



Elmshorn

**TOLLERORT**  
entwickeln & beteiligen

elmshorn.de

Elmshorn

# Was ist uns **wichtig** für unsere Innenstadt ?

**Klick und los geht's!**

**super schnell & super einfach!**

**Multi Funktionale Innenstadt**

**Online - Beteiligung**  
**29.08. - 18.09.2022**  
elmshorn.de/Innenstadtentwicklungskonzept



**TOLLERORT** entwickeln & beteiligen

**HEINZE UND PARTNER**

**IB.SH** Ihre Förderbank

**SH** Stadtmuseum, Museum für Kunst, Geschichte, Integration und Entwicklung

## Auswertung der Online-Beteiligung zur Erarbeitung einer Zukunftsstrategie für die Innenstadt der Stadt Elmshorn

29. August bis 18. September 2022

Veranstalterin:

Stadt Elmshorn

Fachbüro:

Heinze und Partner

Konzept und technische Umsetzung:

TOLLERORT entwickeln & beteiligen

## Inhalt

|  |    |
|--|----|
| 1. Einführung.....   | 3  |
| 2. Hintergründe der Beteiligten .....  | 4  |
| 3. Nutzung der Innenstadt.....   | 5  |
| 4. Zufriedenheit mit der Elmshorner Innenstadt .....   | 6  |
| 5. Ziele für die Elmshorner Innenstadt .....   | 7  |
| 5.1 Mit Blick auf die Lebensqualität: Bringt dieses Zielbild die Innenstadt Elmshorn nach vorn?.....       | 8  |
| 5.2 Mit Blick auf den Wirtschaftsstandort: Bringt dieses Zielbild die Innenstadt Elmshorn nach vorn? ..... | 10 |
| 6. Strategien zum Erreichen des Zielbildes.....  | 11 |
| 6.1 Themenfeld Freiraum- und Aufenthaltsqualität.....  | 12 |
| 6.2 Themenfeld Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur.....   | 17 |
| 6.3 Themenfeld Wohnen.....   | 22 |
| 6.4 Themenfeld Öffentliche und verbandliche Einrichtungen .....  | 26 |
| 6.5 Themenfeld Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen .....  | 29 |
| 6.6 Themenfeld Kultur und Freizeit.....  | 33 |
| 6.7 Themenfeld Bildung, Gesundheit und Soziales .....  | 37 |
| 6.8 Themenfeld Stadtmarketing und Citymanagement.....  | 41 |
| 6.9 Weitere Zielformulierungen.....  | 44 |
| 7. Zusammenfassung.....  | 45 |

## 1. Einführung

Um für die Zukunft gut aufgestellt zu sein, erarbeitet die Stadt Elmshorn eine Strategie für die nächsten zehn bis 15 Jahre: Das Innenstadtentwicklungskonzept. Unter dem Motto „Multifunktionale Innenstadt“ gilt es, die Funktionen der Innenstadt zu stärken. Neben Handel und Dienstleistung sind das auch weitere Funktionen wie Wohnen, Arbeiten, Bildung, Kultur und Freizeit. Über eine Online-Umfrage konnten sich die Teilnehmer\*innen über eine mögliche Ausrichtung der Elmshorner Innenstadt informieren, diese kritisch prüfen und Ergänzungen vornehmen.

An der Befragung haben insgesamt 551 Personen vollständig oder teilweise teilgenommen. Die Ergebnisse der Befragung werden im Folgenden dargelegt.

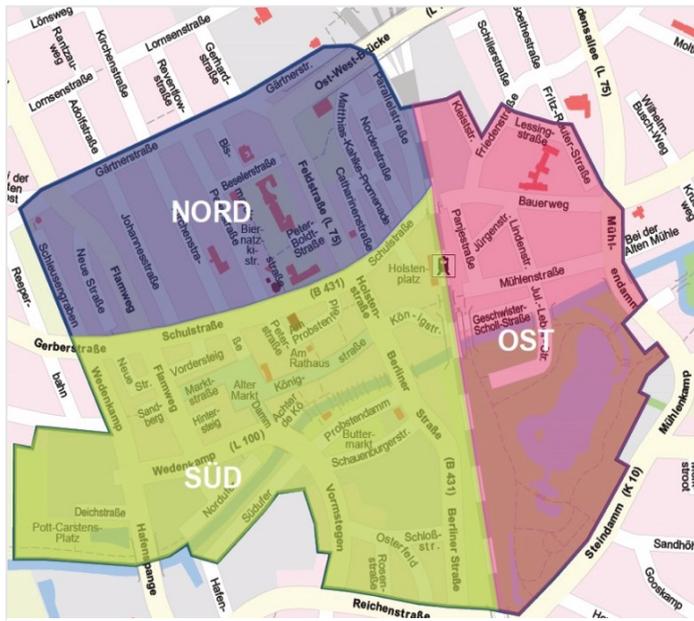


Abb. 1: Übersicht über die Elmshorner Innenstadt Gebiete Nord, Ost und Süd (Quelle: Stadt Elmshorn - Haupt- und Rechtsamt – IT und GIS geändert durch TOLLERORT entwickeln & beteiligen)

## 2. Hintergründe der Beteiligten

Unter den Teilnehmer\*innen der Befragung gibt der überwiegende Teil an, erwachsen (über 18 Jahre alt) zu sein. Etwa die Hälfte der Befragten (49 %) wählt aus, dass sie sich der Altersgruppe Erwachsene zwischen 26 und 64 Jahren zuordnen. Junge Erwachsene zwischen 18 und 25 Jahren bilden die zweitgrößte genannte Altersgruppe mit 5 %. Die Kategorie Senior\*innen ab 65 Jahren wird zu 4 % angegeben. Jeweils eine Person wählt die Altersgruppe Kind und Jugendliche\*r.

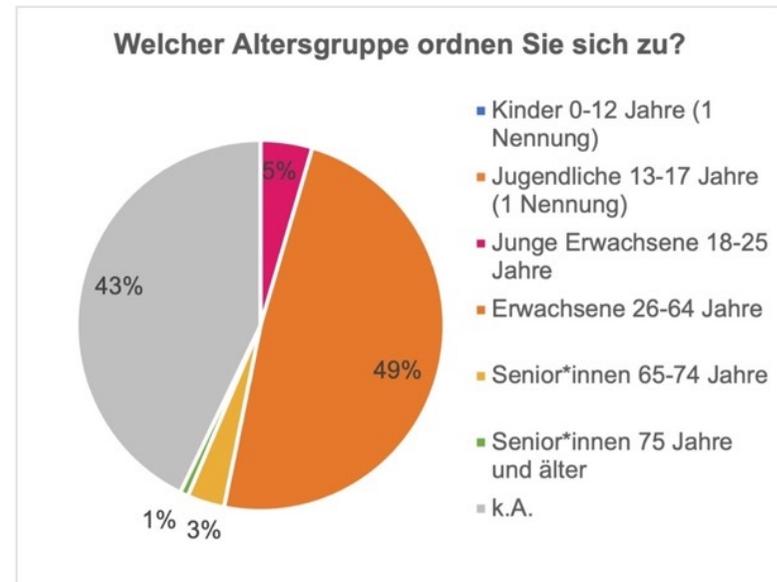


Abb. 2: Altersstruktur der Befragten<sup>1</sup>

Circa ein Drittel der Befragten (32 %) gibt an, außerhalb der Innenstadt zu wohnen. 12 % wählen das Umland, 7 % den Bereich Innenstadt Süd und jeweils 2 % die Bereiche Innenstadt Nord und Ost als ihren Wohnort aus.

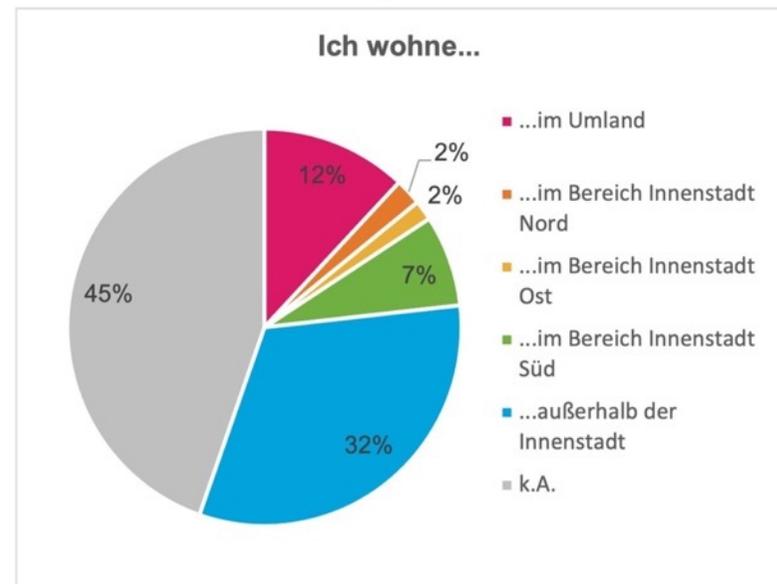


Abb. 3: Wohnort der Befragten

<sup>1</sup> Durch Rundung entsteht eine Abweichung von +1 %. Daher ergibt die Summe 101 %.

### 3. Nutzung der Innenstadt

Ein Viertel der Befragten (23 %) gibt an, häufig (einmal pro Woche) in der Innenstadt zu sein. 17 % äußern, dass sie sich sehr häufig (einmal pro Tag) dort aufhalten. 15 % wählen aus, dass sie sich gelegentlich (einmal pro Monat) dort aufhalten und 2 % ordnen sich der Kategorie Selten oder sehr selten (einmal pro Jahr oder seltener) zu.

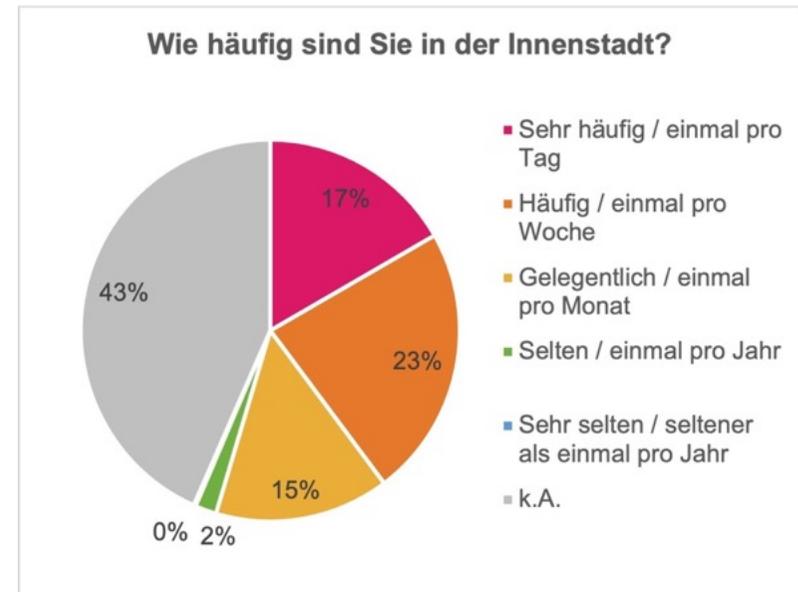


Abb. 4: Nutzungshäufigkeit der Innenstadt durch die Befragten

Am häufigsten äußern die Befragten, dass sie die Innenstadt zum Einkaufen (22 %) aufsuchen. Die zweit- und dritthäufigst genannten Zwecke sind Arztbesuche (14 %) und Essen und Trinken (13 %). 8 % der Antworten entfallen jeweils auf die Kategorien „Arbeiten“ bzw. „Schule“ und die Nutzung als Treffpunkt, für Veranstaltungen oder Feste und für Angebote von Kultureinrichtungen. 13 % entfallen auf Nutzungen zur Erholung, zum Wohnen, für Sport oder Bewegung, weitere Dienstleistungen und Sonstiges. Ihr Anteil liegt jeweils zwischen einem und vier Prozent.



Abb. 5: Zweck des Besuchs

#### 4. Zufriedenheit mit der Elmshorner Innenstadt

Etwas mehr als ein Drittel der Teilnehmer\*innen (35 %) gibt an, eher zufrieden oder sehr zufrieden mit den Angeboten in der Innenstadt zu sein. Im Gegensatz dazu bewerten beinahe zwei Drittel der Befragten (63 %) diese als eher unzufriedenstellend oder unzufriedenstellend.

Ein noch schlechteres Bild zeichnet die Bewertung der Aufenthaltsqualität der Innenstadt: Ein Fünftel der Befragten (20 %) äußert, eher zufrieden oder sehr zufrieden damit zu sein. Etwa drei Viertel (77 %) wählen hingegen die Kategorie eher unzufrieden oder unzufrieden.



Abb. 6: Bewertung des Angebots in der Innenstadt<sup>2</sup>



Abb. 7: Bewertung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt

<sup>2</sup> Durch Rundung entsteht eine Abweichung von +1 %. Daher ergibt die Summe 101 %.

## 5. Ziele für die Elmshorner Innenstadt

Es wurde ein Zielbild für die Entwicklung der Elmshorner Innenstadt formuliert. Darin wird beschrieben, wodurch sich die Innenstadt in zehn bis 15 Jahren auszeichnen soll. Es umfasst Zielaussagen für folgende acht Themenfelder:

- Freiraum- und Aufenthaltsqualität
- Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur
- Wohnen
- Öffentliche und verbandliche Einrichtungen
- Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen
- Kultur und Freizeit
- Bildung, Gesundheit und Soziales
- Stadtmarketing und Citymanagement.

Für jedes Themenfeld wurde ein strategisches Ziel definiert:

- Themenfeld Freiraum- und Aufenthaltsqualität: „Ein Schlüsselmerkmal der Elmshorner Innenstadt ist ihr ausgeprägter Aufenthalts- und Begegnungscharakter.“
- Themenfeld Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur: „Die Mobilität in Elmshorn ist schnell, umweltfreundlich und organisiert. Gute Erreichbarkeit und kurze Wege kennzeichnen die Innenstadt.“
- Themenfeld Wohnen: „Die Innenstadt bietet ein ausdifferenziertes qualitätsvolles Wohnangebot für alle Bewohner\*innen.“
- Themenfeld Öffentliche und verbandliche Einrichtungen: „Die Innenstadt steht für Elmshorn als Stadt. Hier werden die Gegenwart und Zukunft der Stadt und ihres Umlands gemeinsam gestaltet. Von hier aus wird die öffentliche Grundversorgung organisiert.“
- Themenfeld Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen: „Die Elmshorner Innenstadtunternehmen bilden eine lebendige Landschaft aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen und Produktion - vielfach mit innovativen Lösungen und Partnerschaften über klassische Branchengrenzen hinweg. Ihr Angebot ist regelmäßig ein Besuchsanlass und lässt sich vielfältig mit anderen Innenstadtaktivitäten verbinden.“
- Themenfeld Kultur und Freizeit: „Die Innenstadt schafft Erlebnis- und Freizeitwerte, die zum Treffen, Verweilen und Genießen einladen.“
- Themenfeld Bildung, Gesundheit und Soziales: „Die innerstädtischen Einrichtungen und Angebote der Daseinsvorsorge fördern, begleiten und unterstützen die Elmshorner\*innen ihr Leben lang. Sie sichern maßgeblich die soziale Lebensqualität in der Stadt.“
- Themenfeld Stadtmarketing und Citymanagement: „Supernormal ist das innerstädtische Normal. Die Innenstadt profiliert sich als intakter Wohlfühlort für dich und mich.“

### **5.1 Mit Blick auf die Lebensqualität: Bringt dieses Zielbild die Innenstadt Elmshorns nach vorn?**

Die meisten Teilnehmer\*innen, die eine Angabe gemacht haben, erachten fast alle der acht strategischen Ziele der Themenfelder als stärkend für die Lebensqualität in Elmshorn. Beinahe die Hälfte der Befragten gibt an, dass die jeweiligen strategischen Ziele der Themenfelder Freiraum- und Aufenthaltsqualität (47 %), Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen (47 %), Kultur und Freizeit (45 %) sowie Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur (44 %) die Lebensqualität in Elmshorn stärken. Am wenigsten wird dies für die strategischen Ziele der Themenfelder Öffentliche und verbandliche Einrichtungen (26 %) und Stadtmarketing und Citymanagement (25 %) empfunden. In keinem Fall überwiegt die Aussage, dass keine Auswirkungen auf die Lebensqualität erwartet werden.

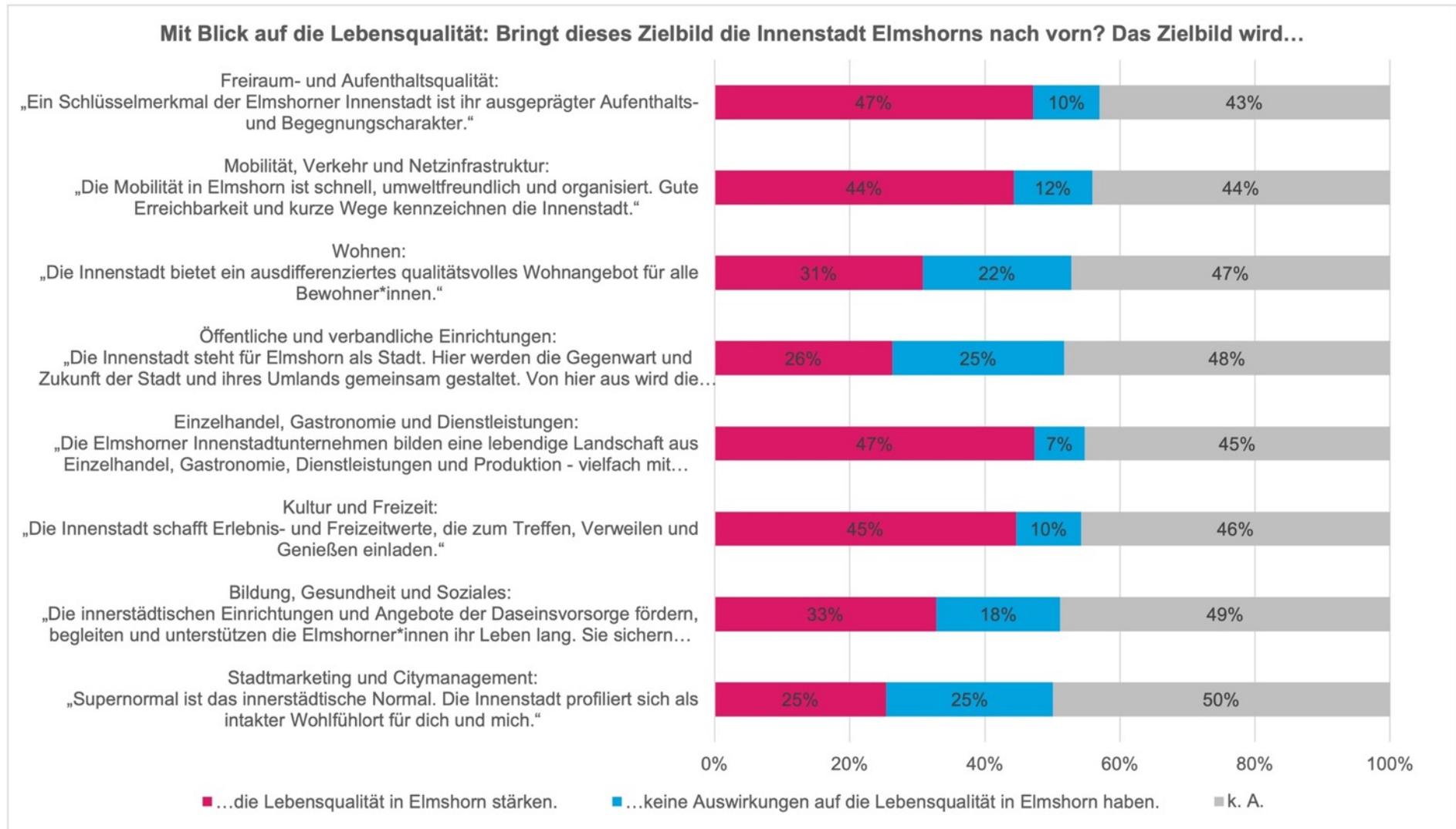


Abb. 8: Bewertung des Zielbildes im Hinblick auf die Lebensqualität in der Innenstadt Elmshorn<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Durch Rundung entstehen teils Abweichungen von +1 % und -1 %. Es können sich Summen von 101 % und 99 % ergeben.

## 5.2 Mit Blick auf den Wirtschaftsstandort: Bringt dieses Zielbild die Innenstadt Elmshorns nach vorn? Das Zielbild wird...

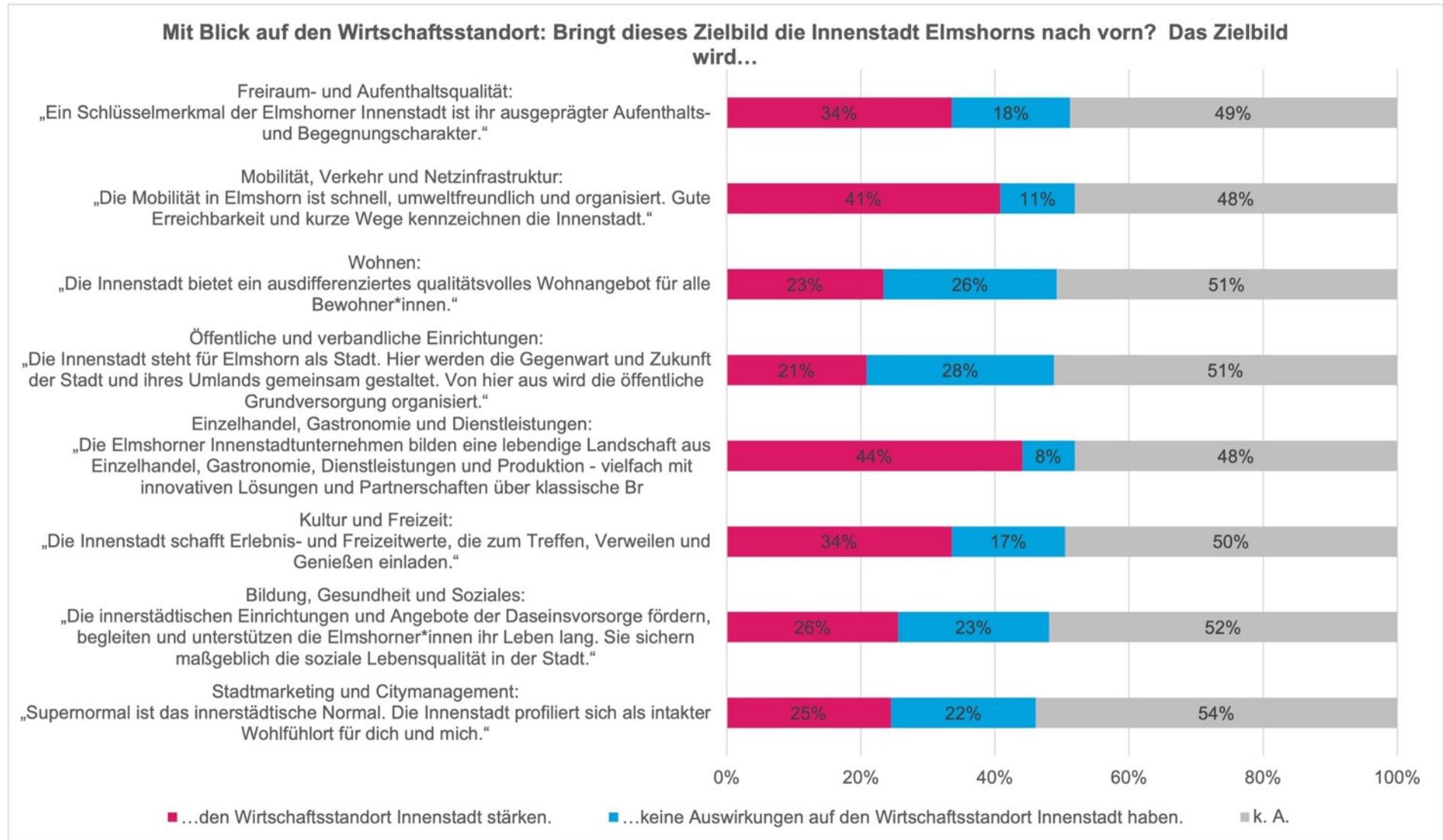


Abb. 9: Bewertung des Zielbildes im Hinblick auf den Wirtschaftsstandort der Innenstadt Elmshorns<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Durch Rundung kann eine Abweichung von + 1 % entstehen, sodass die Summe 101 % ergibt.

Sechs der acht strategischen Ziele werden als stärkend für den Wirtschaftsstandort Elmshorn gesehen. Die größte Zustimmung dazu lässt sich für die Ziele der Themenfelder Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen (44 %) sowie Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur (41 %) feststellen. Bei den beiden strategischen Zielen der Themenfelder Öffentliche und verbandliche Einrichtungen sowie Wohnen wird unter den getätigten Angaben mehrheitlich angenommen, sie hätten keine Auswirkungen auf den Wirtschaftsstandort Elmshorn (28 % bzw. 26 %).

## 6. Strategien zum Erreichen des Zielbildes

Es können bis zu drei Themenfelder ausgewählt werden, die von den Teilnehmer\*innen als besonders wichtig empfunden werden. Am häufigsten werden die Themenfelder Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen (21 %) sowie Freiraum- und Aufenthaltsqualität (18 %) in jeweils circa einem Fünftel der Fälle genannt. Am seltensten werden Öffentliche und verbandlichen Einrichtungen (2 %) und Stadtmarketing und Citymanagement (3 %) ausgewählt.



Abb. 10: Bewertung verschiedener Themenfelder als Strategien zum Erreichen des Zielbildes

Darüber hinaus wird erfragt, an welche Innenstadtbereiche (maximal zwei der Bereiche Ost, Nord und Süd) bei dem jeweilig ausgewählten Themenbereich als Erstes gedacht wird und was die Gründe dafür sind. Daran anschließend werden pro Themenfeld verschiedene Entwicklungsziele beschrieben. Die Teilnehmer\*innen können eins von diesen auswählen, dem sie die höchste Bedeutung für die Entwicklung der Innenstadt beimessen. Die Teilnehmer\*innen können auch eigene Ideen für die verschiedenen Entwicklungsziele abgeben sowie weitere Zielformulierungen ergänzen. Es handelt sich dabei um offene Fragen ohne vorgegebene Antwortkategorien.

Um die abgegebenen freien Antworten zu strukturieren, werden sie Kategorien zugeordnet, die bei der Auswertung der Antworten gebildet werden. Eine Antwort kann mehrere Teilaspekte beinhalten und damit verschiedenen Kategorien zugeordnet werden. Die Ergebnisse werden im Folgenden dargestellt. Es wird jeweils die absolute Anzahl an Zuordnungen pro Kategorie angegeben. Die Einordnung der Ideen der Teilnehmer\*innen zu den Entwicklungszielen werden nicht

verändert. Sie werden so übernommen, wie die Teilnehmer\*innen dies selbst ausgewählt haben. In einigen Fällen ließen sich die Antworten jedoch auch zu einem anderen oder keinem der Entwicklungsziele zuordnen.

## 6.1 Themenfeld Freiraum- und Aufenthaltsqualität



Abb. 11: Stimmungsbild zum Themenfeld Freiraum- und Aufenthaltsqualität (Quelle: TOLLERORT entwickeln & beteiligen)

Insgesamt geben 202 Teilnehmer\*innen an, das Themenfeld Freiraum und Aufenthaltsqualität sei ihnen besonders wichtig. Bei der Frage, an welche maximal zwei Innenstadtbereiche die Teilnehmer\*innen dabei zuerst denken, nennen 174 Personen den Bereich Innenstadt Süd, 39 den Bereich Ost und elf den Bereich Nord. In 171 Fällen wird diese Wahl begründet.

Der Bereich Süd wird als zentrales Innenstadtbereich mit Einkaufsmöglichkeiten und der Fußgängerzone wahrgenommen. Darüber hinaus sind hier die Krückau und der Hafen von Bedeutung. Der Bereich Ost wird besonders mit dem Steindampark in Verbindung gebracht.

Tabelle 1: Gründe für die Wahl der Innenstadtbereiche - Themenfeld Freiraum- und Aufenthaltsqualität

| Ost   |    | Nord  |   | Süd  |    |
|---|----|---|---|--|----|
| Steindampark und -see                             | 16 | Aufenthaltsqualität und Atmosphäre                | 3 | Einkaufsmöglichkeiten und Fußgängerzone                                | 37 |
| Aufenthaltsqualität und Atmosphäre                | 7  | Allg. Aufwertungsbedarf                           | 2 | Zentrales Innenstadtgebiet und zentraler Zielort                       | 33 |
| Hafen   | 4  | Steindampark und -see                             | 2 | Krückkau   | 27 |
| Wasser  | 4  | Begrünung / Parks                                 | 1 | Hafen  | 25 |
| Allg. Aufwertungsbedarf                           | 3  | Entwicklungspotenzial + Veränderungsmöglichkeiten | 1 | Buttermarkt / alter Markt / Wochenmarkt                                | 17 |
| Begrünung / Parks                                 | 3  | Freizeit- und Kulturangebote                      | 1 | Entwicklungspotenzial + Veränderungsmöglichkeiten                      | 14 |
| Buttermarkt / alter Markt / Wochenmarkt           | 3  | Sitzgelegenheiten                                 | 1 | Aufenthaltsqualität und Atmosphäre                                     | 13 |
| Krückkau  | 3  | Verkehrsaufkommen                                 | 1 | Städtische Anziehungspunkte und Funktionsgebäude, z.B. Kirche, Rathaus | 9  |
| Sicherheitsgefühl                                 | 3  | Wohngebiet  | 1 | Begrünung / Parks  | 7  |
| Verkehrsaufkommen                                 | 2  | Sonstiges   | 1 | Gastronomie  | 6  |
| Einkaufsmöglichkeiten und Fußgängerzone           | 1  | Unverständlich                                    | 1 | Ausschluss der anderen Gebiete   | 5  |
| Engere Verflechtung / Zusammenwachsen der Gebiete | 1  |   |   | Bahnhof/ZOB  | 5  |
| Entwicklungspotenzial + Veränderungsmöglichkeiten | 1  |   |   | Steindampark und -see  | 5  |
| Gastronomie                                       | 1  |   |   | Allg. Aufwertungsbedarf  | 4  |
| Persönliche Gründe, z.B. Nähe zur Wohnung         | 1  |   |   | Freizeit- und Kulturangebote   | 4  |
| Sanierungs- und Modernisierungsbedarf             | 1  |   |   | Wasser   | 4  |
| Sitzgelegenheiten                                 | 1  |   |   | Knechtsche Hallen  | 3  |
| Wohngebiet  | 1  |   |   | Sitzgelegenheiten  | 3  |
| Zentrales Innenstadtgebiet und zentraler Zielort  | 1  |   |   | Kölln-Flocken  | 2  |
| Sonstiges   | 2  |   |   | Persönliche Gründe, z.B. Nähe zur Wohnung                              | 2  |
| Unverständlich                                    | 2  |   |   | Ruhe / Erholung  | 2  |

| Ost | Nord | Süd |  |
|-----|------|-----|--|
|     |      |     | Sanierungs- und Modernisierungsbedarf 2            |
|     |      |     | Engere Verflechtung/ Zusammenwachsen der Gebiete 1 |
|     |      |     | Sicherheitsgefühl 1                                |
|     |      |     | Sonstiges 6  |
|     |      |     | Unverständlich 2                                   |

6.1.1 Wichtigste Entwicklungsziele im Themenfeld Freiraum- und Aufenthaltsqualität:

Zwei Entwicklungsziele werden mit je 24 % von den Teilnehmer\*innen, die dem Themenfeld Freiraum- und Aufenthaltsqualität eine besondere Bedeutung beimessen, am häufigsten als wichtig für die Entwicklung der Innenstadt ausgewählt. Diese sind:

- „Die Krückau ist das hochwertig gestaltete, sicht- und erlebbare blaue Band der Innenstadt. Mit dem Stadthafen ist sie identitätsstiftend für Elmshorn und prägt das Bild der Innenstadt am Fluss. Der Parksee bietet als stehendes Gewässer ein naturnahes Gepräge mit hohem Freizeitwert.“
- „Die zentralen innerstädtischen Plätze und Straßen sind belebte und beliebte Aufenthaltsorte und Treffpunkte für die Elmshorner\*innen und Besucher\*innen aus der Region.“

Tabelle 2: Häufigkeit der ausgewählten Entwicklungsziele - Themenfeld Freiraum- und Aufenthaltsqualität

| Themenfeld Freiraum- und Aufenthaltsqualität: Auswahl der einzelnen Ziele  | Anzahl | In % |
|--|--------|------|
| Die Krückau ist das hochwertig gestaltete, sicht- und erlebbare blaue Band der Innenstadt. Mit dem Stadthafen ist sie identitätsstiftend für Elmshorn und prägt das Bild der Innenstadt am Fluss. Der Parksee bietet als stehendes Gewässer ein naturnahes Gepräge mit hohem Freizeitwert. | 48     | 24%  |
| Die zentralen innerstädtischen Plätze und Straßen sind belebte und beliebte Aufenthaltsorte und Treffpunkte für die Elmshorner*innen und Besucher*innen aus der Region.  | 48     | 24%  |
| Die Elmshorner Innenstadt wird als Ganzes erlebt, ihre Teillagen sind auch über Barrieren hinweg eng miteinander verbunden. Die Übergänge sowie die zentralen Innenstadteingänge sind einladend gestaltet.   | 19     | 9%   |
| Die Innenstadt hat gute Sauberkeit- und Sicherheitsstandards. Das geordnete Bild, das Elmshorn auf diese Weise vermittelt, trägt zu einer auch gefühlten Sicherheit und einer entspannten Wohlfühlatmosphäre bei.  | 19     | 9%   |
| Inmitten der dichten Baustruktur bieten aufgewertete und ergänzte innerstädtischen Grünanlagen Anwohner*innen, Mitarbeiter*innen und Besucher*innen Elmshorns attraktive Möglichkeiten zur Entschleunigung und Naherholung.  | 19     | 9%   |
| Die Innenstadt präsentiert sich als kompakter, städtisch-verdichteter Siedlungskern Elmshorns mit einer eindeutig ausformulierten Mitte am Buttermarkt. Ihre vom 20. Jahrhundert geprägten Raum- und Baustrukturen unterstreichen das klare Erscheinungsbild.                              | 12     | 6%   |
| Die Grün- und Wasserflächen der Innenstadt sind, wo räumlich möglich, miteinander vernetzt. Als Biotopverbundsysteme und Teil regionaler Grünzüge unterstützen sie den Artenschutz über Elmshorn hinaus.   | 9      | 4%   |
| Die Elmshorner Innenstadt ist bei Wetterextremen wie Sturmfluten und Starkregen vor Flusshochwasser geschützt und in der Regenwasserbewirtschaftung auf die Bewältigung sehr großer Niederschlagsmengen eingestellt.   | 7      | 3%   |
| Die Innenstadt hat in allen Lagebereichen ein angenehmes Mikroklima. Der Anstieg der Lufttemperatur ist moderat, die Präsenz von Wasser wirkt positiv auf die Luftfeuchte.   | 4      | 2%   |
| Altlastenverdachtsfälle sind in der Innenstadt geklärt, belastete Böden beseitigt oder zumindest gut gesichert.  | 1      | 1%   |
| Keine Auswahl eines Entwicklungszieles   | 16     | 8%   |

6.1.2 Ideen im Themenfeld Freiraum- und Aufenthaltsqualität:

Es werden insgesamt 98 Antworten für die verschiedenen Entwicklungsziele geäußert, deren enthaltene Ideen vielen verschiedenen Kategorien zugeordnet werden können. Am häufigsten werden insgesamt Ideen zur **Umgestaltung und Aufwertung der Krückau** genannt.

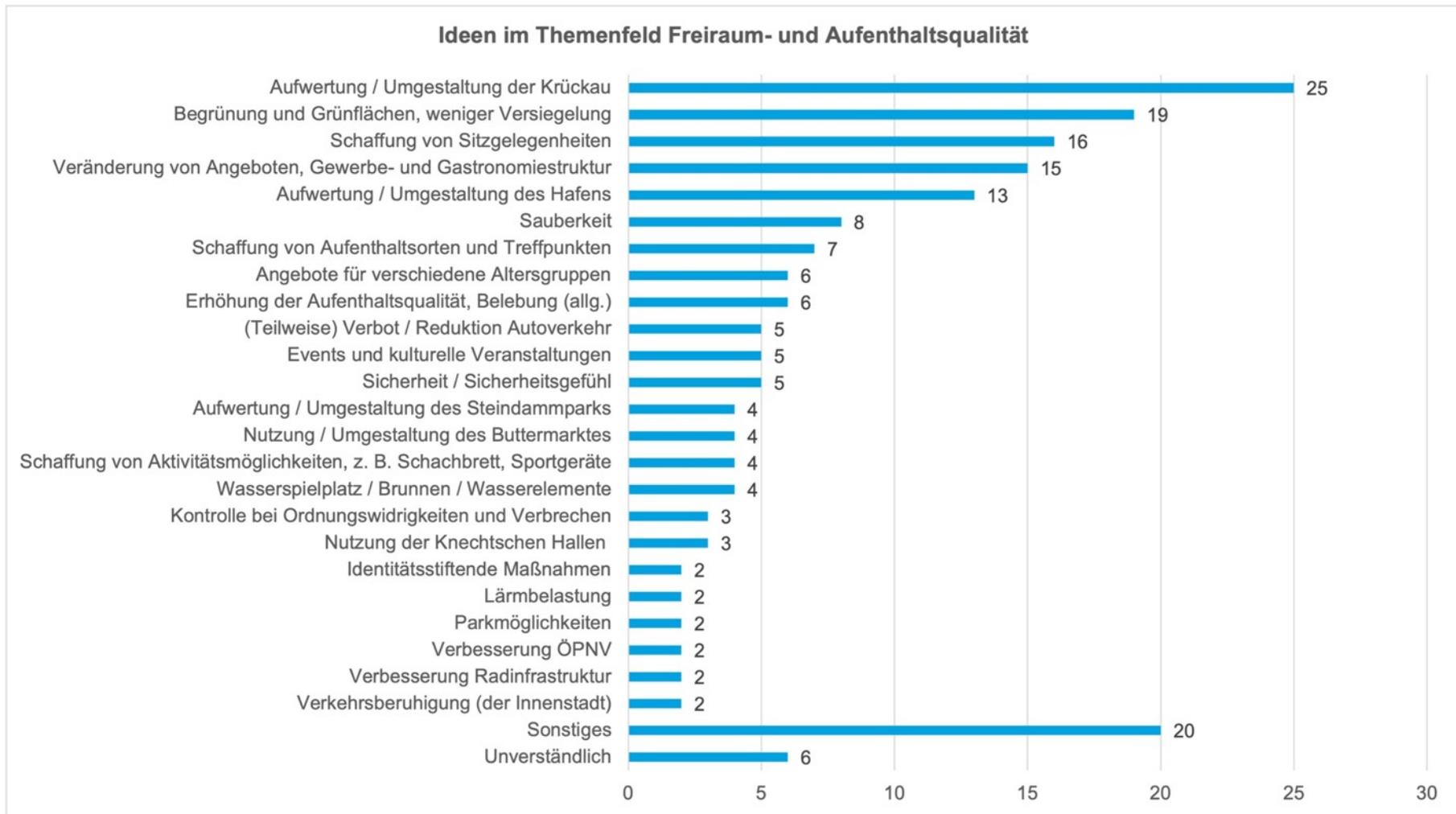


Abb. 12: Ideen zu den Entwicklungszielen - Themenfeld Freiraum- und Aufenthaltsqualität

## 6.2 Themenfeld Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur



Abb. 13: Stimmungsbild zum Themenfeld Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur (Quelle: TOLLERORT entwickeln & beteiligen)

166 Teilnehmer\*innen bewerten das Themenfeld Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur als besonders wichtig. Sie können maximal zwei Innenstadtbereiche auswählen, an die sie dabei als Erstes denken. 140 Teilnehmer\*innen denken zuerst an den Innenstadtbereich Süd, 55 an den Bereich Ost und 37 an den Bereich Nord. Sie geben 141 Mal Gründe für die Wahl des jeweiligen Innenstadtbereichs an.

Während in den beiden Bereichen Süd und Ost die Lage des Bahnhofs am häufigsten Grund für die Auswahl ist, ist es im Bereich Nord die ÖPNV-Anbindung. In allen drei Bereichen folgt die Kategorie Parkplätze und Parkraumkonzept mit den zweithäufigsten Zuordnungen.

Tabelle 3: Gründe für die Wahl der Innenstadtbereiche - Themenfeld Freiraum- und Aufenthaltsqualität - Themenfeld Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur

| Ost  |    | Nord  |   | Süd   |    |
|--|----|---|---|---|----|
| Bahnhof und Nähe zum Bahnhof                                     | 12 | ÖPNV-Anbindung  | 5 | Bahnhof und Nähe zum Bahnhof  | 20 |
| Parkplätze und Parkraumkonzept                                   | 9  | Parkplätze und Parkraumkonzept  | 5 | Parkplätze und Parkraumkonzept  | 17 |
| Modernisierung / Verlegung des Bahnhofs                          | 5  | Bahnhof und Nähe zum Bahnhof  | 3 | Zentrales Innenstadtgebiet / zentraler Zielort                                | 15 |
| Unübersichtliche / schlechte Straßen- und Verkehrsführung        | 5  | Radinfrastruktur  | 2 | Erreichbarkeit  | 7  |
| (Teilweise) Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs     | 4  | Unübersichtliche / schlechte Straßen- und Verkehrsführung                     | 2 | Radinfrastruktur  | 7  |
| ZOB und zentrale Bushaltestellen, Nähe dazu                      | 4  | Verkehrsberuhigung  | 2 | (Teilweise) Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs                  | 6  |
| Modernisierung / Neubau von Bushaltestellen und ZOB              | 3  | Alternative Mobilitätsformen  | 1 | ÖPNV-Anbindung  | 6  |
| P+R-Angebote   | 3  | Bauliche Anziehungspunkte und Funktionsgebäude, z.B. Rathaus, Schulen, Kirche | 1 | Unübersichtliche / schlechte Straßen- und Verkehrsführung                     | 6  |
| Zentrale Verkehrsbauwerke / Verkehrswege                         | 3  | Erreichbarkeit  | 1 | Modernisierung / Verlegung des Bahnhofs                                       | 5  |
| Radinfrastruktur   | 2  | Gestaltung des Stadtbildes  | 1 | ZOB und zentrale Bushaltestellen, Nähe dazu                                   | 5  |
| Sicherheitsgefühl  | 2  | Lärmbelastung   | 1 | Fußgängerzone / Einkaufsstraße  | 4  |
| Zentrales Innenstadtgebiet / zentraler Zielort                   | 2  | Persönliche Gründe, z.B. Nähe zur Wohnung, häufigster Aufenthalt              | 1 | Verkehrsaufkommen   | 4  |
| Alternative Mobilitätsformen                                     | 1  | Sicherheitsgefühl   | 1 | Ausschluss anderer Gebiete  | 3  |
| Ausschluss anderer Gebiete                                       | 1  | Verkehrsaufkommen   | 1 | Bauliche Anziehungspunkte und Funktionsgebäude, z.B. Rathaus, Schulen, Kirche | 3  |
| Bahnunterführung   | 1  | Sonstiges   | 5 | Modernisierung / Neubau von Bushaltestellen und ZOB                           | 3  |
| Entwicklungsbedarf des Gebiets                                   | 1  | Unverständlich  | 1 | P+R-Angebote  | 3  |
| Erreichbarkeit   | 1  |   |   | Persönliche Gründe, z.B. Nähe zur Wohnung, häufigster Aufenthalt              | 3  |
| Persönliche Gründe, z.B. Nähe zur Wohnung, häufigster Aufenthalt | 1  |   |   | Zentrale Verkehrsbauwerke / Verkehrswege                                      | 3  |
| Verkehrsaufkommen  | 1  |   |   | Alternative Mobilitätsformen  | 2  |

| Ost            | Nord |  | Süd                            |    |
|----------------|------|--|--------------------------------|----|
| Sonstiges      | 3    |  | Bahnunterführung               | 2  |
| Unverständlich | 1    |  | Entwicklungsbedarf des Gebiets | 2  |
|                |      |  | Lärmbelastung                  | 2  |
|                |      |  | Sauberkeit                     | 2  |
|                |      |  | Sicherheitsgefühl              | 2  |
|                |      |  | Verkehrsberuhigung             | 2  |
|                |      |  | Gestaltung des Stadtbildes     | 1  |
|                |      |  | Sonstiges                      | 10 |
|                |      |  | Unverständlich                 | 1  |

#### 6.2.1 Wichtigste Entwicklungsziele im Themenfeld Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur:

Am häufigsten werden von den Teilnehmer\*innen zu einem Viertel bis einem Fünftel (25 % bzw. 22 %) die folgenden zwei Entwicklungsziele für die Innenstadtentwicklung ausgewählt:

- „Die Elmshorner Innenstadt ist mit allen Verkehrsmitteln sehr gut zu erreichen - ob aus den Stadtteilen oder der gesamten Region.“
- „Die gut ausgebauten und sicheren Wege ermöglichen einen Innenstadtbesuch aus allen Elmshorner Ortsteilen und der Nahregion mit dem Fahrrad. Die Räder können sicher und witterungsfest verwahrt werden.“

Tabelle 4: Häufigkeit der ausgewählten Entwicklungsziele - Themenfeld Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur

| Themenfeld Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur: Auswahl der einzelnen Ziele   | Anzahl | In % |
|--|--------|------|
| Die Elmshorner Innenstadt ist mit allen Verkehrsmitteln sehr gut zu erreichen - ob aus den Stadtteilen oder der gesamten Region.   | 41     | 25%  |
| Die gut ausgebauten und sicheren Wege ermöglichen einen Innenstadtbesuch aus allen Elmshorner Ortsteilen und der Nahregion mit dem Fahrrad. Die Räder können sicher und witterungsfest verwahrt werden.                | 36     | 22%  |
| Der ÖPNV bietet eine schnelle, komfortable und bezahlbare Alternative zum motorisierten Individualverkehr.   | 22     | 13%  |
| Der PKW-Verkehr in der Innenstadt ist reduziert und erzeugt wenig klimaschädigende Emissionen. Die Dominanz früherer Tage ist einem gleichberechtigten Miteinander der Verkehrsarten gewichen.                         | 18     | 11%  |
| Kurze Wege sowie ein attraktiver und ein weitgehend barrierefrei ausgestalteter Straßenraum laden Fußgänger*innen zum Flanieren ein.   | 15     | 9%   |
| Infolge eines veränderten verkehrlichen Modalsplit und der Verkehrsvermeidung ist der Energiebedarf deutlich reduziert. Energetisch leistet die Innenstadt ihren Beitrag zum Erreichen der Klimaneutralität Elmshorns. | 7      | 4%   |
| Die Verknüpfung von Verkehrsmittel funktioniert reibungslos. Sharing Angebote erhöhen zudem die Inter- und Multimodalität.   | 4      | 2%   |
| Die Datenverfügbarkeit ist schnell und stabil. Das Breitband- und das Mobilfunknetz sind hervorragend ausgebaut.   | 3      | 2%   |
| Die City-Logistik-Lösungen für die Belieferung von Unternehmen und Kund*innen in der Innenstadt sind stadtverträglich organisiert.   | 1      | 1%   |
| In der Elmshorner Innenstadt ist der Verkehrslärm deutlich reduziert.  | 1      | 1%   |
| Keine Auswahl eines Entwicklungszieles   | 18     | 10%  |

### 6.2.2 Ideen im Themenfeld Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur

Es werden 77 Antworten für die Entwicklungsziele dieses Themenfeldes abgegeben. Die meisten darin enthaltenen Ideen werden dabei der Kategorie **Radinfrastruktur und -verkehrsführung** zugeordnet.

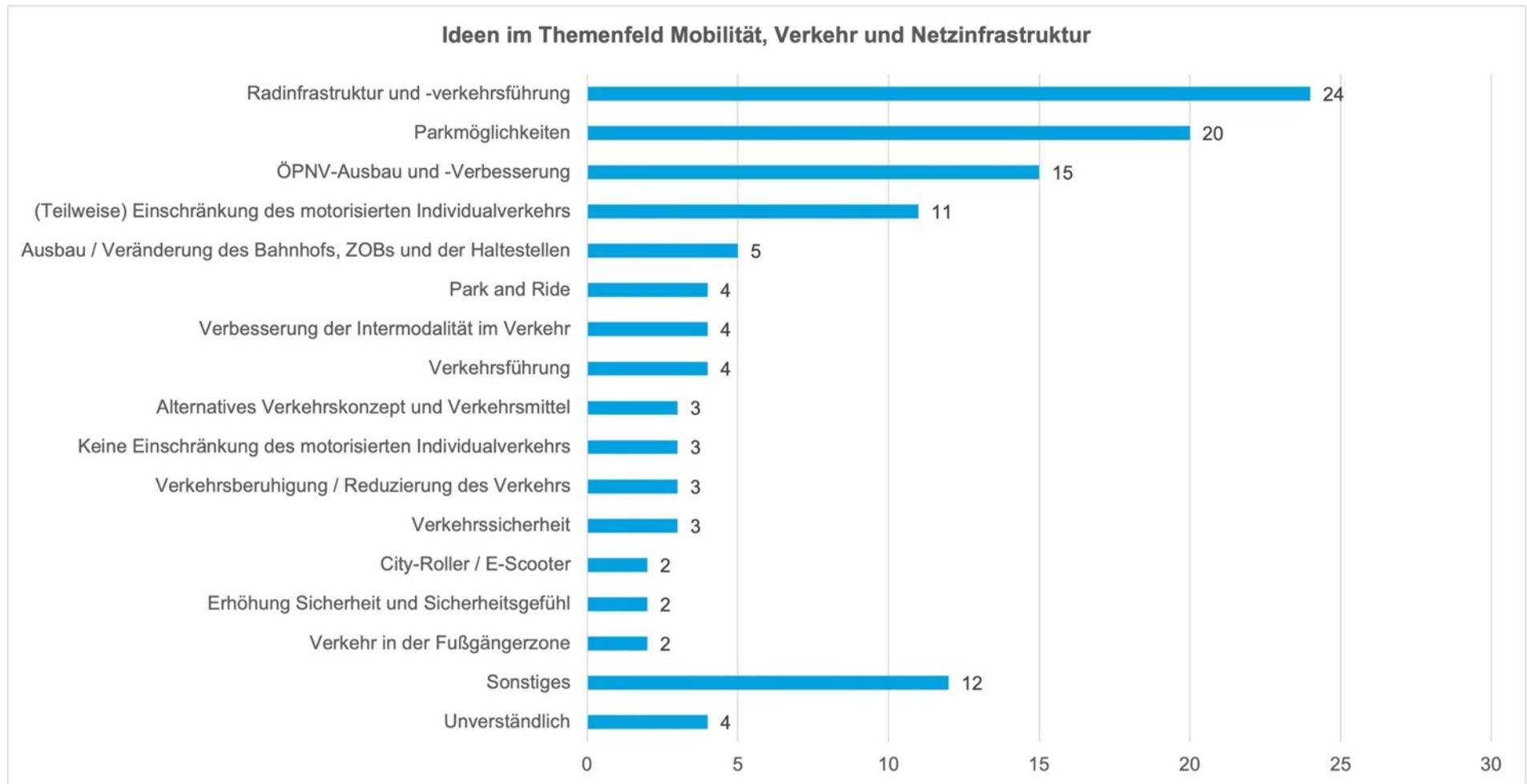


Abb. 14: Ideen zu den Entwicklungszielen - Themenfeld Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur

### 6.3 Themenfeld Wohnen



Abb. 15: Stimmungsbild zum Themenfeld Wohnen (Quelle: TOLLERORT entwickeln & beteiligen)

50 Teilnehmer\*innen finden das Themenfeld Wohnen besonders wichtig. Sie können maximal Innenstadtbereiche angeben, an die sie zuerst denken. 28 der 50 Teilnehmer\*innen geben an, zuerst an den Innenstadtbereich Nord zu denken, 25 an den Bereich Süd und 14 an den Bereich Ost. Die Teilnehmer\*innen begründen in 28 Fällen ihre Wahl.

Der Bereich Nord wird besonders aufgrund der dortigen Wohngebiete ausgewählt. Im Gegensatz dazu sind ungenutzte Flächen und Möglichkeiten zum Bau von Wohnungen in den anderen beiden Bereichen am häufigsten ausschlaggebend.

Tabelle 5: Gründe für die Wahl der Innenstadtbereiche - Themenfeld Wohnen

| Ost  |   | Nord  |   | Süd   |   |
|--|---|---|---|---|---|
| Ungenutzte Flächen / Wohnungsbaumöglichkeiten  | 2 | Nutzung als Wohngebiet                        | 4 | Ungenutzte Flächen / Wohnungsbaumöglichkeiten           | 4 |
| Attraktivität der Wohnlage                     | 1 | Bezahlbarer Wohnraum                          | 1 | Unattraktivität des Wohnraums und der Wohnlage          | 3 |
| Dünne Besiedelung                              | 1 | Kosten  | 1 | Barrierefreier Wohnraum                                 | 1 |
| Nutzung als Wohngebiet                         | 1 | Lage im Stadtgebiet                           | 1 | Belebung und Attraktivitätssteigerung durch Wohnungsbau | 1 |
| Sanierungsbedarf                               | 1 | Ungenutzte Flächen / Wohnungsbaumöglichkeiten | 1 | Erreichbarkeit  | 1 |
| Unattraktivität des Wohnraums und der Wohnlage | 1 | Unverständlich                                | 1 | Lage im Stadtgebiet                                     | 1 |
|  |   |   |   | Unverständlich  | 1 |

### 6.3.1 Wichtigste Entwicklungsziele im Themenfeld Wohnen:

Beinahe vier von zehn Teilnehmer\*innen (38 %) sind der Auffassung, dass folgendes Ziel für die Entwicklung der Elmshorner Innenstadt besonders wichtig ist:

- „Die Wohnquartiere der Innenstadt sind stabile, sozial- und altersgemischte Bereiche. Die dort lebenden Elmshorner\*innen beleben die Innenstadt maßgeblich.“

Ein Viertel der Teilnehmer\*innen (24 %) erachtet das folgende Entwicklungsziel als besonders wichtig:

- „Die Innenstadt ist ein zentraler Wohnstandort Elmshorns mit zeitgemäßen, nachfragegerechten und finanziell erschwinglichem Wohnraumangebot.“

Tabelle 6: Häufigkeit der ausgewählten Entwicklungsziele - Themenfeld Wohnen

| Themenfeld Wohnen: Auswahl der einzelnen Ziele   | Anzahl | In % |
|--|--------|------|
| Die Wohnquartiere der Innenstadt sind stabile, sozial- und altersgemischte Bereiche. Die dort lebenden Elmshorner*innen beleben die Innenstadt maßgeblich. | 19     | 38%  |
| Die Innenstadt ist ein zentraler Wohnstandort Elmshorns mit zeitgemäßen, nachfragegerechten und finanziell erschwinglichem Wohnraumangebot.                | 12     | 24%  |
| Spezialisierte Wohnangebote schließen bei Bedarf die Unterstützung, Betreuung und Begleitung ein.  | 5      | 10%  |
| Die Wohngebäude entsprechen weit überwiegend den geltenden energetischen Standards und leisten so ihren Beitrag auf dem Weg zur Klimaneutralität.          | 4      | 8%   |
| Keine Auswahl eines Entwicklungszieles   | 10     | 20%  |

### 6.3.2 Ideen im Themenfeld Wohnen

Die Befragten geben insgesamt 15 Antworten zur Erreichung der Entwicklungsziele im Themenfeld Wohnen ab. Am häufigsten beziehen sich die Ideen, die in den Antworten enthalten sind, auf **bezahlbaren Wohnraum** und eine **soziale Durchmischung**.

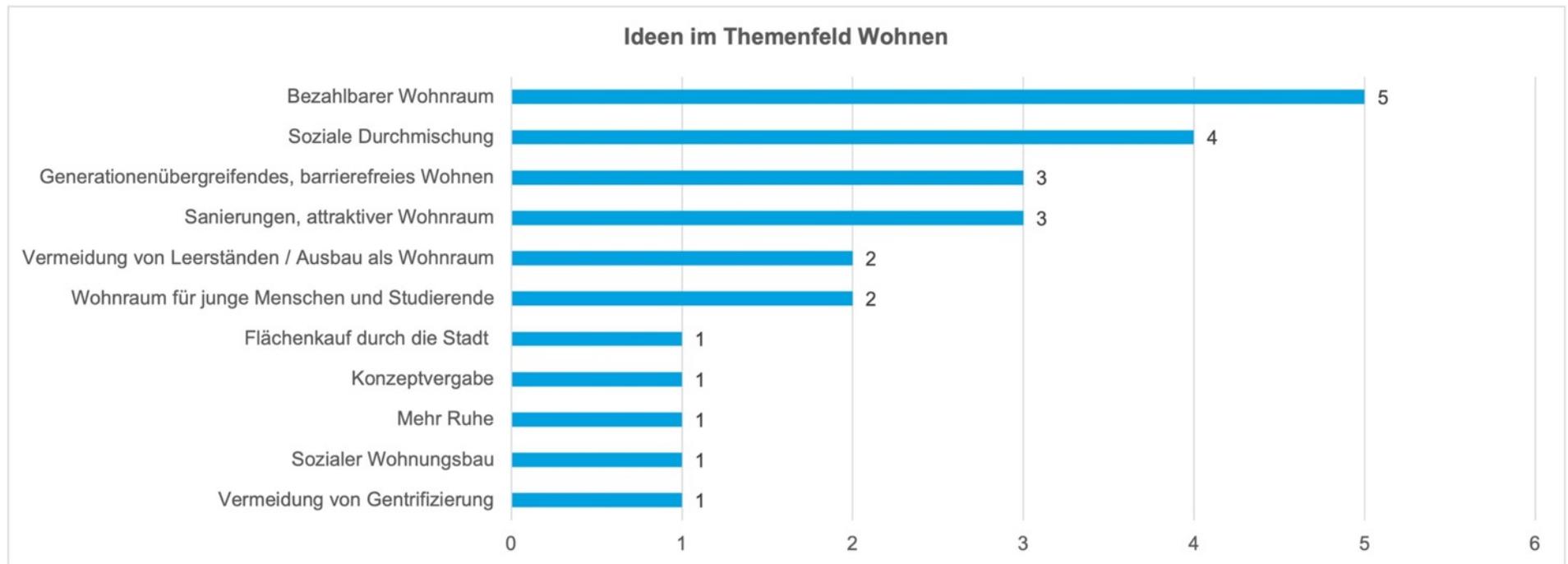


Abb. 16: Ideen zu den Entwicklungszielen - Themenfeld Wohnen

## 6.4 Themenfeld Öffentliche und verbandliche Einrichtungen



Abb. 17: Stimmungsbild zum Themenfeld Öffentliche und verbandliche Einrichtungen (Quelle: TOLLERORT entwickeln & beteiligen)

Insgesamt 18 Teilnehmer\*innen äußern, das Themenfeld Öffentliche und verbandliche Einrichtungen sei ihnen besonders wichtig. Zehn von ihnen geben als einen der maximal zwei auswählbaren Innenstadtbereiche an, zuerst an den Innenstadtbereich Süd zu denken. Sechs Teilnehmer\*innen verbinden das Thema mit dem Bereich Nord und fünf mit dem Bereich Ost.

In den Innenstadtbereichen Ost und Nord werden die Antworten den vorhandenen Kategorien gleichhäufig zugeordnet. Der Bereich Süd wird am häufigsten ausgewählt, da er mit städtischen Funktionsgebäuden wie dem Rathaus und anderen Verwaltungsgebäuden in Verbindung gebracht wird.

Tabelle 7: Gründe für die Wahl der Innenstadtbereiche - Themenfeld Öffentliche und verbandliche Einrichtungen

| Ost                          | Nord                          | Süd                                    |
|------------------------------|-------------------------------|--|
| Zentrales Innenstadtgebiet 1 | Industrielle Prägung 1        | Städtische Funktionsgebäude 4          |
| Unverständlich 1             | Soziale Durchmischung 1       | Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit 2 |
|                              | Städtische Funktionsgebäude 1 | Zentrales Innenstadtgebiet 2           |
|                              | Sicherheitsgefühl 1           | Bahnhofsnähe 1                         |
|                              |                               | Entwicklungspotenzial 1                |

6.4.1 Wichtigste Entwicklungsziele im Themenfeld Öffentliche und verbandliche Einrichtungen:

Ein Drittel der Teilnehmer\*innen (33 %), denen das Themenfeld Öffentliche und verbandliche Einrichtungen wichtig ist, weisen folgendem Entwicklungsziel eine hohe Bedeutung für die Entwicklung der Elmshorner Innenstadt zu:

- „Die Innenstadt ist der zentrale Ort, an dem das Elmshorner Gemeinwesen erfahrbar und örtliche Demokratie gelebt wird.“

Weitere 28 % wählen folgendes Entwicklungsziel aus:

- „Die Innenstadt beherbergt auf kurzen Wegen ein Spektrum an Verbänden, Vereinen und religiösen Gemeinschaften. Als Trägerorganisationen ergänzen sie das Leistungsangebot für die Gesamtstadt in ihrem jeweiligen Feld.“

Tabelle 8: Häufigkeit der ausgewählten Entwicklungsziele - Themenfeld Öffentliche und verbandliche Einrichtungen

| Themenfeld Öffentliche und verbandliche Einrichtungen: Auswahl der einzelnen Ziele   | Anzahl | In % |
|--|--------|------|
| Die Innenstadt ist der zentrale Ort, an dem das Elmshorner Gemeinwesen erfahrbar und örtliche Demokratie gelebt wird.  | 6      | 33%  |
| Die Innenstadt beherbergt auf kurzen Wegen ein Spektrum an Verbänden, Vereinen und religiösen Gemeinschaften. Als Trägerorganisationen ergänzen sie das Leistungsangebot für die Gesamtstadt in ihrem jeweiligen Feld. | 5      | 28%  |
| Die öffentlichen Einrichtungen Elmshorns bieten in der Innenstadt ein umfassendes, leistungsstarkes Dienstleistungsangebot.  | 2      | 11%  |
| Keine Auswahl eines Entwicklungszieles   | 5      | 28%  |

### 6.4.2 Ideen im Themenfeld Öffentliche und verbandliche Einrichtungen:

In diesem Themenfeld werden drei Antworten zu den Entwicklungszielen abgegeben. Sie enthalten Ideen, die sich inhaltlich mit je einer Zuordnung auf die Themen **Begrünung**, **Erholungsmöglichkeiten**, **Krückau**, **Erreichbarkeit** und **politische Entscheidungen** beziehen.

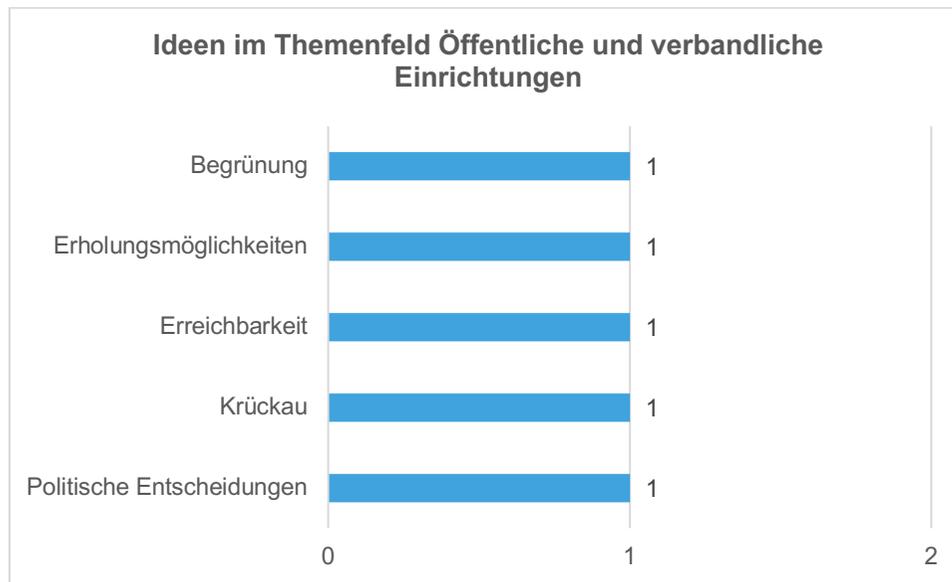


Abb. 18: Ideen zu den Entwicklungszielen - Themenfeld Öffentliche und verbandliche Einrichtungen

## 6.5 Themenfeld Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen



Abb. 19: Stimmungsbild zum Themenfeld Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen (Quelle: TOLLERORT entwickeln & beteiligen)

236 Teilnehmer\*innen messen dem Themenfeld Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen eine hohe Bedeutung bei. Die Teilnehmer\*innen können angeben, an welche maximal zwei Innenstadtbereiche sie zuerst denken. 217 Mal denken sie zuerst an den Bereich Süd, 36 Mal an den Bereich Ost und 32 Mal an den Bereich Nord. In 161 Fällen wird diese Wahl begründet.

Der Bereich Innenstadt Süd wird auch in diesem Fall als zentrales Innenstadtgebiet mit Fußgängerzone und Einkaufsmöglichkeiten wahrgenommen. Es werden zudem viele Antworten abgegeben, die sich auf Angebots- und Gewerbekonzentration sowie die Attraktivität und Diversität der Angebote beziehen.

Tabelle 9: Gründe für die Wahl der Innenstadtbereiche - Themenfeld Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen

| Ost   |   | Nord  |   | Süd   |    |
|---|---|---|---|---|----|
| Zentrales Innenstadtgebiet / Nähe zur Innenstadt  | 5 | Attraktivität und Diversität der Angebote                 | 3 | Fußgängerzone und Einkaufsstraßen                         | 39 |
| Angebots- und Gewerbekonzentration                | 4 | Fußgängerzone und Einkaufsstraßen                         | 3 | Zentrales Innenstadtgebiet / Nähe zur Innenstadt          | 21 |
| Attraktivität und Diversität der Angebote         | 4 | Angebots- und Gewerbekonzentration                        | 2 | Angebots- und Gewerbekonzentration                        | 19 |
| Krückkau und Angebote an der Krückkau             | 3 | Zentrales Innenstadtgebiet / Nähe zur Innenstadt          | 2 | Attraktivität und Diversität der Angebote                 | 19 |
| Bahnhofsnähe                                      | 2 | Ausschluss der anderen Gebiete                            | 1 | Krückkau und Angebote an der Krückkau                     | 9  |
| Entwicklungs- und Veränderungsbedarf              | 2 | Entwicklungspotenzial                                     | 1 | Entwicklungspotenzial                                     | 8  |
| Entwicklungspotenzial                             | 2 | Erreichbarkeit  | 1 | Marktplatz / Buttermarkt                                  | 8  |
| Fußgängerzone und Einkaufsstraßen                 | 2 | Marktplatz / Buttermarkt                                  | 1 | Hafen und Angebote in Hafennähe                           | 7  |
| Ausschluss der anderen Gebiete                    | 1 | Städtische Funktionsgebäude und bauliche Anziehungspunkte | 1 | Städtische Funktionsgebäude und bauliche Anziehungspunkte | 6  |
| Einzelhandel und Gastronomie (allg.)              | 1 | Sonstiges   | 2 | Bahnhofsnähe  | 5  |
| Hafen und Angebote in Hafennähe                   | 1 |   |   | Anzahl der Angebote                                       | 3  |
| Optische Gestaltung, Atmosphäre und Attraktivität | 1 |   |   | Ausschluss der anderen Gebiete                            | 3  |
| Verbindung von Teilgebieten                       | 1 |   |   | Entwicklungs- und Veränderungsbedarf                      | 3  |
| Sonstiges   | 3 |   |   | Optische Gestaltung, Atmosphäre und Attraktivität         | 3  |
|   |   |   |   | Einzelhandel und Gastronomie (allg.)                      | 2  |
|   |   |   |   | Erreichbarkeit  | 2  |
|   |   |   |   | Freiflächen   | 1  |
|   |   |   |   | Leerstände  | 1  |
|   |   |   |   | Sicherheitsgefühl   | 1  |
|   |   |   |   | Verbindung von Teilgebieten                               | 1  |
|   |   |   |   | Sonstiges   | 8  |
|   |   |   |   | Unverständlich  | 5  |

### 6.5.1 Wichtigste Entwicklungsziele im Themenfeld Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen:

Die Teilnehmer\*innen, die den Bereich Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen bedeutsam finden, erachten mit deutlichem Abstand am häufigsten (37 %) folgendes Ziel als wichtig für die Entwicklung der Elmshorner Innenstadt:

- „Der Einzelhandel der Elmshorner Innenstadt bezieht seine Attraktivität aus einer ausgeprägten Angebotsvielfalt und Individualität. Mit dieser Wettbewerbspositionierung ist die Innenstadt Anziehungspunkt für die eigene Bevölkerung und Besucher\*innen der Region.“

Tabelle 10: Häufigkeit der ausgewählten Entwicklungsziele - Themenfeld Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen

| Themenfeld Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen: Auswahl der einzelnen Ziele   | Anzahl | In % |
|--|--------|------|
| Der Einzelhandel der Elmshorner Innenstadt bezieht seine Attraktivität aus einer ausgeprägten Angebotsvielfalt und Individualität. Mit dieser Wettbewerbspositionierung ist die Innenstadt Anziehungspunkt für die eigene Bevölkerung und Besucher*innen der Region. | 87     | 37%  |
| Der Wochenmarkt ist eine feste und beliebte Institution in der Innenstadt. Er hebt die Besucherfrequenzen deutlich – auch von Seiten auswärtiger Besucher*innen.   | 44     | 19%  |
| Die gastronomischen Betriebe bereichern die Innenstadt durch attraktive Angebote, eine große Gastfreundlichkeit und zeitgemäße Konzepte.   | 44     | 19%  |
| Die Attraktivität der Innenstadt wird durch ein breites Spektrum an Dienstleistungen erweitert. Die Menschen kombinieren ihre (Alltags-) Besorgungen mit den vorhandenen Services.   | 27     | 11%  |
| Innovative Konzepte aus Handwerk und urbaner Produktion sorgen für Highlights beim Schaufensterbummel. Individualisierung und Customizing begeistern die Besucher*innen.   | 8      | 3%   |
| Der Erfolg und Wettbewerbsvorteil vieler Innenstadtbetriebe fußt auf ihren guten und langfristig ausgerichteten, vertrauensvollen Kundenbeziehungen. Sie unterstützen die Loyalität der Elmshorner*innen mit ihrer Innenstadt und deren Angeboten.                   | 4      | 2%   |
| Die wirtschaftlichen Kernlagen der Innenstadt sind räumlich kompakt. Die Nebelagen sind Ziellagen, in denen Spezialbetriebe ihr Publikum finden. In den Randlagen der Innenstadt hat sich nach und nach das Wohnen als Hauptnutzung etabliert.                       | 4      | 2%   |
| Viele Innenstadtunternehmen arbeiten analog und digital. Sie nutzen die Möglichkeiten der Digitalisierung für neue Formen der Zusammenarbeit und ihre Kundenbeziehungen.   | 1      | 0%   |
| Keine Auswahl eines Entwicklungszieles   | 17     | 7%   |

6.5.2 Ideen im Themenfeld Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen:

Die Teilnehmer\*innen geben insgesamt 88 Antworten mit Ideen zu den verschiedenen Entwicklungszielen ab. 34 der in den Antworten geäußerten Ideen werden der Kategorie **Angebotsvielfalt** und 17 Ideen der Kategorie **Attraktivität des Angebots und der Innenstadt** zugeordnet. Sie sind die am häufigsten verwendeten Kategorien.

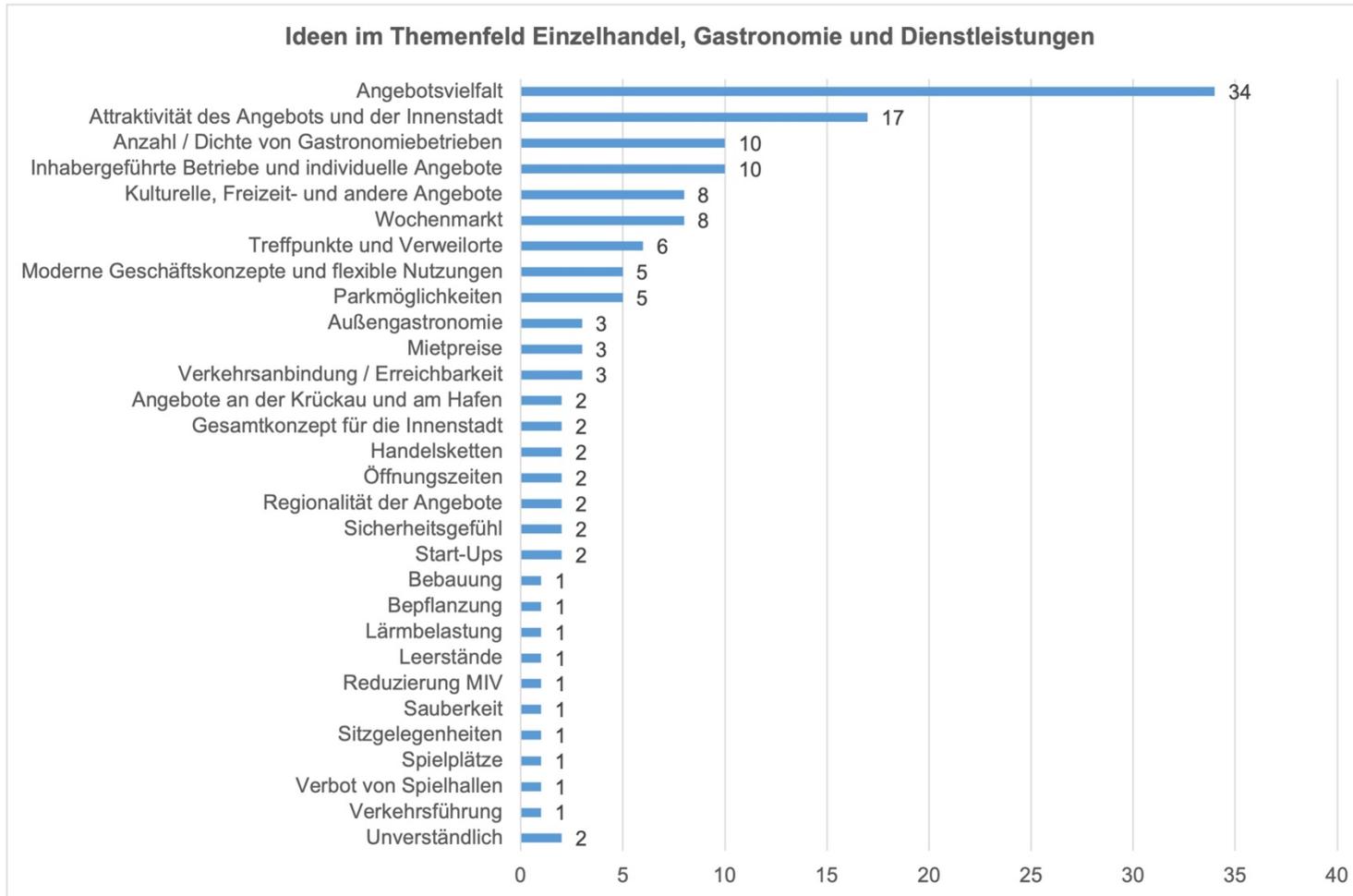


Abb. 20: Ideen zu den Entwicklungszielen - Themenfeld Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen

## 6.6 Themenfeld Kultur und Freizeit



Abb. 21: Stimmungsbild zum Themenfeld Kultur und Freizeit (Quelle: TOLLERORT entwickeln & beteiligen)

139 Teilnehmer\*innen geben an, das Themenfeld Kultur und Freizeit sei ihnen besonders wichtig. Auf die Frage, an welche maximal zwei Innenstadtbereiche sie dabei als Erstes denken, geben 102 Teilnehmer\*innen den Innenstadtbereich Süd, 39 Teilnehmer\*innen Nord und 31 Teilnehmer\*innen Ost an. Es werden 92 Begründungen geliefert.

In den beiden Bereichen werden am häufigsten lokale Einrichtungen und Orte genannt, beispielsweise in Süd: die Knechtschen Hallen, der Hafen und die Krückau und im Bereich Nord öffentliche Einrichtungen wie Museen oder die Volkshochschule.

Tabelle 11: Gründe für die Wahl der Innenstadtbereiche - Themenfeld Kultur und Freizeit

| Ost   |        | Nord  |   | Süd   |   |
|---|--------|---|---|---|---|
| Möglichkeiten im Steindampark   | 1<br>1 | Öffentliche Einrichtungen, z. B. Museen, VHS  | 7 | Knechtsche Hallen   | 8 |
| Erreichbarkeit, zentrale Lage   | 2      | Mehr Veranstaltungen, Veranstaltungsräume, Kulturangebote und Freizeiteinrichtungen | 2 | Möglichkeiten am Hafen  | 6 |
| Knechtsche Hallen   | 2      | Möglichkeiten für Veranstaltungen, kulturelle und Freizeiteinrichtungen             | 2 | Möglichkeiten im Steindampark   | 6 |
| Möglichkeiten an der Krückau  | 2      | Möglichkeiten im Steindampark   | 2 | Vorhandene Veranstaltungen, Angebote und Einrichtungen                              | 6 |
| Möglichkeiten für Veranstaltungen, kulturelle und Freizeiteinrichtungen | 2      | Vorhandene Veranstaltungen, Angebote und Einrichtungen                              | 2 | Buttermarkt und Markthalle  | 5 |
| Öffentliche Einrichtungen, z. B. Museen, VHS                            | 2      | Zentrales Innenstadtgebiet  | 2 | Erreichbarkeit, zentrale Lage   | 5 |
| Veränderung bestehender Angebote  | 2      | Entwicklungsbedarf des Gebiets  | 1 | Öffentliche Einrichtungen, z. B. Museen, VHS  | 5 |
| Buttermarkt und Markthalle  | 1      | Erreichbarkeit, zentrale Lage   | 1 | Möglichkeiten für Veranstaltungen, kulturelle und Freizeiteinrichtungen             | 4 |
| Entwicklungsbedarf des Gebiets  | 1      | Fußgängerzone und Einkaufsstraße  | 1 | Zentrales Innenstadtgebiet  | 4 |
| Lokale Geschichte   | 1      | Gastronomie   | 1 | Mangel an Angeboten   | 3 |
| Mangel an Angeboten   | 1      | Lokale Geschichte   | 1 | Möglichkeiten an der Krückau  | 3 |
| Möglichkeiten am Hafen  | 1      | Mangel an Angeboten   | 1 | Veränderung bestehender Angebote  | 3 |
| Sonstiges   | 1      | Möglichkeiten am Hafen  | 1 | Ausschluss der anderen Gebiete  | 2 |
|   |        | Parkmöglichkeiten   | 1 | Entwicklungsbedarf des Gebiets  | 2 |
|   |        | Veränderung bestehender Angebote  | 1 | Fußgängerzone und Einkaufsstraße  | 2 |
|   |        | Sonstiges   | 1 | Lokale Geschichte   | 2 |
|   |        | Unverständlich  | 1 | Mehr Veranstaltungen, Veranstaltungsräume, Kulturangebote und Freizeiteinrichtungen | 2 |
|   |        |   |   | Möglichkeiten für Gastronomie   | 2 |
|   |        |   |   | Bewerbung und Koordinierung von Veranstaltungen                                     | 1 |
|   |        |   |   | Gastronomie   | 1 |

| Ost | Nord | Süd               |   |
|-----|------|-------------------|---|
|     |      | Parkmöglichkeiten | 1 |
|     |      | Sonstiges         | 5 |
|     |      | Unverständlich    | 1 |

### 6.6.1 Wichtigste Entwicklungsziele im Themenfeld Themenfeld Kultur und Freizeit:

Von den Teilnehmer\*innen ist jeweils mehr als ein Drittel (39 % bzw. 35 %) der Meinung, folgende Entwicklungsziele seien bedeutsam für die Entwicklung der Innenstadt:

- „Attraktive Feste und Veranstaltungen bieten regelmäßig Anlässe zum Besuch der Innenstadt und gesellschaftlichem Austausch.“
- „Kreativität, Originalität und Mut zu Neuem zeichnen die Kulturangebote der öffentlichen Institutionen aus und bereichern so die Innenstadt. Auch die Freie Szene setzt spannende Impulse.“

Tabelle 12: Häufigkeit der ausgewählten Entwicklungsziele - Themenfeld Kultur und Freizeit

| Themenfeld Kultur und Freizeit: Auswahl der einzelnen Ziele   | Anzahl | In % |
|---|--------|------|
| Attraktive Feste und Veranstaltungen bieten regelmäßig Anlässe zum Besuch der Innenstadt und gesellschaftlichem Austausch.  | 54     | 39%  |
| Kreativität, Originalität und Mut zu Neuem zeichnen die Kulturangebote der öffentlichen Institutionen aus und bereichern so die Innenstadt. Auch die Freie Szene setzt spannende Impulse. | 49     | 35%  |
| Ortsspezifische Eigenheiten wie die industrie-kulturelle Geschichte machen Elmshorn zu einem interessanten Angebot für Einheimische und Besucher*innen.                                   | 13     | 9%   |
| Die Innenstadt bietet Fitnessmöglichkeiten für alle Altersgruppen – niedrigschwellig und aktivierend.   | 6      | 5%   |
| Keine Auswahl eines Entwicklungszieles  | 17     | 12%  |

### 6.6.2 Ideen im Themenfeld Kultur und Freizeit:

In 48 Fällen werden Antworten für die angegebenen Entwicklungsziele abgegeben. Am häufigsten enthalten sie Ideen, in denen **mehr Events und Veranstaltungen** vorgeschlagen werden (16 Zuordnungen), gefolgt von der **Nutzung und Einbeziehung lokaler Akteur\*innen und Besonderheiten** (zwölf Zuordnungen).

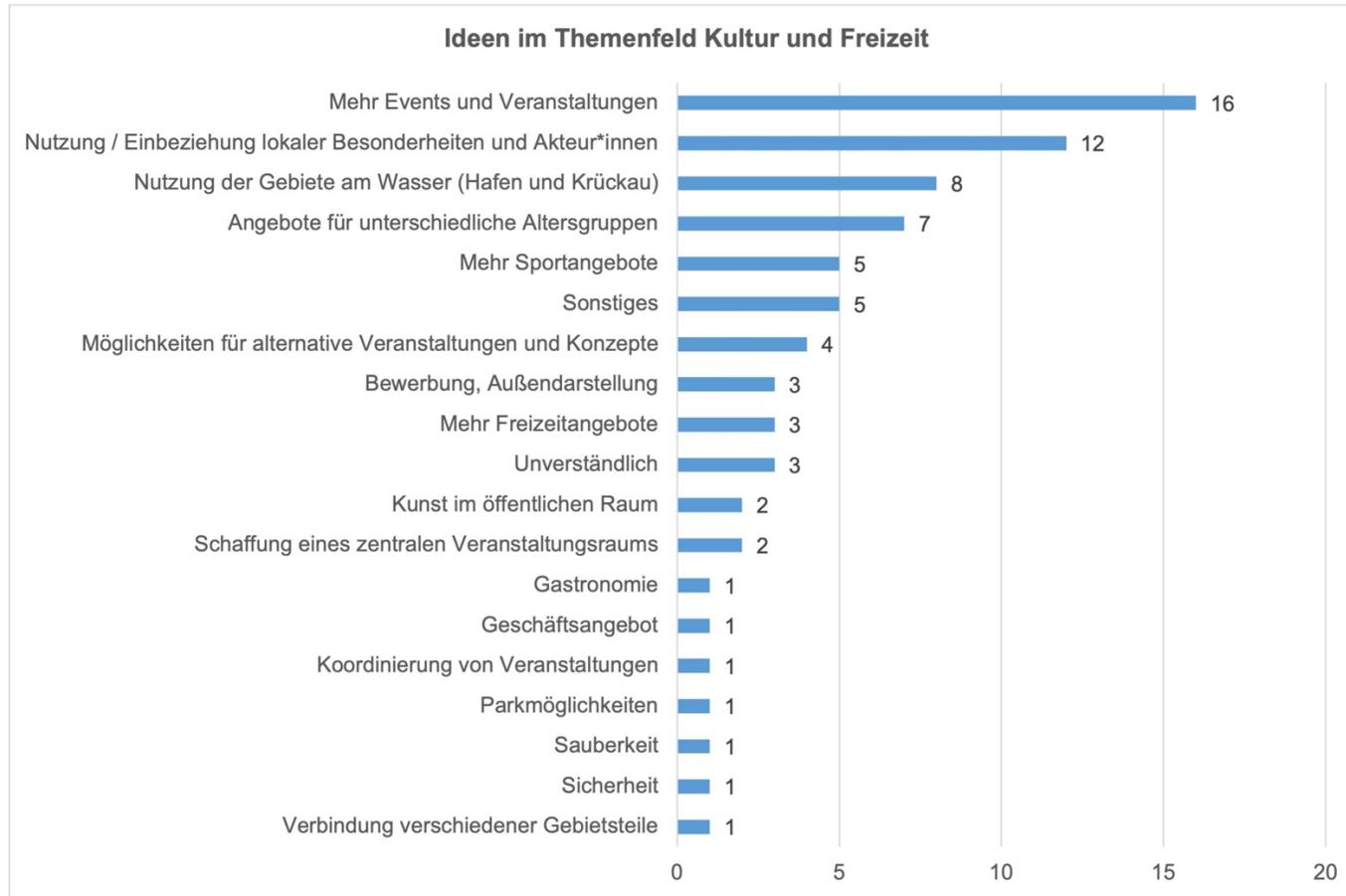


Abb. 22: Ideen zu den Entwicklungszielen - Themenfeld Kultur und Freizeit

## 6.7 Themenfeld Bildung, Gesundheit und Soziales



Abb. 23: Stimmungsbild zum Themenfeld Bildung, Gesundheit und Soziales (Quelle: TOLLERORT entwickeln & beteiligen)

69 Teilnehmer\*innen bewerten Themenfeld Bildung, Gesundheit und Soziales als besonders wichtig. Sie können bis zu zwei der drei Innenstadtbereiche auswählen, an die sie zuerst denken. In 44 Fällen verbinden die Teilnehmer\*innen das Themenfeld zuerst mit dem Bereich Nord. In 35 Fällen denken sie zuerst an den Bereich Süd und sechs Mal an den Bereich Ost. 37 Teilnehmer\*innen haben begründet, warum sie mindestens einen der drei Innenstadtbereiche gewählt haben.

Der Innenstadtbereich Nord wird insbesondere mit Bildungs- und gesundheitlichen Einrichtungen in Verbindung gebracht. In geringerem Umfang trifft dies ebenso auf den Bereich Süd zu.

Tabelle 13: Gründe für die Wahl der Innenstadtbereiche - Themenfeld Bildung, Gesundheit und Soziales

| Ost                   |   | Nord                                       |        | Süd  |   |
|-----------------------|---|--|--------|--|---|
| Bildungseinrichtungen | 1 | Bildungseinrichtungen                      | 1<br>5 | Bildungseinrichtungen                      | 7 |
| Bücherei / Bibliothek | 1 | Gesundheitliche Einrichtungen              | 9      | Gesundheitliche Einrichtungen              | 7 |
| Sonstiges             | 1 | Bekanntheit der Angebote und Einrichtungen | 2      | Bücherei / Bibliothek                      | 3 |
|                       |   | Rathaus                                    | 2      | Bekanntheit der Angebote und Einrichtungen | 1 |
|                       |   | Bücherei / Bibliothek                      | 1      | Fußgängerzone und Einkaufsstraße           | 1 |
|                       |   | Museen                                     | 1      | Knechtsche Hallen                          | 1 |
|                       |   | Religiöse Einrichtungen                    | 1      | Rathaus                                    | 1 |
|                       |   | Sonstiges                                  | 2      | Religiöse Einrichtungen                    | 1 |
|                       |   |  |        | Zentrale Lage, gute Erreichbarkeit         | 1 |
|                       |   |  |        | Sonstiges                                  | 1 |

### 6.7.1 Wichtigste Entwicklungsziele im Themenfeld Bildung, Gesundheit und Soziales

Von je einem Viertel (25 %) und einem Fünftel der Befragten (20 %) werden folgende zwei Entwicklungsziele als besonders relevant für die Innenstadtentwicklung angesehen:

- „Die Konzentration zahlreicher Gesundheitsdienstleistungen macht die Innen-stadt zum wichtigsten Versorgungsstandort für die Gesamtstadt und das regionale Umfeld. Ihr Ausbau und ihre Vernetzung trägt dem wachsenden Bedarf an Prävention, Diagnose und Behandlung Rechnung.“
- „In der Innenstadt sind attraktive Regelschulen zuhause. Sowohl die Grundschulen als auch das Gymnasium stehen mit ihrer Qualität für den erstklassigen Ruf Elmshorns als Bildungsort. Ergänzt wird das Ausbildungsangebot um die Nordakademie, der die Innenstadt ein attraktives Umfeld bietet.“

Tabelle 14: Häufigkeit der ausgewählten Entwicklungsziele - Themenfeld Bildung, Gesundheit und Soziales

| Themenfeld: Bildung, Gesundheit und Soziales Auswahl der einzelnen Ziele   | Anzahl | In % |
|--|--------|------|
| Die Konzentration zahlreicher Gesundheitsdienstleistungen macht die Innenstadt zum wichtigsten Versorgungsstandort für die Gesamtstadt und das regionale Umfeld. Ihr Ausbau und ihre Vernetzung trägt dem wachsenden Bedarf an Prävention, Diagnose und Behandlung Rechnung.                     | 17     | 25%  |
| In der Innenstadt sind attraktive Regelschulen zuhause. Sowohl die Grundschulen als auch das Gymnasium stehen mit ihrer Qualität für den erstklassigen Ruf Elmshorns als Bildungsort. Ergänzt wird das Ausbildungsangebot um die Nordakademie, der die Innenstadt ein attraktives Umfeld bietet. | 14     | 20%  |
| Die Innenstadt ist der zentrale Elmshorner Standort für lebenslanges Lernen. Die vorhandenen Bildungsangebote für alle sind als wesentliche Bausteine der innerstädtischen Funktionsmischung gestaltet und ausgebaut.  | 11     | 16%  |
| Die Innenstadt beherbergt ein breites Spektrum sozialer Dienstleistungen. Die Angebote unterstützen Menschen mit Hilfebedarf bei der Bewältigung schwieriger Lebenssituationen. Sie integrieren und führen Menschen zusammen.  | 10     | 14%  |
| Die Elmshorner Innenstadt verfügt in zentraler Lage über ein nachfragegerechtes Betreuungsangebot für Kinder bis ins Grundschulalter. Es fördert deren individuelle Entwicklung und erleichtert ihren Eltern die Vereinbarkeit von Familie und Berufstätigkeit.                                  | 5      | 7%   |
| Ein umfangreiches Pflege- und Betreuungsangebot unterstützt bei Bedarf Senior*innen bei der Bewältigung ihres Alltags.   | 4      | 6%   |
| Keine Auswahl eines Entwicklungszieles   | 8      | 12%  |

### 6.7.2 Ideen im Themenfeld Bildung, Gesundheit und Soziales

Die Teilnehmer\*innen geben insgesamt 14 Antworten zu den Entwicklungszielen ab. Die darin am häufigsten enthaltenen Ideen betreffen mit je zwei Zuordnungen **Begegnungsmöglichkeiten für verschiedene Altersgruppen**, die **Bewerbung von Angeboten**, **medizinische Versorgungsstrukturen** und **Parkmöglichkeiten**.

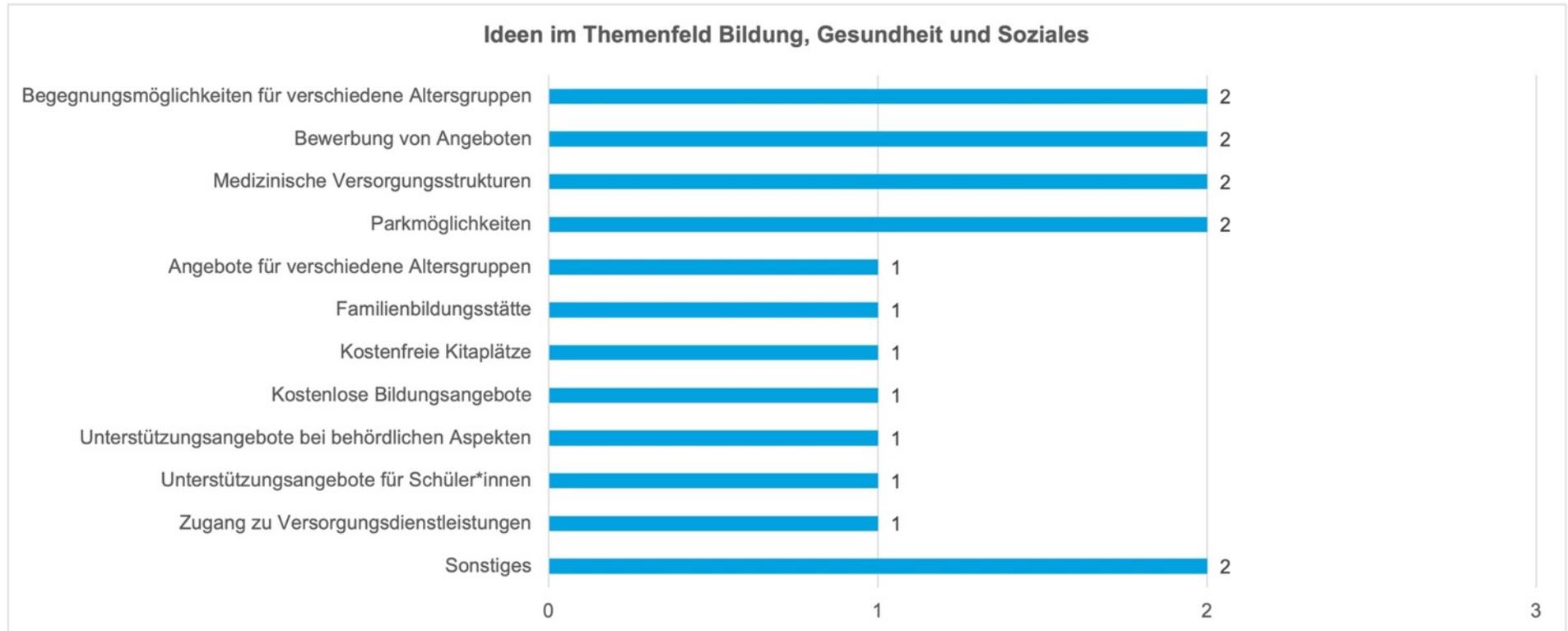


Abb. 24: Ideen zu den Entwicklungszielen - Themenfeld Bildung, Gesundheit und Soziales

## 6.8 Themenfeld Stadtmarketing und Citymanagement



Abb. 25: Stimmungsbild zum Themenfeld Stadtmarketing und Citymanagement (Quelle: TOLLERORT entwickeln & beteiligen)

Das Themenfeld Stadtmarketing und Citymanagement wird von 29 Teilnehmer\*innen als besonders wichtig angesehen. Die Teilnehmer\*innen können maximal zwei Innenstadtbereiche auswählen, an die sie dabei zuerst denken. Sie bringen 21 Mal zuerst den Innenstadtbereich Süd mit dem Themenfeld in Verbindung, sieben Mal den Bereich Nord und vier Mal den Bereich Ost. Zwölf Mal wird diese Wahl begründet.

Während der Bereich Süd vor allem als belebtes Gebiet wahrgenommen wird, wird im Innenstadtbereich Ost Entwicklungs- und Aufwertungsbedarf gesehen. In keinem Fall wird die Wahl des Bereichs Nord begründet.

Tabelle 15: Gründe für die Wahl der Innenstadtbereiche - Themenfeld Stadtmarketing und Citymanagement

| Ost                               | Nord |   | Süd |                                  |   |
|-----------------------------------|------|---|-----|----------------------------------|---|
| Entwicklungs- / Aufwertungsbedarf | 2    | - | -   | Belebtestes Gebiet               | 2 |
| Bahnhofsnähe                      | 1    |   |     | Bahnhofsnähe                     | 1 |
| Regionaler Fokus                  | 1    |   |     | Entwicklungs-/ Aufwertungsbedarf | 1 |
|                                   |      |   |     | Fußgängerzone und Einkaufsstraße | 1 |
|                                   |      |   |     | Regionaler Fokus                 | 1 |
|                                   |      |   |     | Zentrales Innenstadtgebiet       | 1 |
|                                   |      |   |     | Unverständlich                   | 3 |

6.8.1 Wichtigste Entwicklungsziele im Themenfeld Stadtmarketing und Citymanagement:

Insgesamt haben die Befragten, die das Themenfeld Stadtmarketing und Citymanagement als wichtig erachten, zu 28 % folgendes Entwicklungsziel für die Entwicklung der Elmshorner Innenstadt am häufigsten als wichtig erachtet:

- „Die Innenstadt bietet sehens- und erlebenswerte Inszenierungen des Stadtraums, die dessen Charakteristika immer wieder aufs Neue hervorheben und kreativ verstärken. Sie unterstützen so den Ruf Elmshorns als reizvolles Besuchsziel.“

Tabelle 16: Häufigkeit der ausgewählten Entwicklungsziele - Themenfeld Stadtmarketing und Citymanagement

| Themenfeld Stadtmarketing und Citymanagement: Auswahl der einzelnen Ziele  | Anzahl | In % |
|--|--------|------|
| Die Innenstadt bietet sehens- und erlebenswerte Inszenierungen des Stadtraums, die dessen Charakteristika immer wieder aufs Neue hervorheben und kreativ verstärken. Sie unterstützen so den Ruf Elmshorns als reizvolles Besuchsziel. | 8      | 28%  |
| Die Gewerbe- und Wohnimmobilien der Elmshorner Innenstadt weisen einen hohen Nutzungsgrad auf. Insbesondere die Erdgeschosslagen der Kernbereiche zeichnen sich durch einen durchgängigen und vielgestaltigen Branchenmix aus.         | 5      | 17%  |
| Über eine zielgruppenscharfe Ausrichtung der Werbung sowie individualisierte Maßnahmen zur Kundenbindung und Verkaufsförderung ist die Innenstadt in Elmshorn und im Umland als lohnenswertes Besuchsziel vor aller Augen.             | 5      | 17%  |

| Themenfeld Stadtmarketing und Citymanagement: Auswahl der einzelnen Ziele  | Anzahl | In % |
|--|--------|------|
| Die Marke Elmshorn ist in der Innenstadt präsent. Als modern angelegtes "Branding" prägt sie das visuelle Erscheinungsbild. "Supernormal" ist das Leitmotiv für die Ein- und Ausrichtung alltagspraktischer, bürgernaher Infrastruktur und Angebote. | 3      | 10%  |
| Die Elmshorner Innenstadt ist angesichts zahlreicher engagierter Menschen in guten Händen. Private und öffentliche Akteur*innen kümmern sich gemeinsam um das Herzstück ihrer Stadt und deren Weiterentwicklung.                                     | 1      | 4%   |
| Keine Auswahl eines Entwicklungszieles   | 7      | 24%  |

### 6.8.2 Ideen im Themenfeld Stadtmarketing und Citymanagement:

Insgesamt werden sechs Antworten für die Entwicklungsziele des Themenfeldes Stadtmarketing und Citymanagement abgegeben. Am häufigsten werden mit zwei Zuordnungen Ideen, die **mehr Vielfalt** thematisieren, abgegeben.



Abb. 26: Ideen zu den Entwicklungszielen - Themenfeld Stadtmarketing und Citymanagement

## 6.9 Weitere Zielformulierungen

Etwa 13 % der Befragten ergänzen weitere Entwicklungsziele, die ihnen besonders wichtig sind. Am häufigsten werden in den Antworten **mehr oder natürliche Begrünung sowie weniger versiegelte Flächen** (7 Zuordnungen) vorgeschlagen. Am zweit- und dritthäufigsten beziehen sich die Ergänzungen auf den **Radverkehr und die Radinfrastruktur** (6 Zuordnungen) und auf **Sitzmöglichkeiten** (5 Zuordnungen). Darüber hinaus wird die Umfrage selbst in sieben Fällen kritisiert.



Abb. 27: Weitere Ideenformulierungen

## 7. Zusammenfassung

An der Befragung nehmen überwiegend **Erwachsene im erwerbsfähigen Alter** oder Personen, die keine Angabe zu ihrem Alter machen, teil. Senior\*innen, Kinder und Jugendliche sind laut Angaben kaum vertreten. Die meisten Teilnehmer\*innen geben an, **außerhalb der Innenstadt** zu wohnen oder im Umland. In den Innenstadtbereichen Ost, Nord und Süd lebt laut Angaben lediglich etwa jede\*r zehnte Befragte, davon am meisten im Innenstadtbereich Süd. Während **zwei Fünftel** der Teilnehmer\*innen äußern, die Innenstadt **einmal pro Woche** oder häufiger aufzusuchen, gibt weniger als ein Fünftel an, einmal im Monat oder seltener dort zu sein. Die meistgenannten Nutzungen sind **Einkaufen, Arztbesuche sowie Essen und Trinken**.

Es fällt auf, dass die Mehrheit der Teilnehmer\*innen sowohl mit den Angeboten als auch mit der **Aufenthaltsqualität** in der Elmshorner Innenstadt **nicht zufrieden ist**. Die **innerstädtischen Angebote** werden zu etwa zwei Dritteln (63 %) **als (eher) unzufriedenstellend** bewertet. Etwa drei Viertel (77 %) äußern, mit der Aufenthaltsqualität (eher) unzufrieden zu sein.

Der zweite Teil der Auswertung setzt sich insbesondere mit der Bedeutsamkeit bestimmter Zielformulierungen für die Elmshorner Innenstadtentwicklung, kategorisiert nach Themenfeldern, auseinander.

### Die Relevanz des Zielbildes

- **Im Hinblick auf die Lebensqualität** wählen die Teilnehmer\*innen, dass die Zielsetzungen der Themenfelder Freiraum- und Aufenthaltsqualität (47 %), Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen (47 %), Kultur und Freizeit (45 %) sowie Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur (44 %) die Innenstadt Elmshorns am meisten nach vorn bringen und in der Tendenz höhere Auswirkungen haben.
- **Im Hinblick auf den Wirtschaftsstandort** wird geantwortet, dass die Zielaussagen der Themenfelder Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen (44 %) sowie Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur (41 %) die Innenstadt Elmshorns am meisten voranbringen.

Die **Themenfelder, die den Befragten besonders wichtig sind**, lauten: Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen (21 %) sowie Freiraum- und Aufenthaltsqualität (18 %). Diese werden in jeweils circa einem Fünftel der Fälle genannt.

Die Themenfelder, die die Befragten als wichtig bewerten, werden maximal zwei der Innenstadtbereiche SÜD, NORD und OST zugeordnet und anschließend weiter bearbeitet. Im Folgenden erfolgt die Zusammenfassung anhand der Innenstadtbereiche.

### Innenstadtbereich SÜD:

- 217 Befragte denken zuerst an den Innenstadtbereich SÜD im Themenfeld **Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen**. Der Bereich Innenstadt Süd wird in diesem Fall als zentrales Innenstadtgebiet mit Fußgängerzone und Einkaufsmöglichkeiten wahrgenommen. Wichtigstes Entwicklungsziel in diesem Themenfeld ist:
  - Der Einzelhandel der Elmshorner Innenstadt bezieht seine Attraktivität aus einer ausgeprägten Angebotsvielfalt und Individualität. Mit dieser Wettbewerbspositionierung ist die Innenstadt Anziehungspunkt für die eigene Bevölkerung und Besucher\*innen der Region.“

Ideen der Befragten werden vorwiegend den Kategorien Angebotsvielfalt in Geschäften und Attraktivität des Angebots und der Innenstadt zugeordnet.

- 174 Teilnehmer\*innen geben den Bereich SÜD im Themenfeld **Freiraum und Aufenthaltsqualität** an. Der Bereich Süd wird als zentrales Innenstadtgebiet mit Einkaufsmöglichkeiten und der Fußgängerzone wahrgenommen. Darüber hinaus sind hier die Krückau und der Hafen von Bedeutung. Bedeutendste Entwicklungsziele im Themenfeld Freiraum- und Aufenthaltsqualität sind:
  - „Die Krückau ist das hochwertig gestaltete, sicht- und erlebbare blaue Band der Innenstadt. Mit dem Stadthafen ist sie identitätsstiftend für Elmshorn und prägt das Bild der Innenstadt am Fluss. Der Parksee bietet als stehendes Gewässer ein naturnahes Gepräge mit hohem Freizeitwert.“
  - „Die zentralen innerstädtischen Plätze und Straßen sind belebte und beliebte Aufenthaltsorte und Treffpunkte für die Elmshorner\*innen und Besucher\*innen aus der Region.“

Ideen werden vorwiegend zur Umgestaltung und Aufwertung der Krückau genannt.

- 140 Befragte wählen vorwiegend den Innenstadtbereich SÜD und bewerten das Themenfeld **Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur** als besonders wichtig.

Während in den beiden Bereichen Süd und Ost die Lage des Bahnhofs am häufigsten Grund für die Auswahl ist, ist es im Bereich Nord die ÖPNV-Anbindung. Wichtigste Entwicklungsziele im Themenfeld Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur umfassen:

- „Die Elmshorner Innenstadt ist mit allen Verkehrsmitteln sehr gut zu erreichen - ob aus den Stadtteilen oder der gesamten Region.“
- „Die gut ausgebauten und sicheren Wege ermöglichen einen Innenstadtbesuch aus allen Elmshorner Ortsteilen und der Nahregion mit dem Fahrrad. Die Räder können sicher und witterungsfest verwahrt werden.“

Weitere Ideen der Befragten fallen überwiegend in die Kategorie Radinfrastruktur und -verkehrsführung.

- 102 Teilnehmer\*innen wählen den Innenstadtbereich SÜD und geben an, das Themenfeld **Kultur und Freizeit** sei ihnen besonders wichtig. Es werden am häufigsten lokale Einrichtungen und Orte genannt, beispielsweise: die Knechtschen Hallen, der Hafen und die Krückau. Wichtigste Entwicklungsziele sind:
  - „Attraktive Feste und Veranstaltungen bieten regelmäßig Anlässe zum Besuch der Innenstadt und gesellschaftlichem Austausch.“
  - „Kreativität, Originalität und Mut zu Neuem zeichnen die Kulturangebote der öffentlichen Institutionen aus und bereichern so die Innenstadt. Auch die Freie Szene setzt spannende Impulse.“

Ideen umfassen vor allem die Kategorien: mehr Events und Veranstaltungen, gefolgt von der Nutzung und Einbeziehung lokaler Akteur\*innen und Besonderheiten.

- 21 Mal wird der Innenstadtbereich SÜD mit dem Themenfeld **Stadtmarketing und Citymanagement** in Verbindung gebracht. Das wichtigste Entwicklungsziel lautet dabei:
  - „Die Innenstadt bietet sehens- und erlebenswerte Inszenierungen des Stadtraums, die dessen Charakteristika immer wieder aufs Neue hervorheben und kreativ verstärken. Sie unterstützen so den Ruf Elmshorns als reizvolles Besuchsziel.“

Ideen der Befragten umfassen überwiegend die Kategorie mehr Vielfalt.

- Zehn Befragte geben an, zuerst an den Innenstadtbereich Süd zu denken und das Themenfeld **Öffentliche und verbandliche Einrichtungen** als besonders wichtig zu erachten. Wichtigste Entwicklungsziele umfassen:
  - „Die Innenstadt ist der zentrale Ort, an dem das Elmshorner Gemeinwesen erfahrbar und örtliche Demokratie gelebt wird.“
  - „Die Innenstadt beherbergt auf kurzen Wegen ein Spektrum an Verbänden, Vereinen und religiösen Gemeinschaften. Als Trägerorganisationen ergänzen sie das Leistungsangebot für die Gesamtstadt in ihrem jeweiligen Feld.“Als Ideen werden Begrünung, Erholungsmöglichkeiten, Krückau, Erreichbarkeit und politische Entscheidungen geäußert.

### Innenstadtbereich NORD:

- in 44 Fällen wird mit dem Bereich NORD das Themenfeld **Bildung, Gesundheit und Soziales** als besonders wichtiges Themenfeld genannt. Der Innenstadtbereich Nord wird insbesondere mit Bildungs- und gesundheitlichen Einrichtungen in Verbindung gebracht. Wichtigste Entwicklungsziele sind:
  - „Die Konzentration zahlreicher Gesundheitsdienstleistungen macht die Innenstadt zum wichtigsten Versorgungsstandort für die Gesamtstadt und das regionale Umfeld. Ihr Ausbau und ihre Vernetzung trägt dem wachsenden Bedarf an Prävention, Diagnose und Behandlung Rechnung.“
  - „In der Innenstadt sind attraktive Regelschulen zuhause. Sowohl die Grundschulen als auch das Gymnasium stehen mit ihrer Qualität für den erstklassigen Ruf Elmshorns als Bildungsort. Ergänzt wird das Ausbildungsangebot um die Nordakademie, der die Innenstadt ein attraktives Umfeld bietet.“

Ideen der Befragten umfassen vorwiegend die Kategorien Begegnungsmöglichkeiten für verschiedene Altersgruppen, Bewerbung von Angeboten, medizinische Versorgungsstrukturen und Parkmöglichkeiten.

- 28 Personen geben an, beim Themenfeld **Wohnen** zuerst an den Innenstadtbereich Nord zu denken. Der Bereich Nord wird besonders aufgrund der dortigen Wohngebiete ausgewählt. Wichtigste Entwicklungsziele im Themenfeld Wohnen sind:
  - „Die Wohnquartiere der Innenstadt sind stabile, sozial- und altersgemischte Bereiche. Die dort lebenden Elmshorner\*innen beleben die Innenstadt maßgeblich.“
  - „Die Innenstadt ist ein zentraler Wohnstandort Elmshorns mit zeitgemäßen, nachfragegerechten und finanziell erschwinglichem Wohnraumangebot.“

Ideen der Beteiligten werden vor allem zu den Kategorien bezahlbaren Wohnraum und soziale Durchmischung genannt.

### Innenstadtbereich OST:

Der Bereich OST wird im Themenfeld **Freiraum und Aufenthaltsqualität** von 16 Befragten besonders mit dem Steindampark in Verbindung gebracht.

Freitext-Ergänzungen der Teilnehmer\*innen zu den Entwicklungszielen sind sehr divers. Sie betreffen am häufigsten die Begrünung und Versiegelung von Flächen. Andere Ergänzungen beziehen sich beispielsweise auf verkehrliche Aspekte wie den Radverkehr und die Radinfrastruktur, das ÖPNV-Angebot und die -Infrastruktur oder Parkmöglichkeiten. Die folgende Grafik stellt eine Auswahl an Freitextantworten dar.

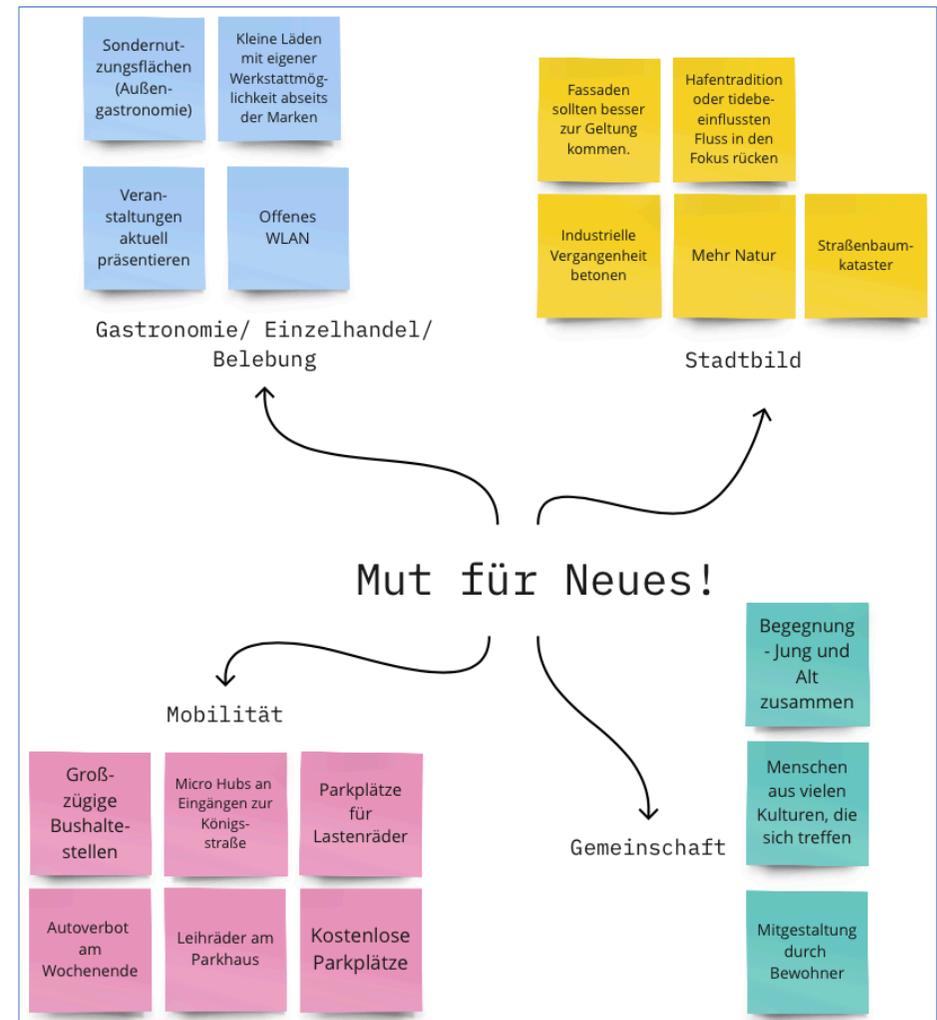


Abb. 28: Auswahl an Einzelideen

## Impressum

### Veranstalterin:

Stadt Elmshorn  
Amt für Stadtentwicklung und Umwelt | Stadtplanung  
Tobias Thelo, Merle Erichsen  
Schulstraße 15-17  
25335 Elmshorn  
Telefon: 04121 2315 82  
E-Mail: [innenstadtentwicklung@elmshorn.de](mailto:innenstadtentwicklung@elmshorn.de)

### Moderation und Dokumentation:

TOLLERORT entwickeln & beteiligen  
mone böcker & anette quast gbr  
Beate Hafemann, Sophia Hogeback, Anne Pleuser, Anette Quast  
Palmaille 96  
22767 Hamburg  
Telefon: 040 3861 5595  
E-Mail: [elmshorn@tollerort-hamburg.de](mailto:elmshorn@tollerort-hamburg.de)

### Fachbüro:

Heinze und Partner  
Frank Heinze  
Gutenbergstraße 34,  
44139 Dortmund  
Telefon: 0231 3957 50  
E-Mail: [info@heinze-und-partner.de](mailto:info@heinze-und-partner.de)