

# Online- Beteiligung

Citymanagement Baesweiler

Auswertung der Online-Beteiligung

# Online-Beteiligung zur Baesweiler Innenstadt

## Eine Befragung des Citymanagement Baesweiler

Weswegen kommen die Baesweiler Bürger:innen in die Innenstadt und wo gibt es Handlungsbedarf?

- Das Planungsbüro Stadt + Handel wurde von der Stadt Baesweiler mit dem Citymanagement beauftragt. Das übergeordnete Ziel der Arbeit ist eine zukunftsfähige Innenstadt. Zur Ermittlung der Handlungsbedarfe und Einbeziehung der Baesweiler Bürger:innen wurde eine Online-Beteiligung durchgeführt.
- Die Online-Beteiligung richtet den Fokus insbesondere auf die aktuelle Nutzung sowie der Eigenschaften der Baesweiler Innenstadt und geht dabei unter anderem auf die Fortbewegungsmittel ein.
- Eine Teilnahme an der Online-Beteiligung war vom 11.03.2024 bis zum 08.04.2024 möglich. Insgesamt haben 184 Personen teilgenommen. Einzelne Fragen wurden zudem am 04.05.2024 zum Tag der Städtebauförderung analog mit einem Stand auf dem Kirchplatz abgefragt.



Quelle Darstellung: Stadt + Handel

# Online-Beteiligung zur Baesweiler Innenstadt

## Analoge Befragung am Tag der Städtebauförderung



Citymanager Alexander Dalhoff und Jenny Hering-Terstegge von der Abteilung Stadtentwicklung der Stadt Baesweiler

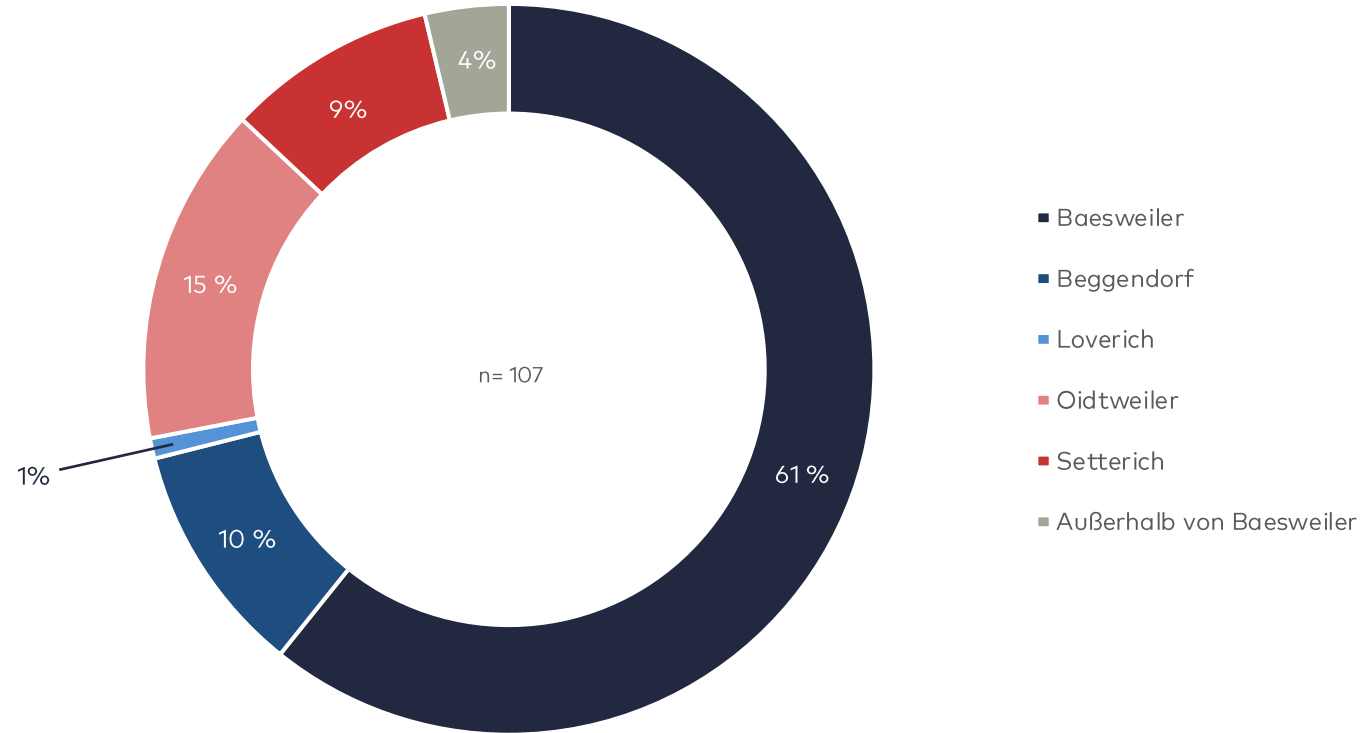
Im Gespräch mit Bürger:innen

# Demografie

Wohnort | Alter | Geschlecht

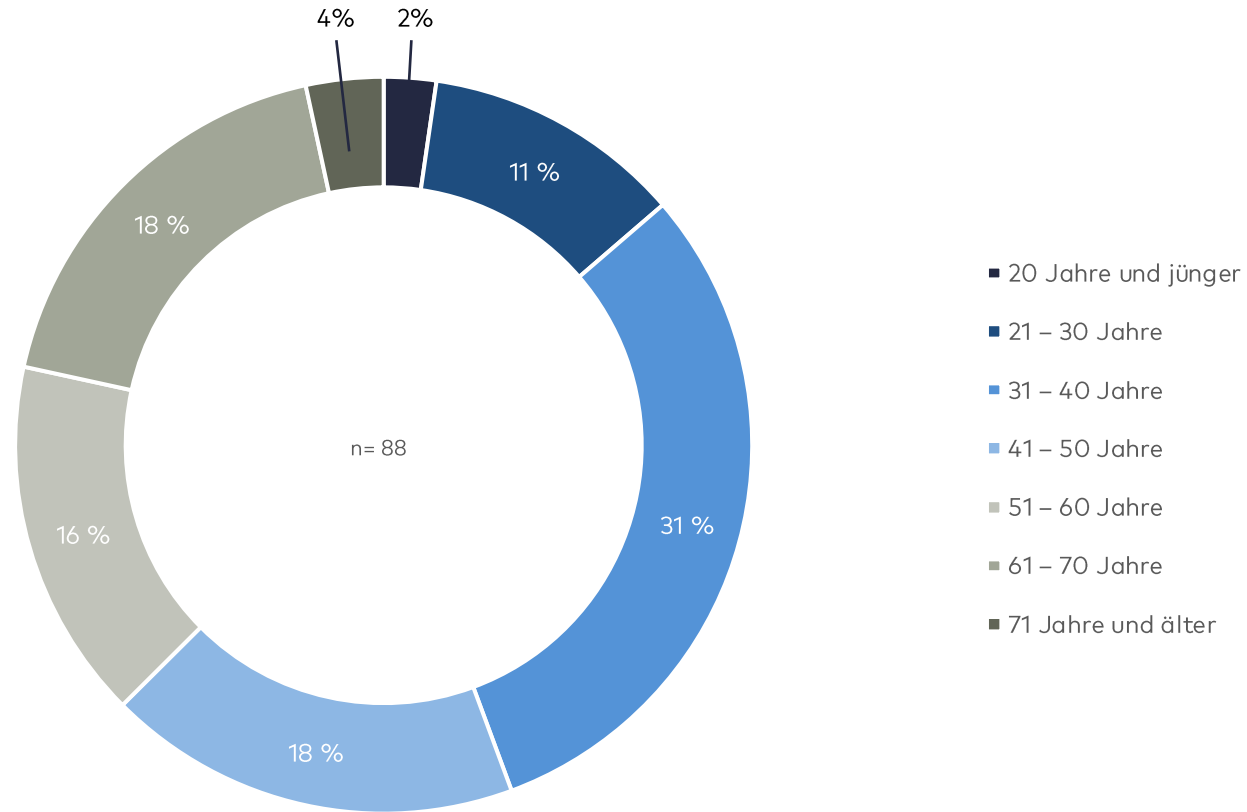
# Wohnort

„In welchem Ortsteil von Baesweiler wohnen Sie?“



# Alter

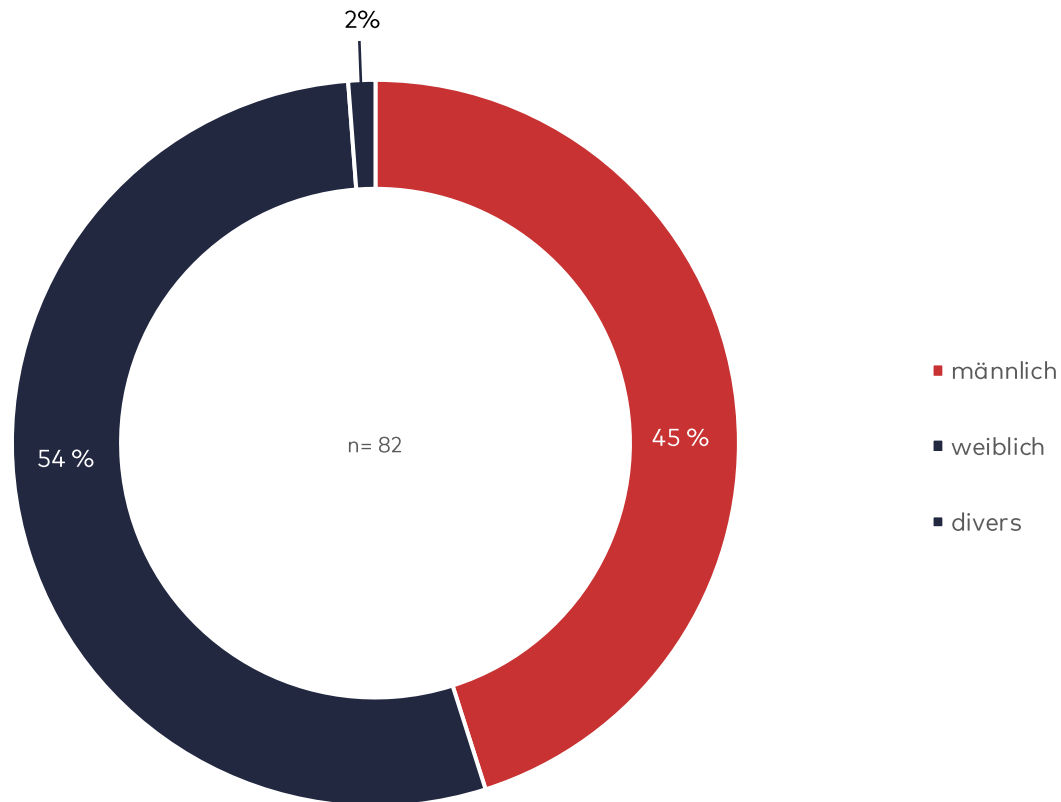
## „Welcher Altersgruppe gehören Sie an?“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Beteiligung Baesweiler (03-04/2024).

# Geschlecht

## „Geschlecht“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Beteiligung Baesweiler 03-04/2024).

# Hauptaussagen

## Demografie

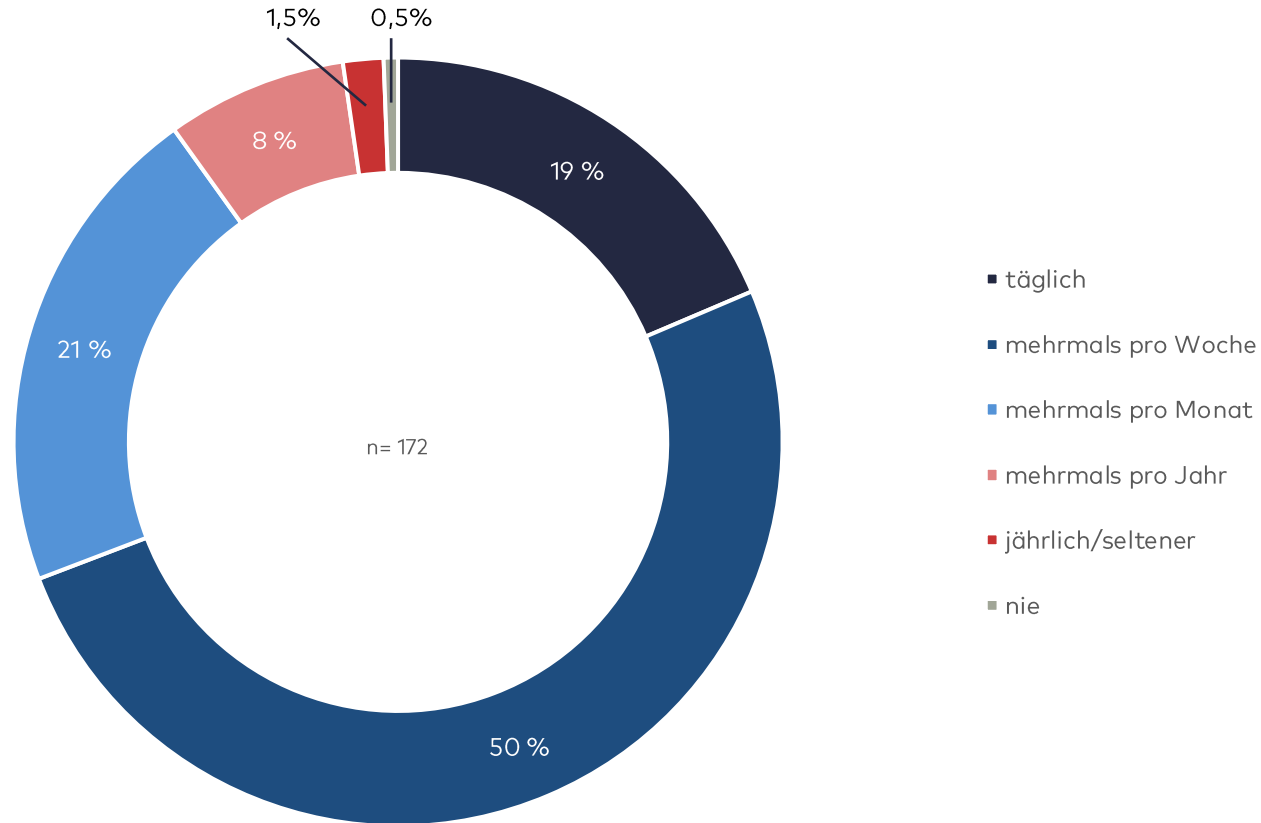
- Insgesamt haben **184 Personen** an der Online-Beteiligung teilgenommen. Viele Teilnehmende haben einzelne Fragen ausgelassen.
- Der Großteil der Teilnehmenden **wohnt in Baesweiler** (96%). Davon wohnen 61% im **Ortsteil Baesweiler**.
- Der größte Anteil der Teilnehmenden ist zwischen **31-40 Jahre alt** (31%). Am wenigsten Teilnehmende sind in der jüngsten Altersgruppe **unter 20 Jahre alt**(2%) und in der ältesten Altersgruppe **über 71 Jahre alt**(3%). Die beiden Altersgruppen sind somit unterrepräsentiert.
- Ansonsten teilen sich Teilnehmenden gleichmäßig in die verschiedenen Altersgruppen auf. Auch die Aufteilung nach **Geschlecht ist circa gleichmäßig**.

# Innenstadtnutzung

Besuchshäufigkeit | Aufenthaltszeit | Besuchsgründe | Besuchsorte | Veranstaltungen

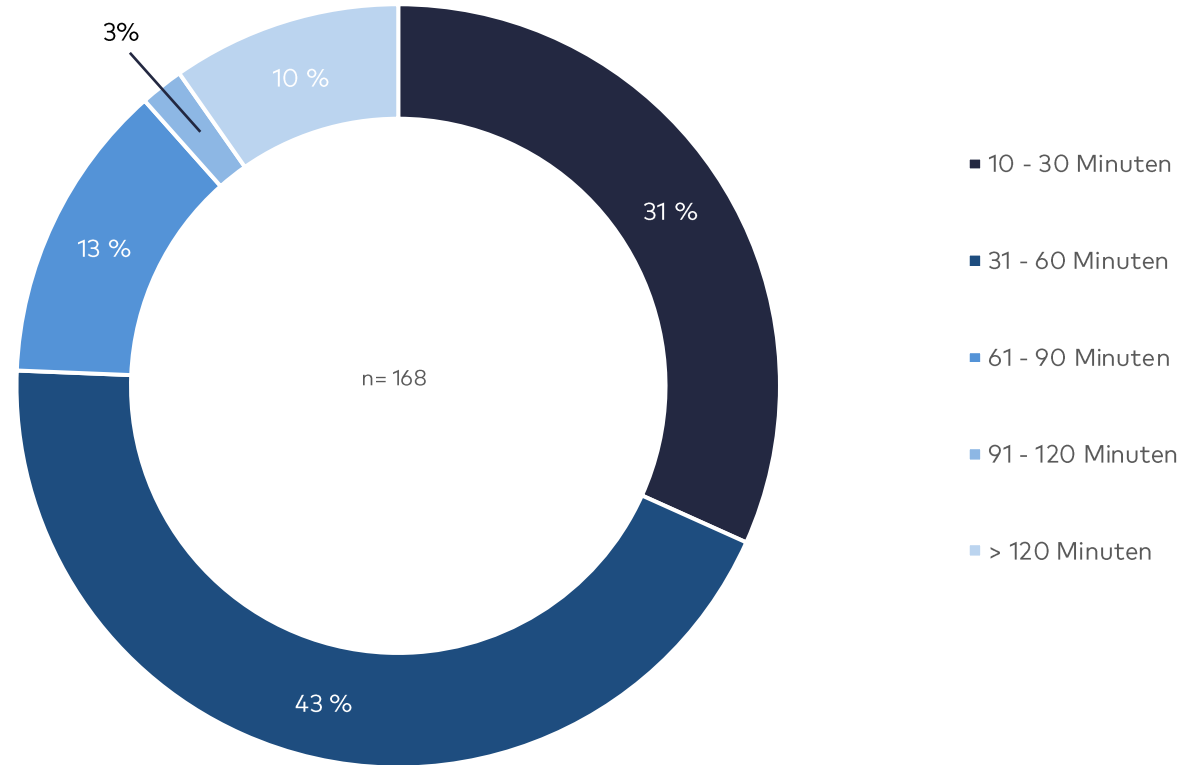
# Besuchshäufigkeit

„Wie häufig besuchen Sie die Baesweiler Innenstadt?“



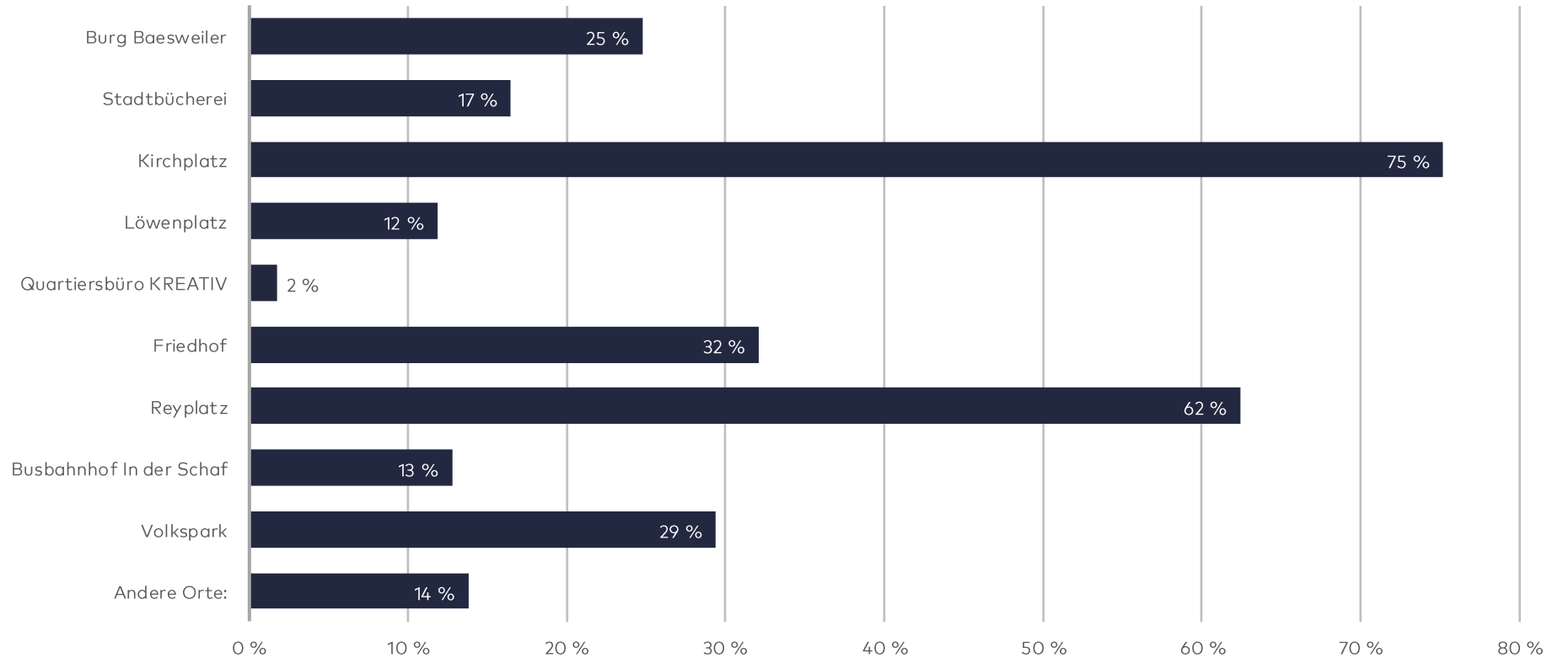
# Aufenthaltsdauer

„Wie viel Zeit verbringen Sie üblicherweise in der Baesweiler Innenstadt?“



# Besuchsorte

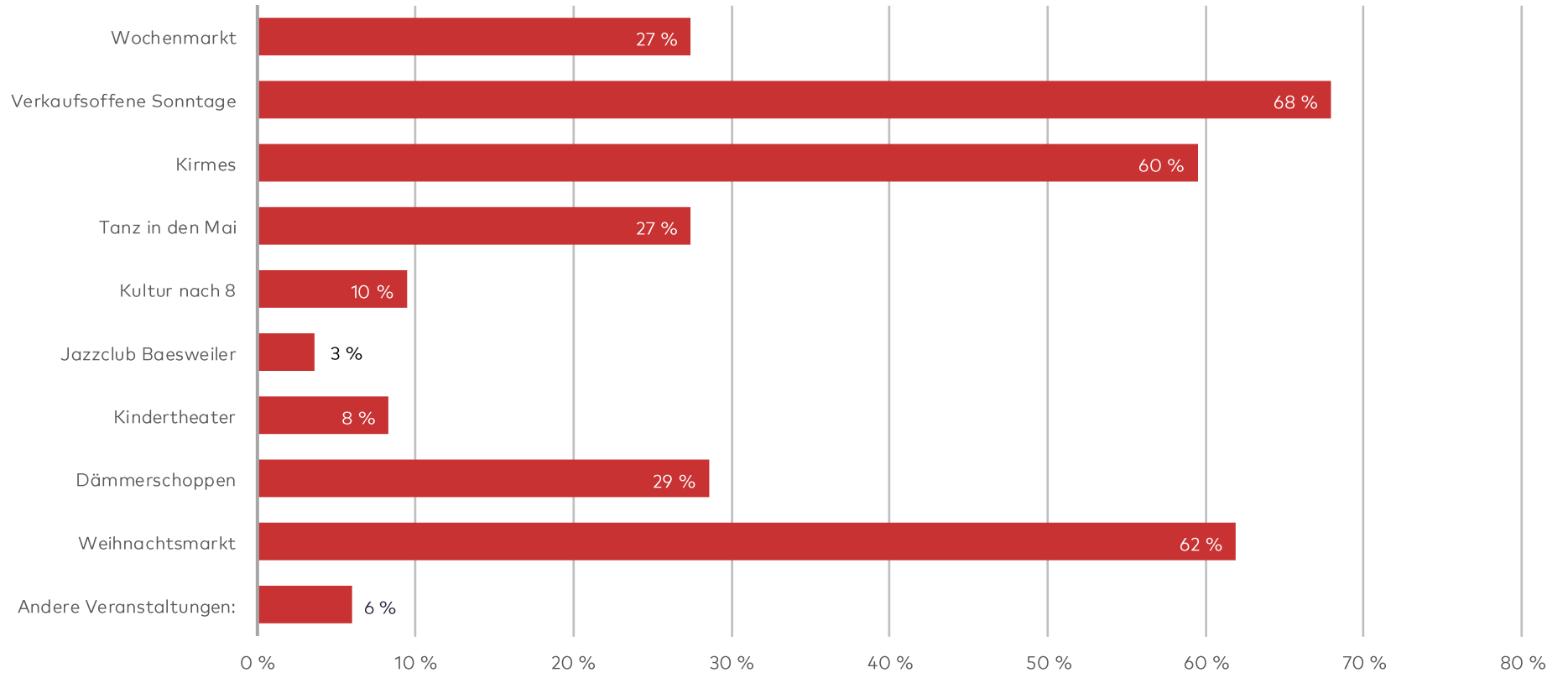
„Welche Orte besuchen Sie regelmäßig in der Baesweiler Innenstadt?“



n= 306 (Mehrfachantworten möglich)

# Veranstaltungen

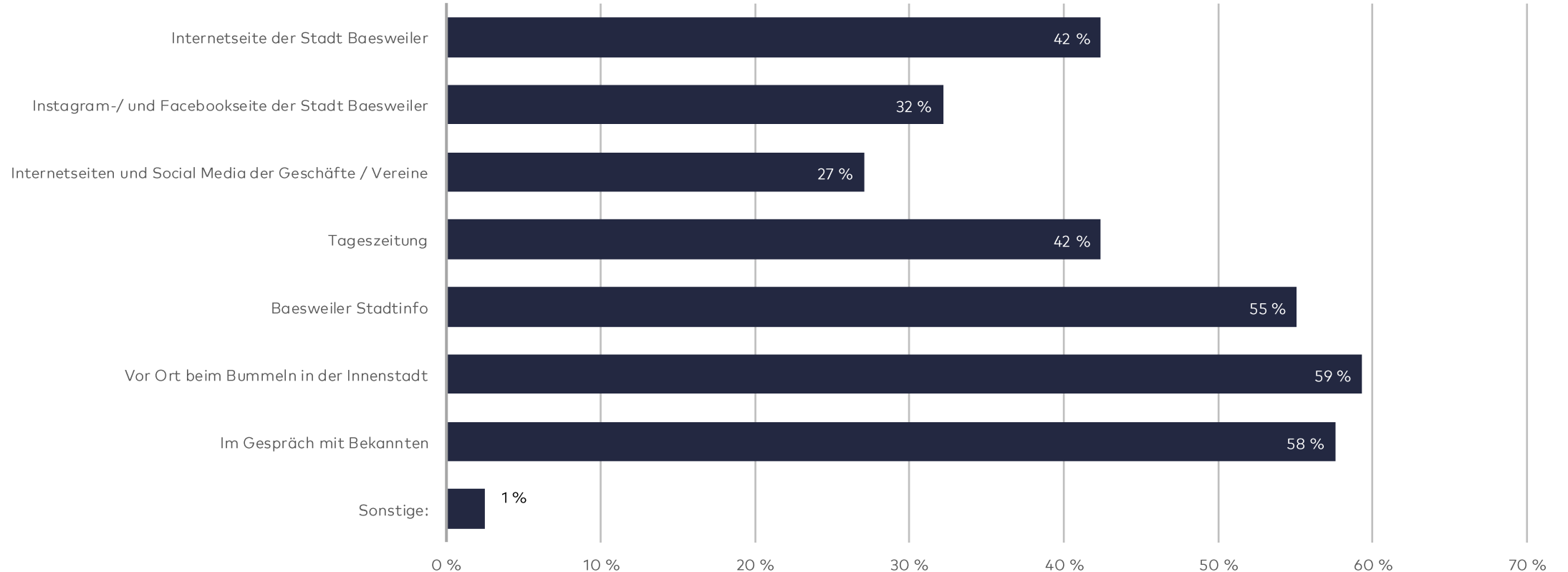
„Welche Veranstaltungen besuchen Sie regelmäßig in der Baesweiler Innenstadt?“



n= 252 (Mehrfachantworten möglich)

# Informationskanäle

## „Wie informieren Sie sich über aktuelle Angebote und Veranstaltungen in der Baesweiler Innenstadt?“



n= 376 (Mehrfachantworten möglich)

# Hauptaussagen

## Innenstadtnutzung

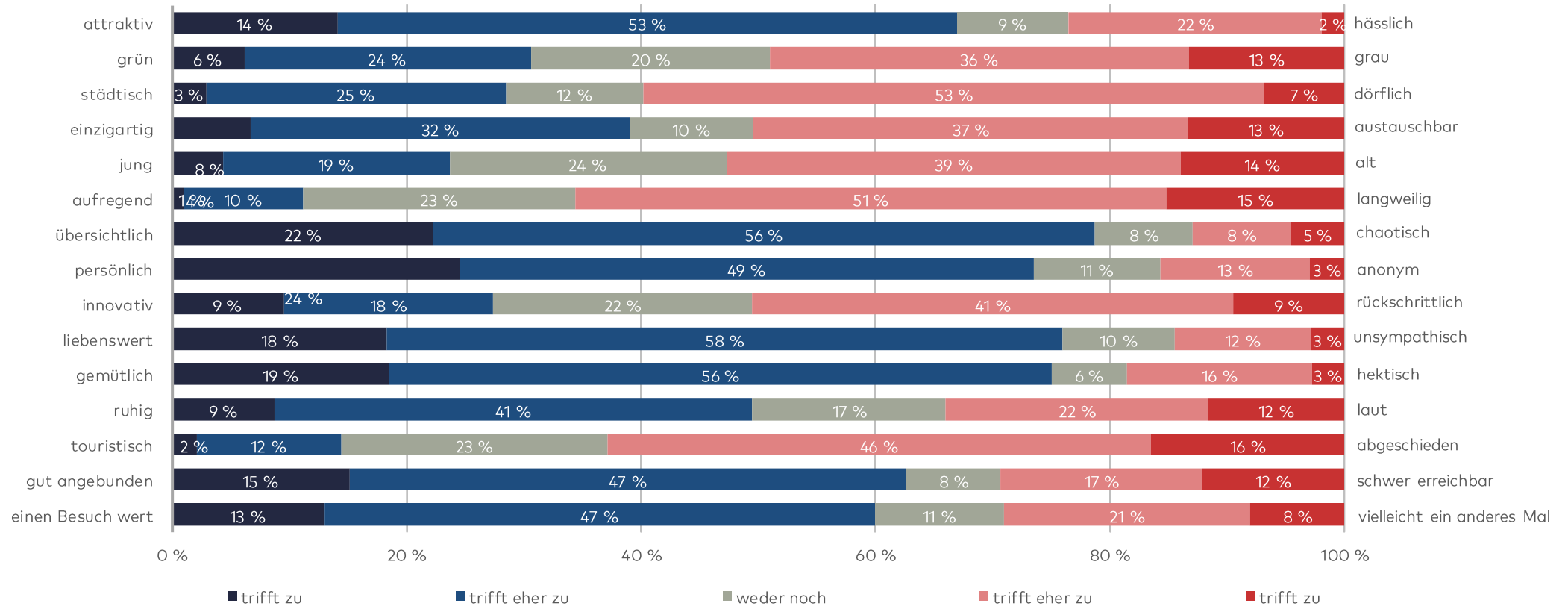
- Die Baesweiler Innenstadt wird oft, jedoch vergleichsweise kurz besucht. Ein Großteil der Teilnehmenden **besucht** die Innenstadt **mehrmals pro Woche** (70%). Die **Aufenthaltsdauer** beträgt bei den meisten Besucher:innen **höchstens eine Stunde** (74%). Für fast ein Drittel der Befragten ist der Besuch der Innenstadt bereits nach einer **halben Stunde** vorbei (31%).
- Der wichtigste **Besuchsgrund** ist nach wie vor der **Einzelhandel**, gefolgt von **Dienstleistungen und Gastronomieangeboten**. Die Innenstadt wird zudem für einen **Bummel** oder **Innenstadtveranstaltungen** besucht.
- Die zwei größeren Plätze der Innenstadt sind die Favoriten unter den **Besuchsorten**. Der **Kirchplatz** sowie der **Reyplatz** werden mit Abstand am häufigsten besucht.
- Die beliebtesten **Veranstaltungen** sind die **verkaufsoffenen Sonntage**, gefolgt von dem **Weihnachtsmarkt** und der **Kirmes**.
- Für Informationen über die Innenstadt werden überwiegend **analoge Informationskanäle** genutzt.

# Eigenschaften der Innenstadt

Stärken | Schwächen | Lieblingsorte | Orte mit Handlungsbedarf

# Eigenschaften der Innenstadt

„Bitte kreuzen Sie an, welche Eigenschaft Sie mit der Baesweiler Innenstadt am ehesten gefühlsmäßig verbinden – auch wenn Sie es nicht objektiv sagen können.“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Beteiligung Baesweiler (03-04/2024).

# Stärken der Innenstadt

„Wenn Sie an die Innenstadt von Baesweiler denken, was sind Ihrer Meinung nach die drei größten Stärken?“



# Schwächen der Innenstadt

„Wenn Sie an die Innenstadt von Baesweiler denken, was sind Ihrer Meinung nach die drei größten Schwächen?“

Wenig Außengastronomie

Busbahnhof

**Versiegelung**

**Fehlendes Café-Angebot**

Verkehrliche Anbindung

**Einzelhandel für junge Menschen**

Zunehmender Leerstand

**zu viel Autoverkehr**

Veranstaltungen

Uneinheitliche Öffnungszeiten

**wenig Angebote für Kinder und Jugendliche**

**zu viele Friseure**

Sicherheit

Zu wenig Parkplätze

Vermeehrt unattraktive Ladenlokale

# Werbespruch für Baesweiler

„Was ist das Besondere an der Baesweiler Innenstadt? Wie würde Ihr Werbespruch für Baesweiler lauten?\*

„Klein aber fein.“

„Einkaufsstraße mit Charme.“

„Baesweiler, eine Stadt mit Herz.“

„Gemütliche Kleinstadt mit vielfältigen Einkaufsmöglichkeiten.“

„Baesweiler lieben und erleben“

„Bummeln, kaufen, wohlfühlen“

„Baesweiler – hier lässt es sich leben.“

„Die familienfreundlichste Stadt der Städteregion.“

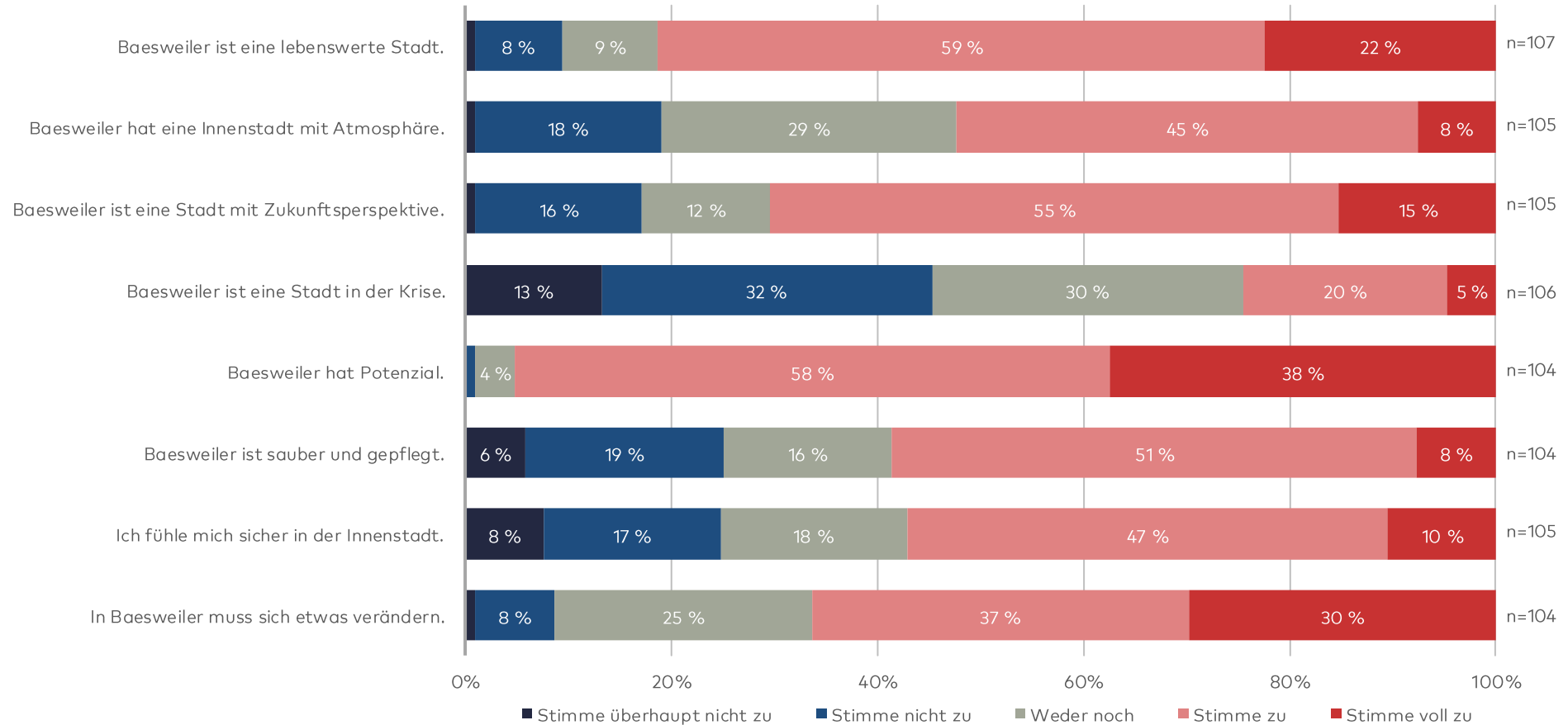
„Die Stadt der kurzen Wege.“

„Stadt des Löwen.“

\* Es wurde eine Auswahl der eingebrachten Ideen getroffen.

# Thesen zur Innenstadt

## „Wie würden Sie folgende Thesen beurteilen?“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Beteiligung Baesweiler (03-04/2024).

# Eigene Thesen zur Innenstadt

## „Ihre Thesen zu Baesweiler“\*

„Baesweiler befindet sich **im Zwiespalt zwischen Stadt und Dorf!**“

„**Der beste Wohnort für die Familie**, dennoch gibt es Verbesserungspotenzial.“

„**Baesweiler ist eine schöne Stadt.** Mehr Einzelhandelsgeschäfte wären schön, damit man besser bummeln gehen kann.“

„**Baesweiler hat Potenzial**, jedoch sollte mehr Werbung für die Stadt betrieben werden.“

„**Baesweiler ist eine schöne Stadt mit Aussicht auf Verbesserung.** Solche Umfragen sind schon mal ein guter Anfang in eine moderne Zukunft.“

\* Es wurde eine Auswahl der eingebrachten Ideen getroffen.

„**Eine attraktive Stadt mit Luft nach oben.**“

„**Hier leb ich gern.**“

„**Der Abwärtstrend im stationären Einzelhandel lässt sich auch in Baesweiler aufhalten.**“

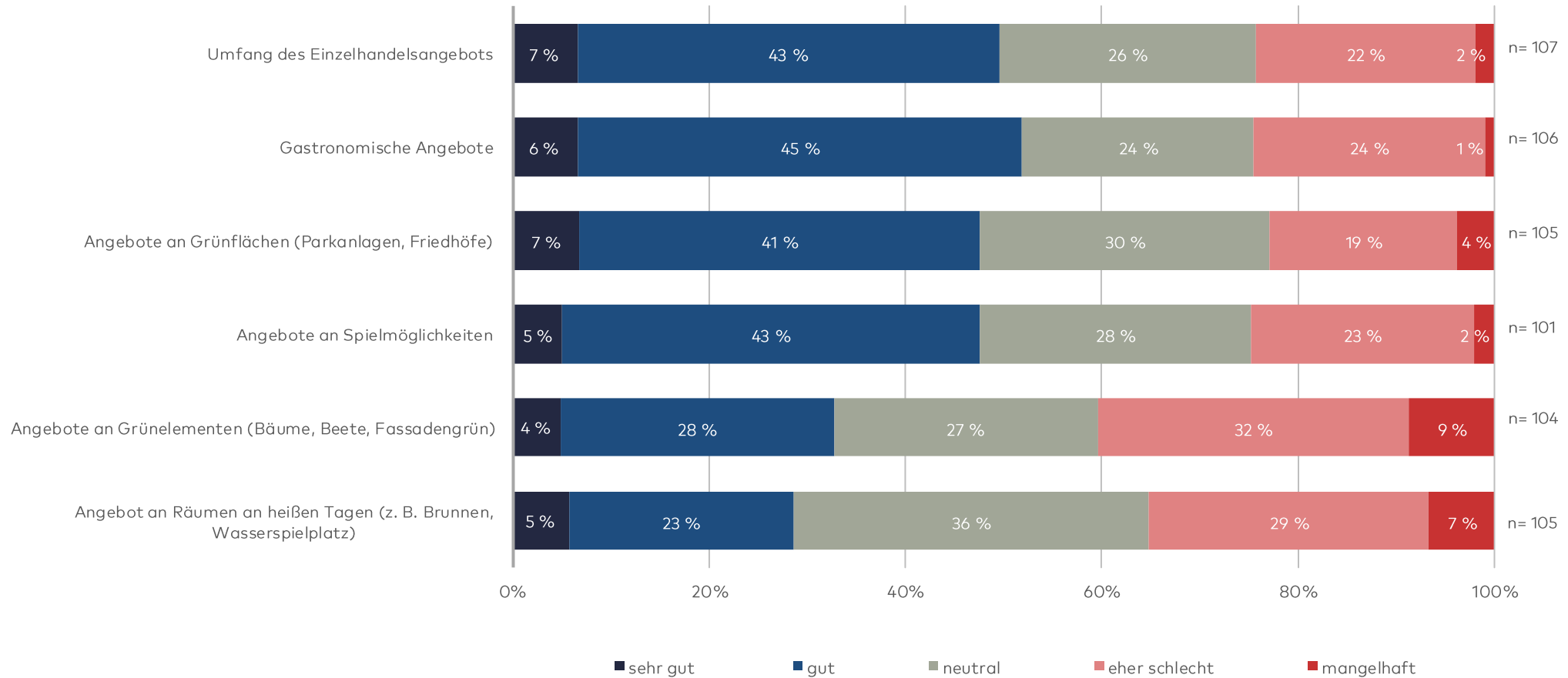
„**Baesweiler ist schön, gemütlich und ruhig. Mehr aber auch nicht.**“

„**Baesweiler ist nur eine Wohnstadt.**“

„**Weniger konservatives Denken, mehr Modernität!**“

# Angebote der Innenstadt

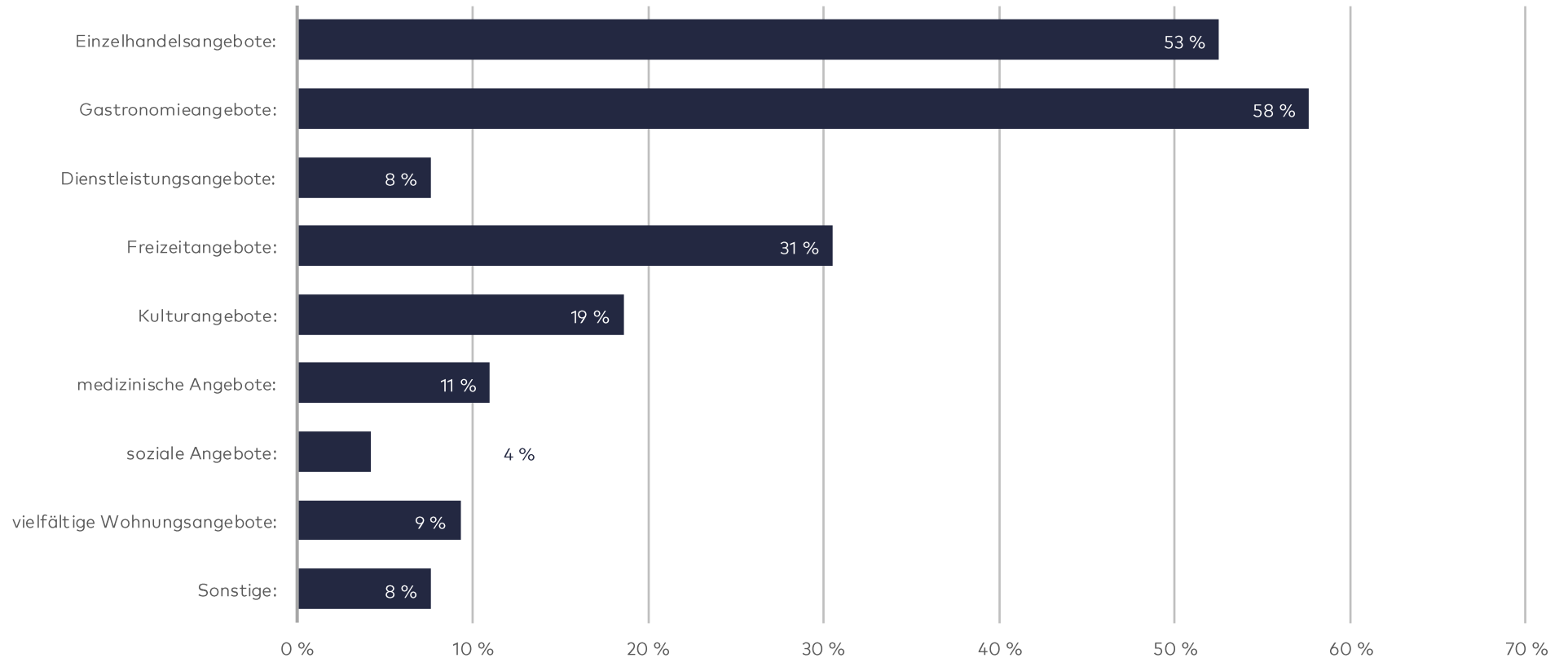
„Wie bewerten Sie die nachfolgenden Punkte im Hinblick auf die Baesweiler Innenstadt?“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Beteiligung Baesweiler (03-04/2024).

# Fehlende Angebote

## „Welche Angebote vermissen Sie in der Baesweiler Innenstadt?“



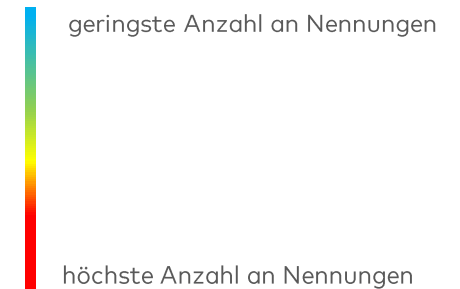
n= 235 (Mehrfachantworten möglich)

# Lieblingsorte

„Welche sind Ihre drei Lieblingsorte in der Innenstadt von Baesweiler und warum?“

## Lieblingsorte

1. Kirchplatz
2. Reyplatz
3. Volkspark / Am Feuerwehrturm

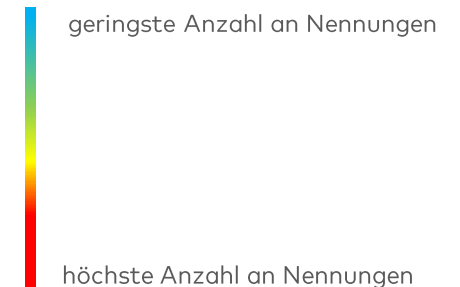


# Orte mit Handlungsbedarf

„Welche drei Orte meiden Sie in der Baesweiler Innenstadt und wo sehen Sie den größten Handlungsbedarf?“

## Orte mit Handlungsbedarf

1. ZOB
2. Löwenplatz
3. Volkspark / Am Feuerwehrturm



# Hauptaussagen

## Eigenschaften der Innenstadt

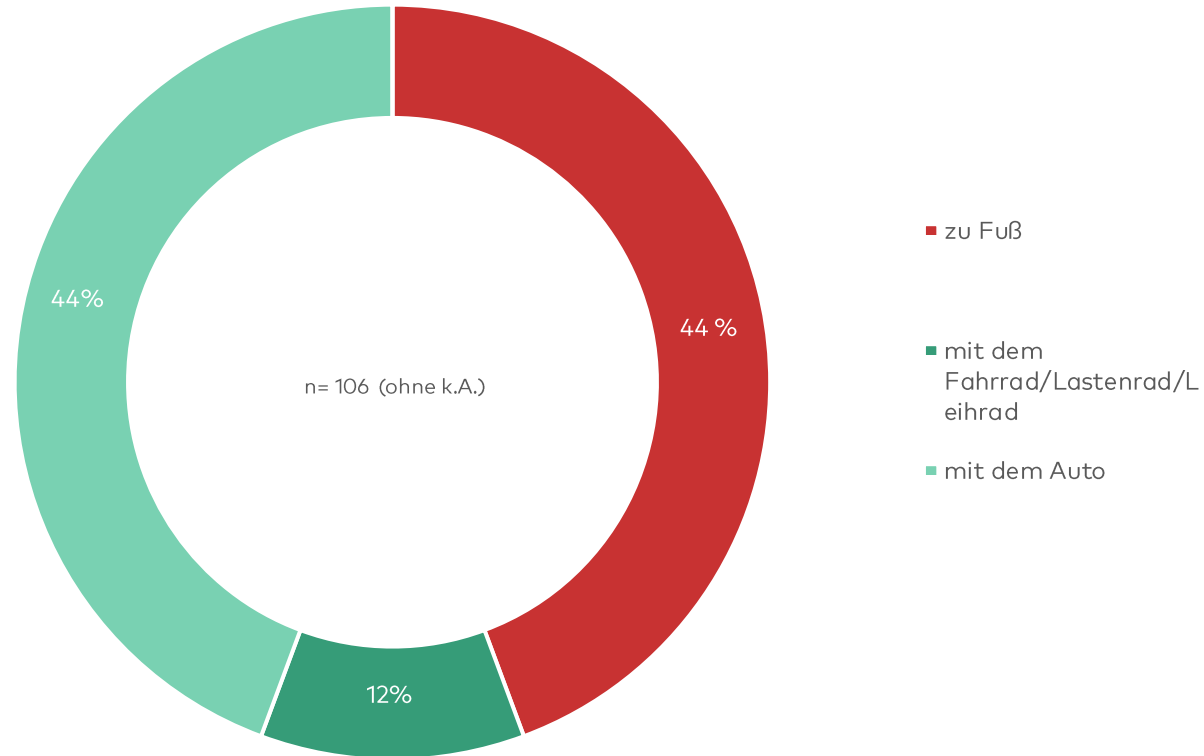
- Die Teilnehmenden verbinden die Baesweiler Innenstadt überwiegend mit den Attributen **attraktiv, liebenswert und gemütlich** als auch **dörflich, langweilig und abgeschieden**.
- Als **Stärken** der Innenstadt werden das **kostenlose Parken**, die vielen **inhabergeführten Ladenlokale** sowie die **kurzen Wege** herausgestellt. Als **Schwächen** werden hauptsächlich der viele **Autoverkehr, fehlende Cafés und zu wenig Angebote für Kinder und Jugendliche** gesehen. Es werden somit gegensätzliche Interessen bezüglich des Autoverkehrs in der Baesweiler Innenstadt deutlich.
- **Baesweiler ist eine lebenswerte Stadt mit Atmosphäre**. Auffällig ist auch in den eigenen Thesen der Teilnehmenden, dass Baesweiler **viel Potenzial** zugesprochen wird, dennoch sollte sich in den Augen der Teilnehmenden etwas ändern.
- Das **Angebot der Innenstadt** wird grundsätzlich als gut bewertet. **Bedarf** wird größtenteils im **Einzelhandels- und Gastronomieangebot** gesehen.
- Die zwei Hauptplätze der Innenstadt sind eindeutig die **Lieblingsorte** der Baesweiler:innen. Der **Kirchplatz** sowie der **Reyplatz** werden am liebsten besucht. Der **ZOB** sowie der **Löwenplatz** weisen aus Sicht der Teilnehmenden am meisten **Nachholbedarf** auf.

# Fortbewegung

Verkehrsmittelwahl | zu Fuß | Fahrrad | ÖPNV | Auto

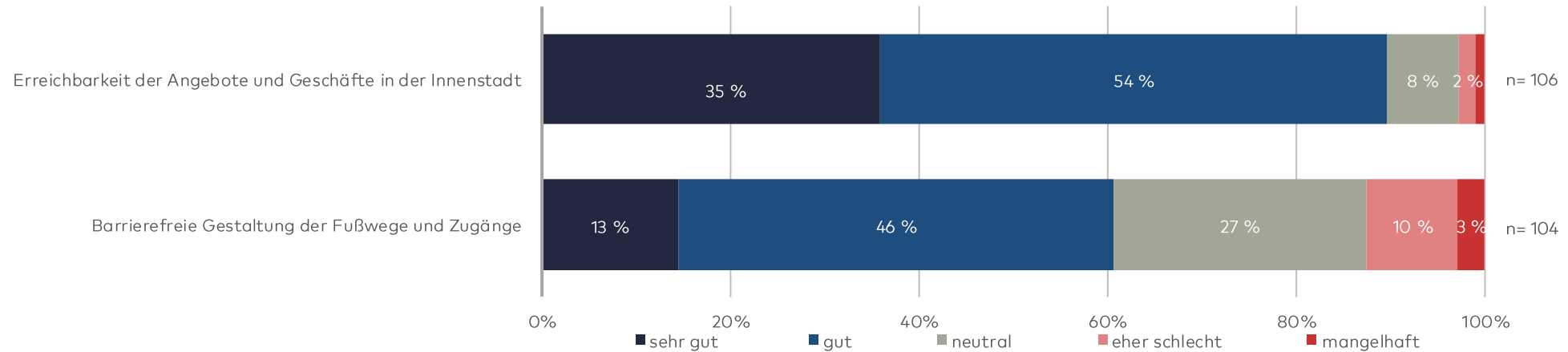
# Verkehrsmittelwahl

„Wenn Sie die Baesweiler Innenstadt besuchen, mit welchem Verkehrsmittel kommen Sie überwiegend in die Innenstadt?“



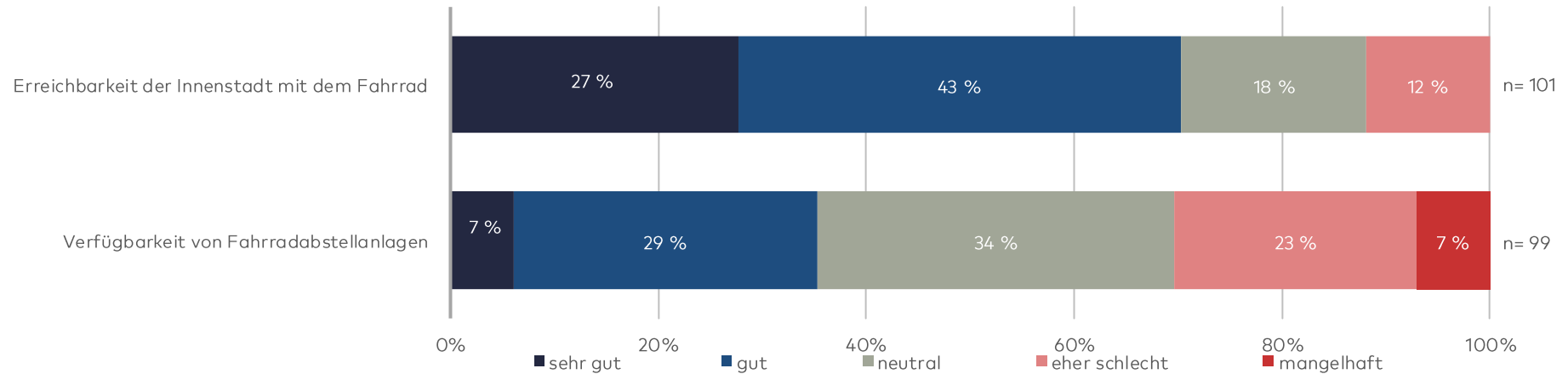
# Zu Fuß

„Sie bewegen Sich als Fußgänger:in in der Baesweiler Innenstadt. Wie bewerten Sie die nachfolgenden Punkte der Mobilität?“



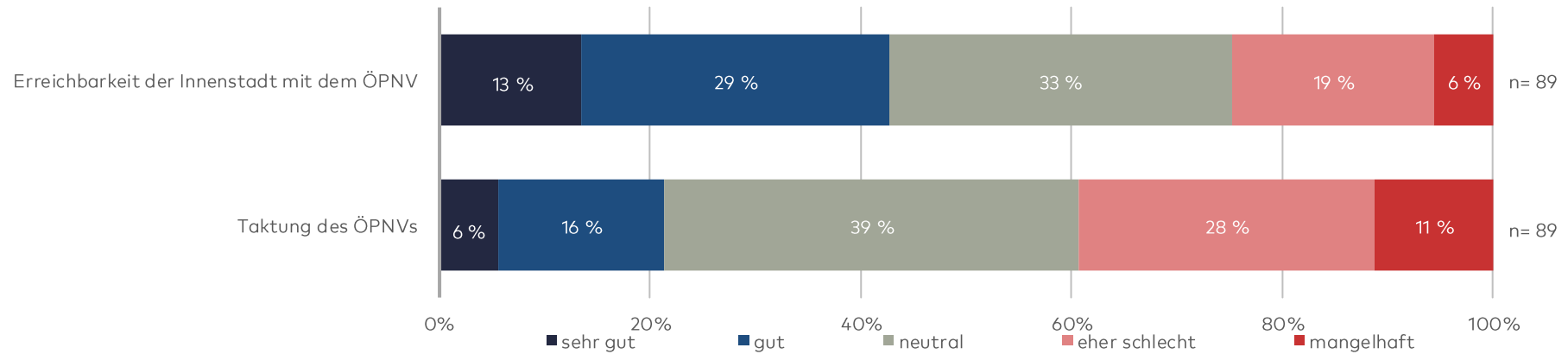
# Fahrrad

„Sie bewegen Sich als Radfahrer:in in der Baesweiler Innenstadt. Wie bewerten Sie die nachfolgenden Punkte der Mobilität?“



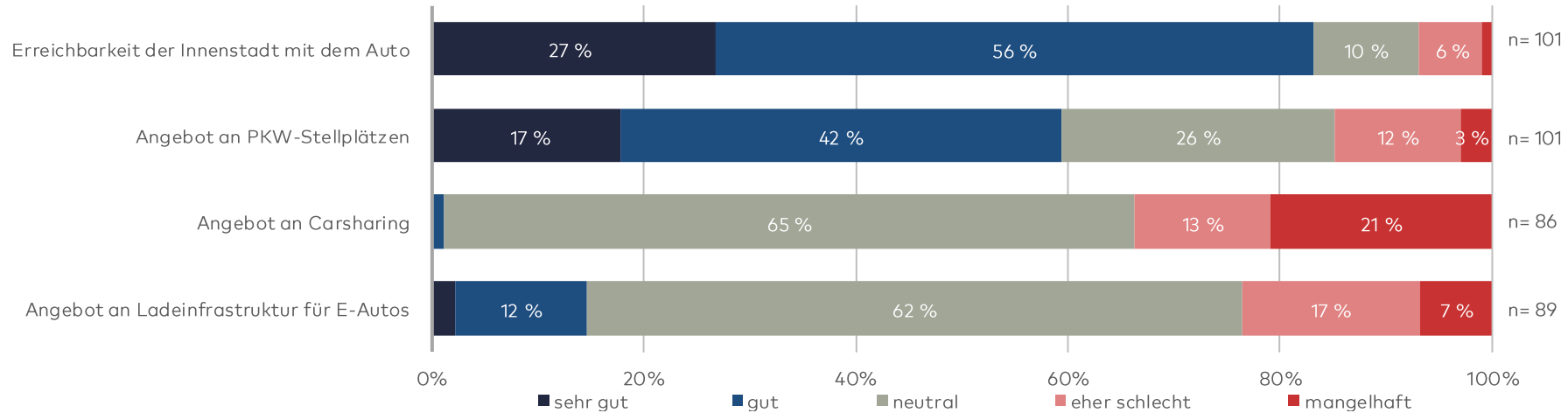
# ÖPNV

„Sie kommen mit dem ÖPNV in die Baesweiler Innenstadt. Wie bewerten Sie die nachfolgenden Punkte der Mobilität?“



# Auto

„Sie kommen mit dem Auto in die Baesweiler Innenstadt. Wie bewerten Sie die nachfolgenden Punkte der Mobilität?“



# Hauptaussagen

## Fortbewegung

- In der Innenstadt wird sich gleichmäßig verteilt **meist mit dem Auto oder zu Fuß** fortbewegt. Das Fahrrad nimmt eine untergeordnete Rolle ein.
- Die **Bedingungen** für die Hauptverkehrsmittel (Auto und zu Fuß) werden **positiv** bewertet, für das Fahrrad **fehlen Fahrradabstellplätze**.
- **Eher negativ** wird die **Nutzung des ÖPNVs** bewertet. Kritisiert wird die **Erreichbarkeit der Innenstadt** sowie die **Taktung**.

# Rückmeldungen

Zum Abschluss der Online-Beteiligung

# Rückmeldungen der Bürger:innen

„Gut, dass das gemacht wird!“

„Die Umfrage war sehr ausführlich. Finde ich persönlich gut.“

„Prima!“

„Sehr gute Umfrage.“

„Die Umfrage war nötig und wichtig und ich hoffe, dass nach der Umfrage die Kritik der Bürger ernst genommen werden. Ich kann mir keine andere Stadt für meine Familie vorstellen, aber ein paar Dinge stören wirklich sehr.“

„Die Umfrage war übersichtlich.“

„Endlich eine spürbare Möglichkeit, sich ungebunden einzubringen.“

„Eine gute Beteiligungsmöglichkeit mit einfacher Beantwortung der Fragen! Ich habe direkt Freunden und Bekannten von der Umfrage erzählt.“

„Die Umfrage ist einfach gestaltet und verständlich geschrieben.“

„Die Umfrage ist professionell aufgebaut.“

„Hat Spaß gemacht!“

„Sehr gut!“

„Gut und ausgewogen.“

„Ich hoffe, dass die Antworten zu positiven Veränderungen führen.“

„Etwas zu lang“

„Es wäre gut, wenn Sie die Auswertung der Umfrage veröffentlichen würden.“

„Danke, dass wir Bürger Teil sein dürfen, unsere Stadt ein wenig nach vorne zu bringen.“

**Neue Wege.**  
**Klare Pläne.**

# STADT+HANDEL

**Stadt + Handel Beckmann und  
Föhler Stadtplaner GmbH**

[info@stadt-handel.de](mailto:info@stadt-handel.de)

[www.stadt-handel.de](http://www.stadt-handel.de)

Amtsgericht Dortmund

Handelsregisternummer

HRB 33826

Hauptsitz Dortmund

**Standort Dortmund**

Hörder Hafenstraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

**Standort Hamburg**

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 49

Fax +49 40 53 30 96 47

**Standort Karlsruhe**

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

**Standort Leipzig**

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

Fax +49 341 92 72 39 43