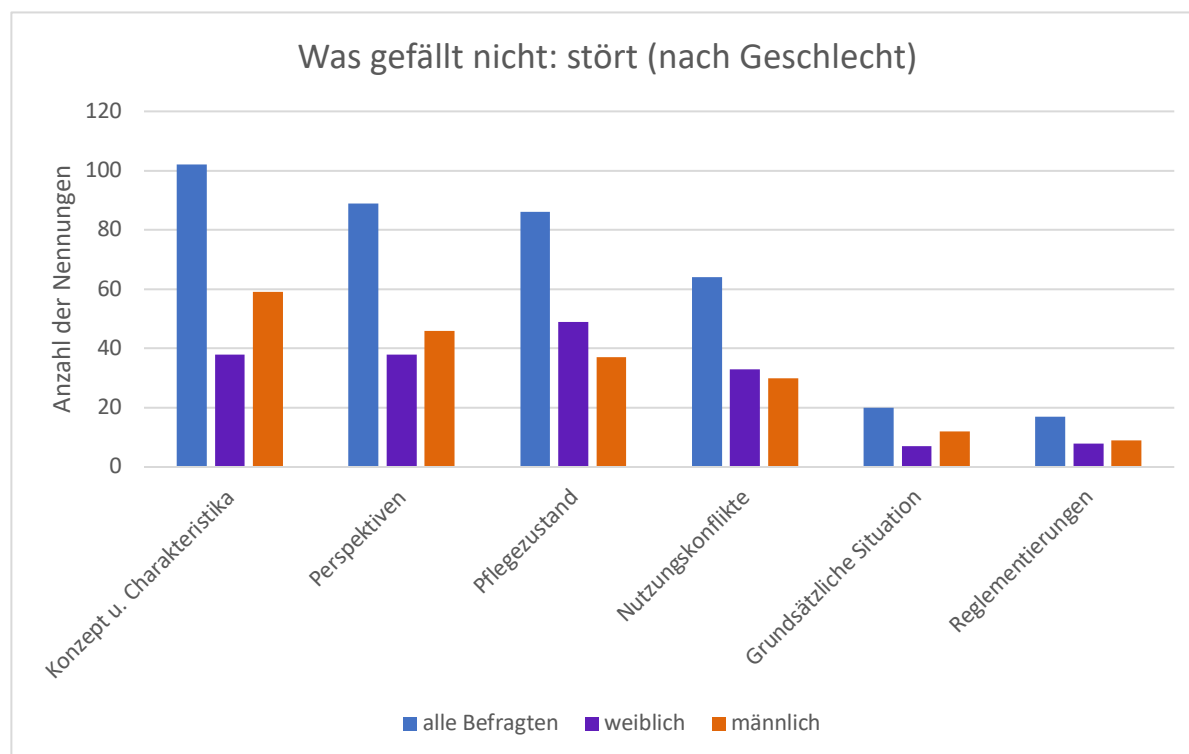
---

<sup>3</sup> Das Containerdorf für Geflüchtete ist seit Ende 2019 aufgelöst und damit als störend benannter Aspekt nicht mehr aktuell.



Nach Anzahl der Nennungen ungefähr gleich häufig wie die Kritik an der grundsätzlichen Situation werden bestehende „Reglementierungen“ (N=17) wie die Parkaufsicht und der Leinenzwang für Hunde benannt.

Abbildung 6: Ranking der Merkmale, die die Befragten in Abhängigkeit des Geschlechts auf dem Tempelhofer Feld als störend benannten



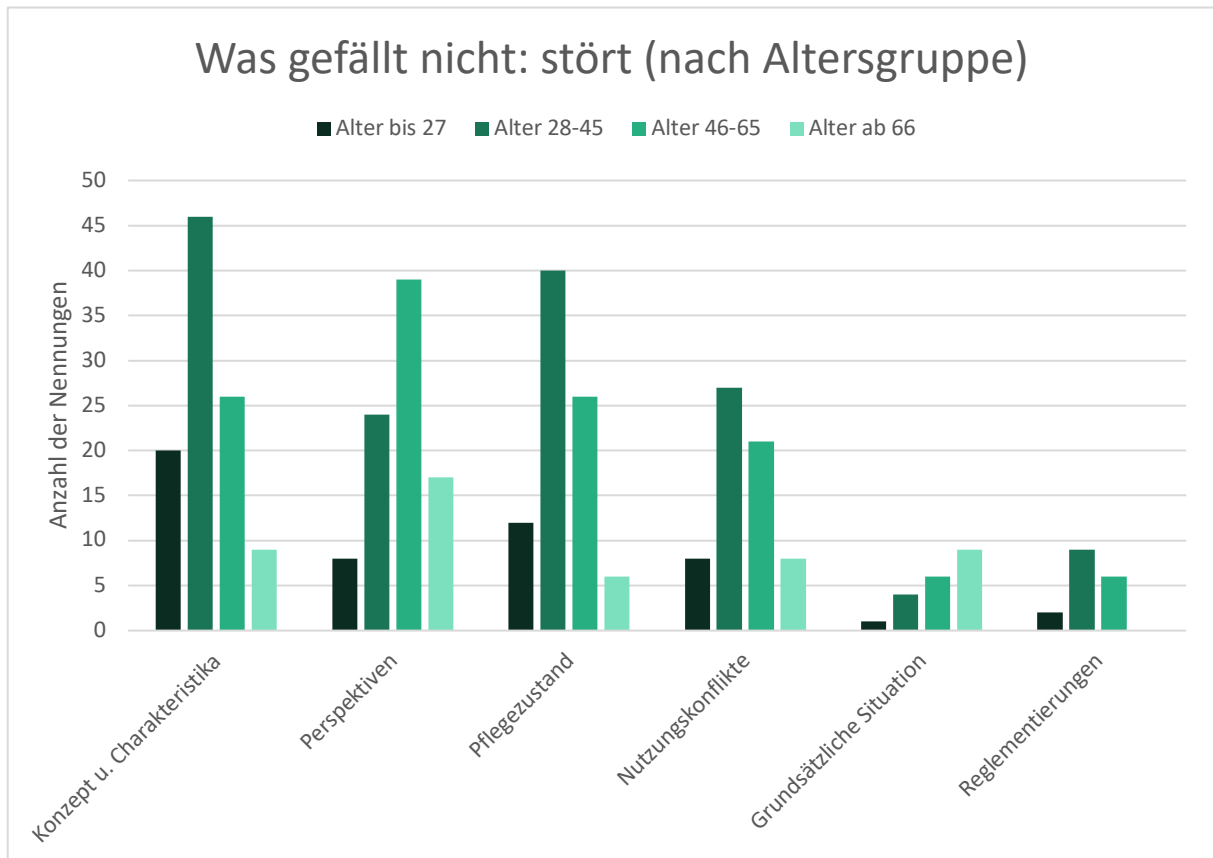
### Ranking für das, was stört, in Abhängigkeit der Alterszugehörigkeit

Differenziert nach Alterszugehörigkeit sind die als störend zu klassifizierenden Merkmale für die jeweilige Altersgruppe unterschiedlich relevant (s. Abb. 7 & 8). Unabhängig von der Alterszugehörigkeit wird aber der nicht ausreichende „Pflegezustand“ der Freifläche insbesondere eine „Vermüllung“ nahezu über alle Altersgruppen hinweg am häufigsten benannt. Ausnahme ist die Altersgruppe der über 66-Jährigen, die diesen Aspekt unterdurchschnittlich häufig benannte, während die mittlere Altersgruppe überproportional diese Kritik formulierte.

Während jüngere und mittlere Altersgruppe allgemein Aspekte bezüglich „Konzept und Charakteristika“ des Feldes wie „windig“ und sein Nutzungskonzept, darunter die „Schließzeiten“, überproportional bemängeln, gefallen den Befragten zwischen 46 bis 65 Jahren und den über 66-Jährigen die bestehenden „Perspektiven“ nicht. Befragte über 66 Jahre gaben prozentual dreimal so häufig wie im Durchschnitt an, dass sie die **Perspektive** stört. Dabei bemängelt die eine Hälfte, dass der Erhalt der Freifläche zu unsicher ist und dahingegen die andere Hälfte, dass eine (Rand-) Bebauung nicht realisiert wird. In der

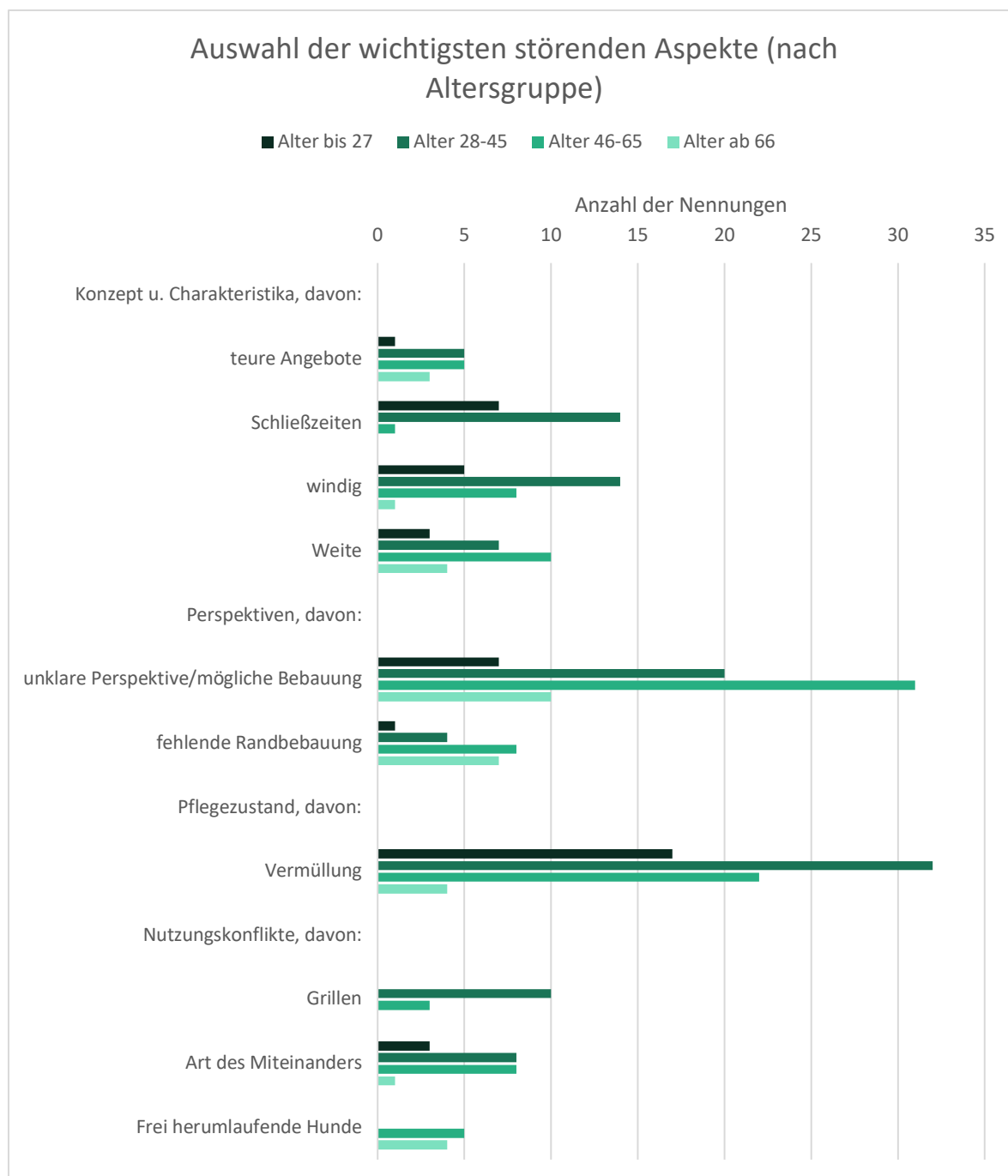
mittleren Altersgruppe überwiegt dagegen eindeutig die unzureichende Absicherung des Bestandes der Freifläche als Aspekt, der „nicht gefällt“.

Abbildung 7: Ranking der Merkmale, die die Befragten in Abhängigkeit ihrer Altersgruppe auf dem Tempelhofer Feld als störend benannten



Die mittlere Altersgruppe der 28-45-Jährigen benannte insgesamt häufiger als andere Altersgruppen Aspekte, die sie am Tempelhofer Feld stören. Da sie auch überdurchschnittlich oft das Feld nutzen, ist zu vermuten, dass sie sowohl Mängel stärker wahrnehmen als auch stärker Bedürfnisse im Hinblick auf die Ausstattung entwickeln. Sowohl von jüngeren (bis 27 Jahre) als auch von den älteren Befragten (über 66 Jahren) werden dagegen weniger Aspekte benannt, die als störend oder als fehlend bewertet werden.

Abbildung 8: Auswahl der wichtigsten störenden Merkmale des Tempelhofer Feldes in Abhängigkeit der Alterszugehörigkeit



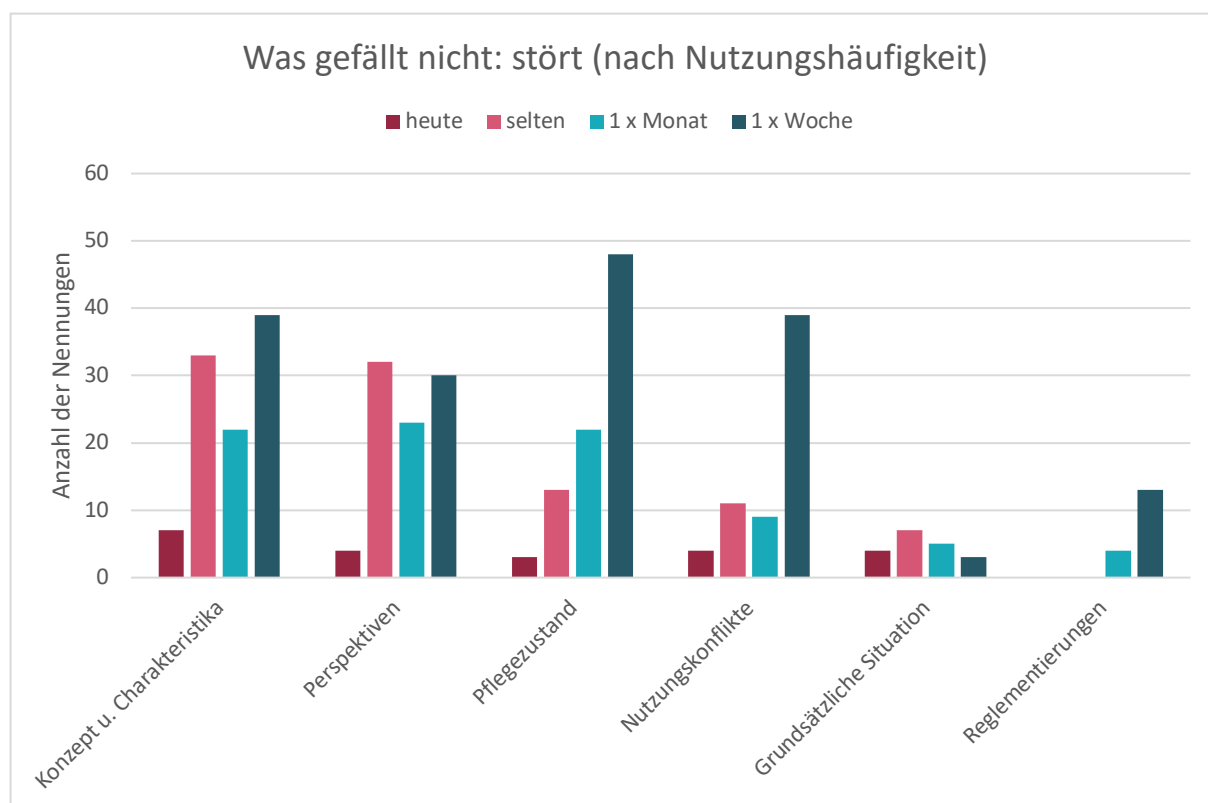
### Ranking für das, was stört, in Abhängigkeit der Häufigkeit der Nutzung

Wie bereits für die Altersgruppen festgestellt wurde, korreliert die Nennung von Defiziten mit der Häufigkeit der Nutzung des Tempelhofer Feldes (s. Abb. 9). Je häufiger die Befragten das Feld nutzen, desto mehr störende oder fehlende Merkmale benennen sie. Dies deutet erneut darauf hin, dass mit zunehmender Nutzung des Feldes auch die Wahrnehmung von Defiziten und die Ansprüche an das Feld steigen.

Am auffälligsten ist, dass Besucher\*innen, die das Feld wöchentlich oder öfter nutzen, überdurchschnittlich häufig den „**Pflegezustand**“ des Feldes bemängeln und dabei am häufigsten „Vermüllung“ als Defizit nannten. Auch „**Nutzungskonflikte**“ wurden im Vergleich aller Befragter fast doppelt so häufig von wöchentlichen Besucher\*innen genannt, wobei vor allem „Grillen, Grillgeruch“ und die „Art des Miteinanders“ sowie etwas seltener „frei herumlaufende Hunde“ als störend empfunden werden.

Sowohl von Erstnutzer\*innen als auch von regelmäßigen Nutzer\*innen wurden darüber hinaus häufig Defizite genannt, die „**Konzept und Charakteristika**“ des Feldes betreffen, darunter von ersteren vor allem „zu viel Weite“ und dass es „windig“ ist und von letzteren zusätzlich „Schließzeiten“ und „Teure Freizeitangebote“.

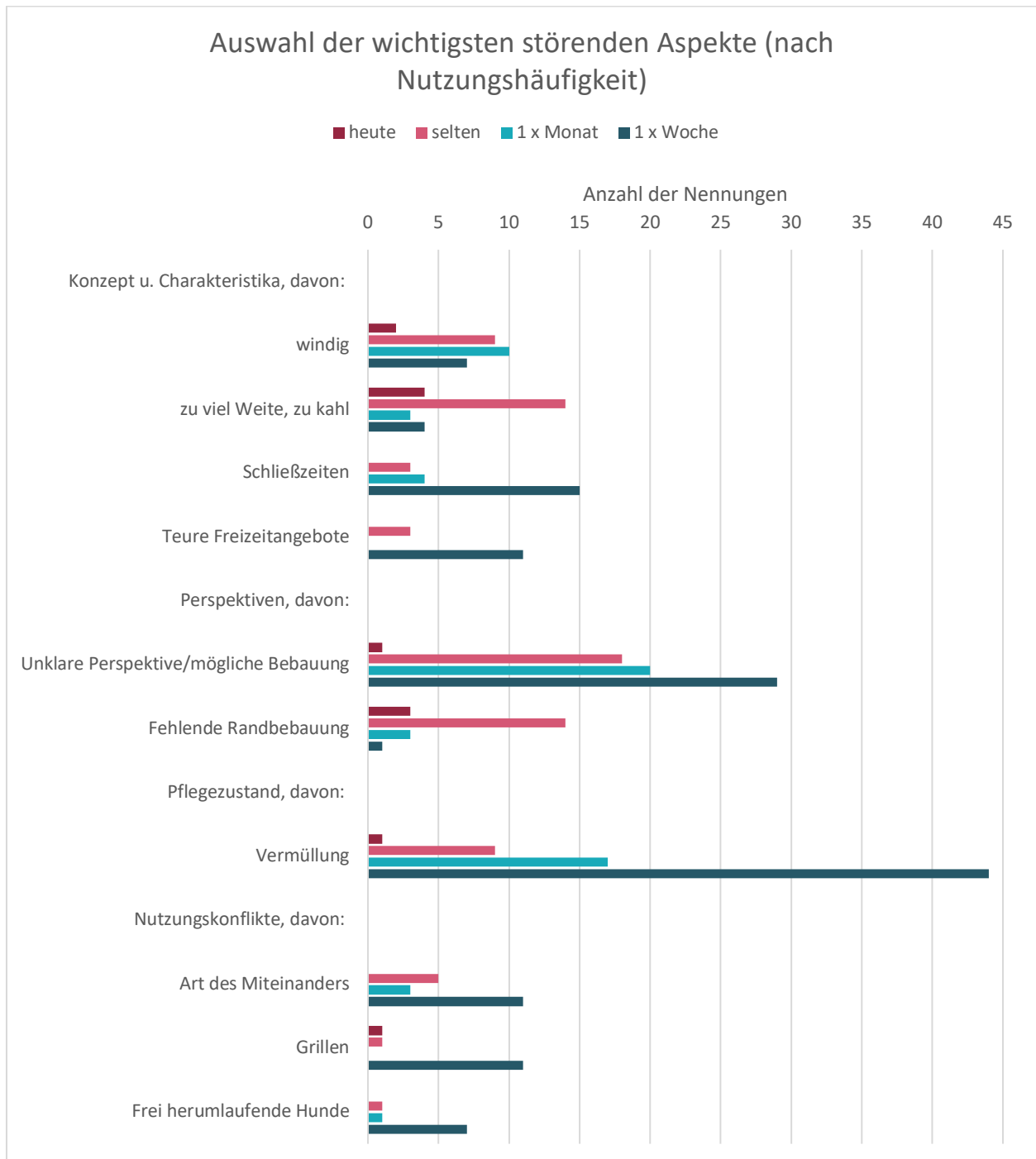
Abbildung 9: Ranking der Merkmale, die die Befragten in Abhängigkeit ihrer Nutzungshäufigkeit auf dem Tempelhofer Feld als störend benannten



Es wird insgesamt deutlich, dass gerade regelmäßigen Nutzer\*innen des Tempelhofer Feldes solche Aspekte als Defizite wahrnehmen, die die alltägliche Nutzung bzw. Qualität der Nutzung des Feldes einschränken, wie Konflikte zwischen unterschiedlichen Nutzungen, eine Reglementierung durch die Parkaufsicht und Schließzeiten, dass es zu windig ist oder ökonomische Barrieren bestehen. Auch, dass es an einer klaren Positionierung zu den zukünftigen „**Perspektiven**“ des Tempelhofer Feldes fehlt bzw. dass diese immer wieder – insbesondere hinsichtlich der Frage einer Bebauung oder Nicht-Bebauung – zur Disposition zu stehen scheinen, wird vor allem von den mindestens wöchentlichen Nutzer\*innen

des Feldes negativ wahrgenommen. Konkret der Meinung, dass eine (Rand)bebauung fehle, sind dabei vor allem seltene Nutzer\*innen, wobei dies bei den regelmäßigen Nutzer\*innen gegen Null geht.

Abbildung 10: Auswahl der wichtigsten störenden Merkmale des Tempelhofer Feldes in Abhängigkeit der Nutzungshäufigkeit



### 3.2.2 Ranking der Merkmale des Tempelhofer Feldes für das, was fehlt

Auf die Frage, was gefällt nicht wurden auch Aspekte benannt, die das Fehlen bestimmter **Ausstattungs-elemente**, von **Infrastrukturmerkmalen** oder spezifischen **Angeboten** betreffen (s. Abb. 11).

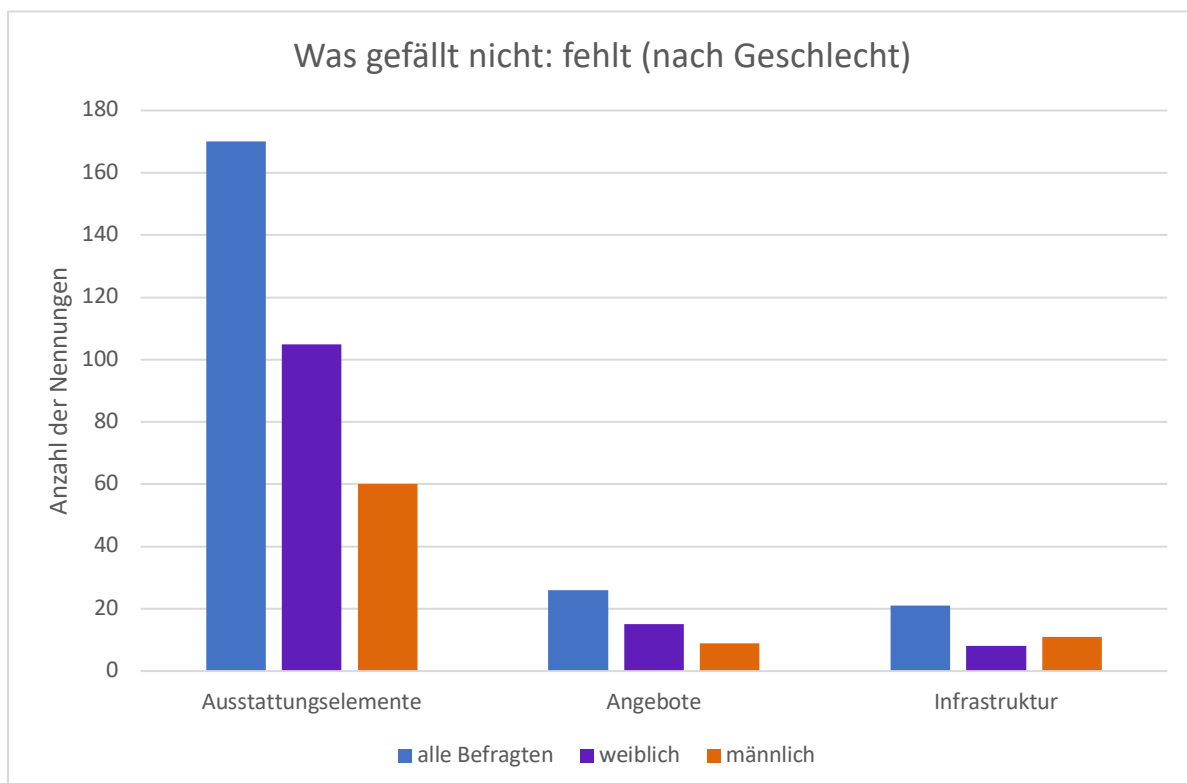
Hier überwiegt nach Anzahl der Nennungen deutlich das, was den Befragten an Ausstattungselementen fehlt bzw. als nicht ausreichend bewertet wird. Etwa jede(r) sechste Befragte machte durchschnittlich hierzu Angaben.

Nach Frauen und Männern unterschieden zeigt sich, dass Frauen wesentlich stärker als Männer bestimmte Ausstattungselemente vermissen bzw. diese ihnen in ausreichendem Maße fehlen. Gut jede fünfte Frau hat in diesem Bereich Angaben gemacht, während dies nur jeder achte Mann tat.

Nach Rangfolge der Anzahl der Nennungen fehlen im Urteil der Befragten erstens mehr Grün und Bäume, zweitens mehr Toiletten, drittens mehr Schattenplätze, und viertens mehr Sitzgelegenheiten.

An zweiter Stelle und mit ähnlicher Ausprägung nach Zahl der Nennungen fehlen den Befragten bestimmte Angebote oder infrastrukturelle Merkmale. Es gibt dabei graduell Unterschiede nach Häufigkeit der Nennung und Art des Merkmals, aber insgesamt sind hierbei eher Hinweise im Hinblick auf mögliche Verbesserungen zu sehen als gravierende Defizite.

Abbildung 11: Ranking der Merkmale, die die Befragten in Abhängigkeit des Geschlechts auf dem Tempelhofer Feld als fehlend benannten



### Ranking der Merkmale für das, was fehlt, nach Alterszugehörigkeit

Nach Altersgruppen betrachtet hat das Fehlen bestimmter **Ausstattungs-elemente** die höchste Relevanz (s. Abb. 12 & 13). Im Vergleich zu **Infrastrukturmerkmalen** und zu der Benennung von fehlenden **Angeboten** sticht dieses Ergebnis deutlich heraus. Dass die beiden mittleren Altersgruppen häufiger Ausstattungselemente benennen, die ihnen fehlen, hängt dabei vermutlich damit zusammen, dass sie zu den Gruppen gehören, die das Feld überdurchschnittlich häufig nutzen.

Auffällig ist, dass für ältere Befragte, die insgesamt das Feld prozentual weniger nutzen, bestimmte Ausstattungselemente wie Sitzgelegenheiten, Schatten, mehr Bäume fehlen, aber keine Nennungen zu fehlenden Angeboten gemacht wurden. Es kann deshalb vermutet werden, dass nicht die Schaffung von zusätzlichen Angeboten die Attraktivität des Feldes für diese Altersgruppe erhöht, sondern spezifische Ausstellungselemente.

Abbildung 12: Ranking der Merkmale, die die Befragten in Abhängigkeit ihrer Altersgruppe auf dem Tempelhofer Feld als fehlend benannten

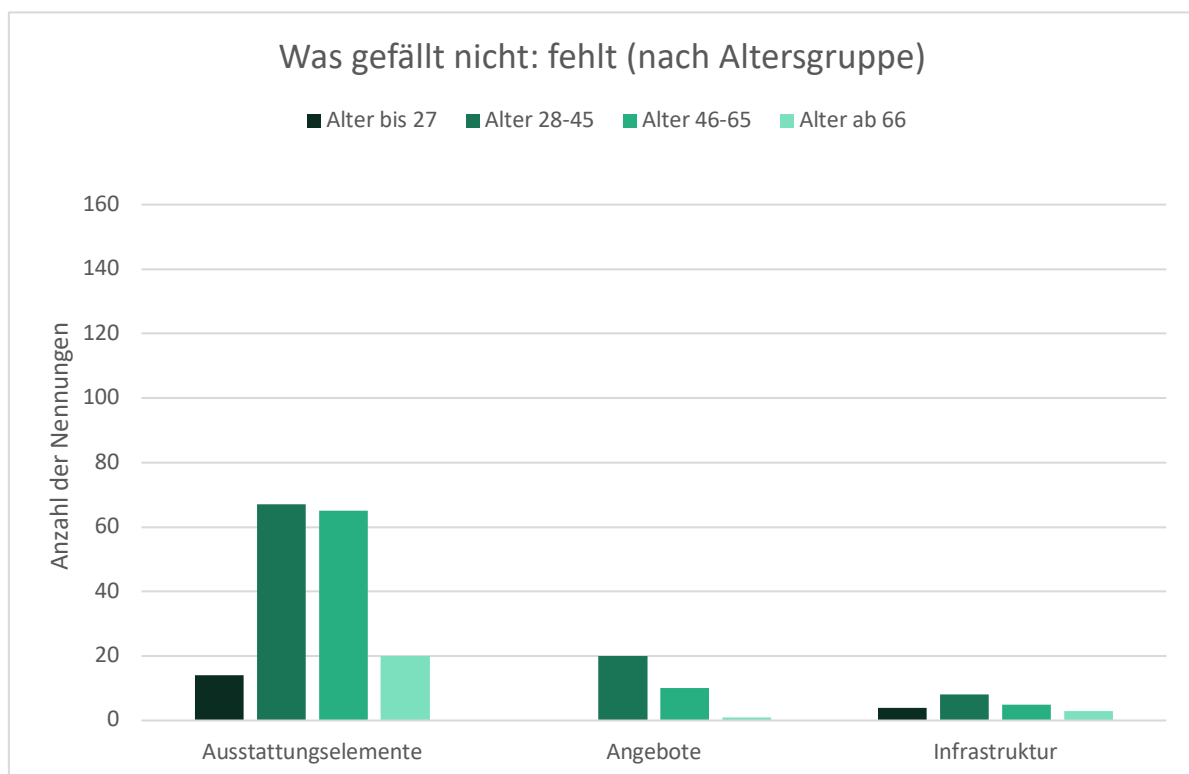
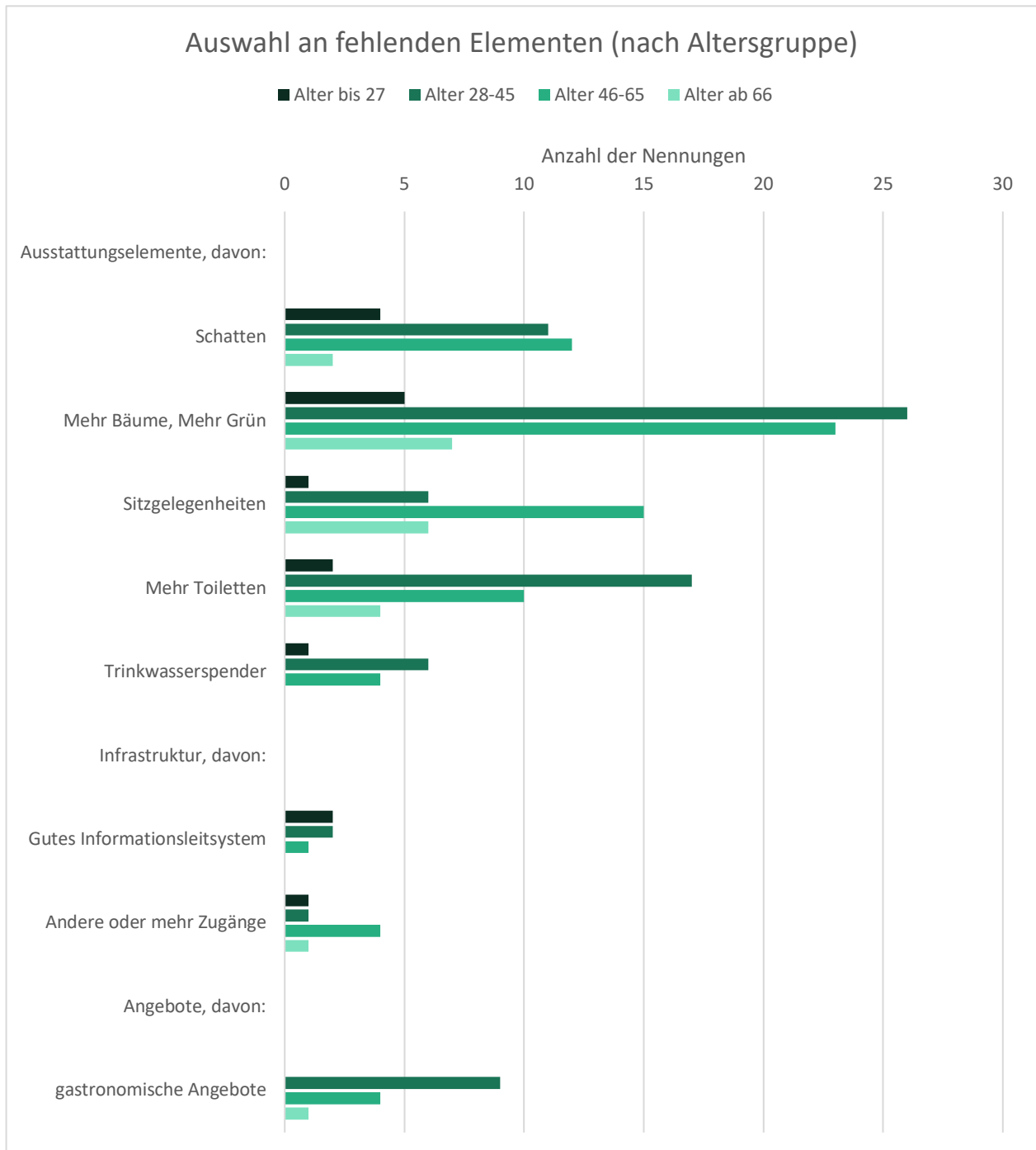


Abbildung 13: Auswahl der wichtigsten fehlenden Merkmale des Tempelhofer Feldes in Abhängigkeit der Alterszugehörigkeit





### Ranking für das, was fehlt, in Abhängigkeit der Häufigkeit der Nutzung

Als fehlend werden überwiegend **Ausstattungs-elemente** genannt – sowohl von regelmäßigen Nutzer\*innen als auch, jedoch deutlich seltener, von Erstnutzer\*innen (s. Abb. 14 & 15).

Zusätzliche **Infrastruktur** und zusätzliche **Angebote** wünschen sich die Befragten kaum. Dass die absolute Anzahl der Nennungen von zusätzlichen Infrastrukturmerkmalen und Angebotsmöglichkeiten im Vergleich zur Gesamtzahl der Befragten relativ gering bleibt, deutet darauf hin, dass das Tempelhofer Feld grundsätzlich bereits ein überwiegend zufriedenstellendes Maß an Nutzungsmöglichkeiten zu bieten scheint – insbesondere auch durch die große und individuell nutzbare Freifläche. Die Beseitigung von Defiziten wie von Vermüllung oder Nutzungskonflikten sowie die Schaffung zusätzlicher Ausstattungselemente, die zu einer hohen Aufenthaltsqualität beitragen, scheint für regelmäßige Nutzer\*innen – auch vor dem Hintergrund der Naherholungsfunktion des Tempelhofer Feldes – von größerer Bedeutung als die Bereitstellung von zusätzlicher Infrastruktur oder von weiteren Angeboten.

Abbildung 14: Ranking der Merkmale, die die Befragten in Abhängigkeit ihrer Nutzungshäufigkeit auf dem Tempelhofer Feld als fehlend benannten

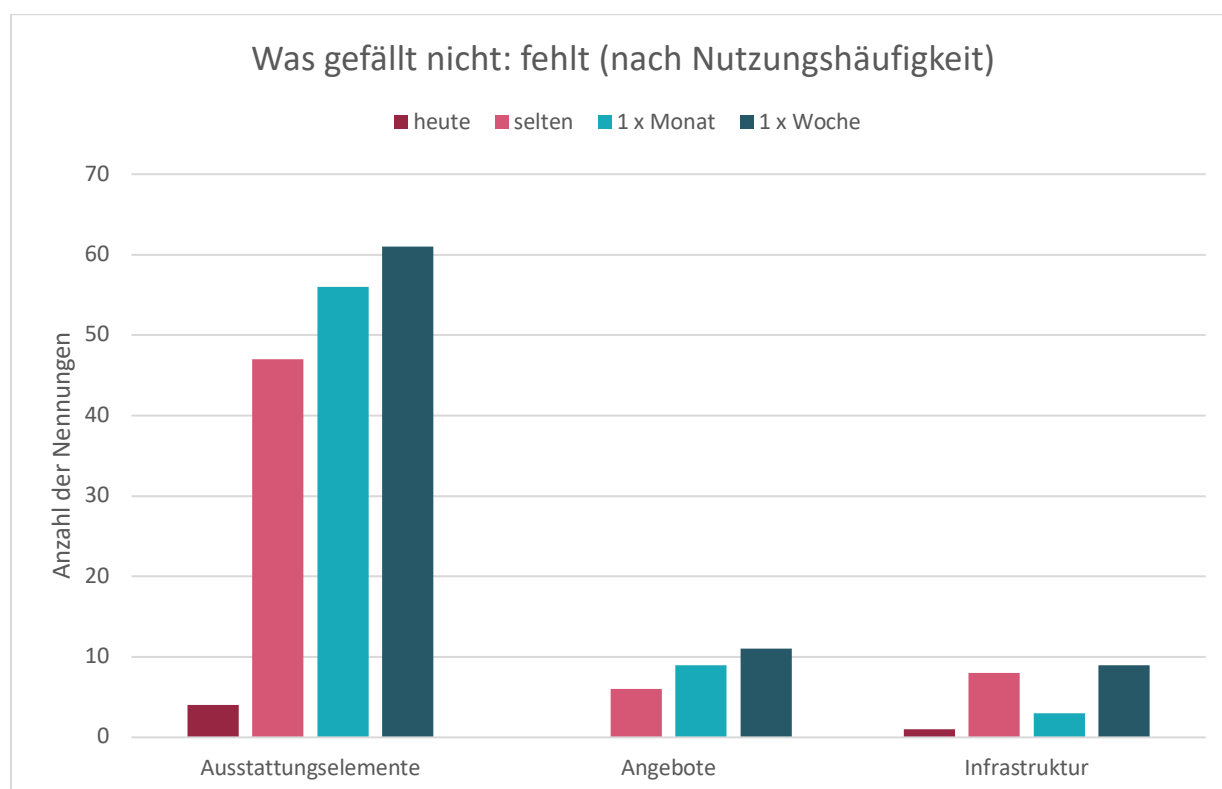
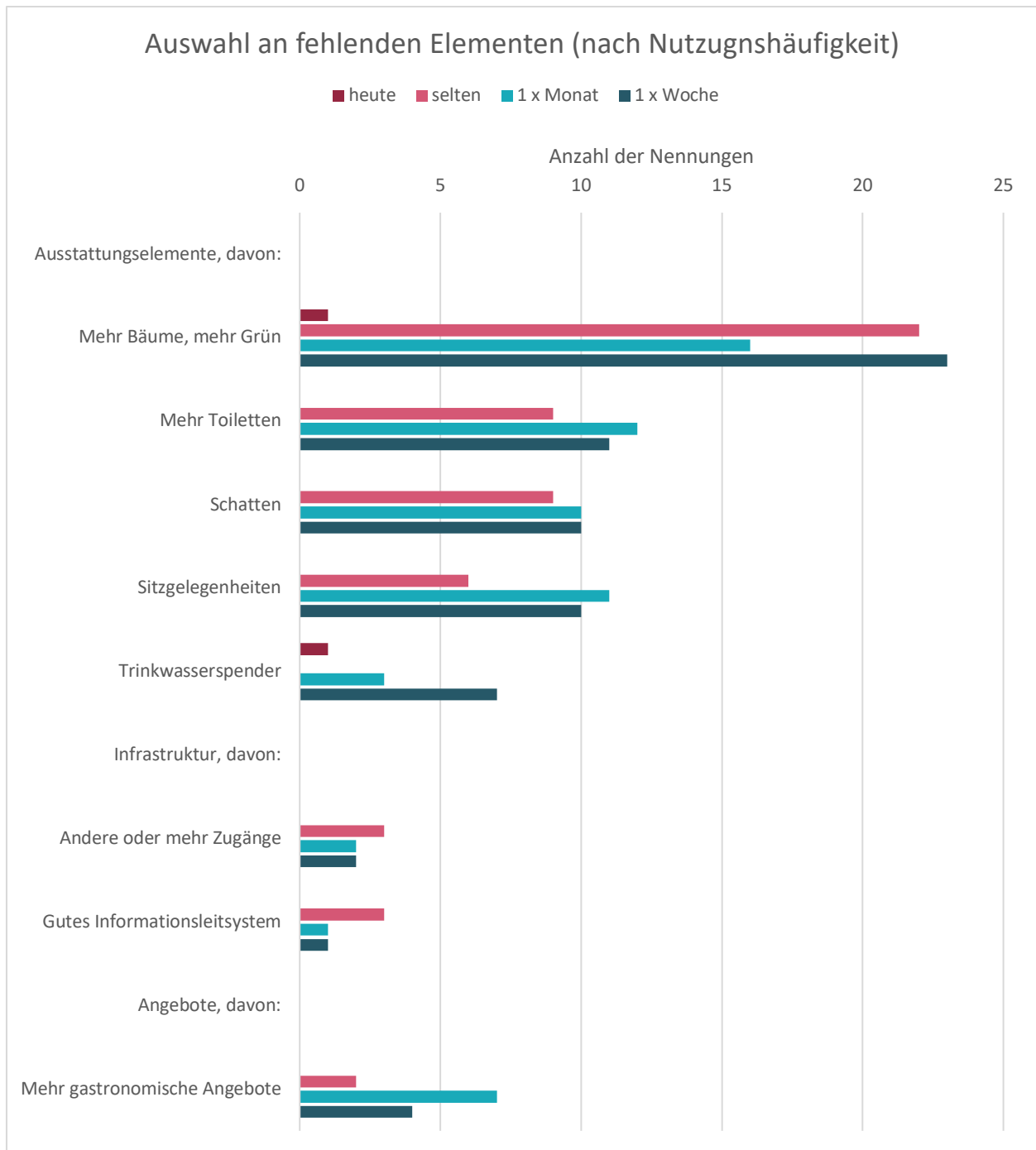


Abbildung 15: Auswahl der wichtigsten fehlenden Merkmale des Tempelhofer Feldes in Abhängigkeit der Nutzungshäufigkeit



## **4 Zentrale Ergebnisse: Zusammenfassung der quantitativen und qualitativen Analyse**

### **4.1 Ergebnisse aus der quantitativen Analyse**

#### **Altersstruktur**

Die Altersstruktur der Besucher\*innen stellt eine Mischung der Bewohner\*innen der angrenzenden Wohngebiete und Gesamtberlins dar. Die Älteren ab 65 Jahre sind die einzige Altersgruppe, die schwächer repräsentiert sind, als es ein solches Mischungsverhältnis vorgeben würde. Ein Grund dafür könnte die geringere Mobilität der Personen dieses Alters sein, da die Aktivitäten, die auf dem Feld möglich sind, eine hohe Mobilitätsbereitschaft und -fähigkeit erfordern. Ein weiterer Grund könnten Ausstattungsdefizite, wie nicht ausreichende Sitzgelegenheiten sein.

#### **Anlass und Häufigkeit des Besuchs**

Das Feld dient für mehr als die Hälfte der Nutzer\*innen der Ruhe und der Erholung. Ebenso stark wurde auf gemeinsame Aktivitäten mit der Familie oder Freunden als Besuchszweck hingewiesen. Der dritte bedeutende Besuchsanlass ist der Sport. Männer nutzen das Feld häufiger für den Sport als Frauen, die etwas häufiger für soziale Kontakte zum Feld kommen.

#### **Herkunft der Besucher\*innen**

Ein Großteil der Besucher\*innen kommt, wie zu erwarten, aus den unmittelbar an das Tempelhofer Feld angrenzenden Wohngebieten und Ortsteilen. Etwa die Hälfte der Besucher\*innen kommt aber aus anderen Stadtteilen, wobei knapp ein Fünftel der regelmäßigen Nutzer\*innen sogar aus Berliner Außenbezirken stammt. Die Nutzung des Feldes ist also nicht auf die Bewohnerschaft eines eng begrenzten Stadtraumes beschränkt.

#### **Kenntnis und Information über das Feld und die Projekte**

Der Bekanntheitsgrad der einzelnen Projekte ist nicht sehr hoch. Auch die am besten bekannten und auf dem Feld am besten zu erkennenden gärtnerischen Aktivitäten wurden zusammengenommen nur von zwei Fünftel der Befragten als bekannt genannt. Die Projekte sind offensichtlich nicht der Hauptanlass, um das Feld zu besuchen.

Besucher\*innen informieren sich überwiegend bei dem direkten Besuch des Feldes. Andere Informationsquellen zum Feld, wie Freunde und Bekannte, werden demgegenüber recht wenig genutzt.

#### **Wissen zu Projektbewerbung, Volksentscheid und Beteiligungsmodell**

Der Kenntnisstand zum Volksentscheid ist in allen Gruppen hoch. Demgegenüber ist das Wissen über Beteiligungsmöglichkeiten nur in geringem Maße vorhanden.

### **Kenntnis und Beurteilung der weiteren Angebote**

Die wirtschaftlichen Angebote auf dem Feld sind unter den Besucher\*innen nur eingeschränkt bekannt. Nur der große ‚Luftgarten‘ erreicht einen Bekanntheitsgrad von über 50%. Die anderen Angebote liegen zwischen einem Drittel und einem Fünftel der Befragten.

Die Bewertungen nach Schulnoten liegen recht nahe beieinander. Sie variieren im Schnitt von 2,1 bis 2,9. Wie auch bei den Projekten stellen auch die kommerziellen Angebote eine zusätzliche Möglichkeit auf dem Feld dar, sind aber nicht das ausschlaggebende Motiv für den Besuch.



## **4.2 Zentrale Ergebnisse der qualitativen Analyse**

### **Was gefällt besonders**

Insgesamt entfallen auf das, was am Tempelhofer Feld „besonders gefällt“ doppelt so viele Nennungen wie darauf, was „nicht gefällt“. Darüber hinaus benennt ein Drittel der Befragten mehr als ein positives Merkmal des Feldes. Dies lässt vermuten, dass die positiven Qualitäten der Freifläche deutlich stärker für die Befragten ins Gewicht fallen.

Das Tempelhofer Feld wird von der Mehrheit der Befragten aufgrund seiner **„grenzenlosen Weite“** ganz besonders geschätzt. Nichts gefällt unabhängig von Alter, Geschlecht sowie Häufigkeit der Nutzung so sehr wie die Größe des Feldes mit all ihren positiv besetzten Dimensionen.

Die Freifläche bietet Raum für ganz unterschiedlichste Nutzungsmöglichkeiten, die von Ruhe und Erholung, über verschiedenste Sportarten treiben zu können bis hin zum aktiven Gärtnern reichen. Es wird als Naturraum mitten in der Stadt wahrgenommen. Als Begegnungsraum hat es die Qualität, Gemeinschaft zu erfahren oder sich mit Freunden bzw. Familie zu treffen.

Auffällig ist, dass der genannte Anlass für den Besuch des Feldes, z.B. sich mit „Freunden und Familie treffen“, „Ruhe und Erholung“ finden oder um „Sport zu machen“, mit dem Ranking für das, was besonders am Tempelhofer Feld gefällt, nicht identisch ist. Es ist daher zu vermuten, dass das Feld durch seine enorme und einmalige Größe eine innerstädtische Raumqualität und ein daran geknüpftes Gefühl von Freiheit bietet. Damit wird es zu einem Ort, den die Befragten bevorzugt wählen, um das zu tun, was sie eh tun möchten.

Nach der **„grenzenlosen Weite“**, die im Ranking an erster Stelle steht, schätzen die Befragten unabhängig von Alter und Geschlecht, dass das Tempelhofer Feld einen **„Natur- und Erholungsraum“** darstellt und ein Gefühl von **„Freiheit“** vermittelt. Auch für regelmäßige Nutzer\*innen sind dies die zentralen Qualitäten des Feldes.

An vierter Stelle werden **„allgemeinen Charakteristika“** des ehemaligen Flughafens geschätzt. Besonders häufig nannten dies Personen aus den Altersgruppen 46-65 und über 66 Jahre sowie Erstnutzer\*innen des Feldes.

Dass das Tempelhofer Feld in einer großen Bandbreite unterschiedlichste **Nutzungen ermöglicht** wird ebenfalls deutlich positiv benannt. Insbesondere Frauen sowie diejenigen, die das Feld regelmäßig nutzen, schätzen diese Nutzungsoffenheit.

Die Befragten hoben darüber hinaus konkrete **„Flächen und Orte“** als positive Qualitäten des Feldes hervor. Von überproportional hoher Bedeutung sind „Grünflächen“ sowie nachfolgend „Gärten“, „Hundeausläufflächen“ und „Grillflächen“. Besonders wichtig sind sie für Besucher\*innen bis 27 Jahre und für die Altersgruppe von 28-45 sowie für regelmäßige Nutzer\*innen.

Wie sich bereits anhand der Angaben zum Anlass des Besuchs zeigt, ist das Tempelhofer Feld ein Ort der sozialen Interaktion, an dem sich die Menschen beispielsweise mit Freunden oder Familie treffen.

Dies spiegelt sich auch in der Nennung von Qualitäten wie solidarisch, ungezwungen, multikulturell wider, die der Kategorie „Gemeinschaft“ zugeordnet werden können.



### Was gefällt nicht

Der deutlich stärkeren positiven Beurteilung des Tempelhofer Feldes stehen auch negative Beurteilungen von Merkmalen der Freifläche gegenüber. Gut die Hälfte der Befragten nannte Aspekte, die Ihnen an der Freifläche nicht gefallen. Dabei nannten die Befragten zu zwei Dritteln Merkmale, die als störend und zu einem Drittel Ausstattungselemente, Infrastruktur oder Angebote, die als fehlend oder unzureichend vorhanden einzuordnen sind.

### Was stört

Die meisten Nennungen von störenden Merkmalen entfallen auf die Kategorie „Konzept und Charakteristika“ und beziehen sich beispielsweise auf die „Größe und Weite“ des Feldes, dass es „windig“ ist, auf die Schließzeiten und die als zu teuer bewerteten Freizeitangebote.

An zweiter Stelle wurden störende Aspekte zum „Pflegezustand“, insbesondere einen als „Vermüllung“ bewerteten Zustand der Freifläche benannt. Von überproportionaler Bedeutung ist dies für regelmäßige

Nutzer\*innen des Feldes und für Frauen. Unterdurchschnittlich nannten dies Befragte über 66 Jahre sowie Erstnutzer\*innen.

Nachfolgend werden Aspekte in den Kategorien „**Perspektive**“ und „**Nutzungskonflikte**“ genannt. Hinsichtlich der Perspektive des Tempelhofer Feldes kritisieren rund drei Viertel der Befragten, dass die Freiflächennutzung nicht ausreichend abgesichert ist und es weiterhin einer Auseinandersetzung um den Erhalt bedarf. Rund ein Viertel der Nennungen beziehen sich auf die nicht erfolgte „Realisierung einer (Rand-)Bebauung“ und die fehlende Diskussion dazu. Insbesondere Befragte über 66 Jahre empfinden die unklare Perspektive als störend, zu einer Hälfte den nicht gesicherten Erhalt der Freifläche und zur anderen Hälfte die nicht realisierte (Rand-)Bebauung. In der mittleren Altersgruppe, die das Feld im Durchschnitt häufiger nutzt, ebenso wie bei den regelmäßigen Nutzer\*innen, überwiegt dagegen eindeutig die unzureichende Absicherung der Freifläche.

„**Nutzungskonflikte**“, darunter „Grillen und Grillgerüche“, „frei herumlaufende Hunde“ oder die „Art des Miteinanders“, werden besonders häufig von regelmäßigen Nutzer\*innen des Feldes, der überproportional auch die mittlere Altersgruppe angehört, genannt.

### **Was fehlt**

Bei der Benennung für das, was fehlt, überwiegen deutlich Aspekte zu „**Ausstattungs-elementen**“ gegenüber zusätzlicher „**Infrastruktur**“ oder „**Angebote**“. Nach Rangfolge der Anzahl der Nennungen fehlen im Urteil der Befragten erstens mehr Grün und Bäume, zweitens mehr Toiletten, drittens mehr Schattenplätze, und viertens mehr Sitzgelegenheiten. Frauen benannten deutlich stärker bestimmte Ausstattungsmerkmale, die sie vermissen bzw. die für sie nicht ausreichend vorhanden sind, als Männer.

Dies wird dabei von regelmäßige Nutzer\*innen, zu denen wiederum die mittlere Altersgruppe überproportional gehört, am häufigsten genannt. Es ist daher zu vermuten, dass sie sowohl Mängel stärker wahrnehmen als auch stärker Bedürfnisse im Hinblick auf zusätzliche Ausstattung entwickeln.

Auffällig ist, dass für ältere Befragte, die insgesamt das Feld prozentual weniger nutzen, bestimmte Ausstattungsmerkmale wie Sitzgelegenheiten, Schatten, mehr Bäume fehlen, aber keine Nennungen zu fehlenden Angebote gemacht wurden. Es kann deshalb vermutet werden, dass nicht die Schaffung von zusätzlichen Angeboten die Attraktivität des Feldes für diese Altersgruppe erhöht, sondern spezifische Ausstellungselemente.

Zusätzliche Infrastruktur und zusätzliche Angebote wünschen sich die Befragten kaum. Dass die absolute Anzahl der Nennungen von zusätzlichen Infrastrukturmerkmalen und Angebotsmöglichkeiten im



Vergleich zur Gesamtzahl der Befragten relativ gering bleibt, deutet darauf hin, dass das Tempelhofer Feld grundsätzlich bereits ein überwiegend zufriedenstellendes Maß an Nutzungsmöglichkeiten zu bieten scheint – insbesondere auch durch die große und individuell nutzbare Freifläche. Die Beseitigung von Defiziten wie von Vermüllung oder Nutzungskonflikten sowie die Schaffung zusätzlicher Ausstattungselemente, die zu einer hohen Aufenthaltsqualität beitragen, scheint für die Befragten – auch vor dem Hintergrund der Naherholungsfunktion des Tempelhofer Feldes – von größerer Bedeutung als die Bereitstellung von zusätzlicher Infrastruktur oder von weiteren Angeboten.

Die Frage, wie die Aufenthaltsqualität zusätzlich verbessert werden kann, wird nach eigener Interessenslage zum Teil unterschiedlich von den einzelnen Nutzer\*innen beantwortet. Während die einen beispielsweise die Weite des Feldes als besonders schützenswert ansehen, ist es einem anderen, wenn auch kleineren Anteil der Befragten, zu groß und zu windig. Wie diese Wünsche berücksichtigt und in Einklang gebracht werden können, gilt es zukünftig mitzudenken und zu diskutieren.





## Bericht 2

Wissenschaftliche Unterstützung bei der Auswertung der qualitativen Interviews mit den Projektträgern auf dem Tempelhofer Feld und Zusammenfassung der Ergebnisse in einem Bericht sowie Zusammenfassung mit der vorangegangenen Auswertung der Besucher\*innenbefragung im Jahr 2019



Stand: 26.08.2020

## 5 Auftrag und Zielstellung

Seit der Öffnung des Flughafengeländes für die Bürger\*innen im Jahr 2010 hat sich das Tempelhofer Feld zu einem bedeutenden Naherholungsraum in Berlin entwickelt. Teile der Parkfläche werden von Initiativen und Gewerbetreibenden für Projekte und Angebote aus den Bereichen (Umwelt-)Bildung, Gärtnern, Sport/ Freizeit/ Spiel, Fahrzeug- und Fahrradverleih sowie Kunst/ Kultur/ interreligiöser Dialog genutzt. Es handelt sich dabei um Projekte bürgerschaftlichen Engagements, kostenpflichtige Serviceangebote und Gastronomieangebote<sup>4</sup>, die auf der einen Seite die Grundversorgung der Besucher\*innen sichern und das Feld auf der anderen Seite als partizipativen, mitgestaltbaren Raum für bürgerschaftliches Engagement prägen.

Die asum GmbH wurde im Jahr 2019 von der Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz beauftragt, die „AG Forschen auf dem Feld“ zum einen bei der Befragung von Besucherinnen und Besuchern anlässlich des Luftbrückenjubiläums im Mai 2019 sowie, zweitens, bei der Befragung von Initiator\*innen und Betreiber\*innen von ehrenamtlichen Projekten und gewerblichen Service- und Gastronomieangeboten<sup>5</sup> auf dem Tempelhofer Feld zu unterstützen. Die Untersuchungsergebnisse hinsichtlich der Besucher\*innenbefragung wurden in einem ersten Bericht im Februar 2020 vorgestellt.

Der nun vorliegende zweite Bericht dokumentiert die Untersuchungsergebnisse aus der Befragung der Angebotsträger\*innen. Ziel der Befragung war es, eine Selbsteinschätzung der Akteure zu ihrer Arbeit zu ermitteln: wie sie ihre Situation auf dem Tempelhofer Feld bewerten, wie sie die Zusammenarbeit mit der Grün Berlin GmbH als verantwortlicher Institution für das Parkmanagement einschätzen und welche Zukunfts- und Veränderungswünsche sie nach rund 10 Jahren Praxis formulieren.

Der dem jetzigen Bericht zu Grunde liegende Auftrag der asum war es, die „AG Forschen auf dem Feld“ bei der Konzeption des von der AG entwickelten Fragebogens fachlich zu unterstützen, die Auswertung und Analyse der Befragungsergebnisse zu leisten sowie Schlussfolgerungen zum Klärungs- bzw. Handlungsbedarf zu formulieren. Um Profile der potentiellen Nutzer\*innen der Angebote zu erhalten, erfolgte außerdem in dieser Analyse eine Auswertung der Besucher\*innenbefragung im Hinblick auf den Bekanntheitsgrad der Angebote, mit deren Träger\*innen Interviews geführt wurden.

Die Schlussfolgerungen am Ende dieses Berichts fassen die zentralen Ergebnisse beider Befragungen zusammen und ermöglichen eine Zusammenschau der Situation auf dem Feld aus Sicht der Besucher\*innen einerseits und der Angebotsträger\*innen andererseits.

---

<sup>4</sup> Definiert werden diese Begriffe im Entwicklungs- und Pflegeplan (2016). Um die Lesbarkeit des Berichts zu vereinfachen wird im Folgenden zusammenfassend der Begriff „Angebote“ verwendet, wenn unterschiedliche Angebots- und Projektformen gemeint sind. Wenn sich Aussagen konkret auf eine Angebotsform beziehen, wird der im EPP definierte Begriff „Projekt bürgerschaftlichen Engagements“, „Serviceangebot“ oder „Gastronomieangebot“ verwendet.

<sup>5</sup> Im Folgenden wird der Begriff Angebotsträger\*innen verwendet, wenn Akteure beider Gruppen gemeint sind.

## Methodisches Vorgehen und Datenbasis

Durch die „AG Forschen auf dem Feld“ wurden Akteure von 11 der aktuell 23 Angebote auf dem Tempelhofer Feld interviewt. Es liegt zusätzlich eine Stellungnahme von einem 12. Angebot vor, die in der vorliegenden Untersuchung aber nicht berücksichtigt werden konnte, da sie eine allgemeine Beschreibung der Situation auf dem Feld wiedergibt, aber nicht konkret auf die Fragen im Fragenkatalog der „AG Forschen auf dem Feld“ eingeht. Die Auswahl der Interviewpartner\*innen wurde durch die AG getroffen. Sie ist Basis für die Auswertung und Analyse, wie aus Sicht der Angebotsträger\*innen ihre Arbeit und Situation auf dem Feld zu bewerten sind, welchen Handlungsbedarf sie sehen und welche Wünsche sie an die künftige Entwicklung ihres Angebotes und des Feldes allgemein haben.

Die durchgeführten Interviews bilden das breite Spektrum der nach dem ThFG und EPP anzusiedelnden Angebote ab. Mit Ausnahme des Themenbereichs „interreligiöser Dialog“ wurden Träger\*innen aus allen im EPP genannten Projekt- und Angebotsbereichen interviewt. Im Einzelnen waren dies:

- Gärten gemeinschaftlicher Nutzung: Stadtteilgarten Schillerkiez
- Mobilitätsangebote: Steckdose Kreuzberg – Elektromobilität / Segway
- sportliche Aktivitäten: Vogelfreiheit
- Projekte gemeinsamen Lernens und der Wissensvermittlung: Forscherzelt Freilandlabor Britz, (Mobile) Fahrradwerkstatt, M.I.N.T. Grünes Klassenzimmer
- Projekte der Kunst und Kultur: nature Mini ART Golf, Stadttacker, KULTURGate
- Gastronomische Angebote: Tempelburger, Picnic Berlin.

Die Gespräche wurden zwischen September 2019 und Dezember 2019 als leitfadengestützte Interviews von der „AG Forschen auf dem Feld“ durchgeführt. Mit dem Einverständnis der Interviewten wurden 10 Gespräche aufgezeichnet und anschließend durch asum schriftlich protokolliert. Die Dauer der Gespräche betrug durchschnittlich ca. 40 Minuten. Für das elfte Gespräch liegt ein mit den Interviewten abgestimmtes Protokoll vor. Alle Gespräche wurden durch asum entlang von analyserelevanten Indikatoren zusammengefasst und ausgewertet. Über diese qualitative Inhaltsanalyse<sup>6</sup> konnten, neben den im Fragebogen antizipierten Themenbereichen, weitere für die Fragestellung relevante Aspekte explorativ ermittelt werden. Die für diesen Bericht ausgewählten Interviewpassagen wurden von den befragten Angebotsträger\*innen für die Veröffentlichung autorisiert.

Ein thematischer Bestandteil des Fragebogens war die Abfrage zu Zielgruppen bzw. Nutzer\*innen der Angebote. Ergänzend zu den Angaben der Interviewten zu ihren Zielgruppen und Nutzer\*innen erfolgt

---

<sup>6</sup> Vgl. Mayring, P. 2016. Einführung in die Qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. 6. Auflage. Weinheim und Basel. S. 89 ff.; 114 ff.

eine Analyse der Befragungsergebnisse anlässlich des Luftbrückenjubiläums im Mai 2019 von Nutzer\*innen des Feldes im Hinblick auf den Bekanntheitsgrad der Angebote, deren Träger\*innen interviewt wurden. Die Ergebnisse aus beiden Befragungen werden hier zusammengebracht. Dabei wird der Bekanntheitsgrad der entsprechenden Angebote für Nutzer\*innen des Feldes nach spezifischen Merkmalen von Geschlecht, Alter, Häufigkeit des Feldbesuchs und Wohnort ausgewertet.



Blick auf die Gartenprojekte Stadtteilgarten Schillerkiez & Allmende Kontor



## 6 Basisdaten zu den Projekten

Die Rahmenbedingungen für die Ansiedlung der Angebote regelt seit 2014 das „Gesetz zum Erhalt des Tempelhofer Feldes“ (ThFG) sowie der im Jahr 2016 aufgestellte Entwicklungs- und Pflegeplan (EPP), der das ThFG inhaltlich konkretisiert. Das ca. 303 Hektar große Areal setzt sich im Wesentlichen aus dem „Inneren Wiesenbereich“ mit ca. 202 Hektar sowie dem „Äußeren Wiesenring“ mit ca. 101 Hektar zusammen. Eine Ansiedlung der Projekte und Angebote ist auf Grundlage des ThFG im Äußeren Wiesenring zulässig. Der Entwicklungs- und Pflegeplan legt darüber hinaus Kriterien fest, welche Angebote sich auf dem Feld ansiedeln können und wie ihre Auswahl erfolgt. Als besonders unterstützenswert gelten demnach Angebote, die den Freizeit- und Erholungswert für eine breite Vielfalt an Nutzer\*innen auf dem Feld erhöhen, Geschichte vermitteln sowie Natur schützen und erlebbar machen<sup>7</sup>. Maßgabe bleibt dabei, dem Ziel des ThFG, „die wertvollen Eigenschaften des Tempelhofer Feldes und die darauf beruhenden Funktionen dauerhaft zu erhalten und vor Eingriffen, welche sie gefährden oder verändern können, zu schützen“<sup>8</sup>, zu entsprechen.

Das ThFG und der EPP setzen damit Rahmenbedingungen sowohl für die Ansiedlung als auch die alltägliche Arbeit sowie die Ausstattung der Angebote. Um diese Rahmensetzung für die evaluierten Angebote zu konkretisieren, wurden aus den Interviews Aussagen zu Basisdaten ermittelt. Diese werden nachfolgend in Tabelle 1 zusammengestellt. Diese umfasst die thematische Ausrichtung der Angebote und ihre Zielgruppe(n), zeigt, seit wann, an welchem Standort und mit welchen Präsenzzeiten sie auf dem Feld ansässig sind, wie sie sich finanzieren, welche Art von Mitarbeiter\*innen und welche Ausstattungselemente sie haben, wie sich vertragliche Regelungen gestalten und welche Kooperationen mit anderen Akteuren auf dem Feld sowie darüber hinaus bestehen<sup>9</sup>.

Es wurden insgesamt vier Projekte bürgerschaftlichen Engagements<sup>10</sup> (RadWerkstatt Thf, Stadtteilgarten Schillerkiez, M.I.N.T. Grünes Klassenzimmer, KULTURGate), drei bezahlpflichtige Serviceangebote (nature Mini ART Golf, Forscherzelt Tempelhofer Feld, Steckdose Kreuzberg – Elektromobilität / Segway) sowie ein nicht-bezahlpflichtiges Angebot (Stadtacker), zwei gastronomische Angebote (Picnic Berlin, Tempelburger) und ein Sonderprojekt<sup>11</sup>, das als Infrastruktur definiert wird (Vogelfreiheit), befragt.

---

<sup>7</sup> Vgl. Entwicklungs- und Pflegeplan 2016, S. 39.

<sup>8</sup> Vgl. Gesetz zum Erhalt des Tempelhofer Feldes § 1 Abs. 1.

<sup>9</sup> Als Kooperation wird in diesem Zusammenhang eine Zusammenarbeit mit anderen Projekten auf dem Feld verstanden, die über einen rein kommunikativen Austausch hinausgeht. Bei Kooperationen mit anderen Einrichtungen, wird eine nicht-kommerzielle und strukturelle Zusammenarbeit berücksichtigt. Nicht aufgriffen werden vereinzelt personengebundene Kooperationen oder eine Verknüpfung zu Institutionen als Teil der entgeltlich angebotenen Dienstleistung.

<sup>10</sup> Die Definition der Art der Projekte/Angebote sowie die Begriffe „Projekt bürgerschaftlichen Engagements“, „Serviceangebot“ und „Gastronomieangebote“ wurden aus dem EPP übernommen.

<sup>11</sup> Die Definition „Sonderprojekt“ wurde aus der Übersicht „Aktuelle Projekt nutzungen auf dem Tempelhofer Feld“ von 2018 übernommen. Online zu finden unter: [https://tempelhofer-feld.berlin.de/documents/427/Anlage\\_9\\_ThF-Bestandsprojekte.pdf](https://tempelhofer-feld.berlin.de/documents/427/Anlage_9_ThF-Bestandsprojekte.pdf). (Aufruf am 21.04.2020).

| Basisdaten aus den Interviews                  | Thematische Ausrichtung                | Zielgruppe  | Besteht seit | Standort                 | Präsenzzeiten                                | Finanzierung   | Mitarbeitende                                     | Vertragliche Regelungen  | Ausstattung   | Kooperation mit anderen Projekten/Angabote auf dem Feld                     | Nicht-kommerzielle Kooperation mit anderen Einrichtungen                |
|--|--|---|--------------|--------------------------|--|--|---|--|---|---|---|
| RadWerkstatt Thf                               | (Umwelt-) Bildung                      | Alle mit Fokus auf Jugendlichen                               | 2011         | Oderstraße               | Apr-Okt                                      | Vereinsgelder, Soziale Stadt, Sponsoring, Sachspenden  | Ehrenamtliche                                     | Anfänglich 3-Jahresvertrag, danach meist 1- bis 2-Jahresverträge | 1 Container, Solarpaneele, Windrad  | Allmende Kontor, M.I.N.T. Grünes Klassenzimmer, Lernort Natur, Haus Nr. 104 | Schulen   |
| Stadteilgarten Schillerkiez                    | Gärtnerische Nutzung (Allmende-Gärten) | Anwohner*innen  | 2011         | Oderstraße               | Apr-Okt                                      | Spenden  | Ehrenamtliche                                     | Anfänglich 3-Jahresvertrag, danach meist 1- bis 2-Jahresverträge | 1 Holzschuppen, Beetaufbauten, Wasser über Hydrant  | Allmende Kontor & andere gärtnerische Projekte                              | Universitäten, geplant mit Fridays for Future                           |
| M.I.N.T. Grünes Klassenzimmer                  | (Umwelt-) Bildung                      | Kinder v.a. der Peter-Petersen-Schule                         | 2011         | Oderstraße               | Mai-Sep                                      | Förderverein der Peter-Petersen-Schule, aktuell Förderung über „Umweltbildung im Kiez“-Projekt | Ehrenamtliche                                     | Anfänglich 3-Jahresvertrag, danach meist 1- bis 2-Jahresverträge | 1 Glaspavillon mit Podest, 2 Container, Hochbeete, Wassertank, Sitzgelegenheiten, Stromversorgung über Fahrradwerkstatt | RadWerkstatt Thf, Pavillon wird anderen Projekten zur Verfügung gestellt    | Schulen   |
| Picnic Berlin                                  | Gastronomie                            | Alle  | 2014         | Oderstraße               | Apr-Okt                                      | Einnahmen über Korbverleih & Events  | Betreiberin und Mini-Jobber*innen                 | 1-Jahresverträge   | Nutzung des ehemaligen Stromverteilungshäuschen, Stromanschluss   | Keine   | Keine   |
| Forscherzeit Tempelhofer Feld                  | (Umwelt-) Bildung                      | Einrichtungen aus angrenzenden Bezirken mit Fokus auf Kindern | 2011         | Oderstraße/ Columbiadamm | Oster- Herbstferien                          | SenUVK (Personalkosten), Spenden, Einnahmen aus Workshops/Führungen                            | Angestellte des Vereins & Ehrenamtliche           | Anfänglich 3-Jahresvertrag, danach meist 1- bis 2-Jahresverträge | 1 Raum im Haus 101 als Lager mit WC und Strom   | Keine   | Schulen, Kitas, andere (Umwelt)Bildungseinrichtungen, Umweltinitiativen |
| nature Mini ART Golf                           | Kunst & Kultur                         | Alle  | 2011         | Columbiadamm             | Apr-Okt                                      | Eigenmittel, Teilnahmegebühr, Getränkeverkauf  | Betreiber*innen & Mini-Jobber*innen               | Anfänglich 3-Jahresvertrag, danach meist 1- bis 2-Jahresverträge | 2 Container, 1 Zelt, Tische & Bänke, 1 Benzin-Generator zur Stromerzeugung, Minigoldskulpturen                          | Stadtacker  | Keine   |
| Stadtacker                                     | Kunst, Kultur & Garten                 | Alle mit Fokus auf Arbeitslose                                | 2011         | Columbiadamm             | Ganzjährig                                   | k.A.   | Mitarbeiter*innen aus Arbeitsförderungsprogrammen | Anfänglich 3-Jahresvertrag, danach meist 1- bis 2-Jahresverträge | 1 Bauwagen, 1 Schuppen, 1 Pavillon, Hochbeete, Sitzgelegenheiten, schattenspendende Rankgerüste, Wasseranschluss        | Nature Mini ART Golf  | Schulen und soziale Einrichtungen                                       |
| Tempelburger                                   | Gastronomie, Pavillon-Vermietung       | Alle  | 2014         | Columbiadamm             | Apr-Nov                                      | Burger- & Getränkeverkauf  | Festangestellte & Mini-Jobber*innen               | Anfänglich 3-Jahresvertrag, danach meist 1- bis 2-Jahresverträge | 1 Foodtruck, 2 Anhänger, 2 Container, Sitzgelegenheiten & Tische, Stromkasten, Wasser über Pavillon                     | Luftgarten  | Kostenlose Nutzungsmöglichkeit des Pavillons für Verbände/Initiativen   |
| KULTURgate (Theater der Welten)                | Kunst & Kultur                         | Kinder- und Jugendliche, ehem. Geflüchtete                    | 2012         | Tempelhofer Damm         | Apr-Sep                                      | Spenden, aktuell Mikroförderung über Aktion Mensch   | Ehrenamtliche                                     | Anfänglich 3-Jahresvertrag, danach meist 1- bis 2-Jahresverträge | 1 Container, Sitzgelegenheiten, Longboard-Ausstattung   | Keine   | Universitäten   |
| Steckdose Kreuzberg - Elektromobilität/ Segway | Serviceangebot (Verleiher)             | Alle  | 2011         | Tempelhofer Damm         | Mär-Okt (regelmäßig), Nov-Feb (unregelmäßig) | Verleihergebühr  | Geschäftsführer & Mini-Jobber*innen               | Anfänglich 3-Jahresvertrag, danach meist 1- bis 2-Jahresverträge | 2 Container, Ladestation, Bänke & Tische zur Abgrenzung der Parcoursfläche  | Andere Verleiher  | Keine   |
| Vogelfreiheit                                  | Sport & Freizeit                       | Alle mit Fokus Kinder- & Jugendliche                          | 2011         | Südring                  | Veranstaltungsgebunden, ganzjährig nutzbar   | Initiierung durch Eigenmittel, Sponsoring von Contests   | In Obhut der Grün Berlin GmbH                     | In Obhut der Grün Berlin GmbH                                    | Granit vom Palast der Republik & Berliner Gehwegplatten, 1 Gebäude aus alten Plattenbauten (Plattenvereinigung)         | Plattenvereinigung  | Keine   |

## 6.1 Thematische Ausrichtung

Thematisch sind drei Angebote dem „(Umwelt-)Bildungsbereich“, drei dem Bereich „Kunst & Kultur“ und jeweils eins dem Themenfeld „gärtnerische Nutzung“ sowie „Sport & Freizeit“ zuzuordnen. Die Abgrenzungen sind in diesen Kategorien nicht immer trennscharf zu verstehen, da zum Beispiel Stadttacker als Garten-Kunst-Projekt und nature Mini Art Golf die Themen Kunst und Natur verbinden. Soziale Ansätze im Hinblick auf Beteiligung und / oder nachbarschaftliche Bezüge sind integraler Bestandteil der Mehrheit der Angebote. Bei einigen steht eine konkrete Hauptaktivität im Vordergrund wie z.B. das Gärtnern beim Stadtteilgarten Schillerkiez, das Minigolf spielen beim nature Mini ART Golf oder das Fahrräder reparieren bei der RadWerkstatt Thf, die jedoch zusätzlich durch temporäre und teilweise thematisch abweichende Veranstaltungen wie z.B. Filmvorführungen, Konzerte oder Workshops ergänzt wird. Bei anderen Projekten, wie z.B. dem KULTURGate, setzt sich das Angebot unter dem Dach der übergeordneten thematischen Ausrichtung aus verschiedenen temporären Projekten und Aktivitäten mit unterschiedlichen Themen und Formaten zusammen.

Abbildung 16: Karte der interviewten Angebote. Eigene Darstellung auf Kartengrundlage von OpenStreetMap-Mitwirkende 2020.



## 6.2 Zielgruppen

Die überwiegende Anzahl der untersuchten Angebote steht allen Menschen zur Nutzung – ggf. eingeschränkt durch monetäre Zugangsbeschränkungen – offen, wobei einige Angebote sich (zusätzlich) an bestimmte Zielgruppen richten. Am häufigsten liegt der Fokus auf der Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen, insbesondere bei den (Umwelt-)Bildungsprojekten. Auch Bewohner\*innen und / oder Einrichtungen aus den benachbarten Neuköllner Kiezen sowie Menschen aus Arbeitsförderungsprogrammen können aus den Interviews als Zielgruppen identifiziert werden.

## 6.3 Präsenzzeiten

Alle betrachteten Angebote wurden, mit Ausnahme der gastronomischen Angebote, die im Jahr 2014 dazukamen, im Pionierverfahren von 2010/2011 ausgewählt, sie sind somit fast seit Beginn der Öffnung des Tempelhofer Feldes für die Öffentlichkeit vor Ort ansässig. Die Präsenzzeiten sind weit überwiegend auf die Zeit zwischen April und Oktober konzentriert. Projekte mit gärtnerischen Elementen sowie die Skateskulptur Vogelfreiheit sind das ganze Jahr über für Besucher\*innen begehbar und nutzbar.

## 6.4 Finanzierung

Die Projekte bürgerschaftlichen Engagements finanzieren sich überwiegend über Spenden, darunter auch Sachspenden, teilweise durch Gelder der Vereine, an die sie angegliedert sind, und / oder zusätzlich über temporäre bzw. projektgebundene Förderungen z.B. aus Mitteln des Programms Soziale Stadt oder Sponsorings von Unternehmen mit Kiezbezug. Betreut werden sie außer durch die jeweiligen Hauptverantwortlichen, die teilweise aus den angegliederten Vereinsstrukturen kommen, von ehrenamtlichen Unterstützer\*innen. Als Projekte bürgerschaftlichen Engagements definierte Angebote nutzen ihre Flächen auf dem Tempelhofer Feld entgeltfrei. Serviceangebote sind dadurch definiert, dass ihre Angebote mindestens überwiegend kostenpflichtig sind, z.B. in Form einer Teilnahme- oder Ausleihgebühr, bzw. dass sie nicht allen Menschen zum Mitgestalten offenstehen<sup>12</sup>. Die Finanzierung der befragten Serviceangebote erfolgt über Teilnahme- / Ausleihgebühren. Sie wird teilweise durch Spenden und Förderungen ergänzt, durch die Zusammenarbeit mit Institutionen wie dem Jobcenter sowie einen Getränkeverkauf vor Ort. Die Finanzierung gastronomischer Angebote erfolgt über den Verkauf ihrer jeweils angebotenen Speisen und Getränke sowie teilweise über die Ausrichtung von Events. Mitarbeiter\*innen von Service- und gastronomischen Angeboten sind die Betreiber\*innen bzw.

---

<sup>12</sup> Der Stadttacker steht zwar allen Menschen zum Besuch und auch zur Nutzung beispielsweise durch das Sitzen auf den gebauten Strukturen offen, gestaltet wird der Stadttacker dabei aber von „vormals arbeitslose[n] MitarbeiterInnen aus künstlerischen, gärtnerischen und handwerklichen Bereichen“. Quelle: <https://gruen-berlin.de/tempelhofer-feld/ueber-den-park/projektnutzungen/stadttacker> (Aufruf am 21.04.2020).



Festangestellte des Vereins oder des Unternehmens, an das sie angegliedert sind, die auch durch Ehrenamtliche, überwiegend aber durch Mini-Jobber\*innen unterstützt werden. Für Service- und gastronomische Angebote, die selbst kostenpflichtig sind, fällt ein vertraglich festgesetztes Entgelt zur Nutzung der Fläche oder des Gebäudes auf dem Tempelhofer Feld in Höhe von 1 €/qm im Jahr sowie eine jährliche Umsatzbeteiligung von Grün Berlin GmbH in Höhe von 10 % an<sup>13</sup>.

## 6.5 Vertragliche Regelungen

Die Vertragslaufzeiten für die Angebote beliefen sich zu Beginn überwiegend auf drei Jahre mit nachfolgender Vertragsverlängerung um jeweils ein bis zwei Jahre. Die aktuellen Vertragslaufzeiten liegen in der Regel bei einem oder zwei Jahren.

## 6.6 Ausstattung

Die Ausstattung der befragten Projekte und Angebote umfasst verschiedene, Räumlichkeiten wie Zelte, Container, Bauwagen und Pavillons, die jedoch nicht dauerhaft im Boden verankert sind, sowie weit überwiegend Sitzgelegenheiten – häufig selbstgebaut – und der thematischen Ausrichtung entsprechende Elemente (z.B. Hochbeete). Eine Versorgung mit Strom und Wasser ist nicht bei allen gegeben. Ein Stromanschluss ist bei denjenigen Angeboten vorhanden, die bestehende bauliche Infrastrukturen des ehemaligen Flughafens nutzen können. Ein Projekt produziert mithilfe von Solarpaneelen und einem Windrad eigenen ökologischen Strom, der auch von den angrenzenden Projekten auf der Oderstraßenseite genutzt werden kann. Ein Serviceangebot auf der Columbiadamm-Seite nutzt einen Benzingerator zur Stromerzeugung. Wasser kann teilweise über Wasserzugänge auf der Columbiadamm-Seite bezogen werden, wobei es sich hierbei um Brauch- und nicht um Trinkwasser handelt.



RadWerkstatt Thf



Stadtteilgarten Schillerkiez

<sup>13</sup> Quelle: Vertragsmuster Serviceangebote Tempelhofer Feld, Stand Juli 2017. Online zu finden unter: [https://gruen-berlin.de/sites/default/files/downloads/2017\\_06\\_27\\_thf\\_vertragsmuster\\_serviceangebote.pdf](https://gruen-berlin.de/sites/default/files/downloads/2017_06_27_thf_vertragsmuster_serviceangebote.pdf) (Aufruf am 22.07.2020).



Gebäude von Picnic Berlin



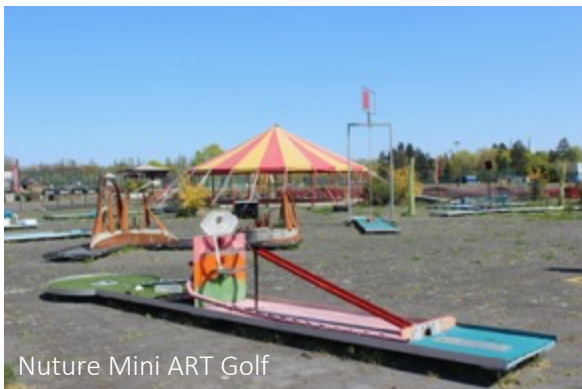
Vogelfreiheit und Plattenvereinigung



Pavillon des M.I.N.T. Grünen Klassenzimmers



Tempelburger



Nature Mini ART Golf



KULTURGate



Steckdose Kreuzberg – Elektromobilität/Segway



Stadtacker

## 6.7 Kooperationen

Kooperationen zwischen den Angeboten auf dem Tempelhofer Feld bestehen in erster Linie auf Grundlage von thematischen Bezügen – so zwischen gärtnerischen Angeboten und zwischen den Verleihern – und / oder von räumlichen Bezügen. Benachbarte Angebote arbeiten vor allem zur Lösung bzw. Erleichterung von Infrastrukturanforderungen zusammen.<sup>14</sup> Kooperationen bestehen auch über das Tempelhofer Feld hinaus. Alle Akteure von Projekten bürgerschaftlichen Engagements gaben in den Interviews an, bereits mit Bildungseinrichtungen (v.a. Schulen und Universitäten) zusammengearbeitet zu haben oder aktuell mit diesen zusammenzuarbeiten. So werden beispielsweise externe Workshops in Bildungseinrichtungen abgehalten oder die Projekte selbst von Schulklassen oder Seminargruppen besucht, um sich z.B. über die Herstellung ökologischen Stroms oder über Urban Gardening zu informieren. Auch Angebote, die einen Bezug zu Umweltbildungs-Themen haben, gaben an, mit Bildungs- und sozialen Einrichtungen sowie Initiativen zusammenzuarbeiten. Andere konnten auf Grund fehlender Kapazitäten bisher keine Kooperationen umsetzen.

Das gastronomische Angebot Tempelburger, das den ursprünglich frei zugänglichen Pavillon in der ehemaligen Picknick-Area mitgepachtet hat, stellt diesen kostenlos für die Nutzung durch z.B. Verbände und Initiativen zur Verfügung.



Blick auf die RadWerkstatt Thf mit Windrad und Lernort Natur/M.I.N.T. Grünes Klassenzimmer

---

<sup>14</sup> u.a. gemeinsame Erdanlieferung, Abgabe des erzeugten Stroms, Absprache für Veranstaltungen, gemeinsames Winterquartier, Hilfe beim Bewässern, Leihen von Maschinen.



## 7 Nutzer\*innen des Tempelhofer Feldes und der Angebote

Die Ergebnisse der Befragung von 1.011 Besucher\*innen<sup>15</sup> im Mai 2019 zeigen, dass die Mehrheit der Befragten das Feld regelmäßig, d.h. mindestens einmal im Monat, die meisten davon wöchentlich oder öfter, nutzt. Dies trifft auf alle Altersgruppen mit Ausnahme der Älteren ab 65 Jahren zu. Sie sind mehrheitlich selten auf dem Feld. Die Altersgruppe der 28-45-Jährigen nutzt das Feld am Häufigsten. Weibliche und männliche Nutzer\*innen sind annähernd gleichermaßen auf dem Feld vertreten, es besteht mit 51% ein leichtes Übergewicht bei der Verteilung zugunsten weiblicher Nutzer\*innen.

Betrachtet man den Anlass, den die Befragten für ihren Besuch des Feldes angaben, so ist dieser für jeweils mehr als die Hälfte, um Ruhe und Erholung zu finden oder sich mit der Familie oder Freund\*innen zu treffen. Gut ein Drittel der Befragten gab als Anlass für den Feldbesuch an, Sport zu treiben, darunter Männer etwas häufiger als Frauen.

Erwartungsgemäß kommt die Mehrheit der Besucher\*innen aus den direkt an das Feld angrenzenden Wohngebieten Neukölln Nord und Tempelhof sowie Kreuzberg. Bemerkenswert ist jedoch, dass knapp ein Fünftel der regelmäßigen Nutzer\*innen in Berliner Außenbezirken wohnt. Es kann also davon ausgegangen werden, dass dem Feld eine stadtweite Bedeutung als Naherholungsraum zukommt.

Insgesamt haben sich die Besucher\*innenzahlen seit der Öffnung kontinuierlich und deutlich erhöht. Die Aussagen der interviewten Angebotsträger\*innen weisen darauf hin, dass mit dieser allgemeinen Entwicklung auch die Nutzer\*innenzahlen der einzelnen Angebote mindestens stabil geblieben, eher ansteigend sind. Gemessen an ihrer Kapazität konstatieren einige Projekte sogar eine Überauslastung.

### 7.1 Bekanntheitsgrad der Angebote

Im Rahmen der Besucher\*innenbefragung im Mai 2019 wurde abgefragt, welche Angebote die Besucher\*innen kennen. Dazu konnten die Befragten zum einen in einer vorgegebenen Liste die ihnen bekannten Angebote ankreuzen und zum anderen aus der Liste Angebote auswählen, für die sie mit Hilfe einer Skala von 1-10 (1 = wenig kennen und 10 = gut kennen) den Grad einordnen konnten, wie gut sie das gewählte Angebot kennen. Nicht gefragt wurde aber, ob die bekannten Angebote auch genutzt werden. Die Angabe zur Kenntnis eines Angebotes wird hier als Indiz für ein grundsätzliches Interesse an dem jeweiligen Angebot und damit verbunden eine mögliche Nutzung gewertet. Eine Ermittlung der tatsächlichen Nutzer\*innenzahl der Projekte / Angebote ist aber nicht möglich, da es hierzu keine Erhebung gibt. Die Ergebnisse der Besucher\*innenbefragung ergaben, dass unter einer rein quantitativen

---

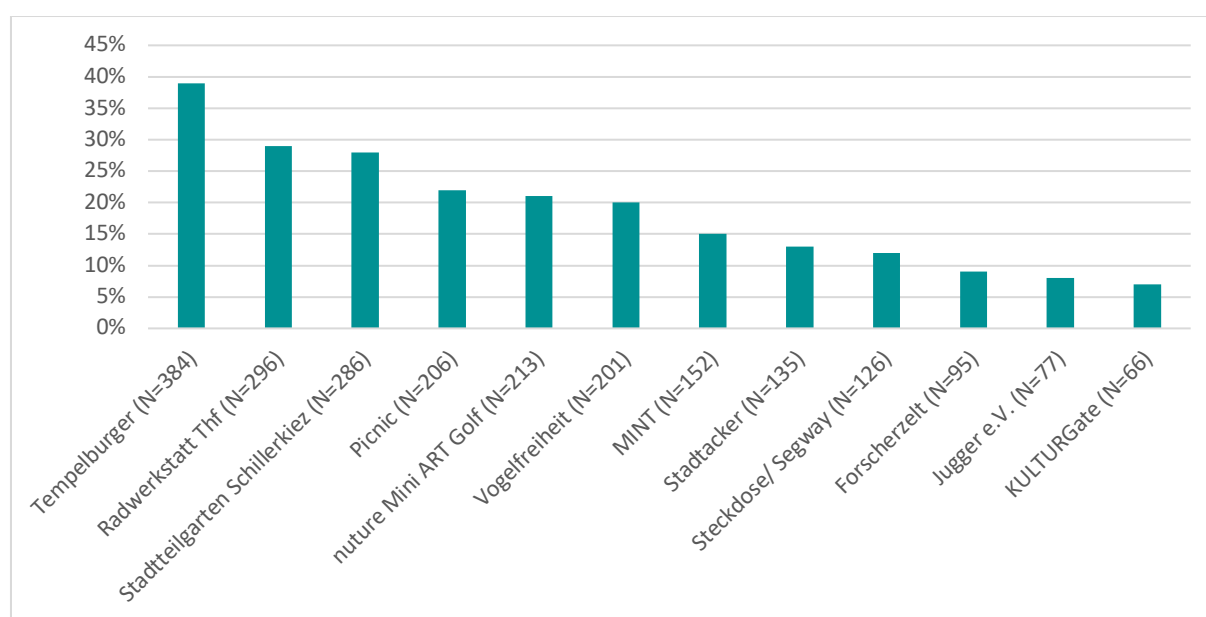
<sup>15</sup> Anmerkung zur Repräsentativität der Ergebnisse: Die Altersstruktur der befragten Besucher\*innen spiegelte in ihrer Mischung annähernd die Altersstruktur in den angrenzenden Wohngebieten und Gesamtberlin wider. Die Gruppe der Älteren ab 65 Jahren war zwar im Berliner Vergleich unterrepräsentiert, entsprach aber dem Anteil in den LOR-Räumen. Insgesamt spiegelt die Struktur der Befragten eine gute Repräsentativität wider.

Betrachtung von Kenntnis und Nutzung die Angebote eher ein zusätzliches Motiv, weniger aber der Hauptanlass zum Kennenlernen und zur Nutzung des Feldes sind.

Der allgemeine Bekanntheitsgrad aller Angebote ist nicht sehr hoch. Am bekanntesten sind die gastronomischen Angebote Luftgarten und Tempelburger, von den bürgerschaftlichen Projekten sind es die Gärten Allmende Kontor, Stadtteilgarten Schillerkiez und Rübezahl. Letztere wurden aber zusammengekommen nur von rund einem Drittel der Befragten als bekannt angegeben.

Unter den hier untersuchten Angeboten haben der Tempelburger sowie die RadWerkstatt Thf und der Stadtteilgarten Schillerkiez den höchsten Bekanntheitsgrad.

Abbildung 17: Bekanntheit der interviewten Angebote im Vergleich. Eigene Darstellung 2020.



## 7.2 Bekanntheitsgrad der Angebote nach Merkmalen der Besucher\*innen

Die Befragungsergebnisse zum Bekanntheitsgrad wurden für den vorliegenden Bericht für die elf untersuchten Angebote nach den Merkmalen Alter, Häufigkeit des Feldbesuchs, Geschlechtszugehörigkeit und Wohnort ausgewertet. So lassen sich Zusammenhänge zwischen den genannten Merkmalen der Feldbesucher\*innen und der Bekanntheit der Angebote erkennen.

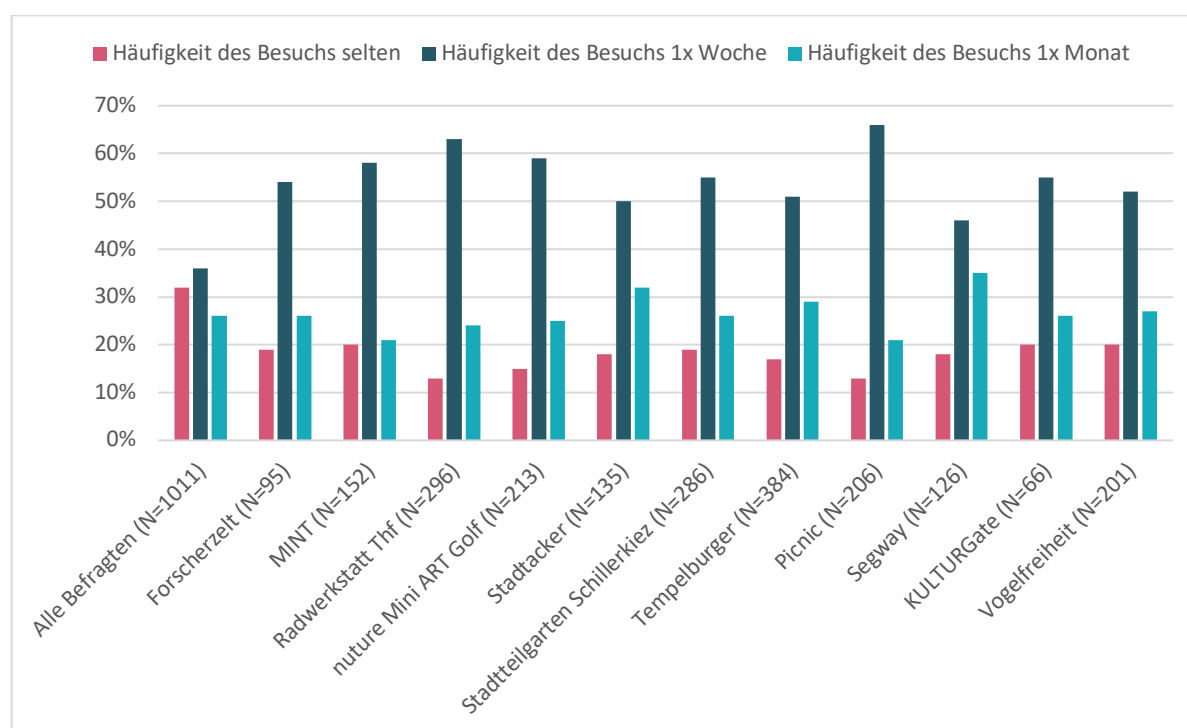
*Anmerkung: Der Befund zum Bekanntheitsgrad des Projektes Vogelfreiheit ist vermutlich für alle Merkmalsgruppen nur eingeschränkt aussagekräftig. Die Ergebnisse insbesondere bei den Altersgruppen, wonach das Skateprojekt von den über 65-Jährigen überproportional und den unter 27-Jährigen unterdurchschnittlich als bekannt angegeben wurde, lassen vermuten, dass ein Teil der Befragten unter dem Namen „Vogelfreiheit“ das angrenzende Vogelschutzgebiet und nicht das Skaterprojekt verstanden hatte.*

## Zusammenhang zwischen Häufigkeit des Feldbesuchs und Kenntnis der Angebote

Der wichtigste Einflussfaktor für den Bekanntheitsgrad war, wie zu erwarten, die Häufigkeit des Besuchs. Die Häufigkeit des Feldbesuchs korreliert mit der Kenntnis von Angeboten. Diese reduziert sich entsprechend deutlich, wenn die Befragten nicht so oft auf der Freifläche sind.

Menschen, die mindestens einmal die Woche das Tempelhofer Feld aufsuchen, geben weit überdurchschnittlich im Verhältnis zu allen Befragten an, Angebote zu kennen.

Abbildung 18: Kenntnis der Angebote nach Häufigkeit des Feldbesuchs. Eigene Darstellung 2020.



Besonders stark korreliert der Zusammenhang zwischen Kenntnis des Angebots und Häufigkeit des Besuchs bei den Angeboten RadWerkstatt Thf, Stadtteilgarten Schillerkiez und Freilandlabor Britz sowie dem gastronomischen Angebot Picnic Berlin. Mehr als die Hälfte der Befragten, die angaben, diese Angebote besser zu kennen<sup>16</sup>, sind auch mindestens einmal die Woche auf dem Feld.

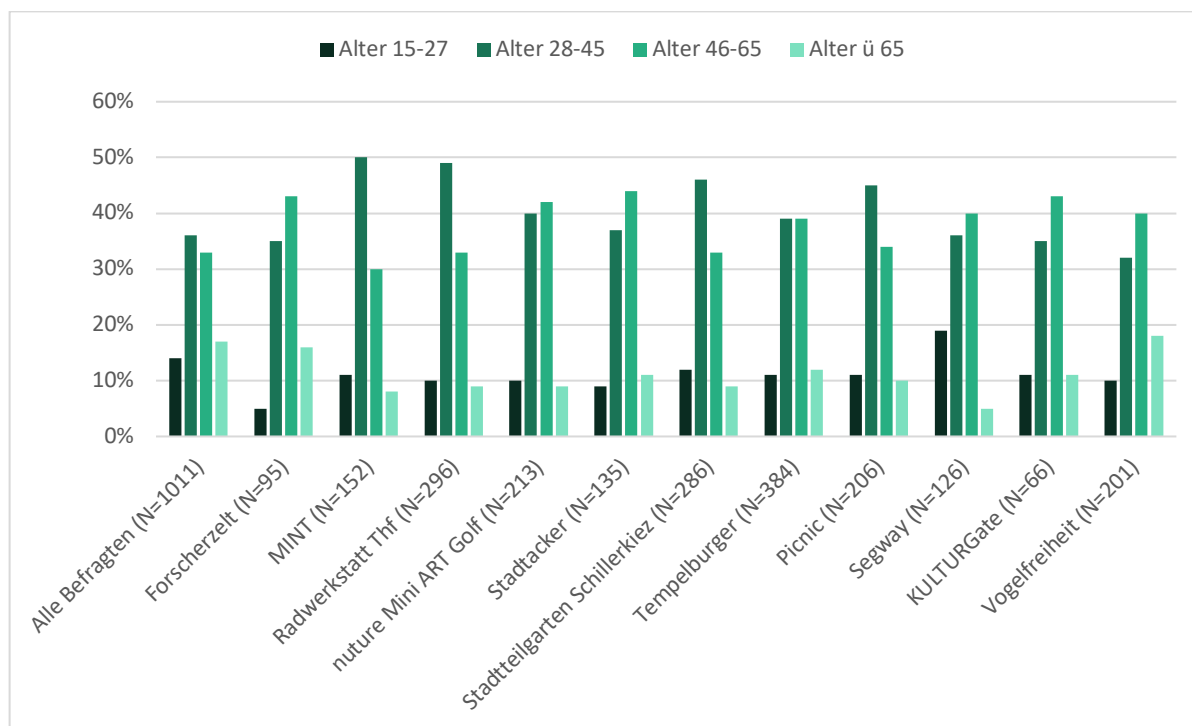
## Zusammenhang zwischen Alter und Kenntnis der Angebote

Bezogen auf den Zusammenhang zwischen Alter und Kenntnis der Angebote ist festzustellen, dass die Befragten der beiden mittleren Altersgruppen überdurchschnittlich im Vergleich zu allen Befragten angaben, Angebote auf dem Feld zu kennen. Am deutlichsten zeigt sich der Unterschied in der Altersgruppe von 28 bis 45 Jahren im Hinblick auf das M.I.N.T. Grüne Klassenzimmer und die RadWerkstatt Thf, die in dieser Altersgruppe besonders häufig bekannt sind. Demgegenüber kennen sowohl die Jüngeren bis 27 Jahre als auch die Älteren ab 65 Jahre Angebote seltener als der Durchschnitt. Ausnahme

<sup>16</sup> Es wurden nur Antworten berücksichtigt, die auf der Skala von 1-10,  $\geq 5$  waren.

bei den Jüngeren ist der Segwayverleih Steckdose Kreuzberg, der in dieser Altersgruppe überdurchschnittlich häufig als bekannt angegeben wurde. Den Älteren sind vor allem das Freilandlabor Britz und die Vogelfreiheit<sup>17</sup> bekannt, hier entspricht der Bekanntheitsgrad ungefähr dem Durchschnitt.

Abbildung 19: Kenntnis der Angebote nach Altersgruppe. Eigene Darstellung 2020.



### Zusammenhang zwischen Geschlecht und Kenntnis der Angebote

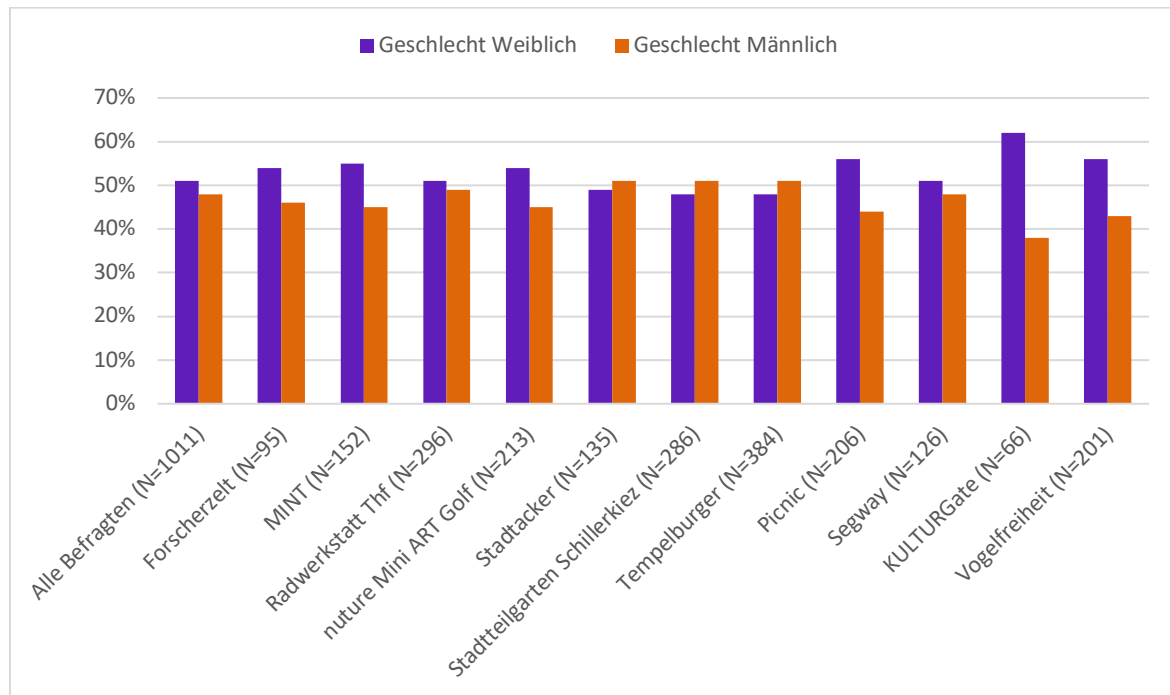
Angebote auf dem Feld sind Frauen etwas häufiger bekannt als Männern. Ein besonders deutlicher Unterschied von mehr als zehn Prozentpunkten ergibt sich nach den Befragungsergebnissen bei KULTURGate, Picnic Berlin und Vogelfreiheit<sup>18</sup>. Das Projekt KULTURGate könnte weiblichen Befragten häufiger als männlichen Befragten bekannt sein, weil dort in der Vergangenheit Kinderprogramme angeboten wurden, was möglicherweise zu einer überproportional häufigen Kenntnis und stärkeren Nutzung des Angebots durch Frauen mit ihren Kindern beitrug.

Ausnahmen unter den Angeboten, die Männer etwas häufiger als Frauen als bekannt angeben, sind das gastronomische Angebot Tempelburger sowie die Gärten Stadtecker und Stadteilgarten Schillerkiez.

<sup>17</sup> Siehe Ausführung zur eingeschränkten Aussagekraft des Befundes zur Vogelfreiheit auf Seite 15.

<sup>18</sup> ebd.

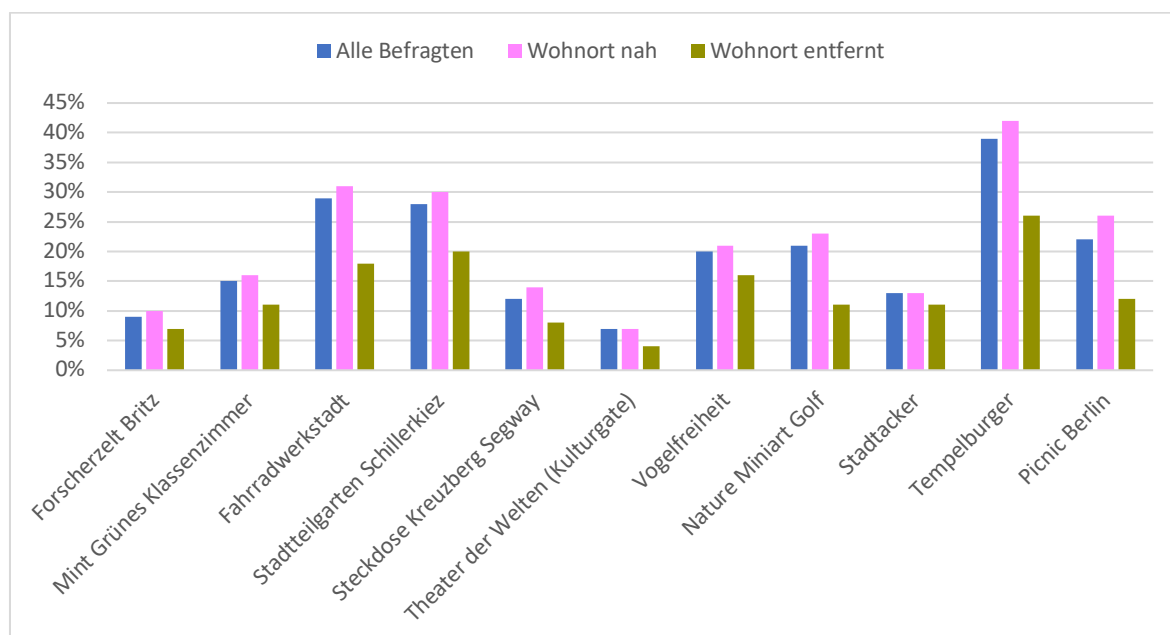
Abbildung 20: Kenntnis der interviewten Angebote nach Geschlecht. Eigene Darstellung 2020.



### Zusammenhang zwischen Wohnort und Kenntnis der Angebote

Die Befragten, deren Wohngebiet nahe zum Tempelhofer Feld und damit zu den Angeboten liegt, gaben überproportional häufig an, die Angebote zu kennen. Das ist im Hinblick auf die häufigere Nutzung und damit auch die bessere Kenntnis des Feldes mit seinen Angeboten nicht überraschend. Auch bei Besucher\*innen aus den weiter entfernten Stadtteilen Berlins sind die beiden Projekte Stadtteilgarten Schillerkiez und RadWerkstatt Thf sowie das gastronomische Angebot Tempelburger am bekanntesten.

Abbildung 21: Kenntnis der interviewten Angebote nach Wohnort. Eigene Darstellung 2020.





### **7.3 Selbsteinschätzung der Angebotsträger\*innen zu ihren Nutzer\*innen**

Im Rahmen der Befragung durch die „AG Forschen auf dem Feld“ wurden keine Besucher\*innen- bzw. Nutzer\*innenzahlen des Tempelhofer Feldes allgemein und der Angebote konkret erhoben. Die nachfolgenden Aussagen zu Auslastung und Herkunft der Nutzer\*innen der Angebote stellen eine Selbsteinschätzung der Angebotsträger\*innen dar.

#### **Auslastung der Angebote**

Die befragten Angebotsträger\*innen auf dem Tempelhofer Feld fühlen sich, gemessen an ihrer Auslastung, gut angenommen und am Standort etabliert. Sie schätzen die Entwicklung der Auslastung über die Jahre ihres Bestehens auf dem Feld überwiegend als mindestens gleichbleibend, eher steigend und teilweise stark steigend ein, was sie an der Entwicklung ihre Besucher\*innenzahlen konkret und/oder an ihrer Umsatzentwicklung festmachen.

Die Mehrzahl der Angebote wurde nach Angaben der Interviewten spätestens nach einer Anlaufzeit von einem Jahr gut angenommen. Lediglich die Befragten der Skateskulptur Vogelfreiheit beschreiben, dass es eine mehrjährige Anfangsphase gab, in der das Angebot durch Skater\*innen kaum genutzt wurde. Dies führen sie vor allem auf das breite Angebot an Skateplätzen in Berlin insgesamt und das Verhalten von Skater\*innen im Speziellen zurück, die erfahrungsgemäß vor allem lokal und an gewohnten Plätzen skaten und damit mehr Zeit brauchen, um neue Orte zu entdecken.

Für die Mehrheit der befragten gewerblichen Anbieter\*innen haben sich die Erwartungen an die Entwicklung ihres Angebots und die Akzeptanz erfüllt oder wurden sogar übertroffen. Ausnahme ist der Betreiber eines Serviceangebots, der zwar gleichbleibende Umsätze erzielt, bezüglich der allgemeinen Entwicklung des Tempelhofer Feldes aber weitergehende Erwartungen hatte. In seiner Vision sollte das Tempelhofer Feld zu „dem Hotspot der Stadt“ mit mehreren hundert Projekten werden.

Das Wetter stellt den von den Angebotsträger\*innen am deutlichsten wahrgenommenen Einflussfaktor auf Schwankungen in den Besucher\*innenzahlen dar. Die meisten Menschen besuchen die befragten Angebote demnach bei schönem Wetter.

*„Die Besucherzahl ist natürlich wetterabhängig. Da hast du fünf Tage niemanden und dann schlägt das aus und es ist zwei Tage überfüllt. Jetzt bei der Hitze hast du einen durchgängigen Besucherstrom in Anführungsstrichen.“ (nature Mini ART Golf)*

#### **Erweiterung der Ziel- und Nutzer\*innengruppen**

Die Mehrzahl der Angebote steht allen Menschen zur Nutzung offen, gegebenenfalls beschränkt durch Eintritts- bzw. Ausleihgebühren. Darüber hinaus lässt sich bei einigen eine Fokussierung auf spezielle Zielgruppen feststellen. Zumeist sind dies Kinder und Jugendliche sowie Menschen und Institutionen

aus der Nachbarschaft. Temporär richten sich Aktivitäten an bestimmte Zielgruppen wie Geflüchtete. Ein Angebot arbeitet gezielt über Arbeitsförderungsprogramme mit arbeitslosen Menschen zusammen. Aus den Beschreibungen einzelner Interviewter lässt sich erkennen, dass teilweise eine Aufweichung bzw. Erweiterung von Zielgruppen erfolgte. Dies kann einerseits auf die allgemein steigenden Besucher\*innenzahlen seit Öffnung des Feldes, mit der auch die Anzahl der Nutzer\*innen einzelner Angebote zugenommen hat, zurückgeführt werden. Andererseits ist dies auch auf die Offenheit des Tempelhofer Feldes sowie der Angebote selbst zurückzuführen. Der Interviewte der RadWerkstatt Thf, die als Berufschancenförderung für Jugendliche und junge Erwachsene konzipiert ist, sieht in dieser Form der Etablierung der Angebote auch die Konsequenz, dass sie durch die dem Feld immanenten Eigenschaften von Offenheit und Zugänglichkeit an diesem Standort keine nur dezidiert auf Jugendliche ausgerichtete Arbeit leisten können. Ihre Nutzer\*innen sind insbesondere bezüglich ihres Alters vielfältiger als die ursprüngliche Zielgruppe. Gleichzeitig ermöglichen die Offenheit des Feldes und ihres Angebotes eine Niedrigschwelligkeit, die auch explizit für Jugendarbeit vorteilhaft ist.

*„Dass es jetzt eine Do it Yourself-Werkstatt für alle ist, das hat sozusagen die Besonderheit dieses Ortes mitgeformt in dieser Art und in dieser Form“ (RadWerkstatt Thf)*

Auch für die Verantwortlichen des Stadtteilgarten Schillerkiez hängen die Art der Nutzung der Angebote sowie die Nutzer\*innenstruktur mit der Offenheit des Standortes zusammen. Die zunehmende Frequenzierung des Feldes geht in ihrer Wahrnehmung auch mit einer Veränderung des Verhaltens von Besucher\*innen einher. Während vor einigen Jahren noch mehr Interesse an den eigentlichen Projekten bestanden hätte, kämen heute viele Menschen auf das Tempelhofer Feld, um den Ort vor allem als Freizeit- und Partyraum zu nutzen. Dies sei auch mit einem respektloseren Umgang (z.B. Vermüllung, Wildpinkeln) mit der Anlage verbunden. Viele Gartenteilnehmer\*innen kämen außerdem bei schönem Wetter seltener, weil es ihnen dann zu voll sei.

Der Interviewte des Serviceangebots nature Mini ART Golf beschreibt, dass in der Anfangszeit ihres Bestehens auf dem Tempelhofer Feld mehrheitlich Parkbesucher\*innen zu ihnen kamen und nur etwa ein Fünftel ihrer Nutzer\*innen vorher bereits von ihnen gehört hatte. Inzwischen habe sich dieses Verhältnis umgekehrt. Der weit überwiegende Teil der Nutzer\*innen steuere das Projekt mittlerweile gezielt an.

### **Herkunft der Nutzer\*innen**

Nach Angaben der Interviewten kommen die Nutzer\*innen sowohl aus angrenzenden Wohngebieten als auch aus entfernteren Stadträumen Berlins. Ebenso besuchen nationale und internationale Tourist\*innen die Angebote. Das Verhältnis dieser Gruppen zueinander unterscheidet sich aber bei den einzelnen Angeboten.

Bei den Umweltbildungsprojekten Freilandlabor Britz und M.I.N.T. Grünes Klassenzimmer liegt der Schwerpunkt der Nutzer\*innen auf Menschen und Institutionen aus den umliegenden Nachbarschaften. Auch die Interviewte von KULTURGate schätzt, dass die meisten ihrer Besucher\*innen aus den angrenzenden Wohngebieten kommen, rund 40 % aber auch aus anderen Berliner Bezirken, und ca. 10 % ihrer Besucher\*innen Tourist\*innen sind.

Bei dem Serviceangebot nature Mini ART Golf sowie dem gastronomischen Angebot Tempelburger liegen die Anteile von Tourist\*innen an den Besucher\*innen bei geschätzten 30 %. Die Mehrheit der Besucher\*innen kommt aber auch hier aus den angrenzenden Bezirken (Tempelburger) bzw. aus anderen Berliner Stadtteilen (nature Mini ART Golf). Der Stadtteilgarten Schillerkiez, der ursprünglich vor allem als Nachbarschaftsprojekt gestartet ist, wird heute bei gutem Wetter zu rund der Hälfte von Besucher\*innen aus anderen Berliner Stadtteilen bzw. Tourist\*innen besucht.

Noch stärker auf Tourist\*innen ausgelegt ist Steckdose Kreuzberg-Elektromobilität / Segway, dessen Betreiber Tourist\*innen als konkrete Zielgruppe benennt und ihren Anteil an Besucher\*innen auf ca. 80 %, dazu zu 60 % international und zu 20 % national, schätzt.<sup>19</sup> Auch die Betreiberin des gastronomischen Angebots Picnic Berlin spricht von einem eher internationalen Publikum, ohne konkrete Angaben zu Anteilen von Nutzer\*innengruppen zu machen. Ebenfalls Anlaufpunkt für Tourist\*innen sind Angebote, die eine bestimmte Szene ansprechen. Die Vogelfreiheit, die nach der vergleichsweise langen Etablierungszeit inzwischen nach eigenen Angaben an manchen Tagen von bis zu 400 Skater\*innen genutzt wird, hat sich nach Aussage der Interviewten in der Szene zu einem international bekannten Hotspot entwickelt, an dem auch größere Skatecontests stattfinden. Sie ist daher nicht nur ein Ort für Skater\*innen aus den angrenzenden Bezirken, sondern ein Treffpunkt für ein berlinweites und internationales Skatepublikum, wobei letzteres vor allem in den Sommermonaten zur Vogelfreiheit kommt.

*„Wenn du ein sehr guter Skater bist und dann nach Berlin kommst, dann gehst du definitiv dahin. Die weltbesten Skater, wenn sie nach Berlin kommen, dann gehen sie dahin.“(Vogelfreiheit)*

Auch die RadWerkstatt Thf wird neben den Nutzer\*innen aus den angrenzenden Stadtteilen von nationalen sowie internationalen Fahrradreisenden und Menschen aus der berlinweiten Fahrradselbsthilfeszene besucht. Um dem zunehmenden internationalen Publikum Rechnung zu tragen, sprechen die Verantwortlichen seit dem Jahr 2019 überwiegend von der „DIY<sup>20</sup>-Radwerkstatt“.

---

<sup>19</sup> Da die Produktion von Segways zum 15.7.2020 eingestellt werden soll, bleibt abzuwarten, wie sich dies auf das Serviceangebot auswirkt (siehe SZ vom 25.6.2020 „Es wackelt nicht mehr“).

<sup>20</sup> Abkürzung für „Do it yourself“

## 8 Handlungsbedarf aus Sicht der Angebote

Aus den geführten Interviews lassen sich Änderungsbedarfe und Zukunftswünsche aus Sicht der Angebote identifizieren.

### 8.1 Ausstattung

Die Mehrheit der Interviewten wünscht sich zusätzliche angebotsbezogene Ausstattungsmerkmale. Mit fünf Nennungen am häufigsten wurde hier ein Stromanschluss bzw. der Anschluss an ökologischen Strom oder die Errichtung von Anlagen zur ökologischen Stromerzeugung genannt. Mehrere Angebote wünschen sich einen (Trink-)Wasseranschluss bzw. die Errichtung eines Abwassersystems sowie die Errichtung von (Kompost-)Toiletten. Anträge auf diese zusätzliche Ausstattung wurden bislang von der Grün Berlin GmbH nicht unterstützt bzw. genehmigt<sup>21</sup>. Das feste Aufbauten grundsätzlich nicht neu errichtet werden dürfen, erschwert für einzelne Angebote ihre Arbeit, z.B. wenn bauliche Strukturen für jede Saison auf- und wieder abgebaut werden müssen, was auch mit finanziellem Aufwand verbunden ist.

*„Für uns hat sich in Bezug auf die Infrastruktur nichts verändert. Was uns aber das Leben schwer macht. Wir haben keinen Strom, kein Wasser, keine Toiletten, keinen Schatten. Wir müssen dafür kämpfen, dass wir ein kleines überdachtes Zelt aufstellen dürfen, jedes Jahr, weil sonst unser Platz nicht mehr nutzbar ist. In der Kommunikation hat sich nichts verbessert. Es ist einfach der Status Quo, der bestanden hat, als wir angekommen sind.“ (nature Mini ART Golf)*

Neben Ausstattungsergänzungen für ihre eigenen Angebote regen zwei Interviewte an, die Ausstattung des Feldes insgesamt zu ergänzen, mit mehr Sitzgelegenheiten, Toiletten und Mülleimern sowie mit mehr Spielangeboten wie z.B. Fußballtoren und einem Fahrradweg auf der Tempelhofer Seite des Feldes.

### 8.2 Verträge

Die vertragliche Situation ist einer der zentralen Kritikpunkte und belastet die Kooperation zwischen der Grün Berlin GmbH und den Angebotsträger\*innen. Hinsichtlich der vertraglichen Regelungen bemängeln gut die Hälfte der interviewten Angebote kurze Vertragslaufzeiten oder kurzfristige Vertragsver-

---

<sup>21</sup> Die Grün Berlin GmbH selbst ist keine Genehmigungsbehörde. Genehmigungen werden von der Grün Berlin GmbH an die zuständigen Stellen weitergeleitet sowie ggf. Vereinbarungen im Rahmen der Kompetenzen der Grün Berlin GmbH sowie des ThfG mit den Angebotsträger\*innen getroffen.

längerungen sowie Kündigungsmöglichkeiten als Schwierigkeit für ihre Arbeit. Service- und Gastronomieangebote beklagen, dass es aufgrund dieser Lage keine ausreichende Planungssicherheit für Investitionen gibt. So hat die fortdauernde Unsicherheit darüber, wie lange man am Standort bleiben kann, einen Angebotsträger davon abgehalten, den benötigten eigenen Wasseranschluss zu realisieren.

Für einzelne Angebotsträger\*innen stellen kurzfristige Vertragsverlängerungen im Zusammenhang mit der Bewerbung um Fördermittel ein Hindernis dar, da Anträge auf Fördermittel meist weit im Voraus zu stellen sind.

Begrenzte Vertragslaufzeiten werden außerdem von Interviewten als Zeichen dafür gedeutet, dass die Zukunft des Tempelhofer Feldes nach wie vor offengehalten werden soll. Vermutet wird, dass die Verstetigung von Angeboten nicht gewünscht ist, um eine Bebaubarkeit der Fläche zu erhalten. Aus Sicht der Träger\*innen eines Angebots ist es deshalb wichtig, nach wie vor für den Erhalt des Tempelhofer Feldes in seiner jetzigen Form Öffentlichkeitsarbeit zu machen. Sie fordern darüber hinaus eine grundsätzliche Veränderung der vertraglichen Regelungen in Form einer Komplettrevision des Nutzungsvertrags.

### **8.3 Kooperation mit der Grün Berlin GmbH**

Neben dem Wunsch einer Veränderung der Vertragssituation und zusätzlicher Ausstattung werden die Entscheidungsstrukturen für die Weiterentwicklung der Angebote thematisiert. Im Kern geht es dabei um die Zusammenarbeit mit der Grün Berlin GmbH und den Wunsch nach einem flexibleren, weniger bürokratischen Umgang mit den Anliegen und Anträgen der Angebotsträger\*innen. Aus Sicht der Interviewten ist eine Weiterqualifizierung ihres Angebots auf Grund der bestehenden Rahmenbedingungen nicht oder nur mit hohem Aufwand möglich. Die Kritik betrifft den Umgang mit Anträgen und Anregungen, der als nicht ausreichend transparent und nachvollziehbar bewertet wird. Schwierigkeiten werden sowohl in nicht ausreichenden Austausch- und Kommunikationsmöglichkeiten sowie in der Verbindlichkeit von Absprachen gesehen als auch in einer mangelnden Wertschätzung und Unterstützung der Angebotsträger\*innen und ihres Beitrags zur Qualität des Tempelhofer Feldes.

Neben dieser Kritik bewerten andere der Interviewten aber die Zusammenarbeit mit der Grün Berlin GmbH ausdrücklich positiv.

*„Die Zusammenarbeit ist grundsätzlich sehr gut mit der Parkverwaltung und mit dem Parkmanagement. Die praktische Zusammenarbeit auf Projektbasis klappt sehr gut. Das ist sehr kollegial. Als Projektmacher wurde mir oft von der Grün Berlin das Gefühl gegeben, dass sie dieses Projekt wertschätzen und es als einen wertvollen Beitrag für die Nachbarschaft und für alle Feldbesucherinnen ansehen. Sie wollen es auch gerne erhalten.“ (RadWerkstatt Thf)*

## 8.4 Vernetzung der Angebote verstärken

Als Wunsch für die Zukunft wird ein intensiverer und durch die Grün Berlin GmbH unterstützter Austausch zwischen den Angeboten genannt. Dabei wird bemängelt, dass das Ziel, die Kooperation unter Angeboten beispielsweise durch die Einrichtung eines gemeinsamen Büros zu fördern, nicht erreicht wurde.

*„Also es gab ja damals 2012, 2013, 2014 ganz viele Treffen, wo es darum ging, die Pionierprojekte weiterzuentwickeln, zu vernetzen und die Frage, was können wir gemeinsam tun, um die Projekte zu stärken. [...] Grün Berlin hat sich nicht besonders kooperativ gezeigt. Wir hatten vor Jahren darum gebeten, einen Ort zu haben, wo wir ein Telefon, einen Computer hinstellen können und dann sitzt da, sei es eine geförderte oder ehrenamtliche Kraft, um die Kommunikation zu fördern und zu koordinieren. Das war lange im Gespräch. Es hat nichts gebracht außer ordnerweise Protokolle, wo Sachen drinstehen, die nicht umgesetzt wurden.“ (KULTURGate)*

Mehrere Angebotsträger\*innen weisen darauf hin, dass ursprünglich eine größere Anzahl von Angeboten angesiedelt werden sollte. Vor allem Akteure auf der Seite des Columbiadamms versprachen sich Synergieeffekte durch die Ansiedlung von zusätzlichen und insbesondere nicht-kommerziellen Projekten. Eine dieser Angebotsträger\*innen beabsichtigt, das Tempelhofer Feld in naher Zukunft zu verlassen.

*„Die ursprünglichen Erwartungen an den Platz waren, dass das der Hotspot der Stadt wird. Wir haben gedacht, es kommen 200 Projekte, das ist der Meeting- und Melting-point von ganz Berlin, wir haben uns eine blühende Sport- und Kulturlandschaft vorgestellt.“ (nature Mini ART Golf)*

Für die Träger\*innen eines anderen Angebots ergibt sich aus der geringeren Anzahl von Angeboten auf dem Feld, insbesondere von gärtnerischen Projekten, die Problematik, dass Besucher\*innenströme sich nicht verteilen könnten und ihr eigenes Angebot dadurch übernutzt sei.

## 8.5 Öffentlichkeitsarbeit

Die überwiegende Zahl der Befragten äußert den Wunsch nach mehr Öffentlichkeitsarbeit zu ihren Aktivitäten und Angeboten einerseits und zu der auf dem Feld vorhandenen Infrastruktur wie Toiletten andererseits. Diese Öffentlichkeitsarbeit erwartet die Mehrheit der Interviewten von der Grün Berlin GmbH.

Vorwiegend Betreiber\*innen von Serviceangeboten und gastronomischen Angeboten fänden es wünschenswert, wenn auf den Infotafeln an den Eingängen mehr Angaben zu ihrem Standort zu finden wären, und haben dies teilweise in der Vergangenheit bereits bei der Grün Berlin GmbH angeregt. Die Verantwortlichen eines Angebotes, die die Auslastung mit Besucher\*innen bereits jetzt als zu hoch empfinden, haben im Gegensatz zu mehr Information eine andere Form der Information angeregt, die den Charakter und die Ziele der einzelnen Angebote herausstellt und die Besucher\*innen für ein respektvolleres Verhalten sensibilisiert.

## **8.6 Standort**

Der Standort der jeweiligen Angebote hat eine große Bedeutung für ihr Funktionieren und ihre Konzeption. Auch wenn teilweise Kritik an der Funktionsweise beispielsweise auf Grund von fehlender Ausstattung oder fehlender Öffentlichkeitsarbeit geäußert wird, sind die Angebotsträger\*innen doch überwiegend mit ihrem Standort zufrieden. Keiner der interviewten äußert den Wunsch, den Standort auf dem Tempelhofer Feld zu wechseln. Für die unterschiedlichen Standorte werden jeweils spezifische Qualitäten genannt, wie der weite Blick und der Blick auf den Sonnenuntergang (Tempelhofer Damm), nahe zu den angrenzenden Nachbarschaften (Oderstraße) oder wiederum etwas abseits des Trubels (Columbiadam) zu liegen. Eher stellen Akteure, vor allem auf der Seite des Columbiadamms, Anforderungen an eine Weiterentwicklung ihres jetzigen Standortes beispielsweise durch die Ansiedlung weiterer Projekte zur Erzeugung von Synergieeffekten oder durch die Errichtung zusätzlicher Ausstattung.

## **8.7 Vandalismus und Schließzeiten**

Neben den benannten Handlungsbedarfen thematisieren die Befragten Vandalismus und Schließzeiten des Feldes. Vandalismus hat nach Aussage von zwei Interviewten über die Jahre zugenommen und erfordert eine Lösung. Ob die Schließzeiten des Tempelhofer Feldes dazu notwendig bzw. nützlich sind, beurteilen die Interviewten kontrovers. Während einige sie befürworten, sehen andere sie für wenig wirksam an, da Vandalismus trotz der Schließzeiten auch nachts auftritt. Die Befragten eines Angebotes stehen den Schließzeiten auch deshalb kritisch gegenüber, weil sie sie nicht durch das ThFG legitimiert sehen. Neben Vandalismus im Speziellen problematisieren Interviewte auch das Verhalten von Besucher\*innen im Allgemeinen. Sie wünschen sich mehr gegenseitige Rücksichtnahme und einen respektvolleren Umgang mit dem Vorhandenen.





Vielfältige Nutzung des Tempelhofer Feldes



## 9 Zusammenfassung und zentrale Ergebnisse

Die elf interviewten Angebotsträger\*innen repräsentieren ein Spektrum der angesiedelten Nutzungen, wie es nach dem ThFG und dem EPP intendiert ist. Die Zielsetzungen der Interviewten reichen vom gemeinschaftlichen Gärtnern, Projekten gemeinsamen Lernens und der Umweltbildung über Projekte der Kunst und Kultur und Angeboten für sportliche Aktivitäten bis zu gastronomischen Serviceangeboten. Bei fast allen Angeboten spielt das Thema Natur implizit oder explizit eine Rolle. Die Bandbreite reicht von Umweltbildungsangeboten über Naturerfahrungsräume und Urban Gardening bis hin zu einer ökologischen Arbeitsweise. Damit in Zusammenhang stehen ökologische Ziele der Angebote zur Deckung ihres Energiebedarfs durch erneuerbare Energien wie Wind- und Solarenergie. Die Gemeinschaftsgärten wie der Stadtteilgarten Schillerkiez sind der sichtbarste Teil dieser Naturraum-Orientierung und erfüllen gleichzeitig mehrere Leitziele: Förderung des bürgerschaftlichen Engagements, partizipative Entwicklung des Feldes, Umweltbildung, Erholung und Nachbarschaftsorientierung.

### 9.1 Zusammenfassung der Basisdaten

Für die befragten Angebotsträger\*innen bestehen die nachfolgenden Rahmenbedingungen für ihre Arbeit:

**Zielgruppen:** Die überwiegende Anzahl der Angebote steht allen Menschen zur Nutzung offen. Einige richten sich (zusätzlich) gezielt an bestimmte Bevölkerungsgruppen. Am häufigsten liegt der Fokus bei Kindern und Jugendlichen.

**Präsenz auf dem Feld:** Alle Angebote waren, mit Ausnahme der gastronomischen, die im Jahr 2014 dazukamen, Teil des Pionierverfahrens von 2010/2011. Die Präsenzzeiten auf dem Feld sind weit überwiegend die Monate von April bis Oktober.

**Finanzierung:** Die Projekte bürgerschaftlichen Engagements werden getragen aus Vereinsgeldern, finanzieren sich über Spenden oder Fördermittel. Die kostenpflichtigen Service- sowie Gastronomieangebote finanzieren sich überwiegend aus ihren selbst erwirtschafteten Einnahmen.

**Vertragssituation:** Die Vertragslaufzeiten sind aktuell bei der Mehrzahl der Angebote ein- bis zweijährig.

**Ausstattung:** Die Ausstattung der untersuchten Angebote umfasst verschiedene, aber nicht dauerhaft im Boden verankerte Räumlichkeiten wie Zelte, Bauwagen, Container sowie der thematischen Ausrich-

tung entsprechende Elemente wie z.B. Hochbeete. Strom wird bezogen über vorhandene Stromanschlüsse, die zum ehemaligen Flughafengebäuden gehören, oder wird selbst erzeugt mit Hilfe von Solarpaneelen, einem Windrad oder einem benzinbetriebenen Generator. Wasser wird ebenfalls über bestehende Anschlüsse oder über Wassertanks bezogen. Eine Versorgung mit Strom und Wasser ist aber nicht bei allen Angeboten gegeben.

**Kooperationen:** Es bestehen eher lose Kooperationen zwischen den Angeboten auf dem Tempelhofer Feld. Sie reichen von Absprachen zu Veranstaltungen bis hin zur unterstützenden Versorgung mit Strom oder Materialien. Alle interviewten Träger\*innen von Projekten bürgerschaftlichen Engagements kooperieren mit Institutionen außerhalb des Tempelhofer Feldes wie Schulen und Universitäten.

## **9.2 Zusammenfassung zu den Nutzer\*innen des Feldes und ihrer Kenntnis der Angebote**

Die Ergebnisse der Besucher\*innenbefragung zeigen, dass für die Mehrheit der Befragten der Anlass des Feldbesuchs darin liegt, Ruhe und Erholung zu finden, sich mit Familie und Freund\*innen zu treffen oder Sport zu treiben. Die Mehrheit der Besucher\*innen kommt regelmäßig, d.h. mindestens einmal im Monat, die meisten sogar häufiger. Dieses Ergebnis ist über alle Altersgruppen hinweg valide, mit Ausnahme der älteren Menschen ab 65 Jahren, die das Feld unterdurchschnittlich häufig besuchen. Weibliche und männliche Besucher\*innen besuchen annähernd gleichermaßen das Feld. Die Mehrheit der Besucher\*innen kommt aus den angrenzenden Wohngebieten, knapp ein Fünftel aber auch aus den weiter entfernt liegenden Teilen der Stadt.

### **Ergebnisse zum Bekanntheitsgrad der befragten Angebote nach Nutzer\*innengruppen des Feldes**

Die Untersuchungsergebnisse zeigen darüber hinaus, dass der allgemeine Bekanntheitsgrad der Angebote auf dem Feld nicht sehr hoch ist. Den höchsten Bekanntheitsgrad unter den untersuchten Angeboten haben Tempelburger, RadWerkstatt Thf und Stadtteilgarten Schillerkiez. Aus den Befragungsergebnissen ist ersichtlich, dass ein Zusammenhang zwischen dem Bekanntheitsgrad der Angebote und den Merkmalen der Feldbesucher\*innen differenziert nach Wohnort, Häufigkeit des Feldbesuches, Alter und Geschlecht besteht.

**Häufigkeit des Besuchs:** Den größten Einfluss auf die Bekanntheit hat die Häufigkeit des Besuchs. Je häufiger die Menschen auf dem Tempelhofer Feld sind, desto besser sind ihnen die Angebote bekannt. Besonders häufig kennen regelmäßige Feldbesucher\*innen die RadWerkstatt Thf, der Stadtteilgarten Schillerkiez, das Freilandlabor Britz sowie das gastronomische Angebot Picnic Berlin.

**Wohnort:** Besucher\*innen aus den angrenzenden Wohnorten sind die Angebote häufiger als Menschen, die aus den weiter entfernten Wohnorten Berlins auf das Tempelhofer Feld kommen bekannt. Der Stadtteilgarten Schillerkiez, die RadWerkstatt Thf sowie die gastronomischen Angebote Tempelburger und Picnic Berlin sind Besucher\*innen aus den angrenzenden Quartieren am bekanntesten.

**Alter:** Menschen der beiden mittleren Altersgruppen nutzen das Feld überproportional häufig. Nutzer\*innen zwischen 28-45 und zwischen 46-65 Jahren kennen deshalb im Durchschnitt die Angebote häufiger als Jüngere bis 27 Jahren und Ältere ab 65 Jahren. Eine Ausnahme bei den Jüngeren stellt das Angebot Steckdose Kreuzberg/Segway-Verleih dar.

**Geschlecht:** Bei Frauen ist die Kenntnis der Angebote auf dem Feld nur geringfügig höher als bei Männern. Am deutlichsten zeigt sich ein Unterschied bei den Angeboten KULTURGate, Picnic Berlin und Vogelfreiheit<sup>22</sup>. Diese Angebote sind Frauen deutlich häufiger bekannt als Männern.

### **Selbsteinschätzung der Angebotsträger\*innen hinsichtlich ihrer Nutzer\*innen**

Für die Mehrheit der Befragten wurden die Erwartungen an die Entwicklung ihres Angebots erfüllt oder sogar übertroffen. Nach Einschätzung der Interviewten sind ihre Angebote gut ausgelastet und haben sich verstetigt. Über die Jahre hat sich ihr Bekanntheitsgrad nach eigener Einschätzung erhöht. Die Nutzer\*innen suchen die Angebote zunehmend gezielt auf. Mit der wachsenden Nachfrage ist teilweise eine Aufweichung bzw. Erweiterung der Zielgruppen verknüpft. Dies ist durch die allgemeine Offenheit des Tempelhofer Feldes einerseits sowie die Offenheit der Angebote andererseits bedingt.

Nach Angaben der Angebotsträger\*innen kommt ein großer Anteil ihrer Nutzer\*innen aus angrenzenden Wohngebieten, aber auch aus entfernteren Stadträumen Berlins. Auch nationale und internationale Tourist\*innen sind fester Bestandteil der Nutzer\*innen. Die Angebote sind deshalb sowohl als nachbarschaftliche Anlaufpunkte als auch als berlinweite und touristische Attraktionen zu verstehen. Manche Angebote haben einen engeren Bezug zu den umliegenden Nachbarschaften, während andere stärker touristisch genutzt werden.

## **9.3 Zusammenfassung des Handlungsbedarfs aus Sicht der Angebotsträger\*innen**

Die Interviewten formulierten Handlungsbedarfe hinsichtlich Ausstattung, vertraglicher Regelungen, Öffentlichkeitsarbeit, der Zusammenarbeit mit der Grün Berlin GmbH und Vernetzung der Angebote untereinander sowie dem Thema Vandalismus und Schließzeiten.

---

<sup>22</sup> Siehe Ausführung zur eingeschränkten Aussagekraft des Befundes zur Vogelfreiheit auf Seite 15.

Im Aufgabenbereich der Grün Berlin GmbH liegt das Park- und Betriebsmanagement des Tempelhofer Feldes. Sie ist deshalb Hauptansprechpartnerin für vertragliche und bauliche Angelegenheiten, für Anliegen der Angebotsträger\*innen und die Ausgestaltung der Zusammenarbeit. Damit ist die Grün Berlin GmbH auch die Adressatin von Kritikpunkten, die die Kommunikation und Unterstützung der Projektarbeit betreffen.

**Ausstattung:** Die Mehrheit der Interviewten wünscht zusätzliche angebotsbezogene Ausstattung. Fünf Angebotsträger\*innen formulieren den Bedarf an eine verbesserte Versorgung mit Strom und Wasser. Dabei fehlen ihnen Wasser- bzw. Trinkwasseranschlüsse oder ein Abwassersystem. Zur Stromversorgung wird eine ökologische Lösung über Sonnenergie und Wind favorisiert. Zusätzlich wünschen sich einige der Akteure fest installierte bauliche Elemente und die Errichtung von (Kompost-)Toiletten. Neben der Ausstattung für ihre eigene Arbeit regen zwei Angebotsträger\*innen an, die Ausstattung des Feldes insgesamt durch Sitzgelegenheiten, Toiletten, Mülleimer und mehr Spielangeboten zu ergänzen.

**Vertragliche Regelungen:** Ein großer Wunsch besteht hinsichtlich der Veränderung der vertraglichen Regelungen in Richtung längerer Vertragslaufzeiten. Die bisherigen Regelungen werden als Hindernis betrachtet, Planungssicherheit für eigene Investitionen und Beantragung von Fördermitteln zu gewährleisten.

**Kooperation mit der Grün Berlin GmbH und Unterstützung der Vernetzung:** Die Interviewten wünschen sich bei der Vernetzung untereinander mehr Unterstützung durch die Grün Berlin GmbH. Mehrheitlich wird außerdem eine verbesserte Zusammenarbeit mit der Grün Berlin GmbH gewünscht. Im Kern geht es dabei um einen flexibleren, weniger bürokratischen und verbindlicheren Umgang mit Anliegen und Anträgen.

**Öffentlichkeitsarbeit:** Die meisten Angebotsträger\*innen regen eine verbesserte Öffentlichkeitsarbeit zu ihren Standorten, zu Inhalten ihrer Arbeit sowie zur allgemeinen Infrastruktur auf der Freifläche direkt vor Ort z.B. auf den Informationstafeln des Tempelhofer Feldes an.

**Standort:** Es besteht weit überwiegend Zufriedenheit mit dem jetzigen Standort. Keiner der Befragten äußert den Wunsch, den Standort zu wechseln. Eher stellen die Interviewten Anforderungen an eine Weiterentwicklung des jetzigen Standorts durch eine stärkere Qualifizierung der vorhandenen Ausstattung und Förderung von Synergieeffekten zum Beispiel durch die Ansiedlung weiterer Angebote.

**Vandalismus und Schließzeiten:** Aus Sicht einiger Interviewter gibt es auf dem Feld Tendenzen von Vandalismus, denen entgegengewirkt werden sollte. Inwiefern die Schließzeiten dafür nützlich bzw. notwendig sind, wird kontrovers bewertet. Eine Angebotsträger\*in spricht sich für Maßnahmen aus, die für mehr gegenseitige Rücksichtnahme und einen respektvolleren Umgang mit dem Vorhandenen sensibilisieren.

## 9.4 Diskussions- und Klärungsbedarf

Aus den Anforderungen, die die Angebotsträger\*innen für eine Verbesserung ihrer Arbeit auf dem Tempelhofer Feld stellen, ergeben sich folgende Diskussions- und Klärungsbedarfe:

- Es ist zu klären, inwiefern die gewünschte zusätzliche Ausstattung ermöglicht werden kann. Die Weiterqualifizierung der Ausstattung wird aus Sicht der Interviewten insbesondere für eine ökologische Arbeitsweise, für die Bewilligung von Fördermitteln oder eine Erleichterung der Arbeit für notwendig erachtet.
- Es besteht Diskussionsbedarf, inwiefern die vertraglichen Regelungen (insb. Vertragslaufzeiten) dahingehend verändert werden können, dass sie mehr Planungssicherheit für die Arbeit bieten und dennoch die Veränderbarkeit der Angebotsstruktur zur Förderung von Innovation und Gestaltungsmöglichkeiten gegeben ist. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Freiräume für Projektideen im wachsenden Berlin zunehmend begrenzt sind. Das Tempelhofer Feld stellt dabei eine der wenigen räumlichen Ressourcen dar, wo die Umsetzung von bürgerschaftlichen Projekten jenseits von marktüblichen Miet- und Pachtverhältnissen möglich sind.
- Ferner weisen die Interviewergebnisse auf einen Diskussionsbedarf hin, welche Strukturen notwendig sind, damit Entscheidungen, die die Angebote direkt, aber auch allgemein die Entwicklung des Tempelhofer Feldes berühren, transparent und einvernehmlich getroffen werden können. In der Stärkung einer kooperativen Zusammenarbeit liegt das Potential, Frustration über notwendige Entscheidungen zu vermeiden. Die Ergebnisse der Interviews lassen erkennen, dass es insbesondere bezüglich der Nichtbewilligung für zusätzliche Ausstattungselemente und die Nichtansiedlung von Angeboten auf bestimmten Teilflächen Gesprächsbedarf gibt. Teilweise werden die hierzu getroffenen Entscheidungen als Zeichen gewertet, dass bestimmte Areale des Feldes für eine zukünftige Bebauung offengehalten und deshalb Strukturen nicht verfestigt werden sollen. Es wäre in diesem Zusammenhang zu prüfen, wie die Handhabung von Anliegen der Angebotsträger\*innen flexibler und unbürokratischer gestaltet werden kann.

- Es besteht daher Klärungsbedarf, wie die Vernetzung der Angebote insbesondere durch die Grün Berlin GmbH strukturell unterstützt werden kann. Einige Akteure wünschen sich eine stärkere Vernetzung als bisher. Teilweise wird kritisiert, dass Grün Berlin GmbH den Aufbau von Vernetzungsstrukturen nicht ausreichend fördert. Diese Situationsbeschreibung steht den im EPP formulieren Zielen und Aufgaben der Grün Berlin GmbH entgegen.
- In welcher Form eine intensivere Öffentlichkeitsarbeit zur vorhandenen Angebotsstruktur, zur Information über die bestehende Infrastruktur auf dem Feld und zu Mitgestaltungsmöglichkeiten zum Beispiel hinsichtlich der Initiierung eigener Projekte erfolgen kann, ist zu diskutieren.



Windrad der RadWerkstatt Thf

## 10 Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen der Befragung von Besucher\*innen und Angebotsträger\*innen

Die Besucher\*innenbefragung zum Luftbrückenjubiläum hat ergeben, dass die vorhandenen Angebote nicht Hauptanlass für den Feldbesuch sind. Sie sind dennoch Orte, die den Besucher\*innen Möglichkeiten zum Verweilen, Erholen, für Natur- und Kunsterfahrung, sportliche Aktivitäten und zur Weiterbildung bieten. Sie sind außerdem Ausdruck des partizipativen Charakters des Feldes und setzen den politischen Willen um, durch bürgerschaftliches Engagement die Entwicklung des Feldes mit zu bestimmen. Bei der Betrachtung des thematischen Spektrums der Angebote, lässt sich feststellen, dass sie mit ihrer Zielsetzung und Ausrichtung unterschiedliche Nutzer\*innengruppen des Feldes ansprechen und damit im Kern das bedienen, was die Besucher\*innen des Feldes in der Befragung zum Luftbrückenjubiläum im Mai 2019 als Qualität des Feldes hervorhoben: dass das Tempelhofer Feld ein Natur- und Erholungsraum sowie ein Raum für sportliche und gemeinschaftliche Aktivitäten ist, der mehrheitlich besonders geschätzt wird, weil er durch eine besondere Nutzungsoffenheit und Nutzungsvielfalt charakterisiert ist.

### 10.1 Qualitäten des Feldes und der Angebote

Die Ergebnisse aus der Besucher\*innenbefragung zeigen, dass von Besucher\*innen bestimmte Qualitätsmerkmale des Feldes besonders positiv beurteilt werden. Unabhängig von Alter, Geschlecht und Häufigkeit des Feldbesuchs schätzen Feldbesucher\*innen die **„grenzenlose Weite“** des Feldes. Die enorme und einmalige Größe dieser innerstädtischen Freifläche erzeugt bei vielen der Befragten ein Gefühl, das sie mit Freiheit benennen. Das Tempelhofer Feld wird dabei als Naturraum mitten in der Stadt wahrgenommen, seine Qualität als **„Natur- und Erholungsraum“** steht an zweiter Stelle des Rankings dessen, was Besucher\*innen besonders gefällt, gefolgt von einem Freiheitsgefühl, das es vermittelt. Darüber hinaus schätzen die Besucher\*innen die Nutzungsoffenheit und die unterschiedlichen Nutzungsmöglichkeiten des Feldes sowie konkrete **„Flächen und Orte“** wie die „Grünflächen“ die „Gärten“, „Hundenauslaufflächen“ und „Grillflächen“. Schließlich wird das Tempelhofer Feld auch als Ort der **sozialen Interaktion** wahrgenommen. Als besonderer Begegnungsraum bietet es Besucher\*innen Möglichkeiten, sich mit Freunden bzw. Familie zu treffen und auch darüber hinaus Gemeinschaft zu erfahren. Durch die außergewöhnlichen Raumqualitäten wird das Feld zu einem Ort, den die Befragten bevorzugt wählen, um das zu tun, was sie ohnehin gerne tun möchten.

Die Angebote sind fester Bestandteil der Nutzungsvielfalt des Feldes, ohne dabei die Nutzungsoffenheit einzuschränken oder den von den Besucher\*innen besonders geschätzten Raumqualitäten entgegen-

zustehen. Durch die Angebotsstruktur erhält das Feld eine zusätzliche Dimension, die sowohl die Wahrnehmung des Feldes als offenem und vielfältig nutzbarem Raum prägt, Themen wie das Urban Gardening, Umweltbildung oder der Kunst und Kultur über die unterschiedlichen Projektansätze vermittelt und beispielhaft für Mitgestaltungsmöglichkeiten steht. Die Angebote spiegeln in diesem Sinn den kollaborativen Ansatz für die Entwicklung und Charakteristik des Feldes wider.

## **10.2 Defizite und fehlende Ausstattung**

Neben den Qualitäten des Tempelhofer Feldes aus Sicht der Besucher\*innen und der dort angesiedelten Angebote sind im Rahmen der Befragungen auch Defizite und fehlende Ausstattungselemente ermittelt worden.

Für die Besucher\*innen des Feldes war der Pflegezustand, insbesondere die Vermüllung ein wichtiges Thema. Vereinzelt wurde auch von den Angebotsträger\*innen auf diese Mängel hingewiesen, verknüpft mit dem Wunsch nach einem rücksichtsvolleren Umgang mit dem Feld. Daneben wurden von einzelnen Interviewten als auch von einer hohen Zahl von Besucher\*innen die als unsicher empfundene Perspektive des Tempelhofer Feldes als Defizit benannt, die weiterhin einer Auseinandersetzung um den Erhalt bedarf. Von einem Teil der Besucher\*innen wurde bezüglich der Entwicklungsperspektiven des Feldes die fehlende Diskussion zur „Realisierung einer (Rand-)Bebauung“ moniert. Außerdem wurden von Besucher\*innen „Nutzungskonflikte“ wie „Grillen und Grillgerüche“, „frei herumlaufende Hunde“ und sowohl von ihnen als auch von Angebotsträger\*innen die „Art des Miteinanders“ als störende Aspekte benannt.

An Ausstattung fehlten den Besucher\*innen vor allem zusätzliches Grün und Bäume, gefolgt von mehr Toiletten, mehr Schattenplätzen und mehr Sitzgelegenheiten. Mehr Infrastruktur und Angebote wünschten sie sich dahingegen kaum. Dies zeigte sich insbesondere auch bei den Ergebnissen zur Altersgruppe der Älteren ab 65 Jahren.

### **Ausstattung weiterqualifizieren und Pflegezustand verbessern**

Die aus der Besucher\*innenbefragung ermittelten Qualitäten der Fläche wie ihre Weite, ihre Funktion als Natur- und Naherholungsraum sowie ihre Nutzungsoffenheit mit weitgehend nicht-regulierten Nutzungsmöglichkeiten setzt den Spielraum für eine Weiterqualifizierung der Ausstattung (Sitzgelegenheiten, Schattenplätze, Toiletten, Mülleimer) des Feldes. Die Untersuchungsergebnisse aus beiden Befragungen zeigen aber auch eine hohe Übereinstimmung hinsichtlich des Wunsches, dass störende Aspekte wie Vandalismus, Vermüllung oder die Unsicherheit über die Perspektive des Feldes abgebaut sowie die Ausstattung durch die genannten Elemente ergänzt werden sollte, um die Aufenthaltsqualität auf dem Feld zu erhöhen und die Arbeit der Angebote zu erleichtern. Zusätzliche Angebote wünschen sich die befragten Besucher\*innen dabei zwar kaum, Besucher\*innen und Träger\*innen der Angebote



stimmen aber darin überein, dass gegebenenfalls neue Angebote vorrangig nicht-kommerziell ausgerichtet sein sollten.

### **Weiterqualifizierung der Ausstattung für ältere Menschen und Menschen mit eingeschränkter Mobilität**

Um das Tempelhofer Feld als Ort „für alle“ zu gestalten, sollte die Nutzer\*innengruppen, die aktuell auf dem Feld unterrepräsentiert sind, stärker in Blick genommen werden. Ältere Menschen über 65 nutzen das Feld weniger und kennen die vorhandenen Angebote kaum. Ein Grund dafür könnte die geringere Mobilität der Personen dieses Alters sein. Um das Feld allgemein für mobilitätseingeschränkte Menschen besser nutzbar zu gestalten, hat die ausreichende Ausstattung mit Sitzgelegenheiten, schattenspendenden Elementen und Toiletten eine besondere Relevanz für ein Mehr oder Weniger an Aufenthaltsqualität.

### **Information und Öffentlichkeitsarbeit qualifizieren**

Die Ergebnisse der Besucher\*innenbefragung weisen auf eine geringe Kenntnis der auf dem Feld vorhandenen Angebote sowie der Möglichkeiten, selbst Projekte auf dem Feld zu initiieren, hin. Vor dem Hintergrund des Anspruchs an eine partizipative Entwicklung und Gestaltung des Tempelhofer Feldes erscheint eine Verbesserung der Information zu Partizipationsmöglichkeiten sowie zu der bestehenden Projektstruktur erforderlich. Bei der Weiterentwicklung der Informationsmedien ist zu beachten, dass sich entsprechend der Ergebnisse der Befragung im Mai 2019 die Mehrheit der Besucher\*innen vor Ort über die vorhandenen Angebote informiert.

## **10.3 Ausblick – Das Tempelhofer Feld in Zeiten von Covid-19**

Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchungen des Tempelhofer Feldes zeigen, dass das Feld als Naherholungs- und Naturerfahrungsraum sowohl von Menschen aus den angrenzenden Nachbarschaften als auch aus weiter entfernten Stadträumen Berlins geschätzt und genutzt wird. Besonders herausragend erscheint dabei die Dimension der Freifläche, die durch ihre Größe und Offenheit ganz unterschiedliche Nutzungen ermöglicht und durch die Freiräume für Projektideen eine partizipative Entwicklung des Feldes fördert. Das Tempelhofer Feld wird so zu einem Möglichkeitsraum in der wachsenden und sich zunehmend verdichtenden Stadt Berlin.

Besonders deutlich wurde diese Rolle des Feldes in der ersten Hälfte dieses Jahres durch die Auswirkungen der Covid-19 Pandemie. Durch Kontaktbeschränkungen, Abstandsregelungen und die Schließung geschlossener öffentlicher Räume wurden sportliche und freizeitleiche Aktivitäten sowie soziale Interaktion überwiegend in den öffentlichen Außenraum verlagert. Während eine große Zahl öffentli-

cher Räume in dieser Zeit dennoch leer blieben, wurde das Tempelhofer weiterhin, wenn auch kontrolliert, stark genutzt. Neben der Ausübung der regulären Aktivitäten hat dabei auch eine Verlagerung von Aktivitäten aus anderen, insbesondere geschlossenen Räumen, auf das Tempelhofer Feld stattgefunden. So ist es eine Fläche, auf der heute Chöre ihre Stücke üben, Sportgruppen gemeinsam schwitzen, Lese- und Seminarrunden mit einander diskutieren und viele weitere Formen freizeitlicher und gemeinschaftlicher Aktivitäten ihren Raum finden. Diese Möglichkeit, vielfältige Aktivitäten mit Abstand zu praktizieren, macht auf eine neue Weise die Bedeutung des Tempelhofer Feldes deutlich und unterstreichen seine wichtige Funktion als Entfaltungsraum für die Berlinerinnen und Berliner – insbesondere unter den neuen Rahmenbedingungen, die uns durch Covid-19 auf unbestimmte Zeit begleiten werden.



Volleyball, Joggen, Spazieren, Verweilen: Vielfältige Nutzung der Columbiadamm-Seite des Feldes im Mai 2020



# Anhang

Tabelle aller Nennungen auf die offenen Fragen

| Oberkategorie                          | Nennungen  | Anzahl der Antworten | Anteil an Befragten |
|--|--|----------------------|---------------------|
| <b>Allgemeine Charakteristika</b>      | 11 Alles   | 24                   | 2%                  |
|  | 12 Dass es so bleibt, wie es ist   | 29                   | 3%                  |
|  | 13 Zentrale Lage   | 25                   | 2%                  |
|  | 14 Einzigartigkeit   | 13                   | 1%                  |
|  | 15 Geschichte des Ortes  | 28                   | 3%                  |
|  | 16 Flughafengebäude  | 8                    | 1%                  |
|  | 18 Autofreier Raum   | 9                    | 1%                  |
|  | 19 Nutzungsmischung aus naturbelassenen Arealen/unkultivierter Raum für Flora und Fauna und spezifischen Nutzungen | 3                    | 0%                  |
|  | <b>Flächen u. Orte</b>   | 21 Grünflächen       | 46                  |
| 22 Grillflächen                        |  | 5                    | 0%                  |
| 23 Gärten                              |  | 15                   | 1%                  |
| 24 Hundenauslauffläche                 |  | 11                   | 1%                  |
| 25 Aussichtstürme                      |  | 1                    | 0%                  |
| 26 Wege                                |  | 4                    | 0%                  |
| 27 Start-/Landebahnen                  |  | 7                    | 1%                  |
| 28 Fliegerwerkstatt                    |  | 2                    | 0%                  |
| 29 Soziale Projekte                    |  | 4                    | 0%                  |
| <b>Nutzungsmöglichkeiten</b>           | 32 Vielzahl an Nutzungsmöglichkeiten- und Nutzungsangeboten  | 60                   | 6%                  |
|  | 33 Freiraum für unterschiedlichste Aktivitäten (Drachen steigen lassen usw.)                                       | 19                   | 2%                  |
|  | 34 Spazieren   | 2                    | 0%                  |
|  | 35 Sport   | 28                   | 3%                  |
|  | 36 Picknick  | 1                    | 0%                  |
|  | 37 Gärtnern  | 1                    | 0%                  |
| <b>Temporäre Veranstaltungen</b>       | Temporäre Veranstaltungen  | 1                    | 0%                  |
|  | 41 Pyronale  | 1                    | 0%                  |
| <b>Erholungs- u. Naturraum</b>         | Erholungs- und Naturraum   |                      |                     |
|  | 51 Erholung, Entspannung, Ruhe   | 95                   | 9%                  |
|  | 52 Alleinsein  | 2                    | 0%                  |
|  | 53 Ungestörtheit   | 7                    | 1%                  |
|  | 54 Naturbelassene Orte, Nähe zur Natur   | 47                   | 5%                  |
|  | 55 Schutzzonen für Flora und Fauna (z.B. Vogelschutz)  | 20                   | 2%                  |
|  | 56 Grüne Lunge   | 8                    | 1%                  |
|  | 57 Beobachten von Tieren (z.B. Schafe)   | 6                    | 1%                  |
| 58 Lehrreich für Kinder, Nähe zu Natur | 1  | 0%                   |                     |
| <b>Grenzenlose Weite</b>               | Grenzenlose Weite  |                      |                     |
|  | 61 Große Freifläche, Weite, freies Feld  | 342                  | 34%                 |
|  | 62 freie Sicht, Aussicht, Horizont   | 60                   | 6%                  |
|  | 63 ausreichend Platz für alle  | 56                   | 6%                  |
|  | 64 Licht, Sonne, Luft, Wind  | 30                   | 3%                  |
|  | 65 Sternenhimmel und Sonnenuntergänge  | 2                    | 0%                  |
|  | 66 Unbebauter Raum   | 62                   | 6%                  |
| <b>Weitgehend unkommerzieller Raum</b> | Weitgehend unkommerzieller Raum  |                      |                     |

|                           |  |             |             |
|---------------------------|--|-------------|-------------|
|                           | 71 Unkommerzieller, werbefreier Raum   | 12          | 1%          |
|                           | 72 Kostenlose, für alle freie Zugänglichkeit von fast allen Teilarealen/-nutzungen   | 13          | 1%          |
| <b>Freiheit</b>           | Freiheit   | 107         | 11%         |
|                           | 81 Freiraum, Raum für Individualität   | 26          | 3%          |
|                           | 82 Raum für Spontanität  | 2           | 0%          |
|                           | 83 Raum für Kreativität  | 4           | 0%          |
|                           | 84 ungeplanter/spontaner/provisorischer/unstrukturierter Raum, laissez-faire, alles ist möglich, unleserlich, Selbstregelung | 12          | 1%          |
|                           | 85 Selbstbestimmungsmöglichkeiten  | 1           | 0%          |
|                           | 86 Raum jenseits von Politik und Immobilienlobby   | 2           | 0%          |
| <b>Gemeinschaft</b>       | Gemeinschaft   | 0           | 0%          |
|                           | 91 Begegnungsraum  | 15          | 1%          |
|                           | 92 Solidarisches, multikulturelles, generationsübergreifendes und friedliches Miteinander, Gemeinschaftsgefühl               | 25          | 2%          |
|                           | 93 entspannte, ungezwungene Atmosphäre; jede*r kann machen, was er*sie will; freundliche Stimmung                            | 23          | 2%          |
|                           | 94 Treffpunkt mit Freunden   | 2           | 0%          |
|                           | 95 Raum für Familien und Kinder  | 6           | 1%          |
|                           | 96 Aneignungs-, Beteiligungsmöglichkeiten  | 3           | 0%          |
|                           | 98 Zivilgesellschaftliches Engagement, Initiativen   | 1           | 0%          |
| <b>Ausstattung/Pflege</b> | 134 (kostenlose) Toiletten   | 2           | 0%          |
|                           | 135 Pflege- und Reinigungskonzept Berlin Grün  | 8           | 1%          |
|                           |  |             |             |
| <b>Insgesamt</b>          | <b>1349</b>  | <b>1349</b> | <b>133%</b> |

| Gefällt nicht/fehlt                | Nennungen  | Anzahl der Antworten | Anteil an Befragten |
|------------------------------------|--|----------------------|---------------------|
| <b>Grundsätzliche Situation</b>    | 11 Alles   | 4                    | 0%                  |
|                                    | 12 Dass der Flughafen geschlossen und ungenutzt ist  | 9                    | 1%                  |
|                                    | 13 Geflüchtetenunterkunft  | 3                    | 0%                  |
|                                    | 14 Gestaltung, Struktur  | 4                    | 0%                  |
| <b>Pflegezustand</b>               | 21 Schlechter Zustand, Verfall   | 6                    | 1%                  |
|                                    | 22 Kaputte oder dreckige Toiletten   | 3                    | 0%                  |
|                                    | 23 Vermüllung (Schmutz, Glas, Zigarettenstummel..)   | 71                   | 7%                  |
|                                    | 24 Hundekot  | 3                    | 0%                  |
|                                    | 25 Staubig   | 3                    | 0%                  |
| <b>Reglementierungen</b>           | 30 Reglementierungen   |                      |                     |
|                                    | 31 Parkaufsicht  | 8                    | 1%                  |
|                                    | 32 Sicherheitsvorkehrungen der Polizei   | 1                    | 0%                  |
|                                    | 33 Zu wenig Hundefreiheit, zu viel Leinenpflicht   | 8                    | 1%                  |
| <b>Nutzungskonflikte</b>           | 40 Nutzungskonflikte   | 1                    | 0%                  |
|                                    | 41 Lärm, laute Gruppen, Hektik   | 4                    | 0%                  |
|                                    | 42 Das Grillen, Grillgeruch  | 13                   | 1%                  |
|                                    | 43 Frei herumlaufende Hunde,   | 9                    | 1%                  |
|                                    | 44 Hundeauslaufgebiet  | 1                    | 0%                  |
|                                    | 45 Zu viele Menschen   | 7                    | 1%                  |
|                                    | 46 Drogenverkauf   | 1                    | 0%                  |
|                                    | 47 Art des Miteinanders (z.B. asoziales Verhalten, rücksichtslose Radfahrende, Gemüseklau) | 20                   | 2%                  |
|                                    | 48 Sportmachende   | 6                    | 1%                  |
| 49 Die Segways                     | 2  | 0%                   |                     |
| <b>Konzept und Charakteristika</b> | 50 Konzept und Charakteristika des Feldes  |                      |                     |

|                              |     |   |            |            |
|------------------------------|-----|---|------------|------------|
|                              | 51  | Teure Freizeitangebot, kommerziellen Aktivitäten und Veranstaltungen                              | 15         | 1%         |
|                              | 52  | Die Projekte  | 1          | 0%         |
|                              | 53  | Beton   | 2          | 0%         |
|                              | 54  | Schließzeiten, dass es nachts geschlossen ist   | 22         | 2%         |
|                              | 55  | Zäune   | 3          | 0%         |
|                              | 56  | Windig  | 28         | 3%         |
|                              | 57  | Zu viel Weite, zu kahl, zu ungenutzt, langweilig  | 25         | 2%         |
|                              | 58  | Zu wenig Aktivität(en)-angebote, zu wenig los   | 5          | 0%         |
|                              | 59  | Verkehrslärm  | 1          | 0%         |
| <b>Perspektive</b>           | 60  | Entwicklungsperspektiven des Tempelhofer Felds  |            |            |
|                              | 61  | Keine Realisierung einer Randbebauung   | 21         | 2%         |
|                              | 62  | Kampf um die Zukunft der Freifläche, ungewisse Zukunft, Diskussion um Bebauung, geplante Bebauung | 59         | 6%         |
|                              | 63  | Fehlende Perspektive/Konzept  | 6          | 1%         |
|                              | 64  | Dass das Tempelhofer Feld bekannt werden soll b(unklar!)  | 3          | 0%         |
| <b>Ausstattungs-elemente</b> | 70  | Ausstattungs-elemente   | 1          | 0%         |
|                              | 72  | Überdachung   | 1          | 0%         |
|                              | 73  | Schließfächer   | 1          | 0%         |
|                              | 74  | Ausreichende Anzahl von Müllbehälter  | 4          | 0%         |
|                              | 75  | Schatten  | 29         | 3%         |
|                              | 76  | Mehr Bäume, mehr Grün, Bepflanzung  | 62         | 6%         |
|                              | 77  | Sitzgelegenheiten, Bänke  | 28         | 3%         |
|                              | 78  | Mehr Toiletten und somit kürzere Wege dorthin   | 34         | 3%         |
|                              | 79  | Trinkwasserspender  | 11         | 1%         |
| <b>Infrastruktur</b>         | 90  | Zusätzliche Infrastruktur   | 1          | 0%         |
|                              | 91  | Gutes Informationsleitsystem (zu Projekten; zu Essmöglichkeiten; zu Beteiligungsmöglichkeiten)    | 5          | 0%         |
|                              | 92  | Beschilderungen nicht nur auf Deutsch und Englisch  | 1          | 0%         |
|                              | 93  | Mehr Infos zum historischen Hintergrund   | 3          | 0%         |
|                              | 94  | Shuttle-Service   | 1          | 0%         |
|                              | 95  | Andere oder mehr Zugänge (mehr Ampeln, kein Schotterweg)  | 7          | 1%         |
|                              | 96  | Anbindung im Süden  | 1          | 0%         |
|                              | 97  | See   | 2          | 0%         |
| <b>Angebote</b>              | 100 | Zusätzliche Angebote/Nutzungsmöglichkeiten  |            |            |
|                              | 101 | Mehr gastronomische Angebote  | 13         | 1%         |
|                              | 102 | Größerer Biergarten   | 1          | 0%         |
|                              | 103 | Fitnessplatz, Trimmichpfad  | 2          | 0%         |
|                              | 104 | Spielflächen, Großer Spielplatz, Wasserspielplatz   | 6          | 1%         |
|                              | 105 | Mehr Grillflächen   | 2          | 0%         |
|                              | 106 | Mehr Gartenflächen  | 1          | 0%         |
|                              | 107 | Wege zum Inlinerfahren (gibt es doch?)  | 1          | 0%         |
| <b>Sonstiges</b>             | 200 | Sonstiges   | 5          | 0%         |
|                              | 201 | Luftfahrtmuseum   | 4          | 0%         |
|                              | 202 | mehr Schutz für Tiere   | 1          | 0%         |
| <b>Insgesamt</b>             |     |   | <b>600</b> | <b>59%</b> |



## Fragebogen Besucher\*innenbefragung



### 1. Wie oft besuchen Sie das Tempelhofer Feld?

- nur heute     selten     mind. 1xWoche     mind. 1x im Monat

### 2. Anlass des Feldbesuchs heute

- Besuch einer Veranstaltung  
 Ruhe und Erholung  
 Sport  
 Freizeit mit Freunden/Familie  
 Sonstiges \_\_\_\_\_

### 3. Anlass des Feldbesuchs an anderen Tagen

- Besuch einer Veranstaltung  
 Ruhe und Erholung  
 Sport  
 Freizeit mit Freunden/Familie  
 Sonstiges \_\_\_\_\_

### Angebote und Projekte auf dem Tempelhofer Feld

#### 4. Welche Angebote/Projekte kennen Sie auf dem Tempelhofer Feld, wo Bürger\*innen etwas für die Allgemeinheit gestaltet haben?

Bitte kreuzen Sie diese Projekte/Angebote auf der folgenden Seite an.



- |   |  |
|---|--|
| 01 Forscherzelt Freilandlabor Britz       | 11 Steckdose Kreuzberg Elektromobilität Segway |
| 02 Lernort Natur                          | 12 Teubert – Tretmobile und Fahrräder          |
| 03 ML.N.T. Grünes Klassenzimmer           | 13 DINGDADU - Talentschule                     |
| 04 Mobile Fahrradwerkst                   | 14 Theater der Welten                          |
| 05 Gemeinschaftsgarten Allmendekontor     | 15 Vogelfreiheit                               |
| 06 Rübezahl Gemeinschaftsgarten           | 16 Plattenvereinigung                          |
| 07 Stadtteilgarten Schillerkiez           | 17 Nature Mini Art Golf                        |
| 08 Jugger e.V.                            | 18 Stadttacker / Stattacker                    |
| 09 Haus 104                               | 19 Treffpunkt Religion und Gesellschaft        |
| 10 Nordisch Aktiv-Kurs-und Verleihzentrum | 20 Storybox                                    |

5. Wie gut kennen Sie diese Projekte?



| Nummer des Projektes     | Geben Sie eine Einschätzung auf einer Skala von 1 – 10 |           |                          |
|--------------------------|--|-----------|--------------------------|
|                          | 1 = sehr wenig   | 5 = etwas | 10 = sehr gut            |
| <input type="checkbox"/> |  |           | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |  |           | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |  |           | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |  |           | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |  |           | <input type="checkbox"/> |

6. Über welchen Weg haben Sie Informationen über diese Projekte erhalten?  
Mehrere Nennungen möglich.

- vor Ort Besuche
- Social media
- Schilder, Aushänge
- Freunde, Bekannte

7. Auf dem Feld gibt es die Möglichkeit sich ehrenamtlich zu engagieren. Alleine oder mit anderen zusammen.

Welches Projekt würden Sie gerne selber oder mit anderen machen?

\_\_\_\_\_

8. Wissen Sie, wo man sich für ein Projekt bewerben kann?  ja  nein

### Fragen zu weiteren Angeboten auf dem Tempelhofer Feld

9. Welche Angebote kennen Sie, was gefällt Ihnen und was nicht?

|   | Kenn ich                 | Bewerten Sie nach Schulnoten 1 - 6 | Bemerkungen |
|---|--------------------------|------------------------------------|-------------|
| großer Biergarten<br>„Luftgarten“<br>(roter Verkaufsstand)      | <input type="checkbox"/> |                                    |             |
| kleiner Biergarten<br>„Tempelburger“<br>(silberner Imbisswagen) | <input type="checkbox"/> |                                    |             |

|                                  |                          |  |  |
|----------------------------------|--------------------------|--|--|
| Picknickkorbverleih              | <input type="checkbox"/> |  |  |
| Coffebikes                       | <input type="checkbox"/> |  |  |
| Imbisswagen auf der T-Damm Seite | <input type="checkbox"/> |  |  |
| Info-Türme mit Verkauf           | <input type="checkbox"/> |  |  |
| Fahrradverleih                   | <input type="checkbox"/> |  |  |
| Segway-Verleih                   | <input type="checkbox"/> |  |  |

10. Ist Ihnen bekannt, dass es als Ergebnis des Volksentscheides ein Gesetz gibt, dass das Feld vor Bebauung schützt?

ja  nein

11. Kennen Sie das Bürgerbeteiligungsmodell für das Tempelhofer Feld? ( steht im Entwicklungs- und Pflegeplan / EPP )

ja  nein

12. Was gefällt Ihnen ganz besonders auf dem Tempelhofer Feld?

\_\_\_\_\_

13. Was gefällt Ihnen nicht auf dem Tempelhofer Feld?

\_\_\_\_\_

### Angaben zur Person

Wo wohnen Sie? Postleitzahl \_\_\_\_\_

#### Alter

15 - 18  19 - 27  28 - 45  46 - 65  > 65

#### Geschlecht

weiblich  männlich

**Leitfaden für die Interviews mit den Projektträger\*innen auf dem Tempelhofer Feld**

## Leitfaden für die Interviews mit den Projektträgern auf dem Tempelhofer Feld

**Aufgabenstellung:** Evaluation aller Projekte auf dem Tempelhofer Feld hinsichtlich der konkreten Projektidee und der tatsächlichen Zielerreichung

|          |                                 |  |
|----------|---------------------------------|--|
| <b>1</b> | <b>Basisdaten des Projektes</b> | Name:<br>Standort: <i>auf Karte einzeichnen</i>  |
|          |                                 | Organisationsform<br>(Einzelperson, Gruppe, Verein, GmbH, GbR ...)   |
|          |                                 | Anzahl der Mitglieder /Mitarbeiter   |
| <b>2</b> | <b>Projektidee</b>              | Was war die ursprüngliche Projektidee?   |
|          |                                 |  |
| <b>3</b> | <b>Öffnungs-/Präsenzzeiten</b>  | Mo – Fr                                      Wochenende<br>von .....bis.....                      von .....bis.....  |
|          |                                 | Haben sich Änderungen der regelmäßigen Öffnungs- oder Präsenzzeiten gegenüber den Vorjahren ergeben? Wenn ja, warum? |
| <b>4</b> | <b>Materielle Ausstattung</b>   | Baulichkeiten, z.B. Container, Bänke, Kisten, Zelte, Absperrungen, Wasser, Strom                                     |
| <b>5</b> | <b>Veranstaltungen</b>          | Beinhaltet eure Projektarbeit auch die Durchführung von Veranstaltungen oder Workshops?                              |

|    |  |   |
|----|--|---|
| 6  | <b>Akteure/Nutzer/Gäste</b>                                  | Wie wird das Projekt angenommen über die Jahre<br><i>Kurve einzeichnen</i>  |
|    | Fortsetzung Akteure/Nutzer/Gäste                             | Woher kommen die mitwirkenden Akteure/Mitarbeiter?<br><i>auf Karte einzeichnen</i><br>2 Grafiken im Anhang: Nähere Umgebung und weitere Umgebung:   |
|    |  | Wie viel Akteure wirken derzeit insgesamt (circa) am Projekt mit?   |
|    |  | Wer besucht/nutzt euer Projekt? anteilige Schätzung<br><br>Touristen            in %:<br><br>Anrainer            in %:<br><br>andere Stadtteile            in %:  |
| 7  | <b>Finanzierung des Projektes</b>                            | z.B. Eigenmittel, Drittmittel<br>(Fördermittel, Spenden, Forschung) Eintrittsgelder, Teilnahmegebühren<br><br>Wofür werden die jeweiligen Sachmittel verwendet?<br>(z.B. Honorare, Betriebskosten, Investitionen) |
|    |  | Wie hat sich die Finanzausstattung über die Jahre entwickelt?<br><i>Kurve einzeichnen</i>   |
|    |  |   |
| 8  | <b>Sonstige Projekte oder Aktivitäten des Projektträgers</b> | z.B. Universitätsanbindung, weitere Standorte usw.  |
| 9  | <b>Kooperationen</b>   | Kooperationen mit anderen Projekten auf dem Feld  |
|    |  | Kooperationen mit anderen Trägern oder Bildungsträgern  |
|    |  | Kooperationen mit der Parkverwaltung<br><i>u.a. in Bezug auf:</i><br>Öffentlichkeitsarbeit<br>Logistik<br>Infrastruktur   |
| 10 | <b>Vertragliche Angelegenheiten</b>                          | Gibt es Klärungsbedarf, der die vertraglichen Grundlagen Eures Projektes betrifft?  |

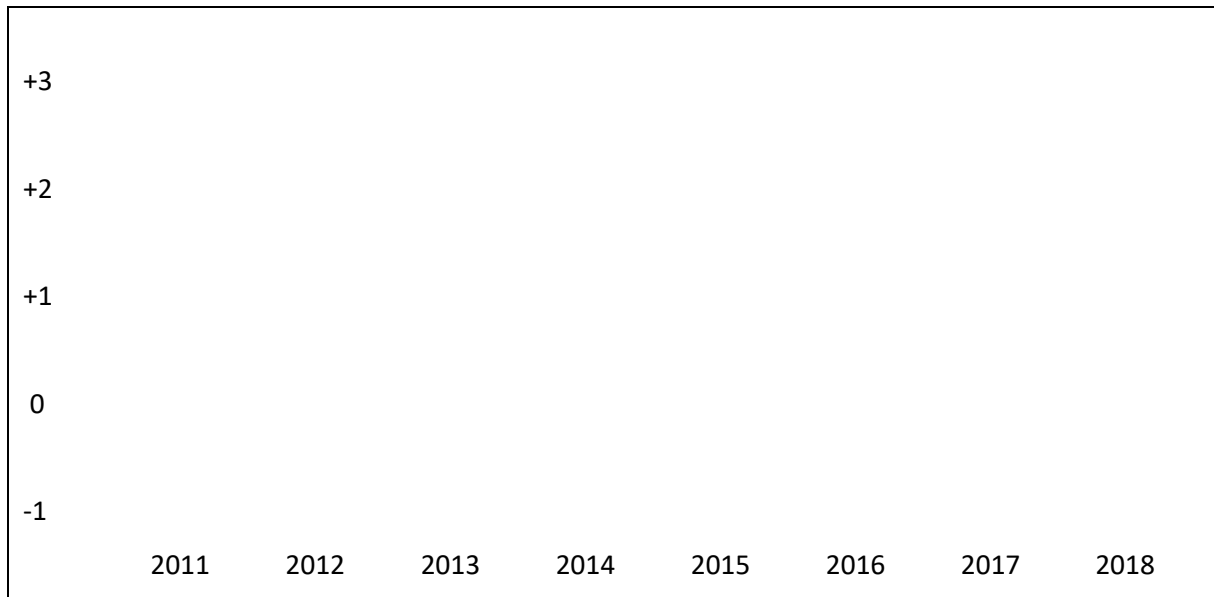
|    |  |  |
|----|--|--|
| 12 | <b>Standort</b>                        | Hat sich der Mikro-Standort Eures Projekts bewährt? Wo liegen Vorteile, wo liegen Standortnachteile?   |
| 13 | <b>ThFG<br/>Beteiligungsmodell EPP</b> | Ist das ThFG in seinen Grundzügen bekannt?<br>Ist das Beteiligungsmodell bekannt?  |
| 13 | <b>Gesamteindruck</b>                  | Wie zufrieden seid Ihr mit dem Projekt über die Jahre?<br>Haben sich Eure ursprünglichen Erwartungen erfüllt?<br>Was würdet ihr euch für das Projekt für die Zukunft wünschen? |

## Anhang

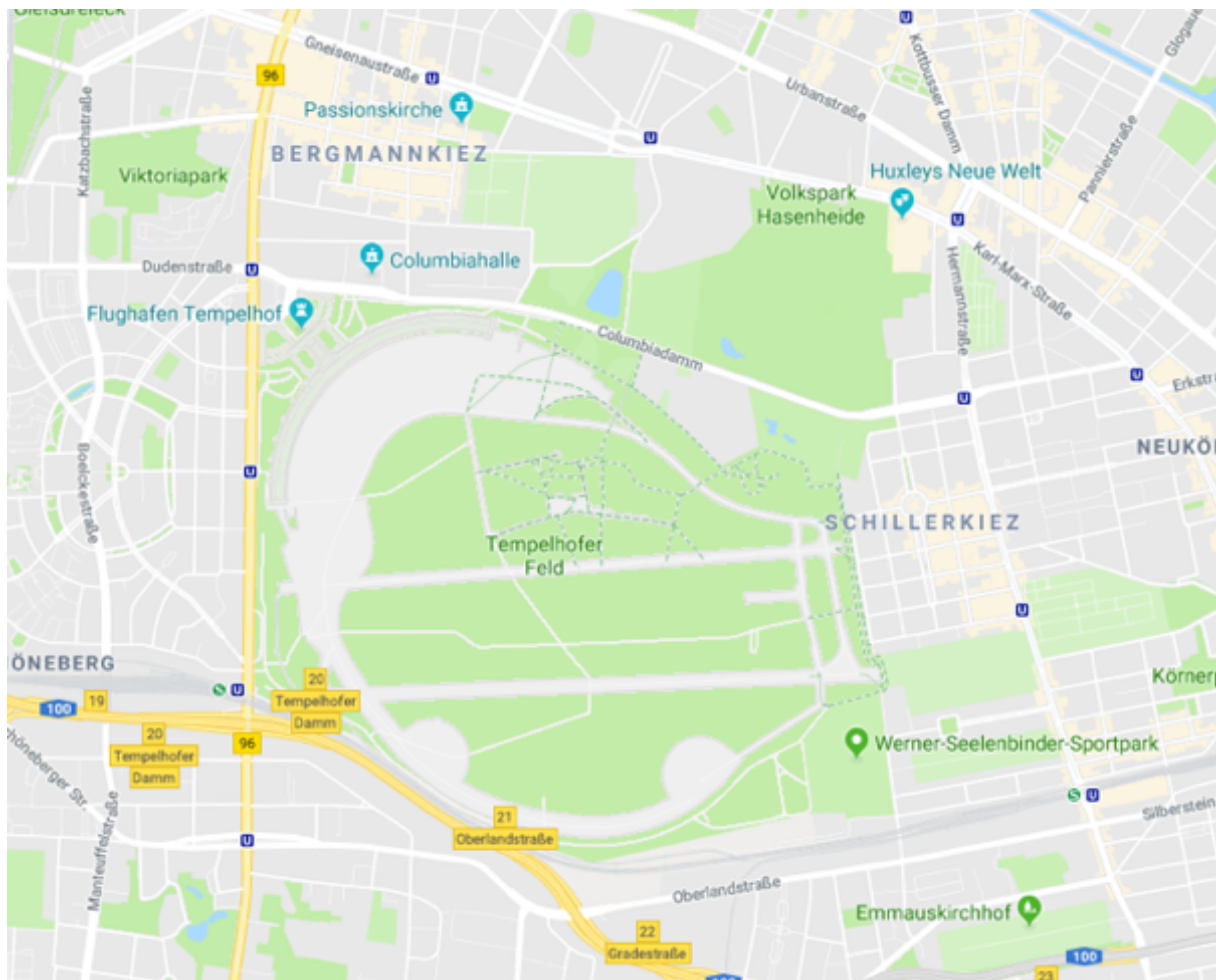
### zu 2 Feldkarte zum Einzeichnen des Projektstandortes



zu 6 **Grafik Entwicklung Annahme des Projektes 2011 bis 2018**



**Karte Umgebung des Tempelhofer Feldes**



zu 6 Karte von Berlin nach Stadtteilen aufgeteilt



zu 7 Grafik Entwicklung Finanzausstattung 2011 bis 2018

