

Stadt Greven – Innenstadt zum Wohlfühlen

Ergebnisse der Innenstadtbefragung 2009



Innenstadt zum Wohlfühlen

Die Zukunft ist immer mit Erinnerungen verbunden

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
1. Welche Herausforderungen stellen Innenstädte?	6
Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept – Fakten als Grundlage.....	6
Beteiligung durch Fragebögen.....	7
Das Innenstadtbild in der Öffentlichkeit.....	7
Bilder der Zukunft durch ein Handlungskonzept.....	8
Innenstadt zum Wohlfühlen als Ziel.....	8
Erfolg gewährleisten.....	9
Bürger als Verbündete der Innenstadt.....	9
Gemeinsam eine Perspektive entwickeln.....	10
2. Auswertung der Fragebögen	11
Methodischer Ansatz.....	11
Frage 1: Wie bewerten Sie die Greverer Innenstadt?.....	12
Frage 2a: Was denken Sie, macht die Greverer Innenstadt attraktiv?.....	13
Frage 2b: Was denken Sie, macht die Greverer Innenstadt weniger attraktiv?.....	14
Frage 3: Wie beurteilen Sie folgende Punkte in Grevens Innenstadt?.....	15–16
Frage 4: Was würden Sie gerne in der Innenstadt haben, wenn Sie es.....	
sich ganz frei aussuchen könnten?.....	17
Frage 5: Lust auf „Alte Münsterstraße“?.....	18
Frage 6: Welcher Platz in Grevens Innenstadt gefällt Ihnen am besten?.....	19
Frage 7: Was ist zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt am wichtigsten? ...	20
Frage 8: Möchten Sie noch etwas zu den ausgewählten Möglichkeiten mitteilen?	21
Frage 9: Wie gut ist die Innenstadt erreichbar?.....	22
Frage 10: Von welcher Stelle aus betreten Sie die Innenstadt am häufigsten?	23
Auswertung: Ihre Meinung ist gefragt!.....	24
3. Zusammenfassendes Stärken–Schwächen–Profil der Greverer Innenstadt	25–26
4. Wie geht es weiter?	27
5. Handlungsfelder für eine Weiterentwicklung der Greverer Innenstadt	27
5.1. Stadtgestaltung:.....	27
Barrierefreie Innenstadt.....	27
Anbindung Alte Münsterstraße.....	28
Spielgeräte und kindergerechte Innenstadt.....	28
Pflasterung.....	28
Toiletten.....	28
Sitzgelegenheiten.....	28
Verbindung zur Ems.....	28
Sauberkeit.....	28

Vandalismus.....	29
Öffentliche Beleuchtung.....	29
Öffentliches Grün.....	29
Gestaltungsleitfaden „Tisch – Stuhl – Sonnenschirm“	29
Schaufenstergestaltung	29
Zusammenfassung	29
5.2. Mobilität	30
5.3. Marketing und Kommunikation	30
Kernöffnungszeiten	30
Standzeiten Wochenmarkt.....	30
Anreizsysteme für Kunden.....	30
6. Masterplan zur Weiterentwicklung der Grevener Innenstadt.....	31
7. Maßnahmen und Handlungsfelder	32-36
Tabelle 1: Attraktivierung des bestehenden Einzelhandelsangebotes.....	32
Tabelle 2: Verbesserung der Verkehrs- und Parksituation.....	32
Tabelle 3: Optimierung des Fußwegenetzes und Erlebbarkeit.....	32-33
Tabelle 4: Aufwertung des öffentlichen Raums	33-34
Tabelle 5: Weiterentwicklung Marketing und Kommunikation	35-36
8. Umsetzung und Fortschreibung des Handlungskonzepts	37

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

Bürgerinnen und Bürger sollten sich mit dem Herzen ihrer Stadt, der Innenstadt, verbunden fühlen, sie sollten sich mit ihr identifizieren können. Eine Innenstadt zum Wohlfühlen – wer wünscht sich das nicht?

Doch was braucht die Grevener Innenstadt, damit sich Einwohner und Anwohner ebenso wie Besucherinnen und Besucher gern hier aufhalten? Was braucht die Grevener Innenstadt, damit Einzelhändler, Dienstleister und Investoren auf Greven als Standort setzen?

Wir sind auf der Suche nach Antworten auf genau diese Fragen. Die Antworten erhalten wir sowohl aus dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept als auch aus der Auswertung der Fragebögen zur Innenstadt. Die Umfrage, die im vergangenen Jahr durchgeführt wurde, war zwar nicht repräsentativ. Dennoch zeigt sie deutliche Tendenzen auf, die wir aufgreifen können. Und wir werden weitere Antworten bei den Diskussionen erhalten, die wir jetzt anstoßen.

Um zu guten, tragfähigen Ergebnissen zu kommen, brauchen wir die Beteiligung einer breiten Öffentlichkeit. Wir brauchen die Bürgerin, den Anwohner, den Immobilienbesitzer ebenso wie den Einzelhändler, die Dienstleisterin, das Investitionsunternehmen. Die Privatperson soll sich ebenso in den Diskussions- und Entwicklungsprozess einbringen, wie die verschiedenen Interessenverbände.

Die vorliegende Broschüre trägt zahlreiche Fakten zusammen. Sie ist wichtige Diskussionsgrundlage. Vor allem aber ist sie eine Einladung. Wir wollen mit dieser Broschüre Interesse an der Innenstadtentwicklung wecken. Und wir laden alle Interessierten herzlich ein, sich an diesem Entwicklungsprozess zu beteiligen.

Ich bin sicher: wenn es uns gelingt, möglichst viele Akteure in diesen Prozess einzubinden, zu motivieren und hoffentlich auch zu begeistern, dann steht der Entwicklung zu einer Innenstadt zum Wohlfühlen nichts mehr im Wege.

Ihr



Peter Vennemeyer
Bürgermeister der Stadt Greven

Foto: Carlo Strack

Stadt Greven – Innenstadt zum Wohlfühlen

Ergebnisse der Innenstadtbefragung 2009

1. Welche Herausforderungen stellen Innenstädte?

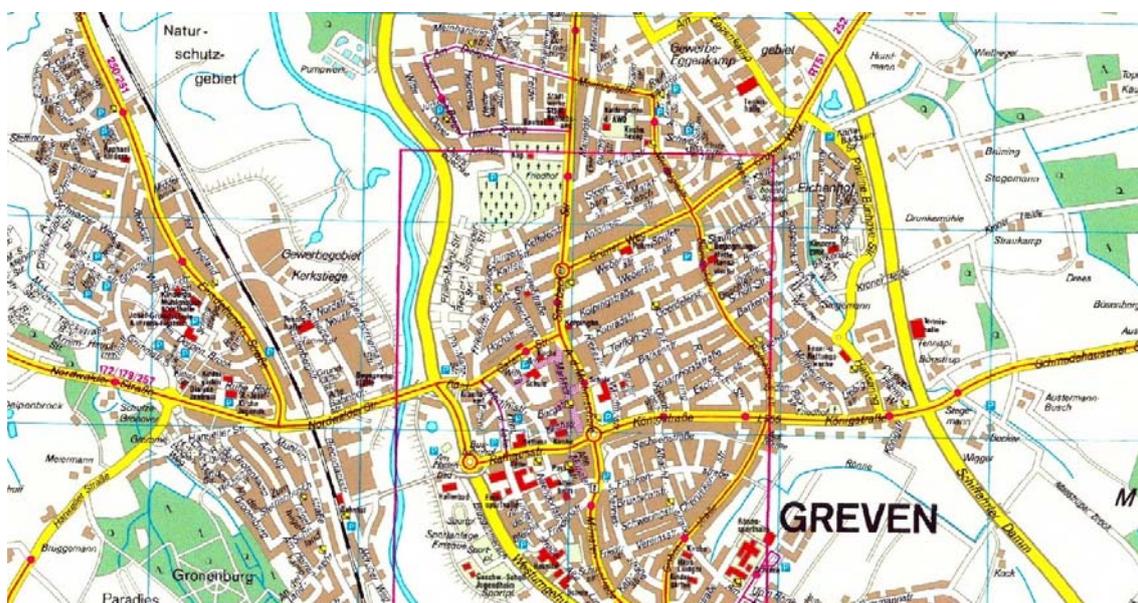
Innenstädte sind Ausdruck von Lebensqualität, Tradition und Wirtschaftskraft. Um im verschärften Wettbewerb zu bestehen, müssen sie gesichert und gestärkt werden. Es gilt, neue Herausforderungen anzunehmen, denn der Strukturwandel und die Veränderungen der Rahmenbedingungen gehen unaufhörlich weiter.

Die Grevener Innenstadt steht durch die geplante Realisierung von zwei innerstädtischen Verkaufsmärkten und weiteren Bauvorhaben vor großen strukturellen Veränderungen mit strategischer Bedeutung. Durch die Ausweitung des Angebotes besteht die Chance, die Zentralität des Mittelzentrums Greven insgesamt und die Funktion der Innenstadt im Besonderen zu stärken. Die Entwicklung der innerstädtischen Märkte wird zugleich auch die Bedeutung der innerstädtischen Lagen und Strukturen verändern.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept – Fakten als Grundlage

Welche Auswirkungen die Bauvorhaben auf die Gesamtentwicklung der Innenstadt haben werden, welche Wechselwirkungen entstehen können, muss genau geprüft werden. Die Weiterentwicklung der Innenstadt wird getragen von Bestrebungen, Meinungen, Werten und Regeln, aber auch von Vorbehalten, Befürchtungen, Orientierungen und Fixierungen der Beteiligten. Alles, was geschieht, wird öffentlich diskutiert und auch in Frage gestellt.

Nicht zuletzt vor diesem Hintergrund ist es Aufgabe der Verwaltung, für die Entwicklung der Innenstadt Fakten zu liefern. Die Stadt Greven hat ein Büro beauftragt, ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept zu erstellen. Das Gutachten basiert auf einer aktuellen Bestandsaufnahme und kann als Grundlage für weitere Diskussionen dienen.



Beteiligung durch Fragebögen

Wo Veränderungen stattfinden, wo es um einen Ausgleich zwischen öffentlichen Interessen der Stadt, den Interessen von Investoren oder Händlern und den Einzelinteressen der Bürger geht, sollte man zumindest den Trend der Interessen kennen. Es reicht eben nicht aus, dass sich ein Investor allein als „Energieträger“ der Innenstadt „auf die Socken macht“, um etwas zu bewegen. Es geht vielmehr darum, die Qualität der Werte und Orientierungen aller Beteiligten wahrzunehmen und ihr zu spürbaren Wirkungen zu verhelfen.

Menschen haben das Grundbedürfnis, beteiligt zu werden. Gerade wenn es um „ihre“ Innenstadt geht, wollen sie ernst genommen, verstanden und gesehen werden. Sie suchen nach Gestaltungsmöglichkeiten, Wirkung und Verwirklichung. Dies erst recht, wenn sich ihre Innenstadt verändert.

Die Innenstadt entwickeln ist also nicht nur eine bauliche oder technische Angelegenheit. Wir können unsere Innenstadt weiterentwickeln, wenn die Einwohner an den sie selbst betreffenden Prozessen und Entwicklungen beteiligt werden. Die Einwohner beteiligen heißt, ihnen Gelegenheit zu geben, sich zu Fragen, Anregungen, Vorgaben oder Vorschlägen zu äußern. Dabei zählt die Qualität des Erlebens, nicht die Quantität der Veranstaltungen.

Die Verantwortung für Inhalte und Vorgehen bleiben bei der Stadt.

Rathaus (Luftbild 2005)



Neben der Erfassung und Analyse der Einzelhandelsstrukturen war es deshalb geboten, auch den Einwohnern die „aktive Möglichkeit“ zu bieten, sich zum jetzigen Zeitpunkt, d. h. vor der Realisierung der Baumaßnahmen, zu den wesentlichen Innenstadtthemen zu äußern.

Dazu hatte die Verwaltung im Rahmen der Ausstellung „Stadt Greven – Innenstadt mit Zukunft“ im Oktober 2009 Fragebögen an verschiedenen Standorten ausgelegt und verteilt. Insgesamt wurden 153 ausgefüllte Fragebögen an den Sammelstationen (Rathaus, Stadtbücherei, Sparkasse, Volksbank) abgegeben. Sie enthalten mit rund 7 500 Nennungen die Antworten auf 10 Fragen mit 46 verschiedenen Aspekten.

Das Innenstadtbild in der Öffentlichkeit

Trotz dieser regen Beteiligung besitzt die Auswertung der Fragebögen keinen repräsentativen Charakter, aber die Ergebnisse zeigen einen deutlichen Trend auf, wie die Einwohner ihre Innenstadt beurteilen. Dabei ist für die Stadt die Antwort auf die Frage: „Auf welches Grevenbild treffen wir in der Öffentlichkeit?“ ganz wichtig. Denn so kann die Verwaltung den Blick von Außen mit der Kenntnis von Innen verknüpfen. Gleichzeitig lernen die Einwohner die Sicht der Verwaltung kennen. Denn dem „Anregungsspektrum“ durch die Befragung der Bürger stehen „Einschränkungen“ bezüglich der gemeindlichen Handlungskompetenz gegenüber und es ist auszuloten, welche Spielräume in einem Handlungsrahmen zur Verfügung stehen. Die finanziellen Möglichkeiten der Stadt sind begrenzt und damit ist der Spielraum, selbst zu investieren, stark eingegrenzt. Damit ist klar, dass wir nicht alle Probleme lösen können.

Die Bedeutung dieses Austausches in und mit der Öffentlichkeit besteht aber nicht nur im Gewinnen von kritischer Kompetenz, Probleme zu erkennen und entweder zu lösen oder zu lernen, mit ihnen umzugehen. Es geht auch darum, durch Problematisierung die Innenstadt interessant zu machen. Das Unvollständige, nicht Perfekte der Innenstadt ist gerade das, was anstößt und zu Neuem inspiriert.



Bilder der Zukunft durch ein Handlungskonzept



Wir alle möchten ein Bild von der Zukunft unserer Innenstadt gewinnen, das uns hilft, klar zu sehen. Die Frage:

„Was wird sein?“ wird oft gestellt. Wie können wir vorhersehen, wohin sich die Innenstadt entwickelt?

Um Antworten auf diese Fragen zu erhalten, hat die Stadt im Februar 2010 ein „Integriertes Handlungskonzept für die Innenstadt“ in Auftrag gegeben, was derzeit von einem Planungsbüro bearbeitet wird.

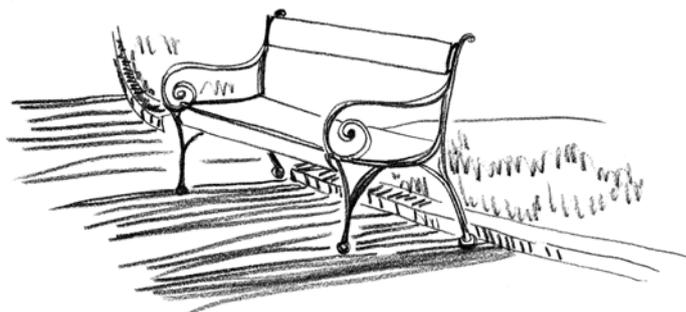
Durch die Auswertung der Fragebögen können schon jetzt in einem zusammenfassenden Stärken-Schwächen-Profil Schlussfolgerungen für die Weiterentwicklung der Innenstadt gezogen werden und in ein Handlungskonzept einfließen.

Innenstadt zum Wohlfühlen als Ziel

Ziel der qualitätsvollen Weiterentwicklung ist es, dass die Innenstadt sich zur **„Innenstadt zum Wohlfühlen“** entwickelt und weiterhin die Hauptversorgungsfunktion mit Gütern des täglichen und längerfristigen Bedarfs wahrnimmt. Dies soll vor allem mit den Gewerbetreibenden vor Ort geschehen, weil diese maßgeblichen Anteil an der Gesamtentwicklung der Innenstadt haben.

Wir werden aber auch neue wirtschafts- und gesellschaftspolitische Leitbilder entwickeln, wobei die ökonomische Effizienz voraussichtlich zurücktreten und die soziale Gerechtigkeit und ökologische Vorsicht hervortreten werden. Wir werden in Zukunft anders leben. – Wie?

Unsere Phantasie sagt uns: anders und besser! Wir suchen das Beste für unsere Stadt!





Erfolg gewährleisten



Damit der Erfolg von vorgesehenen Maßnahmen gewährleistet ist, werden diese mit der gesamtstädtischen Entwicklung verknüpft, um die Auswirkungen auf die Gesamtentwicklung der Stadt zu berücksichtigen. Dabei wird ein offener Kommunikationsprozess mit der Bevölkerung geführt, um die Verwaltungsarbeit transparent zu machen, die Allgemeininteressen nicht ins Hintertreffen geraten zu lassen und Raum für die erforderliche Eigeninitiative der örtlichen Akteure bei der Umsetzung der gemeinsamen Projekte zu bieten.



Bürger als Verbündete der Innenstadt

Die Innenstadt im Allgemeinen zeichnet sich aus durch Individualität, Vielfalt und Entwicklungsoffenheit.

Hier sollen sich die Bürger frei fühlen und den „inneren Frieden“ ihrer Stadt nutzen, um sicher und gelassen ihr Leben zu

gestalten. Hier können die Einwohner einkaufen, arbeiten, produzieren, handeln etc. und ihr Leben so ausrichten, dass sie möglichst viele der Angebote, die ihre Innenstadt bietet, in Anspruch nehmen können. Hier solidarisieren sich die Bewohner mit „ihrer Stadt“, sind „Verbündete“ und festigen ihre Zugehörigkeit zum Gemeinwesen.

Unsere Stadt braucht couragierte, motivierte, unternehmerisch mitdenkende, begeisterte Bürger. Mit ihnen lässt sich Großes gewinnen.

Wesentliches Merkmal unserer Innenstadtentwicklung ist deshalb die Querschnittsorientierung. Neben den traditionellen baulich-städtebaulichen Aufgaben stehen die Anforderungen an sozial-, beschäftigungs-, bildungs-, umwelt- und kulturpolitische sowie wohnungswirtschaftliche Aufgaben gleichberechtigt da.

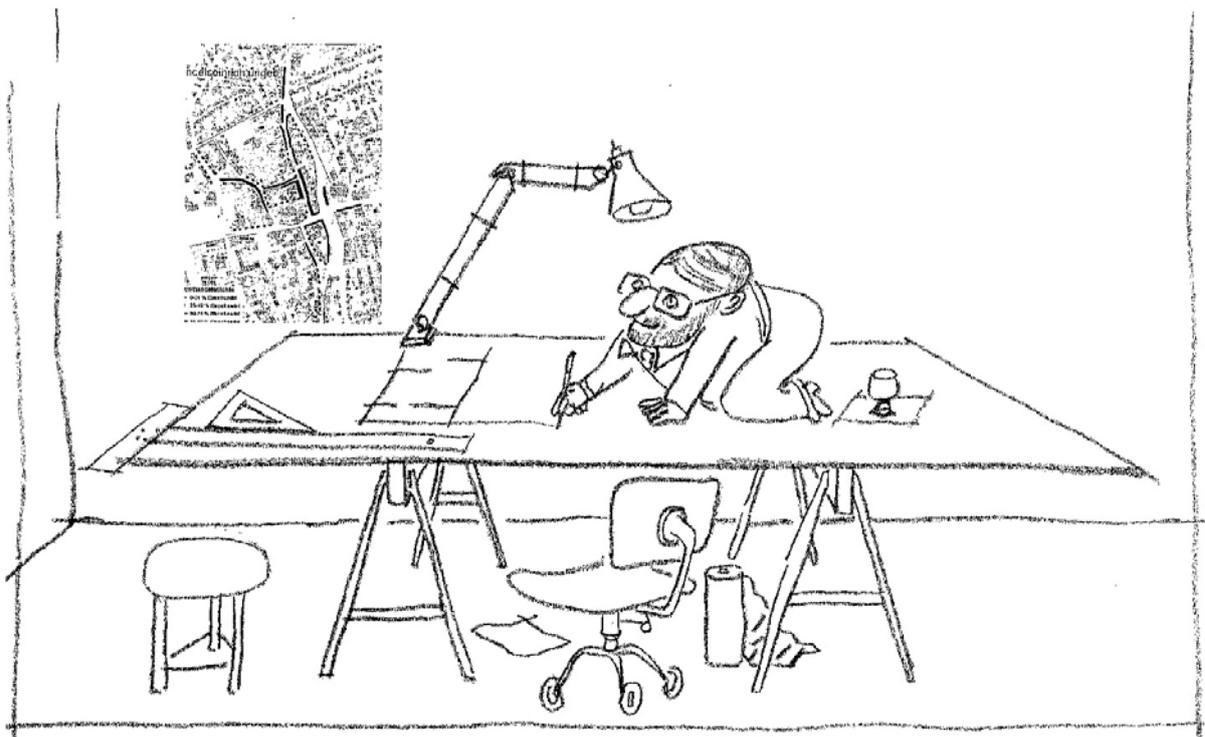
Nirgendwo auf der Welt gibt es eine Garantie für Bestand, die langfristige Prognose für die Innenstadtentwicklung wird immer unsicherer, doch steht eins fest:

Das Engagement für unsere Stadt muss wachsen, wir müssen unsere Stadt weiterentwickeln!

Gemeinsam eine Perspektive entwickeln

Unser Konzept zur Weiterentwicklung der Innenstadt soll als Orientierungsrahmen für die Steuerung und Umsetzung der vorgesehenen Projekte fungieren. Dies setzt voraus, dass wir die Meinungen und Wünsche unserer Einwohner kennen.

Der Anstoß für den Kommunikationsprozess zwischen den Einwohnern, den Akteuren vor Ort und der Verwaltung war die Veranstaltung „Innenstadt mit Zukunft“ mit den Fragebögen zur Grevener Innenstadt. In der Befragung wurde darauf geachtet, dass möglichst viele Handlungsfelder erfasst wurden. Bei der Auswertung der Fragebögen geht es nun darum, aus den spezifischen Problemen und Wünschen zur Innenstadt eine nachhaltig wirksame Zukunftsperspektive zu entwickeln, diese zu begründen und die Handlungsfelder zu präzisieren.





2. Auswertung der Fragebögen

Methodischer Ansatz

Die Fragebögen wurden über einen Zeitraum von 6 Wochen ausgelegt.

Neben grundsätzlichen Fragen zur Benotung der Innenstadt wurden auch Fragen zur Situation des Einzelhandels in Grevens Innenstadt und zur Entwicklung der Innenstadt gestellt.

Schließlich konnten die Befragten konkrete Vorschläge zur Innenstadtentwicklung abgeben.

Die Befragung erfolgte anonym.

Insgesamt wurden 153 Fragebögen ausgefüllt abgegeben.

Die Fragebögen werden quantitativ und qualitativ ausgewertet und dargestellt.

Lust auf Grevens Innenstadt?
Machen Sie doch einfach mit!



Fragebogen zur Greverer Innenstadt

Nutzen Sie gerne die Rückseite für Anregungen, wenn der vorgesehene Platz nicht ausreichend ist.

1. Wie bewerten Sie die Greverer Innenstadt?

sehr gut gut befriedigend ausreichend mangelhaft

2. Was denken Sie, macht die Greverer Innenstadt attraktiv/ weniger attraktiv?

attraktiv: _____ weniger attraktiv: _____

3. Wie beurteilen Sie folgende Punkte in Grevens Innenstadt?

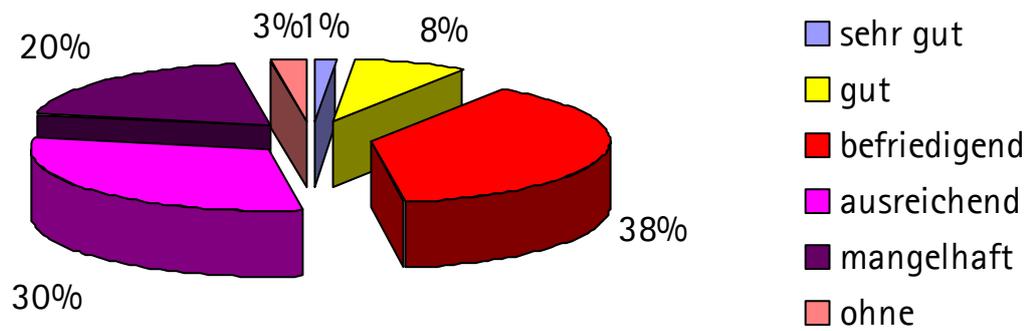
Bitte tragen Sie in die Kästchen die Noten von 1-5 (sehr gut - mangelhaft) ein.

Parksituation	<input type="checkbox"/>	Sicherheit	<input type="checkbox"/>
Preisniveau	<input type="checkbox"/>	Sauberkeit	<input type="checkbox"/>
Öffnungszeiten	<input type="checkbox"/>	Kinderfreundlichkeit	<input type="checkbox"/>
Gastronomie	<input type="checkbox"/>	Sitzmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>
Angebotsvielfalt	<input type="checkbox"/>	Barrierefreiheit	<input type="checkbox"/>
Begrünung	<input type="checkbox"/>	Anderes:	_____
Attraktivität	<input type="checkbox"/>		_____
Veranstaltungen	<input type="checkbox"/>		_____

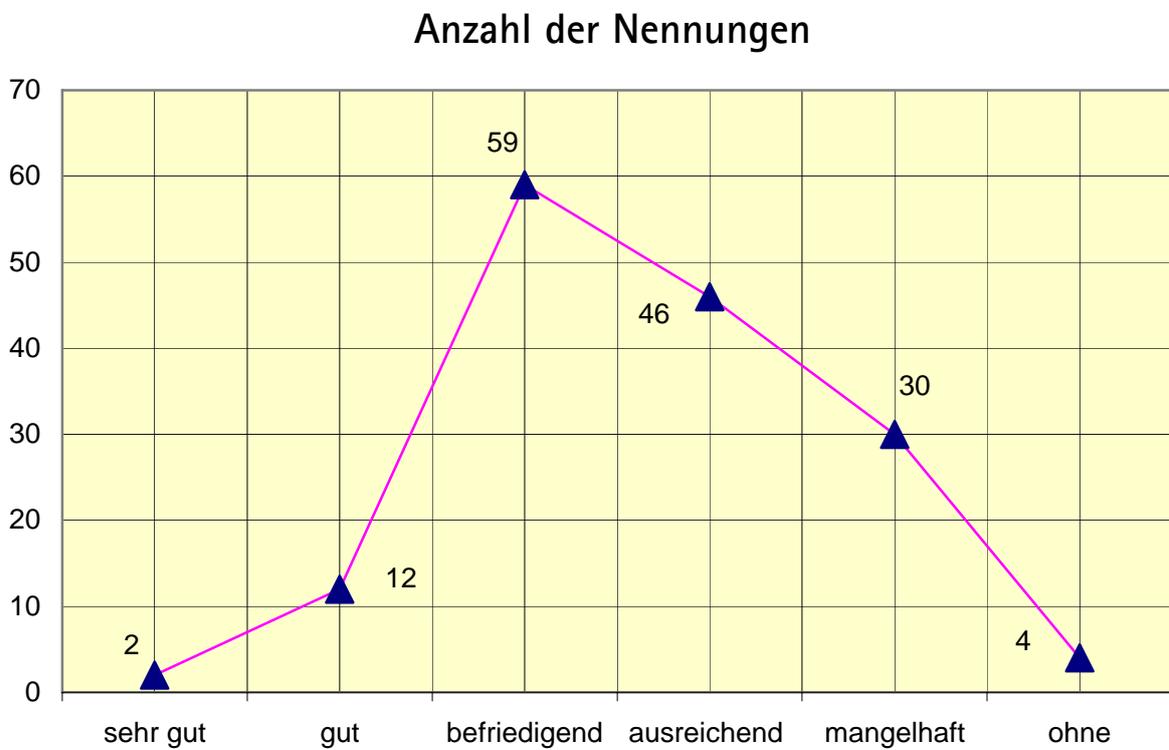
4. Was würden Sie gerne in der Innenstadt haben, wenn Sie es sich ganz frei aussuchen könnten?

Frage 1:

Wie bewerten Sie die Grevener Innenstadt?



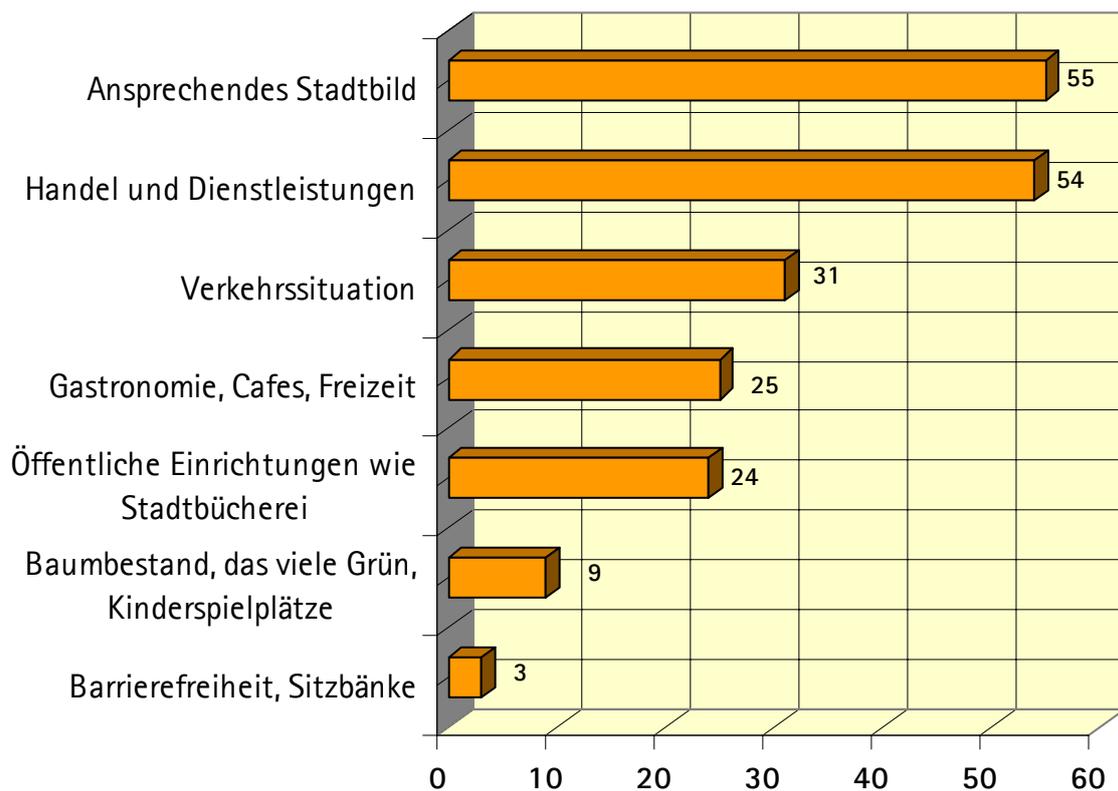
Durchschnittsnote 3,6



Frage 2a:

Was denken Sie, macht die Grevener Innenstadt attraktiv?

Insgesamt 201 Nennungen

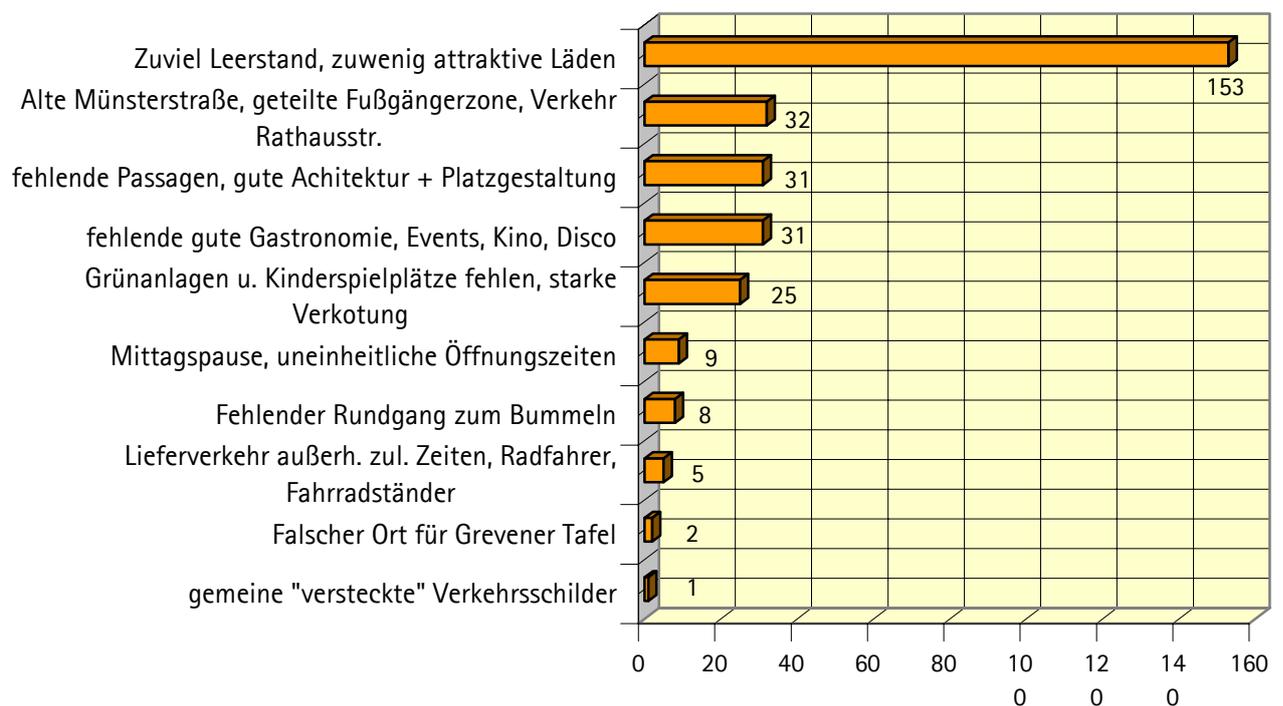


- ➔ Ansprechendes Stadtbild 55 Nennungen
- ➔ Handel und Dienstleistungen 54 Nennungen
- ➔ Parken, Erreichbarkeit, Verkehrssituation 31 Nennungen

Frage 2b:

Was denken Sie, macht die Grevener Innenstadt weniger attraktiv?

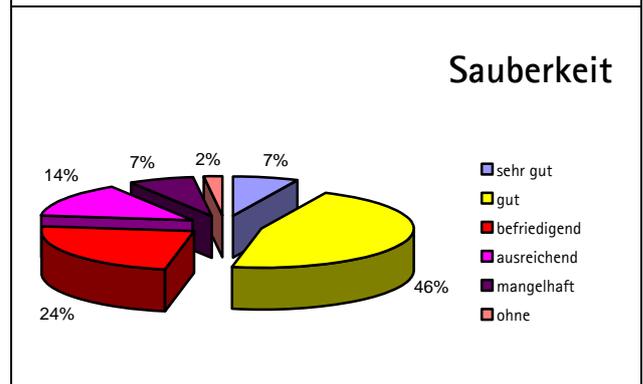
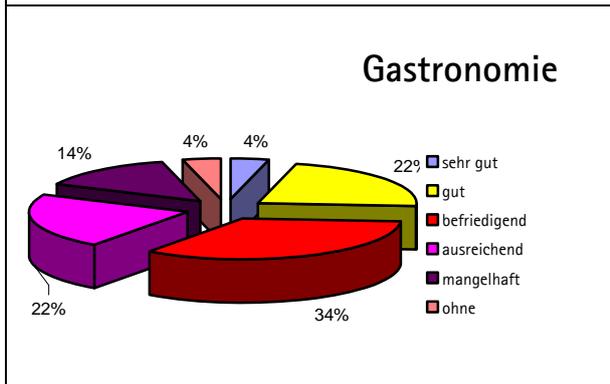
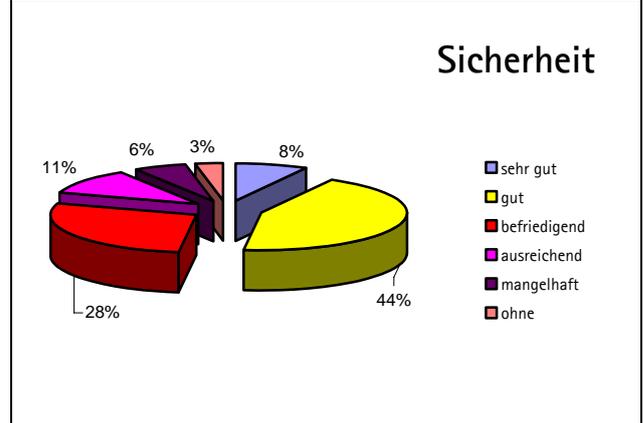
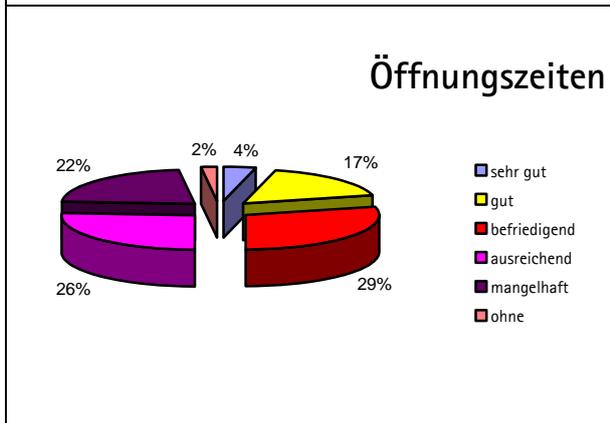
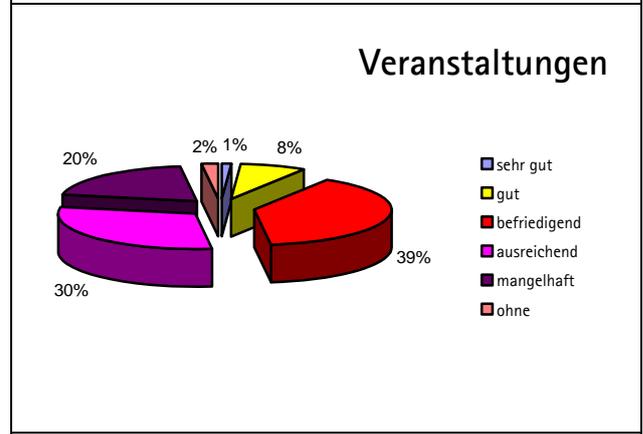
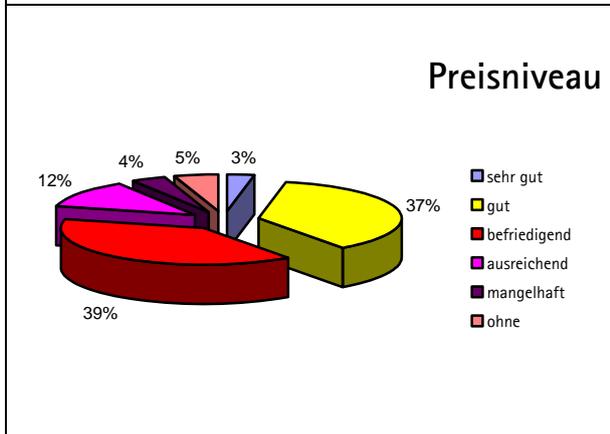
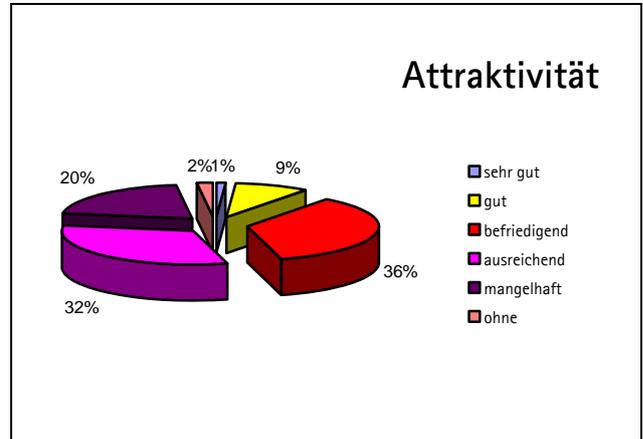
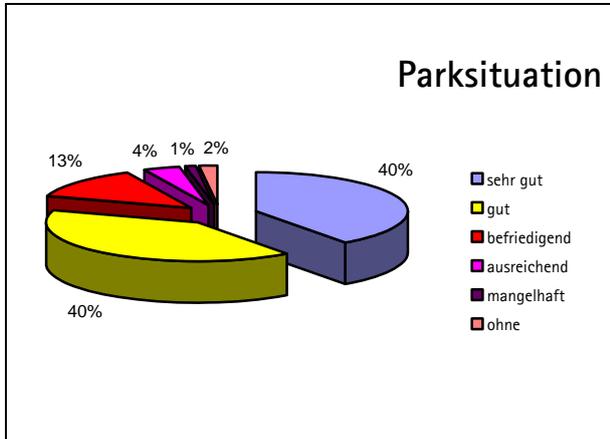
Insgesamt 303 Nennungen



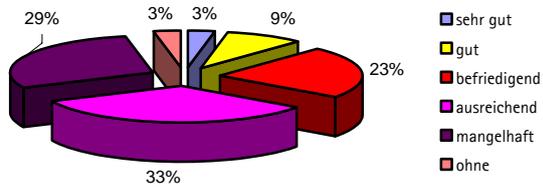
- ➔ **Fehlende attraktive Einkaufsmöglichkeiten** 153 Nennungen
- ➔ **Alte Münsterstraße / geteilte Fußgängerzone** 32 Nennungen
- ➔ **Fehlende Gastronomie, Events, Kino, Disco** 31 Nennungen
- ➔ **Fehlende Passagen, gute Architektur + Platzgestaltungen** 31 Nennungen

Frage 3:

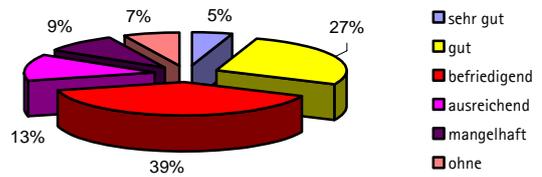
Wie beurteilen Sie folgende Punkte in Grevens Innenstadt?



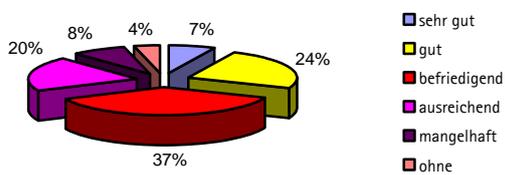
Angebotsvielfalt



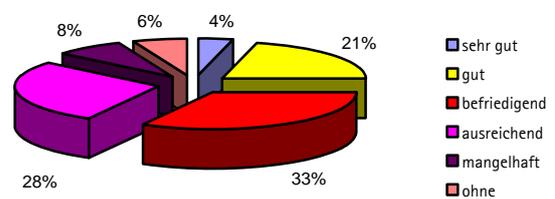
Kinderfreundlichkeit



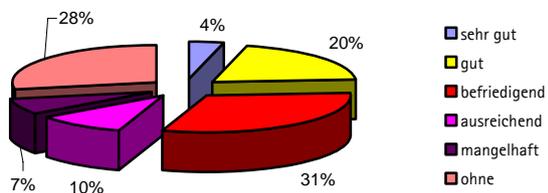
Begrünung



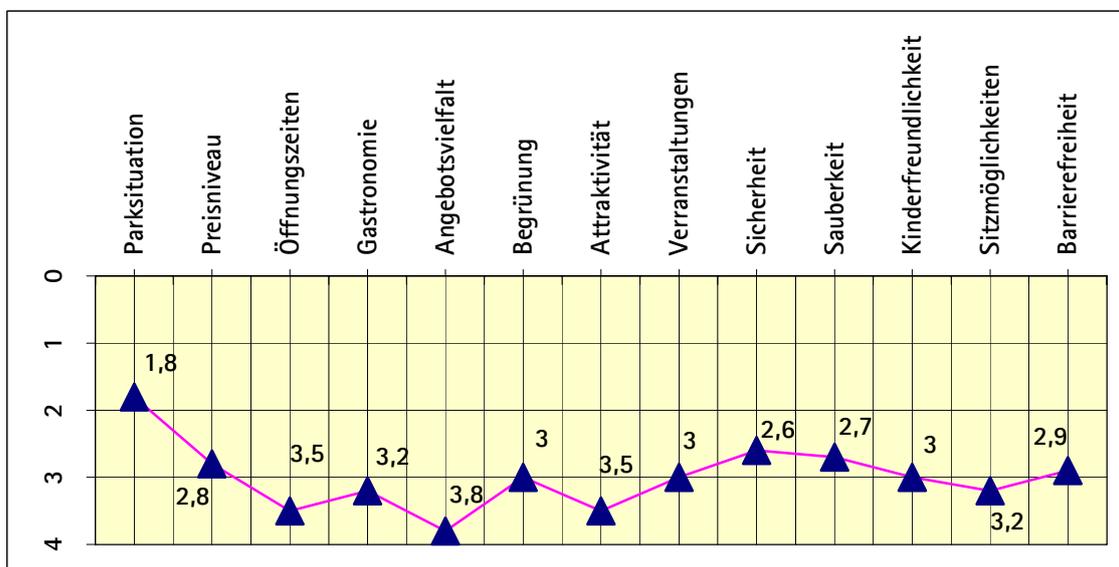
Sitzmöglichkeiten



Barrierefreiheit



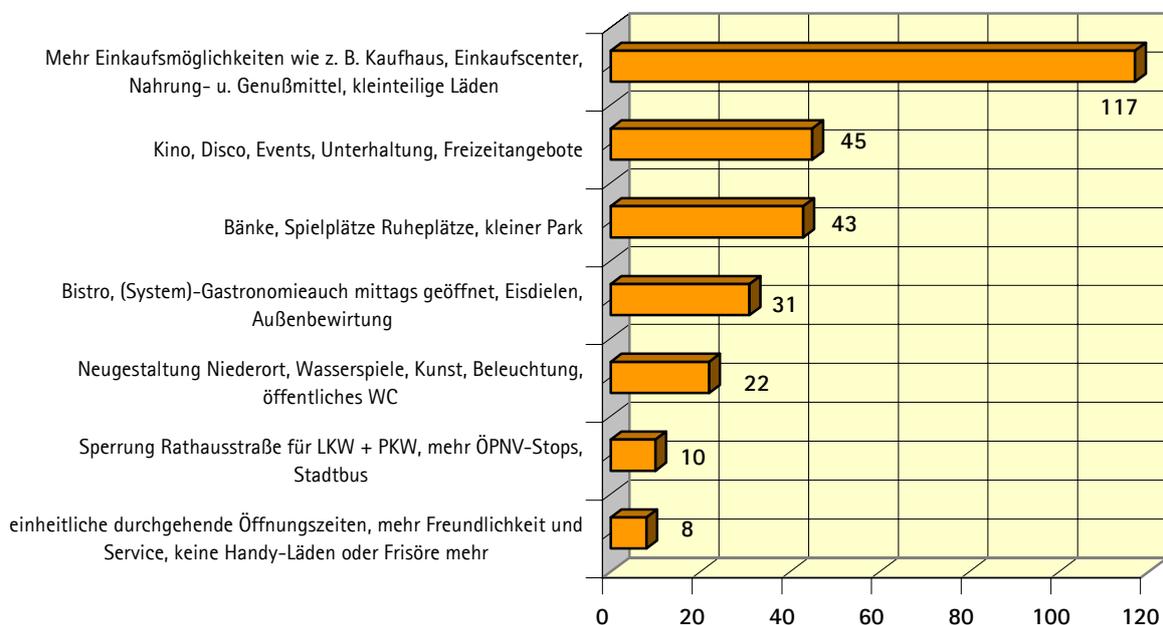
Gesamtdurchschnitt: 3,0



Frage 4:

Was würden Sie gerne in der Innenstadt haben, wenn Sie es sich ganz frei aussuchen könnten?

Insgesamt 276 Nennungen



- ➔ Gute Einkaufsmöglichkeiten werden gewünscht.
- ➔ Veranstaltungen, Gastronomie, Sitzgelegenheiten werden sehr geschätzt.

Frage 5:

Lust auf „Alte Münsterstraße“?

Insgesamt 243 Nennungen

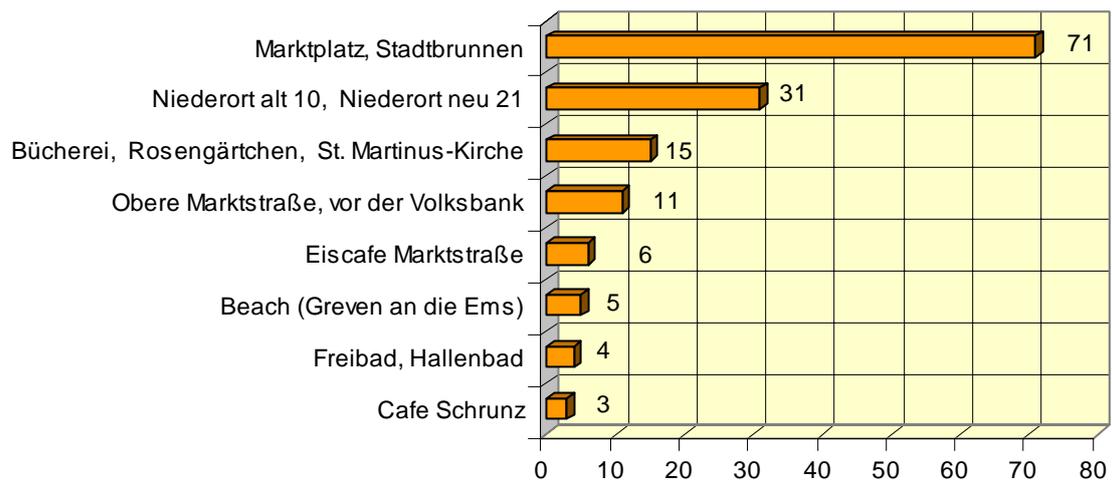


- ➔ Attraktive und vielfältige Geschäfte sowie Gastronomie sind besonders wichtig.
- ➔ Schaffen einer interessanten Einkaufsatmosphäre.

Frage 6:

Welcher Platz in Grevens Innenstadt gefällt Ihnen am besten?

Insgesamt 162 Nennungen

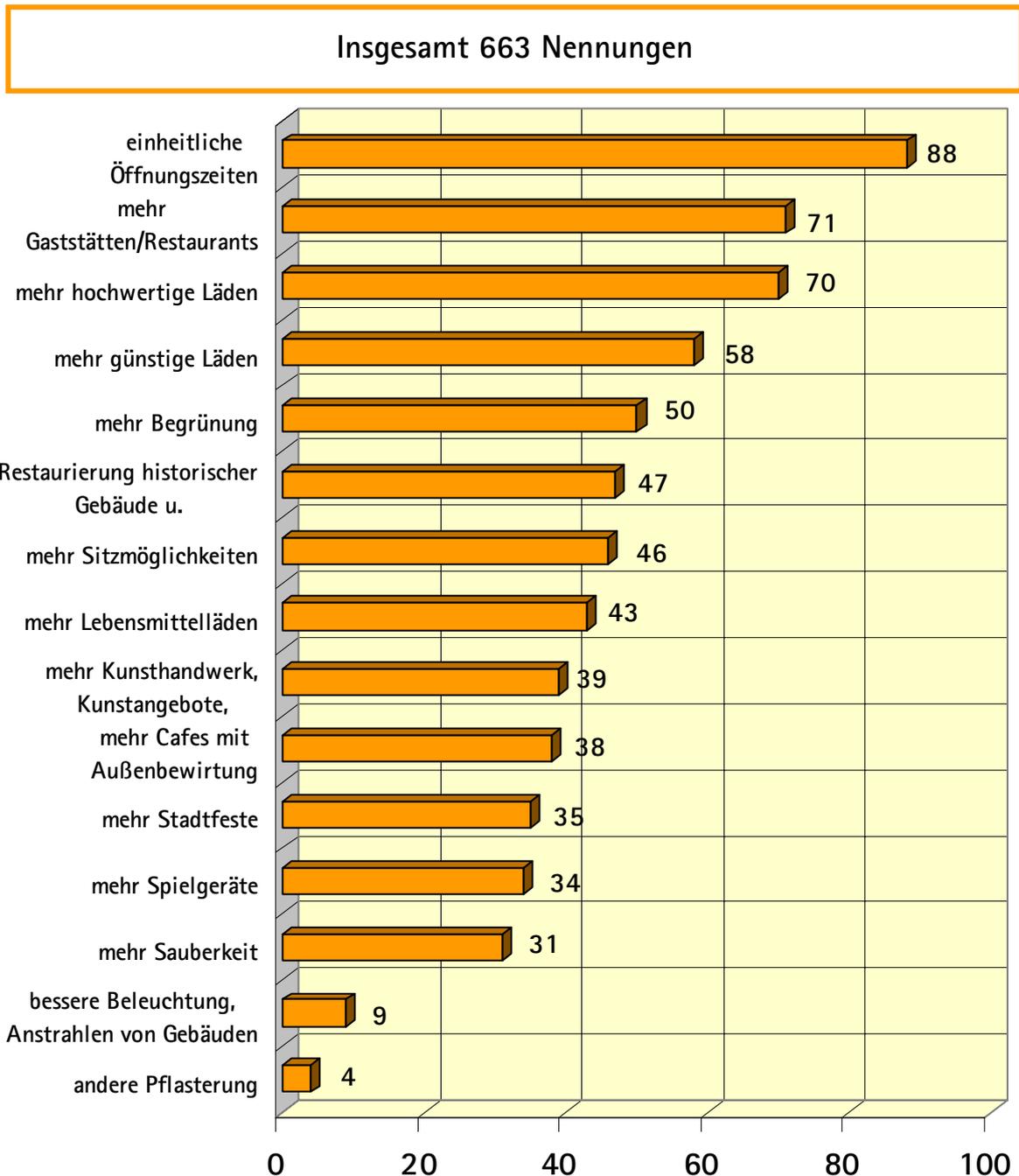


Sonstige Geschäfte/Betriebe mit 1 oder 2 Nennungen: 16

- ➔ Besonders der Marktplatz mit Brunnen
- ➔ aber auch Niederort und die Bücherei, St. Martinus-Kirche
- ➔ sowie die obere Marktstraße haben eine starke Position.

Frage 7:

Was ist zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt am wichtigsten?

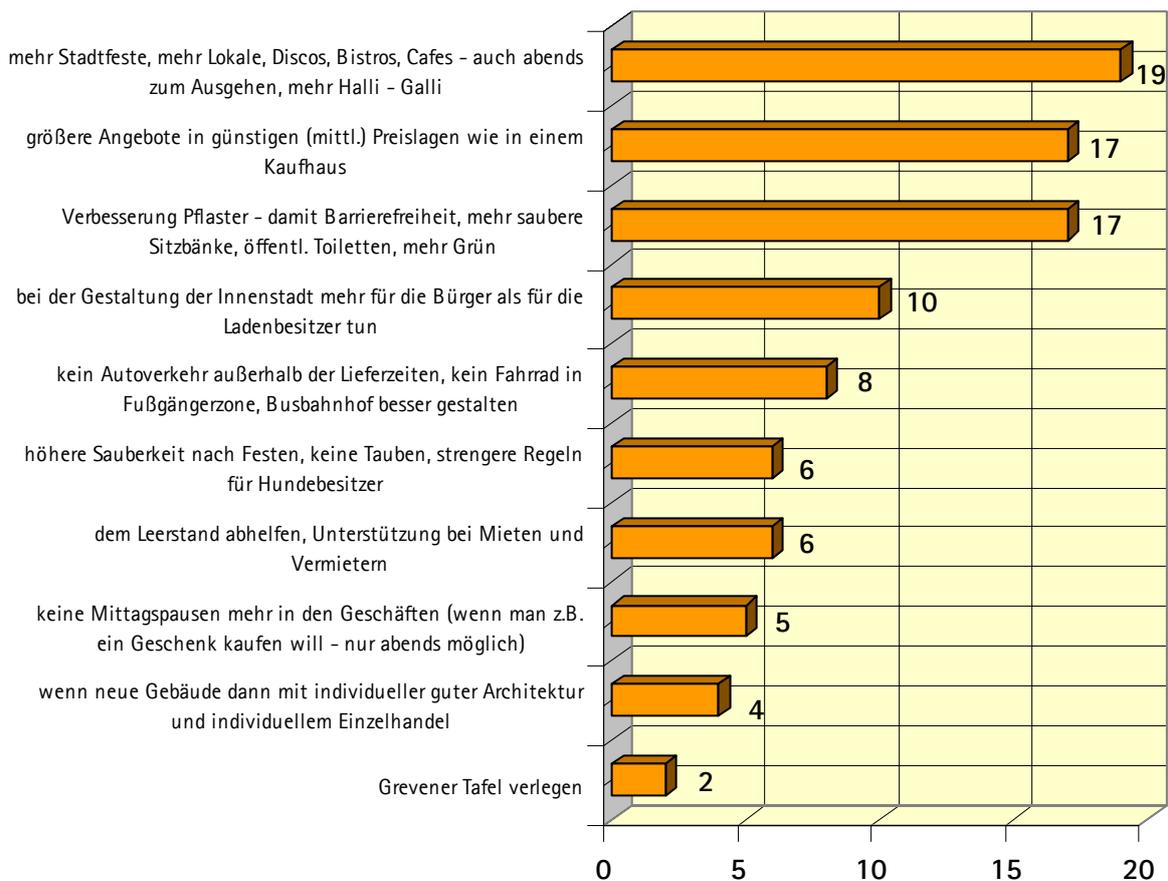


Neben dem reinen Warenangebot werden die umfeldbezogenen Wohlfühlfaktoren wie einheitliche Öffnungszeiten, Stadtbild, Gastronomie und Veranstaltungen sehr stark geschätzt.

Frage 8:

Möchten Sie noch etwas zu den ausgewählten Möglichkeiten mitteilen?

Insgesamt 101 Nennungen

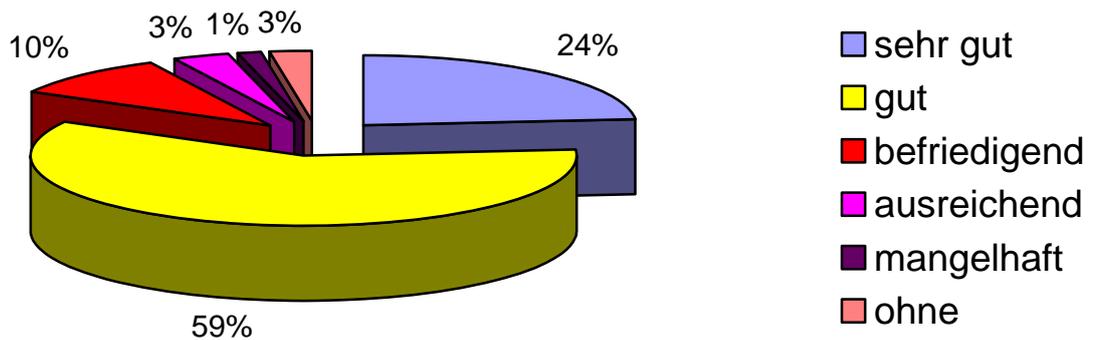


Weitere 7 Einzelnennungen von Geschäften/Betrieben

Hauptpunkte der Verbesserung sind Veranstaltungen und Gastronomie, gefolgt von größeren Kaufangeboten und besserer Barrierefreiheit / Ruhemöglichkeiten.

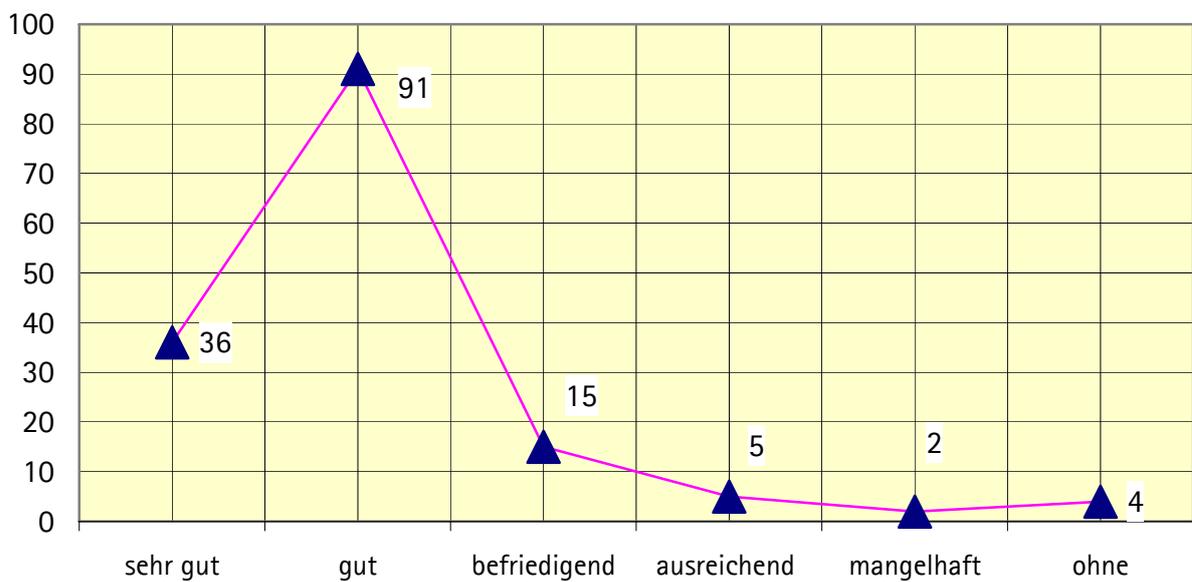
Frage 9:

Wie gut ist die Innenstadt erreichbar.?



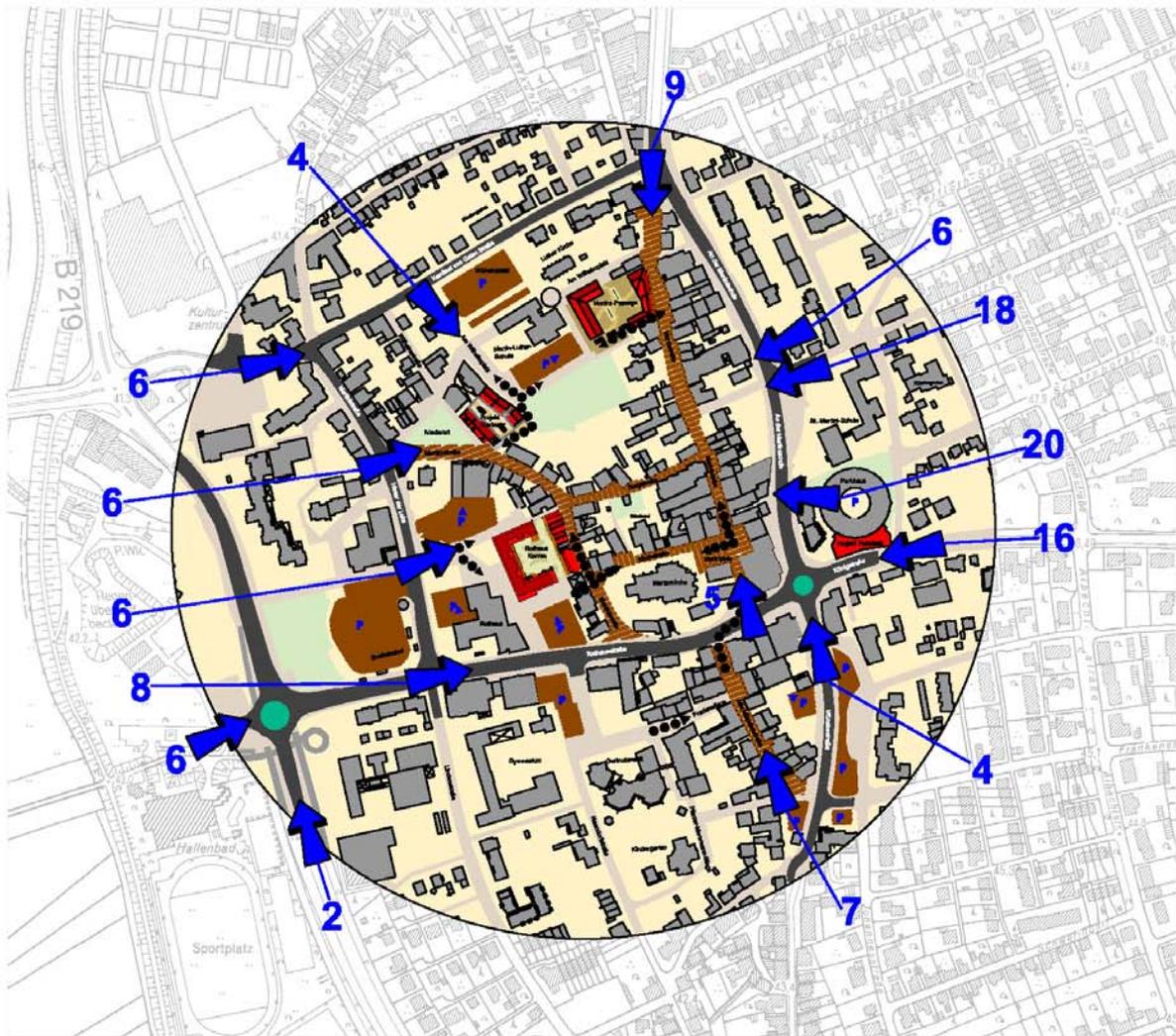
Durchschnittsnote 1,9

Anzahl der Nennungen



Frage 10:

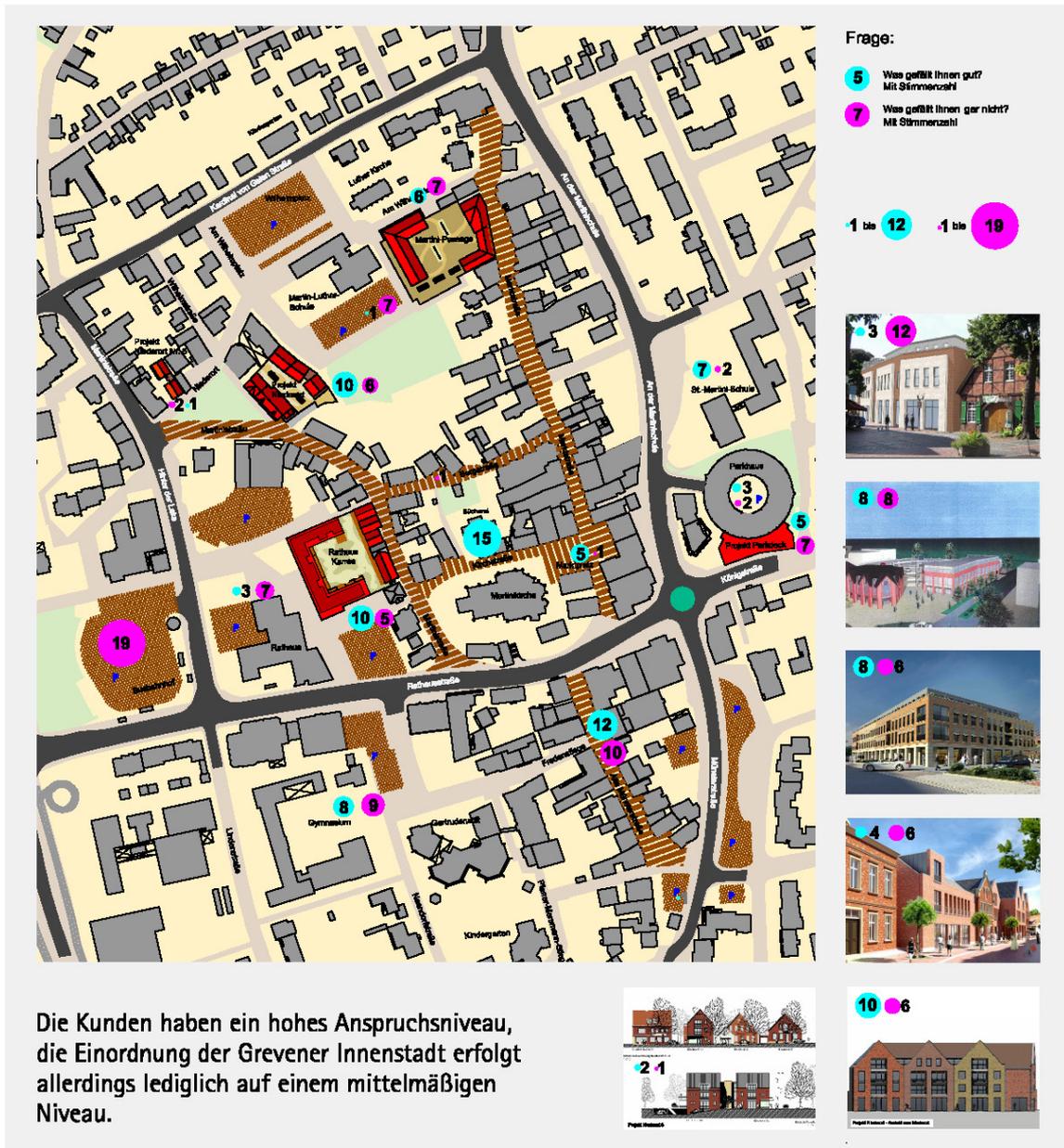
Bitte markieren Sie auf der Karte von wo aus Sie am häufigsten die Innenstadt betreten.



Bei 118 Nennungen sind 38 Befragte aus Westen und 80 Befragte aus Osten gekommen.

Auswertung:

Ihre Meinung ist gefragt!



Was gefällt Ihnen gut?

Was gefällt Ihnen gar nicht?

1 bis 12

1 bis 19

Mit 15 Nennungen gefällt die Bücherei gut.

Mit 19 Nennungen gefällt der Busbahnhof gar nicht.

3. Zusammenfassendes Stärken-Schwächen Profil der Greverer Innenstadt

Aus der Bestandsanalyse des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts und dem Befragungsergebnis lassen sich die Projektfelder ersehen, die am dringlichsten bearbeitet wer-

den müssen. Sie werden in einem Stärken-Schwächen Profil der Innenstadt formuliert.

Stärke-Schwächen-Profil der Greverer Innenstadt

	Stärken	Schwächen
Branchenmix	<u>Ausreichend:</u> Schuhgeschäfte, Floristik, Buchhandlung, Drogeriemärkte	<u>Zu viel:</u> Telefonläden, Billigläden, <u>Zu wenig oder fehlt ganz:</u> Elektrofachmarkt, Lebensmittelvollsortimenter
Einzelhandelsstruktur	<u>Ausreichend:</u> Magnetbetriebe Ahlert und Wieschhörster in Oberbekleidung, kleine Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> • Es fehlen ein weiterer Magnet wie ehemals Magnus und größere Geschäfte, starke Konkurrenz durch Münster, geteilte Fußgängerzone (Marktstraße - Alte Münsterstr.) • mehrheitlich kleinstrukturierte Ladeneinheiten • hohe Leerstandsquote in der Alten Münsterstr.
Verkehrliche Erreichbarkeit / Parken	<ul style="list-style-type: none"> • Leistungsfähiger Innenstadtring • Wenig Einbahnstraßen • Umfangreiche Parkmöglichkeiten entlang des Innenstadtrings • Parkzufahrten kollidieren kaum mit dem Fuß- und Radwegenetz 	Wenig Ausweichmöglichkeiten bei Stadtfesten

Architektur / Öffentlicher Raum	<ul style="list-style-type: none"> • Wertvolle Gebäude zum Teil hochwertig saniert. • Attraktive Erlebnisräume durch Plätze 	<ul style="list-style-type: none"> • Zum Teil Stadtmöblierung uneinheitlich und nicht ausreichend gepflegt. • Zum Teil unverfugtes Kopfsteinpflaster (eingeschränkte Nutzbarkeit) • Kinderspielplätze verbesserungsfähig • Begrünung verbesserungsfähig • Zu wenig behindertengerechte (öffentliche) Toiletten
Fußwegbeziehungen / Rundlauf	<p>Die Innenstadt verfügt über eine Vielzahl von Fußwegeverbindungen, die Haupteinkaufslage liegt innerhalb der Fußgängerzone und ist aufgrund der Gehfläche und der geringen Steigung sehr gut zum Bummeln geeignet.</p>	<p>Rundlauf nicht vollständig vorhanden, Trennung der Fußgängerzone durch stark befahrene Rathausstraße, große Distanz zwischen Nord- und Südenseite der Fußgängerzone.</p>

4. Wie geht es weiter?

Die Erhebungen zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept sind abgeschlossen. Am 29. April 2010 wurde der Entwurf des Gutachtens im Ausschuss für Stadtentwicklung und Umwelt vorgestellt. Im Rahmen einer Bürgerversammlung am 6. Mai 2010 werden die Ergebnisse des Konzeptes und die Auswertung der Bürgerbefragung der interessierten Öffentlichkeit vorgestellt.

Bei der Auswertung der Fragebögen wurde bei folgenden Themen Diskussionsbedarf erkannt:

- Stadtgestaltung
- Mobilität
- Marketing und Kommunikation

5. Handlungsfelder und Bausteine für die Innenstadtentwicklung, die sich aus der Auswertung der Fragebögen ergeben



5.1 Stadtgestaltung

Bereits seit Beginn der Stadtsanierung im Jahr 1975 beschäftigt sich die Stadt Greven mit der Verbesserung der städtebaulichen Strukturen innerhalb der Kernstadt. Dies wurde mit der Broschüre und der öffentlichen Veranstaltung „Stadt Greven – Innenstadt mit Zukunft“ dokumentiert. Die Vielfalt möglicher Elemente und Handlungsfelder verweist auf den hohen Anspruch, der mit der Entwicklung der Innenstadt verbunden ist.

Barrierefreie Innenstadt

In der Grevener Innenstadt gibt es Bereiche, die für Menschen mit Behinderungen nur eingeschränkt zugänglich sind. Darum sollte ein Innenstadtführer in Form eines Faltblattes erstellt werden, mit dessen Hilfe sich Menschen vor allem mit Gehbehinderungen besser zu Recht finden. Dies wäre auch eine konkrete Marketingmaßnahme. Darüber hinaus werden regelmäßig Begehungen mit dem Beirat für Menschen mit Behinderung

und dem Seniorenbeirat durchgeführt, um die individuellen Probleme vor Ort im Detail zu erkennen.

Anbindung Alte Münsterstraße

Eine gut funktionierende Verbindung von Marktstraße und Alter Münsterstraße ist eine der wesentlichen Voraussetzungen für eine bessere Integration der Alten Münsterstraße in das Netz der Fußgängerzone. Der Übergangsbereich muss attraktiv gestaltet werden. Hier kann durch eine besondere Beleuchtung und Markierung die unmittelbare Anbindung an die Marktstraße und die Fortführung der Fußgängerzone deutlich werden.

Spielgeräte und kindergerechte Innenstadt

In der Innenstadt gibt es für Kinder zu wenig Spielplätze oder andere Möglichkeiten, um zu spielen, zu toben oder sich auszuruhen. Hier gab es in der Vergangenheit Ansätze, die wieder fortgeführt werden sollen. Dabei soll das Sponsoring von einzelnen Spielgeräten geprüft werden. Wasserspielgeräte zum Beispiel am Niederort könnten thematisch mit der Ems in Verbindung gebracht werden. Auch andere Spielgeräte dürfen durchaus einem künstlerischen und pädagogischen Anspruch gerecht werden.

Pflasterung

Probleme mit Natursteinpflastern in Innenstädten sind bekannt, so auch an einigen Stellen in Greven. Deshalb werden an wesentlichen Stellen häufig die Fugen saniert. Nach wie ist die Verwaltung davon überzeugt, dass an bestimmten Stellen wie Marktplatz oder Martinikirche auch zukünftig Natursteine verwendet werden sollen.

Toiletten

Die Errichtung und Pflege einer Behinderten gerechten Toilettenanlage im Bereich Park-

deck/Obere Marktstraße wird für dringend erforderlich gehalten. Dem steht entgegen, dass aufgrund des erheblichen Vandalismus und der Nutzung beispielsweise auch durch Drogenabhängige eine Einrichtung öffentlicher Toilettenanlagen ohne Aufsichtspersonal kaum gangbar ist. Der Betrieb durch die Stadt ist zu teuer. Derzeit ist die einzige Lösung, dass Einzelhändler und Gastronomen ihre Toilettenanlage auch für Nicht-Kunden gegen Entgelt zur Verfügung stellen. Ggf. ist das Thema „Öffentliche Toilette“ beim angestrebten Aufstocken des Parkdecks wieder „aufzufrischen“.

Sitzgelegenheiten

Übereinstimmung besteht, dass generell ausreichend Sitzgelegenheiten ohne Verzehrzwang vorhanden sein müssen. Insbesondere vor einer schönen Kulisse oder auf stark frequentierten Plätzen bzw. in den Hauptlaufwegen ist ein entsprechendes Angebot besonders beliebt und soll entsprechend ausgebaut werden.

Verbindung zur Ems

Zahlreiche Maßnahmen können genutzt werden, um die Erlebbarkeit der Ems und die Sommerveranstaltungen „Greven an die Ems“ noch stärker für die Stadt zu nutzen. Beispielsweise könnte der Fußweg vom Marktplatz zur Ems durch eine entsprechende Beleuchtung betont werden.

Sauberkeit

Im Straßenraum wird weitgehend auf Sauberkeit geachtet. Defizite entstehen zum Teil durch Taubenkot. Auch wird an die Verantwortung der Hundebesitzer appelliert. Da frühere Versuche mit dem Aufstellen von Tütenspendern in Reckenfeld, aber auch in anderen Städten keinen Erfolg gehabt haben, hilft hier auch zukünftig nur der Appell an die Eigenverantwortung der Hundebesitzer.

Vandalismus

Als besonders respektlos werden Graffiti am Ehrenmahl empfunden, aber Vandalismus und Graffiti lassen sich nicht vollständig unter Kontrolle bringen. Hier könnten alternative Angebote für Jugendliche bereitgestellt werden, wie dies auf der Landseite am Emsdeich im Bereich Hallenbad schon geschieht.

Öffentliche Beleuchtung

Die öffentliche Beleuchtung in der Innenstadt wird zum Teil als veraltet angesehen. Das kann daran liegen, dass die Lampenmasten vor ca. 10 Jahren blau gestrichen wurden und heute teilweise „Gebrauchsspuren“ aufweisen. Es wird angeregt, die Lampenmasten wieder farbig auf die sonstige Möblierung der Innenstadt wie Papierkörbe und Fahrradständer abzustimmen. Die Gestaltungsmöglichkeiten von künstlichem Licht werden in der Grevener Innenstadt bei St. Martinus und beim Ballenlager wirkungsvoll eingesetzt. Weitere prägnante Gebäude und Plätze könnten ebenfalls noch stärker ausgeleuchtet werden.

Öffentliches Grün

In der Grevener Innenstadt tritt das Grün etwas in den Hintergrund, da die dicht bebaute und kleinteilige Struktur nicht viel Platz für größere Freiräume lässt. Dennoch können pflegeintensive Beete und Bäume durch Neupflanzungen von Bäumen in angemessenen Baumscheiben ersetzt werden. Neue Bäume können gruppenweise gepflanzt werden, sodass sich das Erscheinungsbild nach und nach verbessert.

Im privaten Bereich fallen weitere kleine Grünoasen ins Auge. Auffällig ist aber auch, dass Innenstadtbewohner und Ladenbesitzer und hier besonders die Blumenläden ihre Eingangsbereiche liebevoll mit Pflanzen ausgestalten.

Gestaltungsleitfaden „Tisch – Stuhl – Sonnenschirm“

Im Rahmen der Veranstaltung „Innenstadt mit Zukunft“ wurde ein Gestaltungsleitfaden für die Außengastronomie mit dem Titel „Tisch-Stuhl-Sonnenschirm“ erarbeitet und öffentlich vorgestellt. Die Absicht ist eine weitgehend einheitliche Gestaltung der Außenmöblierung. Bei Vergaben von Sondernutzungen für die Außengastronomie ist der Leitfaden einzuhalten.

Schaufenstergestaltung

In der Grevener Innenstadt gibt es zahlreiche Beispiele für attraktive Ladenfassaden und Schaufenstergestaltungen. Aber auch Leerstände kommen nahezu zwangsläufig in einer Innenstadt vor. Bei Leerständen wird angeregt, das Erscheinungsbild so zu verbessern, dass die Schaufenster als Informationsfenster oder Ausstellungsfenster, beispielsweise zur Darstellung von stadtgeschichtlichen Aspekten oder von besonderen Persönlichkeiten der Stadt, genutzt werden, damit einen keine „toten Augen“ anschauen oder unkontrollierte Plakatierung stattfindet.

Zusammenfassung

Zusammenfassend ergeben sich insbesondere Ansatzpunkte bei den Themen: Behindertenfreundlichkeit, Aufenthaltsqualität, Sauberkeit, Beleuchtung, Spielgeräte und Sitzgelegenheiten, Gestaltung der öffentlichen Plätze und Verbindung zur Ems.

Außerdem sollten der Ansatz „Öffentliche Toilette“ am Parkdeck und für die Außengastronomie das Konzept „TischStuhl-Sonnenschirm“ weiter verfolgt werden.

5.2. Mobilität

Die überregionale Verkehrsanbindung von Greven wird v. a. durch die B 481 und B 219 sowie die Anbindung an die Autobahn A 1 bestimmt. Vom überörtlichen Netz aus kann die Innenstadt über einen leistungsfähigen Innenstadtring mit Anbindungen an die Bundesstraßen erreicht werden. Positiv ist, dass unmittelbar vom Innenstadtring aus eine Vielzahl von guten Parkmöglichkeiten am Rand der Innenstadt erreichbar sind (z. B. Parkdeck, Wilhelmplatz, Rathausplatz). Darüber hinaus gibt es weitere Parkplätze

(z. B. Martinistraße) die sich noch näher an den Hauptgeschäftslagen befinden. Durch die umfangreichen Parkmöglichkeiten am Rande der Innenstadt wird Parksuchverkehr in der Haupteinkaufslage vermieden und eine hohe Aufenthaltsqualität in der Innenstadt gewährleistet. Gerade im ländlichen Raum und damit auch in Greven hat die Autokundenorientierung und die verkehrliche Erreichbarkeit einen besonders hohen Stellenwert für den Innenstadthandel.

5.3. Marketing und Kommunikation

Kernöffnungszeiten

Die Kernöffnungszeiten in der Grever Innenstadt werden von den Einwohnern überwiegend negativ wahrgenommen. Grundsätzlich sind sich alle einig, dass einheitliche Kernöffnungszeiten wünschenswert sind. Hinsichtlich der Realisierbarkeit werden aber vielfältige Probleme angesprochen, wie beispielsweise branchenspezifische Unterschiede. Auch die teilweise praktizierte Mittagspause nicht nur bei einigen Einzelhandelsgeschäften, sondern auch bei Dienstleistungs- und öffentlichen Einrichtungen, wie z. B. bei der Poststelle, steht bei der negativen Wahrnehmung in der Öffentlichkeit ganz oben. Eine gemeinsame verlässliche Kernöffnungszeit und deren schrittweise Ausdehnung kann eine Verbesserung für die Kunden darstellen. Dies scheint vor dem Hintergrund des veränderten Kundenverhaltens zwingend geboten, um für die künftige Entwicklung gut gerüstet zu sein. Denn die Kunden haben heute höhere Ansprüche, sind mobiler und bequemer, nicht zuletzt, weil sie mehr Vergleichsmöglichkeiten mit anderen Handelsstandorten haben.

Bei einer Erweiterung der Öffnungszeiten muss natürlich berücksichtigt werden, dass

für die inhabergeführten Ein-Mann-Betriebe längere Öffnungszeiten und ein Verzicht auf die Mittagspause kaum möglich sein werden.

Standzeiten Wochenmarkt

Der Wochenmarkt erweist sich vor allem an den Samstagen als wichtiger Frequenzbringer für die Innenstadt. Hier



kann geprüft werden, ob zeitliche und räumliche Ausdehnungen des Marktes Verbesserungen für den Handel insgesamt in der Innenstadt bringen.

Anreizsysteme für Kunden

Die kompakte Innenstadt von Greven hat die Chance, sich als „Innenstadt zum Wohlfühlen“ zu entwickeln. Hierzu gehören ein guter Kundenservice, wie die Möglichkeit zum Ausleihen von Regenschirmen und ein vertrauensvoller Umgang mit den Kunden ebenso, wie eine starke Vernetzung zwischen Einzelhandel, Dienstleistung und Kultur.

6. Masterplan zur Weiterentwicklung der Grevener Innenstadt

Aus der Auswertung der Fragebögen und dem resultierenden Stärken-Schwächen-Profil der Grevener Innenstadt lassen sich fünf wesentliche Oberziele zur Weiterentwicklung der Grevener Innenstadt formulieren:

1. Das bestehende Einzelhandelsangebot soll durch einheitliche Öffnungszeiten attraktiver werden.
2. Das Stellplatzangebot an der Alten Münsterstraße soll verbessert werden.
3. Das Fußwegenetzes soll als Rundlauf optimiert und dadurch die Innenstadt besser erlebbar werden.
4. Der öffentliche Raum soll durch die Gestaltung von Plätzen und Grün-

flächen aufgewertet und die Ems besser angebunden werden.

5. Marketing und Kommunikation sowie Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomieangebote sollen weiterentwickelt werden.

Weitere Einzelhandelsvorhaben sollen auf der Grundlage des Einzelhandelsgutachtens räumlich gesteuert werden.

Zum Erreichen der Oberziele werden nachfolgend konkrete Maßnahmen in den einzelnen Handlungsfeldern vorgestellt. Welche Maßnahmen dabei Priorität haben und in welcher Abfolge sie umgesetzt werden sollen, ist letztlich nicht entscheidend, da es um die Maßnahmen in der Gesamtheit geht.



7. Maßnahmen und Handlungsfelder

Tabelle 1: Attraktivierung des bestehenden Einzelhandelsangebotes						
Nr.	Maßnahme	Priorität	Strategie/Arbeitsschritte	Zeit	Verantwortung	Beteiligte
1	Einheitliche, verlässliche, kundenfreundliche Kernöffnungszeiten	mittel	Weitgehende Aufgabe der Mittagspause; Ausnahme: 1-Mann-Betriebe	kurzfristig	GfW	Händler; Dienstleister

Tabelle 2: Verbesserung der Verkehrs- und Parksituation						
Nr.	Maßnahme	Priorität	Strategie/Arbeitsschritte	Zeit	Verantwortung	Beteiligte
1	Optimierung des Stellplatzangebotes für die Alte Münsterstraße	hoch	Ergänzen der öffentlichen Stellplätze durch Bereitstellen der privaten Stellplätze, jedoch Parkzeitbegrenzung	kurzfristig	GfW	Händler, Dienstleister

Tabelle 3: Optimierung des Fußwegenetzes und Erlebbarkeit						
Nr.	Maßnahme	Priorität	Strategie/Arbeitsschritte	Zeit	Verantwortung	Beteiligte
1	Anbindung Niederort an die Marktstraße	hoch	Verbesserung der fußläufigen Vernetzung vom Niederort zur Marktstraße durch Kührtrog und Martinipassage	kurzfristig	GfW	Händler, Dienstleister
2	Anbindung Alte Münsterstraße an die Marktstraße	hoch	Verbesserung und Attraktivierung des Überganges von der Alten Münsterstraße zur Marktstraße	kurzfristig	Stadt Greven	GfW

3	Verbindung der Einkaufs- und Tourismuswegenetze	mittel	Verbesserung der Verbindung zum Emsdeich	mittelfristig	Stadt Greven	GfW
4	Stärkere Erlebbarkeit der Ems	hoch	Verbesserung und Attraktivierung des Weges von der Fläche „Greven an die Ems“ über Hinter der Lake – Bergstraße – zur Marktstraße und Marktplatz	kurzfristig	Stadt Greven	

Tabelle 4: Aufwertung des öffentlichen Raums

Nr.	Maßnahme	Priorität	Strategie/Arbeitsschritte	Zeit	Verantwortung	Beteiligte
1	Nutzungskonzept für die Plätze <ul style="list-style-type: none"> • Niederort • Trau-Dich-Platz • Fritz-Pölking-Platz 	hoch	<i>Beispiel:</i> Neugestaltung des Niederortes (Kastanien, Spielgeräte, Wasserspiele)	kurzfristig	Stadt Greven	Anlieger
2	Attraktivierung der Innenstadteingänge	hoch	Einladendere Gestaltung des nördlichen und südlichen Einganges der Marktstraße, des südlichen Einganges Alte Münsterstraße vom Parkdeck aus	mittelfristig	Stadt Greven	
3	Installation/Erneuerung von Spielmöglichkeiten	mittel	Auswahl geeigneter Arten und Materialien von Spielgeräten	mittelfristig	Stadt Greven	
4	Attraktivierung der Außengastronomie	mittel	Einhalten des Gestaltungsleitfadens	laufend	Stadt Greven	Gastronomie

5	Verbesserung der Haltbarkeit und Benutzbarkeit der Bodenbeläge	hoch	Regelmäßige Pflege des Kopfsteinpflasters, v. a. Sanierung der Fugen	laufend	Stadt Greven	
6	Barrierefreie Innenstadt	hoch	Maßnahmen zur Verbesserung der Barrierefreiheit in der Innenstadt, wie: barrierefreie Zugänge zu Läden und Gastronomie; regelmäßige Vor-Ort-Begehungen mit dem Beirat für Menschen mit Behinderungen und dem Seniorenbeirat zur Problemerkennung im Detail	laufend	Stadt Greven	
7	Sauberkeitsoffensive	hoch	Regelmäßige Säuberung der Stadtraummöblierung (Abfalleimer, Lampenmasten etc.) von Graffiti u. ä.	laufend	Stadt Greven	
8	Beleuchtungsoffensive	mittel	Erarbeitung eines ganzheitlichen Beleuchtungskonzeptes für den öffentlichen Raum unter Berücksichtigung der Aspekte: Sicherheit, Aufenthaltsqualität, Erlebbarkeit, Orientierung, Vandalismusschutz, Verbindung zur Emsaue, Schaufensterbeleuchtung	laufend	Stadt Greven	

Tabelle 5: Weiterentwicklung Marketing und Kommunikation

Nr.	Maßnahme	Priorität	Strategie/Arbeitsschritte	Zeit	Verantwortung	Beteiligte
1	Neue Organisationsstrukturen Immobilien-Standort-Gemeinschaften (ISG)	hoch	Optimierung der Kommunikation zwischen Stadt, Einzelhändlern und Eigentümern	kurzfristig	GfW	Händler, Eigentümer
2	Stärkere gegenseitige Befruchtung von Wochenmarkt und Einzelhandel	mittel	Gemeinsame Aktionen in der Innenstadt	mittelfristig	GfW	Marktbesucher, Händler, Greven Marketing
3	Offensive Vermarktung der Grevener Innenstadt	hoch	Womit kann man „wuchern“? Flair/Ambiente Gute Erreichbarkeit Gute Parkmöglichkeiten Aktivitätenkopplung wie: Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung, Kultur, Barrierefreiheit	laufend	GfW, Greven Marketing	
4	Image der Grevener Innenstadt in den Medien	mittel	Vermittlung von stadtplanerischen Zusammenhängen; Betonung der positiven Aspekte; positive Außendarstellung von Maßnahmen	laufend	Stadt Greven, Greven Marketing	GfW
5	Service-Offensive Innenstadt	mittel	„Stadt zum Wohlfühlen“ erleben	kurzfristig	Händler	GfW, Greven Marketing

6	Entwicklung von Nutzungsalternativen in der Alten Münsterstraße	hoch	Offensive Suche nach neuen Nutzungen für Ladenlokale, vor allem in der Alten Münsterstraße wie z. B.: Kunsthandwerk (Werkstatt mit Ausstellung); Büros, Praxen; Dienstleistungen; Gastronomie etc.	laufend	GfW	
7	Optimierung des Branchenmixes	hoch	Ansiedlung von Vollsortimenter und Verlagerung Discounter ins Zentrum; Ansiedlung eines Elektrofachmarktes als zusätzlichem Frequenzbringer	mittelfristig	GfW	Investoren
8	Aktives Flächen- und Leerstandsmanagement	mittel	Früherkennung von bevorstehenden Geschäftsaufgaben/ Leerständen frühzeitige Reaktion auf sich abzeichnende Veränderungen Förderung sinnvoller Zwischennutzungen wie: zusätzliche Ausstellungsfläche für andere Geschäfte/Künstler; Schaufenster als Informationsfläche	laufend aktualisieren	GfW	

8. Umsetzung und Fortschreibung

Die dargestellten Maßnahmen und Handlungsfelder für die Weiterentwicklung der Innenstadt und ihre Fortschreibung benötigen zu ihrer Umsetzung die Rücken- deckung durch die Politik. Neben den konkreten Vorschlägen für die Projekte und Einzelmaßnahmen einschließlich der Prio- ritätensetzung wird eine detaillierte Kosten- und Finanzierungsübersicht zu erarbeiten sein.

Die Maßnahmen werden gerade in der Wechselwirkung zwischen Konzeptent- wicklung und Umsetzungserfahrung ihre schärfere Kontur gewinnen. Deshalb sind die vorgeschlagenen Maßnahmen als flexibler Orientierungsrahmen angelegt. Im öffent-

lichen Diskurs über Erfolg, Misserfolg und Änderungsbedarf muss man sich verständigen und damit das Konzept - quasi als lernendes System mit lernenden Akteuren - an gewandelte Bedingungen anpassen. Die Umsetzungsstände oder Fortschreibungs- stationen werden in Berichten dokumentiert und dadurch allgemein nachvollziehbar.

Die Verwaltung ist überzeugt: Werden die lokalen Akteure nicht nur an der Entstehung und der weiteren Entwicklung von Projekten und Maßnahmen, sondern auch an deren Umsetzung beteiligt, kann dies zu einer Atmosphäre des Aufbruchs und zu einer stärkeren Identifizierung der Beteiligten und der Einwohner mit der Innenstadtentwick- lung insgesamt führen.

**Gemeinsam haben wir gute Aussichten,
auch im verschärften Wettbewerb zu bestehen.**



Herausgeber



Der Bürgermeister

Rathausstraße 6 | 48268 Greven

Telefon: (02571) 920-0 | Fax: (02571) 920-320

www.greven.net

© 2010 | Team Stadtentwicklung und Umwelt

Idee, Konzeption,
Auswertung, Skizzen

Klaus Dieter Kotz-Lörper | Stadt Greven

Fotografie

Fotoarchiv | Stadt Greven

Redaktion

Dr. Andrea Rauße-Rüther | Stadt Greven

Klaus Dieter Kotz-Lörper | Stadt Greven

Ausstellung

Rüdiger Lange | Stadt Greven

Gestaltung

Ulrike Rixen | Stadt Greven

Klaus-Dieter Kotz-Lörper | Stadt Greven

Druck

Albert Knüver | Hausdruckerei Stadt Greven