



Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Angewandte Psychologie

Bedürfnisanalyse von Interessengruppen zur Optimierung des Gassenreglements der Stadt Bremgarten

Leistungsnachweis: Projektarbeit – HS24/FS25

Autorinnen:

Jessica Assis Pardal, jessica.assispardal@students.fhnw.ch

Lena Elsässer, lena.elsaesser@students.fhnw.ch

Selina Roth, selina.roth1@students.fhnw.ch

Vanessa Vallelonga, vanessa.vallelonga@students.fhnw.ch

Lorena Vodevic, lorena.vodevic@students.fhnw.ch

Betreuung:

Sarah Heather Lehmann, sarahheather.lehmann@fhnw.ch

Olten, 09. März 2025

Abstract

Das Gassenreglement der Stadt Bremgarten beeinflusst massgeblich das Erlebnis der Kundschaft und die Interessen verschiedener Akteure im öffentlichen Raum. Diese Studie untersucht die Bedürfnisse relevanter Interessengruppen mittels eines kombinierten qualitativen und quantitativen Ansatzes. Interviews mit Stakeholdern dienten der Identifikation zentraler Themen, auf deren Basis ein Fragebogen entwickelt wurde. Die Ergebnisse zeigen, dass das Reglement als veraltet wahrgenommen wird und eine grössere Flexibilität erforderlich ist, insbesondere für Gewerbetreibende. Gleichzeitig soll die historische Attraktivität der Altstadt erhalten bleiben. Die Studie liefert fundierte Handlungsempfehlungen für eine evidenzbasierte Anpassung des Reglements zur nachhaltigen Verbesserung des Erlebnisses der Kundschaft.

Anzahl Wörter Abstract: 94

Anzahl Zeichen: 114'778 inkl. Leerzeichen

Key Words: Bedürfnisse, Widerstände, Motive, Stakeholder, Reglement, Customer Experience, Barrieren, Wünsche, Erwartungen, Interessensgruppen

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	6
1.1	Relevanz	6
1.2	Zielsetzung und Fragestellung.....	8
1.3	Aufbau der Arbeit.....	9
1.4	Limitationen.....	10
2	Theorie	12
2.1	Psychologische Widerstände	12
2.2	Bedürfnisse	15
2.2.1	Maslows Bedürfnispyramide - Abraham Maslow	16
2.2.2	Bedürfnistheorie der drei Kategorien (ERG-Theorie) - Clayton Alderfer.....	17
2.2.3	Theorie der gelernten Bedürfnisse – David McClelland	18
2.3	Customer Experience.....	19
2.3.1	Touchpoints.....	20
2.3.2	Kano-Modell	23
3	Methoden.....	26
3.1	Begründung der Methodenwahl	26
3.2	Forschungsdesign	27
3.3	Qualitative Datenerhebung	27
3.3.1	Interviewleitfadenentwicklung	29
3.3.2	Sampling	30
3.3.3	Datenerhebung	32
3.3.4	Inhaltsanalyse.....	33
3.4	Quantitative Datenerhebung	34
3.4.1	Gütekriterien quantitativer Forschung	34
3.4.2	Fragebogenkonstruktion	34
3.4.3	Sampling Fragebogen	37

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

3.4.4	Statistische Auswertung.....	39
4	Ergebnisse	46
5	Diskussion	52
5.1	Beantwortung der Fragestellungen.....	52
5.1.1	Unterfragestellungen.....	52
5.1.2	Hauptfragestellung	57
5.2	Handlungsempfehlung zur Überarbeitung des Gassenreglements	58
5.3	Reflexion	61
5.4	Fazit	62
	Literaturverzeichnis	63
	Tabellenverzeichnis.....	68
	Abbildungsverzeichnis.....	69
	Anhang A – Finaler Fragebogen	70
	Anhang B – Antworten Freitextfelder.....	75
	Anhang C - Einverständniserklärung Interview	84
	Anhang D – Leitfaden Interviews.....	85
	Anhang E - Ethik Checkliste Interview	91
	Anhang F – Aktuelles Gassenreglement (Auszug relevanter Artikel)	93

Glossar

Tabelle 1: Glossar

Begriff	Definition / Erklärung
Customer Experience	Bezeichnet die Gesamtheit der Erlebnisse und damit verbundenen emotionalen Reaktionen, die Konsumierende, im Verlauf ihrer Interaktion mit Produkten, Dienstleistungen und Systemen eines Unternehmens sowie dessen verschiedenen Stakeholdern (z.B. Mitarbeitende, Kundschaft, Werbung etc.) erfahren. Diese Erlebnisse entstehen sowohl durch einmalige als auch wiederholte Wahrnehmungen und prägen die langfristige Beziehung zwischen den Konsumierenden und dem Unternehmen (Rusnjak & Schallmo, 2018a). In dieser Arbeit wird auch das Synonym Kundenerlebnis verwendet.
Customer Journey	Die Begriffe <i>Touchpoint</i> und <i>Kontaktpunkte</i> beschreiben die verschiedene Interaktionsstellen, die in der Customer Journey zusammenkommen. Diese „Reise“ beginnt mit der Informationssuche und umfasst alle geplanten sowie unbeabsichtigten Interaktionen, die die Konsumierenden mit dem Unternehmen oder der Marke haben (Rothe, Naskrent, Stumpf & Westphal, 2023a).
Gassenreglement	Das Gassenreglement ist die städtische Verordnung zur Ordnung und Sauberkeit in öffentlichen Strassen der Stadt Bremgarten. Es regelt unter anderem Verkehr, Abfallentsorgung, Beleuchtung und Lärmschutz, um das Zusammenleben zu verbessern. Dieses Reglement wird von den Stakeholdern umgangssprachlich als <i>Gassenreglement</i> bezeichnet.
Stakeholder	Bezeichnet alle relevanten Anspruchsberechtigten und Mitglieder von Interessengruppen, deren Interessen und Informationsbedürfnisse bei der Planung und Durchführung einer Evaluation systematisch berücksichtigt werden sollten. (Wirtz, 2022). In dieser Arbeit wird der Begriff <i>Interessengruppen</i> als Synonym zu Stakeholder verwendet.
Touchpoints	Bezeichnet verschiedene Interaktionspunkte. Sie umfassen nicht nur den direkten Kaufprozess, sondern auch sämtliche damit verbundene Kommunikationsaspekte und Erfahrungen rund um den gesamten Kontakt zur Kundschaft (Rothe et al., 2023a).

1 Einleitung

Städtische Räume stehen vor der Herausforderung, den unterschiedlichen Interessen und Bedürfnissen ihrer vielfältigen Nutzer- und Nutzerinnengruppen gerecht zu werden. Insbesondere historische Innenstädte, die sowohl als Wohn- und Wirtschaftsraum als auch als touristische Anziehungspunkte fungieren, erfordern einen stetigen Wandel (Gerhard & Basten, 2016).

Eine nachhaltige Stadtentwicklung braucht einen ganzheitlichen Ansatz, der verschiedene Bereiche miteinander verbindet. Soziale, wirtschaftliche, ökologische, kulturelle und institutionelle Faktoren sollten so aufeinander abgestimmt werden, dass ein fairer Ausgleich zwischen den heutigen Bedürfnissen der Stadtbewohnenden und den Interessen zukünftiger Generationen entsteht (Lehmpful, 2015).

Die Altstadt Bremgarten bildet in diesem Kontext ein bedeutendes historisches, kulturelles und wirtschaftliches Zentrum, das von einer Vielzahl an Akteuren genutzt wird. Darunter Anwohnende, Gewerbetreibende, Besuchende und die Stadtverwaltung. Während das historische Stadtbild von hoher Bedeutung ist, stehen gleichzeitig wirtschaftliche und soziale Aspekte im Fokus, die eine attraktive und nachhaltige Nutzung des öffentlichen Raums erfordern.

Ein zentrales Steuerungsinstrument für die Nutzung der öffentlichen Gassen und Plätze ist das bestehende Gassenreglement. Dies regelt unter anderem die Nutzung öffentlicher Flächen für gastronomische Betriebe, die Durchführung von Veranstaltungen sowie verkehrstechnische Vorgaben.

Vor diesem Hintergrund ergibt sich die Notwendigkeit, das Gassenreglement einer kritischen Analyse zu unterziehen und mögliche Anpassungen zu bewerten. Eine zentrale Herausforderung besteht dabei in der Balance zwischen wirtschaftlichen Interessen, den Bedürfnissen der Anwohnenden sowie der Wahrung des historischen Charakters der Altstadt.

Veränderungen im Gassenreglement können sich direkt auf das Stadtbild, die wirtschaftliche Entwicklung und das soziale Miteinander auswirken, weshalb eine fundierte Entscheidungsgrundlage erforderlich ist (Gerhard & Basten, 2016).

1.1 Relevanz

Die Altstadt von Bremgarten ist ein lebendiger und historisch bedeutsamer Ort, der sowohl Einheimischen als auch Besuchenden ein einzigartiges Erlebnis bietet. Als kulturelles und wirtschaftliches Zentrum der Region ziehen die Gassen der Altstadt eine Vielzahl von Interessengruppen an. Darunter Anwohnende, Gewerbetreibende, Touristen und Touristinnen und

städtische Behörden. Diese Vielfalt bringt unterschiedliche Bedürfnisse und Ansprüche mit sich, die sich auf das Zusammenleben und die Nutzung des öffentlichen Raums auswirken.

Ein zentrales Steuerungsinstrument für die Gestaltung und Regulierung der Nutzung dieses Raums ist das Gassenreglement. Es legt fest, wie die öffentlichen Gassen und Plätze genutzt werden dürfen. Beispielsweise für Gastronomie, Veranstaltungen oder den Verkehr. In einer sich wandelnden Gesellschaft, die zunehmend Wert auf attraktive Innenstädte und hohe Aufenthaltsqualität legt, ist es entscheidend, das Gassenreglement regelmässig zu überprüfen und anzupassen.

Um die Attraktivität der Altstadt zu steigern und ein ansprechendes Erlebnis der Kundschaft zu schaffen, ist es entscheidend, eine ausgewogene Strategie zu verfolgen. Die Bedürfnisse aller Interessengruppen sollen berücksichtigt werden, während zugleich die Identität der Altstadt bewahrt und das wirtschaftliche Potenzial maximiert werden soll. Der Anstoss zu dieser Veränderung kam sowohl aus der Bevölkerung als auch aus der Politik, da die Regelungen während der Corona-Pandemie bereits angepasst wurden und Impulse für die Nutzung und Gestaltung der Altstadt lieferten. Nach der Pandemie kehrten die Regelungen jedoch wieder zum Stand vor der Pandemie zurück. Dabei wurde jedoch schnell deutlich, dass diese alten Regelungen den heutigen Anforderungen und Bedürfnissen nicht mehr gerecht werden.

Die Relevanz dieser Untersuchung liegt daher nicht nur in der Anpassung eines rechtlichen Rahmens für die Nutzung des öffentlichen Raums, sondern auch in der Möglichkeit, die Altstadt Bremgarten als lebendigen und attraktiven Ort für alle Beteiligten weiterzuentwickeln. Eine zielgerichtete Überarbeitung des Gassenreglements kann sowohl die Lebensqualität in der Altstadt verbessern als auch deren wirtschaftliche Attraktivität und kulturellen Wert langfristig sichern.

Die Fachhochschule Nordwestschweiz wurde damit betraut, die Altstadt Bremgarten bei der Analyse der Bedürfnisse im Zusammenhang mit dem Gassenreglement zu unterstützen. Dabei steht im Vordergrund, die unterschiedlichen Bedürfnisse der städtischen Interessengruppen methodisch zu erfassen und das Gassenreglement entsprechend anzupassen. Eine sorgfältige Berücksichtigung dieser Bedürfnisse ist entscheidend, um eine ausgewogene Lösung zu entwickeln, die die Interessen aller Gruppen integriert und zugleich das Erlebnis der Kundschaft in der Altstadt verbessert.

Die vorliegende Projektarbeit wurde im Rahmen des Studiums an der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) von fünf Studentinnen durchgeführt. Ziel des Projekts ist die Zusammenarbeit mit der Stadt Bremgarten, um eine fundierte Analyse der bestehenden Herausforderungen und Optimierungspotenziale des aktuellen Gassenreglements zu erarbeiten.

Im Vorfeld dieser gemeinsamen Projektarbeit beschäftigten sich alle Beteiligten individuell mit verwandten Fragestellungen im Rahmen einer Semesterarbeit. Diese Arbeiten bilden die Grundlage für die Projektarbeit, da sie verschiedene methodische und inhaltliche Perspektiven auf das Thema eröffneten. Die Forschungsfragen der Semesterarbeiten lauteten:

- *Wie kann die Customer Experience von Stadt-Stakeholdern verbessert werden?*
- *Welche qualitativen Methoden können angewendet werden, um die Bedürfnisse verschiedener Stakeholder in einem städtischen Entwicklungsprojekt zu identifizieren?*
- *Wie werden Stakeholder-Personas entwickelt, um die Bedürfnisse und Perspektiven verschiedener Interessengruppen zu verstehen?*
- *Welche Motive, Bedürfnisse und Werte haben die verschiedenen Stakeholder in einem städtischen Entwicklungsprojekt?*
- *Welche quantitativen Methoden können verwendet werden, um die Bedürfnisse verschiedener Stakeholder in einem städtischen Entwicklungsprojekt zu identifizieren?*

Durch die Bearbeitung dieser Fragestellungen konnte bereits eine Wissensbasis geschaffen werden, die es ermöglichte, die zentralen Herausforderungen und Anforderungen verschiedener Interessengruppen im städtischen Kontext zu verstehen. Die Projektarbeit wurde konzipiert, um die Bedürfnisse der Stakeholder in der Altstadt Bremgarten zu analysieren und darauf basierend Handlungsempfehlungen für die Überarbeitung des Gassenreglements zu entwickeln.

1.2 Zielsetzung und Fragestellung

Aufgrund der aktuellen Ausgangslage strebt die Stadt Bremgarten eine Überarbeitung des bestehenden Gassenreglements an. Ziel ist es, das Reglement gezielt an die Bedürfnisse der verschiedenen Interessengruppen anzupassen, um die Nutzungsqualität und das Erlebnis der Kundschaft in der Stadt nachhaltig zu verbessern.

Diese Arbeit verfolgt das Ziel, der Stadt Bremgarten fundierte Handlungsempfehlungen für die Überarbeitung des Gassenreglements zu geben. Grundlage dafür ist eine systematische Erfassung und Analyse der Bedürfnisse und Perspektiven der verschiedenen Interessengruppen.

Um dieses Ziel zu erreichen, werden qualitative Interviews und ein Fragebogen eingesetzt, um die Bedürfnisse und Perspektiven der Interessengruppen zu erfassen und auszuwerten. Die daraus

abgeleiteten Handlungsempfehlungen sollen sicherstellen, dass die Ansprüche der verschiedenen Stakeholder berücksichtigt und eine langfristige Optimierung des Gassenreglements ermöglicht werden. Aus dieser Zielsetzung ergeben sich die folgenden Fragestellungen:

Hauptfragestellung:

Wie lassen sich die Bedürfnisse der verschiedenen städtischen Interessengruppen in Bremgarten erfassen, um die Überarbeitung des Gassenreglements gezielt zur Verbesserung der Kundenerlebnisse zu gestalten?

Unterfragestellungen:

1. Welche Wünsche äussern die Stadt-Stakeholder in Bezug auf die Gestaltung und Nutzung der Gassen, um ihr Erlebnis in der Stadt zu verbessern?
2. Welche Barrieren erleben die Stadt-Stakeholder aktuell im Zusammenhang mit dem Gassenreglement, die ihre Erfahrung beeinträchtigen?
3. Welche Erwartungen haben die Stadt-Stakeholder an das neue Gassenreglement?
4. Welche Vorteile sehen die Interessengruppen im aktuellen Gassenreglement?

1.3 Aufbau der Arbeit

Diese Projektarbeit ist in fünf Hauptkapitel gegliedert. Im ersten Kapitel werden die Ausgangslage, das Ziel der Untersuchung sowie die zugrunde liegende Forschungsfrage beschrieben. Darüber hinaus werden die Limitationen der Arbeit aufgezeigt.

Das zweite Kapitel behandelt die theoretischen Grundlagen und die praktische Relevanz des Forschungsthemas. Es beleuchtet zentrale Konzepte wie psychologische Widerstände, menschliche Bedürfnisse und Customer Experience, ergänzt durch eine Analyse des Entscheidungsprozesses von Konsumierenden des Kaufprozesses sowie der Nachbetreuung. Dadurch wird ein fundiertes Verständnis sowohl der theoretischen als auch der praktischen Aspekte geschaffen.

Im dritten Kapitel wird die Methodik der Arbeit dargestellt. Darin wird die Auswahl der quantitativen und qualitativen Forschungsmethoden begründet und das Forschungsdesign vorgestellt.

Dabei wird die qualitative Datenerhebung ausführlich beschrieben, einschliesslich der Erstellung eines Interviewleitfadens und die Auswahlstrategie für die Stichprobe. Zusätzlich wird auch die quantitative Datenerhebung detailliert erläutert, um ein vollständiges Bild der Forschungsstrategie zu geben.

Im vierten Kapitel werden die Ergebnisse der Untersuchung präsentiert und im Hinblick auf die Forschungsfrage analysiert. Die gewonnenen Daten werden strukturiert und übersichtlich dargestellt und anschliessend kritisch reflektiert. Auf Basis der Ergebnisse werden konkrete Handlungsempfehlungen, einschliesslich Vorschläge zur Überarbeitung des Gassenreglements formuliert.

Das fünfte Kapitel widmet sich der Diskussion. Hier werden die wichtigsten Ergebnisse nochmals im Kontext der Ausgangsfrage und der theoretischen Konzepte reflektiert. Es erfolgt eine detaillierte Auseinandersetzung mit den Erkenntnissen der Untersuchung und ihrer Bedeutung für die Praxis. Darüber hinaus wird eine Reflexion der Arbeit selbst vorgenommen, um die Methodik und die erzielten Ergebnisse zu hinterfragen. Das Kapitel schliesst mit einem Fazit ab, in dem die wesentlichen Erkenntnisse der Arbeit zusammengefasst werden.

1.4 Limitationen

Trotz einer fundierten methodischen Vorgehensweise und einer umfassenden Analyse weist die vorliegende Untersuchung einige Einschränkungen auf, die bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden müssen. Eine zentrale Einschränkung stellt den begrenzten geografischen Fokus dar, da sich die Studie ausschliesslich auf die Altstadt von Bremgarten konzentriert. Obwohl die gewonnenen Erkenntnisse potenziell auch für ähnliche städtische Entwicklungsprojekte von Interesse sein können, ist die direkte Übertragbarkeit auf andere Städte oder Regionen nur bedingt möglich.

Ebenso beschränkt sich der Beitrag der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) ausschliesslich auf die systematische Erfassung und Analyse der Bedürfnisse der städtischen Interessengruppen. Die FHNW ist weder für die Erarbeitung eines neuen Gassenreglements noch für dessen inhaltliche Ausgestaltung oder Umsetzung verantwortlich. Die Ergebnisse der Untersuchung dienen somit als Grundlage für weitere Entscheidungsprozesse der Stadt Bremgarten, ohne eine verbindliche Handlungsvorgabe darzustellen.

Ein weiterer limitierender Faktor ist die zeitliche Begrenzung der Untersuchung, da die Studie im Rahmen einer Projektarbeit an der Fachhochschule Nordwestschweiz durchgeführt wurde. Die

vorgegebene Projektdauer schränkt die Möglichkeit ein, langfristige Entwicklungen zu erfassen. Zudem war es aufgrund dieser zeitlichen Rahmenbedingungen nicht möglich, eine weiterführende Evaluation der umgesetzten Massnahmen oder eine Nachbefragung der Interessensgruppen durchzuführen.

Methodisch bedingt ergibt sich eine weitere Einschränkung aus der Kombination qualitativer und quantitativer Verfahren. Während Interviews tiefgehende Einblicke in die Bedürfnisse der Interessensgruppen ermöglichten, ist die Repräsentativität der qualitativen Daten aufgrund der begrenzten Stichprobe eingeschränkt. Der Fragebogen diente zwar dazu, eine breitere Datengrundlage zu schaffen, dennoch können Verzerrungen wie die Tendenz zur Mitte oder die Zustimmungstendenz nicht vollständig ausgeschlossen werden.

Auch die Stichprobengrösse stellt eine Einschränkung dar. Die Anzahl der befragten Personen ist begrenzt, was die Generalisierbarkeit der Ergebnisse einschränken kann. Gleiches gilt für die quantitative Erhebung.

Schliesslich ist auch die Dynamik der Stadtentwicklung zu berücksichtigen. Da sich Bedürfnisse und Rahmenbedingungen durch politische Entscheidungen, wirtschaftliche Entwicklungen oder gesellschaftliche Veränderungen kontinuierlich verändern, stellt die Untersuchung lediglich eine Momentaufnahme dar. Eine regelmässige Überprüfung und Anpassung der Handlungsempfehlungen ist daher erforderlich, um langfristig eine bedarfsgerechte und nachhaltige Entwicklung des Gassenreglements sicherzustellen.

2 Theorie

Im Folgenden werden die theoretischen Grundlagen dieser Arbeit dargelegt. Zunächst werden psychologische Widerstände erörtert, die im Rahmen des Projekts von Relevanz sein könnten. Im Anschluss erfolgt eine Auseinandersetzung mit den Bedürfnissen der Menschen, wobei drei Bedürfnistheorien vorgestellt werden. Daraufhin wird auf die Methodik der Customer Experience eingegangen und das Kano-Modell in seinen wesentlichen Aspekten dargelegt.

2.1 Psychologische Widerstände

Widerstand ist ein Phänomen, das in der Arbeitswelt alltäglich ist und jeden Entwicklungsprozess begleitet. Eine Veränderung oder ein Lehrprozess ohne Widerstand gibt es in der Praxis nicht (Doppler & Lauterburg, 2019).

Unter dem Begriff Widerstand werden alle möglichen Barrieren oder Hindernisse, die von Menschen ausgehen und Veränderungen behindern oder den Status quo aufrechterhalten wollen, verstanden. Widerstand ist ein zentraler Aspekt, dem bei Veränderungsprozessen besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden sollte. Der Erfolg oder Misserfolg von Veränderungen hängt massgeblich davon ab, wie mit diesem Widerstand umgegangen wird (Pardo del Val & Martínez Fuentes, 2003).

In der wissenschaftlichen Literatur zur Organisationsentwicklung und Change-Management werden negative Assoziationen mit Veränderungsprojekten als Widerstand behandelt. Wenn Betroffene Veränderungen nicht selbst anstossen, ist Widerstand die natürliche Erstreaktion auf deren Ankündigung (Becker & Labucay, 2012).

Change-Management meint die Steuerung von Wandel unter Berücksichtigung des Faktors Mensch. Lauer (2019) setzt an den folgenden drei Ansatzpunkten an:

1. *Individuen*: Als kleinste soziale Elemente der Organisation sind Individuen entscheidend für den Erfolg von Change-Management. Die positive Einstellung der Individuen gegenüber dem Wandel und deren Anpassungsfähigkeit ist massgeblich für den Erfolg eines Projekts (Lauer, 2019).
2. *Unternehmensstrukturen*: Die Strukturen des Unternehmens beinhalten die formale Aufbau- und Ablauforganisation ebenso wie Strategien und Ressourcen. Der Wandel in diesen Strukturen ist theoretisch einfach zu verschriftlichen. Die informellen Strukturen entstehen

oft langfristig und evolutionär. Aus diesem Grund ist es oft schwer, sie zu Verändern (Lauer, 2019).

3. *Unternehmenskultur*: Die Unternehmenskultur ist unabhängig von den einzelnen Individuen. Sie bezeichnet informelle Strukturen und Einstellungen, Werthaltungen sowie informelle Regelungen des Umgangs. Ohne den Einbezug der Unternehmenskultur ist der Wandel oft mit Problemen behaftet und führt nicht zu den gewünschten Ergebnissen (Lauer, 2019).

Das rechtzeitige Erkennen und Reagieren auf Widerstand ist für den Verlauf des Veränderungsprozesses von grosser Bedeutung. Konstruktiver Umgang mit Widerstand ist ein zentraler Erfolgsfaktor im Veränderungsmanagement (Doppler & Lauterburg, 2019).

Lauer (2019) benennt drei Aspekte des psychologischen Widerstands, die verursachend für Widerstände gegen Wandel sein können:

1. *Ablehnung von Fremden*: Laut psychologischer Forschung besitzt der Mensch universelle Mechanismen, welche die Entstehung von Vorurteilen begünstigen. Dazu gehört die Fähigkeit, die Umwelt nach Unterschieden zu kategorisieren. Der Mensch achtet mehr auf die Unterschiede als auf die Gemeinsamkeiten. Dieses Phänomen wird auch bei Gruppenpolarisationen wahrgenommen (Landes & Steiner, 2013; Lauer, 2019). Daraus lässt sich schliessen, dass die Bereitstellung positiver und relevanter Informationen über den Veränderungsprozess von grosser Bedeutung ist, um Widerständen auch auf individueller Ebene entgegenzuwirken (Landes & Steiner, 2013).
2. *Reaktanz*: Brehm formulierte 1966 die allgemeine Tendenz des Menschen, auf Freiheitseinschränkungen mit Widerstand zu reagieren. Der Widerstand kann dabei das Ziel haben, den Ursprung wieder herzustellen oder einen Ersatz dafür zu finden. Bei der Einführung von neuen Regeln kann es zu zwei Formen von Reaktanz kommen: erstens, weil die neuen Regeln als Einschränkung der bisherigen Freiheit aufgefasst wird oder zweitens, weil die alten Verhaltensweisen jetzt attraktiver erscheinen, weil sie nicht mehr gewollt sind (Brehm, 1966, zitiert in Lauer, 2019).
3. *Kommunikative Missverständnisse*: Kommunikation ist fehleranfällig. Zwischen dem, was eine Person sagen will, und dem, was bei der anderen Person ankommt, gibt es eine Reihe von potenziellen Übersetzungsfehlern. Der Beziehungsaspekt mit allen Emotionen bleibt unter der Oberfläche unsichtbar (Schulz von Thun, 2008). Wenn die Kommunikation zwischen der sendenden Person einer geplanten Veränderung und den Empfängern in

ähnlicher Weise misslingt, lassen sich daraus resultierende Widerstände oft damit erklären (Lauer, 2019).

Doppler und Lauterburg (2019) nennen drei weitere Gründe für das Entstehen von Widerstand.

1. Die Betroffenen haben kein Verständnis für die Hintergründe oder Motive einer Massnahme
2. Die Beteiligten verstehen, worum es geht, glauben aber nicht, was ihnen gesagt wird.
3. Betroffene verstehen und glauben, was ihnen gesagt wird. Sie wollen oder können aber nicht folgen, weil sie keine Verbesserung sehen.

Ein weiterer Aspekt von psychologischen Widerständen ist die kognitive Dissonanz. Der Mensch versucht, sein kognitives System ausgeglichen zu halten. Ist das kognitive System ausgeglichen, wird dies als angenehm empfunden. Der Begriff der Kognition umfasst beispielsweise Werthaltungen, Meinungen und Wissensseinheiten, also die Gedanken einer Person über die Umwelt und sich selbst. Die Relation zwischen Kognitionen kann relevant oder irrelevant sein. Die thematische Verbindung der Kognitionen ist Voraussetzung für die Relevanz einer Beziehung. Relevante Beziehungen können konsonant oder dissonant sein. Zwei Kognitionen die als unvereinbar wahrgenommen werden, erzeugen nach Festinger Dissonanz. Eine Dissonanz wird als unangenehmes Spannungsverhältnis erlebt, welches einen Druck zur Beseitigung oder Reduzierung der Dissonanz ausübt. Im Rahmen der Reduzierung wird stets diejenige Kognition verändert, die den geringsten Veränderungsaufwand mit sich bringt (Festinger, 1957, zitiert in Frey & Greif, 1997).

Die empfundene Dissonanz variiert von Mensch zu Mensch je nach Veränderungsbereitschaft des Individuums. Es gibt Möglichkeiten, die Dissonanz zu reduzieren. Zum Beispiel durch die Subtraktion (Ignorieren/ Verdrängen) von dissonanten Kognitionen. Dadurch werden Kognitionen über das eigene Verhalten und die Realität verändert oder neue Kognitionen aufgenommen. Die Dissonanz kann aber auch durch das Hinzufügen neuer und stetiger Informationen reduziert werden (Landes & Steiner, 2013).

Ärger, Ungeduld oder persönliche Betroffenheit sind in der Regel erste spontane Reaktionen auf Widerstand. In einem weiteren Schritt wird häufig versucht, den Widerstand durch zusätzliche Erläuterungen aufzufangen und zu beseitigen. Klärt auch das den Widerstand nicht, besteht die Gefahr, dass weitere Erklärungsversuche wie persönliche Rechtfertigungen wirken. Es wird klar, dass es tiefer liegende Ursachen für den Widerstand gibt. In dieser Situation ist eine analytische Haltung zielführend. Erst ruhige, ergebnisoffene Gespräche ohne Zeitdruck und ehrliches Interesse an der

Situation und Meinung der Betroffenen schaffen die Vertrauensbasis, die auch heiklere Themen und Gedanken zulässt (Doppler & Lauterburg, 2019).

Doppler und Lauterburg (2019) formulieren folgende vier Grundsätze des Widerstands:

1. *Es gibt keine Veränderung ohne Widerstand* [Hervorhebung v. Verf.], Widerstand gegen Veränderungen ist etwas ganz Normales und Alltägliches. Wenn bei einer Veränderung keine Widerstände auftreten, bedeutet dies, dass von vornherein niemand an ihre Realisierung glaubt. *Nicht das Auftreten von Widerständen, sondern deren Ausbleiben ist Anlass zur Beunruhigung!* [Hervorhebung v. Verf.]

2. *Widerstand enthält immer eine 'verschlüsselte Botschaft'!* [Hervorhebung v. Verf.] Wenn Menschen sich gegen etwas sinnvoll oder sogar notwendig Erscheinendes sträuben, haben sie irgendwelche Bedenken, Befürchtungen oder Angst. *Die Ursachen für Widerstand liegen im emotionalen Bereich!* [Hervorhebung v. Verf.]

3. *Nichtbeachtung von Widerstand führt zu Blockaden!* [Hervorhebung v. Verf.] Widerstand zeigt an, dass die Voraussetzungen für ein reibungsloses Vorgehen im geplanten Sinne nicht beziehungsweise noch nicht gegeben sind. Verstärkter Druck führt lediglich zu verstärktem Gegendruck. *Denkpause einschalten – nochmals über die Bücher gehen!* [Hervorhebung v. Verf.]

4. *Mit dem Widerstand, nicht gegen ihn!* [Hervorhebung v. Verf.] Die unterschwellige emotionale Energie muss aufgenommen – das heisst zunächst einmal ernst genommen – und sinnvoll kanalisiert werden. (1) *Druck wegnehmen (dem Widerstand Raum geben)* (2) *Antennen ausfahren (in Dialog treten, Ursachen erforschen)* (3) *Gemeinsame Absprachen (Vorgehen neu festlegen)* [Hervorhebung v. Verf.]. (S. 363-364)

Die oben genannten Aspekte bilden die Grundlage für das Verständnis der Probleme, die bei Veränderungen auftreten können. Im nächsten Kapitel wird darauf eingegangen, welche Bedürfnisse Menschen haben und wie diese in dieser Projektarbeit miteinbezogen werden.

2.2 Bedürfnisse

Im folgenden Kapitel werden die Bedürfnisse des Menschen erklärt. Dabei werden theoretische Ansätze erwähnt, die unterschiedliche Perspektiven auf die Klassifikation und Bedeutung dieser Bedürfnisse bieten. Ziel ist es, ein umfassendes Verständnis der Thematik zu vermitteln.

Die Grundbedürfnisse des Menschen sind die fundamentalen Anforderungen, die für das Überleben und das Wohlbefinden notwendig sind (Maslow, 1943). Es gibt verschiedene Theorien zu den Bedürfnissen des Menschen, die jeweils unterschiedliche Perspektiven und Kategorien von Bedürfnissen beschreiben. Im Folgenden werden drei ausgewählte Theorien vorgestellt, die unterschiedliche Ansätze zur Definition und Klassifikation menschlicher Bedürfnisse bieten.

2.2.1 Maslows Bedürfnispyramide - Abraham Maslow

Eine der bekanntesten Theorien ist die der Bedürfnispyramide von Maslow, welche davon ausgeht, dass Menschen von Natur aus den Drang haben, bestimmte Bedürfnisse zu befriedigen (Maslow, 1966). Die Bedürfnisse werden in verschiedene Kategorien unterteilt: physiologische Bedürfnisse, Sicherheitsbedürfnisse, Soziale Bedürfnisse, Wertschätzungsbedürfnisse und Selbstverwirklichung (Maslow, 1943).

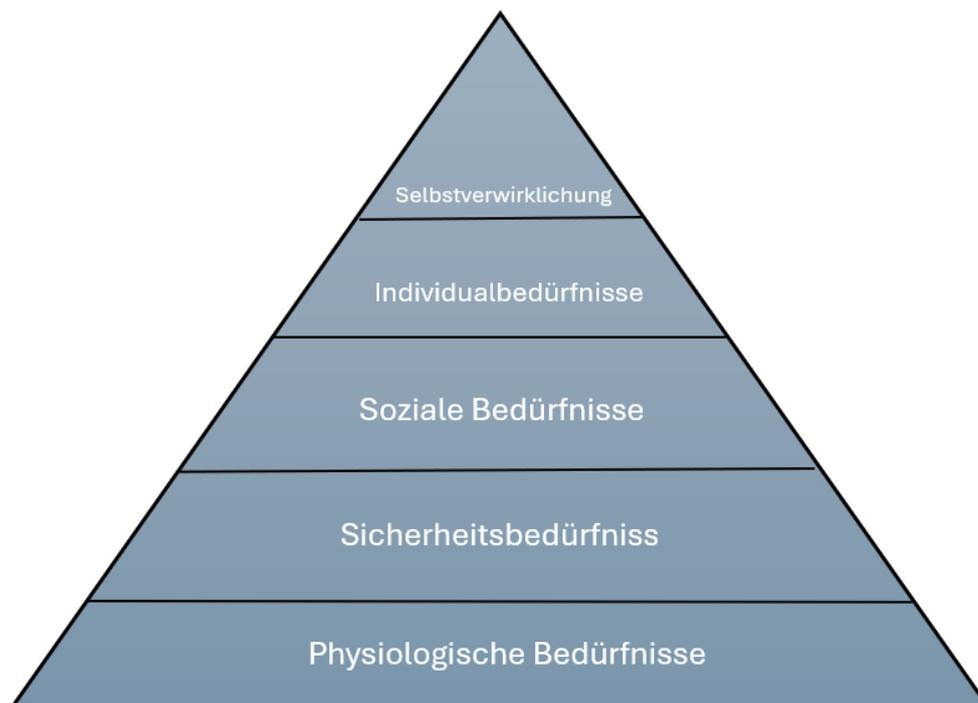


Abbildung 1: Bedürfnispyramide, eigene Darstellung in Anlehnung an Maslow (1943)

Die unteren Stufen der Pyramide umfassen die physiologischen Bedürfnisse, die für das Überleben erforderlich sind, wie körperliche Grundbedürfnisse und Sicherheitsaspekte. Sobald diese Bedürfnisse grösstenteils erfüllt werden, sind Menschen in der Lage, sich höheren Zielen zuzuwenden. Darunter gehören Soziale Bindungen, Anerkennung und anschliessend die Selbstverwirklichung (Maslow, 1943). Das bedeutet, dass bei einem Menschen, dem etwas im Leben

fehlt, das Befriedigen der grundlegenden physiologischen Bedürfnisse die stärkste Motivation darstellt. Wenn jemand Mangel an Nahrung, Sicherheit, Zuneigung und Wertschätzung erfährt, wird das dringlichste Bedürfnis wohl das nach Nahrung sein (Maslow, 1954).

Jedoch wird Maslows Bedürfnishierarchie kritisiert, weil sie kulturelle Unterschiede und die Flexibilität der Reihenfolge der Bedürfnisse nicht ausreichend berücksichtigt. Es gibt wenig empirische Belege für eine feste Reihenfolge und die Theorie wird oft als zu vereinfacht angesehen (Becker, 2019). Zudem wird die Betonung auf Selbstverwirklichung als höchsten Punkt der Motivation als westlich geprägt und nicht als universell gültig betrachtet (Plankensteiner, 2010).

2.2.2 Bedürfnistheorie der drei Kategorien (ERG-Theorie) - Clayton Alderfer

Die ERG-Theorie gestaltet die Bedürfnishierarchie etwas flexibler, indem die Bedürfnisse in drei Kategorien unterteilt werden (Alderfer, 1969). Alderfer betont, dass Menschen gleichzeitig verschiedene Bedürfnisse verfolgen können und dass die Reihenfolge dieser Bedürfnisse nicht zwingend eingehalten werden muss. Wird ein Bedürfnis nicht erfüllt, kann es dazu führen, dass die Person zu einem weniger anspruchsvollen Bedürfnis zurückkehrt (Alderfer, 1969).

Die drei Kategorien umfassen: Existenzbedürfnisse (physiologische und Sicherheitsbedürfnisse), Beziehungsbedürfnisse (zwischenmenschlichen Beziehungen) und Wachstumsbedürfnisse (persönliches Wachstum und Selbstverwirklichung) (Wunderer & Grunwald, 2019).

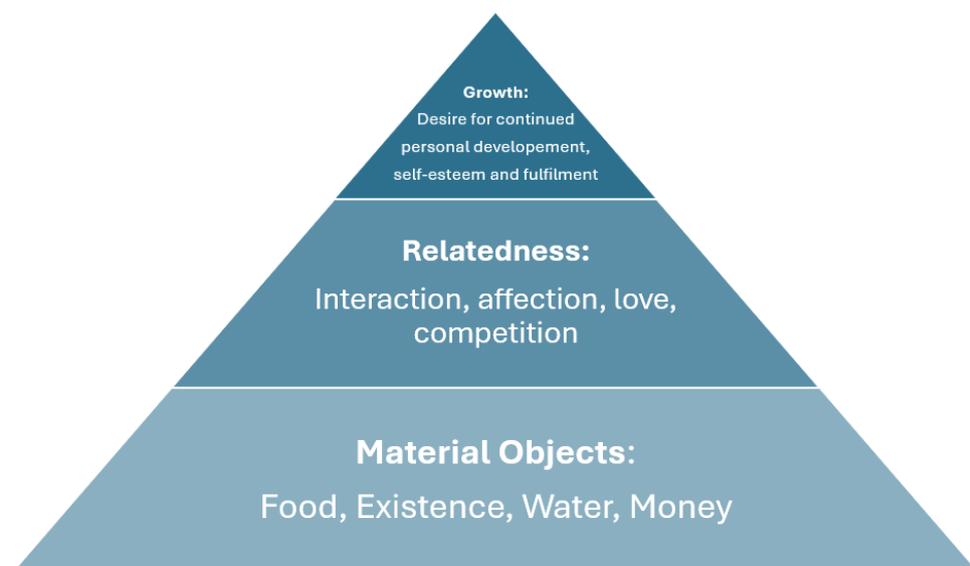


Abbildung 2: ERG -Theorie, eigene Darstellung in Anlehnung an Alderfer (1969)

2.2.3 Theorie der gelernten Bedürfnisse – David McClelland

McClellands Theorie der drei Bedürfnisse befasst sich mit den zentralen Motiven, die das Verhalten und die Motivation des Einzelnen beeinflussen. Er identifiziert drei Grundbedürfnisse, die bei jedem Menschen in unterschiedlichem Masse zum Ausdruck kommen: das Bedürfnis nach Leistung, das Bedürfnis nach Macht und das Bedürfnis nach Zugehörigkeit (McClelland, 1961).

Das Bedürfnis nach Leistung beschreibt den Drang, Herausforderungen zu suchen und sich durch das Erreichen von Zielen zu beweisen. Menschen mit einem starken Leistungsbedürfnis setzen sich oft ehrgeizige, aber erreichbare Ziele und suchen nach Möglichkeiten, ihre Fähigkeiten unter Beweis zu stellen. Sie bevorzugen klares Feedback zu ihrer Leistung und haben Freude daran, Hindernisse zu überwinden und erfolgreich zu sein. Sie sind oft bereit, Risiken einzugehen, solange sie diese als beherrschbar empfinden (McClelland, Atkinson, Clark & Lowell, 1953).

Das Bedürfnis nach Macht ist charakteristisch für Menschen, die danach streben, andere zu beeinflussen, Entscheidungen zu treffen und Führungsaufgaben zu übernehmen. Sie fühlen sich in Positionen wohl, in denen sie die Kontrolle über Ressourcen und Prozesse haben. Dieses Bedürfnis kann sich in zwei Formen manifestieren: als persönliche Macht, bei der der Schwerpunkt auf individuellem Vorteil und Dominanz liegt, oder als soziale Macht, bei der der Schwerpunkt darauf liegt, andere zu inspirieren und zu führen und gemeinsame Ziele zu erreichen (McClelland, 1988).

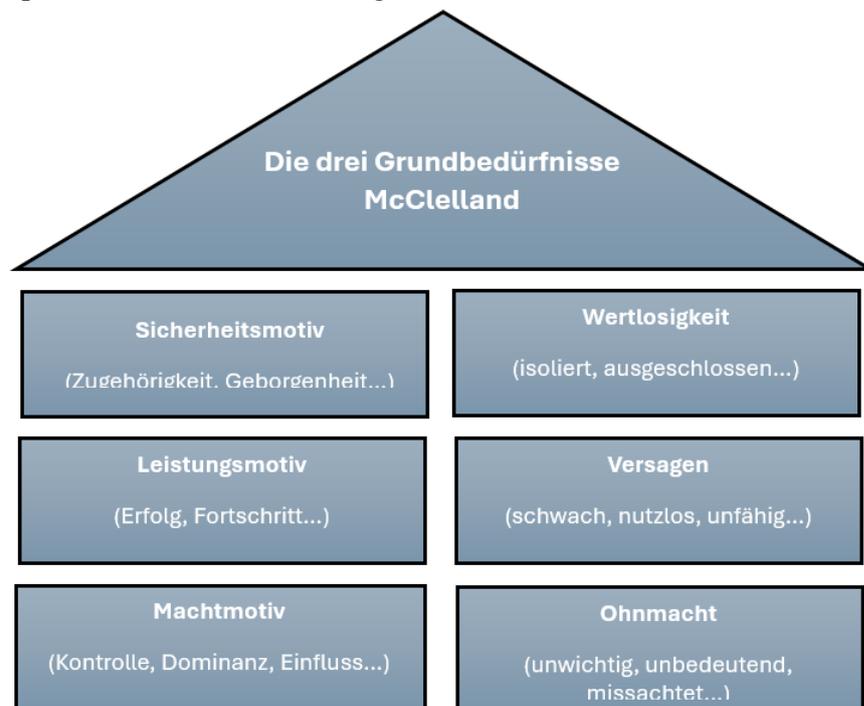


Abbildung 3: Theorie der gelernten Bedürfnisse, eigene Darstellung in Anlehnung an McClelland (1988)

Das Bedürfnis nach Zugehörigkeit betrifft Menschen, die enge Beziehungen, soziale Bindungen und einen starken Gemeinschaftssinn schätzen. Diese Menschen fühlen sich motiviert, wenn sie in einem harmonischen sozialen Umfeld arbeiten können, in dem sie akzeptiert und wertgeschätzt werden. Sie legen grossen Wert auf Zusammenarbeit, gegenseitigen Respekt und ein Gefühl der Zugehörigkeit zu einer Gruppe (McClelland, 1988).

McClelland betont, dass diese drei Bedürfnisse bei jedem Menschen unterschiedlich ausgeprägt sind, was zu individuellen Unterschieden in der Motivation führt. Während manche Menschen von Leistungsmotivation angetrieben werden, sind für andere Macht oder soziale Bindungen von grösserer Bedeutung. Die Theorie bietet somit einen flexiblen Ansatz zur Erklärung menschlichen Verhaltens, da sie sowohl individuelle Präferenzen berücksichtigt als auch deren Auswirkungen auf berufliche und soziale Kontexte beschreibt (Smith, 1964).

Die Bedürfnisse des Menschen umfassen grundlegende physische und psychologische Anforderungen, die das tägliche Leben prägen. Im Kontext von Unternehmen wird die Customer Experience zunehmend wichtiger, da sie nicht nur diese Bedürfnisse erfüllt, sondern auch emotionale und soziale Aspekte berücksichtigt, um eine langfristige Bindung der Kundschaft und Zufriedenheit zu fördern (Wang, 2016).

2.3 Customer Experience

Im nachfolgenden Kapitel wird die Customer Experience eingehend untersucht. Zunächst wird der Begriff des Touchpoints erläutert und es wird auf die fünf Phasen der Customer Experience eingegangen. Zur Veranschaulichung dieser Phasen wird ein eigenes Beispiel herangezogen, das die Anwendung des Projekts auf die Stadt Bremgarten verdeutlicht. Dieses Beispiel zeigt, wie die Prinzipien der Customer Experience auf die Wahrnehmung und das Erleben von Konsumierenden im spezifischen Kontext der Stadt angewendet werden können.

Das Thema *Customer Experience* hat in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen, weil sich das Konsumverhalten und der Markt stark verändert haben. Konsumierende erwarten heute, dass Produkte und Dienstleistungen zuverlässig, funktional und einfach zu benutzen sind. Diese Dinge sind keine Besonderheiten mehr, sondern werden als Grundvoraussetzung angesehen, damit ein Unternehmen überhaupt erfolgreich am Markt bestehen kann (Rothe, Naskrent, Stumpf & Westphal,

2023b). Deshalb haben Unternehmen erkannt, wie wichtig emotionale Faktoren für die Kaufentscheidungen der Konsumierende sind. Sie möchten die Customer Experience gezielt steuern (Rothe et al., 2023b). Der Begriff Customer Experience beschreibt das Gesamterlebnis, das Konsumierende während aller Berührungspunkte mit einem Unternehmen erfahren. Dies kann während des Kaufprozesses geschehen oder in der Kommunikation drumherum (Rothe et al., 2023b). Diese Berührungspunkte werden auch *Customer Touchpoints* genannt. Sie betreffen nicht nur den Kauf selbst, sondern auch den Austausch von Informationen und anderen Interaktionen (Rothe et al., 2023b). Das *Customer Experience Management (CEM)* ist ein Ansatz, mit dem Unternehmen die Erlebnisse ihrer Konsumierenden bewusst analysieren und gestalten können. Ziel ist es, die Erwartungen der Konsumierenden zu übertreffen und sie langfristig an das Unternehmen zu binden (Rothe et al., 2023b). Dabei hilft Customer Experience in dieser Projektarbeit zu verstehen, wie die Stakeholder die Aussenbereiche der Altstadt erleben und was ihnen dabei wichtig ist. Es geht darum zu erkennen, welche Erfahrungen die Menschen heute machen und wie diese verbessert werden können.

2.3.1 Touchpoints

Basierend auf dem Begriff *Touchpoint* beschreibt der Customer Journey die Reise der Konsumierenden entlang dieser Berührungspunkte mit einem Produkt, einer Dienstleistung oder einem Unternehmen. Diese Reise beginnt mit der Suche nach Informationen und umfasst alle geplanten und ungeplanten Begegnungen mit dem Angebot, der Marke oder dem Unternehmen (Rothe et al., 2023b). Das Endziel dieser Reise ist oft ein Kauf, eine Anmeldung für einen Newsletter oder eine Anfrage. Je nach Branche und Produkt kann die Customer Journey einige Stunden, aber auch Tage oder Monate dauern. Üblicherweise durchlaufen Konsumierende dabei mehrere Phasen, die klassischerweise festgelegt sind. Um ein umfassendes Verständnis der Customer Experience zu entwickeln, ist es wichtig, die verschiedenen Phasen dieser Reise genauer zu betrachten. Gemäss (Rothe et al., 2023b) werden die fünf Phasen genauer erklärt.

1. *Awareness (Wahrnehmung)*: In dieser Phase erkennen Konsumierende ein Problem oder Bedürfnis, das sie lösen möchten. Dieses Bedürfnis kann durch Werbung oder Empfehlungen entstehen. In diesem Moment ist es wichtig, Konsumierenden zu zeigen, wie das Angebot ihr Problem lösen kann.
2. *Consideration (Erwägung)*: Konsumierende beginnen, gezielt Informationen zu sammeln, um eine Entscheidung zu treffen. Dabei überlegen sie sich Fragen wie: Was kostet das Produkt?

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

Wie ist die Qualität? Sie vergleichen verschiedene Anbieter und sind besonders offen für Werbung, Angebote und vertrauensbildende Massnahmen.

3. *Buy (Kauf)*: Hier treffen Konsumierende die endgültige Kaufentscheidung. Die Abwicklung des Kaufs sollte einfach und verständlich sein, damit keine Probleme entstehen, die Konsumierende noch kurz vor dem Kauf zum Abbruch bringen könnten.
4. *After-Sales (Nach dem Kauf)*: Nach dem Kauf geht es um die Qualität des Produkts und den Service. Dinge wie eine pünktliche Lieferung, die Verpackung oder die Bedingungen sind dabei wichtig.
5. *Loyalty (Bindung der Kundschaft)*: Die Reise endet nicht nach dem Kauf. Zufriedene Konsumierende empfehlen das Produkt oder Unternehmen weiter, sei es in sozialen Medien oder im Freundeskreis. Ausserdem können Unternehmen versuchen durch Cross-Selling (Verkauf weiterer Angebote) das Interesse der Konsumierenden an anderen Produkten zu wecken (Rothe et al., 2023b).

Folgend werden diese Phasen anhand eines eigenen Beispiels der oben genannten Theorie verdeutlicht, um zu zeigen, wie wichtig es ist, jeden Schritt des Customer Journey genau zu beachten, um ein positives Erlebnis der Kundschaft in Bremgarten zu schaffen.

Tabelle 2: Anwendungsbeispiel Touchpoints Gastronomiebetrieb in Bremgarten

Awareness (Wahrnehmung)	
Touchpoint	Digitale und physische Werbung
Beispiel	Die Gastronomiebetreibende könnten Flyer in der Stadt verteilen oder an lokalen Events teilnehmen, um ihr Restaurant bekannter zu machen. Auch eine ansprechende Website und Social-Media-Präsenz helfen, mehr Aufmerksamkeit zu generieren.
Verbesserungsvorschlag	Zusammenarbeit mit der Stadt, um in lokalen Touristenführern oder auf der offiziellen Website von Bremgarten gelistet zu werden
Consideration (Erwägung)	
Touchpoint	Bewertungen auf Plattformen und Social Media
Beispiel	Die Kundschaft liest auf Google Rezensionen oder TripAdvisor die Bewertungen des Restaurants, bevor sie sich entscheiden, dort zu essen.
Verbesserungsvorschlag	Gastronomiebetreibende könnten aktiv gezielte Anreize schaffen, um Konsumierende zur Abgabe von Bewertungen zu motivieren und sie aktiv auf die Bewertung hinweisen. Eine Zeitnahe Reaktion und Bewertungen kann zusätzlich Vertrauen aufbauen und das Image des Restaurants positiv beeinflussen.

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

Buy (Kauf)	
Touchpoint	Reservierungssystem oder Laufkundschaft
Beispiel	Ein einfaches Online-Reservierungssystem oder das Angebot von speziellen Tagesgerichten, die kurzfristig beworben werden.
Verbesserungsvorschlag	Integration von digitalen Tools wie beispielsweise ein Online-Reservierungssystem für Bremgartner Restaurants sollte benutzerfreundlich sein und automatische Bestätigung sowie Erinnerungen bieten, um die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass Gäste ihre Reservierung wahrnehmen. Die Stadt Bremgarten könnte zudem eine Gastronomie-App unterstützen, die exklusive Angebote und Reservierungen vereinfacht. Sonderaktionen wie Frühbucherrabatte können über die App oder soziale Medien beworben werden, um den Buchungsprozess zu optimieren und die Auslastung der Restaurants zu steigern.
After-Sales (nach dem Kauf)	
Touchpoint	Service nach dem Besuch, z. B. ein Follow-Up per E-Mail
Beispiel	Gastronomiebetreibende könnten den Gästen nach ihrem Besuch eine E-Mail senden, in der ein Gutschein für einen kostenlosen Kaffee oder ein Dessert für ihren nächsten Besuch angeboten wird. In dieser E-Mail könnte auch ein einfacher Fragenbogen zur Zufriedenheit erhalten sein, in dem Gäste ihre Erfahrungen bewerten und Verbesserungsvorschläge machen können.
Verbesserungsvorschlag	Gastronomiebetreibende könnten gemeinsam mit der Stadt Bremgarten ein Bremgarten Erlebnis-E-Mail einführen, die nach dem Restaurant automatisch versendet wird. Diese E-Mail könnte den Gästen nicht nur einen Gutschein für ein Gratis-Getränk oder Dessert bieten, sondern auch auf lokale Events wie Stadtfeste oder kulinarische Wochen hinweisen, die von der Stadt Bremgarten unterstützt werden. Zusätzlich könnte ein Feedbackformular integriert werden, das den Gästen und Gästinnen ermöglicht, ihre Erfahrungen zu teilen, und eine kleine Belohnung für die Teilnahme anbieten wie beispielsweise einen Rabatt auf ihren nächsten Besuch. So wird die Verbindung zur Stadt und zu den lokalen Veranstaltungen gestärkt und die Zufriedenheit der Kundschaft verbessert.
Loyalty (Bindung der Kundschaft)	
Touchpoint	Treueprogramme oder Mitgliedschaften
Beispiel	Eine Treuekarte, bei der die regelmässigen Gäste und Gästinnen nach einer bestimmten Anzahl von Besuchen ein kostenloses Getränk oder eine Mahlzeit erhalten.
Verbesserungsvorschlag	Gastronomiebetriebe könnten gemeinsam mit der Stadt Bremgarten eine Local-Hero-Kampagne entwickeln, bei dem Gäste und Gästinnen für den Besuch lokaler Restaurants belohnt werden.

Nachdem die verschiedenen Phasen des Customer Journey verdeutlicht wurden, lässt sich erkennen, wie wichtig es ist, die Erfahrungen von Konsumierenden an jedem Punkt ihrer Reise zu verbessern. Um dies gezielt zu tun, kann das Kano-Modell herangezogen werden. Es hilft dabei, die unterschiedlichen Anforderungen der Kundschaft zu identifizieren und zu priorisieren, sodass Unternehmen Massnahmen ergreifen können, die sowohl die grundlegenden als auch die besonderen Erwartungen der Konsumierenden übertreffen. Auf diese Weise lässt sich die Customer Experience nachhaltig steigern und eine positive, langfristige Beziehung zu Konsumierenden aufbauen (Rusnjak & Schallmo, 2018a).

2.3.2 Kano-Modell

Das *Kano-Modell* zeigt, wie verschiedene Leistungen eines Unternehmens die Zufriedenheit und das Erlebnis der Kundschaft beeinflussen. Es wurde von Noriaki Kano entwickelt, um zu erklären, wie unterschiedliche Anforderungen erfüllt werden und welchen Einfluss diese Erfüllung auf die Zufriedenheit hat (Rusnjak & Schallmo, 2018a).

Gemäss (Rusnjak & Schallmo, 2018a) gibt es drei Arten von Anforderungen der Kundschaft:

1. *Basisanforderungen*: Das sind grundlegende Aspekte, die Konsumierende erwarten, ohne dass sie diese ausdrücklich verlangen. Wenn diese Anforderungen nicht erfüllt werden, sind Konsumierende sehr unzufrieden. Wenn sie aber erfüllt werden, führt das nicht zu Begeisterung oder mehr Zufriedenheit, da diese Leistungen als selbstverständlich angesehen werden. Ein Beispiel dafür wäre im Online-Shop ein funktionierendes Zahlungssystem oder bei einer Fluggesellschaft, dass das Flugzeug am Ziel ankommt (Rusnjak & Schallmo, 2018a).
2. *Leistungsanforderungen*: Dies sind Anforderungen, die von den Konsumierenden erwartet werden und deren Erfüllung zu einer höheren Zufriedenheit führt. Werden die Anforderungen nicht erfüllt, führt es bei den Konsumierenden zu Unzufriedenheit. Beispiele wären eine grosse Produktauswahl im Online-Shop oder bei Fluggesellschaften die Pünktlichkeit. Wenn diese Anforderungen nur durchschnittlich erfüllt werden, ist die Zufriedenheit der Kundschaft ebenfalls nur moderat. Unternehmen können aber Konsumierende langfristig binden, wenn sie bei diesen Anforderungen besonders gut abschneiden (Rusnjak & Schallmo, 2018a).
3. *Begeisterungsanforderungen*: Dies sind unerwartete Leistungen, die Konsumierende positiv überraschen und grosse Begeisterung auslösen können. Wenn solche Leistungen nicht

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

erbracht werden, führt das zwar nicht zu Unzufriedenheit, aber es wird eine Chance verpasst, sich von der Konkurrenz abzuheben (Rusnjak & Schallmo, 2018a).

Wichtig ist, dass Unternehmen diese Begeisterungsanforderungen langfristig und konsistent anbieten müssen, um eine starke und positive Customer Experience zu schaffen. Allerdings besteht die Gefahr, dass solche unerwarteten Leistungen irgendwann von den Konsumierenden als normal angesehen werden und dann zur Standarderwartung werden. Dann könnten diese Leistungen an Wirkung verlieren und sogar Enttäuschung auslösen, wenn sie nicht mehr angeboten werden (Rusnjak & Schallmo, 2018b).

Tabelle 3: Anwendungsbeispiel Kano-Modell Gastronomiebetrieb in Bremgarten

Basisanforderungen	
Beispiel	Ein sauberes und sicheres Restaurantumfeld. Verfügbarkeit von städtischer Infrastruktur wie Parkplätzen oder Fahrradständern in der Nähe des Restaurants und ein funktionierendes Kassensystem und Einhaltung der hygienischen Standards.
Erklärung	Diese Anforderungen werden als selbstverständlich angesehen. Wenn die Hygienevorschriften nicht erfüllt sind oder Parkplätze fehlen, sind die Konsumierenden unzufrieden und letztlich auch die Restaurantbesitzenden, da unzufriedene Konsumierende negative Auswirkungen auf das Geschäft haben. Das Erfüllen dieser Anforderungen führt jedoch nicht zu Begeisterung, da sie als Grundanforderungen erwartet werden.
Leistungsanforderungen	
Beispiel	Gute Sichtbarkeit des Restaurants durch Wegweiser oder lokale Werbung in städtischen Publikationen sowie die Unterstützung durch die Stadt bei lokalen Events, bei denen das Restaurant eine Plattform bekommt (z. B. Stadtfeste oder kulinarische Wochen).
Erklärung	Diese Massnahmen tragen indirekt zur Zufriedenheit der Konsumierenden bei, indem sie das Vertrauen in das Restaurant stärken und es als Teil der Gemeinschaft positionieren. Insbesondere für neue oder weniger bekannte Restaurants kann eine aktive Unterstützung durch die Stadt und lokale Veranstaltungen das Gefühl von Authentizität und Vertrautheit steigern. Eine

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

	mässige oder fehlende Unterstützung kann jedoch zu Unzufriedenheit führen und das Vertrauen die Konsumierenden beeinträchtigen. Gezielte Werbung kann zudem das Interesse der Konsumierenden wecken und ihre Bereitschaft erhöhen, das Restaurant zu besuchen, was das Gesamterlebnis positiv beeinflusst.
Begeisterungsanforderungen	
Beispiel	Die Stadt bietet ein kostenloses Online-Buchungssystem für alle lokalen Restaurants an, damit diese leicht von Konsumierende gefunden und Tische reserviert werden können. Überraschende Unterstützung durch die Stadt, z. B. Subventionen für nachhaltige Renovierungen oder eine besondere Auszeichnung als <i>Bestes Restaurant in Bremgarten</i> .
Erklärung	Diese Massnahmen tragen indirekt zur Zufriedenheit der Konsumierenden bei, indem sie das Vertrauen in das Restaurant stärken und es als Teil der Gemeinschaft positionieren. Insbesondere für neue oder weniger bekannte Restaurants kann eine aktive Unterstützung durch die Stadt und lokale Veranstaltungen das Gefühl von Authentizität und Vertrautheit steigern. Eine mässige oder fehlende Unterstützung kann jedoch zu Unzufriedenheit führen und das Vertrauen die Konsumierenden beeinträchtigen. Gezielte Werbung kann zudem das Interesse der Konsumierenden wecken und ihre Bereitschaft erhöhen, das Restaurant zu besuchen, was das Gesamterlebnis positiv beeinflusst.

3 Methoden

Im folgenden Kapitel wird die Methodenwahl begründet und das Forschungsdesign beschrieben. Es wird vertieft auf die Grundsätze der qualitativen und quantitativen Forschung sowie auf die Entwicklung der Interviews und des Fragebogens eingegangen.

3.1 Begründung der Methodenwahl

Die Sozialwissenschaften widmen sich der Erforschung der sozialen Realität mit dem Ziel, fundierte Erkenntnisse über das gesellschaftliche Umfeld zu erlangen. Dabei liegt der Schwerpunkt darauf, aussagekräftige Erklärungen für soziale Phänomene zu formulieren. Um die Zuverlässigkeit dieser Erkenntnisse zu gewährleisten, ist es unerlässlich, dass sie durch empirische Daten gestützt und überprüft werden (Baur & Blasius, 2022). Nach Misoch (2019) kann dies mittels zweier methodischer Ansätze geschehen: den qualitativen und quantitativen Verfahren, die systematisch erhobene Daten analysieren und auswerten. Um jedoch die Validität der Ergebnisse zu erhöhen und somit die systematischen Fehler bei der Anwendung einzelner Methoden zu verhindern, können Ansätze kombiniert werden (Misoch, 2019).

Laut Echterhoff, Hussy und Schreier (2013) gibt es verschiedene Forschungsstrategien, welche die unterschiedlichen Ansätze kombinieren. Nach eingehender Literaturrecherche hat die Forschungsgruppe entschieden, sich ausschliesslich auf zwei Strategien zu konzentrieren: die Triangulationsmethode und die Mixed-Methods-Methode.

Die Methode der Triangulation bezieht sich darauf ein Forschungsthema aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten. In der Forschung bedeutet das, Daten zu einem bestimmten Gegenstand mit mindestens zwei unterschiedlichen Methoden zu erheben. Bei der Triangulation kann die Kombination innerhalb einer Methode erfolgen. Konkret bedeutet dies die Anwendung entweder zweier quantitativer oder zweier qualitativer Methoden (Echterhoff et al., 2013).

Hingegen wird unter der Begriff Mixed-Methods die gezielte Kombination von quantitativen und qualitativen Ansätzen verstanden. Nicht jede Triangulationsstudie ist automatisch eine Mixed-Methods-Studie. Nur wenn in der Triangulation sowohl quantitative als auch qualitative Methoden kombiniert werden, spricht man von einer Mixed-Methods-Studie. Ein weiterer Unterschied besteht

darin, dass sich die Triangulation auf die Kombination von Methoden der Datenerhebung konzentriert. Mixed-Methods-Studien können zusätzlich auch verschiedene Auswertungsverfahren kombinieren. Damit überschneiden sich die beiden Forschungsstrategien zwar in einigen Aspekten, sind jedoch nicht deckungsgleich (Echterhoff et al., 2013).

Auf Basis der Ergebnisse aus der Literaturrecherche, der vorliegenden Daten und der Forschungsfrage wird das Forschungsdesign erstellt. Dies umfasst nicht nur die Strukturierung des Forschungsprozesses, sondern auch die Auswahl der Datenerhebungsmethoden, die Bestimmung der Samplingstrategie sowie die Festlegung der Auswertungsverfahren (Baur & Blasius, 2022). Diese Schritte werden in den folgenden Kapiteln näher erläutert, wobei im nächsten Kapitel die Wahl des Forschungsdesigns begründet wird.

3.2 Forschungsdesign

Die Forschungsgruppe hat sich zur Beantwortung der Forschungsfragen für ein Mixed-Methods-Design entschieden. Die Kombination von qualitativen und quantitativen Erhebungs- und Auswertungsmethoden erlaubt einen tiefen und umfassenden Blick auf die Bedürfnisse der Interessengruppen der Stadt Bremgarten. Die Konstruktion der Fragebogenitems baut auf den erhobenen Daten der qualitativen, teilstrukturierten Interviews auf. Die Interviews dienen zur ersten Exploration des Interessenfelds und zur Schliessung von Wissenslücken der Forschungsgruppe. Das Mixed-Methods-Design ermöglicht so das Betrachten des Forschungsgegenstands aus verschiedenen Perspektiven (Schreier, Echterhoff, Bauer, Weydmann & Hussy, 2023).

3.3 Qualitative Datenerhebung

In der qualitativen Forschung gibt es zwei Ansätze zur Datenerhebung: entweder wird auf bereits vorhandenes Material zurückgegriffen oder es werden neue Daten aktiv gesammelt (Echterhoff et al., 2013). Je nach Ansatz können verschiedene Methoden zum Einsatz kommen, wie etwa Beobachtungen, Interviews, Fokusgruppen, biografische Methoden sowie Dokumenten- und Inhaltsanalysen (Misoch, 2019). Während Erkenntnisse durch Methoden wie Interviews, Beobachtungen und Fokusgruppen aktiv gewonnen werden, erfolgt bei biografischen Methoden sowie bei Dokumenten- und Inhaltsanalysen die Auswertung bereits existierender Materialien wie Texte, Bilder oder Filme (Echterhoff et al., 2013).

Im Rahmen der Projektarbeit ist eine aktive Datenerhebung erforderlich, um die Bedürfnisse der Stakeholder zu erfassen. Die Literaturrecherche der Semesterarbeit hat ergeben, dass die Interviewmethode hierfür am besten geeignet ist. Daher wird in dieser Arbeit ausschliesslich diese Methode zur Datenerhebung angewendet und näher erläutert.

Das Ziel eines Interviews besteht darin, Informationen über den Untersuchungsgegenstand zu gewinnen, um dessen soziale Realität rekonstruieren zu können (Echterhoff et al., 2013; Gläser & Laudel, 2010). Hierfür können unterschiedliche Ansätze angewendet werden, die je nach Ausgangslage ausgewählt werden sollten (Echterhoff et al., 2013). Nach der Auseinandersetzung mit den verschiedenen Ansätzen in der Semesterarbeit wurde festgestellt, dass sich halbstandardisierte, insbesondere leitfadengestützte Interviews dafür am besten eignen.

Die Durchführung von Interviews ermöglicht es, tiefgehende Einblicke in die Ansichten und Erfahrungen der befragten Personen zu gewinnen (Mey & Mruck, 2010; Misoch, 2019). Der Einsatz halbstandardisierter Verfahren fördert die Entwicklung eines fundierten Verständnisses des Untersuchungsgegenstandes durch die Kombination von Struktur und Flexibilität. Diese strukturierte Herangehensweise sichert die Vergleichbarkeit der erhobenen Daten, während sie gleichzeitig Offenheit wahrt, die es erlaubt, neue Fragen zu formulieren. Dadurch können unerwartete Erkenntnisse gewonnen werden, die zu einem umfassenderen Verständnis des Themas beitragen (Jacob & Renner, 2020; Kruse, 2015). Ein Interviewansatz, der das halbstandardisierte Verfahren nutzt, sind die sogenannten Leitfadeninterviews, bei denen ein zuvor erstellter Leitfaden den Verlauf des Gesprächs lenkt (Helfferich, 2022). Dafür eignet sich diese Art von Interviews besonders, um ein umfangreiches Spektrum an Wissensarten zu erfassen, das sowohl alltägliches als auch wissenschaftliches Wissen umfasst und spezifische Informationen abdeckt (Gropengiesser & Niebert, 2014; Gläser & Laudel, 2010).

Diese Ansätze eignen sich optimal für die Projektarbeit, weil sie eine flexible und anpassungsfähige Datenerhebung ermöglichen und gleichzeitig die unterschiedlichen Perspektiven der Stakeholder integrieren. Während die Struktur des Verfahrens sicherstellt, dass grundlegende Themen systematisch abgedeckt und die Vergleichbarkeit der Daten gewährleistet wird, erlaubt die offene Gestaltung, spontan auf unerwartete Antworten oder spezifische Bedürfnisse einzugehen. So kann die Forschungsgruppe flexibel reagieren und vertiefende Fragen stellen, ohne strikt an einen festen Leitfaden gebunden zu sein. Dadurch entsteht ein umfassendes Bild der Bedürfnisse aller

Stakeholder. Auf dieser Grundlage können Muster und Gemeinsamkeiten identifiziert werden, die es ermöglichen, Fragen in Form eines Fragebogens zu entwickeln, der sowohl die übergeordneten als auch die spezifischen Interessen aller Beteiligten berücksichtigt.

3.3.1 Interviewleitfadenentwicklung

Der Interviewleitfaden gliedert sich in mehrere thematischen Bereiche, die sowohl auf den Forschungsfragen, der Problemstellung und dem Gassenreglement basieren. Dabei wurde berücksichtigt, dass jedes Thema des Leitfadens darauf ausgelegt ist, relevante Informationen zu den Wünschen, Barrieren und Erwartungen der Stadt-Stakeholder zum Vorschein zu bringen. Der finale Leitfaden ist in Anhang D dieser Arbeit zu finden.

Nachfolgend wird eine Übersicht der sechs Hauptkategorien gegeben, in die sich der Leitfaden gliedert:

Erscheinungsbild: In diesem Abschnitt wird das ästhetische Erscheinungsbild der Gastronomiebetriebe in der Altstadt besprochen. Es geht darum, wie die Befragten das äussere Erscheinungsbild wahrnehmen und was sie sich in dieser Hinsicht wünschen. Des Weiteren wird hinterfragt, ob sie sich durch die bestehenden Regelungen in ihrer Geschäftsgestaltung eingeschränkt fühlen.

Einrichtung: In diesem Abschnitt wird die Gestaltung der Aussenbereiche der Gastronomiebetriebe thematisiert, insbesondere die Einrichtung wie Tische, Beleuchtung und Pflanzen, wobei die befragten Personen ihre Eindrücke dazu schildern sollen. Zudem werden sie gebeten, ihre Wünsche hinsichtlich der Einrichtung zu äussern und mitzuteilen, ob sie sich durch bestimmte Vorgaben in ihrer gestalterischen Freiheit eingeschränkt fühlen.

Wohlfühltemperatur: Thema dieses Abschnitts sind die Schutzmassnahmen gegen die hohen und niedrigen Temperaturen (Hitze, Kälte, Regen) in den Aussenbereichen der Restaurants. Es wird untersucht, wie effektiv diese Massnahmen wahrgenommen werden und welche Rückmeldungen von Gästen diesbezüglich erhalten werden.

Saisonschluss: Der Saisonschluss, der den Betrieb der Aussenbereiche von Mitte Oktober bis Mitte April einschränkt, steht hier im Mittelpunkt. Die Befragten teilen ihre Meinung zur aktuellen

Regelung und werden gefragt, wie lange sie sich wünschen, im Freien bewirten bzw. verweilen zu können. Ebenso wird thematisiert, inwieweit sie sich dadurch in ihren Geschäftsmöglichkeiten eingeschränkt fühlen.

Platzeinnahme - Trittflächen und Abgrenzungen: In diesem Abschnitt geht es um die Regelungen, welche die Verwendung von Trittflächen und Abgrenzungen wie Podeste, Stufen und hohe Hecken verbieten. Die Befragten äussern ihre Meinungen zu diesen Beschränkungen und wie diese ihre Nutzung des Aussenbereichs beeinflussen.

Gebühr für die öffentliche Nutzung von Strassen und Plätzen für Gassenwirtschaften: Hier wird die Gebühr für die Nutzung öffentlicher Flächen thematisiert. Die Befragten werden nach ihrer Meinung zur Grundgebühr von 50.- pro Quadratmeter pro Saison gefragt und, ob diese Kosten für sie eine Herausforderung darstellen. Ausserdem wird untersucht, welche Auswirkungen die Gebühr auf die Planung und Nutzung des Aussenbereichs hat.

Abschluss: Im abschliessenden Teil wird den Befragten die Möglichkeit gegeben, ihre Erwartungen an das neue Gassenreglement zu äussern sowie ihre persönlichen Wünsche und Anliegen im Hinblick auf die Regelungen in der Altstadt mitzuteilen.

3.3.2 Sampling

Sampling bezeichnet den Prozess der Auswahl von Personen, die über spezifische Eigenschaften verfügen und die zu untersuchende Grundgesamtheit repräsentieren (Misoch, 2019). Da es häufig nicht möglich ist, die gesamte Population zu befragen, wird stattdessen eine repräsentative Stichprobe erstellt, die alle wesentlichen Merkmale in Bezug auf die Forschungsfrage abdeckt (Kruse, 2015).

Für die vorliegende Forschungsarbeit wurde angesichts der Forschungsfragen sowie des bestehenden Vorwissens zur Problemstellung eine feste Fallauswahl als Sampling-Methode gewählt. Dies bedeutet, dass die Auswahlkriterien vor der Datenerhebung klar definiert wurden. Qualitative Stichprobenpläne dieser Art zielen auf die Erfassung der Heterogenität innerhalb der Stichprobe ab. Das heisst, es soll eine möglichst grosse Vielfalt im Untersuchungsbereich berücksichtigt werden (Schreier, 2020).

In Abstimmung mit dem Forschungspartner wurden folgende Interessengruppen festgelegt:

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

- Gastrobetreibende im Altstadtperimeter und ausserhalb der Altstadt
- Ladenbetreibende in der Altstadt und ausserhalb der Altstadt
- Kleingewerbetreibende (ohne Ladenlokal) in der Altstadt und ausserhalb der Altstadt
- Grossgewerbetreibende von Bremgarten
- Anwohnende der Altstadt
- Übrige Bewohnende von Bremgarten
- Besuchende der Altstadt von ausserhalb von Bremgarten (zum Beispiel für Einkäufe, Behördengänge, Tourismus und Marktbesuche)
- Besitzende einer Liegenschaft in der Altstadt (unabhängig davon, ob sie dort wohnen oder nicht)
- Arbeitnehmende in der Altstadt

Basierend auf diesen Interessengruppen wurde der Stichprobenplan wie folgt strukturiert:

Tabelle 4: Qualitativer Stichprobenplan

Interviewte Person	Altersgruppe	Interessengruppe	Wohnort
B1	45-54	Besuchende der Altstadt	Ausserhalb von Bremgarten
B2	64+	Hausbesitzende einer Liegenschaft der Altstadt	In der Altstadt von Bremgarten
B3	55-64	Hausbesitzende einer Liegenschaft der Altstadt	Ausserhalb von Bremgarten
B4	35-44	Gastronomiebetreibende ausserhalb der Altstadt	In Bremgarten, ausserhalb der Altstadt
B5	55-64	Gastronomiebetreibende innerhalb der Altstadt	In Bremgarten, ausserhalb der Altstadt
B6	55-64	Ladenbesitzende in der Altstadt	In der Altstadt von Bremgarten
B7	55-64	Bewohnende der Altstadt	In der Altstadt von Bremgarten (Oberstadt)
B8	55-64	Bewohnende der Altstadt	In der Altstadt von Bremgarten (Oberstadt)

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

B9	Keine Angabe	Besuchende der Altstadt	In Bremgarten, ausserhalb der Altstadt
B10	Keine Angabe	Bewohnende der Altstadt	In der Altstadt von Bremgarten (Unterstadt)
B11	35-44	Gastrobetreiber in der Altstadt	In der Altstadt von Bremgarten
B12	64+	Kleingewerbe (ohne Ladenlokal) ausserhalb der Altstadt	Ausserhalb von Bremgarten
B13	55-64	Kleingewerbe (ohne Ladenlokal) in der Altstadt	Ausserhalb von Bremgarten
B14	45-54	Ladenbesitzende ausserhalb der Altstadt	In der Altstadt von Bremgarten
B15	25-34	Arbeitnehmende der Altstadt	Ausserhalb von Bremgarten
B16	35-44	Arbeitnehmende der Altstadt	In der Altstadt von Bremgarten
B17	35-44	Arbeitnehmende der Altstadt	In der Altstadt von Bremgarten

3.3.3 Datenerhebung

Wie aus dem Stichprobenplan hervorgeht, wurde für jede Zielgruppe mindestens eine Person interviewt. Jede interviewte Person repräsentierte dabei eine spezifische Zielgruppe, wodurch die unterschiedlichen Perspektiven der Interessengruppen erfasst werden konnten. Ziel der Interviews war es, Einblicke in die jeweiligen Bedürfnisse und Anliegen der Zielgruppen zu gewinnen, um sicherzustellen, dass diese in den späteren Fragebogen integriert werden können. Insgesamt wurden 17 Interviews online via Microsoft Teams durchgeführt. Die Interviews wurden aufgezeichnet und mithilfe des integrierten Transkriptionstools von Teams transkribiert. Anschliessend wurde die Transkription manuell überprüft und korrigiert. Danach erfolgte die Analyse der Interviews, die im nächsten Kapitel ausführlich beschrieben wird.

3.3.4 Inhaltsanalyse

Für die Analyse der qualitativen Interviews hat sich die Forschungsgruppe für die Methode des *Affinity Mapping* entschieden. Diese Methode ermöglicht es, eine grosse Menge qualitativer Daten visuell zu strukturieren, wodurch die Analyse der Daten erheblich erleichtert wird (Gee & Wofford, 2022).

Zur Umsetzung wurde das digitale Tool *Miro Board* verwendet, eine Plattform, die wie ein Whiteboard funktioniert. Zunächst wurden Notizzettel für die Hauptkategorien erstellt, um die übergeordneten Themen zu definieren. Anschliessend wurden verschiedene Farben für die Notizzettel festgelegt, die die Aussagen aus den Interviews repräsentieren:

- Orange für Barrieren
- Grün für Erwartungen
- Gelb für Wünsche
- Grau für Aspekte, die aus Sicht der Befragten derzeit gut geregelt sind
- Blau für sonstige Anmerkungen

Untenstehend ein Ausschnitt aus dem Miro-Board zur Hauptkategorie Saisonabschluss und Saisonstart:



Abbildung 4: Ausschnitt aus Miroboard

Die Aussagen aus den Interviews wurden zunächst auf farbigen Notizzettel notiert und anschliessend den entsprechenden Hauptkategorien zugeordnet. So konnten die Ergebnisse aus den einzelnen Interviews Schritt für Schritt strukturiert werden. Zusätzlich wurde eine separate Kategorie eingerichtet, um Anliegen zu erfassen, die von den Interviewten geäußert wurden, aber nicht direkt mit dem Gassenreglement in Zusammenhang stehen.

Nachdem alle Interviews einzeln analysiert und die Aussagen den Hauptkategorien zugewiesen worden waren, führte die Forschungsgruppe eine gemeinsame Sitzung durch, um die Ergebnisse zu diskutieren. Auf dieser Basis wurden die identifizierten Punkte weiter ausgearbeitet und in konkrete Items für den Fragebogen überführt.

3.4 Quantitative Datenerhebung

Als Ergänzung zu der qualitativen Methode des Interviews wird in dieser Forschungsarbeit auch ein Instrument der quantitativen Forschung eingesetzt. Mithilfe quantitativer Werkzeuge können latente Merkmale wie Kognitionen, Gefühle und Motivationen erfasst und in numerischer Form wiedergegeben werden (Schreier et al., 2023). Die Forschungsgruppe hat sich für die Verwendung eines Fragebogens entschieden, da so präzise definierte Konstrukte erfasst und gemessen werden können. Diese Daten lassen einen Rückschluss auf die untersuchten Konstrukte zu (Moosbrugger & Kelava, 2020). In dieser Arbeit handelt es sich bei den latenten Merkmalen und Konstrukten um die Bedürfnisse, empfundenen Barrieren und Erwartungen der Interessengruppen in Bremgarten.

3.4.1 Gütekriterien quantitativer Forschung

Die Forschungsgruppe arbeitet unter der Annahme der drei Gütekriterien Objektivität, Reliabilität und Validität. Die Objektivität bezeichnet das Gleichbleiben eines Forschungsergebnisses unabhängig von der durchführenden Forschungsperson. Die Reliabilität besagt, wie exakt das zu untersuchende Merkmal gemessen wird. Die Validität gibt an, ob der Test auch tatsächlich das zu messen gewünschte Merkmal misst (Blanz, 2021).

3.4.2 Fragebogenkonstruktion

Nach der Auswertung der Interviews begann die Forschungsgruppe mit der Konstruktion des Fragebogens. Basierend auf den Aussagen aus den qualitativen Interviews wurden Items abgeleitet, welche anschliessend von den Interessengruppen bewertet werden. Zum Beispiel wurde von

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

mehreren Interviewpersonen bemängelt, dass unklar ist, an wen sie sich bei Verstößen gegen das Reglement wenden können. Daraus entstand im ersten Entwurf dieses Item:

Ich weiss, wen ich bei Fragen und Verstößen kontaktieren kann.

Um einer allfälligen Zustimmungstendenz entgegenzuwirken, wurden einige negativ gepolte Items eingesetzt, nachfolgend ein Beispiel:

Ich wünsche mir, dass die Betriebszeiten der Aussenbereiche der Gastronomiebetriebe so bleiben, wie sie sind.

Die Forschungsgruppe hat sich für eine fünfstufige Skala entschieden, da sich diese laut Studien in Bezug auf Validität und Reliabilität am besten eignet (Moosbrugger & Kelava, 2020). Die Itempolung wurde so ausgerichtet, dass ein positives Beantworten eines Items darauf hindeutet, dass die Testperson sich eine Veränderung am Gassenreglement wünscht. Die Benennung der Skalenpunkte lautet wie folgt:

Ich stimme überhaupt nicht zu – Ich stimme nicht zu – Ich stimme weder zu noch lehne ich ab – Ich stimme zu – Ich stimme vollständig zu

Um Verzerrungseffekte wie die Tendenz zur Mitte und die Tendenz zum extremen Urteil zu mindern, wurde auf eine zu extreme Benennung der Antwortpole verzichtet. Die Effekte sind stärker bei wenigen Antwortstufen, was ebenfalls für die fünfstufige Skala spricht (Moosbrugger & Kelava, 2020).

Nach der Erstellung des ersten Fragebogenentwurfs wurden Pretests durchgeführt. Eine Auswahl der Anpassungen ist in der folgenden Tabelle ersichtlich:

Tabelle 5: Anpassungen nach Pretest

Items	Feedback	Anpassungen
Beginn des Fragebogens	Umbenennung Fragebogenabschnitt «Demografische Daten und Einwilligung», da Einwilligung im vorherigen Abschnitt geholt wird	Entfernen von «und Einwilligung»
Ende des Fragebogens	Wunsch nach Freitext-Item	Am Schluss wurde ein Item eingefügt, bei

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

		welchem die Befragten sich frei mitteilen können.
Diverse Items	Grammatikalische Fehler	Korrigiert
Items zu Öffnungszeiten	Unklare Formulierungen (unter der Woche? Nur am Wochenende?)	Items wurden umformuliert, es wurden unter Anderem Items für <i>unter der Woche</i> und <i>am Wochenende</i> erstellt

Nach Vornahme der Anpassungen wurde der Fragebogen zur Überprüfung an den Stadtrat versandt, woraufhin einige weitere Anpassungen vorgenommen wurden. Davon eine Auswahl in der folgenden Tabelle:

Tabelle 6: Anpassungen nach Feedback Stadtrat

Item	Feedback	Anpassung
1	Vorschlag eines neuen Eröffnungsisems	Item wird ersetzt. Eröffnungsisem neu: «Ich schätze die Aufenthaltsqualität in der Altstadt Bremgarten als hoch ein.»
1	Wunsch, dass das Item am Schluss platziert wird	Item wird nach dem Freitext-Item platziert
17 (ehemalig)	Das Item als nicht nötig befunden	Item wird gestrichen

Der finale Fragebogen beinhaltet 38 Items, eins davon ein Freitext-Item, bei welchem die Befragten noch offene Punkte ansprechen können, und ist unter Anhang A ersichtlich.

3.4.3 Sampling Fragebogen

Die Samplingstrategie für dieses Projekt erschloss sich aus den Vorgaben des Praxispartners. Die Forschungsgruppe generierte einen QR-Code, welcher zum Fragebogen führte. Ein Flyer mit diesem QR-Code wurde an die Haushalte der Stadt Bremgarten versandt. Daraus ergibt sich eine einfache Zufallsstichprobe, da die gesamte Grundgesamtheit die Möglichkeit hatte, an der Befragung teilzunehmen. Die Datenerhebung fand zwischen dem 4. und dem 29. Dezember 2024 statt. Der Fragebogen wurde von 613 Personen beendet, davon identifizierten sich 284 Personen als weiblich, 322 Personen als männlich und sieben Personen als anderes Geschlecht. Um das Alter zu erfassen, wurden verschiedene Kategorien erstellt. Die Kategorien reichten von 18 Jahren bis älter als 65 Jahre. Die Verteilung der Alterskategorien ist wie folgt ausgefallen:

Häufigkeit von Alter

Alter	Anzahl	% von Gesamt	kumulierte %
18-24 Jahre	16	2.6 %	2.6 %
25-34 Jahre	86	14.0 %	16.6 %
35-44 Jahre	127	20.7 %	37.4 %
45-54 Jahre	183	29.9 %	67.2 %
55-64 Jahre	106	17.3 %	84.5 %
65 Jahre oder älter	95	15.5 %	100.0 %

Abbildung 5: Altersverteilung, eigene Darstellung via Jamovi

Die Kategorie mit den meisten Teilnehmenden (183 Personen) ist somit die Altersklasse 45-54 Jahre, am zweithäufigsten sind Personen aus der Alterskategorie 35-44 Jahre vertreten (127 Personen). Prozentual sind 50.6 Prozent der Befragten, also 310 Personen, zwischen 35 und 54 Jahre alt.

Im Fragebogen wurde abgefragt, in welcher Branche die Teilnehmenden tätig sind. Diese Frage lies eine Mehrfachantwort zu, deswegen wurden hier gesamthaft 749 Stimmen abgegeben. In folgender Tabelle kann die Verteilung der Branche, in der die Teilnehmenden tätig sind, abgelesen werden:

Tabelle 7: Verteilung der Branchen der Stichprobe, eigene Darstellung

Branche	Anzahl Personen	Prozentualer Anteil

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

Bildung Soziales	114	15.22
Gastgewerbe, Tourismus	41	5.47
Gesundheit, Sport, Wellness	68	9.08
Industrie, Technik, Informatik	85	11.35
Kunst, Design	38	5.07
Natur, Umwelt	20	2.67
Medien, Information, Kommunikation	25	3.34
Öffentliche Verwaltung, Rechtspflege, Sicherheit	57	7.61
Dienstleistung, Verkauf	96	12.82
Bauhaupt-/ Nebengewerbe	53	7.08
Banken, Versicherungen	24	3.20
Maschinen- und Metallbau	12	1.60
Chemie und Pharma	7	0.93
Rohstoffhandel	4	0.53
Pensioniert	94	12.55
Studierende	11	1.47
Summe	749	100.00

In dieser Arbeit wurden zudem verschiedene Interessensgruppen unterschieden. Die Interessensgruppen wurden von der Stadt Bremgarten vorgegeben und dienen der Nachvollziehbarkeit der Resultate. Die Herleitung der verschiedenen Interessensgruppen kann im Kapitel 3.3.2 Sampling nachgelesen werden. Rund ein Drittel (33.8 Prozent) der Befragten gehört der Interessensgruppe *Besuchende der Altstadt, wohnhaft in Bremgarten* an. Mit 20 Personen sind 3.3 Prozent *Gastrobetreibende in der Altstadt*, diese Interessensgruppe ist von der Reglementierung der Nutzung der Gassen und Plätze direkt betroffen. Ebenfalls direkt betroffen sind die Interessensgruppen *Anwohnende Oberstadt, Hausbesitzende einer Liegenschaft (wohnhaft in/ und ausserhalb Bremgarten), Ladenbetreibende in der Altstadt* und *Arbeitnehmende in der Altstadt* zusammen mit der Gruppe *Gastrobetreibende in der Altstadt* sind das Prozentual gesamt rund 19.25 Prozent der Personen, die an der Umfrage teilgenommen haben. Der nachfolgenden Tabelle kann die

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

Anzahl Nennungen, die prozentualen und der kumulierten Häufigkeiten der verschiedenen Interessengruppen entnommen werden:

Häufigkeit von Interessengruppe

Interessengruppe	Anzahl	% von Gesamt	kumulierte %
Gastronomiebetreibende in der Altstadt	20	3.3 %	3.3 %
Gastronomiebetreibende ausserhalb der Altstadt	4	0.7 %	3.9 %
Ladenbetreibende in der Altstadt	12	2.0 %	5.9 %
Ladenbetreibende ausserhalb der Altstadt	2	0.3 %	6.2 %
Kleingewerbe (ohne Ladenlokale) in der Altstadt	6	1.0 %	7.2 %
Kleingewerbe (ohne Ladenlokale) ausserhalb der Altstadt	8	1.3 %	8.5 %
Anwohnende Oberstadt	53	8.6 %	17.1 %
Anwohnende Unterstadt	66	10.8 %	27.9 %
Besuchende der Altstadt, wohnhaft in Bremgarten	207	33.8 %	61.7 %
Besuchende der Altstadt, wohnhaft ausserhalb Bremgarten	158	25.8 %	87.4 %
Hausbesitzende einer Liegenschaft in der Altstadt (wohnhaft in Bremgarten)	30	4.9 %	92.3 %
Hausbesitzer:in einer Liegenschaft in der Altstadt (wohnhaft ausserhalb Bremgarten)	2	0.3 %	92.7 %
Arbeitnehmende in der Altstadt	17	2.8 %	95.4 %
Handwerk und Gewerbe ausserhalb der Altstadt	12	2.0 %	97.4 %
Kulturschaffende in der Altstadt	16	2.6 %	100.0 %

Abbildung 6: Häufigkeit der Interessengruppen, eigene Darstellung via Jamovi

3.4.4 Statistische Auswertung

Mit den erhobenen Daten wurde eine Deskriptivstatistik erstellt, und mithilfe der Masse der zentralen Tendenz wurden typische Werte und Trends innerhalb der Datenverteilung ersichtlich gemacht (siehe Kapitel 4). Das *arithmetische Mittel* (engl. *Mean*) bezeichnet den Durchschnitt der Messergebnisse (Rasch et al., 2021). Der *Median* zeigt die 50%-Marke der Verteilung an, die Hälfte der Werte liegt also über beziehungsweise unter dieser Marke. Im Gegensatz zum Mittelwert ist der Median robust gegenüber Ausreissern, also extremen Werten. Dies gilt auch für den *Modalwert* (engl. *Mode*), welcher den häufigsten Wert bezeichnet (Blanz, 2021). Ebenfalls analysiert werden die Streuungsmasse, welche das Ausmass an Dispersion in den Daten angeben. Die Dispersion bezeichnet die Streuung der Werte um den Mittelwert. Wichtig beim Betrachten der einzelnen Items ist hier die Standardabweichung. Sie gibt die durchschnittliche Abweichung der Daten vom Mittelwert an (Blanz, 2021). Mithilfe der statistischen Analyse der Fragebogen-Items konnten Aussagen zur Validität und Reliabilität getroffen werden. Hier wurde die interne Konsistenz analysiert, welche angibt, wie stark die Items untereinander korrelieren. Die interne Konsistenz wird mit der Grösse Cronbachs Alpha (CA) angegeben. Korrelieren die Items stark miteinander, so spricht dies für eine konsistente, einheitliche Messung desselben Konstrukts. Auch wird die Trennschärfe

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

berechnet, welche anzeigt, wie gut ein Item zwischen befragten Personen mit hoher und niedriger Merkmalsausprägung differenziert (Blanz, 2021). Die Ergebnisse der quantitativen Datenerhebung werden nachfolgend erläutert.

Nachdem negativ gepolte Items rekodiert wurden, beträgt der Fragebogen ein Cronbachs Alpha von .922. Nach Blanz (2021) gilt ein CA ab .8 als 'gut'. Der Fragebogen weist demnach eine hohe interne Konsistenz auf. Die Trennschärfe jedes Items wurde ebenfalls analysiert. Die Trennschärfen sind in nachfolgender Tabelle ersichtlich:

	Item-rest correlation	If item dropped	
		Cronbach's α	
Item Reliability Statistics			
Item 1_r	0.171	0.923	
Item 2_r	0.281	0.922	
Item 3	0.152	0.924	
Item 4	0.105	0.923	
Item 5_r	0.630	0.918	
Item 6	0.522	0.920	
Item 7	0.639	0.918	
Item 8	0.258	0.923	
Item 9	0.533	0.920	
Item 10	0.626	0.918	
Item 11	0.377	0.921	
Item 12	0.599	0.919	
Item 13	0.316	0.922	
Item 14_r	0.476	0.920	
Item 15	0.624	0.918	
Item 16	0.605	0.919	
Item 17	0.400	0.921	
Item 18_r	0.473	0.920	
Item 19	0.604	0.919	
Item 20	0.627	0.918	
Item 21_r	0.494	0.920	
Item 22	0.408	0.921	
Item 23	0.270	0.922	
Item 24	0.427	0.921	
Item 25	0.620	0.919	
Item 26	0.503	0.920	
Item 27	0.645	0.918	
Item 28_r ^a	0.515	0.920	
Item 29	0.469	0.920	
Item 30	0.587	0.919	
Item 31	0.281	0.922	
Item 32	0.523	0.920	
Item 33_r	0.380	0.921	
Item 34	0.480	0.920	
Item 35_r	0.508	0.920	
Item 36_r	0.572	0.919	
Item 37	0.608	0.919	

^a reverse scaled item

Abbildung 7 - Trennschärfe (eigene Darstellung via Jamovi)

Items, welche nach der Reversion immer noch eine niedrige Trennschärfe (nach Blanz (2021) unter .3) aufwiesen, wurden von der Forschungsgruppe analysiert. Es handelte sich um insgesamt sieben Items. Items 1, 2, 3 und 31 wiesen jeweils eine geringe Variabilität auf, sind jedoch wichtig für die Beantwortung der Forschungsfragen. Bei Item 4 handelt es sich um eine geschlossene Frage, welche nur mit *Ja* oder *Nein* beantwortet werden konnte. bei welcher eine niedrige Trennschärfe zu erwarten war. Bei den Items 8 und 23 könnte die niedrige Trennschärfedaher stammen, dass die Items zu komplex formuliert waren (beide wiesen Zahlenwerte in der Fragestellung auf).

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

Anschliessend wurden die Items auf Auffälligkeiten unter den Massen zentraler Tendenz untersucht.

	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5_r	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14_r	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18_r	Item 19	Item 20
Descriptives																				
N	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3.68	3.76	3.39	1.63	3.72	3.53	2.88	3.71	3.70	2.84	3.93	3.00	4.35	2.77	3.21	3.80	3.38	4.28	3.27	3.28
Median	4	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
Mode	4.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	2.00	4.00	5.00	2.00	4.00	3.00	5.00	2.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00
Standard deviation	0.920	1.06	1.25	0.482	1.19	1.34	1.47	1.28	1.37	1.47	1.04	1.14	0.780	1.20	1.27	0.981	1.30	0.879	1.27	1.26
Minimum	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Maximum	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Abbildung 8: Deskriptivstatistik Items 1-20 (eigene Darstellung via Jamovi)

	Item 21_r	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27	Item 28_r	Item 29	Item 30	Item 31	Item 32	Item 33_r	Item 34	Item 35_r	Item 36_r	Item 37
Descriptives																	
N	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613	613
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3.08	3.32	3.68	2.77	3.66	4.10	3.84	1.98	2.50	2.94	2.99	2.91	3.51	2.79	3.32	2.99	3.99
Median	3	4	4	3	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4
Mode	2.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	5.00	1.00	1.00	4.00	3.00	3.00	3.00	2.00	4.00	2.00	4.00
Standard deviation	1.20	1.14	0.965	1.16	1.25	0.929	1.28	1.05	1.38	1.29	1.02	1.10	0.968	1.33	1.20	1.29	0.966
Minimum	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Maximum	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Abbildung 9: Deskriptivstatistik Items 21-37 (eigene Darstellung via Jamovi)

Anhand der Grössen *Minimum* und *Maximum* wird ersichtlich, dass bei jedem Item die Range 1-5 der Antwortmöglichkeiten benutzt wurde. Der *Mittelwert* ist besonders niedrig bei den Items 10, 14, 28 und 29. Der Wert liegt zwischen 1.98 und 2.84, diese Items wurden demnach tendenziell negativ beantwortet. Die höchsten Mittelwerte liegen bei den Items 13, 18 und 26, zwischen 4.10 und 4.35. Die Items 7 und 10 weisen die höchste Standardabweichung auf mit dem Wert 1.47, was auf eine hohe Streuung bei diesen beiden Items hindeutet. Durch das Erstellen von Häufigkeitstabellen via Jamovi konnte die Forschungsgruppe dies bestätigen:

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

Item 7	Counts	% of Total	Cumulative %
Frequencies of Item 7			
Ich stimme überhaupt nicht zu	128	20.9%	20.9%
Ich stimme nicht zu	181	29.5%	50.4%
Ich stimme weder zu noch lehne ich ab	77	12.6%	63.0%
Ich stimme zu	92	15.0%	78.0%
Ich stimme vollständig zu	135	22.0%	100.0%

Item 10	Counts	% of Total	Cumulative %
Frequencies of Item 10			
Ich stimme überhaupt nicht zu	135	22.0%	22.0%
Ich stimme nicht zu	178	29.0%	51.1%
Ich stimme weder zu noch lehne ich ab	82	13.4%	64.4%
Ich stimme zu	85	13.9%	78.3%
Ich stimme vollständig zu	133	21.7%	100.0%

Abbildung 10: Häufigkeitstabellen Items 7, 10 (eigene Darstellung via Jamovi)

Der Fragebogen wurde auf Wunsch des Praxispartners mit einem Freitextfeld und der Frage *Was möchten Sie bezüglich des Gassenreglements sonst noch mitteilen?* ergänzt. Insgesamt haben 135 Personen einen Kommentar verfasst. Die Antworten wurden zuerst einer der sechs Hauptkategorien der Umfrage und im Anschluss je einem Item aus dem Fragebogen zugeordnet. Zusätzlich zu den Hauptkategorien wurde die Kategorie *Wunsch nach Veränderung* erstellt, zur Darstellung der Wünsche, die geäußert wurden und nicht konkret einer Hauptkategorie zugeordnet werden konnten. Diese Aussagen wurden dem Item 37 aus dem Fragebogen zugeordnet *Ich wünsche mir eine Veränderung vom aktuellen Gassenreglement*. Diesem Item wurden 22 Kommentare zugeordnet. Es gab 36 Kommentare ohne Zuordnung zu einem Item. Diese haben sich auf Themen ausserhalb des Gassenreglements bezogen oder waren Fragen oder Rückmeldungen zu der Umfrage. Die Antworten aus den Freitextfeldern sind in Anhang B ersichtlich.

In der folgenden Tabelle werden die meistgenannten Rückmeldungen aus den Freitextfeldern zusammengefasst:

Tabelle 8: Zusammenfassung der Rückmeldungen im Freitextfeld, eigene Darstellung

Kategorie	Meistgenannte Aussagen	Anzahl Rückmeldungen
Betriebszeiten	Längere Betriebszeiten, besonders im Sommer und an Wochenenden, sind erwünscht.	27
	Der Betrieb in Aussenbereichen wird als wichtig für eine lebendige Stadt angesehen.	

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

	Striktere Einhaltung der Nachtruhe und stärkere Kontrolle von Lärm werden von einigen Anwohnenden gefordert.	
Erscheinungsbild	Eine belebte Altstadt wird als wichtig empfunden. Mehr Aussenplätze und weniger strikte Vorgaben könnten die Attraktivität erhöhen.	27
	Der historische Charme der Altstadt soll genutzt und bewahrt werden. Gleichzeitig wird eine modernere und lebendigere Gestaltung angestrebt.	
	Mehr Vielfalt und Farbe in den Gassen wird gewünscht. Die Betreiber sollen sich entfalten dürfen, um ein lebendiges und ansprechendes Ambiente zu schaffen	
Möblierung	Die Altstadt soll gepflegt und für Besucher attraktiv gestaltet werden.	2
Einfriedigung	Es gibt den Wunsch nach einer einheitlicheren Gestaltung der Aussenbereiche mit abgestimmter Möblierung und Begrünung.	1
Saisonregelung	Viele wünschen sich eine flexiblere oder verlängerte Saison, insbesondere an schönen Tagen im Winter oder Frühling.	14
	Die Betreiber sollten selbst entscheiden können, wann sie den Aussenbereich nutzen möchten, abhängig von Wetterbedingungen und speziellen Anlässen.	
	Einige äussern Bedenken hinsichtlich erhöhter Lärmbelästigung bei einer Verlängerung der Betriebszeiten.	
Wohlfühltemperatur	Kleinere, offene Unterstände für den Aussenbetrieb in kälteren Monaten werden	1

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

	begrüsst, jedoch keine vollständig geschlossenen Lösungen.	
Gebühren	Es gibt Forderungen, dass die Gebühren für Aussenflächen reduziert oder abgeschafft werden, da die Gastronomie zur Belebung der Stadt beiträgt. Unterstützung der Gastrobetreibenden wird als wichtiger empfunden als Einschränkung durch Gebühren.	6
	Wenn Gebühren erhoben werden, sollten diese zweckgebunden sein und zur Förderung und Unterstützung der Gastronomie und des Gewerbes in der Altstadt verwendet werden.	
Wunsch nach Veränderung	Das aktuelle Gassenreglement wird als veraltet empfunden und sollte überarbeitet werden. Es wird mehr Flexibilität und weniger strikte Reglementierungen gefordert, um den Bedürfnissen der Gewerbetreibenden besser gerecht zu werden.	22
	Die Gastronomiebetriebe in der Altstadt von Bremgarten haben unter den aktuellen Bedingungen Schwierigkeiten, wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Eine Lockerung der Vorschriften und Unterstützung der motivierten Gewerbetreibenden wird als notwendig erachtet, um die Attraktivität und das Leben in der Altstadt zu fördern.	
	Trotz der gewünschten Lockerungen soll das historische und attraktive Bild der Altstadt erhalten bleiben. Es wird darauf hingewiesen, dass die Altstadt nicht zu einer Festmeile werden soll, sondern ein ausgewogenes und lebendiges Stadtbild angestrebt wird.	

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

	Die private Nutzung öffentlicher Flächen sollte klarer definiert werden, um ein geordnetes und attraktives Stadtbild zu gewährleisten. Es wird angeregt, dass die Stadtverwaltung individueller auf die Bedürfnisse der Gewerbetreibenden eingehen sollte.	
--	--	--

Auf der Grundlage der in diesem Kapitel dargestellten Daten werden im folgenden Kapitel die Ergebnisse aufgeschlüsselt und erklärt.

4 Ergebnisse

Im vorherigen Kapitel 3.4.4 wurden die statistisch auffälligen Items benannt. In diesem Abschnitt werden diese Items nun genauer analysiert und im Hinblick auf ihre Bedeutung interpretiert. Die Interpretation stützt sich dabei grösstenteils auf die Aussagen der Befragten.

Item 4: Ich wusste vor Bearbeitung dieses Fragebogens, dass ich mich bei Fragen zum Gassenreglement bei der Abteilung Bau (bau@bremgarten.ch) melden kann.

Genau 63.3% der Befragten wussten nicht, dass sie sich bei Fragen zum Gassenreglement bei der Abteilung Bau (bau@bremgarten.ch) melden können.

Diese Zahl weist auf mögliche Lücken im Informationsfluss und in der Kommunikation hin. Sie deutet darauf hin, dass die Befragten möglicherweise nicht ausreichend über die relevanten Ansprechstellen informiert sind, was die Wirksamkeit der bestehenden Regelungen beeinträchtigen könnte.

Item 10: Ich wünsche mir, am Wochenende (Freitag + Samstag) bis 1 Uhr nachts in den Aussenbereichen der Gastronomiebetrieben verweilen/bewirten zu können.

Knapp mehr als die Hälfte der Teilnehmenden (51%) stimmt nicht oder überhaupt nicht zu, dass es am Wochenende (Freitag und Samstag) bis 1 Uhr nachts erlaubt sein sollte, in den Aussenbereichen der Gastronomiebetriebe zu verweilen oder bewirtet zu werden. 13,4% der Befragten zeigten sich neutral und enthielten sich einer eindeutigen Zustimmung oder Ablehnung. Daraus ergibt sich, dass 35,6% der Befragten zustimmten oder vollständig zustimmten.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Mehrheit der Befragten eine Verlängerung der Öffnungszeiten bis 1 Uhr nachts in den Aussenbereichen ablehnt. Im Freitextfeld, in dem die Befragten zusätzliche Anmerkungen zum Gassenreglement machen konnten, äusserten mehrere Personen Bedenken hinsichtlich der Lärmbelästigung. Dies könnte ein möglicher Grund für die Ablehnung dieses Vorschlags sein. Eine Aussage lautet:

Lärmemissionen für Anwohner sind das grösste Problem. Deshalb an 22.00 Uhr nur drinnen. Der Lärm ist auch dann noch oft sehr hoch durch lautes Verhalten von heimkehrenden Gästen in den Gassen.

Mit 35,6% stellt die Gruppe der Zustimmungen zwar eine klare Minderheit dar, dennoch zeigt dies, dass eine signifikante Anzahl von Personen ein erweitertes Nachtleben befürwortet. Dieses Bedürfnis wurde auch im Freitextfeld deutlich, wie das folgende Beispiel zeigt:

Finde den Sommer sehr kurz und würde es super finden wenn am WE ich länger draussen sein durfte.

Item 14: Ich denke, die das Gassenreglement sollte weiterhin über das Erscheinungsbild der Aussenbereiche der Gastronomiebetriebe bestimmen.

Genau 28,4% der Befragten stimmen nicht oder überhaupt nicht zu, dass das Gassenreglement weiterhin über das Erscheinungsbild der Aussenbereiche der Gastronomiebetriebe bestimmen sollte. Neutral dazu äusserten sich 24,5%, die weder zustimmten noch ablehnten. Somit stimmten 47,1% der Befragten zu oder vollständig zu.

Die Ergebnisse zeigen, dass fast die Hälfte der Befragten das Gassenreglement befürworten und es für sinnvoll halten, dass es weiterhin das Erscheinungsbild der Aussenbereiche regelt. Die Rückmeldungen zeigen, dass ein erheblicher Teil der Bevölkerung Wert auf ein einheitliches und ästhetisch ansprechendes Stadtbild legt. Gleichzeitig lehnt mehr als ein Viertel das Reglement ab, was auf den Wunsch nach mehr Freiheit und Flexibilität in der Gestaltung der Aussenbereiche hinweisen könnte. Ein Beispiel dafür ist folgende Aussage einer befragten Person:

Für Bremgarten und die Restaurants ist es sehr wichtig, dass sie mehr Freiheiten bekommen bezüglich der Bewirtschaftung in den Gassen. Trotzdem sollte das Bild in der schönen Altstadt nicht beeinträchtigt werden.

Item 29: In den kälteren Monaten wünsche ich mir den Einsatz von Wärmestrahlern in den Aussenbereichen der Restaurants.

In Bezug auf den Einsatz von Wärmestrahlern in den Aussenbereichen der Restaurants in kälteren Monaten stimmten 56,9% der Befragten nicht oder überhaupt nicht zu. Zustimmung oder vollständige Zustimmung äusserten hingegen 28,5%. Neutral dazu äusserten sich 14,5%.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Mehrheit der Befragten den Einsatz von Wärmestrahlern eher ablehnt. Mit 28,5% befürwortet jedoch fast ein Drittel der Befragten die Nutzung von Wärmestrahlern, was darauf hindeutet, dass für diese Gruppe der Komfort und die Möglichkeit, auch in kälteren Monaten draussen zu sitzen, im Vordergrund stehen. Dies wird durch folgende Aussage bestätigt:

Aussensitzplätze ohne Konsumationszwang sind wichtig. Diese sollen auch vor Regen und Schnee mindestens teilweise geschützt sein. Auch mit Wärmeplatten im Winter. Sauber und gepflegt durch die Stadt oder NGO.

Item 13: Mir ist wichtig, dass die Altstadt ein belebtes Bild abgibt.

Nur 3,3% der Befragten empfinden es nicht als wichtig, dass die Altstadt ein belebtes Bild abgibt. Für 5,7% ist dieses Thema irrelevant. Eine Mehrheit von 91% hält es jedoch für wichtig, dass in der Altstadt eine lebendige Atmosphäre herrscht.

Die Ergebnisse zeigen, dass nahezu alle Befragten Wert auf eine belebte Altstadt legen, was auf ein starkes Bedürfnis nach einer attraktiven und lebendigen Stadtgestaltung hinweist. Die grosse Zustimmung deutet darauf hin, dass die Belebung der Altstadt als entscheidender Faktor für Lebensqualität, Wirtschaft und Tourismus wahrgenommen wird. Dies wird durch die folgende Aussage untermauert:

Leben und leben lassen! Die Altstadt soll belebt sein. Wir wollen darin leben und geniessen, die Anwohner in der Altstadt auch und den Wirtinnen und Wirten muss es möglich gemacht werden, wirtschaftlich zu agieren. Wenn es sich nicht mehr rentiert, stirbt alles aus. Das wär sehr schade! Zudem ist das Wetter veränderlich und die 'Outdoor-Saison' nicht mehr klar abgrenzbar!

Lediglich eine sehr kleine Minderheit von 3,3% misst diesem Aspekt keine Bedeutung bei, während die neutralen 5,7% zeigen, dass für einige Befragte das Erscheinungsbild der Altstadt keine Priorität hat.

Item 18: Ich fühle mich in meinem Alltag durch die Aussenbereiche (zum Beispiel der Bestuhlung) der Restaurants eingeschränkt.

Mit 87,3% fühlt sich die Mehrheit der Befragten im Alltag durch die Aussenbereiche der Restaurants, wie beispielsweise durch die Bestuhlung, nicht oder überhaupt nicht eingeschränkt. 7,5% der Befragten haben hierzu keine Meinung. Lediglich 5,2% stimmten zu oder vollständig zu, sich durch die Aussenbereiche eingeschränkt zu fühlen.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Aussenbereiche der Gastronomiebetriebe von den meisten Menschen als unproblematisch empfunden werden und keine nennenswerte Beeinträchtigung darstellen. Dies deutet darauf hin, dass die Gestaltung und Platzierung der Aussenbereiche weitgehend akzeptiert wird und gut in das städtische Umfeld integriert ist. Nur eine kleine Minderheit fühlt sich dadurch eingeschränkt, was auf individuelle Wahrnehmungen oder spezifische Situationen zurückzuführen sein könnte.

Item 7: Ich wünsche mir, dass die Betriebszeiten der Aussenbereiche der Gastronomiebetriebe unter der Woche (Mo-Do) bis 24 Uhr abends erweitert werden.

Die Mehrheit der Befragten (50,4%) stimmen nicht oder überhaupt nicht zu, dass die Betriebszeiten der Aussenbereiche der Gastronomiebetriebe unter der Woche (Montag bis Donnerstag) bis 24 Uhr abends erweitert werden. 12,6% äusserten sich neutral und stimmten weder zu noch lehnten ab. 37% stimmten entweder zu oder vollständig zu, dass eine Verlängerung der Betriebszeiten wünschenswert wäre.

Die Ergebnisse zeigen, dass mehr als die Hälfte der Befragten eine Verlängerung der Betriebszeiten bis 24 Uhr abends unter der Woche ablehnt, was auf Bedenken hinsichtlich Lärmbelästigung hindeuten könnte. Dieses Bedenken wird durch folgende Aussage gestützt:

Der Schall des Lärmes kann in der Altstadt nicht weg (wie in einem offenen Raum), deshalb ist Lärm von den Gassen bis in die obersten Stockwerke sehr gut hörbar.

Ein kleinerer Teil von 37% befürwortet eine Erweiterung, was darauf hinweist, dass es durchaus eine Gruppe gibt, die eine flexiblere Gestaltung der Öffnungszeiten unter Woche bevorzugt und von einer solchen Änderung profitieren würde.

Item 25: Ich wünsche mir, in Gastronomiebetrieben das ganze Jahr draussen verweilen zu können.

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

Genau 63% der Befragten stimmen zu oder vollständig zu, das ganze Jahr über in Gastronomiebetrieben draussen verweilen zu können. 21,7% der Teilnehmenden stimmen nicht zu oder lehnen dies vollständig ab, während 15,3% eine neutrale Haltung einnehmen und weder zustimmen noch ablehnen.

Diese Zahlen deuten darauf hin, dass ein Grossteil der Bevölkerung das Konzept der ganzjährigen Aussenbewirtschaftung befürwortet. Gemäss Aussagen in den Interviews schätzen es einige Befragte, auch in kühleren Jahreszeiten draussen zu sitzen. Ausserdem gibt es ausserhalb der aktuellen Saisonregelung oft noch sonnige Tage, an denen viele Menschen beispielsweise gerne die Sonne in einem Gastronomiebetrieb geniessen würden. Dies wird beispielsweise durch folgende Aussage gestützt:

Ich würde es begrüssen, wenn die Sonne scheint die Gastro raus stuhlen kann, wenn sie es möchten. Es ist wertvoll fürs beleben der Altstadt, dass Bremgarten so viele Restaurants hat.

Rund ein Fünftel der Befragten ist dagegen, was auf Bedenken hinsichtlich der Ruhe und Lebensqualität hindeuten könnte. Möglicherweise befürchten einige, dass eine ganzjährige Aussenbewirtschaftung zu mehr Lärm und Unruhe in Wohngebieten führen könnte. Diese Interpretation stammt jedoch von der Forschungsgruppe, da es keine direkten Aussagen der Befragten gibt, die dies ausdrücklich bestätigen.

Item 26: Ich wünsche mir, dass die Saisonzeiten im Frühling und Herbst verlängert werden.

Nur 7% der Befragten wünschen sich keine oder überhaupt keine Verlängerung der Saisonzeiten im Frühling und Herbst. 10,8% äusserten sich neutral und stimmten weder zu noch lehnten ab. Eine klare Mehrheit von 82,3% stimmte jedoch zu oder vollständig zu, dass eine Verlängerung der Saisonzeiten wünschenswert wäre.

Die Ergebnisse zeigen, dass die überwiegende Mehrheit der Befragten eine Verlängerung der Saisonzeiten im Frühling und Herbst befürwortet, was auf den Wunsch nach längeren Nutzungszeiträumen für die Gastronomie hinweist. Folgende Aussage verdeutlicht diesen Wunsch:

Ich fände es schön wenn die Saison verlängert wird z.B. 01. März bis 01. November.

Item 28: Ich wünsche mir, dass die jetzige Saisonregelung auch in Zukunft so bleibt.

Nur 7,7% der Befragten stimmten nicht oder überhaupt nicht zu, dass die jetzige Saisonregelung auch in Zukunft so bleiben sollte. Ein Teil der Befragten (21.4%) äusserte sich neutral. Eine deutliche Mehrheit von 71% stimmte jedoch zu oder vollständig zu und sprach sich damit klar für den Erhalt der aktuellen Regelung aus.

Die Ergebnisse zeigen, dass die überwiegende Mehrheit der Befragten mit der bestehenden Saisonregelung zufrieden ist und sich deren Fortführung wünscht. Dies deutet darauf hin, dass die derzeitige Regelung gut angenommen wird. Nur eine kleine Minderheit von 7,7% lehnt die Fortsetzung der jetzigen Regelung ab, was darauf hindeutet, dass nur wenige eine Änderung bevorzugen würden.

Interpretation der widersprüchlichen Ergebnisse der Items 25, 26 und 28:

Die Ergebnisse der Items 25 und 26 scheinen auf den ersten Blick den Ergebnissen von Item 28 zu widersprechen. Während Item 28 die Beibehaltung der bestehenden Saisonregelung favorisiert, zeigen die anderen beiden Items, dass die Befragten grundsätzlich eine Verlängerung der Aussenbereichsnutzung oder eine ganzjährige Nutzung wünschen.

Eine mögliche Erklärung für diese Diskrepanz könnte darin liegen, dass die Befragten mit der aktuellen Saisonregelung im Allgemeinen zufrieden sind (Item 28), jedoch flexiblere Öffnungszeiten oder eine Erweiterung der Saisonzeiten für Gastronomiebetriebe im Frühling und Herbst als Verbesserung der bestehenden Regelung betrachten (Items 25 und 26). Es könnte auch sein, dass die Befragten die „Beibehaltung der Saisonregelung“ als eine Form der Stabilität schätzen und den Status quo respektieren, jedoch eine Erweiterung der Saisonzeiten oder der Nutzungsmöglichkeiten der Aussenbereiche als eine wertvolle Ergänzung betrachten.

5 Diskussion

Die vorliegende Arbeit untersucht anhand der durchgeführten Interviews sowie der daraus abgeleiteten Fragebögen die bestehenden Bedürfnisse der städtischen Stakeholder in Bremgarten. Ziel ist es, der Stadt Bremgarten eine fundierte Übersicht über diese Bedürfnisse bereitzustellen und darauf aufbauend konkrete Handlungsempfehlungen zu formulieren.

Dieses Kapitel wird in zwei Unterkapitel gegliedert: Im ersten Abschnitt werden die Forschungsfragen beantwortet, wobei zentrale Erkenntnisse zu den Bedürfnissen der Stadt-Stakeholder herausgearbeitet werden. Anschliessend folgen praxisorientierte Handlungsempfehlungen, die konkrete Ansätze zur Verbesserung des Gassenreglements in den Bereichen Gestaltung, Nutzung sowie Lärmschutz aufzeigen.

5.1 Beantwortung der Fragestellungen

Diese Arbeit widmet sich der folgenden zentralen Forschungsfrage: *Wie lassen sich die Bedürfnisse der verschiedenen städtischen Interessengruppen in Bremgarten erfassen, um die Überarbeitung des Gassenreglements gezielt zur Verbesserung der Kundenerlebnisse zu gestalten?*

Da Bedürfnisse heterogen sind und insbesondere bei der Berücksichtigung verschiedener Interessengruppen stark variieren können, formulierte die Forschungsgruppe im Rahmen dieser Untersuchung vier Unterfragestellungen. Diese dienen dazu, die Komplexität der Thematik zu reduzieren sowie die unterschiedlichen Bedürfnisse zu kategorisieren und präziser zu erfassen.

Die Beantwortung dieser Unterfragestellungen schafft die Grundlage, um die zentrale Forschungsfrage fundiert zu beantworten und das Thema genauer zu beleuchten. Daher werden zunächst die Unterfragestellungen beantwortet, bevor im Anschluss die Hauptfragestellung diskutiert wird.

5.1.1 Unterfragestellungen

1. Welche Wünsche äussern die Stadt-Stakeholder in Bezug auf die Gestaltung und Nutzung der Gassen, um ihr Erlebnis in der Stadt zu verbessern?

Die Befragungsergebnisse liefern ein differenziertes Bild der Wünsche der Stadt-Stakeholder in Bezug auf die Gestaltung und Nutzung der Gassen. Ein zentrales Anliegen von vielen der Befragten ist eine flexiblere Gestaltung des Gassenreglements, um die Altstadt lebendiger und attraktiver zu gestalten. Gleichzeitig zeigt sich jedoch auch ein Spannungsfeld zwischen der Belebung der Altstadt und dem Wunsch nach Wahrung der Wohnqualität. Einige betonten, dass Veranstaltungen vermehrt

ausserhalb der Altstadt stattfinden sollten, um die Belastung in der Innenstadt zu reduzieren und so den Wohnkomfort zu erhalten.

Ein weiteres zentrales Thema betrifft die Saisonregelung der Aussenbereiche der Gastronomiebetriebe. Während 71% der Befragten die bestehende Saisonregelung befürworten, sprechen sich dennoch 82,3% für eine Verlängerung der Saisonzeiten im Frühling und Herbst aus. Zudem wünschen sich 63,5% die Möglichkeit, das ganze Jahr über im Aussenbereich verweilen zu können. Diese Ergebnisse verdeutlichen den Wunsch nach flexibleren Saisonregelungen, die den unterschiedlichen Bedürfnissen der Gäste besser entsprechen. Dieser scheinbare Widerspruch zwischen der Unterstützung der aktuellen Regelung und dem Wunsch nach längeren Saisonzeiten wird bereits im Kapitel 4 Ergebnisse unter Interpretation der widersprüchlichen Ergebnisse der Items 25, 26 und 28 interpretiert.

Auch bei den Betriebszeiten der Aussenbereiche zeigen sich differenzierte Meinungen. Unter der Woche bevorzugen 62,8% eine Nutzung bis 23 Uhr, während 37% sogar eine Verlängerung bis Mitternacht wünschen. Am Wochenende werden längere Öffnungszeiten stärker befürwortet: 69,8% sprechen sich für eine Nutzung bis 23 Uhr aus, während 68 % eine Verlängerung bis Mitternacht und 35,6% sogar bis 1 Uhr nachts bevorzugen. Diese Ergebnisse verdeutlichen den Wunsch vieler Stakeholder nach einer Verlängerung der Betriebszeiten, insbesondere an Wochenenden. Die Mehrheit (80%) der Befragten befürworteten zudem längere Öffnungszeiten im Sommer im Vergleich zum Winter, was den saisonalen Bedürfnissen der Gäste entspricht.

Hinsichtlich der Gestaltung der Aussenbereiche gibt es ebenfalls vielfältige Ansichten. Knapp die Hälfte (48,6%) der Befragten ist der Meinung, dass Gastronomiebetriebe bei der Gestaltung frei entscheiden können sollten. Gleichzeitig wünschen sich über zwei Drittel der Teilnehmenden mehr Vielfalt in der Einrichtung der Aussenbereiche, was den Wunsch nach einer individuelleren und attraktiveren Gestaltung widerspiegelt. Die Nutzung von Podesten zur Begradigung von Sitzflächen wird von etwas mehr als der Hälfte der Befragten unterstützt, wobei ein Drittel der Teilnehmenden Bedenken hinsichtlich der Barrierefreiheit äussert.

Auch ökologische und klimatische Aspekte spielten in den Befragungen eine Rolle und verdeutlichen den Zielkonflikt zwischen Komfort und Umweltaspekten. So lehnten 56,9 % der Teilnehmenden den Einsatz von Wärmestrahlern in den kälteren Monaten ab, was möglicherweise auf Umwelt- oder Energieeffizienzbedenken hinweist. Diese Interpretation basiert auf der Einschätzung der Forschungsgruppe, da keine konkreten Daten vorliegen, die diese Annahme bestätigen. Gleichzeitig zeigten sich die Befragten hinsichtlich des Wetterschutzes uneinig: etwa die

Hälfte sprach sich für mehr Schutz vor Regen und Schnee in den Aussenbereichen der Gastronomiebetriebe aus, während die andere Hälfte diese Idee ablehnte. Diese gegensätzlichen Meinungen unterstreichen die Herausforderung, bei der Gestaltung der Aussenbereiche sowohl den Wunsch nach Komfort als auch ökologische Verantwortung in Einklang zu bringen.

In Bezug auf finanzielle Aspekte zeigt sich ein weiteres Spannungsfeld. Knapp die Hälfte der Befragten unterstützt die Erhebung einer Gebühr für die Nutzung der Aussenbereiche, spricht sich jedoch klar dagegen aus, diese bei einem ganzjährigen Betrieb zu erhöhen. Dies deutet darauf hin, dass zwar ein Bewusstsein für die Notwendigkeit einer Gebührenregelung besteht, gleichzeitig jedoch wirtschaftliche Belastungen für die Gastronomiebetriebe möglichst geringgehalten werden sollen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Stadt-Stakeholder eine ausgewogene und flexible Regelung anstreben, die sowohl die Bedürfnisse der Anwohnenden als auch die wirtschaftlichen Interessen der Gastronomiebetriebe berücksichtigt.

2. Welche Barrieren erleben die Stadt-Stakeholder aktuell im Zusammenhang mit dem Gassenreglement, die ihre Erfahrung beeinträchtigen?

Die Befragungsergebnisse verdeutlichen mehrere Barrieren, welche die Stadt-Stakeholder im Zusammenhang mit dem aktuellen Gassenreglement erleben und die ihre Erfahrungen in der Altstadt Bremgartens spürbar beeinträchtigen. Bereits auf der Informationsebene zeigen sich erste Hürden: Knapp zwei Drittel der Befragten gaben an, vor der Umfrage nicht gewusst zu haben, dass sie sich bei Fragen oder Anliegen zum Gassenreglement an die Abteilung Bau wenden können. Diese Wissenslücke erschwert den direkten Austausch mit den zuständigen Behörden und deutet darauf hin, dass die bestehenden Kommunikationswege optimiert werden könnten, um das Verständnis und die Akzeptanz der Regelungen zu stärken.

Ein weiteres zentrales Problem stellt die Lärmbelastung dar, die insbesondere nach 22:00 Uhr zur erheblichen Belastung für die Anwohnenden wird. Laute Gespräche, nächtliche Aktivitäten vor Bars und Restaurants sowie das generelle Verhalten von Gästen in den Gassen führten in unserer Umfrage zu Beschwerden über die Nichteinhaltung der vorgeschriebenen Ruhezeiten. Einige Anwohnende der Altstadt fühlen sich dadurch in ihrer Lebensqualität beeinträchtigt und wünschen sich mehr Rücksichtnahme sowie strengere Kontrollen seitens der Gastronomiebetreibende und der Polizei.

Neben diesen sozialen Aspekten wurden auch strukturelle Barrieren thematisiert. Zahlreiche Stakeholder kritisieren die bestehenden Regelungen als veraltet und zu restriktiv. Sie bemängeln

insbesondere, dass seit Jahren auf notwendige Anpassungen im Gassenreglement gewartet wird. Diese Starrheit hemmt aus Sicht vieler Befragten die Belegung der Altstadt und wirkt sich negativ auf das kulturelle Leben aus. Vor allem für Gastronomiebetreibende stellen die aktuellen Vorgaben eine wirtschaftliche Belastung dar. Die restriktive Saisonregelung wird hierbei besonders hervorgehoben, sie verhindert, dass Gäste bei schönem Wetter ausserhalb der festgelegten Saisonzeiten im Freien verweilen können, was wiederum den Gästezulauf reduziert und potenzielle Einnahmen der lokalen Betriebe mindert.

Diese Barrieren verdeutlichen die Notwendigkeit, das bestehende Gassenreglement zu überarbeiten.

3. Welche Erwartungen haben die Stadt-Stakeholder an das neue Gassenreglement?

Die Befragungsergebnisse verdeutlichen, dass mehr als 70% der Stadt-Stakeholder grundsätzlich ein Gassenreglement befürworten und dessen Notwendigkeit anerkennen. Gleichzeitig wünschen sich 76% eine Anpassung des aktuellen Gassenreglements und haben klare Erwartungen an die Ausgestaltung der neuen Regelungen, die sowohl bestehende Barrieren abbauen als auch das städtische Leben bereichern sollen.

Die Stakeholder erwarten, dass das neue Reglement dazu beiträgt, bestehende Barrieren abzubauen. Angesichts der hohen Anzahl an Personen, die nicht wussten, an wen sie sich bei Fragen wenden können, schliesst die Forschungsgruppe darauf, dass eine klare Erwartung an eine verbesserte Informationspolitik besteht.

Das Thema Lärmschutz nimmt in den Erwartungen der Stakeholder einen wichtigen Platz ein. Einige erwarten eine konsequentere Durchsetzung der bestehenden Ruhezeiten ab 22:00 Uhr. Insbesondere fordern einige Befragte ein entschiedeneres Einschreiten von Polizei und Gastronomiebetreibenden, um sicherzustellen, dass Lärmbelästigungen durch lautstarke Gäste oder nächtliche Aktivitäten vor Bars und Restaurants minimiert werden. Darüber hinaus wird der Wunsch nach klaren Regelungen geäussert, die den Umgang mit Musik sowie das Mitnehmen von Getränken und Gläsern in den Aussenbereich nach Beginn der Nachtruhe betreffen.

Ein weiteres häufig genanntes Thema ist die bestehende Saisonregelung. Viele Stakeholder sehen hier Verbesserungspotenzial und erwarten eine flexiblere Handhabung, die es Gästen ermöglicht, auch ausserhalb der bisherigen Saisonzeiten bei schönem Wetter im Freien zu verweilen. Eine solche Anpassung könnte nicht nur die Aufenthaltsqualität in der Altstadt erhöhen, sondern auch den wirtschaftlichen Erfolg der Gastronomiebetriebe positiv beeinflussen.

Neben diesen funktionalen Erwartungen spielt auch das ästhetische Erscheinungsbild der Gassen eine wichtige Rolle. Knapp die Hälfte der Befragten wünscht sich, dass das neue Gassenreglement weiterhin klare Vorgaben zur Gestaltung der Aussenbereiche der Gastronomiebetriebe enthält. Dabei steht der Wunsch im Vordergrund, den historischen Charme der Altstadt zu bewahren und gleichzeitig die Attraktivität des Stadtbildes zu fördern. Es wird betont, dass neue Gestaltungselemente harmonisch in das Gesamtbild der Altstadt integriert werden sollten, um ein stimmiges Stadtbild zu gewährleisten.

Auch Aspekte des Komforts finden in den Erwartungen der Befragten ihren Platz. Etwas mehr als die Hälfte der Teilnehmenden befürwortet Abgrenzungen in Form von Hecken, da sie glauben, dass solche Elemente das Wohlfühl, während eines Restaurantbesuchs steigern und gleichzeitig eine angenehmere Atmosphäre schaffen.

Insgesamt zeigt sich, dass die Stadt-Stakeholder ein ausgewogenes Gassenreglement erwarten, das den unterschiedlichen Bedürfnissen gerecht wird. Es soll einerseits die Lebensqualität der Anwohnenden schützen und andererseits die wirtschaftliche und soziale Belebung der Altstadt fördern.

4. Welche Vorteile sehen die Interessengruppen im aktuellen Gassenreglement?

Die Interessengruppen schätzen am aktuellen Gassenreglement besonders, dass es klare Vorgaben für das Erscheinungsbild der Aussenbereiche der Gastronomiebetriebe festlegt. Dies spiegelt sich auch in den Umfrageergebnissen wider: 47,1% der Befragten stimmten der Aussage zu, dass das Gassenreglement weiterhin das Erscheinungsbild der Aussenbereiche bestimmen sollte, während 28,4% dieser Ansicht widersprachen. Besonders positiv bewertet wird, dass das Reglement Regelungen enthält, die für ein einheitliches und gepflegtes Stadtbild sorgen, wie beispielsweise die Vorschrift, loses Mobiliar ausserhalb der Betriebszeiten über Nacht zusammenzustellen und zu sichern. Auch die Begrenzung der Höhe von Grünelementen auf maximal 1,5 Metern wird von fast 70% der Befragten befürwortet. Ein möglicher Grund hierfür ist, dass 52,3% der Teilnehmenden der Meinung sind, dass Abgrenzungen in Form von Hecken das Wohlfühl während eines Restaurantbesuchs steigern.

5.1.2 Hauptfragestellung

Wie lassen sich die Bedürfnisse der verschiedenen städtischen Interessengruppen in Bremgarten erfassen, um die Überarbeitung des Gassenreglements gezielt zur Verbesserung der Kundenerlebnisse zu gestalten?

Die Analyse der Bedürfnisse der verschiedenen städtischen Interessengruppen in Bremgarten liefert eine fundierte Grundlage, um die Überarbeitung des Gassenreglements gezielt zur Verbesserung der Customer Experience zu gestalten. Die Ergebnisse der Befragungen verdeutlichen ein komplexes Spannungsfeld zwischen den Interessen der Anwohnenden, Gastronomen und Besuchenden, welches in der Neugestaltung des Reglements berücksichtigt werden muss.

Ein zentrales Anliegen vieler Stakeholder ist die Schaffung eines flexibleren Rahmens, der es ermöglicht, die Attraktivität der Altstadt zu steigern, ohne die Lebensqualität der Anwohnenden zu beeinträchtigen. Die Ergebnisse zeigen deutlich den Wunsch nach einer verlängerten Nutzung der Aussenbereiche der Gastronomiebetriebe, insbesondere während der wärmeren Monate. Gleichzeitig betonen die Anwohnenden die Wichtigkeit klarer Lärmschutzregelungen und deren konsequente Durchsetzung, um die Nachtruhe zu gewährleisten. Diese Bedürfnisse legen nahe, dass das neue Gassenreglement differenzierte Regelungen enthalten sollte, die saisonale und wochentags abhängige Anpassungen der Betriebszeiten ermöglichen.

Ein weiterer wichtiger Aspekt betrifft die Gestaltung der Aussenbereiche. Die Stakeholder wünschen sich mehr Vielfalt und Individualität bei der Einrichtung, ohne jedoch den historischen Charme der Altstadt zu gefährden. Das neue Reglement könnte daher klare, aber flexible Vorgaben enthalten, die eine harmonische Integration neuer Gestaltungselemente fördern und gleichzeitig die Barrierefreiheit sicherstellen.

Auch ökologische Aspekte spielen eine bedeutende Rolle. Die geteilten Meinungen zu Wärmestrahlern und Wetterschutz verdeutlichen die Notwendigkeit, nachhaltige Lösungen zu integrieren, die den Komfort der Gäste erhöhen und gleichzeitig Umweltaspekte berücksichtigen.

Die finanzielle Belastung der Gastronomiebetriebe ist ebenfalls ein zentrales Thema. Die Ergebnisse zeigen, dass Gebühren für die Nutzung der Aussenbereiche zwar akzeptiert werden, jedoch moderat bleiben sollten, um den wirtschaftlichen Erfolg nicht zu gefährden. Dies legt nahe, dass das neue Reglement ein faires Gebührenmodell vorsieht, das auch Anreize für saisonunabhängige Nutzungen schaffen kann.

Insgesamt ermöglichen die erfassten Bedürfnisse eine zielgerichtete Überarbeitung des Gassenreglements, die auf eine ausgewogene Balance zwischen Belebung der Altstadt, Schutz der Wohnqualität und Förderung der lokalen Wirtschaft abzielt. Durch die Integration dieser vielfältigen

Perspektiven können neue Regeln entstehen, welche die Customer Experience verbessern und gleichzeitig die verschiedenen Interessen der städtischen Interessengruppen berücksichtigen.

Im nächsten Kapitel wird auf Basis dieser Erkenntnisse eine Handlungsempfehlung zur Überarbeitung des Gassenreglements formuliert.

5.2 Handlungsempfehlung zur Überarbeitung des Gassenreglements

Basierend auf den Ergebnissen der Befragung der Stadt-Stakeholder ergeben sich klare Ansätze zur zielgerichteten Überarbeitung des Gassenreglements von Bremgarten.

1. Flexiblere Regelung der Betriebszeiten der Aussenbereiche

Die Mehrheit der Befragten spricht sich für eine Anpassung der aktuellen Betriebszeiten aus. Unter der Woche bevorzugen 62,8% eine Nutzung der Aussenbereiche bis 23 Uhr, während 37% sogar eine Verlängerung bis Mitternacht wünschen. Am Wochenende steigt die Zustimmung für längere Öffnungszeiten: 69,8% befürworten eine Nutzung bis 23 Uhr, 68% bis Mitternacht und 35,6% sogar bis 1 Uhr nachts. Daher wird empfohlen, die Betriebszeiten am Wochenende flexibel bis Mitternacht zu verlängern, um den Bedürfnissen der Mehrheit gerecht zu werden. Gleichzeitig sollte unter der Woche die Nutzung der Aussenbereiche auf 23 Uhr begrenzt bleiben, um die Nachtruhe der Anwohnenden zu respektieren. Um potenziellen Widerständen vorzubeugen und eine breite Akzeptanz der neuen Regelung zu fördern, sollte zudem frühzeitig der Dialog mit den Anwohnenden gesucht werden.

Aufgrund der verschiedenen Rückmeldungen aus der Befragung wird empfohlen, eine Regelung einzuführen, die es verbietet, sich nach Beginn der Ruhezeit im Aussenbereich aufzuhalten. Gleichzeitig sollte den Gastronomen mehr Verantwortung übertragen werden, um die Einhaltung dieser Regel sicherzustellen. Bereits jetzt kommt es gemäss Rückmeldungen aus dem Fragebogen häufig vor, dass Gäste auch nach der festgelegten Ruhezeit im Freien verweilen und Lärmbelästigungen verursachen.

2. Verlängerung der Saisonzeiten der Gastronomiebetriebe

Die Befragung ergab, dass sich 82,3% eine Verlängerung der Saisonzeiten im Frühling und Herbst wünschen. Zudem sprechen sich 63,5% für die Möglichkeit aus, das ganze Jahr über die Aussenbereiche nutzen zu können. Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, die Saisonzeiten

flexibel zu gestalten und den Gastronomiebetrieben die Möglichkeit zu geben, bei entsprechenden Wetterbedingungen die Aussenbereiche ganzjährig zu nutzen.

3. Gestaltung der Aussenbereiche

Knapp die Hälfte der Befragten wünscht sich mehr Freiheit für Gastronomiebetriebe bei der Gestaltung ihrer Aussenbereiche, während über zwei Drittel eine grössere Vielfalt bei der Möblierung bevorzugen. Gleichzeitig unterstützen 52,3% Abgrenzungen wie Hecken, um die Aufenthaltsqualität zu erhöhen. Es wird daher empfohlen, den Betrieben mehr Spielraum in der Gestaltung zu geben, jedoch klare Vorgaben zur Barrierefreiheit und zur Wahrung des Stadtbildes zu machen. Zudem empfiehlt die Forschungsgruppe, den Einsatz von Podesten zur Nivellierung von Sitzflächen zu erlauben, dabei jedoch sicherzustellen, dass die Barrierefreiheit gewahrt bleibt, da ein Drittel der Befragten hierzu Bedenken geäussert hat.

4. Umgang mit ökologischen Aspekten

Beim Einsatz von Wärmestrahlern sprechen sich 56,9% der Befragten gegen deren Nutzung aus. Daher wird empfohlen, den Einsatz von Wärmestrahlern weiterhin bewilligungspflichtig zu halten und gleichzeitig nachhaltige Alternativen, wie energieeffiziente Heizsysteme, gezielt zu fördern. Beim Wetterschutz besteht Uneinigkeit: Rund die Hälfte der Befragten wünscht sich mehr Schutz vor Regen und Schnee. Eine flexible Regelung, die es den Betrieben ohne Bewilligungspflicht erlaubt, bei Bedarf mobile Wetterschutzvorrichtungen zu installieren, wäre möglicherweise sinnvoll.

5. Gebühren

Die Umfrageergebnisse zeigen ein uneinheitliches Stimmungsbild zur aktuellen Gebührenhöhe für die Nutzung der Aussenbereiche. Knapp die Hälfte der Befragten unterstützt grundsätzlich die Erhebung einer Gebühr, spricht sich jedoch klar gegen höhere Gebühren im Falle eines ganzjährigen Betriebs aus.

Um die Meinung zur Höhe der Gebühren zu verdeutlichen, wurde basierend auf den Ergebnissen ein Balkendiagramm erstellt.

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

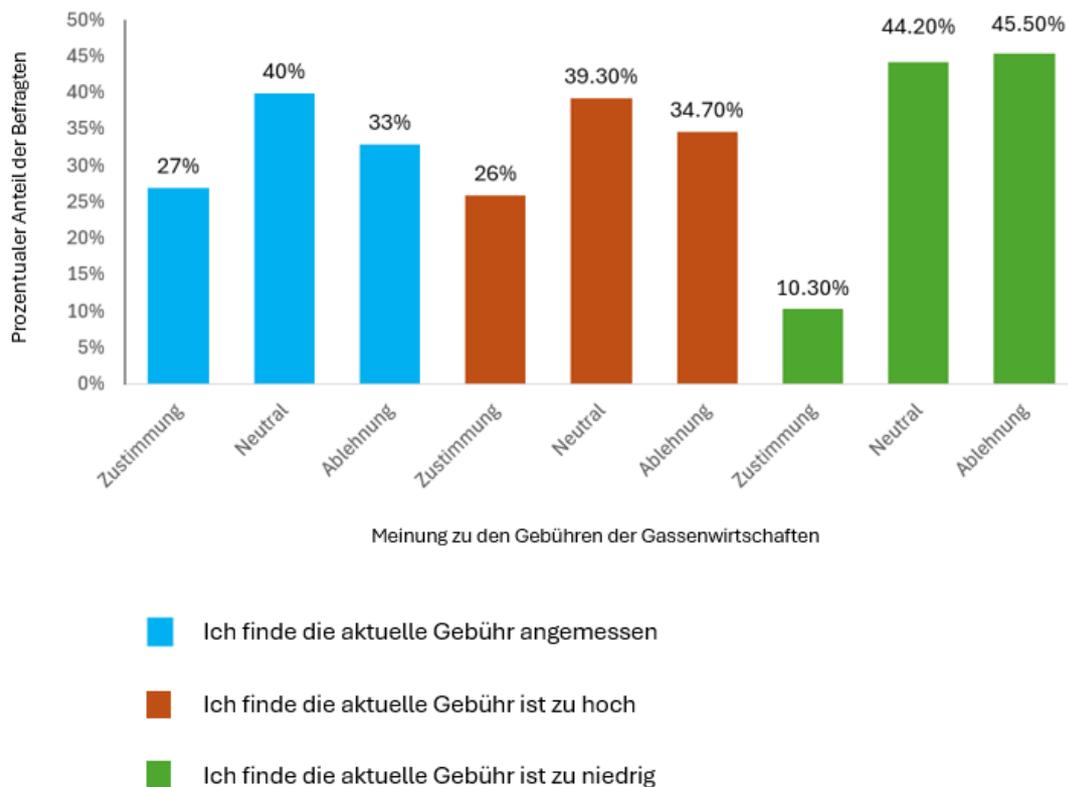


Abbildung 11: Prozentuale Verteilung der Zustimmung, Neutralität und Ablehnung in Bezug auf die Gebühren für Gassenwirtschaften, eigene Darstellung

Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass es keine eindeutige Mehrheit für eine Anpassung der Gebührenhöhe gibt. Daher wird empfohlen, die aktuelle Gebührenstruktur beizubehalten.

6. Verbesserung der Kommunikation und Transparenz

Fast zwei Drittel der Befragten wussten nicht, dass sie sich bei Fragen zum Gassenreglement an die Abteilung Bau wenden können. Um die Informationsflüsse zu verbessern, wird empfohlen, die Kommunikationskanäle zu optimieren und die Zuständigkeiten klarer darzustellen. Ein digital zugängliches FAQ auf der Website könnte dabei helfen, das Verständnis zu fördern und die Akzeptanz des Reglements zu steigern.

Gemäss Doppler und Lauterburg (2019) gibt es keine Veränderung ohne Widerstand. Dieser ist die natürliche Erstreaktion auf die Ankündigung von Veränderung (Becker & Labucay, 2012). Die Stadtverwaltung Bremgarten sollte sich also im Zusammenhang mit der Veränderung im Gassenreglement überlegen, wie sie mit diesem Widerstand umgehen wird. Pardo del Val und

Martínez (2003) merken an, dass der Erfolg oder Misserfolg von Veränderungsprozessen massgeblich davon abhängt, wie mit Widerstand umgegangen wird.

Die Forschungsgruppe empfiehlt, bei der Ankündigung und während des Veränderungsprozesses offen mit Widerständen umzugehen und diese zuzulassen. Dazu empfiehlt es sich, Räume zu schaffen, in denen offene Fragen geklärt werden können. Bilden sich Widerstandsgruppen, sollte das Gespräch mit diesen gesucht werden, mehr dazu im Kapitel 2.1 Widerstände. Nach der Implementierung der neuen Regelungen wird empfohlen eine systematische Überprüfung ihrer Wirkung durchzuführen, beispielsweise nach einem Jahr. Diese Evaluierung ermöglicht eine fundierte Beurteilung, ob die Regelungen die angestrebten Ziele erreichen und inwieweit Anpassungen notwendig sind. Durch eine regelmässige Überprüfung wird gewährleistet, dass die Empfehlungen fortlaufend optimiert und an die sich verändernden Bedingungen angepasst werden können.

Diese gezielten Empfehlungen bieten die Grundlage für eine Überarbeitung des Gassenreglements, die den Bedürfnissen der Mehrheit der Stadt-Stakeholder entspricht, die Lebensqualität der Anwohnenden schützt und gleichzeitig das Erlebnis der Kundschaft sowie die Attraktivität der Altstadt stärkt.

5.3 Reflexion

Die Forschungsgruppe beurteilt die Erstellung und Durchführung der hier vorliegenden Projektarbeit als lohnenswert und aufschlussreich. Das selbstständige Erfassen, Analysieren und Auswerten von Daten wurde als lehrreich und dementsprechend positiv empfunden. Die konsistenten Rückmeldungen und Unterstützung der Betreuungsperson waren hilfreich, primär in den verschiedenen Entscheidungs- und Planungsprozessen. Dennoch gab es einige Faktoren, welche eine Herausforderung darstellten. Zum einen die limitierten Ressourcen, welche der Forschungsgruppe zur Verfügung standen. So musste die Forschungsgruppe teilweise unter Zeitdruck Anpassungen vornehmen und Verantwortlichkeiten ausserhalb der Projektarbeit zurückgestellt werden. Dies trotz realistischer und sorgfältiger Zeitplanung. Auch die hohe Anzahl der beteiligten Personen und die Vielfalt an Bedürfnissen stellte sich als anspruchsvoll heraus. Durch die beschränkte Anzahl an qualitativen Interviews, die durchgeführt werden konnten, konnte die Forschungsgruppe nicht allen Personen gerecht werden, welche sich ein Interview gewünscht hätten. Eine weitere Herausforderung stellte die Tatsache dar, dass die Gruppe zwei Datenerhebungen durchführte, um zu möglichst

umfassenden Ergebnissen zu kommen. Dies war aufwändig, aber auch eine gute Vorbereitung auf kommende Arbeiten.

5.4 Fazit

Die Ergebnisse der Befragungen zeigen deutlich, dass das bestehende Gassenreglement als grundsätzlich notwendig angesehen wird, jedoch in mehreren Bereichen Anpassungsbedarf besteht. Insbesondere die Regelungen zu den Aussenbereichen bieten Optimierungspotenzial. Die Saisonregelung ist dabei von zentraler Bedeutung. Viele Befragte sprechen sich für eine flexiblere Gestaltung aus, die es Gastronomiebetrieben ermöglicht, ihre Aussenbereiche stärker an Wetterbedingungen und Gästeaufkommen anzupassen. Auch die bestehenden Betriebszeiten sollten genauer betrachtet werden, um den unterschiedlichen Bedürfnissen der verschiedenen Stakeholder besser gerecht zu werden. Im Spannungsfeld zwischen dem Wunsch nach einem einheitlichen und ästhetisch ansprechenden Stadtbild und der Forderung nach flexibleren Nutzungsmöglichkeiten der Aussenbereiche zeichnet sich ein klares Bedürfnis nach ausgewogenen Regelungen ab.

Eine Überarbeitung des Gassenreglements bietet die Chance, eine Balance zwischen den unterschiedlichen Bedürfnissen der Interessengruppen zu finden und gleichzeitig die Attraktivität sowie die wirtschaftliche und kulturelle Vitalität der Altstadt langfristig zu fördern.

Anhang

Literaturverzeichnis

- Alderfer, C. P. (1969). An empirical test of a new theory of human needs. *Organizational Behavior and Human Performance*, 3(2), 142–175. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(69\)90004-X](https://doi.org/10.1016/0030-5073(69)90004-X)
- Baur, N. & Blasius, J. (Hrsg.). (2022). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-37985-8_1
- Becker, F. (2019). Inhaltstheorien der Motivation. In F. Becker (Hrsg.), *Mitarbeiter wirksam motivieren: Mitarbeitermotivation mit der Macht der Psychologie* (S. 27–34). Berlin, Heidelberg: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-662-57838-4_4
- Becker, M. & Labucay, I. (2012). *Organisationsentwicklung: Konzepte, Methoden und Instrumente für ein modernes Change Management* (1. Auflage 2012.). Freiburg: Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH.
- Blanz, M. (2021). *Forschungsmethoden und Statistik für die Soziale Arbeit: Grundlagen und Anwendungen* (2. Auflage.). Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer.
- Doppler, K. & Lauterburg, C. (2019). *Change Management: den Unternehmenswandel gestalten* (14., aktualisierte Auflage.). Frankfurt New York: Campus Verlag.
- Echterhoff, G., Hussy, W. & Schreier, M. (2013). *Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor* (2. Aufl.). Berlin: Springer.
- Frey, D. & Greif, S. (Hrsg.). (1997). *Sozialpsychologie: Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen* (4. Auflage.). Weinheim: Beltz.
- Gee, C. & Wofford, K. (2022). How to create an affinity map for research. Verfügbar unter: <https://www.thinkcompany.com/blog/affinity-mapping-in-ux/>

- Gerhard, U., & Basten, L. (2016). Stadt und Urbanität. In T. Freytag, H. Gebhardt, U. Gerhard, & D. Wastl-Walter (Hrsg.), *Humangeographie kompakt* (S. 115–139). Berlin, Heidelberg: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-662-44837-3_6
- Gläser, J., & Laudel, G. (2010). *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse* (4. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gropengiesser, H. & Niebert, K. (2014). Leitfadengestützte Interviews. In Krüger, D., Parchmann, I., Schecker, H. (Hrsg.), *Methoden in der naturwissenschaftsdidaktischen Forschung* (S.121-132). Berlin, Heidelberg: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-37827-0_10
- Helfferrich, C. (2022). Leitfaden- und Experteninterviews. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 875–892). Wiesbaden: Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-37985-8_55
- Jacob, N.C. & Renner, K.H. (2020). *Das Interview: Grundlagen und Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften* (1. Aufl.). Berlin Heidelberg: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-60441-0>
- Kruse, J. (2015). *Qualitative Interviewforschung: Ein integrativer Ansatz* (2. Aufl.). Weinheim: Beltz Juventa.
- Landes, M. & Steiner, E. (Hrsg.). (2013). *Psychologie der Wirtschaft*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-18957-4>
- Lauer, T. (2019). *Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-59102-4>
- Lehmpful, K. (2015). Umweltgerechtigkeit im städtischen Raum – Entwicklung von praxistauglichen Strategien und Maßnahmen zur Minderung sozial ungleich verteilter

Umweltbelastungen. Verfügbar unter:

<https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/umweltgerechtigkeit-im-staedtischen-raum>

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.

<https://doi.org/10.1037/h0054346>

Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper.

Maslow, A. H. (1966). *The psychology of science: A reconnaissance*. New York: Harper & Row.

McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.

McClelland, D. C. (1988). *Human motivation*. Cambridge: Cambridge University Press.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781139878289>

McClelland, D. C., Atkinson, J. W., Clark, R. A. & Lowell, E. L. (1953). *The achievement motive*.

East Norwalk, CT: Appleton-Century-Crofts. <https://doi.org/10.1037/11144-000>

Mey, G. & Mruck, K. (Hrsg.). (2010). *Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie* (1. Aufl.).

Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Misoch, S. (2019). *Qualitative Interviews* (2. Aufl.). München: De Gruyter Oldenbourg.

<https://doi.org/10.1515/9783110545982>

Moosbrugger, H. & Kelava, A. (Hrsg.). (2020). *Testtheorie und Fragebogenkonstruktion* (Lehrbuch)

(3., vollständig neu bearbeitete, erweiterte und aktualisierte Auflage.). Berlin: Springer.

Pardo del Val, M. & Martínez Fuentes, C. (2003). Resistance to change: a literature review and empirical study. *Management Decision*, 41(2), 148–155. MCB UP Ltd.

<https://doi.org/10.1108/00251740310457597>

- Plankensteiner, A. (2010). Bedürfnislandkarten der Generation Plus – ein transgenerativer Vergleich. Unveröffentlichte Dissertation, Ludwig-Maximilians-Universität München. Verfügbar unter: <https://edoc.ub.uni-muenchen.de/12112/>
- Rothe, L., Naskrent, J., Stumpf, M. & Westphal, J. (Hrsg.). (2023a). Marketing & Innovation 2023: Future Shopping – der Handel in der (Nach-)Coronazeit (FOM-Edition). Wiesbaden: Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-41309-5>
- Rothe, L., Naskrent, J., Stumpf, M. & Westphal, J. (Hrsg.). (2023b). Marketing & Innovation 2023: Future Shopping – der Handel in der (Nach-)Coronazeit (FOM-Edition). Wiesbaden: Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-41309-5>
- Rusnjak, A. & Schallmo, D. R. A. (Hrsg.). (2018a). Customer Experience im Zeitalter des Kunden: Best Practices, Lessons Learned und Forschungsergebnisse. Wiesbaden: Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-18961-7>
- Rusnjak, A. & Schallmo, D. R. A. (Hrsg.). (2018b). Customer Experience im Zeitalter des Kunden: Best Practices, Lessons Learned und Forschungsergebnisse. Wiesbaden: Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-18961-7>
- Schreier, M. (2020). Fallauswahl. In Mey, G., & Mruck, K. (Hrsg.), Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie (S. 19–39). Wiesbaden: Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-26887-9_19
- Schulz von Thun, F. (2008). Das „Innere Team“ und situationsgerechte Kommunikation (Miteinander reden / Friedemann Schulz von Thun) (Orig.-Ausg., Sonderausg.). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl.
- Smith, M. B. (1964). Review of The Achieving Society. History and Theory, 3(3), 371–381. <https://doi.org/10.2307/2504238>

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

Wang, L. (2016). The new trend and application of customer relationship management under big data background. *Modern Economy*, 7(8), 841–848. <https://doi.org/10.4236/me.2016.78087>

Wirtz, M. (2022). stakeholder im Dorsch Lexikon der Psychologie.

Wirtz, M. (2022). Stakeholder. In Dorsch Online Lexikon der Psychologie. Verfügbar unter: <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/stakeholder#search=a29cf871e8573834c2aa1824ad542eba&offset=0>

Wunderer, R. & Grunwald, W. (2019). *Führungslehre (Bd. 1): Grundlagen der Führung*. Berlin: Walter de Gruyter.

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Glossar.....	5
Tabelle 2: Anwendungsbeispiel Touchpoints Gastronomiebetrieb in Bremsgarten	21
Tabelle 3: Anwendungsbeispiel Kano-Modell Gastronomiebetrieb in Bremsgarten	24
Tabelle 4: Qualitativer Stichprobenplan	31
Tabelle 5: Anpassungen nach Pretest.....	35
Tabelle 6: Anpassungen nach Feedback Stadtrat	36
Tabelle 7: Verteilung der Branchen der Stichprobe, eigene Darstellung.....	37
Tabelle 8: Zusammenfassung der Rückmeldungen im Freitextfeld, eigene Darstellung	42

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bedürfnispyramide, eigene Darstellung in Anlehnung an Maslow (1943)	16
Abbildung 2: ERG -Theorie, eigene Darstellung in Anlehnung an Alderfer (1969).....	17
Abbildung 3: Theorie der gelernten Bedürfnisse, eigene Darstellung in Anlehnung an McClelland (1988)	18
Abbildung 4: Ausschnitt aus Miroboard	33
Abbildung 5: Altersverteilung, eigene Darstellung via Jamovi	37
Abbildung 6: Häufigkeit der Interessengruppen, eigene Darstellung via Jamovi.....	39
Abbildung 7 - Trennschärfe (eigene Darstellung via Jamovi)	40
Abbildung 8: Deskriptivstatistik Items 1-20 (eigene Darstellung via Jamovi).....	41
Abbildung 9: Deskriptivstatistik Items 21-37 (eigene Darstellung via Jamovi).....	41
Abbildung 10: Häufigkeitstabellen Items 7, 10 (eigene Darstellung via Jamovi)	42
Abbildung 11: Prozentuale Verteilung der Zustimmung, Neutralität und Ablehnung in Bezug auf die Gebühren für Gassenwirtschaften, eigene Darstellung	60

Anhang A – Finaler Fragebogen

Item- Nummer	Item	Themenfeld
		Aktuelles Gassenreglement
1	Ich schätze die Aufenthaltsqualität in der Altstadt Bremgarten als hoch ein.	
2	Ich denke, dass ein Gassenreglement nötig ist.	
3	Ich wünsche mir, dass die Regelungen für alle Gastro-Betriebe gleich sind, unabhängig davon, ob sie innerhalb oder ausserhalb der Altstadt liegen.	
4	Ich wusste vor Bearbeitung dieses Fragebogens, dass ich mich bei Fragen um Gassenreglement bei der Abteilung Bau (bau@bremgarten.ch) melden kann.	
		Regelungen zu den Betriebszeiten der Aussenbereiche der Gastronomiebetriebe
5	Ich wünsche mir, dass die Betriebszeiten der Aussenbereiche der Gastronomiebetriebe so bleiben, wie sie sind.	
6	Ich wünsche mir, dass die Betriebszeiten der Aussenbereiche der Gastronomiebetriebe unter der Woche (Mo-Do) bis 23 Uhr abends erweitert werden	
7	Ich wünsche mir, dass die Betriebszeiten der Aussenbereiche	

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

	der Gastronomiebetriebe unter der Woche (Mo-Do) bis 24 Uhr abends erweitert werden	
8	Ich wünsche mir am Wochenende (Freitag + Samstag) bis 23 Uhr abends in den Aussenbereichen der Gastronomiebetriebe verweilen/bewirten zu können.	
9	Ich wünsche mir am Wochenende (Freitag + Samstag) bis 24 Uhr abends in den Aussenbereichen der Gastronomiebetriebe verweilen/bewirten zu können.	
10	Ich wünsche mir am Wochenende (Freitag + Samstag) bis 1 Uhr nachts in den Aussenbereichen der Gastronomiebetriebe verweilen/bewirten zu können.	
11	Ich wünsche mir im Sommer längere Öffnungszeiten als im Winter.	
12	Ich befürchte, dass es zu Nachtruhestörungen kommt, wenn die Betriebszeiten verlängert werden.	
		Allgemeines Erscheinungsbild
13	Mir ist wichtig, dass die Altstadt ein belebtes Bild abgibt.	
14	Ich denke, das Gassenreglement sollte weiterhin über das Erscheinungsbild der Aussenbereiche der Gastronomiebetriebe bestimmen.	

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

15	Ich finde, Gastronom:innen sollten frei entscheiden dürfen, wie sie ihre Aussenbereiche auf öffentlichem Grund gestalten.	
16	Ich wünsche mir mehr Vielfalt in der Einrichtung der Aussenbereiche der Restaurants auf öffentlichem Grund.	
		Einrichtung der Gastronomiebetriebe
17	Mich stört es nicht, wenn loses Mobiliar (zum Beispiel Stühle) auch nach den Betriebszeiten noch auf dem zugewiesenen Platz steht.	
18	Ich fühle mich in meinem Alltag durch die Aussenbereiche (zum Beispiel der Bestuhlung) der Restaurants eingeschränkt.	
		Trittflächen
19	Ich würde es begrüßen, wenn Podeste zur Begradigung der Sitzflächen eingesetzt werden dürften.	
20	Ich würde es begrüßen, wenn Trittflächen und Podeste zur Gestaltung der Aussenbereiche erlaubt wären.	
21	Ich befürchte, dass durch den Einsatz von Trittflächen und Podesten die Barrierefreiheit eingeschränkt wird.	
		Abgrenzungen

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

22	Abgrenzungen in Form von Hecken tragen beim Restaurantbesuch zu meinem Wohlfühl bei.	
23	Ich finde Grünelemente bis zu einer Höhe von 1.50 Meter visuell ansprechend.	
24	Ich finde Grünelemente über der Höhe von 1.50 Meter visuell ansprechend.	
		Saisonstart/Saisonschluss
25	Ich wünsche mir, in Gastronomiebetrieben das ganze Jahr draussen verweilen zu können	
26	Ich wünsche mir, dass die Saisonzeiten im Frühling und Herbst verlängert werden.	
27	Ich finde, Gastronomiebetriebe sollten selbst entscheiden dürfen, von wann bis wann sie draussen bewirten.	
28	Ich wünsche mir, dass die jetzige Saisonregelung auch in Zukunft so bleibt.	
		Wohlfühltemperatur
29	In den kälteren Monaten wünsche ich mir den Einsatz von Wärmestrahlern in den Aussenbereichen der Restaurants.	
30	Ich wünsche mir mehr Schutz vor Regen und Schnee in den Aussenbereichen der Gastrobetriebe.	
		Gebühren

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

31	Ich finde die aktuelle Gebühr angemessen.	
32	Ich finde die aktuelle Gebühr ist zu hoch.	
33	Ich finde die aktuelle Gebühr ist zu niedrig.	
34	Ich finde nicht, dass Gastrobetriebe eine Gebühr für die Benutzung der Aussenbereiche zahlen sollten.	
35	Ich finde, wenn das ganze Jahr bewirtet werden kann, sollte die Gebühr erhöht werden.	
36	Ich befürchte, dass wenn keine Gebühr für Restaurants erhoben wird, dies zu einer übermässigen Benutzung des Aussenbereichs führt.	
		Veränderungsfragen
37	Was möchten Sie uns bezüglich des Gassenreglements sonst noch mitteilen?	
38	Ich wünsche mir eine Veränderung vom aktuellen Gassenreglement.	

Anhang B – Antworten Freitextfelder

Den Erhalt des Gassenreglements ist zwingend. Die Gastrobetriebe nutzen den öffentlichen Grund und Boden, welcher nicht ihnen gehört!
Einheitliche Regelung aller Restaurantbetreiber in der Altstadt auf öffentlichem Grund
Lärmimissionen für Anwohner sind das grösste Problem. Deshalb an 22.00 Uhr nur drinnen. Der Lärm ist auch dann noch oft sehr hoch durch lautes Verhalten von heimkehrenden Gästen in den Gassen. (Der Schall des Lärmes kann in der Altstadt nicht weg (wie in einem offenen Raum) deshalb ist Lärm von den Gassen bis in die obersten Stockwerke sehr gut hörbar).
Altstadt: Zum Schutz von Anwohner muss die Nachtruhe eingehalten werden, (22.00) es ist heute bereits öfters laut. 99% der Menschen hier sind Anwohner und nur ein paar wenige sind Gastrobetriebe. Ist ja klar das diese eine andere Ansicht haben.
Finde den Sommer sehr kurz und würde es super finden wenn am WE ich länger draussen sein durfte.
Verlängerung der Öffnungszeiten bei öffentlichen Anlässen.
Da heute viele Leute am Freitag nicht arbeiten, sollte die Regelung für den Donnerstag gelten wie ein Samstag
Die Restaurantbetreiber müssen mehr in Pflicht genommen werden. Z.B. sollte im Gassenreglement umschrieben werden, dass sich die Gäste nach den ordentlichen Gassenöffnungszeiten nicht auf den Stühlen, Tischen, Stehtischen etc. der Gastgewerbebetriebe aufhalten dürfen und dass keine Gläser/Getränke zum Konsum vor dem Gastgewerbebetrieb nach draussen genommen werden dürfen.
Die Kontrolle und Einhaltung des Gassenreglement Nachtruhe und Reinigung muss mehr beachtet werden. Bei der Bewilligung mit Verlängerung und speziellen Anlässen muss die Kontaktperson und Telefonnummer ersichtlich sein.
Vor allem ist auf die Lärmbelästigung zu achten
Ich finde es richtig, dass alle Betreibe gleich behandelt werden. Ausnahmen wie z.B. am Weihnachtsmarkt sollten dennoch möglich sein. Eine zu lange Aussenzeit am Abend könnte doch einige Personen stören, da viele Einwohner in der Altstadt ansässig sind.
Als Anwohner in der oberen Altstadt ist mir bewusst, dass es lebt und leben soll. Es gibt aber auch Grenzen. Momentan ist keine gegenseitige Rücksicht gegeben. Die Bars lassen ihre Gäste regelmässig gröhlend vor ihrem Geschäft machen und schreiten nicht ein. Die gesetzliche Nachtruhe wird Do/Fr/Sa-nachts mit Füßen getreten. Wenn man das Gespräch mit den Bars sucht, wird man ausgelacht.
Freue mich aufs länger draussen sitzen.
Das bewirten deaussen gehört gerade im Frühling bis Herbst zum beleben einer Altstadt.Lärmklagen finde ich daneben,da jeder sich bewusst ist auf was er sich einlässt wenn man eine WG in einer Altstadt bezieht!!
Eine belebte Gasse führt zu höherem sozialen Aufkommen. Der Nachteil ist die Nachtruhestörung. Ein zweischneidiges Schwert.
Die Anwohner müssen auch schlafen können. Es ist so ecklig, wenn man vom Anstossen der Flaschen und dem Gelicher der angetrunkenen Damen dauernd geeckt wird. Sonst darf kein Wohnraum zur Verfügung gestellt werden.

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

<p>Ich finde es müssen auch die Altstadtbewohner gehör gefunden werden. Ich wohne ausserhalb fände es aber nicht so toll jeden Wochentag bis 24 Uhr laute Gespräche und Gelächter zu hören</p>
<p>Bei einer Verlängerung der Bewirtung am Abend befürchte ich als Anwohner noch mehr Lärmemissionen. Hingegen würde mich eine ganzjährige Bewirtung (unter Einhaltung der abendlichen Zeitbegrenzung) nicht stören.</p>
<p>Das aktuelle Reglement ist eine absolute Beschneidung der Gastronomie und schädigt Kultur und Gemeinschaft nachhaltig. Ein Grossteil der Bewohner der Altstadt ist sich der Lärmbelastung in Altstädten vorgängig bewusst und lebt gut damit, allen anderen ist ein Realitätscheck und Wegzug nahezu legen.</p>
<p>Wohnqualität für die Bewohner der Altstadt ist auch wichtig. Es finden bereits heute viele Veranstaltungen statt. Zudem sollte ein Augenmerk auf die Kommunikation gelegt werden: die Bewohner sollten rechtzeitig informiert werden, wenn etwas stattfindet. Wenn die Gastrobetriebe länger offen bleiben, sollten die Gastgeber aber dafür sorgen, dass es gesittet zu und her geht. Negative Erfahrungen!</p>
<p>Die Nachtruhe sollte in den Gassen von der Altstadt genauso eingehalten werden wie es auch in den Aussenquartieren üblich ist. Ausnahmen werden bei Stadtfesten geduldet</p>
<p>Bereits jetzt ist die individuelle Lärmbelastung in der Altstadt in der Nacht verhältnismässig zur Einwohnerzahl insbesondere im Sommer relativ hoch. Dies wird durch den Effekt der Bauweise der Altstadt verstärkt, da nur wenige Gassen zwischen den Gebäuden bestehen. Der Schall wandert den Wänden entlang nach oben. Im Sommer sind die alten Wohnungen sodann auf eine Lüftung in der Nacht angewiesen.</p>
<p>Nächtliche Lärmimission (Nachtruhestörung) von Restaurants/Bars, insbesodere das Restaurant Hardy's, sind für uns Anwohner belastend und schränken die Wohnqualität ein.</p>
<p>Die Wirtschaften in der Oberen Altstadt halten das jetzige Reglement gut ein. Nur sind es (vor allem bei Hardys) die Gäste, die noch lange, auch nach Schliessung des Lokals draussen vor dem Lokal laut reden und rufen. Im Sommer oft bis 2 Uhr oder länger in der Nacht. Das stört mich sehr. Die Polizei sollte dann present sein und für Ruhe sorgen. Schilder, wie in Zürich wären evtl. sinnvoll.</p>
<p>Die Altstadt wird hauptsächlich durch Anwohner bewohnt. Das ist die tragende Struktur und die Zukunft. Die Lärmimissionen besonders an schönen Wochenenden ist bereits heute hoch. Das darf nicht noch mehr werden. Ein paar Restaurants und Anlässe sind ok, aber nicht mehr als heute. Anwohner sind die Mehrheit und damit prioritär.</p>
<p>Teilweise gibt es laute Musik, Gegröl oder starken Geruch von Rauch bis spät in die Nacht hinein von Leuten, die aus den Wirtschaften kommen. Das weckt Anwohner und ich empfinde es als störend.</p>
<p>Es darf keine Musik gemacht werden im Aussenbereich.</p>
<p>Gaststätten: Es ist eine Zumutung für Gäste und Betreiber, dass man zweimal vertrieben wird, einmal um 22:30 Uhr draussen und dann nochmals um 00:00 Uhr. Bremgarten sagt jedem Besucher zweimal verpiss dich und komm doch nicht wieder. Das ist sogar für Aargauerverhältnisse grob.</p>
<p>Ich bin als Anwohnerin sehr froh um das aktuelle Gassenreglement. Es gibt genügend Märkte, Feste und Anlässe, die von den Anwohnern Toleranz verlangen. Ich beobachte, dass nach 22 Uhr viele Betrunkene und Gröhlende unterwegs sind. Längere Öffnungszeiten bringen mehr</p>

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

<p>Lärm und Abfall ins Städtli, was auf Kosten der Lebensqualität der Einwohner geht und auch den Geschäften keinen Mehrwert bringt.</p>
<p>Die Altstadt ist auch Wohnraum. Ruhezeiten sollten berücksichtigt werden. Gelegentliche Ausnahmen fürs Leuefäscht, Festival i d'r Marktgass finde ich vertretbar.</p>
<p>«Leben und leben lassen!» Die Altstadt soll belebt sein. Wir wollen darin leben und geniessen, die Anwohner in der Altstadt auch und den Wirtinnen und Wirten muss es möglich gemacht werden, wirtschaftlich zu agieren. Wenn es sich nicht mehr rentiert, stirbt alles aus. Das wär sehr schade! Zudem ist das Wetter veränderlich und die «Outdoor-Saison» nicht mehr klar abgrenzbar!</p>
<p>Begrenzende Richtlinien zur Nutzung von Außenflächen begünstigen das Aussterben der Innenstädte. Mehr Flexibilität auf externe Einflüsse zb Anlässe, Wetterumschwünge ect oder auch individuelle eigene Konzepte unterstützen Gastrobetreiber und sichern Existenzen.</p>
<p>Bediente Aussenplätze beleben die Altstadt.</p>
<p>Bremgarten muss lebendiger werden ????</p>
<p>Man sollte dem Zeitgeist entsprechen und eine lebendige Altstadt schaffen. Raus aus der Nachkriegszeit, rein in die Moderne.</p>
<p>ich meine dass verschiedene Orte zeigen, dass der Betrieb auf der Gasse Leben zurück holt und einseht ansprechendes Ambiente bringt. vielen Dank</p>
<p>Eine belebte Altstadt ist mir wichtig. Ich kann mir vorstellen dass es durch weniger Vorgaben von Seiten der Stadt attraktiver ist für neue Unternehmer*innen eine Restaurant oder Ladenfläche zu mieten.</p>
<p>Gerade im Sommer wären mehr Aussenplätze zu begrüssen. Es würde die Altstadt insgesamt mehr beleben.</p>
<p>Viel Glück und Danke für das Engagement für mehr Leben im Städtli.</p>
<p>Die Gastronomiebetriebe und die Geschäfte leiden massiv unter den derzeitigen Regelungen. Sie verhindern den dringend benötigten Zulauf von Kunden und Gästen. Eine bunte und vielfältige Altstadt belebt einfach Alles. Ich lebe neben der Kirche, und die Glocken sind ok. In der Altstadt darf man sich nicht über Leben beschweren!</p>
<p>Der Charme der Altstadt soll besser genutzt werden. Ausserdem wäre es schön wenn es wieder Geschäfte (zB. Bäckerei, Käserei) in der Altstadt oder beim Casino gibt...</p>
<p>Ich finde das Erscheinungsbild der Altstadt sehr ansprechend und ordentlich aber für ein längeres verweilen doch eher langweilig. Irgendwie fehlt einfach das Leben in der Altstadt. Zumindest könnte die Marktgasse lebhafter sein. Warum findet zum Beispiel der Markt am Samstag nicht in der Marktgasse statt?</p>
<p>Ich würde zur Belebung der Altstadtgasse sogar das Befahren durch MIV in einer Richtung tagsüber (z.B. von 0800-2000 Uhr) begrüssen.</p>
<p>Ich finde es notwendig, dass es gewisse Einschränkungen gibt. Jedoch sollten diese so angemessen sein, dass es mehr Tourismus durch Altstadt fördert. Wir können uns glücklich schätzen, dass wir noch Wirtschaften haben die Gäste anlocken. Wenn wir die zu fest einschränken, riskieren wir diese zu verlieren.</p>
<p>Das bewirten deaussen gehört gerade im Frühling bis Herbst zum beleben einer Altstadt. Lärmklagen finde ich daneben, da jeder sich bewusst ist auf was er sich einlässt wenn man eine WG in einer Altstadt bezieht!!</p>

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

Ein attraktives Gassenreglement wird helfen, die Altstadt in Bremgarten mehr zu beleben und attraktiver zu gestalten. Das Potenzial bleibt derzeit ungenutzt.
Ich empfinde die zunehmende Zahl von Mega-Events und den zunehmenden Verkehr in der Altstadt als viel belastender als die Gastronomie. Die Ausrichtung darf für mich diverser sein und mit mehr Fokus auf die Lokalbevölkerung.
Eine belebte Gasse führt zu höherem sozialen Aufkommen. Der Nachteil ist die Nachtruhestörung. Ein zweischneidiges Schwert.
Lockerere Atmosphäre und sinnvolle neuzeitliche Veränderungen würde ich sehr begrüßen
Lasst die Wirte/Geschäfte Umsatz machen. Das belebt das Städtchen.
Die Gassen werden belebt durch die Restaurants und Geschäfte. Je weniger von diesen, desto weniger Menschen in der Altstadt, eine leere Altstadt ist eine „tote“ Stadt; wäre schade.
Ich wünsche mir mehr Vielfalt und Farbe in den Gassen. Die Beizer und Ladenbesitzer sollen sich entfalten dürfen, sowie auch die Anwohner dieser Altstadt. Wir alle sind ein Teil von Bremgarten und ganz wichtig für die Kultur und das Soziale miteinander. Wir prägen das Stadtbild genauso mit wie ein Weihnachtsmarkt, Herbstmarkt etc. Keine andere Altstadt ist so stier wie Bremgarten.
Der Gassenbetrieb macht das Städtchen lebendiger und fröhlicher, dadurch attraktiver!
Die Definition der Optik vom Aussenbereich soll der Altstadt Rechnung tragen und zum Restaurant passen. Stehplätze dürfen nicht bewirtet werden.
Die Wirkung/Das Aussehen der Altstadt sollte trotz der Nutzung durch die Gastronomie nicht eingeschränkt werden.
Eigenverantwortung der einzelnen Gastrobetriebe fördern in Form von Vertauen und Selbstbestimmung, mehr Diversität durch unterschiedliche Gestaltungsmöglichkeit, Mobiliar etc., BewohnerInnen, die zum Stadtbild positiv beitragen und aus eigener Tasche für die Allgemeinheit Sitzgelegenheiten/Nischen gestalten, vielleicht besser nicht sanktionieren, sondern sich dankbar zeigen für neue Raumschaffung
Einheitlichere Bestuhlungen und wenn möglich leicht zu pflegende Begrünungen
Kein Plastik / Kunststoffmobiliar im Aussenbereich.
Auch die private Nutzung des öffentlichen Grundes für Blumentöpfe, Tisch, Stühle und Gerätschaften muss geregelt und kontrolliert werden.
Die Altstadt soll gepflegt und für Besucher*innen attraktiv aussehen. Ich finde, zusammen gestellte oder geklappte Tische nicht sehr schön. Besonders im Sommer sollen Gastromenschen gerne etwas länger draussen ihre Besucher*innen bewirten dürfen, wenn sie dies mögen und soll ihnen keine Mehrkosten generieren (lieber weniger z.B. 20.-- m2). Entsprechend kehrt etwas später Ruhe ein im Städtli.
Einheitlichere Bestuhlungen und wenn möglich leicht zu pflegende Begrünungen
Das Reglement solltr vom 1.4. Bis 31.10. gelten In der übrigen Zeit sollte die Gassennutzung bei schönem Wetter und Tageslicht möglich sein.
Finde den Sommer sehr kurz und würde es super finden wenn am WE ich länger draussen sein durfte.
An sonnigen Tagen im Winter o. Frühling wäre es bereichernd für Bremgarten, einen Kaffee oder Aperero draussen geniessen zu können. Momentan ist die Stadt abends sowie tagsüber wie ausgestorben. Grüsse aus Zufikon
Da ich glaube vor allem die Saison sollte durchgehend sein, wäre ich froh dies könnte vor ab schon erlaubt werden .

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

Bei einer Verlängerung der Bewirtung am Abend befürchte ich als Anwohner noch mehr Lärmemissionen. Hingegen würde mich eine ganzjährige Bewirtung (unter Einhaltung der abendlichen Zeitbegrenzung) nicht stören.
Mit der Möglichkeit der ganzjährigen Gastronomie in der Altstadt wird die Attraktivität der Stadt Bremgarten erhöht.
Ich finde es wichtig, dass die Jahreszeitenregelung (April-Okt) wekommt.
ich fände es schön wenn die Saison verlängert wird z.B. 01. März bis 01. November.
Mehr Flexibilität wie die heutige Regelung, dass zum Beispiel auch früher im Frühling geöffnet werden kann oder der Aussenbereich für einen speziellen Anlass auch im Winter geöffnet werden kann.
Der estaurationsbetrieb soll nur von Ostern bis und mit Sinesy (Markt der Vielfalt) möglich sein
Jeder Wirt sollte selber entscheiden wann er draussen wirten will und wann nicht.
Ich wünsche mir eine flexible Regelung für unsere Gastronomie, ich halte sie für durchaus in dr Lage die Situation gut einzuschätzen ob sie rausstuhlen oder nicht
Lasst doch die Betreiber entscheiden was und wie sie den aussenbereich nutzen wollen!
Ich würde es begrüßen, wenn die Sonne scheint die Gastro raus stuhlen kann, wenn sie es möchten. Es ist wertvoll fürs beleben der Altstadt, dass Bremgarten so viele Restaurants hat.
Kleinere Unterstände würde ich für den Gassenbetriebe im kälteren Monaten begrüßen. Jedoch sollten diese nicht ganz geschlossen sein, da sonst jeder ein Wohnwagenvorzelt beim Restaurant hat.
Ich kann zu der Höhe der Gebühren keine Aussage treffen da ich keinerlei Erfahrungswerte habe...
Bevölkerung und Gewerbe zahlen genug Steuern und Abgaben, da braucht es nicht noch Gebühren. Wenn doch Gebühren verlangt werden sollte diese zu 100% zweckgebunden sein um die Gastronomie und Gewerbe in der Altstadt zu fördern und unterstützen, dies sollte stets allen zu gute kommen.
Gastronomie und Verkaufsläden, Handwerk und Galerien wie auch viele Private beleben die Stadt durch ihr Dasein, ihr Angebot, ihre Kreativität, ihre Gestaltung des Aussenbereichs. Die jetzigen Reglemente schränken alle Motivierten ein. Unterstützung ist besser als Einschränkung! Die betrifft auch die Gebühren. Warum soll, wer etwas fürs Städtchen tut, auch noch Gebühren bezahlen?
Die Aussenbreiche sollten günstig für die Wirte sein, es haben schon genügen Betriebe schliessen müssen! Jedoch sollten die Bereiche begrenzt sein.
Die Altstadt soll gepflegt und für Besucher*innen attraktiv aussehen. Ich finde, zusammen gestellte oder geklappte Tische nicht sehr schön. Besonders im Sommer sollen Gastromenschen gerne etwas länger draussen ihre Besucher*innen bewirten dürfen, wenn sie dies mögen und soll ihnen keine Mehrkosten generieren (lieber weniger z.B. 20.-- m2). Entsprechend kehrt etwas später Ruhe ein im Städtli.
Es sollten keine Gebühren anfallen
Ich denke das dass Gassenreglement veraltet ist und es daher eine Überarbeitung braucht.
Die Altstadt Bremgarten soll ein attraktiver Ort zum Betreiben von Gastronomiebetrieben sein. Offensichtlich ist es für Betreiber schwierig unter den aktuellen Bedingungen wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Eine Lockerung ist daher grundsätzlich zu befürworten.

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

<p>Das wirten in Bremgarten ist hart genug. Ich habe 15 Jahre in der Gastro in Bremgarten gearbeitet und habe mich häufig über das Reglement geärgert. Wir wollen die Stadt beleben nicht aussterben lassen!</p>
<p>Das aktuelle Gassenreglement ist ein Bremsklotz geworden. In Abwägungen und Bewilligungen wird die zeitgemässe Nutzung wenig oder gar nicht berücksichtigt. Unsere Altstadt lebt von der zeitgemässen Nutzung und nicht vom Altstadt-Bild und der ordnungsgemässen Einhaltung von historischen Bildern und Vorstellungen.</p>
<p>Wäre sehr schön, wenn sich da etwas bewegt. Unsere Altstadt ist so schön aber leider ausgestorben.</p>
<p>Eine Altstadt lebt mit der Gastro. Bitte lasst diese Betriebe leben. Saufbetriebe braucht die Altstadt nicht. Kann mit den Bewilligungen geregelt werden.</p>
<p>Reglement nicht zu eng fassen.</p>
<p>mehr Flexibilität für die einzelnen Gastrobetriebe</p>
<p>Die Stadt Bremgarten darf sich den möglichen (neuen) Vorschlägen und Ideen der Gewerbe-Betreibenden jeweils individuell annehmen und sich entsprechend (kulanter) ausrichten. Das Ziel sollte es sein ein attraktives und belebtes sowie sinnvolles Stadtbild zu erschaffen und erhalten.</p>
<p>Gastronomie und Verkaufsläden, Handwerk und Galerien wie auch viele Private beleben die Stadt durch ihr Dasein, ihr Angebot, ihre Kreativität, ihre Gestaltung des Aussenbereichs. Die jetzigen Reglemente schränken alle Motivierte ein. Unterstützung ist besser als Einschränkung! Die betrifft auch die Gebühren. Warum soll, wer etwas fürs Städtchen tut, auch noch Gebühren bezahlen?</p>
<p>weniger regeln; mehr unternehmerische Freiheiten zulassen!</p>
<p>Die Gastronomen, haben es sehr schwer in Bremgarten. Beispiele 3 Könige, Hotel/Restaurant Sonne usw. Man sollte deshalb die Kreativität sowie die Vorschriften so anpassen, dass es sich lohnt, in Bremgarten zu wirten. Es würde der Altstadt gut tun und würde diese beleben.</p>
<p>Die private Nutzung der öffentlichen Flächen vor allem in der Unterstadt sollte klar definiert werden. Im Moment macht jeder was er will.</p>
<p>Für Bremgarten und die Restaurants ist es sehr wichtig, dass sie mehr Freiheiten bekommen bezüglich der Bewirtschaftung in den Gassen. Trotzdem sollte das Bild in der schönen Altstadt nicht beeinträchtigt werden.</p>
<p>Bitte stellen Sie der Attraktivität der Altstadt Bremgarten und den Gastrobetrieben nicht noch weitere Steine in den Weg.</p>
<p>Es sollte etwas mehr Flexibilität möglich sein und nicht einfach stur nach Reglement entschieden werden. Gesunder Menschenverstand und Toleranz.</p>
<p>Bremgarten braucht kein 0815 Gassenreglement. Die Wirte sollen ein lebendiges buntes und schönes Ambiente schaffen, damit die Altstadt wieder mehr Leben bekommt.</p>
<p>So anpassen, dass sowohl Gastrobetreiber wie -besucher mit einem überarbeiteten Reglement zufrieden gestellt werden und etwas mehr Leben in die Gassen bringen.</p>
<p>Mehr Freiheiten und weniger Regulieren</p>
<p>Das aktuelle Reglement kann ersatzlos gestrichen werden!</p>
<p>Bremgartens Altstadt ist bewohnt und das sollte so bleiben. Das Gassenreglement muss deshalb so gestaltet sein, dass deren Bewohner nicht vertrieben werden. Bremgarten hat genügend Events und die Altstadt muss nicht zur Festmeile werden. Man könnte Anlässe auch</p>

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

<p>im West, auf dem Birrenberg, in der Unterstadt, an der Eggenwilerstrasse durchführen und die Bewohner dort nach den Betriebszeiten fragen.</p>
<p>Mehr Individualität und Wirtschaftlichkeit anstelle von Reglements; die Stadt muss mit der Zeit gehen und sich nicht auf Vorgaben aus dem Jahre 2006 abstützen und daran halten</p>
<p>Grundsätzlich finde ich das eine Lockerung angebracht ist. Die BeizerInnen haben es genug schwer und ein Bremgarten ohne Beizen wäre katastrophal für das Zusammenleben. Danke!</p>
<p>Alle reden von Bürokratie, Einschränkungen. Gleichzeitig beklagen Gewerbler, dass es schwierig ist in der Altstadt ökonomisch erfolgreich zu sein. Es wäre doch ein mutiger Schritt, das heutige Reglement auf ein absolutes Minimum zu beschränken. Und gleichzeitig die Vision haben, mit einem liberalen / pragmatischem Ansatz die Altstadt zu mehr Leben zu erwecken und die Attraktivität steigern.</p>
<p>Für die Attraktivität der Altstadt ist eine grössere Flexibilität für das Gewerbe zwingend!</p>
<p>Eine belebte Altstadt kann nur durch die Vielfalt der Möglichkeiten erfolgen, weniger Staat mehr Eigenverantwortung muss das Motto sein.</p>
<p>ich wünsche mir, dass Gassenmusiker wieder gebührenfrei erlaubt sind... eine Bewilligung kann man auf der Kanzlei oder Polizei abholen.</p>
<p>Bremgarten gestaltet sich mit dem jetzigen Reglement schwierig und unattraktiv für BesucherInnen. Ein einheitliches Einhalten der Regelung besteht nicht!</p>
<p>So wenige wie möglich Vorschriften, dass die Kreativität der Einzelnen gezeigt werden kann</p>
<p>Einschränkungen für Musik und TV-Ton unerlässlich. Es fehlen genügend Sitz- und Aufenthaltsgelegenheiten ohne Konsumationszwang z.B. in der Marktgasse</p>
<p>Einschränkungen für Musikanlagen/TV-Übertragungen, die man auf der Gasse mitverfolgen kann.</p>
<p>Veloverbot! Es ist mittlerweile gefährlich, sich als Fussgänger in der Altstadt aufzuhalten. Da muss Verbotstafel hin: „ab hier wird das Velo gestossen, danke“ besonders gefährlich am Bogen abwärts über die Brücke.</p>
<p>Man könnte sich ein Beispiel an Aarau nehmen. Dort sieht es schön aus und es hat viele Restaurants, welche draussen eine Bestuhlung haben.</p>
<p>Diese Umfrage ist eine ausgezeichnete Idee. Allerdings sind wir BewohnerInnen der Altstadt in ungleich höherem Ausmass von den Auswirkungen der Gastwirtschaft betroffen als Gewerbetreibende oder BesucherInnen. Ich finde deshalb, dass der Meinung der Anwohnenden unbedingt mehr Gewicht eingeräumt werden muss! Es darf nicht sein, dass BesucherInnen über unseren Alltag entscheiden.</p>
<p>Flexibilität ist gefragt. Bremgarten soll doch eine Willkommenskultur schaffen für Einheimische und Gäste und das nicht einfache Restaurant-Geschäft nicht noch zusätzlich durch Bedingungen erschweren. Wir sind sehr froh, dass es noch Gastro-Unternehmer gibt, die unsere schöne Stadt bewirtschaften .</p>
<p>Hört mit den Einschränkungen auf Wir sind alle alt genug Und bezahlen auch Steuern Oder wollt ihr das alles schliessen muss</p>
<p>Wichtig ist, dass die Zufahrt/Durchfahrt für die Einsatzfahrzeuge der Blaulichtorganisationen frei bleibt und das 24/7!</p>
<p>Einige Fragen sind ohne Detailkenntnisse des aktuellen Reglements nicht zu beantworten. Das schränkt die Aussagekraft vieler Antworten wohl etwas ein.</p>

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

Die Umfrage setzt sehr viel Grundwissen voraus. Und für einen Normalbürger ist es zu umständlich formuliert.
Es sollte halt geschaut werden welche Auswirkungen es gibt.
Ok
Aussensitzplätze ohne Konsumationszwang sind wichtig. Diese sollen auch vor Regen und Schnee mindestens teilweise geschützt sein. Auch mit Wärmeplatten im Winter. Sauber und gepflegt durch die Stadt oder NGO.
Ich finde es schade, dass es keine Restaurants mehr gibt, die auch am Nachmittag geöffnet haben (es fehlen ja einige). In der heutigen Zeit sollte auch am Montag geöffnet sein.
Wohnqualität für die Anwohner ist auch wichtig. Schon heute viele Veranstaltungen mit Einschränkungen für die Bewohner (inkl. Märkte). Gesundes Augenmass ist wicht.
Es waere wichtig, die jeweiligen Bewilligungen nicht auf das Restaurant zu erteilen, sondern auf den jeweiligen Paechter. Die Auslegung/Einhaltung der Regeln, funktioniert beim Einen tadellos und beim Naechsten wieder kaum. Bei Wirtewechseln muesste Handlungsspielraum bestehen.
Viel wichtiger ist, meines Erachtens nach, eine Revision des Zufahrtsreglement. Meiner Meinung nach, sollte die Marktgasse in eine Einbahnstrasse mit 20km/h oder 30km/h Begrenzung verwandelt werden. Neben dieser Strasse könnten Parkplätze entstehen. Davon erhoffe ich mir, einen besseren Ladenmix, mit mehr Läden des täglichen Bedarfs. Viele davon sind in den letzten Jahren verschwunden.
Gilt dieses Reglement auch für die Sportvereine von Bremgarten? Dies sollten nicht vergessen gehen.
Lenzburg Altstadt wäre ein gutes Vorbild
es sollten keine Abfall- Behälter Abfall- Kehrichtsäcke, Leerglas vor Gastronbetriebe Kiosk Deponiert werden Aschenbehälter , Aschenbecher, Verkaufshilfsmittel ausser der Öffnungszeiten Vor den Gastronomie Platziert werden
Als Anwohner MUSS ich in gewissen Situationen mit dem KFZ in die Altstadt zu meiner Wohnung zwecks Warenumschat. Die Zufahrt ist stellenweise erschwert möglich, da die die aufgestellten Stühle und Tisch die Zufahrtswege sehr eng machen. Die Menschen, die dort zwecks Konsumation sitzen haben kein Verständnis für die Notwendigkeit der Altstadt Anwohner. Es wäre sinnvoll die Umsetzung zu überprüfen.
Es ist unverständlich, wieso die Anpassung des Gassenreglements solange dauert. Dies wurde von mir bereits im ersten Corona Jahr 2020 angeregt.
Endlich ein Neues Reglement ????????????????
Die Marktgasse sollte komplett verkehrsfrei sein. ausser Blaulicht Einsätze! Für Kleinkinder und alte Leute sind die lautlosen Fahrzeuge Autos, Fahrräder etc. immer gefährlicher geworden. Sie kommen von hinten mit Schuss und man erschrickt sobald sie auf gleicher Höhe sind! Diese Gefahr nimmt rasant zu!
Mir fällt auf, dass das Wegwerfen von Zigarettenkippen Überhand nimmt. Was kann man dagegen tun?
Die Stadtbehörden sollten die Einwohner von Bremgarten, mehr darüber informieren, was mit geschlossenen Gaststädten weiter passiert. Die geschlossenen Dauerzustände Im Hotel Sonne (ist das überhaupt noch ein Hotel?), Restaurant 3 Könige und Stadthof sind nicht nur sehr ärgerlich, sondern führen für Bremgarten als Touristenstadt (ISOS) zu einem Imageschaden und ergeben ein schlechtes Gassenbild!

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

Am Anfang in der Erklärung stand, dass unter anderem Parteien vorab befragt wurden. Ich bin Präsidentin einer Ortspartei aber wurde nicht befragt. Nach welchen Kriterien wurde entschieden wer befragt wird und wer nicht?

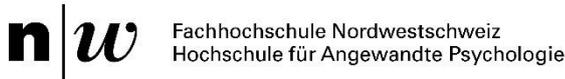
Es wäre schön gäbe es mehr Barrierefreiheit für Menschen mit Rollstuhl und Kinderwägen. Viele Altstadtgeschäfte haben einen hohen Tritt oder Treppen.

Je weniger Regulierungen, Einschränkungen und Vorschriften, desto besser.

Ruhetage der Gastrobetriebe muss koordiniert werde.

Neben der Regelung für Gastrobetriebe sollte unbedingt auch darauf geachtet werden, das private Einwohner, öffentlichen Grund nicht persé als ihren eigenen Sitzplatz anektieren dürfen. Insbesondere im Bereich Spiegelgasse ist es auffällig, wieviel privates Mobiliar auf öffentlichem Grund steht und rege für private Zwecke benutzt wird. Man könnte meinen jeder Tag ist Sperrgut-Abfuhr.

Anhang C - Einverständniserklärung Interview



Einverständniserklärung zur Teilnahme an der studentischen Projektarbeit

Studienverantwortung: Jessica Assis Pardal

Studienverantwortung: Lena Elsässer

Studienverantwortung: Selina Roth

Studienverantwortung: Vanessa Vallelonga

Studienverantwortung: Lorena Vodevic

Informationen zur Studie

Mit dieser Arbeit wollen wir die Wünsche, Bedürfnisse und Barrieren der Interessengruppe der Stadt Bremgarten erheben und analysieren. Die erhobenen Daten sollen der Stadt Bremgarten helfen, das bestehende Gassenreglement zu aktualisieren und an den Bedürfnissen der Interessengruppen anzupassen.

Teilnahme

Ihre Teilnahme an der Studie beinhaltet ein qualitatives Interview von ungefähr 30 Minuten, das aufgezeichnet und transkribiert wird. Ihnen werden Fragen zu Ihrer Meinung betreffend des aktuellen Gassenreglement gestellt.

Rücktritt von der Teilnahme oder Widerruf der Einwilligung

Die Teilnahme an dieser Studie ist freiwillig. Sie haben jederzeit das Recht von der Teilnahme an der Studie zurückzutreten, ohne dafür einen Grund anzugeben. Sie haben ebenfalls das Recht, Ihre Einwilligung zu widerrufen, und Ihre personenbezogenen Daten löschen zu lassen.

Datenschutz, Vertraulichkeit und zukünftige Nutzung

Die im Rahmen der Studie gesammelten Daten werden nur für diese Studie genutzt. Ihr Name oder andere Informationen zu Ihrer Identität werden vertraulich behandelt, nicht publiziert und nicht an Dritte weitergegeben. Ihr Beitrag wird in anonymisierter oder pseudonymisierter Form sicher aufbewahrt und wird nach Abschluss der Studie gelöscht, es sei denn die Daten sind im Rahmen eines Forschungsprojektes entstanden, die mit der gleichen Vertraulichkeit behandelt werden.

Einverständnis

Ich habe die Informationen in dieser Erklärung gelesen und verstanden. Mir wurde die Möglichkeit eingeräumt, Fragen zur Studie zu stellen und diese wurden zu meiner Zufriedenheit beantwortet.

Ich gebe mein Einverständnis an dieser Studie teilzunehmen und gebe meine Erlaubnis für die Aufbewahrung und Verwendung meiner im Rahmen dieser Studie gesammelten Daten.

Unterschriften

Anhang D – Leitfaden Interviews

Thema	Erzählgenerierende Frage	Vertiefende Fragen (ggfs. schon angesprochen)	Aufrechterhaltungs- Steuerungsfragen/ Weitere Materialien	Ziel der Fragen zum Thema, Bezug zur Fragestellung
<p>Inhalte der Interviews:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Betriebszeiten - Erscheinungsbild - Einrichtung - Wohlfühltemperatur: Heizungen+ Ofen und Grill, Bedachung, Sonnenschirme; - Saisonschluss; - Platzeinnahme: Einfriedigungen und Abgrenzungen und Podeste und Bühnen <p>Anmerkung Farbcodierung: Blau = für alle; Rot = Gastro-Besitzende/Mitarbeitende; Grün = Anwohnende, Ladenbesitzende etc.</p>				
<ul style="list-style-type: none"> - Zustimmung für Aufzeichnung einholen (inkl. Einverständniserklärung) - Den Interviewpersonen das Gassenreglement und die Einverständniserklärung per Mail zuschicken - Vor Interviewbeginn Projekt nochmals erläutern, Fragen klären, Interview führende Person stellt sich vor <p>Vorstellung/Einleitung: Vielen Dank, dass Sie sich heute Zeit nehmen. Wir führen dieses Interview im Rahmen unseres Moduls «Projektarbeit» der Fachhochschule für angewandte Psychologie Olten durch. Wir haben den Auftrag der Stadt Bremgarten erhalten, die Bedürfnisse der Interessengruppen zu erfragen. Damit wird die Grundlage für das neue Gassenreglement gelegt, das von der Stadt anschliessend entwickelt wird. Dieses Interview wird aufgezeichnet und automatisch von Teams transkribiert. Personendaten werden anonymisiert.</p>				

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

START AUFNAHME UND TRANSKRIPT!				
Faktenfragen (2 Minuten)	Branche, Wohnort, Anstellungsdauer, Alter			
Einstiegsfrage (2-3 Minuten; Minute 2-4/5)	Was denken Sie über das aktuelle Gassenreglement?	Wo sehen Sie die Vorteile im aktuellen Gassenreglement?		Unterfrage 4
1. Betriebszeiten Die Gassenwirtschaften dürfen täglich bis maximal 22.00 Uhr betrieben werden.	Wie finden Sie die aktuellen Regelungen zu den Betriebszeiten?	Wie lange würden Sie gerne in einer Gastronomie-Betriebe verweilen können? Wie lange würden Sie ihre Gäste gerne draussen bewirtschaften können?	<ul style="list-style-type: none"> - Können Sie noch mehr darüber erzählen? - Wie könnte es besser sein? - Was müsste sich ändern? - Was würden Sie anders machen? - Warum? 	
2. Erscheinungsbild (5 Minuten; Minute 5-10)	Wie empfinden Sie das Erscheinungsbild der Gastronomie-Betriebe der Altstadt?	Was wünschen Sie sich diesbezüglich? Möchten Sie sich anderweitig dazu äussern?	<ul style="list-style-type: none"> - Können Sie noch mehr darüber erzählen? - Weshalb ist das so? - Wie könnte es besser sein? - Was müsste sich ändern? 	Unterfragen 1-3 Wünsche, Erwartungen, Barrieren

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

Gleiche Farbe, Material und Form		Inwiefern fühlen Sie sich durch diese Regelungen eingeschränkt?	<ul style="list-style-type: none"> - Was würden Sie anders machen? - Warum? 	
3. Einrichtung (5 Minuten; Minute 10-15)	Was ist Ihr Eindruck im Bezug auf die Einrichtung (zum Beispiel Tische, Pflanzentöpfe, Beleuchtung, Sonnen- und Regenschutz) der Aussenbereiche der Gastronomie-Betriebe?	<p>Was wünschen Sie sich diesbezüglich?</p> <p>Möchten Sie sich anderweitig dazu äussern?</p> <p>Inwiefern fühlen Sie sich durch diese Regelungen eingeschränkt?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Können Sie noch mehr darüber erzählen? - Weshalb ist das so? - Was löst das in Ihnen aus? - Wie könnte es besser sein? - Was müsste sich ändern? - Was würden Sie anders machen? - Warum? 	Unterfragen 1-3 Wünsche, Erwartungen, Barrieren
3. Wohlfühltemperatur (5 Minuten; Minute 15-20)	Wie nehmen Sie die Schutzmassnahmen gegen hohe, niedrige Temperaturen und Wetter in den Aussenbereichen der Gastronomie-Betriebe in der Altstadt wahr?	<p>Welche Art von Rückmeldungen erhalten Sie von den Gästen bezüglich dieses Themas? (zu heiss, zu kalt...)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Können Sie noch mehr darüber erzählen? - Weshalb ist das so? - Was löst das in Ihnen aus? - Wie könnte es besser sein? - Was müsste sich ändern? - Was würden Sie anders machen? - Warum? 	Unterfragen 1-3 Wünsche, Erwartungen, Barrieren

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

	(--> Schutz vor Kälte, Hitze, Regen. Sonnenschirme, Wärmestrahler, Regenüberdachung)	Wie empfinden Sie die Temperaturen in den Aussenbereichen der Gastrobetriebe?		
<p>4. Saisonstart/ Saisonschluss</p> <p>Bevor dieses Thema angesprochen wird, sollte darauf hingewiesen werden, dass der Saisonschluss vom 15.10. bis zum 15.04. Gilt. Daher sind die Möglichkeiten, draussen zu bewirten oder zu verweilen, eingeschränkt.</p> <p>(5 Minuten; Minute 20-25)</p>	Wie erleben Sie die aktuelle Regelung zum Saisonstart/Saisonschluss?	<p>Von wann bis wann wünschen Sie sich draussen bewirten zu können?</p> <p>Von wann bis wann würden Sie sich wünschen, draussen verweilen zu können?</p> <p>Inwieweit fühlen Sie sich eingeschränkt vom Saisonschluss/Saisonstart Reglement?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Können Sie noch mehr darüber erzählen? - Weshalb ist das so? - Was löst das in Ihnen aus? - Wie könnte es besser sein? - Was müsste sich ändern? - Was würden Sie anders machen? - Warum? 	<p>Unterfragen 1-3</p> <p>Wünsche, Erwartungen, Barrieren</p>

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

<p>5. Platzeinnahme: Einfriedigungen, Abgrenzungen, Podeste und Bühnen (5 Minuten; Minute 25-30)</p>	<p>Was denken Sie darüber, dass Trittplächen (zum Beispiel Podeste, Treppenabsätze, Stufen) nicht zugelassen sind? Ebenfalls sind Abgrenzungen (zum Beispiel hohe Hecken) nicht zugelassen – wie empfinden Sie dies?</p>	<p>Wie wirkt sich die Regelung, Trittplächen nicht zugelassen sind, auf die Nutzung des Aussenbereichs aus? Inwiefern stellen diese Regelungen für Sie eine Barriere dar?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Weshalb? - Können Sie noch mehr darüber erzählen? - Weshalb ist das so? - Was löst das in Ihnen aus? - Wie könnte es besser sein? - Was müsste sich ändern? - Was würden Sie anders machen? 	<p>Unterfragen 1-3 Wünsche, Erwartungen, Barrieren</p>
<p>6. Gebühr für die öffentliche Nutzung von Strassen und Plätzen für Gassenwirtschaften (5 Minuten; Minute 30-35)</p>	<p>Wie stehen Sie dazu, dass pro Saison 50.- pro m² (jede weitere 30.- pro m²) für die Platzeinnahme bezahlt werden muss?</p>	<p>Möchten Sie sich zu der Gebührenhöhe äussern? Inwiefern stellt die Gebühr für Sie eine Barriere dar? - Welche Herausforderungen oder Schwierigkeiten bringt sie mit sich? Welche Auswirkungen hat die Gebühr von 50.- pro</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Weshalb? - Können Sie noch mehr darüber erzählen? - Weshalb ist das so? - Was löst das in Sie aus? - Wie könnte es besser sein? - Was müsste sich ändern? - Was würden Sie anders machen? - Warum? 	

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

		m ² pro Saison auf Ihre Planung und Nutzung des Aussenbereichs?		
7. Abschluss (5 Minuten; Minute 30-35 / Minute 35-40)	Was möchten Sie den Personen, welche das Reglement neugestalten, noch mitgeben?	Welche Erwartungen haben Sie an das neue Gassenreglement? Gibt es sonst noch etwas, was Sie uns mitteilen möchten?	Themen: Erscheinungsbild, Einrichtung, Wohlfühltemperatur, Saisonschluss, Platzeinnahme, Gebühren	

Anhang E - Ethik Checkliste Interview

1. Angaben zur Untersuchung

Name der verantwortlichen Person: Selina Roth

Name der betreuenden Person: Sarah Lehmann

Name des Moduls bzw. des Weiterbildungsprogramms: Projektarbeit 1

Thema/Titel des Vorhabens: Durchführung von Interviews zur Erfassung der Bedürfnisse des Stakeholders der Stadt Bremgarten in Bezug auf das Gassenreglements

2. Checkliste (siehe Erläuterungen ab Seite 3)

		Ja	Nein
1.	Besteht die Gefahr, dass den Teilnehmenden durch ihr Verhalten in der Studie oder durch ihre Nichtteilnahme an der Studie Nachteile entstehen?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Ist die Teilnahme von minderjährigen Personen (d.h. Kinder und Jugendliche) und/oder Personen, die in ihrer Urteilsfähigkeit eingeschränkt sind, vorgesehen oder zumindest möglich?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Wird es notwendig sein, dass Personen an der Studie teilnehmen, ohne dies vorab zu wissen und ohne ein informiertes Einverständnis gegeben zu haben (z.B. verdeckte Beobachtung von Personen)?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Werden die Teilnehmenden mit Absicht unvollständig oder falsch über die Ziele und das Verfahren der Studie informiert (z.B. durch manipulierte Rückmeldungen über ihre Leistungen)?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Werden die Teilnehmenden gebeten, persönliche Erfahrungen (z.B. belastende Erlebnisse), sensitive Informationen (z.B. Drogenkonsum) oder sensitive oder belastende Einstellungen (z.B. politische Präferenzen) preiszugeben?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Falls während der Untersuchung die psychische Integrität der Teilnehmenden beeinträchtigt wird (z.B. reduzierte Konzentrationsfähigkeit, Induktion von negativen Emotionen): Können nach der Studienteilnahme negative psychische Folgen eintreten?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

BEDÜRFNISANALYSE GASSENREGLEMENT BREMGARTEN

7. Falls während der Studie die soziale Integrität der Teilnehmenden tangiert wird (z.B. in einer Gruppenstudie): Kann die Teilnahme auf der sozialen Ebene negative Folgen haben (z.B. bei den anderen Teilnehmenden erworbener «Ruf»)?

8.	Wird den Teilnehmenden ein finanzieller Anreiz angeboten, der über die übliche Vergütung der Teilnahme an der Studie hinausgeht?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Verlangt der Auftragsgeber/die Auftragsgeberin eine Begutachtung der Studie durch eine Ethikkommission?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
10.	Verlangt der Auftragsgeber/die Auftragsgeberin oder die Gesetzgebung eine Registrierung der Studie?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

3. Unterzeichnung

Falls mindestens eine der Fragen 1-10 der Checkliste mit JA beantwortet wurde, ist ein Ethikantrag bei der Studiengang- bzw. Programmleitung einzureichen.

Anhang F – Aktuelles Gassenreglement (Auszug relevanter Artikel)

4

Der Stadtrat Bremgarten erlässt, gestützt auf § 103 f. des Baugesetzes des Kantons Aargau (BauG) vom 19.1.1993 und § 5 des Gebührenstarifes der Einwohnergemeindeversammlung vom 16.12.2004, folgendes

Reglement

zur Nutzung öffentlicher Strassen/Gassen und Plätze

I. Allgemeine Bestimmungen

§ 1

Geltungsbereich

Dieses Reglement regelt die Nutzung der öffentlichen Strassen, Gassen und Plätze auf dem Stadtgebiet insbesondere der Altstadt.

§ 2

Personenbezeichnungen

Die in diesem Reglement verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich auf beide Geschlechter.

§ 3

Bewilligungspflicht

Das Nutzen von öffentlichem Grund ist bewilligungspflichtig, soweit gesteigerter Gemeingebrauch im Sinne von § 103 BauG vorliegt.

§ 4

Voraussetzungen

Bewilligungen können erteilt werden, soweit es die örtlichen Verhältnisse zulassen und der Verkehrsfluss weder für den Fahrverkehr noch die Fussgänger beeinträchtigt wird. Der Zugang zu den Gebäuden und Geschäften muss dauernd frei bleiben.

§ 5

Bewilligungen (Erlaubnis)

¹ Bewilligungen (Erlaubnis gemäss § 104 BauG) können insbesondere erteilt werden für:

- geschäftliche Aktivitäten wie Warenauslagen, Verkaufsstände usf.
- Gassenwirtschaften

² Die verfügbaren Flächen werden vorrangig an die direkten Anstösser (Ladengeschäfte und Gastwirtschaftsbetriebe usf.) abgegeben.

	§ 6
Zweckbestimmung	Bewilligte Flächen dürfen nur für den bewilligten Zweck verwendet werden.
	§ 7
Benützungsgesuch, Unterlagen	¹ Das Benützungsgesuch ist der Bauverwaltung einzureichen, wo auch das nötige Formular bezogen werden kann. ² Das Gesuch hat folgende Angaben zu enthalten: <ul style="list-style-type: none"> – Situationsplan im Masstab 1:50 oder 1:100 mit Anzahl Tischen, Stühlen, Sonnenschirmen, Begrünung und Buffet (massstäblich und lagemässig richtig einzuzeichnen). – Die Dimensionen der einzelnen Elemente müssen ersichtlich sein. – Angaben zum Material und zu Farben. – Gewünschte Nutzungsdauer
	§ 8
Bewilligungsinstanz	Die Bewilligungen werden durch die Bauverwaltung erteilt.

**II. Erscheinungsbild im öffentlichen Raum
(Ausstattungen, Möblierung, Einrichtungen)**

	§ 9
Allgemeine Anforderungen	¹ Alle verwendeten Einrichtungen, Ausstattungen und sonstigen Gegenstände müssen sich ins Stadtbild einfügen und innerhalb eines Gewerbebetriebes entsprechend ihrer Art in Material, Form und Farbe einheitlich sein. ² Alle verwendeten Elemente müssen sich auf den zugewiesenen Platz beschränken.
	§ 10
Einfriedigungen, Abgrenzungen	Es dürfen keine Einfriedigungen und Abgrenzungen zwischen den Gebäuden, Gassenwirtschaften oder sonstigen Einrichtungen erstellt werden.
	§ 11
Tische und Stühle	¹ Tische, Stehtische und Stühle sind pro Geschäft einheitlich zu halten. ² Festbänke sind im ständigen Restaurationsbetrieb nicht zugelassen.

H:\Gemeindeorganisation\Nutzung öffentlicher Grund\Nutzungsreglement Strassen und Plätze - 2005.doc

	§ 12
Sonnen- bzw. Regenschutz	Sonnen- bzw. Regenschutzeinrichtungen dürfen nicht in die Fahrbahn ragen und nur die zugewiesene Fläche bedecken (Durchmesser maximal 2.50 m, Höhe minimal 2.20 m).
	§ 13
Grossschirme, Storen	XL-Schirme mit einem Durchmesser über 2.50 m sind bewilligungspflichtig (gilt auch für Markisen und Storen).
	§ 14
Buffet	Mobile Buffetanlagen und Kühler für den Offenausschank sind bewilligungspflichtig. Sie dürfen folgende Masse nicht überschreiten: Höhe 0.80 m, Länge 2.50 m, Gesamtfläche max. 2.00 m ²
	§ 15
Menütafeln	¹ Die dreidimensionalen Speisekarten dürfen nur innerhalb der bewilligten Fläche aufgestellt werden. Zulässig sind folgende Masse: Höhe: 1.00 m, Fläche: 0.70 m ² ² Die Menütafeln dürfen nur während der Öffnungszeiten aufgestellt werden.
	§ 16
Podeste und Bühnen	Podeste, Treppenabsätze, Stufen, Erhöhungen, Bühnen und Ähnliches sind nicht zugelassen.
	§ 17
Bodenbeläge	Bodenbeläge oder Bodenabdeckungen jeglicher Art sind nicht zugelassen.
	§ 18
Überdachung	Zeltdächer, Überdachungen, Baldachine usw. sind im ständigen Betrieb nicht zugelassen. Sie können auf besonderes Gesuch hin für Einzelanlässe bewilligt werden.
	§ 19
Dekoration	Das Aufstellen von Kunst- oder Dekorationsobjekten ist bewilligungspflichtig.

	§ 20
Beleuchtung	Die dauerhafte Installation (Betrieb) von Scheinwerfern, Fackeln oder Leuchtgirlanden ist bewilligungspflichtig.
	§ 21
Ofen und Grill	Pizzaöfen und Grills sind im Freien bewilligungspflichtig.
	§ 22
Heizungen	Die dauerhafte Installation von Wärmestrahlern und Heizungen ist bewilligungspflichtig.
	§ 23
Pflanzen und Behälter	<p>¹ Grünelemente dürfen eine Gesamthöhe von 1.50 m nicht überschreiten und sind jederzeit auf diese Höhe zurückzuschneiden.</p> <p>² Sie dürfen nicht als vollkommener Sichtschutz, sondern nur als einzelne, dekorative Elemente verwendet werden.</p> <p>³ Anzahl, Material und Standorte der Töpfe und Tröge werden verbindlich im Möblierungsplan mit Massangaben festgehalten.</p> <p>⁴ Die Pflanzenbehälter müssen so beschaffen sein (Grösse, Gewicht), dass sie jederzeit bei Anlässen (Märkte und andere Anlässe) entfernt werden können.</p>
III. Betrieb Gassenwirtschaftungen	
	§ 24
Voraussetzung Gassenwirtschaft	Für den Betrieb einer Gassenwirtschaft gelten die Bestimmungen des Gastgewerbegesetzes. Die erstmalige Bewilligung erfordert ein Verfahren nach Bau- und Umweltschutzrecht.
	§ 25
Betriebszeiten	Die Gassenwirtschaften dürfen täglich bis maximal 22.00 Uhr betrieben werden; vorbehalten bleiben anders lautende Regelungen aus dem jeweiligen baurechtlichen Verfahren.
	§ 26
Massnahmen ausserhalb Betriebszeiten	¹ Ausserhalb der Betriebszeiten ist das lose Mobiliar über Nacht zusammenzustellen und zu sichern.

H:\Gemeindeorganisation\Nutzung öffentlicher Grund\Nutzungsreglement Strassen und Plätze - 2005.doc

² Leergut und Gebinde müssen ausserhalb der Betriebszeiten vom öffentlichen Grund entfernt werden.

§ 27

Immissionsschutz

¹ Wer sein Restaurant in der Nähe von Wohnbereichen betreibt, hat besondere Rücksicht auf die Anwohner zu nehmen.

² Lärm, Musik, Licht-/Lasershows, Projektionen und Rauch sind unbedingt zu vermeiden.

³ Auftritte von Strassenmusikanten sind bewilligungspflichtig.

⁴ In Bezug auf Immissionen gelten das Umweltschutzrecht und das allgemeine Polizeireglement.

§ 28

Saisonschluss

Nach Saisonende sind sämtliche Installationen und das Mobiliar sowie Bepflanzungen von Gassenwirtschaften wegzuräumen; eine Lagerung auf öffentlichem Grund ist nicht zugelassen.



Anhang zum Reglement zur Nutzung öffentlicher Strassen/Gassen und Plätze / Gebührentarif

Die Einwohnergemeinde Bremgarten erlässt, gestützt auf § 103 Abs. 1 und 2 des Baugesetzes vom 19.1.1993 und § 20 Abs. 2 lit. i des Gesetzes über die Einwohnergemeinden vom 19.12.1978, folgenden Gebührentarif:

§ 1 Grundsatz

Die Stadt erhebt für jede über den Gemeingebrauch hinausgehende Benützung von öffentlichen Strassen und Plätzen eine Gebühr.

§ 2 Allgemeine Nutzungen und Warenauslagen

¹ Die Gebühr für die Nutzung von öffentlichen Strassen und Plätzen, wie z.B. für Warenauslagen, Verkaufsständer und andere Zwecke beträgt Fr. 50.-- pro m² und Jahr. Ein Streifen von 1,50 m entlang der Fassade des eigenen oder gemieteten Geschäftslokales ist gebührenfrei.

² Die Gebühr ist jährlich vor Nutzungsbeginn zu bezahlen.

§ 3 Gassenwirtschaften

¹ Die Gebühr für die Nutzung von öffentlichen Strassen und Plätzen für Gassenwirtschaften beträgt Fr. 50.- für den ersten m² und Fr. 30.-- für jeden weiteren m² pro Saison.

² Die Saison für die Gassenwirtschaften erstreckt sich vom 15. April bis 15. Oktober.

³ Die Gebühr ist jährlich vor Nutzungsbeginn zu bezahlen.

§ 4 Gebührenanpassung

Der Stadtrat ist ermächtigt, die Gebührenansätze dem Index der Konsumentenpreise anzupassen, wenn die Teuerung 10 % jeweils erreicht hat. Die Gebühren basieren auf einem Indexstand von 103,3 Punkten (Index Mai 2000 = 100).

§ 5 Bewilligungserteilung

Die Nutzungsbewilligung wird durch den Stadtrat auf Gesuch hin erteilt; er regelt die Details zum Vollzug.