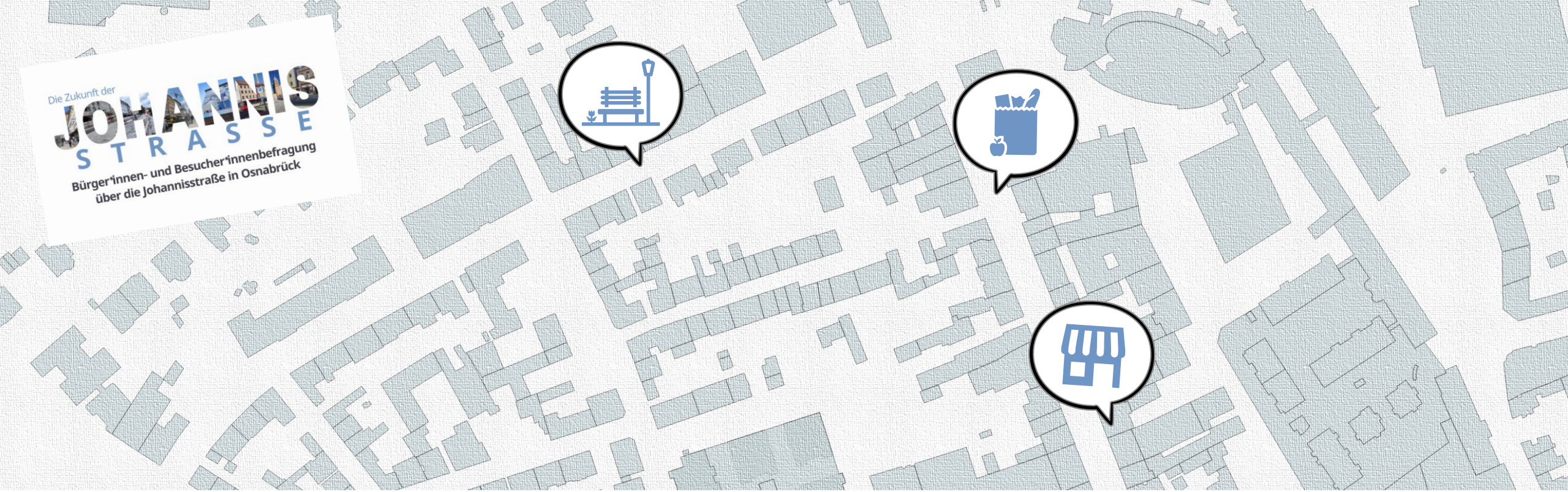


QUARTIERSMANAGEMENT JOHANNISSTRASSE/NEUMARKT

Ergebnisse der Online-Befragung - „**Die Zukunft der Johannisstraße**“
07. Dezember 2022

Petra Bammann (Projektleitung)
Marie Veltmaat (Beraterin und Quartiersmanagerin)

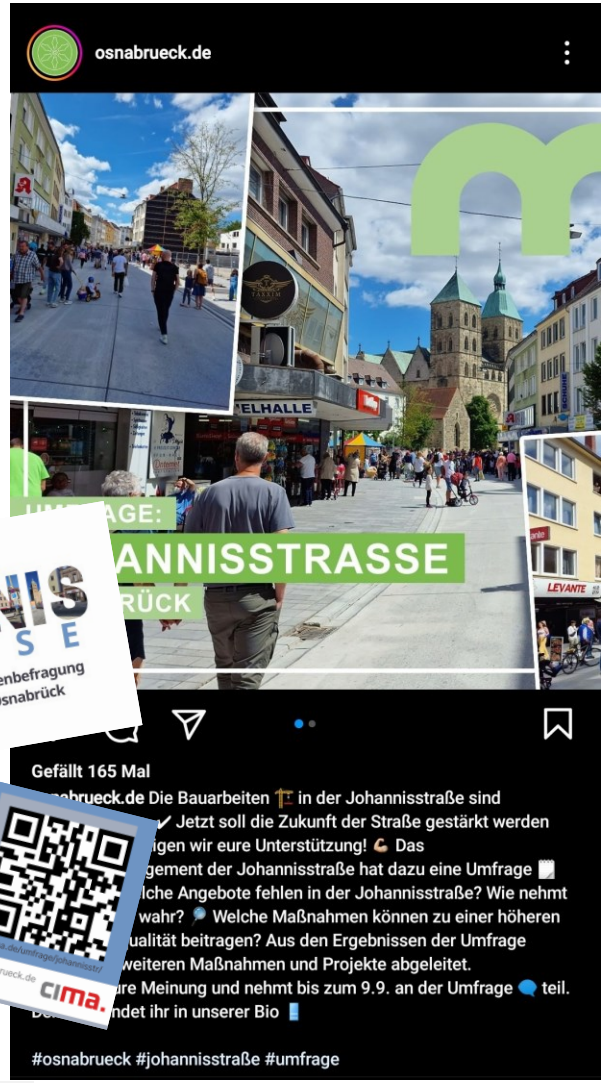
QUARTIERSMANAGEMENT JOHANNISSTRASSE

Marketing Osnabrück

cima.

Übersicht

Plakat, Visitenkarte mit QR-Codes und Social Media Bewerbung



Laufzeit vom 15.07. bis 09.09.2022

465 Teilnehmende

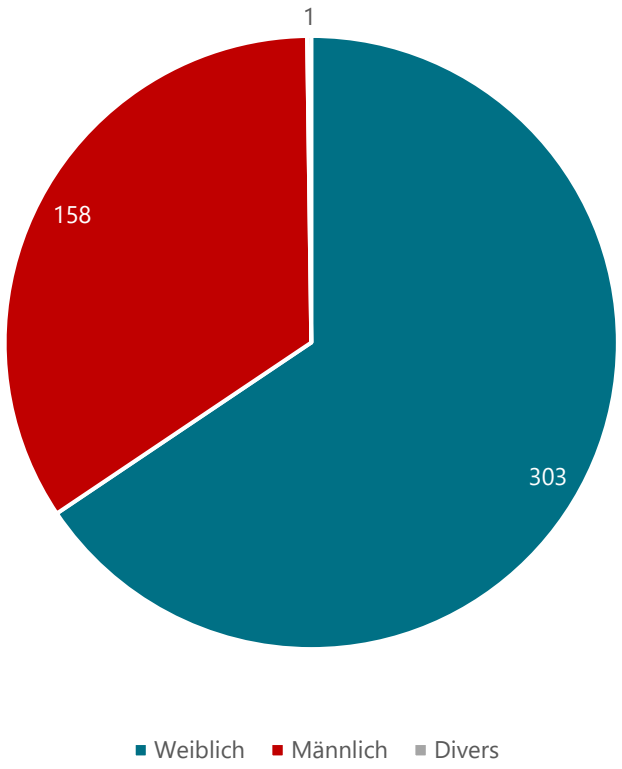
Online-Umfrage auf Landingpage des Quartiersmanagements eingebettet
Bewerbung über Presse, Plakate im Quartier sowie Social Media Kanäle der mO
+ Print-Fragebogen im Quartiersbüro

Themenblöcke: Demographische Angaben, Wahrnehmung IST-Zustand, Wünsche und Perspektiven

SOZIODEMOGRAPHISCHE ANGABEN

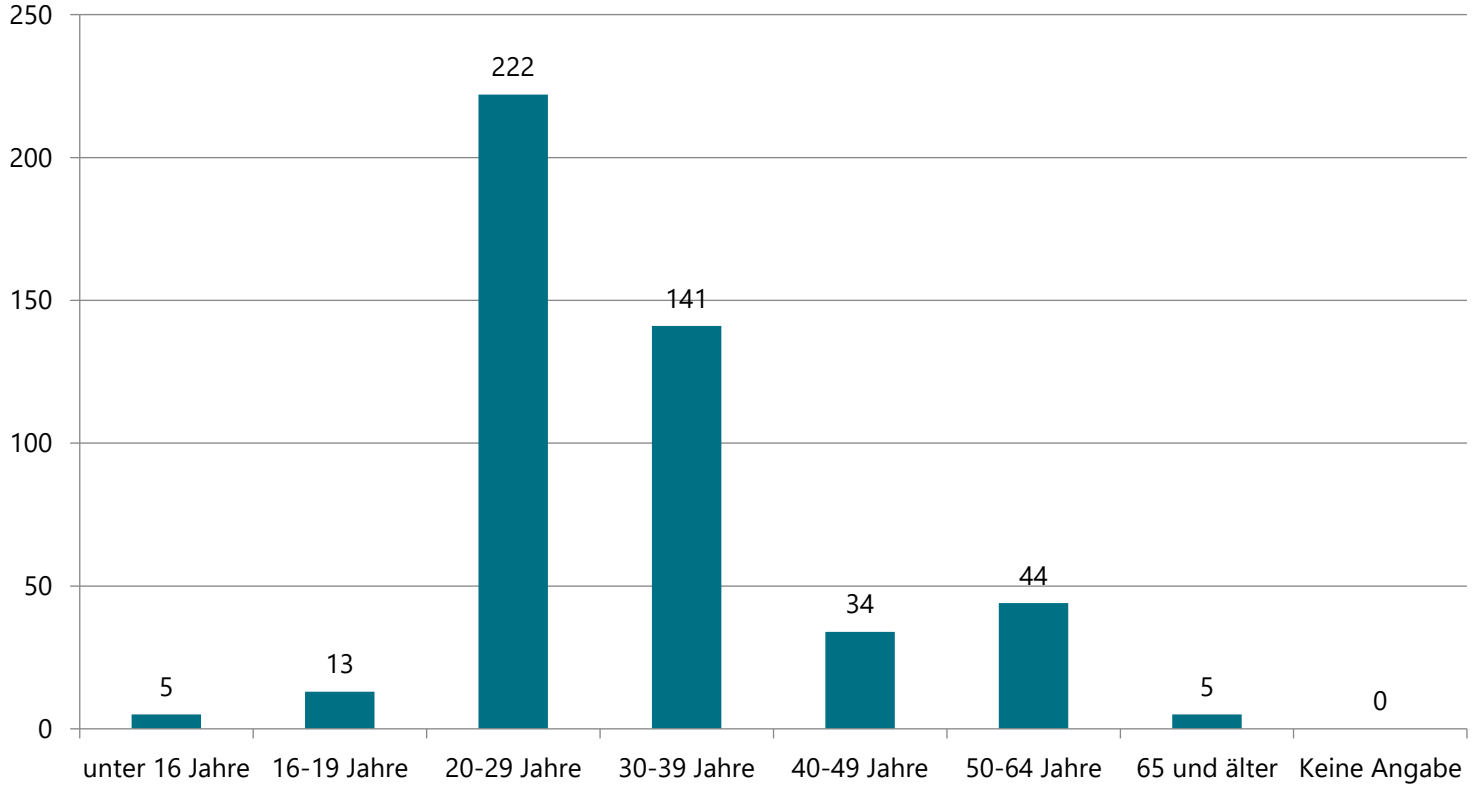
Online-Bürger*innenbefragung
Teil 1: Soziodemographische Angaben

Geschlecht



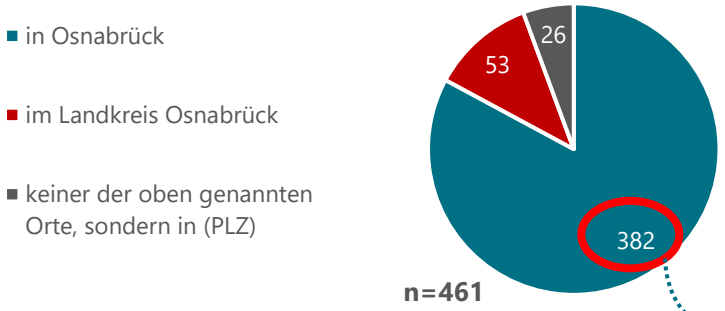
n=462

Alter

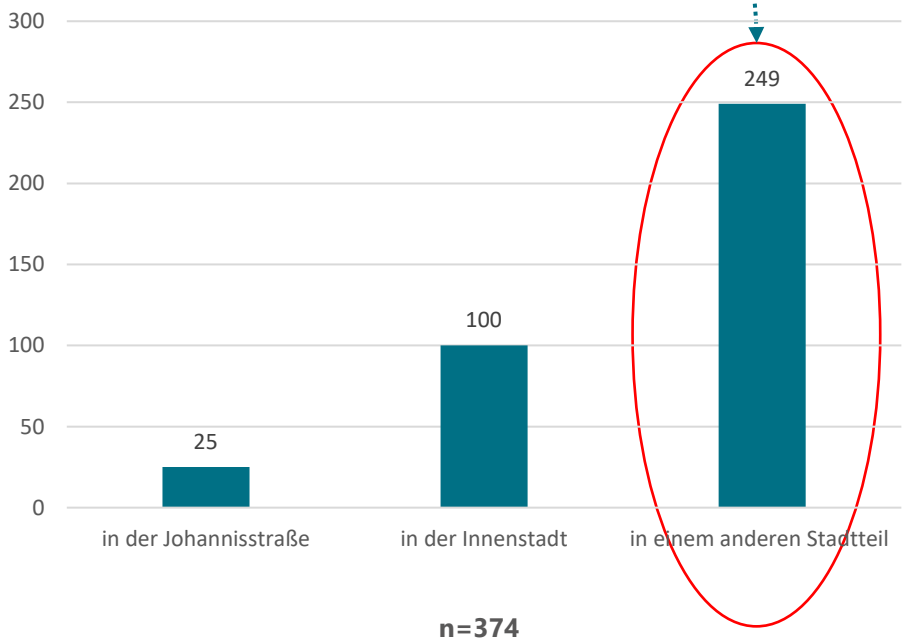


n=464

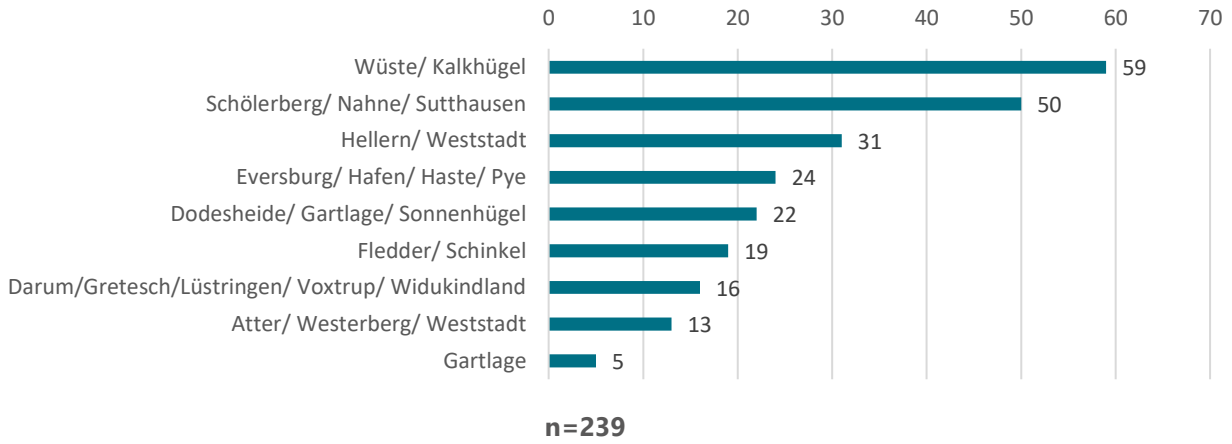
Online-Bürger*innenbefragung
Teil 1: Soziodemographische Angaben



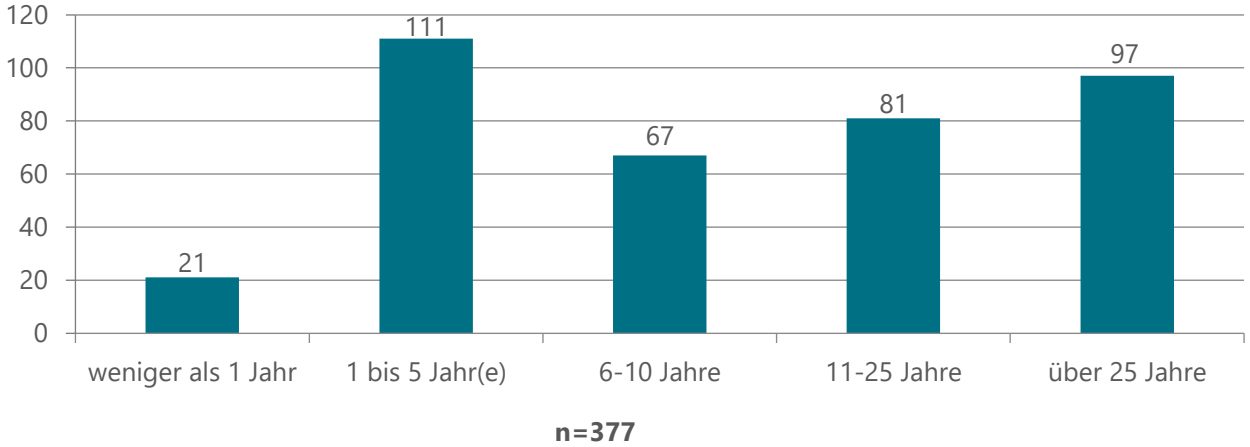
Wo in Osnabrück wohnen Sie?



In welchem Stadtteil von Osnabrück wohnen Sie?

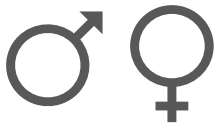


Wie lange wohnen Sie bereits in Osnabrück?



Zusammenfassung soziodemographischer Angaben

Soziodemographische Angaben:



- Geschlechterverteilung der Teilnehmenden: **leichter Frauenüberschuss** (65,58%), männlich (34,2%).

- Knapp die Hälfte der Teilnehmenden (47,84%) ist **zwischen 20 und 29 Jahren alt**. Damit ist diese Altersgruppe hinsichtlich der Altersverteilung überrepräsentiert. Ältere Personen ab 56 Jahren (1,08%) und Jugendliche unter 20 Jahren (3,88%) sind hingegen unterrepräsentiert. Dennoch ist **jede Altersgruppe** vertreten.

- Die meisten Befragten gehen einer Tätigkeit als ***(Fach-)Arbeiter*in/ Angestellter*in/ Beamt*in* (49,68%)** oder *Schüler*in/* ***Student*in/ Auszubildende*** (29,37%) nach.

- Die meisten Befragten haben ihren Wohnort in ***Osnabrück* (82,86%).** Die wenigsten wohnen im *Landkreis* (11,5%) und *außerhalb des Landkreises* (5,64%).
- Wohndauer in Osnabrück: Die meisten Teilnehmenden wohnen ***1 bis 5 Jahre* in Osnabrück (29,44%).** Die deutliche Mehrheit (89,11%) kennt die Johannisstraße als Einheimische*r.

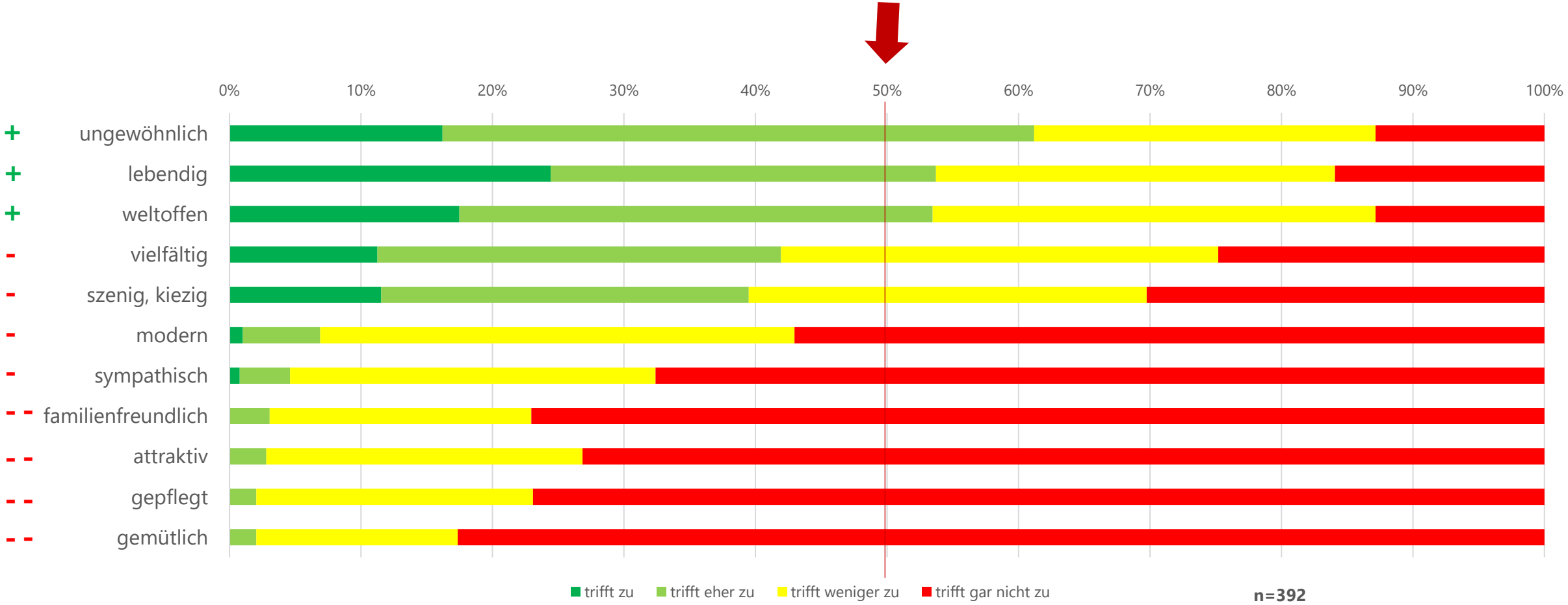
<u>Die Teilnehmenden kennen die Johannisstraße und haben ein genaues Bild von ihr!</u>

→ Die meisten Befragten besuchen die Johannisstraße ***(fast) täglich* (21,43%)** oder *ca. 1x pro Woche* (18,37%).

PROFIL DER JOHANNISSTRAßE

Online-Bürger*innenbefragung
Teil 2: Beschreibung der Johannisstraße

Wie würden Sie die Johannisstraße beschreiben? Bitte bewerten Sie spontan die nachfolgenden Begriffe, die Ihrer Meinung nach auf die Johannisstraße zutreffen oder nicht zutreffen.



n=392
*absolute Nennungen

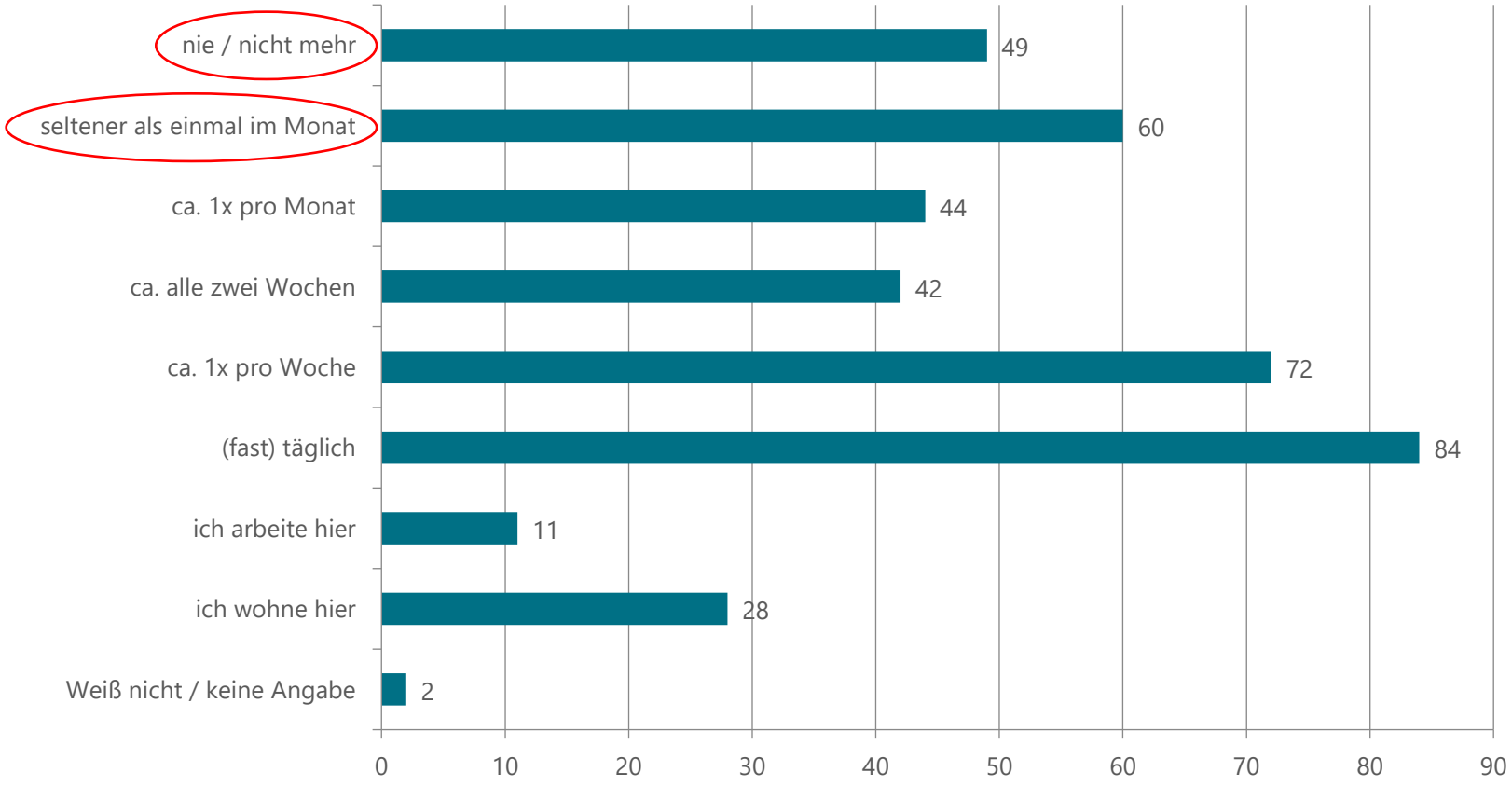
Zusammenfassung Stärken und Schwächen

IST-Situation der Johannisstraße:

positive Assoziationen und **Stärken**	Zentrale Lage, Erreichbarkeit, Johanniskirche, Gastronomisches Angebot und Busanbindung
negative Assoziationen und **Schwächen**	Präsenz von Alkohol- und Drogenkonsum sowie Obdachlosigkeit, Leerstand, Modernisierungsbedürftige Gebäude, Monotones Angebot an Geschäften, Verkehrskonflikte (Bus-/Fahrrad-/Fußwegverträglichkeit), Unsicherheitsgefühl und Kriminalität
Image der Johannisstraße	Zutreffend: *Lebendig, weltoffen, ungewöhnlich* Wenig zutreffend: *gemütlich, gepflegt und familienfreundlich*
Was fehlt in der Johannisstraße?	Kulturangebote, Freizeitmöglichkeiten, Fahrradabstellmöglichkeiten, Nahversorgung & Drogerie, Wohnqualität, Diversität der Geschäfte und im Food-Bereich, Cafés, Verweilmöglichkeiten, Bepflanzung & Begrünung

Online-Bürger*innenbefragung
Teil 2: Besuchshäufigkeit

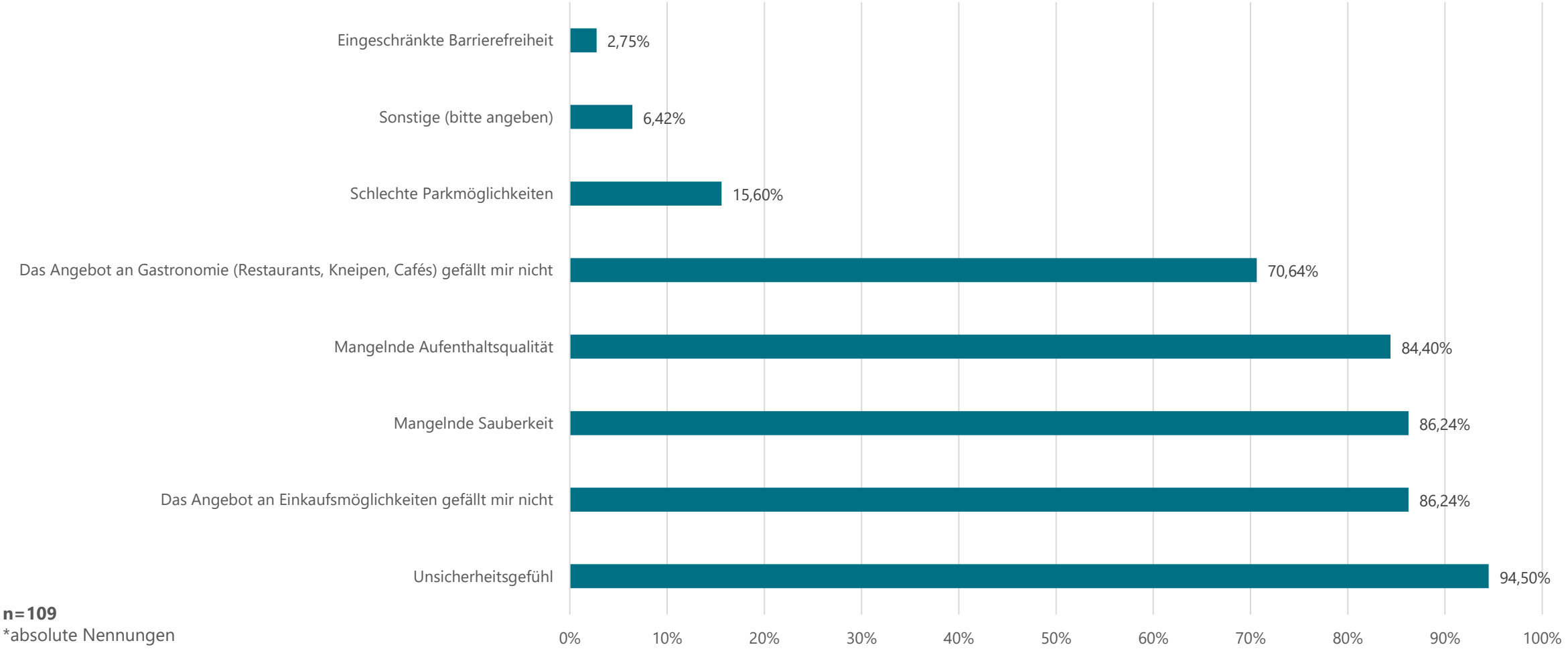
Wie oft besuchen Sie die Johannisstraße in Osnabrück?



n=392
*absolute Nennungen

Online-Bürger*innenbefragung
Teil 2: Gründe der Nichtbesucher*innen

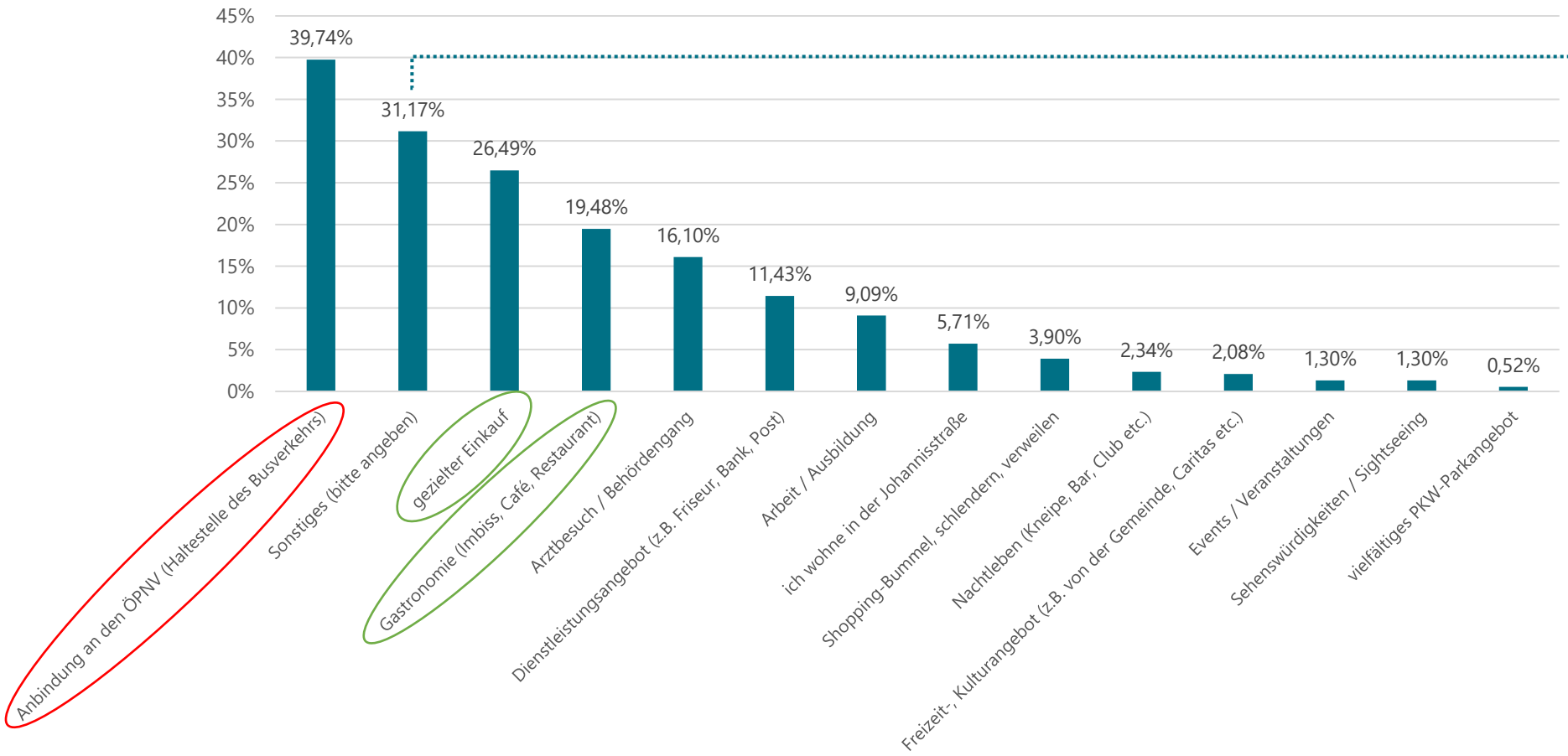
Was sind die Gründe dafür, dass Sie die Johannisstraße selten, nie oder nicht mehr besuchen?



n=109
*absolute Nennungen

Online-Bürger*innenbefragung
Teil 2: Besuchsgründe

Was sind Ihre Hauptgründe für einen Besuch der Johannisstraße?



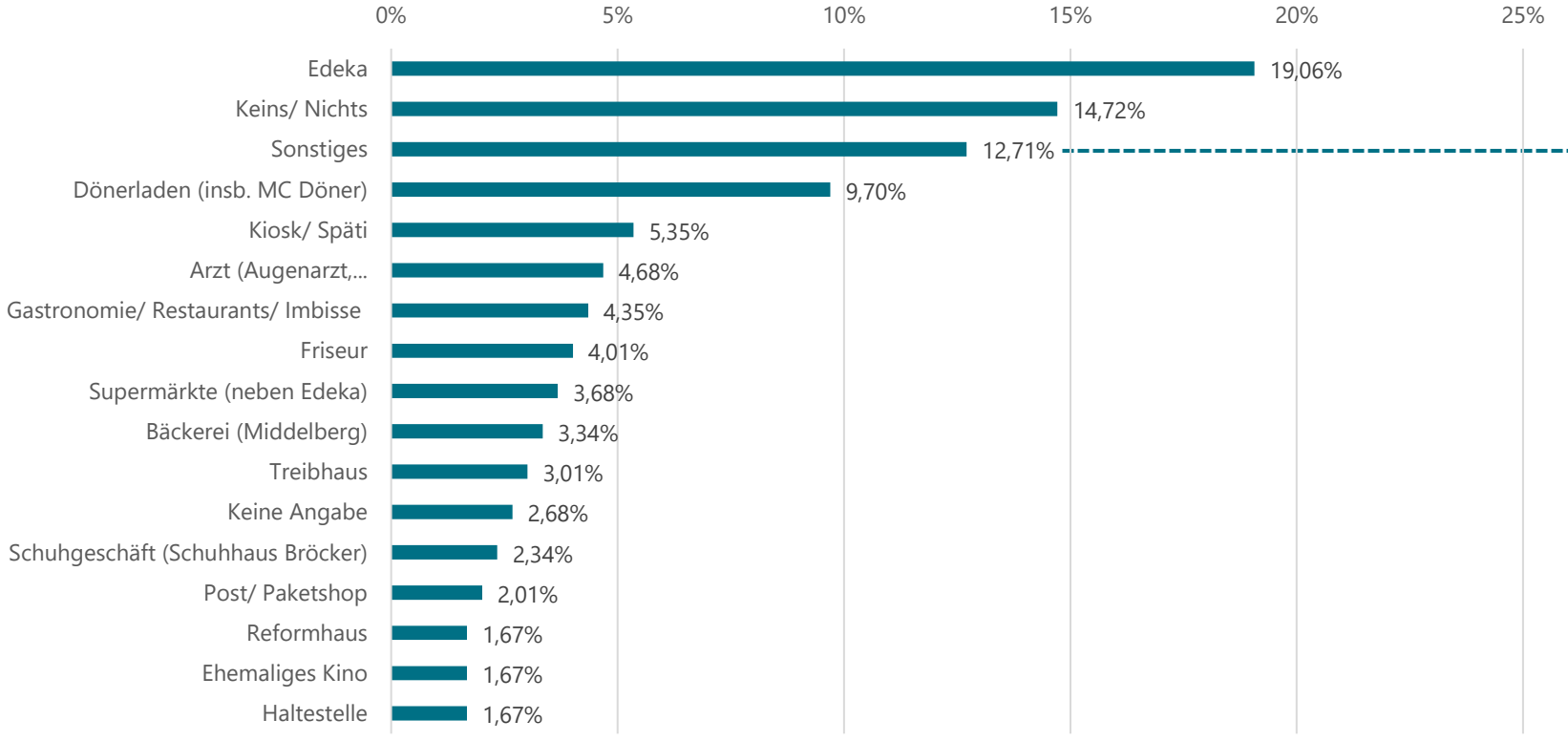
Sonstiges:

- Durchgangsstraße zur Schule/ Arbeit/Innenstadt (n=80)
- Besuch von Freund*innen (n=9)

n=385
*absolute Nennungen

Online-Bürger*innenbefragung
Teil 2: Besuchsgründe

Welches konkrete Angebot oder welche Einrichtung (z.B. ein Geschäft, eine Gastronomie, eine Dienstleistung oder eine Veranstaltung) besuchen Sie in der Johannisstraße am häufigsten?



Sonstiges:

- Optiker/ Brillengeschäft (n=4)
- Volksbank (n=4)
- Foto Erhardt (n=4)
- 1€-Shop (n=4)
- Johannisstraße (n=4)
- …

n=304

Zusammenfassung Besuchsverhalten

IST-Situation der Johannisstraße:

Warum wird die Johannisstraße besucht?

Anbindung an den ÖPNV (39,74%), gezielter Einkauf (26,49%) und Gastronomie (19,48%)

Und warum nicht?

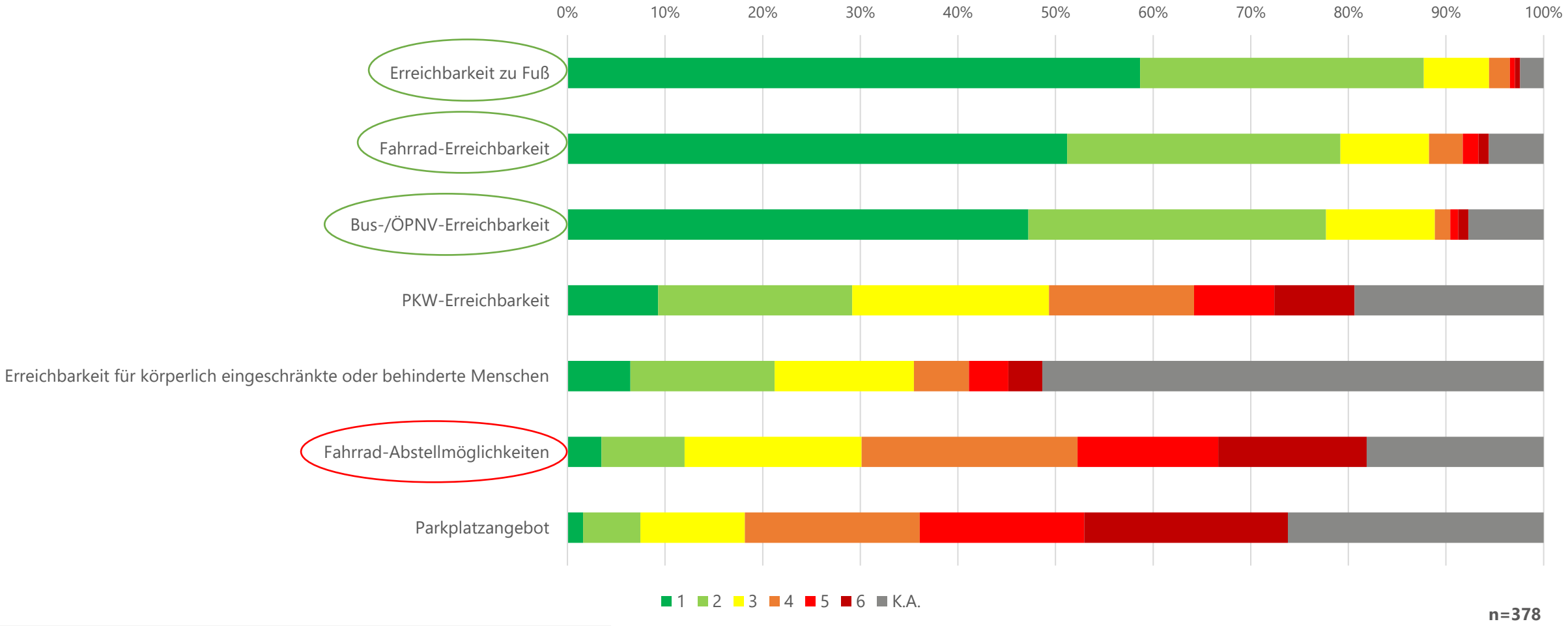
Unsicherheitsgefühl (94,5%), mangelnde Sauberkeit, das Angebot an Einkaufsmöglichkeiten (jeweils 86,24%) und die mangelnde Aufenthaltsqualität (84,4%)

- Das **Unsicherheitsgefühl** ist gekennzeichnet durch die Angaben zu „Unangenehmes Klientel“ auf der gesamten Johannisstraße und besonders in der Nähe des Neumarktes.
- Die **mangelnde Sauberkeit** zeigt sich vor allem in Form von Angaben wie „Müll auf den Straßen, (Urin)gestank, übergequollenen Mülleimern und ungepflegten Fassaden der Geschäfte“.
- Die **mangelnde Aufenthaltsqualität** ist charakterisiert durch Angaben zu „mangelnde Sitz- und Verweilmöglichkeiten, Klientel, ein unattraktives Einkaufsangebot und das wiederkehrende Unsicherheitsgefühl“.

Die am häufigsten angegebenen **Angebote und Einrichtungen**, die besucht werden, sind *Edeka* (19,06%), *Dönerläden* (9,7%) und *Kioske und Spätis* (5,35%). Hoch sind zudem die Nennungen für *„Keine/ Nichts“* und *„Sonstiges“* (jeweils 14,72%).

Online-Bürger*innenbefragung
Teil 2: Erreichbarkeit

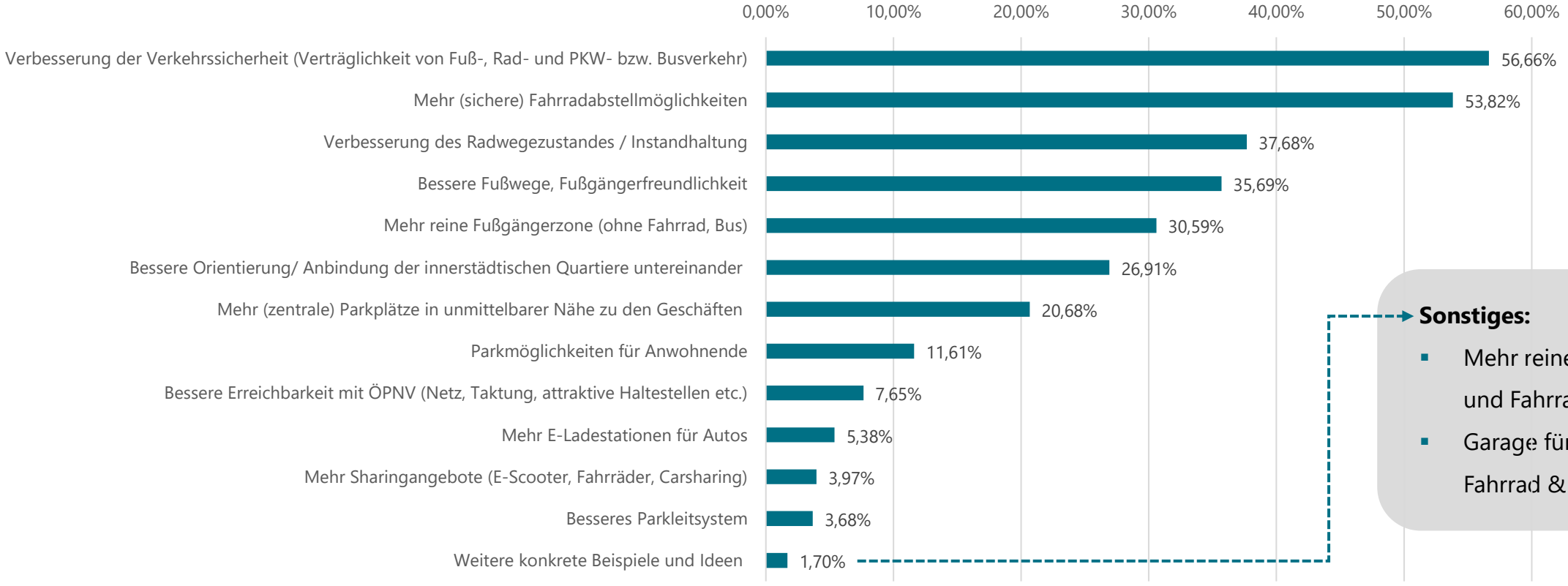
Bitte bewerten Sie die Erreichbarkeit der Johannisstraße in Osnabrück nach Schulnoten:



n=378

Online-Bürger*innenbefragung
Teil 2: Erreichbarkeit

Was ist im Hinblick auf die Themen Erreichbarkeit und Orientierung in der Johannisstraße Ihrer Meinung nach am ehesten verbesserungsbedürftig?



Sonstiges:

- Mehr reine Fußgängerzone und Fahrradstraße (n=5)
- Garage für das Parken von Fahrrad & Auto (n=1)

Zusammenfassung Erreichbarkeit und Orientierung

IST-Situation der Johannisstraße:

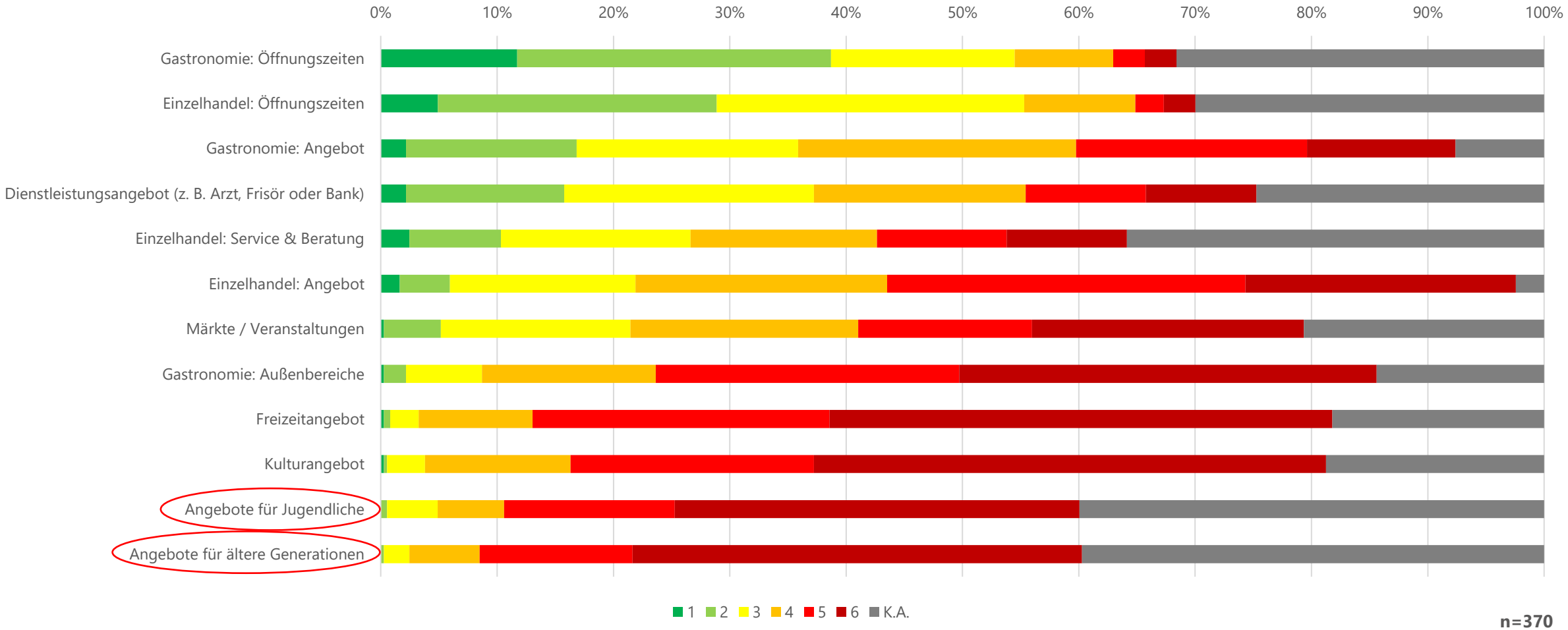
- Die am häufigsten genutzten **Verkehrsmittel**, um die Johannisstraße zu erreichen, sind *zu Fuß* (35,96%), das *Fahrrad* (29,66%) und der *Bus bzw. ÖPNV* (21%). Wenig genutzt werden das *Taxi* und *E-Scooter* (jeweils 0,26%). Das *Auto bzw. Motorrad* nutzen 9,19% der Befragten.

- Die **Erreichbarkeit** der Johannisstraße wird vor allem **positiv** für *Fußgänger*innen*, mit dem *Fahrrad* oder dem *Bus bzw. ÖPNV* bewertet. Eher **negativ** wird das *Parkplatzangebot*, die *PKW-Erreichbarkeit* und *Fahrradabstellmöglichkeiten* bewertet.

- Im Hinblick auf **Erreichbarkeit und Orientierung** ist am ehesten **verbesserungswürdig** die *Verkehrssicherheit* (51,59%), die *(sicheren) Fahrradabstellmöglichkeiten* (50,26%), der *Radwegezustand* (34,66%) und die *Fußwege- und Fußgängerfreundlichkeit* (32,8%).

Online-Bürger*innenbefragung
Teil 2: Bewertung der Johannisstraße

Bitte bewerten Sie das Angebot der Johannisstraße in Osnabrück nach Schulnoten:



n=370

Online-Bürger*innenbefragung

Teil 2: Wünsche für die Johannisstraße (Neun meistgenannte nach Kategorie)

Vermissen Sie bestimmte Sortimente/Einkaufsangebote in der Johannisstraße? Wenn ja, welche?

- Bekleidungsgeschäfte (77)
- Drogerie (29)
- Vielfalt/Varietät/Einzigartigkeit (29)
- Einzelhandel/Supermärkte (28)
- Restaurants (13)
- Bäckerei (11)
- Blumenladen (10)
- Café (9)
- Bioladen (9)

n=173
*Ähnlich lautende Nennungen wurden unter einem Begriff subsummiert.

Vermissen Sie bestimmte Gastronomieangebote in der Johannisstraße? Wenn ja, welche?

- Restaurants im Allgemeinen (53)
- Café (68)
- Cocktail-Bar/Kneipe/Biergarten (37)
- Italiener/Pizzeria (27)
- Vielfalt/Varietät/Einzigartigkeit (23)
- Imbiss/Fastfood/Street Food (15)
- Bäcker/Konditor (14)
- Deutsche Küche (11)
- Außengastronomie (11)

n=171
*Ähnlich lautende Nennungen wurden unter einem Begriff subsummiert.

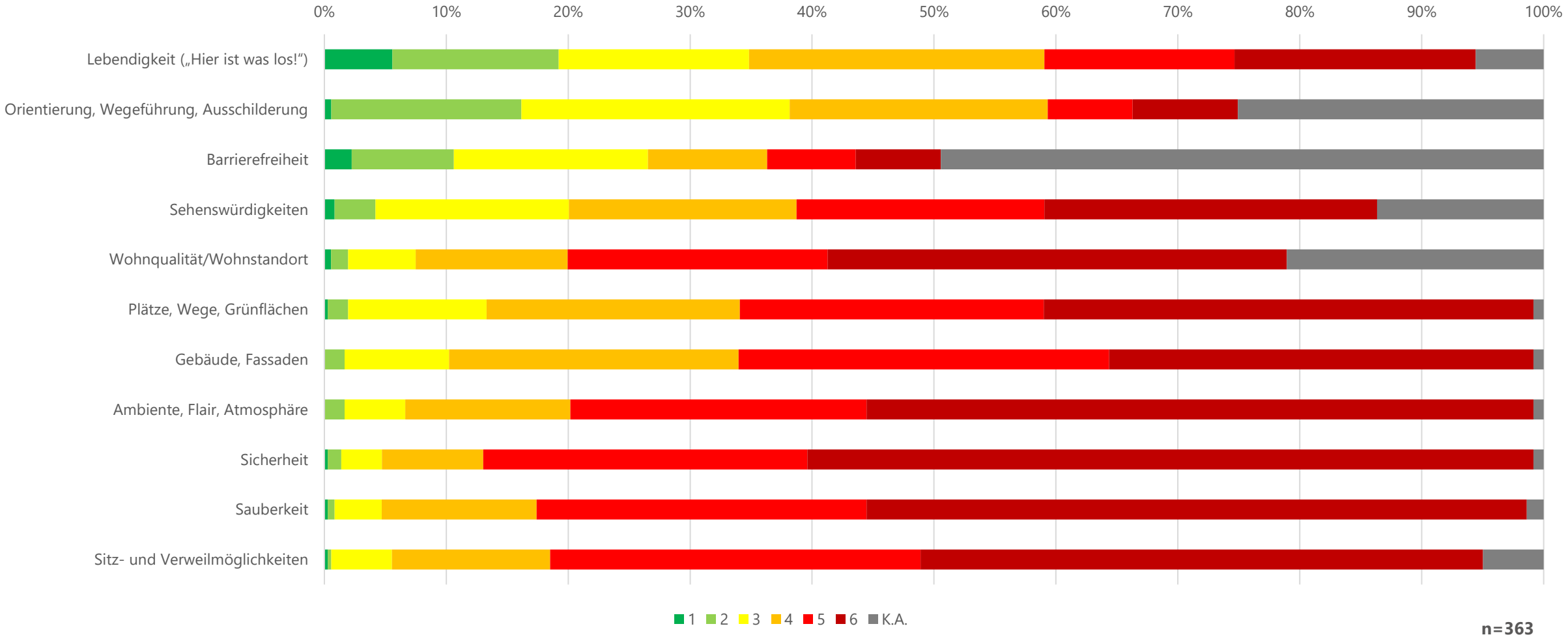
Vermissen Sie bestimmte Kultur-/Freizeitangebote in der Johannisstraße? Wenn ja, welche?

- Kino (32)
- (Wochen-/Floh-)Markt (16)
- Park/ Grünanlagen (16)
- Kunstangebote/Museen (15)
- Sport- und Freizeitangebote (14)
- Straßenfestivals/Weihnachtsmark t/Maiwoche (13)
- Musikangebote/Straßenmusik (13)
- Spielplatz (12)
- Bar/Kneipe/Biergarten (6)

n=120
*Ähnlich lautende Nennungen wurden unter einem Begriff subsummiert.

Online-Bürger*innenbefragung
Teil 2: Attraktivität der Johannisstraße

Bitte bewerten Sie die Attraktivität der Johannisstraße in Osnabrück nach Schulnoten!



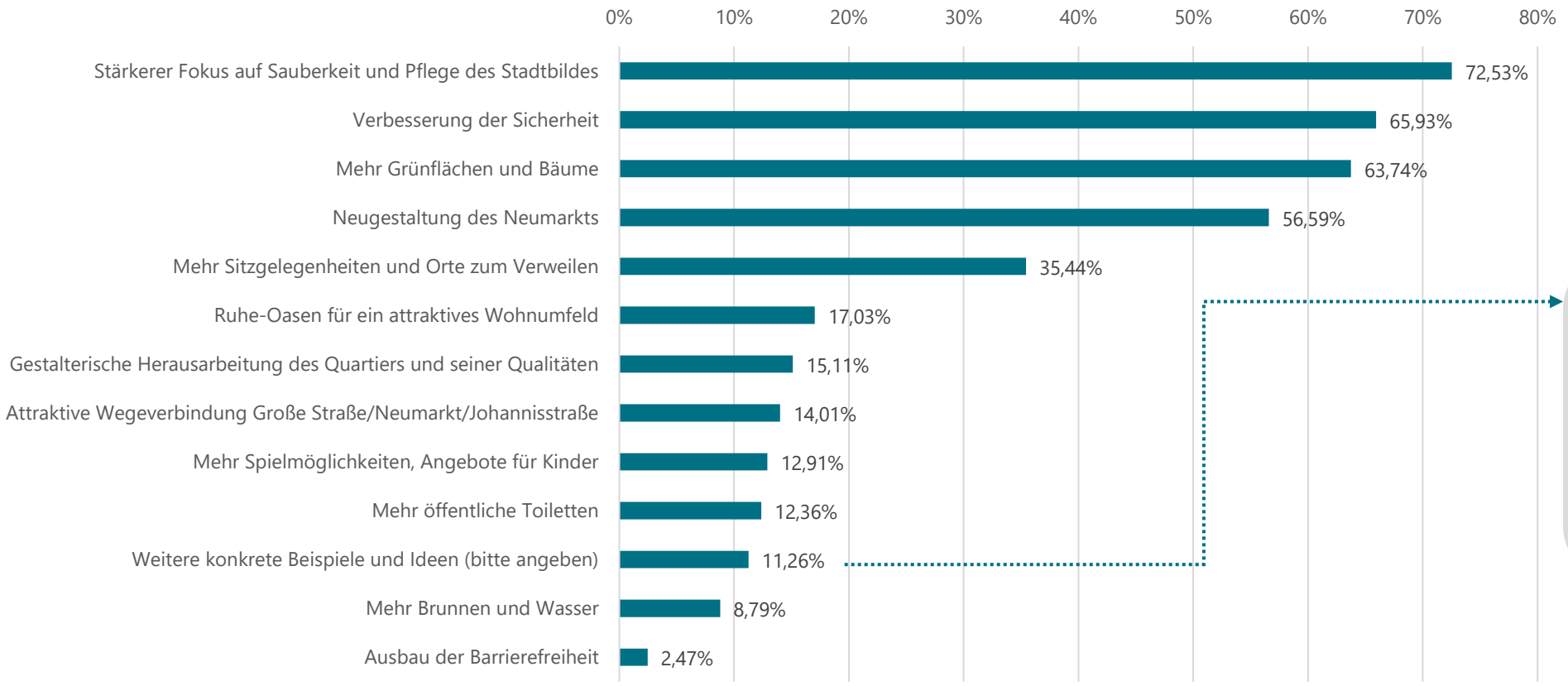
n=363

Zusammenfassung Angebot und Attraktivität

IST-Situation der Johannisstraße:

Positiv bewertete Aspekte im Bereich Angebot	Öffnungszeiten und Angebote der Gastronomie, Öffnungszeiten des Einzelhandels
Negative bewertete Aspekte im Bereich Angebot	Kultur- und Freizeitangebote, Außenbereiche der Gastronomie und Angebote für Familien, ältere Generation und Jugendliche
Bewertung der Attraktivität der Johannisstraße	Lebendigkeit & Erreichbarkeit, aber insgesamt eher negatives Niveau der Attraktivitätskategorien
am ehesten positiv bewertete Aspekte:	**Lebendigkeit, Barrierefreiheit, Orientierung, Wegeführung, Ausschilderung**
besonders negativ bewertete Aspekte:	**Sicherheit, Sauberkeit, Sitz- und Verweilmöglichkeiten, Ambiente, Flair, Atmosphäre und Wohnqualität/Wohnstandort**

Wie könnte die Gestaltung und Aufenthaltsqualität der Johannisstraße verbessert werden?



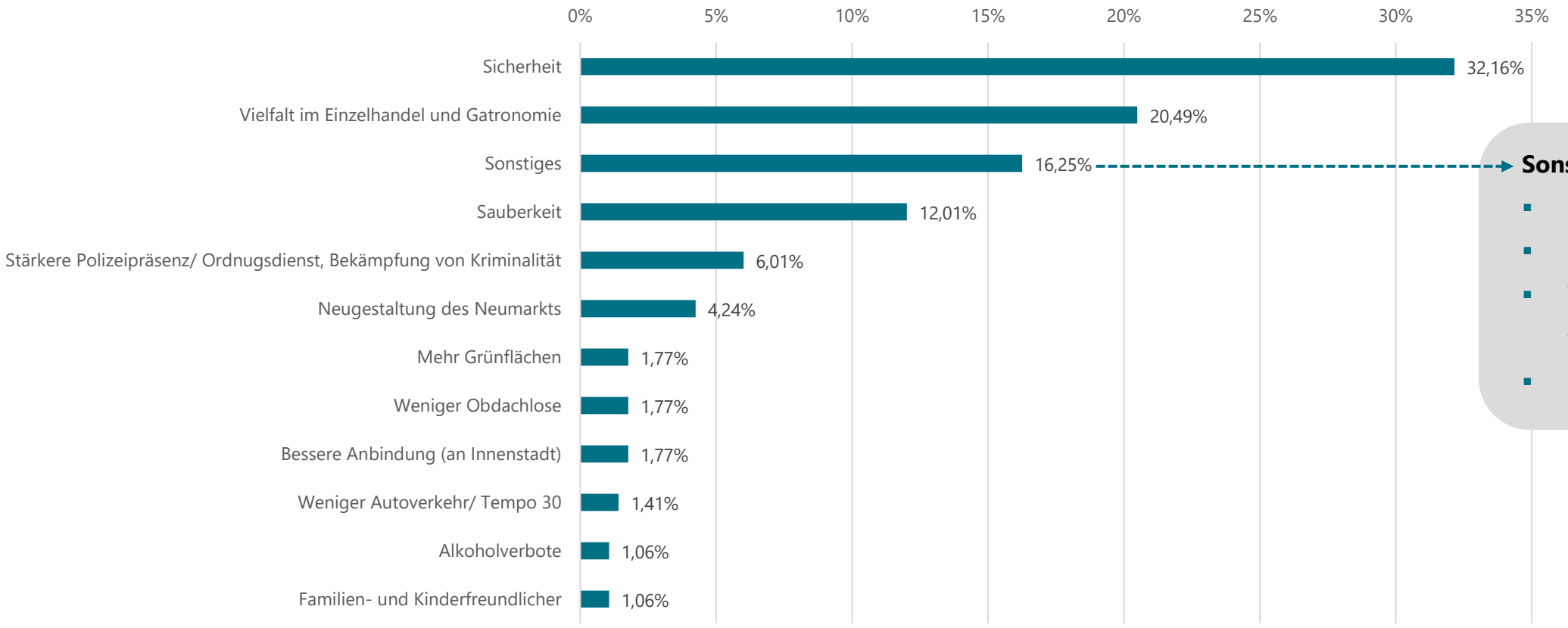
Sonstiges:

- Polizeipräsenz (7)
- Vielfältige Gastronomieangebote (Bars & Cafés) (6)
- Alkoholverbotszone (5)

n=364
*absolute Nennungen

Online-Bürger*innenbefragung
Teil 2: Attraktivitätssteigerung

Was müsste passieren, damit Sie die Johannisstraße in Osnabrück häufiger besuchen?



Sonstiges (je n=1):

- Weniger Leerstand
- Bau der Johannishöfe
- Weniger Baustellen und weniger Drogenkonsum
- …

n=282
*absolute Nennungen

Online-Bürger*innenbefragung
Teil 2: Attraktivitätssteigerung

Was sind die drei wichtigsten Punkte, die Sie sich zur Steigerung der Attraktivität der Johannisstraße wünschen?

- **Sitzmöglichkeiten** (20)
- **Familien- und Kinderfreundlicher** (9)
- **Alkoholverbote** (5)
- **Neugestaltung des Neumarkts** (24)
- **Stärkere Polizeipräsenz/Bekämpfung von Kriminalität** (33)
- **Weniger Obdachlose/ Drogensüchtige** (27)
- **Mehr Grünflächen** (163)
- **Sozialarbeiter*innen und Unterstützung für Obdachlose** (9)
- **Attraktiveres Stadtbild** (56)
- **Bessere Anbindung** (5)
- **Sicherheit** (158)
- **Weniger Autos/Tempo 30** (22)
- **Vielfalt in Einzelhandel & Gastronomie** (159)
- **Sauberkeit** (163)

n=802 (Mehrfachnennungen)
*absolute Nennungen

Zusammenfassung Wünsche für die Zukunft

Gestaltung und Aufenthaltsqualität

- Stärkerer Fokus auf Sauberkeit und Pflege des Stadtbildes (72,53%)
- Verbesserung der Sicherheit (65,93%)
- Wunsch nach mehr Grünflächen und Bäumen (63,74%)
- Neugestaltung des Neumarkts (56,59%)

mehr Besuche der Johannisstraße in Zukunft ist abhängig von

- Sicherheit (32,16%)
- Vielfalt im Einzelhandel (20,49%)
- Sauberkeit (12,01%)

WIE GEHT ES WEITER?

Ableitungen für die weitere Entwicklung

Welche Themen nehmen wir mit? Wo können wir anpacken?

Handlungsfeld Angebot

- Ziel: **Stärkung der Vielfältigkeit, insbesondere durch Angebote für Jugendliche, Familien und die ältere Generation**
  - durch Schaffung und Sichtbarmachung von Freizeitaktivitäten (temporäre Angebote, Sehenswürdigkeiten, …)
  - durch Integration und Sichtbarmachung kultureller Angebote
  - Diversität der Geschäfte im Blick behalten, Alleinstellungsmerkmale herausarbeiten und sichtbar machen

Handlungsfeld Attraktivität & Gestaltung

- Ziel: **Schaffung einer attraktiven Umgebung mit Wohlfühl- und Erlebnischarakter**
  - durch die Stärkung des Gemeinschaftsgefühls (nach innen & außen!)
  - durch Schaffung konsumfreier Orte mit Aufenthaltsqualität (Möblierung, Bepflanzung, Begrünung, …)
  - Subjektives Sicherheitsempfinden durch Präventivmaßnahmen erhöhen
  - Pflege des Stadtbildes (insbesondere Schaufenster, Gehwege, Mülleimer und Außenmöblierung) forcieren

Image

Die Johannisstraße wird nicht mehr die gemütliche Einkaufsstraße oder der Hotspot für den Osnabrücker Shopping-Bummel, aber bietet Potenziale für einen bunten und vielfältigen Ort mit Kiez-Charakter und Wohnqualität!

Zu guter Letzt…

10 Monate Quartiersmanagement – Rück- und Ausblick

Kontakt

Marie Veltmaat, M.A. Soziologie – Stadt und Raum
Beraterin + Quartiersmanagerin

T 0511 220079-78
veltmaat@cima.de

Ihre Ansprechpartnerin

QUARTIERSMANAGEMENT
JOHANNISSTRASSE

Quartiersmanagement Johannisstraße/Neumarkt
Quartiersbüro Johannisstraße 75

M 0170-6857190
quartiersmanagement@osnabrueck.de
www.osnabrueck-johannisstrasse.de

Dipl.-Geogr. Petra Bammann
Projektleiterin

T 0511 220079-76, bammann@cima.de

Projektleitung

Rechtliche Hinweise

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der cima als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche -Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Bildnachweise

CIMA Beratung + Management GmbH