

**Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH**

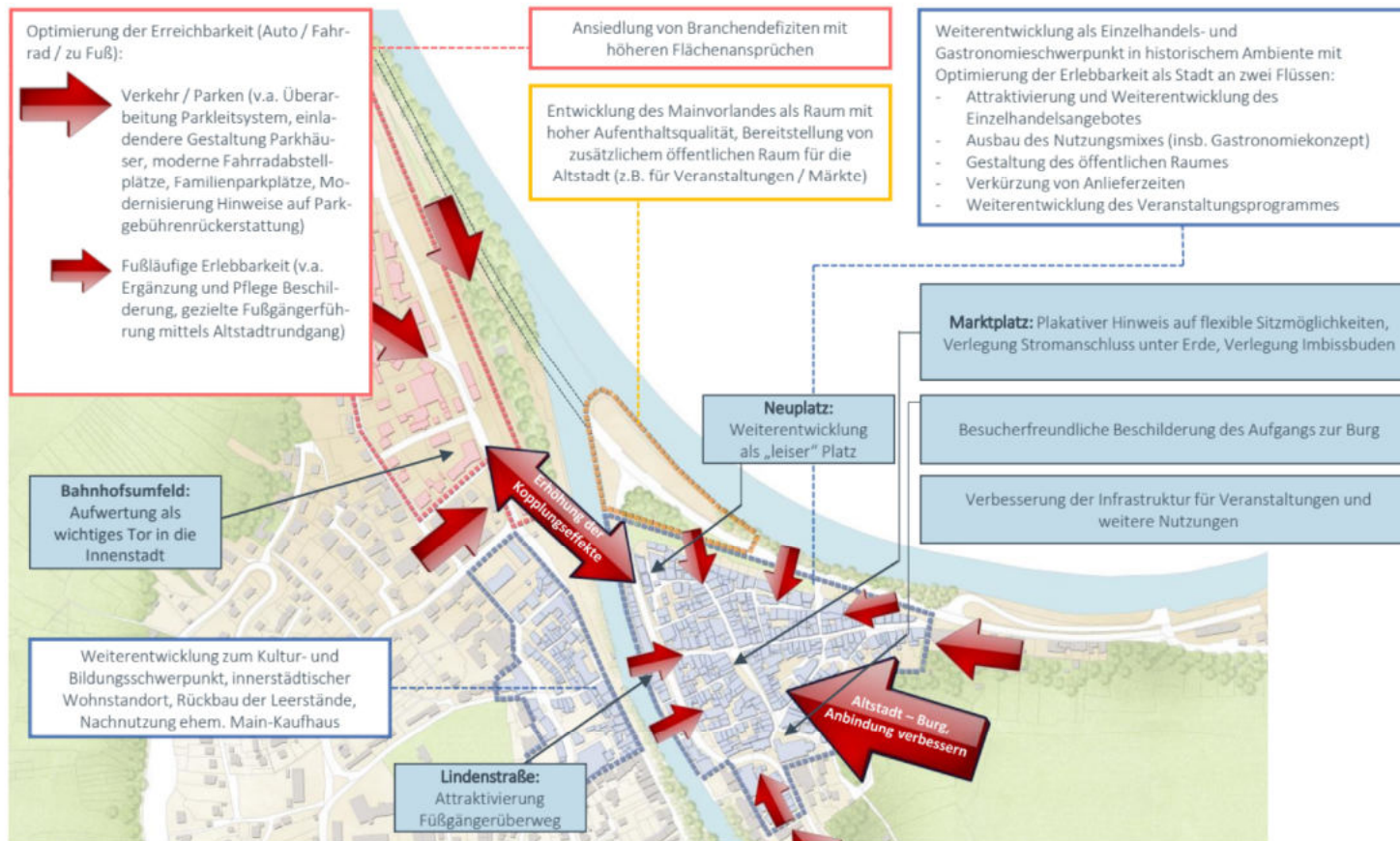
Auswertung Bürgerbeteiligung Innenstadtkonzept Wertheim

Wertheim, 25.09.2023
Herr Gerhard Beck

An architectural rendering of a city street scene. In the foreground, a wide sidewalk is lined with modern, tall, grey streetlights. A person is walking on the sidewalk. In the middle ground, a modern building with a grey facade and yellow accents is visible, with a sign that reads "Volksbank Main-Tauber eG". To the right, a blue and white parking sign with a left arrow is mounted on a pole. The background shows traditional European-style buildings with red-tiled roofs under a blue sky with white clouds.

DIE AUSGANGSLAGE INNENSTADTKONZEPT 2023

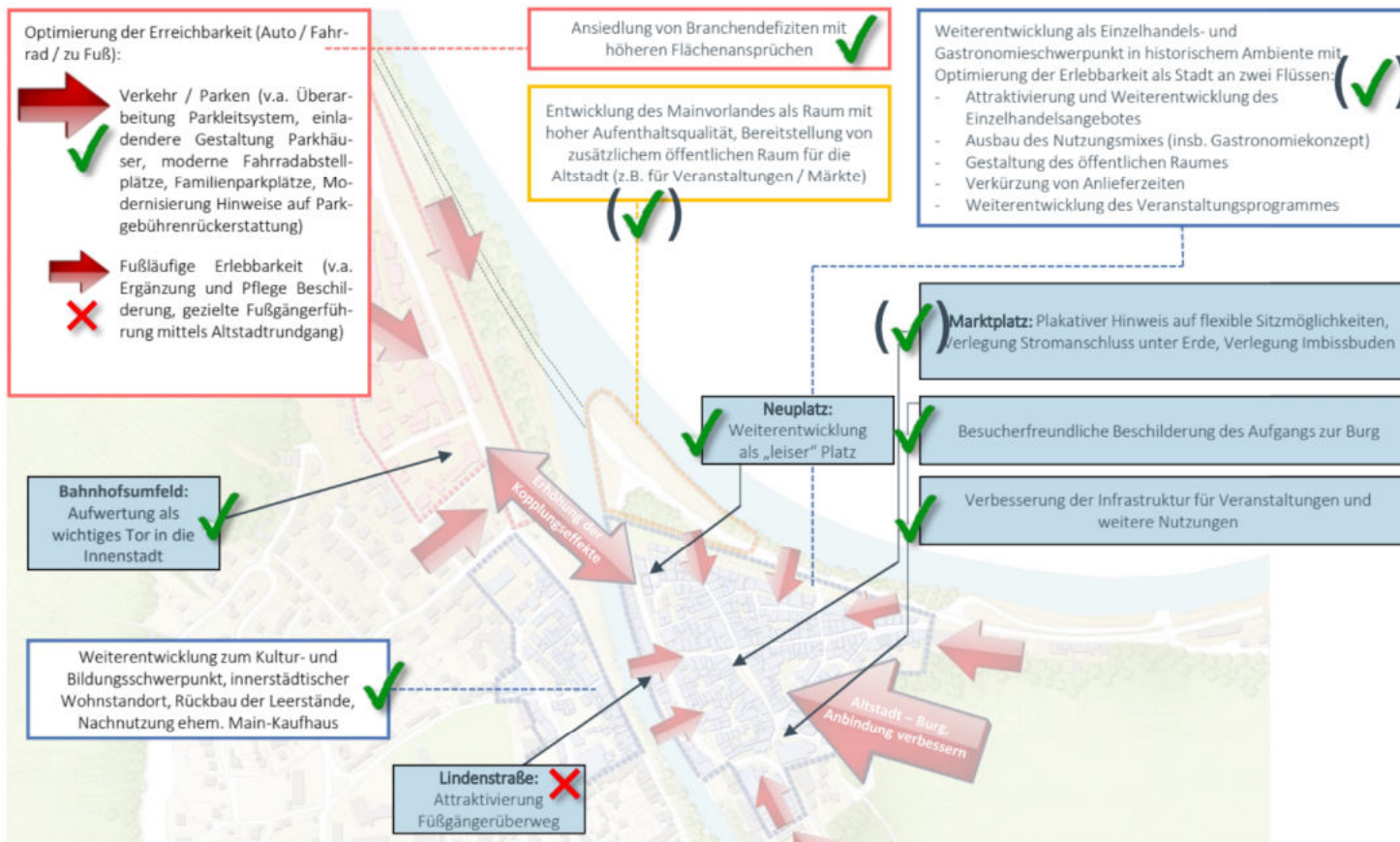
DIE ERGEBNISSE AUS DEM JAHR 2014



GMA - Darstellung 2023

Bereits im Jahr 2014 wurden umfangreiche Maßnahmen zur Attraktivierung und Aufwertung der Wertheimer Innenstadt erarbeitet, die bis zur Evaluierung in 2020 größtenteils umgesetzt worden waren bzw. an denen zum damaligen Zeitpunkt noch gearbeitet wurde.

UMSETZUNG DER ERGEBNISSE IM JAHR 2020



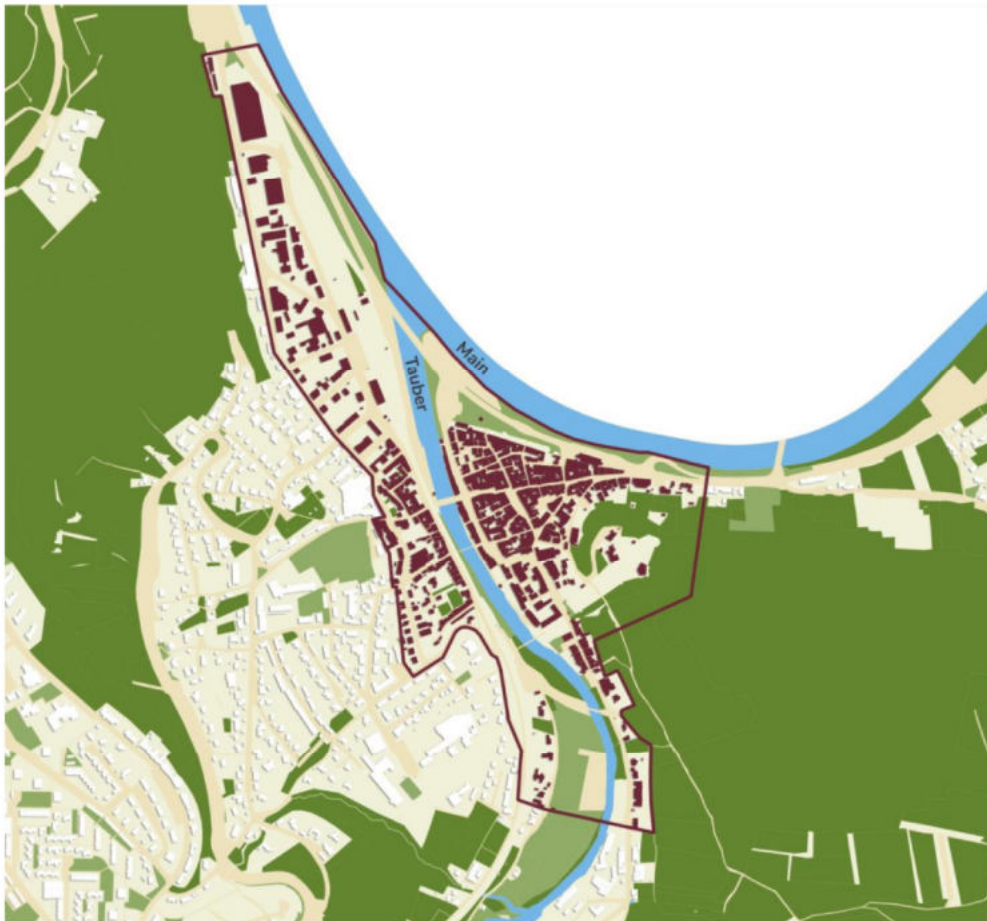
GMA - Darstellung 2023

Dennoch ist es von entscheidender Bedeutung, die Maßnahmen in der Innenstadt fortzusetzen, um auch den zukünftigen Anforderungen gerecht zu werden.



**DIE STIMMUNG VOR ORT:
BÜRGERBETEILIGUNG ALS ESSENTIELLER BESTANDTEIL
DES INNENSTADTENTWICKLUNGSKONZEPTES**

ERFOLGSZUTAT: BÜRGERBETEILIGUNG IM INNENSTADTKONZEPT



GMA - Darstellung 2023



DER BETEILIGUNGSPROZESS: HINTER DEN KULISSEN DER BETEILIGUNGSFORMATE



GMA - Darstellung 2023

Zentrale Projekthomepage als Informationsquelle und zur Bündelung aller Beteiligungsformate



1

Modul 1: Bürgerumfrage

2

Modul 2: Ideenpinnwand

3

Modul 3: Mitmach-Karte

DER BETEILIGUNGSPROZESS: HINTER DEN KULISSEN DER BETEILIGUNGSFORMATE

- 1 Modul 1: Bürgerumfrage
- 2 Modul 2: Ideenpinnwand
- 3 Modul 3: Mitmach-Karte

> 900 Teilnahmen

> 200 Teilnahmen

> 70 Teilnahmen

Extrem hohe Rücklaufquote in Relation zur Stadtgröße von Wertheim erreicht!



AUSWERTUNG MODUL 1: DIE BÜRGERUMFRAGE

MODUL 1: DIE BÜRGERUMFRAGE - WER UND WIE VIELE HABEN MITGEMACHT?

Wohnort



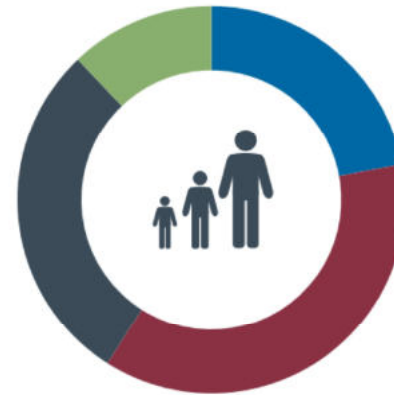
Innenstadt, Stadtteile Wertheim (37,8 %)
Ortschaften Wertheim (43,8 %)
Nachbargemeinden Baden-
Württemberg (5,1 %)
Nachbargemeinden Bayern (11,2 %)
Sonstige (2,1%)

Geschlecht



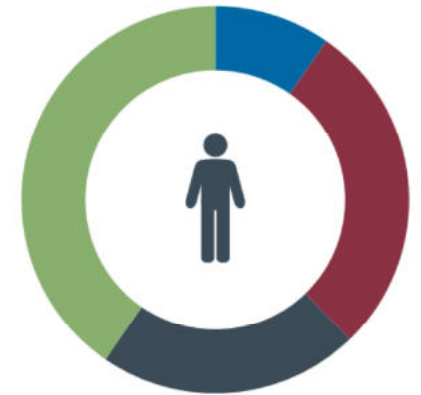
männlich (36,4 %)
weiblich (62,3 %)
divers (1,3 %)

Altersgruppe



bis einschließlich 20 Jahre (22,1 %)
21 bis 39 Jahre (36,9 %)
40 bis 59 Jahre (28,9 %)
60 Jahre oder älter (12,1 %)

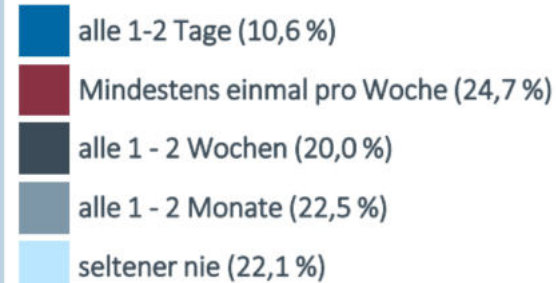
Haushalt



1 Person (9,7 %)
2 Personen (28,1 %)
3 Personen (21,8 %)
4 oder mehr Personen (40,4 %)

MODUL 1: DIE BÜRGERUMFRAGE - AUSWERTUNG DER ERGEBNISSE

1. Wie häufig kaufen Sie in der Wertheimer Innenstadt ein?



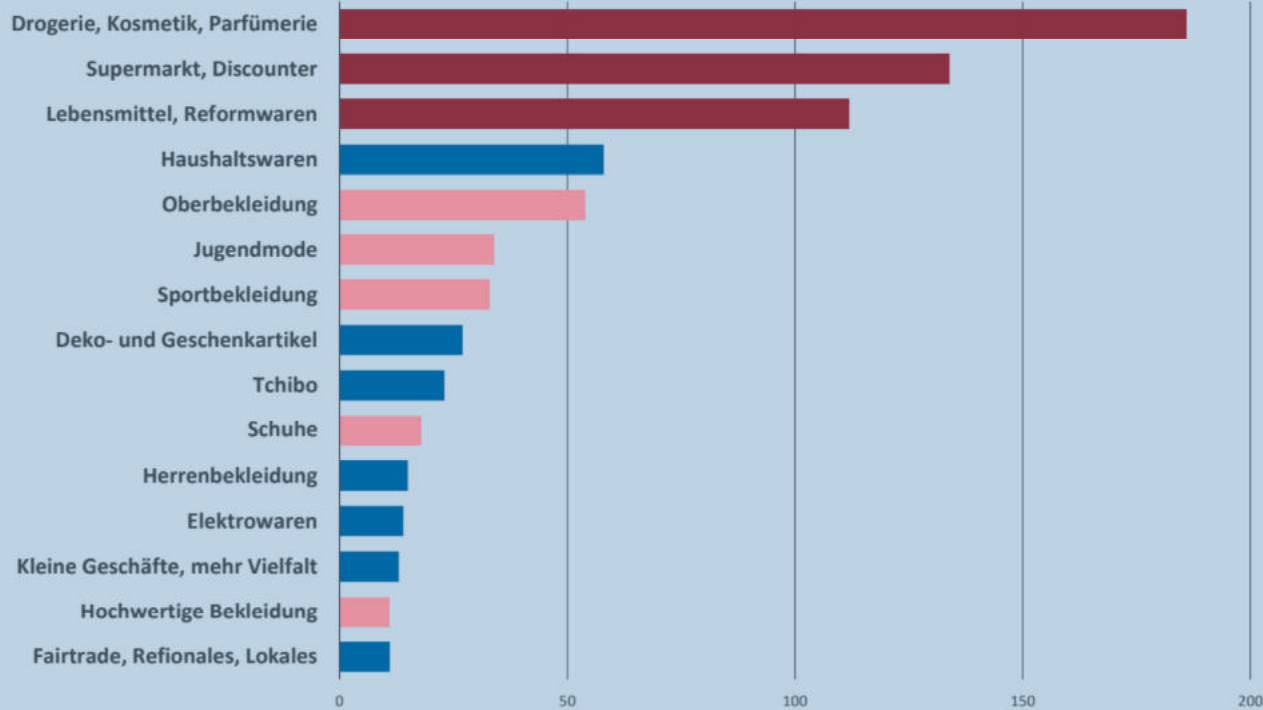
Die Resultate der Bürgerbefragung zeigen die anhaltende Bedeutung der Wertheimer Innenstadt als Einkaufsstandort.

Rd. 35% der befragten Personen suchen die Innenstadt mindestens einmal pro Woche auf.

GMA - Darstellung 2023

MODUL 1: DIE BÜRGERUMFRAGE - AUSWERTUNG DER ERGEBNISSE

2. Welche Einkaufsangebote vermissen Sie in der Wertheimer Innenstadt?



GMA - Darstellung 2023

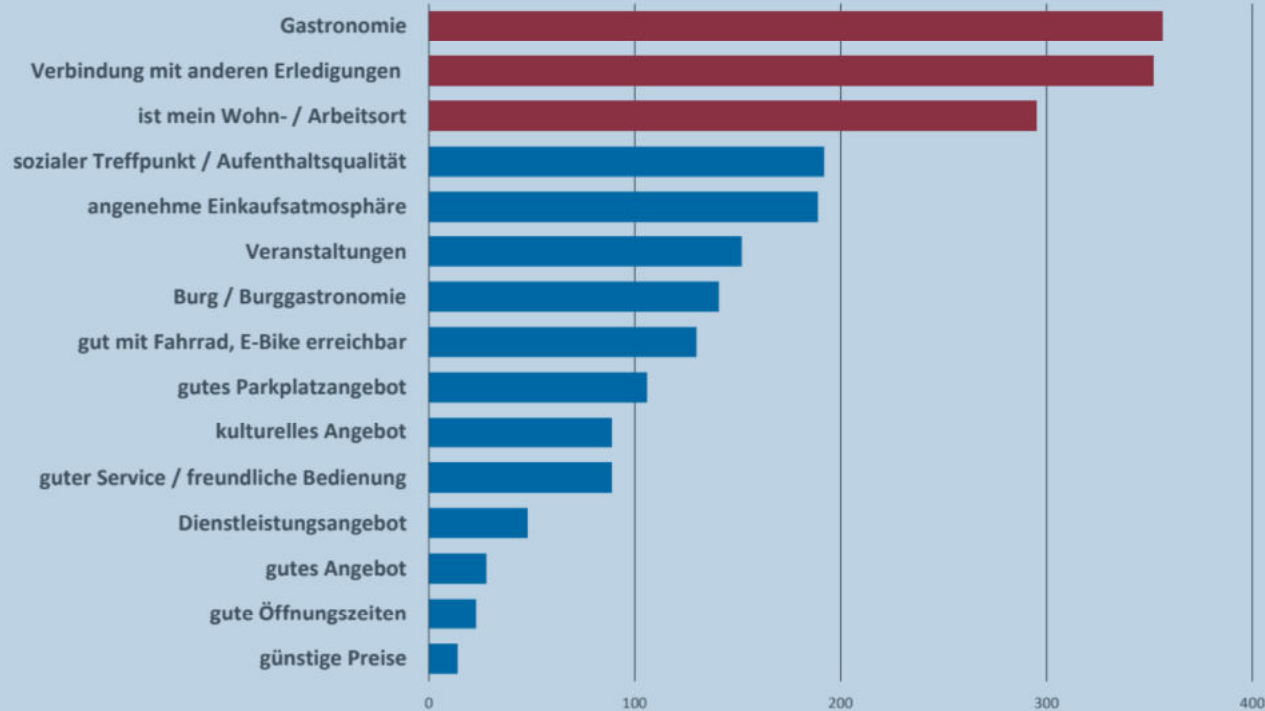
Die Bürgerbefragung zeigt, dass die Nahversorgungsstrukturen (Lebensmittel, Drogeriewaren) in der Wertheimer Innenstadt erhebliches Entwicklungspotenzial aufweisen.

Zudem spiegeln die Umfrageergebnisse den Wegfall des Norma-Discounters wider. Die Ansiedlung eines neuen größeren Lebensmittel-, Drogeriemarktes ist aufgrund der Standortrahmenbedingungen jedoch unrealistisch.

Addiert man alle Bereiche aus der Rubrik **Bekleidung & Schuhe** verlagern sich die Ergebnisse nochmals.

MODUL 1: DIE BÜRGERUMFRAGE - AUSWERTUNG DER ERGEBNISSE

3. Gründe warum Sie gerne in die Innenstadt von Wertheim kommen?



GMA - Darstellung 2023

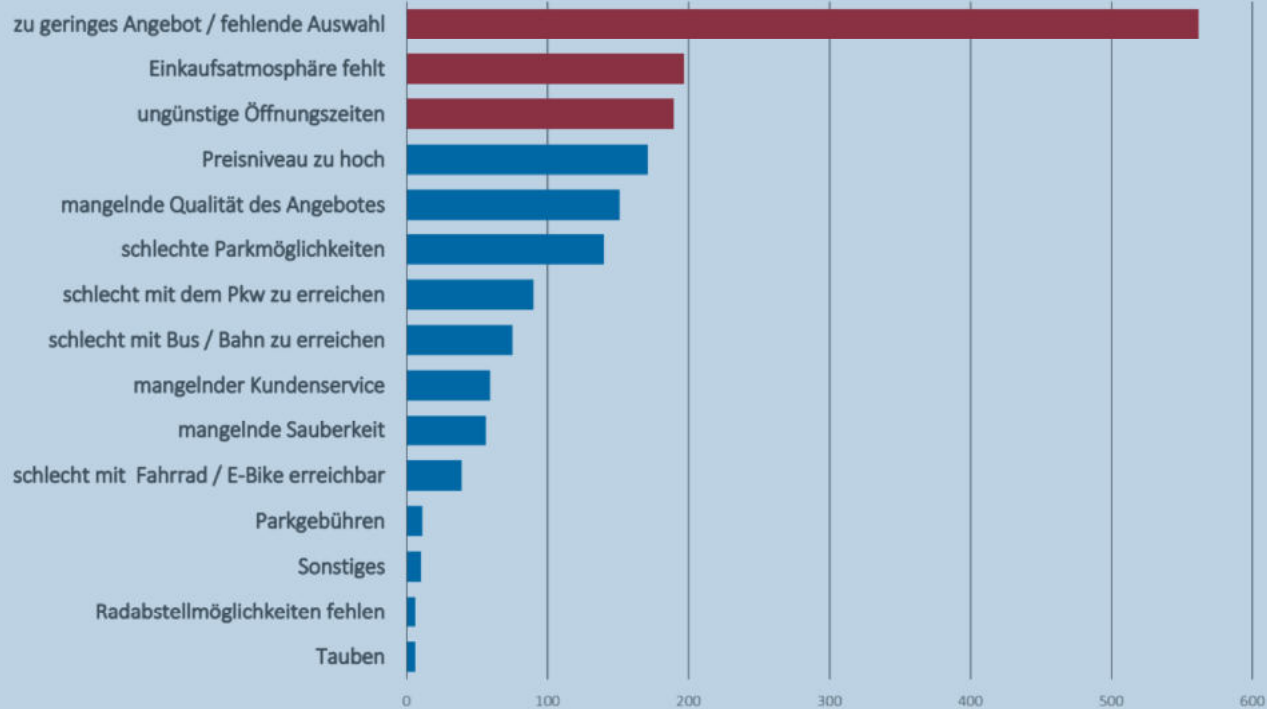
Die Bedeutung der Gastronomie für die Innenstadt ist mittlerweile sehr hoch. Die Gastronomie löst den Einzelhandel als Leitfunktion der Innenstadt zunehmend ab.

Die vielfältigen Gründe zeigen, dass die Wertheimer Innenstadt ein attraktiver und lebendiger Ort ist, der sowohl praktische als auch soziale Bedürfnisse der Bürger erfüllt.

Aus diesem Grund kommt der Förderung/ Weiterentwicklung der Gastronomie große Bedeutung zu.

MODUL 1: DIE BÜRGERUMFRAGE - AUSWERTUNG DER ERGEBNISSE

4. Was stört Sie beim Einkauf in der Innenstadt von Wertheim?



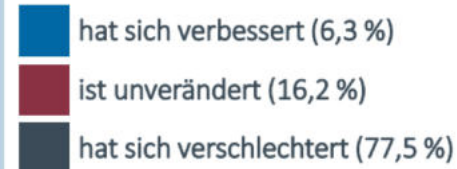
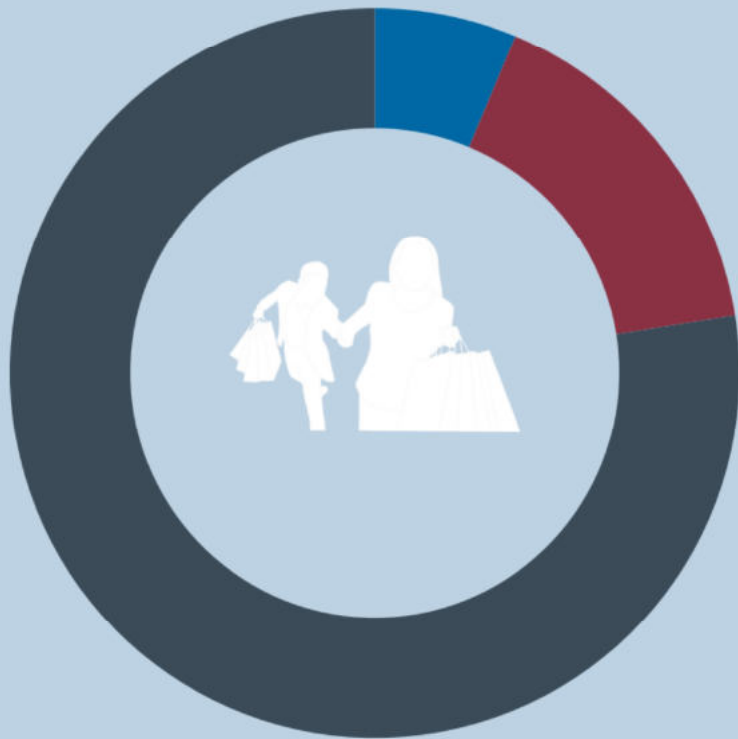
GMA - Darstellung 2023

Die Umfrageergebnisse zeigen deutliche Defizite bei folgenden Themenschwerpunkten:

/ fehlende Angebote und Auswahl
/ Kundenorientierung und Einkaufserlebnis

MODUL 1: DIE BÜRGERUMFRAGE - AUSWERTUNG DER ERGEBNISSE

5. Wie hat sich die Attraktivität in den letzten 10 Jahren verändert?

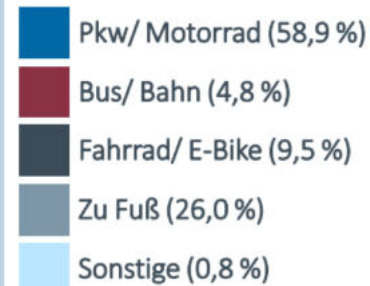
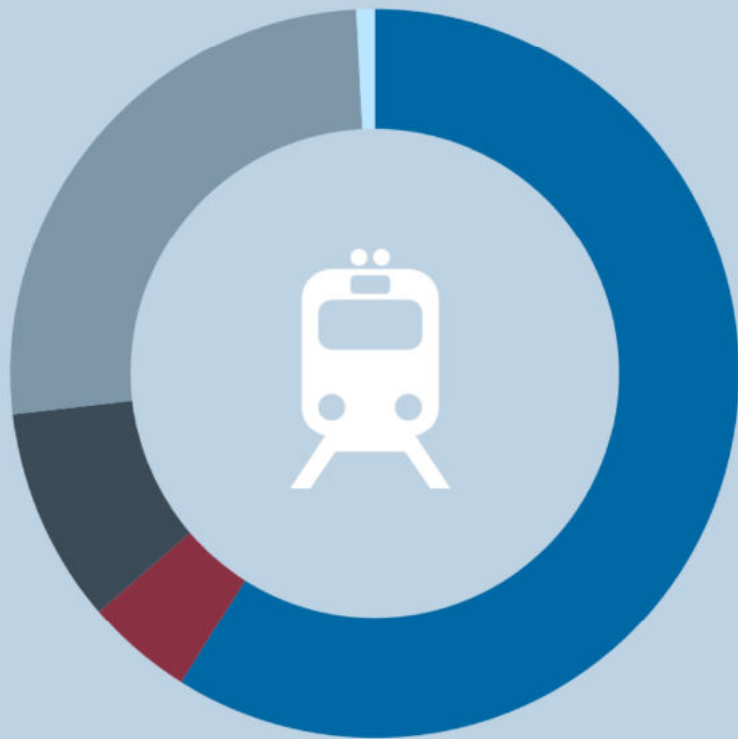


Die Ergebnisse verdeutlichen, dass eine signifikante Mehrheit der Befragten (ca. 77,5 %) die Entwicklung der Innenstadt kritisch sieht.

GMA - Darstellung 2023

MODUL 1: DIE BÜRGERUMFRAGE - AUSWERTUNG DER ERGEBNISSE

6. Welches Verkehrsmittel haben Sie beim letzten Innenstadtbesuch genutzt?



Nach wie vor dominiert der Pkw als Hauptverkehrsmittel der Innenstadtbesucher.

GMA - Darstellung 2023

MODUL 1: DIE BÜRGERUMFRAGE - AUSWERTUNG DER ERGEBNISSE

7. Wie zufrieden sind Sie mit dem gastronomischen Angebot in der Innenstadt?

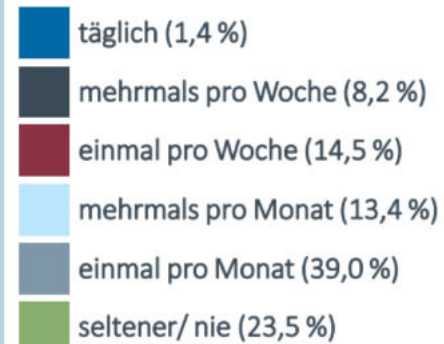


Die Mehrheit der Befragten äußert sich positiv zum gastronomischen Angebot in der Innenstadt.

GMA - Darstellung 2023

MODUL 1: DIE BÜRGERUMFRAGE - AUSWERTUNG DER ERGEBNISSE

8. Wie oft nehmen Sie die Gastronomie in der Innenstadt in Anspruch?

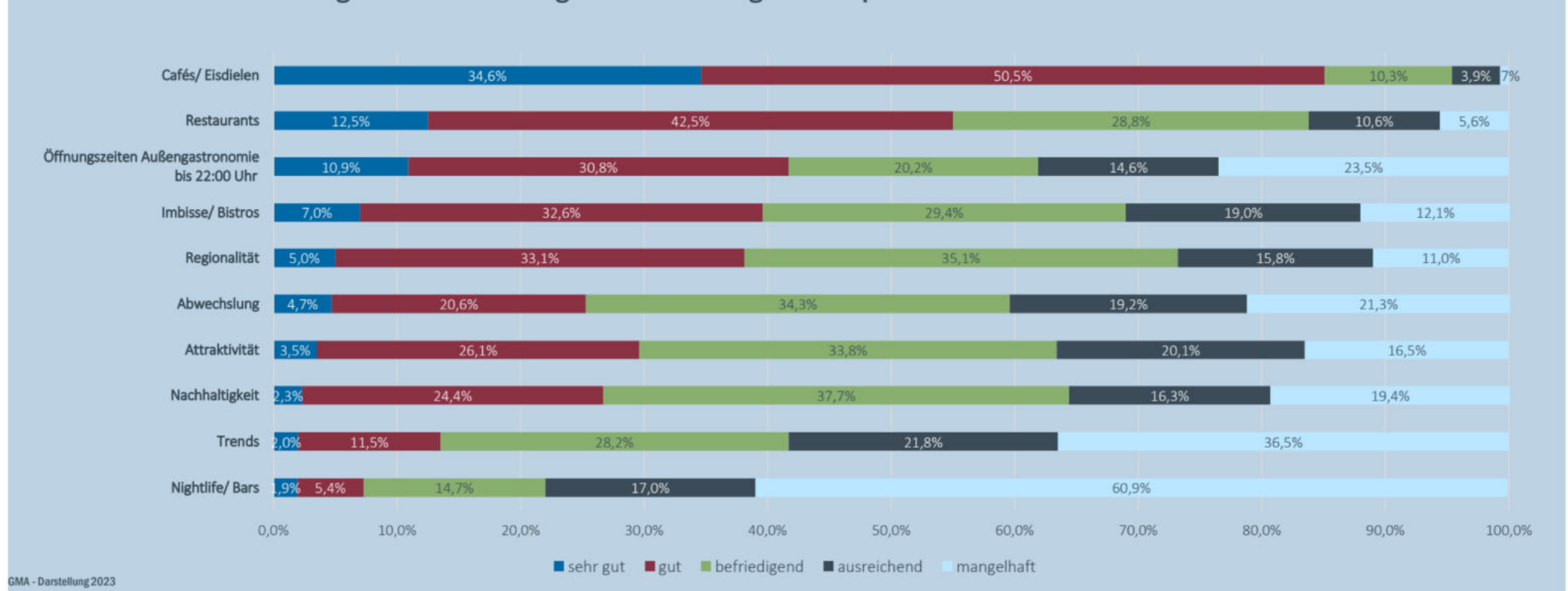


Die Ergebnisse zeigen eine positive Tendenz, bei der ein Viertel der Befragten regelmäßig die Gastronomie in der Wertheimer Innenstadt aufsucht.

GMA - Darstellung 2023

MODUL 1: DIE BÜRGERUMFRAGE - AUSWERTUNG DER ERGEBNISSE

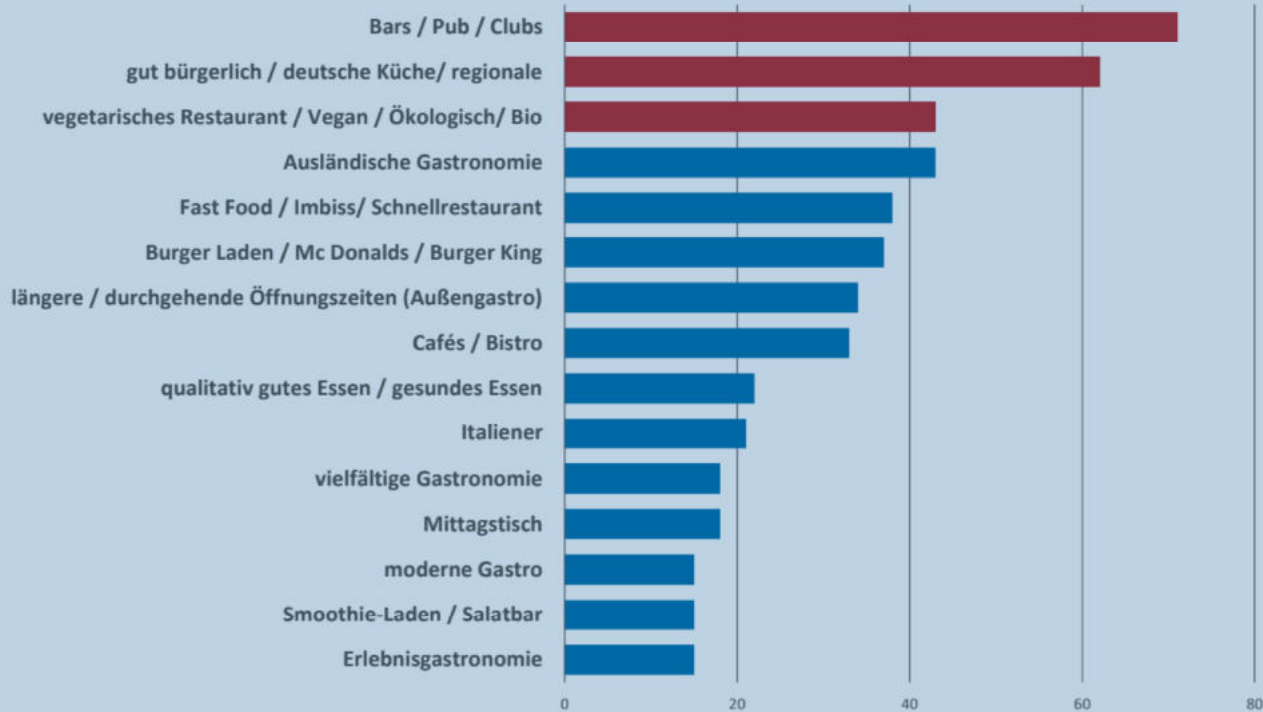
9. Wie beschreiben Sie das gastronomische Angebot anhand folgender Aspekte?



V. a. die Bereiche Cafés/ Eisdieleen und Restaurants zeigen positive Umfragewerte.

MODUL 1: DIE BÜRGERUMFRAGE - AUSWERTUNG DER ERGEBNISSE

10. Welche Gastronomieangebote fehlen in der Wertheimer Innenstadt?



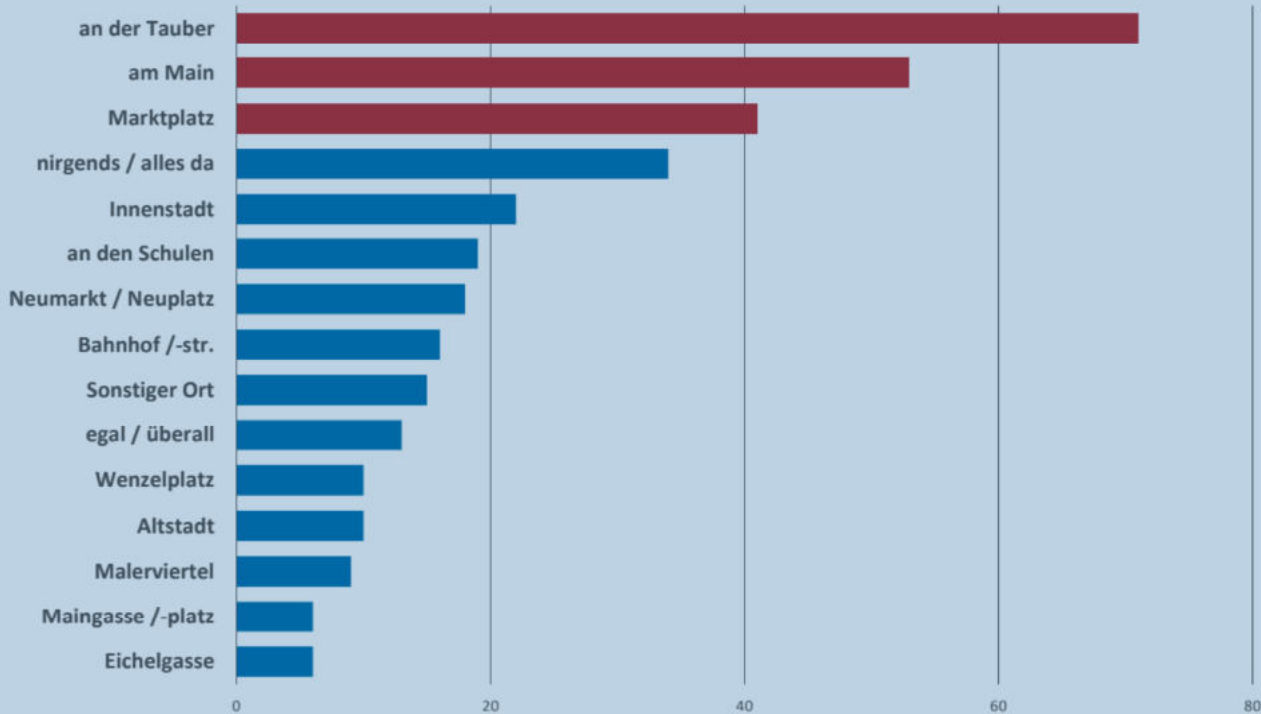
GMA - Darstellung 2023

Insbesondere im Hinblick auf Nightlife weist die Wertheimer Innenstadt noch Potenziale auf, insbesondere in Bezug auf die Anziehungskraft für jüngere Zielgruppen.

Zudem ist Entwicklungspotenzial für spezialisierte Zielgruppen (z. B. vegetarisch) erkennbar.

MODUL 1: DIE BÜRGERUMFRAGE - AUSWERTUNG DER ERGEBNISSE

11. Welche Bereiche/ Plätze in der Innenstadt eignen sich aus Ihrer Sicht für einen Ausbau im Gastrobereich



GMA - Darstellung 2023

Die Ergebnisse der Umfrage verdeutlichen, dass Standorte mit Bezug zu Gewässern ("an der Tauber" und "am Main") bevorzugt werden.



AUSWERTUNG MODUL 2: DIE IDEENPINNWAND

MODUL 2: DIE IDEENPINNWAND - AUSWERTUNG DER ERGEBNISSE (AUSWAHL)



GMA - Darstellung 2023

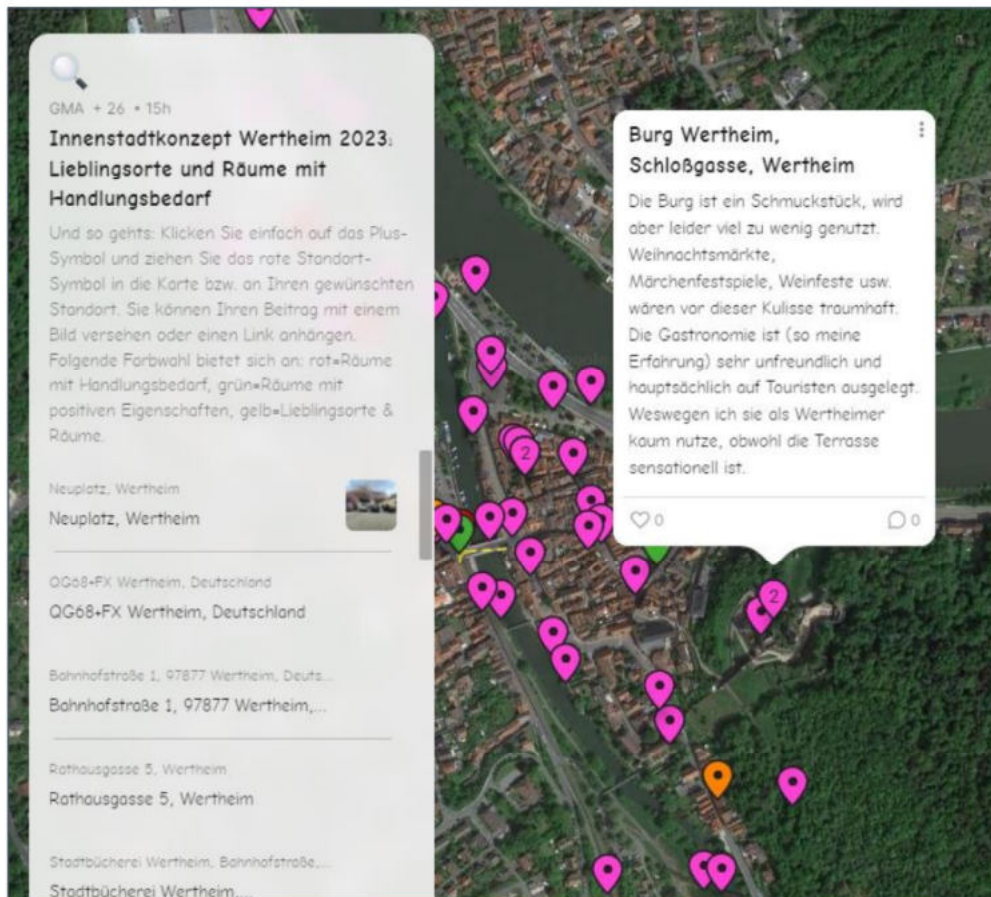
- /// Gestaltung und Weiterentwicklung Main- und Tauberufer inkl. alte Eisenbahnbrücke
- /// Brücke über die Tauber zur besseren Vernetzung der Innenstadt-Areale
- /// Maßnahmen zur Erweiterung der Fußgängerzone (Verkehrsberuhigung).
- /// Weiterentwicklung und Ergänzung des gastronomischen Angebotes.
- /// Verstärkte Kontrollen von Falschparkern.
- /// Verbesserte Verkehrsanbindung & Parkmöglichkeiten.
- /// Steigerung der Aufenthaltsqualität.
- /// Regelmäßige Reinigung und Pflege der Grünanlagen.
- /// Spiel- und Unterhaltungsmöglichkeiten für Kinder sowie attraktive Veranstaltungen zur Belebung der Innenstadt.
- /// Verbesserung der Müllentsorgung und Sauberkeit (Probleme wie wilde Müllablagungen, unattraktive Müllbehälter, Taubendreck, Rattenplage und Hundekot wurden angesprochen).
- /// Werbestrategie: die historischen Wahrzeichen der Stadt stärker betonen.
- /// Alternative Präsentationsmöglichkeiten für die Stadt und ihre Attraktionen





AUSWERTUNG MODUL 3: DIE INNENSTADTKARTE

MODUL 3: DIE INNENSTADTKARTE - AUSWERTUNG DER ERGEBNISSE (AUSWAHL)



Verbesserung der Fußwege- und Fahrradinfrastruktur:

- Brücke über die Tauber zur besseren Vernetzung und Verknüpfung der Innenstadt-Areale
- Einfacher Zugang zu Fahrradständern am Kaufland, ohne hohe Bordsteinkanten
- Vermeidung der Führung des Radverkehrs über PKW-Parkplätze, um Konflikte zu vermeiden
- Bereitstellung von sicheren und abschließbaren Fahrradboxen für Radtouristen in der Sackgasse der Parkgarage unter der L 2310
- Fortführung des Radwegs entlang der L 2310, um eine bessere Anbindung an die Innenstadt zu gewährleisten
- Verlängerung des Radwegs von Bestenheid, um gefährliche Straßenüberquerungen zu vermeiden

Verbesserung des Stadtraums und der Aufenthaltsqualität:

- Gestaltung des Main- und Tauberufers inkl. alte Eisenbahnbrücke
- Schaffung einer angenehmen und verkehrsfreien Sitzecke vor der Stadtbücherei für Kleinkunst und Entspannung
- Schaffung eines attraktiven Platzes am Gebäude der Stadtverwaltung durch einen neuen Bodenbelag

Verbesserung der Verkehrssituation und Sicherheit:

- Freigabe der Hospitalstraße in beide Richtungen für den Radverkehr zur besseren Anbindung des Wartbergs und der Kernstadt
- Schaffung eines sicheren Übergangs für Radfahrer im Rosengarten, um in die Mühlenstraße einzubiegen

Erhaltung und Nutzung von öffentlichen Räumen:

- Bewahrung der Natur und des Ruhebereichs ohne Veranstaltungen an bestimmten Orten
- Nutzung der Burg für kulturelle Veranstaltungen wie Weihnachtsmärkte, Märchenfestspiele und Weinfeste
- Sauberkeit und Pflege des Platzes am Mainufer, um dessen historischen Wert zu erhalten

Verbesserung der Bahnhofssituation:

- Verkürzung der Schrankenschließzeiten, um den Verkehrsfluss zu verbessern und Wartezeiten zu verringern
- Verstärkte Kontrollen von Lärm, Müll und rücksichtslosem Verhalten rund um den Bahnhof



**WELCHE SCHWERPUNKTE
KRISTALLISIEREN SICH AUS DEN
BETEILIGUNGSPROZESSEN?**

THEMENSCHWERPUNKTE AUS DEN BEFRAGUNGSMODULEN

Grün- und Freiräume

(z. B. Gestaltung/ Weiterentwicklung Main-/Tauberufer, Mainvorland, Mainspitze, Attraktivierung Stadtgrün)



Tourismus & Freizeit

(z. B. Entwicklung Infrastruktur, z. B. Hotel, Veranstaltungsangebot stärken und individualisieren, Nightlife fördern etc.)



Nutzungsmix optimieren

(z. B. mehr spezialisierte Geschäfte, Weiterentwicklung abseits des Handels, Living-Lab-Konzepte etc.)



Mobilität & Verkehr

(z. B. optimierte Vernetzung der Innenstadtlagen, Neugestaltung Bahnhof, Ausbau der Fahrradinfrastruktur)



Arbeit & Kultur

(z. B. mehr kulturelle Veranstaltungen, Innenstadt als kulturellen Erlebnisraum fördern, Arbeiten in der Innenstadt stärken)



Marketing & Image

(z. B. Entwicklung von identitätsstärkenden Marketing-Kampagnen, Impulsmaßnahmen zur Imageförderung)



Leitbild und Maßnahmen Innenstadt Wertheim

ÜBERSCHNEIDUNGEN MIT IMPULSEN/ EMPFEHLUNGEN AUS DEM JAHR 2020



Die Empfehlungen (GMA) aus dem Jahr 2020 wurden durch die aktuelle Bürgerbeteiligung bestätigt!



WIE GEHT ES WEITER?

WIE GEHT ES WEITER?

Zusammenführung der Ergebnisse aus den Beteiligungsformaten

Verknüpfung mit Bestandsanalyse/ Städtebaulicher Analyse

Formulierung von Maßnahmen



Fertigstellung finales Konzept Frühjahr 2024



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Mail: info@gma.biz Tel.: 07141 9360-0