

Betreff:

**Abschlussbericht der Bürgerbefragung zum Hagenmarkt**

Organisationseinheit:

Dezernat III  
0610 Stadtbild und Denkmalpflege

Datum:

17.01.2022

Beratungsfolge

Stadtbezirksrat im Stadtbezirk 130 Mitte (zur Kenntnis)  
Ausschuss für Planung und Hochbau (zur Kenntnis)

Sitzungstermin

18.01.2022  
26.01.2022

Status

Ö  
Ö

**Sachverhalt:**

Wie in der Mitteilung außerhalb von Sitzungen 21-17484 bereits angekündigt wurde, hat das von der Verwaltung mit der Durchführung und Auswertung der Befragung beauftragte Soko-Institut nun im Nachgang der Befragung einen Abschlussbericht erstellt.

Die Ergebnisse der im November 2021 erfolgten Befragung sind ausführlich ausgewertet und liegen gut dokumentiert vor. Die Rücklaufquote von 36,13 % ist sehr gut und hat die Erwartungen von Verwaltung und Soko-Institut deutlich übertroffen. Die Auswertung erfolgte differenziert nach Altersverteilung, sozialer Zugehörigkeit und Wohnstandort. Der Abschlussbericht mit einer kurzen zusammenfassenden Auswertung zu Beginn ist dieser Mitteilung als Anlage beigefügt, daher erfolgt an dieser Stelle keine ausführlichere Darstellung der Inhalte des Abschlussberichtes.

Im Ergebnis ist festzuhalten, dass sich der Hagenmarkt nach Wunsch der Befragten von einem lauten stark verkehrlich geprägten Platzraum heute in Zukunft zu einer grünen ruhigen und sauberen Oase in der Stadt verändern soll.

**Konsequenzen für den geplanten Freiflächenwettbewerb**

Dieses Gesamtergebnis wird nun in die Auslobung für den geplanten Freiflächenwettbewerb zum weiteren Brunnumfeld am Hagenmarkt einfließen und in einen Kriterienkatalog, nach dem die Arbeiten dann beurteilt werden, aufgenommen. Der Abschlussbericht wird allen Planungsbüros, die am Wettbewerb teilnehmen werden, zur Verfügung gestellt.

Die Aufgabe, den Hagenmarkt – hier das Brunnumfeld – in eine grüne und ruhige Oase zu verwandeln, wird die Planungsbüros herausfordern. Der gesamte Platzraum Hagenmarkt wird auch weiterhin ein zentraler Mobilitätsknotenpunkt für die unterschiedlichen Verkehrsarten bleiben. Es wird daher spannend, wie die einzelnen Büros diese schwierige Aufgabe lösen und ob und wie sie versuchen werden, Platzbereiche optisch und atmosphärisch vom Verkehrsraum abzugrenzen.

Die Büros werden sich dabei auch mit der Frage auseinandersetzen müssen, ob Fußgänger und Radfahrer die zentrale Platzfläche wie heute werden queren können oder um die zentrale Fläche in Zukunft herumgeleitet werden.

Ein weiterer wichtiger Punkt, der von den Büros gelöst werden muss, erwächst aus dem hohen Bedürfnis nach mehr Sitzmöglichkeiten im unmittelbaren Brunnumfeld sowie der positiv bewerteten freien Sichtachsen zum Brunnen und zur St. Katharinen Kirche einerseits

und dem großen Wunsch nach Pflanzung neuer und weiterer Bäume. Hier werden die Büros gefordert sein, sich zu entscheiden und Prioritäten zu setzen.

Den Büros soll in diesem Zusammenhang auch aufgegeben werden, Vorschläge für geeignete Baumarten zu unterbreiten. Denn die Ausgestaltung der Baumkronen wird vermutlich wesentlich die Anmutung des Platzes bestimmen.

### **Weiteres Vorgehen**

Die Verwaltung wird eine Auslobung für den geplanten Freiflächenwettbewerb erarbeiten und vor Versand den Gremien (StBezrat Mitte und APH) zum Beschluss vorlegen. In der Auslobung wird auch die Zusammensetzung der Wettbewerbsjury benannt, die letztlich über die Auswahl einer Vorzugslösung entscheiden wird.

Eine Einbeziehung der Öffentlichkeit – insbesondere auch der Anlieger – wird im weiteren Verfahren berücksichtigt. Vor der abschließenden Jurysitzung ist eine öffentliche Präsentation vorgesehen. Hier wird ein Meinungsbild eingeholt werden, das auch der Jury zur Kenntnis gegeben und mit dem sich die Jury dann auch auseinandersetzen werden wird.

Leuer

### **Anlage:**

Abschlussbericht der Bürgerbefragung zum Hagenmarkt



**SOKO**  
Sozialforschung  
Kommunikation

SOKO Institut für Sozialforschung & Kommunikation | Bielefeld

---

## **Abschlussbericht der Bürgerbefragung „Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt“**

im Auftrag der:

Stadt Braunschweig

Bielefeld, 13.01.2022

## Impressum

*Datum: 13.01.2022*

*Der folgende Abschlussbericht ist im Rahmen der Bürgerbefragung zum „Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt“ im Auftrag der Stadt Braunschweig entstanden und wurde durch das SOKO Institut für Sozialforschung und Kommunikation in Bielefeld vorgelegt.*

Ansprechperson:

### **Waldemar Murawski**

Tel.: 0521 5242-0  
Fax: 0521 5242-199  
E-Mail: [murawski@soko-institut.de](mailto:murawski@soko-institut.de)

### **Frederik Knirsch**

Tel.: 0521 5242-103  
Fax: 0521 5242-199  
E-Mail: [knirsch@soko-institut.de](mailto:knirsch@soko-institut.de)

Unterstützung von:

Paul Maximilian Weymann

Jennifer Lemke

Kim Lasche

---

|  |            |
|--|------------|
| <b>IMPRESSUM</b> .....   | <b>II</b>  |
| <b>INHALTSVERZEICHNIS</b> .....  | <b>III</b> |
| <b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS</b> .....   | <b>IV</b>  |
| <b>KURZZUSAMMENFASSUNG</b> .....   | <b>1</b>   |
| <b>1. ZIELSETZUNG UND ÜBERBLICK</b> .....  | <b>3</b>   |
| 1.1    AUSGANGSLAGE .....  | 3          |
| 1.2    GESAMTDESIGN DER BEFRAGUNG .....  | 4          |
| 1.3    RÜCKLAUFQUOTE UND BESCHREIBUNG DER STICHPROBE .....   | 5          |
| <b>2. HAGENMARKT HEUTE</b> .....   | <b>9</b>   |
| 2.1    WIE NEHMEN SIE DEN HAGENMARKT IN DER REGEL WAHR? .....  | 9          |
| 2.2    WIE NUTZEN SIE DEN HAGENMARKT AKTUELL (INNERHALB DER LETZTEN 12 MONATE)? .....                                | 14         |
| 2.3    WIE OFT HALTEN SIE SICH AUF DEM HAGENMARKT LÄNGER ALS 5 MINUTEN AUF?.....                                     | 21         |
| 2.4    WIE BEWERTEN SIE DEN AKTUELLEN ZUSTAND DES HAGENMARKTES? .....  | 23         |
| 2.5    WAS BEWERTEN SIE HEUTE BESONDERS POSITIV AM HAGENMARKT?.....  | 35         |
| 2.6    WAS BEWERTEN SIE HEUTE ALS BESONDERS NEGATIV AM HAGENMARKT?.....  | 35         |
| <b>3. HAGENMARKT NEUGESTALTUNG</b> .....   | <b>37</b>  |
| 3.1    SOLLTEN FOLGENDE ELEMENTE AM HAGENMARKT IN IHRER DERZEITIGEN FORM ERHALTEN BLEIBEN? .....                     | 37         |
| 3.2    FÜR WIE SINNVOLL HALTEN SIE DIE FOLGENDEN NEUEN ERGÄNZENDEN ELEMENTE DER PLATZGESTALTUNG AM HAGENMARKT? ..... | 42         |
| 3.3    WAS SOLLTE ZUKÜNFTIG AUF DEM HAGENMARKT AN AKTIVITÄTEN MÖGLICH SEIN UND WIE WICHTIG IST IHNEN DAS? .....      | 51         |
| 3.4    WAS WÜRDEN SIE GERNE AUF DEM HAGENMARKT ERGÄNZEN? .....   | 72         |
| 3.5    WELCHE ATMOSPHÄRE WÜRDEN SIE SICH FÜR DIE NEUGESTALTUNG DES HAGENMARKTES IN ZUKUNFT WÜNSCHEN?.....            | 73         |
| 3.6    WAS IST IHNEN PERSÖNLICH BEI DER NEUGESTALTUNG DES HAGENMARKTES BESONDERS WICHTIG? .....                      | 74         |

|  |    |
|--|----|
| Abbildung 1: Vergleich des Geschlechterverhältnisses der Stichprobe mit den Erhebungsdaten.....  | 5  |
| Abbildung 2: Vergleich der Altersklassen der Stichprobe mit den Erhebungsdaten.....  | 6  |
| Abbildung 3: Vergleich des Wohnortes der Stichprobe mit den Erhebungsdaten.....  | 7  |
| Abbildung 4: Abbildung des Beschäftigungsstatus der Erhebungsdaten.....  | 8  |
| Abbildung 5: „Wie nehmen Sie den Hagenmarkt in der Regel wahr?“ - Gesamtauswertung.....  | 9  |
| Abbildung 6: „Wie nehmen Sie den Hagenmarkt in der Regel wahr?“ – „Als Platz“.....   | 10 |
| Abbildung 7: „Wie nehmen Sie den Hagenmarkt in der Regel wahr?“ – „Als Wegekreuzung“.....  | 11 |
| Abbildung 8: „Wie nehmen Sie den Hagenmarkt in der Regel wahr?“ – „Als Aufenthaltsfläche“.....   | 12 |
| Abbildung 9: „Wie nehmen Sie den Hagenmarkt in der Regel wahr?“ – „Als Grünfläche“.....  | 13 |
| Abbildung 10: „Wie nutzen Sie den Hagenmarkt aktuell (innerhalb der letzten 12 Monate)?“ -<br>Gesamtauswertung.....                                    | 14 |
| Abbildung 11: „Wie nutzen Sie den Hagenmarkt aktuell (innerhalb der letzten 12 Monate)?“ – „Aufenthalt auf<br>den Bänken um den Heinrichsbrunnen“..... | 15 |
| Abbildung 12: „Wie nutzen Sie den Hagenmarkt aktuell (innerhalb der letzten 12 Monate)?“ – „Aufenthalt auf<br>einer der Rasenflächen“.....             | 16 |
| Abbildung 13: „Wie nutzen Sie den Hagenmarkt aktuell (innerhalb der letzten 12 Monate)?“ – „Querung zu Fuß<br>oder mit dem Rad“.....                   | 17 |
| Abbildung 14: „Wie nutzen Sie den Hagenmarkt aktuell (innerhalb der letzten 12 Monate)?“ – „Querung mit<br>dem Auto“.....                              | 18 |
| Abbildung 15: „Wie nutzen Sie den Hagenmarkt aktuell (innerhalb der letzten 12 Monate)?“ – „Zu Gast in den<br>Außenbereichen der Gastronomie“.....     | 19 |
| Abbildung 16: „Wie nutzen Sie den Hagenmarkt aktuell (innerhalb der letzten 12 Monate)?“ – „Gar nicht“.....  | 20 |
| Abbildung 17: „Wie oft halten Sie sich auf dem Hagenmarkt länger als 5 Minuten auf?“ - Gesamtauswertung  | 21 |
| Abbildung 18: „Wie oft halten Sie sich auf dem Hagenmarkt länger als 5 Minuten auf?“ – nach<br>soziodemografischen Merkmalen.....                      | 22 |
| Abbildung 19: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Gesamtauswertung.....   | 23 |
| Abbildung 20: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ - Rasenfläche.....  | 24 |
| Abbildung 21: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Bäume.....  | 25 |
| Abbildung 22: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Wege auf dem Platz.....   | 26 |
| Abbildung 23: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Bänke am Heinrichsbrunnen..   | 27 |
| Abbildung 24: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Straßenraum am Café „Süßes<br>Leben“.....                                   | 28 |
| Abbildung 25: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Bereich vor der Fleischerei<br>Göthe und Sausalitos.....                    | 29 |
| Abbildung 26: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Lärmsituation.....  | 30 |
| Abbildung 27: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Sauberkeit.....   | 31 |
| Abbildung 28: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Sicherheit.....   | 32 |
| Abbildung 29: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Nutzbarkeit für alle Menschen /<br>Barrierefreiheit.....                    | 33 |
| Abbildung 30: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Hagenmarkt insgesamt.....   | 34 |
| Abbildung 31: „Sollten folgende Elemente am Hagenmarkt in ihrer derzeitigen Form erhalten bleiben?“ -<br>Gesamtauswertung.....                         | 37 |
| Abbildung 32: „Sollten folgende Elemente am Hagenmarkt in ihrer derzeitigen Form erhalten bleiben?“ –<br>Aufteilung der Rasenflächen.....              | 38 |
| Abbildung 33: „Sollten folgende Elemente am Hagenmarkt in ihrer derzeitigen Form erhalten bleiben?“ – Bäume<br>(Robinien).....                         | 39 |
| Abbildung 34: „Sollten folgende Elemente am Hagenmarkt in ihrer derzeitigen Form erhalten bleiben?“ –<br>Wegebefestigung auf dem Platz.....            | 40 |

|  |    |
|--|----|
| Abbildung 35: „Sollten folgende Elemente am Hagenmarkt in ihrer derzeitigen Form erhalten bleiben?“ – Bänke am Heinrichsbrunnen .....  | 41 |
| Abbildung 36: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ - Gesamtauswertung .....                                   | 42 |
| Abbildung 37: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ – Zusätzliche Bäume .....                                  | 43 |
| Abbildung 38: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ – Niedrigwachsende Büsche .....                            | 44 |
| Abbildung 39: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ – Blühstreifen mit Wildblumen .....                        | 45 |
| Abbildung 40: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ – Gepflegte Beete .....                                    | 46 |
| Abbildung 41: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ – Weitere Sitzgelegenheiten auf dem Platz.....             | 47 |
| Abbildung 42: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ – Weitere Angebote der Außengastronomie.....               | 48 |
| Abbildung 43: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ – Spielmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche .....      | 49 |
| Abbildung 44: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ – Größere vielfältig nutzbare Flächen z.B. für Märkte..... | 50 |
| Abbildung 45: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ – Gesamtauswertung.....   | 51 |
| Abbildung 46: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ - Außengastronomie .....  | 52 |
| Abbildung 47: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ - Liegewiese .....  | 53 |
| Abbildung 48: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ – Ruhige Pausen ohne Verzehrzwang.....  | 54 |
| Abbildung 49: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ – Boule-Spiel .....   | 55 |
| Abbildung 50: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ – Spielmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche.....  | 56 |
| Abbildung 51: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ – Wochenmarkt .....   | 57 |
| Abbildung 52: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ – Stadtführung zur Geschichte .....   | 58 |
| Abbildung 53: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ – Sonderaktionen (z. B. Feste, Flohmärkte, Ausstellungen etc.) .....                          | 59 |
| Abbildung 54: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ – Politische Versammlungen .....  | 60 |
| Abbildung 55: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Gesamtauswertung.....   | 61 |
| Abbildung 56: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Außengastronomie .....  | 62 |
| Abbildung 57: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Liegewiese.....   | 63 |
| Abbildung 58: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Ruhige Pausen ohne Verzehrzwang.....  | 64 |
| Abbildung 59: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Boule-Spiel .....   | 65 |
| Abbildung 60: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Spielmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche.....  | 66 |
| Abbildung 61: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Wochenmarkt .....   | 67 |
| Abbildung 62: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Stadtführung zur Geschichte.....  | 68 |
| Abbildung 63: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Sonderaktionen (z.B. Feste, Flohmärkte, Ausstellungen etc.) .....   | 69 |
| Abbildung 64: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Politische Versammlungen.....   | 70 |
| Abbildung 65: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Sonstige Aktivität .....  | 71 |
| Abbildung 66: „Welche Atmosphäre würden Sie sich für die Neugestaltung des Hagenmarktes in Zukunft wünschen?“ .....  | 73 |

## Kurzzusammenfassung

Die Frage, wie der Hagenmarkt zukünftig genutzt und gestaltet werden soll, hat für die Menschen in Braunschweig eine hohe Relevanz. Die Rücklaufquote der Befragung zum „Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt“ ist mit 36,13 % überdurchschnittlich hoch. Die Rückmeldungen entsprechen weitgehend und nur in geringer Abweichung der repräsentativen Stichprobe, also dem Bevölkerungsquerschnitt Braunschweigs. Aus den Antworten der teilnehmenden Personen lässt sich kurz und prägnant ableiten, dass von einer großen Mehrheit zukünftig ein grüner **und** zur Entspannung einladender Hagenmarkt gewünscht wird.

Der Großteil der befragten Personen nimmt den Hagenmarkt aktuell nicht als Aufenthalts- und Grünfläche, sondern als Verkehrsknoten wahr, der mit dem Auto passiert oder dem Fahrrad respektive zu Fuß überquert wird. Diese Funktion des Hagenmarktes als verkehrliche Zwischenstation, über die man an ein anderes Ziel gelangt, lässt sich auch aus der üblichen Nutzungsdauer herleiten. Die Mehrheit der an der Befragung teilnehmenden Personen befindet sich nie länger als fünf Minuten auf dem Hagenmarkt bzw. hält sich dort höchstens einmal im Jahr länger als fünf Minuten auf.

Der Hagenmarkt wird von einer großen Anzahl der Befragten als ein Platz mit geringer Aufenthaltsqualität wahrgenommen. Bei der Bewertung des Hagenmarktes als Aufenthaltsraum gibt es allerdings Unterschiede in den Altersgruppen. Vor allem in den Freisitzflächen der Außengastronomie wird er von einer signifikanten Anzahl junger Leute schon heute zum Aufenthalt genutzt.

Insgesamt wird der aktuelle Zustand des Hagenmarkts eher negativ mit „ausreichend“ (Schulnote 4) bewertet. Auffällig ist, dass die Gesamtbewertung mit zunehmendem Alter negativer ausfällt. Bemängelt werden vor allem der Lärm, der Zustand der letzten noch verbliebenen Bäume, der Zustand der derzeitigen Rasenflächen und die fehlende Sauberkeit. Besonders die schlechten Bewertungen des Zustands der Bäume und der Rasenflächen spiegeln die Meinung der Befragten wider, dass hinsichtlich einer Begrünung Handlungsbedarf besteht. Dagegen werden die Wege auf dem Platz und die Barrierefreiheit positiver bewertet.

Nach positiven Elementen auf dem Hagenmarkt gefragt, werden der Brunnen und der Blick auf die Katharinenkirche genannt. Für einige Personen ist der Hagenmarkt zudem ein beliebter Treffpunkt in der Stadt. Die meistgenannten negativen Elemente sind der Verkehrslärm und die fehlende Sauberkeit auf dem Platz, die auch zu einem Gefühl der Unsicherheit gerade abends bzw. nachts beitragen.

Aus dieser Analyse des Ist-Zustandes heraus stellen sich folgerichtig die Ergebnisse zu den Fragen nach einer Neugestaltung wie folgt dar:

Erhalten bleiben sollen nach überwiegendem Wunsch der Befragten die Zahl der noch bestehenden Bäume und die Sitzmöglichkeiten am Heinrichsbrunnen. Der Wunsch nach einer intensiveren und vielfältigeren Begrünung des Hagenmarktes wird in den Antworten sehr deutlich. Die Pflanzung von zusätzlichen Bäumen, Büschen und die Anlage von Blühstreifen sowie gepflegten Beeten werden von der Mehrheit der befragten Personen als sinnvoll erachtet. Neben der Begrünung hebt sich der Wunsch nach weiteren Sitzgelegenheiten hervor.



Ein wesentlicher Wunsch der befragten Personen ist es, ruhige Pausen auf dem Hagenmarkt zu verbringen, ohne jeglichen Verzehrzwang. Dies verdeutlicht die gewünschte Veränderung in Richtung eines Platzes, auf welchem Menschen entspannen und verweilen können. Zusätzlich hat ein Großteil der Personen angegeben, dass in Zukunft ein noch größeres außergastronomisches Angebot vorhanden sein soll, um Zeit auf dem Hagenmarkt verbringen zu können.

In der Auswahl sonstiger Aktivitäten, die auf dem Platz stattfinden könnten, zeigt sich ein nach Alter differenziertes Bild. Die jüngeren Generationen können sich mehr Veranstaltungen vorstellen, während mit zunehmendem Alter die Bedeutung des Platzes als Ruhezone zunimmt. Selbiges gilt für die Anlage von Spielmöglichkeiten für Kinder. Diese werden von der Gruppe der 25- bis 44-jährigen, also den Alterskohorten, die mit der Erziehung und Betreuung von Kindern beschäftigt sind, verständlicherweise als wichtiger erachtet als von den anderen Altersgruppen. Ein ähnlich differenziertes Bild zeigt sich auch bei dem Erhalt der aktuellen Aufteilung der Rasenfläche, dem in der Gruppe der 25- bis 45-Jährigen weniger als jeder zweite zustimmen, während andere Altersgruppen dem Erhalt häufiger zustimmen.

In der Abwägung zwischen Flächen für Außergastronomie und Liegewiesen liegt ein undifferenziertes Bild vor. Hier wünschen die jüngeren Generationen beides, während mit zunehmendem Alter die Liegewiese und in der Gruppe, der über 65-jährigen auch die Außergastronomie tendenziell an Bedeutung verliert. Der Wunsch nach einer Liegewiese fällt aber über alle Altersgruppen hinweg mit einer Zustimmung von 19,3% deutlich heterogener und niedriger aus als etwa der Wunsch nach Außergastronomie mit einer Zustimmung von 69,5%. Interessant ist, dass die Aktivität „Stadtführung zur Geschichte“ von vielen Befragten stark gewünscht wurde. Dies mag auch als Indiz dafür bewertet werden, die stadthistorische Prägung des Hagenmarktes bei seiner Neugestaltung mit zu berücksichtigen.

Am deutlichsten wird die Tendenz zur Ausrichtung einer Neugestaltung bei den Fragen zur zukünftigen Atmosphäre des Platzes. Mit weitem Abstand am häufigsten wurde hier das Adjektiv „grün“ angekreuzt, gefolgt von den Adjektiven „entspannend“ und „aufgeräumt“.

Für die weitere Planung liefert diese Befragung eine deutliche Tendenz der Braunschweiger Bevölkerung. Der Hagenmarkt soll sich von einem derzeit stark verlärmten Transitraum in einen grünen, ruhigen und attraktiven Aufenthaltsraum in der Stadt wandeln.

# 1. Zielsetzung und Überblick

Das nun folgende Kapitel gibt einen ersten Überblick über die Befragung. Hierbei geht es vor allem darum, den Hintergrund der Bürgerbefragung darzulegen und zu erläutern, welche inhaltlichen Schwerpunkte gesetzt worden sind. Darüber hinaus wird das methodische Vorgehen dargestellt und abschließend die soziodemografischen Merkmale der Teilnehmenden mit denen der Stichprobe gegenübergestellt.

## 1.1 Ausgangslage

---

Der Hagenmarkt ist ein wichtiger Platz- und Verkehrsraum in der Innenstadt von Braunschweig. Er erstreckt sich von der Verlängerung Casparistraße (hier ist das Café Süßes Leben gelegen) im Westen bis jenseits der Katharinenkirche im Osten. Der Platz ist ein wichtiger Verkehrsknoten, welcher für viele Personen auch als Eingangstor in das Geschäftszentrum der Stadt genutzt wird. Im allgemeinen Sprachgebrauch in Braunschweig ist jedoch zumeist nur das erweiterte Brunnenumfeld mit der heutigen Rasenanlage gemeint, wenn vom Hagenmarkt die Rede ist. Daher wurde in der Befragung, die fokussiert das Brunnenumfeld zum Thema hatte, auch immer vom Hagenmarkt gesprochen, ohne den Bereich enger einzugrenzen. Dies wird nun auch in der folgenden Auswertung so gehandhabt.

Die übergeordnete Bedeutung und stadtweite Wahrnehmung des Hagenmarktes rechtfertigt es, nicht nur die Anlieger, sondern darüber hinaus alle Bürgerinnen und Bürger hinsichtlich ihrer Vorstellungen zur Gestaltung des Hagenmarkts zu befragen. In der Vergangenheit wurde hierfür bereits eine umfangreiche Bürgerbeteiligung durchgeführt. Zu dieser hat ein Planungsbüro im Auftrag der Stadt Braunschweig viele Varianten für eine Umgestaltung des Hagenmarktes, der umliegenden Verkehrsflächen und der benachbarten Freiflächen rund um die Kirche St. Katharinen erarbeitet. Die unterschiedlichen Vorschläge für den Hagenmarkt (sprich das unmittelbare Brunnenumfeld) fanden jedoch keine politische Zustimmung. Es wurde stattdessen entschieden, dass für diesen Bereich des Hagenmarktes ein Freiflächenwettbewerb stattfinden soll. Die übrigen Frei- und Verkehrsflächen stehen dabei nicht mehr zur Diskussion. Die Ergebnisse dieser Befragung werden ausführlich in die Aufgabenstellung des Wettbewerbs einfließen.

## **1.2 Gesamtdesign der Befragung**

---

Das Ziel dieser Befragung ist es, ein repräsentatives Stimmungsbild bezüglich des Hagenmarktes zu erhalten. Grundlegend hierfür ist eine ausreichende breite Datenbasis. Zu diesem Zweck wurde eine zufällige Stichprobe von 7.500 Personen aus dem Einwohnermelderegister der Statistikstelle der Stadt Braunschweig gezogen, die älter als 18 Jahre alt sind. Die Stichprobenziehung erfolgte anhand der soziodemografischen Merkmale Alter, Geschlecht und Wohnort, um auf diese Weise ein möglichst repräsentatives Abbild der Bevölkerung der Stadt Braunschweig zu erhalten. Um die Rücklaufquote zu erhöhen, konnten die Personen sowohl online als auch postalisch an der Befragung teilnehmen.

Am 22. Oktober 2021 wurde allen 7.500 Personen ein persönlicher Brief zugesendet, welcher das Einladungsschreiben, den ausgedruckten Fragebogen und einen Gutschein für eine Freifahrt zum Hagenmarkt enthielt. Das Einladungsschreiben hat den Sinn der Befragung dargelegt und auch den inhaltlichen Schwerpunkt des Fragebogens erklärt. Zudem war im Einladungsschreiben ein Link und ein QR-Code zur Onlineumfrage eingedruckt. Mittels eines zugehörigen individuellen Zugangsschlüssels, welcher ebenfalls auf dem Einladungsschreiben enthalten war, konnten die eingeladenen Personen an der Onlineumfrage teilnehmen.

Zusätzlich bestand die Möglichkeit den beiliegenden Fragebogen auszufüllen und diesen portofrei an die Stadt Braunschweig zurückzusenden. Die zurückgesendeten Fragebögen wurden bei der Poststelle der Stadt Braunschweig ungeöffnet gesammelt und an das SOKO Institut in Bielefeld weitergeleitet. Die Papier-Fragebögen waren mit einer Versendungsnummer versehen, um über anonymisierte Zuteilungstabellen doppelte Teilnahme (online und postalisch) identifizieren zu können und eine einmalige Teilnahme zu gewährleisten. Sofern eine doppelte Teilnahme vorlag, wurde der postalische Fragebogen gewertet.

Nach 14 Tagen wurde am 05. November 2021 den Personen der Stichprobe eine Erinnerungspostkarte zugesandt. Deren Ziel war es, eine Erhöhung der Rücklaufquote zu erreichen und zudem die Kommunikation des Hinweises, dass die Befragung am 21. November offiziell beendet werden würde.

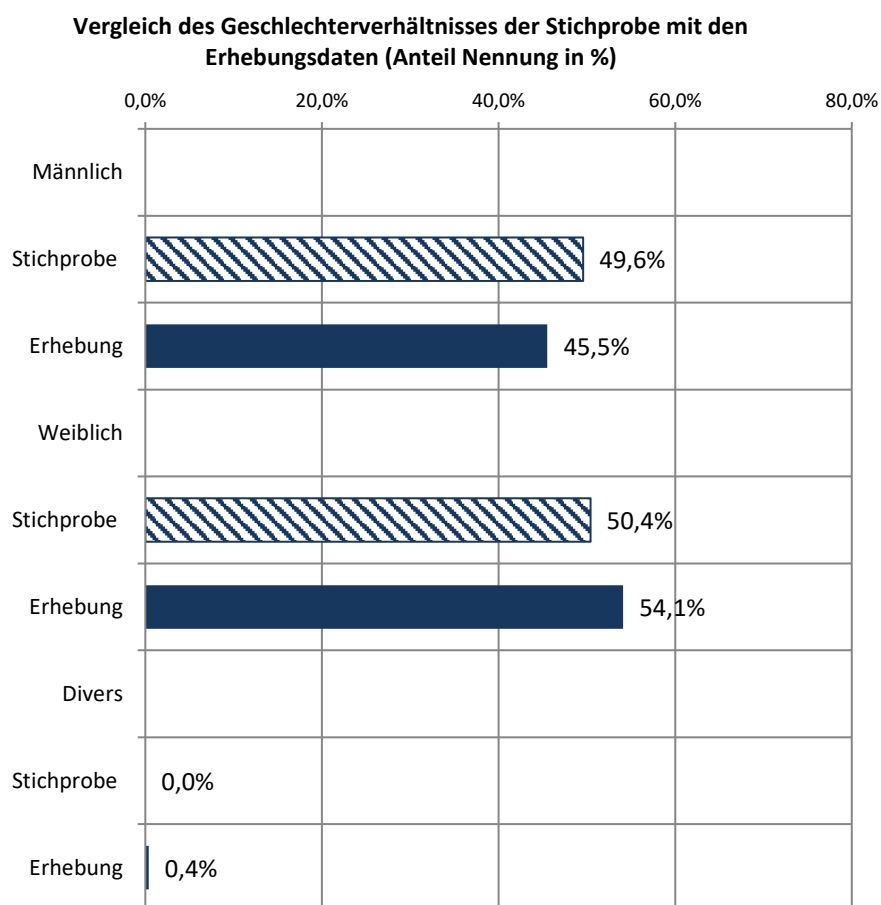
Die inhaltliche Gestaltung des Fragebogens wurde in enger Zusammenarbeit der Stadt Braunschweig und dem SOKO Institut für Sozialforschung und Kommunikation ausgearbeitet. Dabei wurde der Fokus vor allem auf zwei Themengebiete gelegt. Zunächst wurden die Teilnehmer/innen zu ihrer derzeitigen Wahrnehmung des Hagenmarktes befragt. Spezifischer wurden insbesondere Aspekte zur Bewertung des Zustands verschiedener Merkmale des Platzes und zu den konkreten Arten seiner Nutzung in den Blick genommen. Der darauffolgende Teil des Fragebogens beschäftigt sich mit der Neugestaltung des Hagenmarktes. Unter anderem sollte herausgefunden werden, wie sinnvoll die befragten Personen ergänzende Elemente für die Platzgestaltung halten oder welche Wünsche für die Neugestaltung existieren.

### 1.3 Rücklaufquote und Beschreibung der Stichprobe

Der Befragungszeitraum für diese Erhebung erstreckte sich vom 22. Oktober 2021 bis zum 21. November 2021. In dieser Zeitspanne wurden 2.710 Fragebögen vollständig ausgefüllt. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 36,13%. Von diesen 2.710 Fragebögen wurden 2.031 postalisch ausgefüllt (74,94%) und weitere 679 Personen (25,06%) haben die Befragung online bearbeitet. Weitere 66 Fragebögen sind nach Feldende bei der Stadtverwaltung in Braunschweig eingegangen. Diese werden jedoch nicht in der Auswertung berücksichtigt.

Auf den folgenden Abbildungen werden die soziodemografischen Merkmale der gezogenen Stichprobe mit den soziodemografischen Angaben der Teilnehmer/innen der Befragung gegenübergestellt. Wichtig hierbei ist zu erwähnen, dass nicht alle Teilnehmenden alle Fragen vollständig beantwortet haben, weshalb die Basis des Erhebungsdatensatzes je nach Frage variiert. In Bezug auf die geschlechtsspezifische Verteilung lässt sich nur eine geringe Abweichung feststellen. Bei dem Stichprobendatensatz kann eine nahezu gleich verteilte Geschlechterverteilung aufgezeigt werden. Die Angaben der befragten Personen bei der Erhebung spiegeln wider, dass an der Befragung im Verhältnis mehr weibliche Personen teilgenommen haben. Die Abweichung beträgt für das Geschlecht weiblich jedoch lediglich 3,7 Prozentpunkte. Andererseits haben weniger männliche Personen an der Befragung teilgenommen und es kann ein geringer Anteil bei der Angabe „Divers“ aufgezeigt werden.

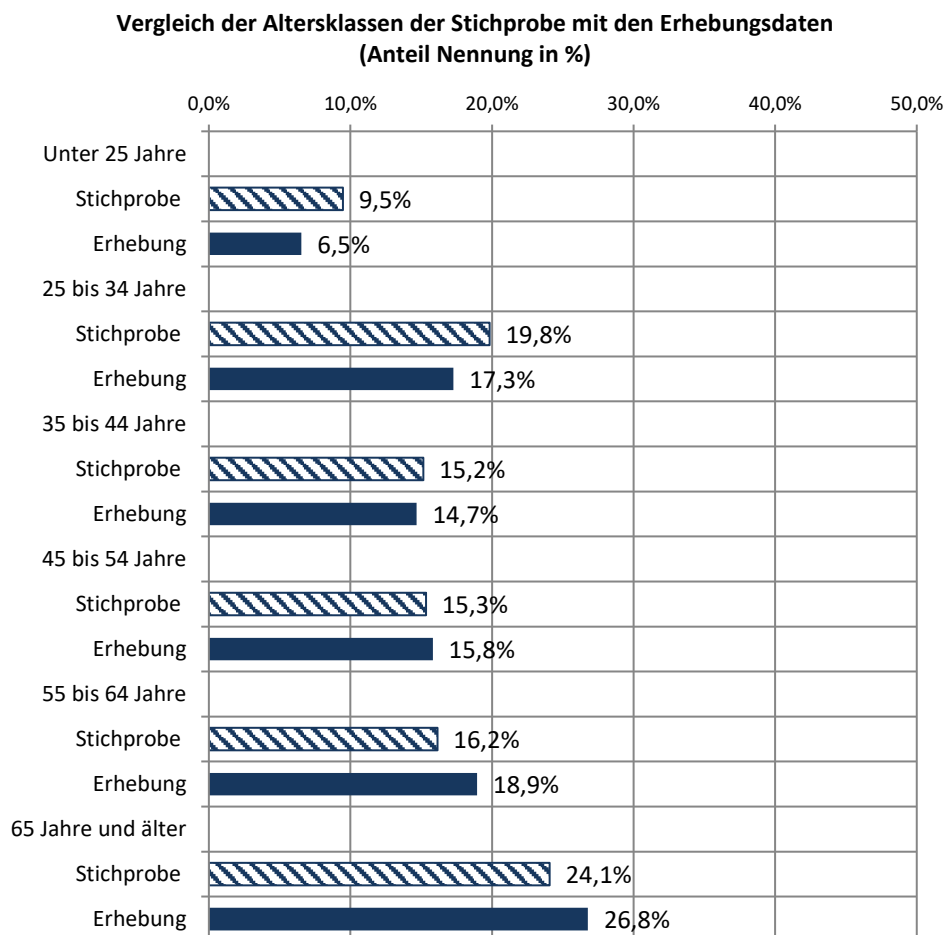
Abbildung 1: Vergleich des Geschlechterverhältnisses der Stichprobe mit den Erhebungsdaten



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
 Datenbasis: Stichprobendatensatz (Basis: n=7.499) / Erhebungsdatensatz (nur gültige Nennungen; Basis: n=2.623)

Die Verteilung hinsichtlich des Alters zeigt auf, dass es ebenfalls nur geringe Abweichungen zwischen der Stichprobe und den Angaben der befragten Personen gibt. Die größten Unterschiede lassen sich bei der Altersgruppe „Unter 25 Jahre“ (Stichprobe=9,5% vs. Erhebung=6,5%) und „65 Jahre und älter“ (Stichprobe=24,1% vs. Erhebung=26,8%) feststellen.

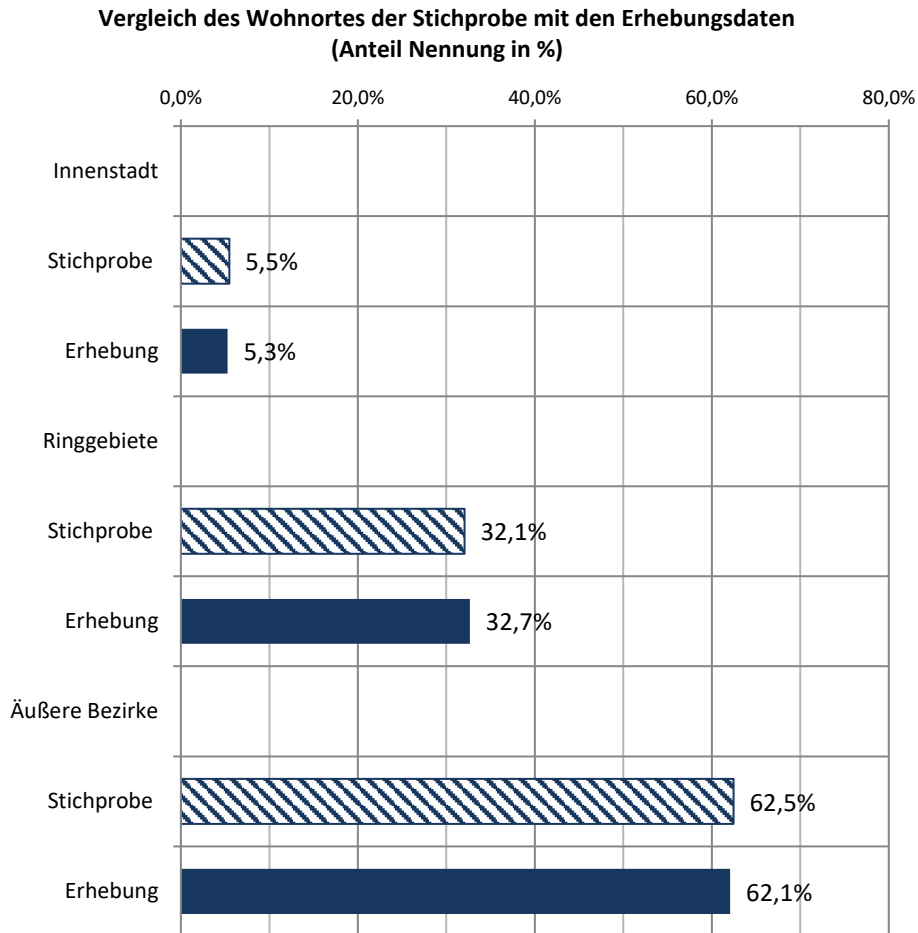
Abbildung 2: Vergleich der Altersklassen der Stichprobe mit den Erhebungsdaten



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
 Datenbasis: Stichprobendatensatz (Basis: n=7.499) / Erhebungsdatsatz (nur gültige Nennungen; Basis: n=2.630)

Unter Berücksichtigung der Postleitzahl wurden die Angaben der Stichprobe und der Erhebung in jeweils drei Bezirke unterteilt (Innenstadt, Ringgebiete, Äußere Bezirke). Hier lassen sich ebenfalls nur geringe Abweichungen feststellen.

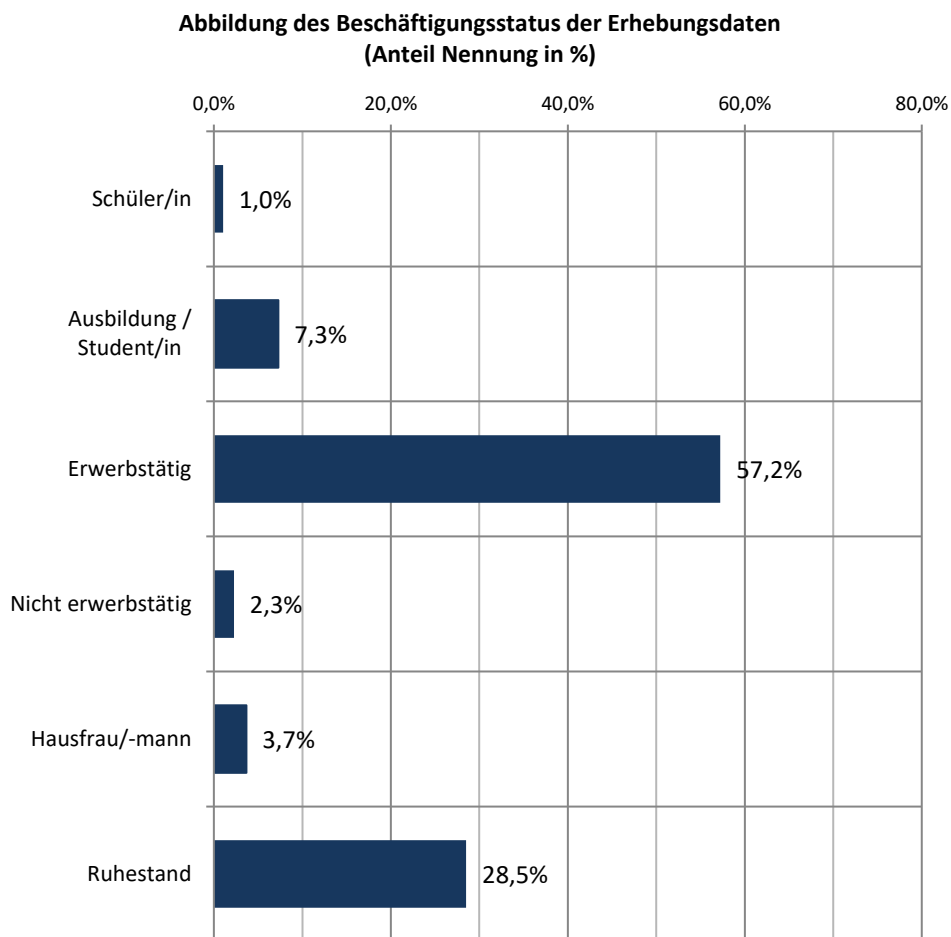
Abbildung 3: Vergleich des Wohnortes der Stichprobe mit den Erhebungsdaten



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
 Datenbasis: Stichprobendatensatz (Basis: n=7.499) / Erhebungsdatsatz (nur gültige Nennungen; Basis: n=2.576)

Hinsichtlich des Beschäftigungsstatus zeigen die Angaben aus der Erhebung, dass vor allem zwei Gruppen an der Umfrage teilgenommen haben. Die größte Gruppe mit 57.2% besteht aus Personen, die derzeit erwerbstätig sind. Die danach folgende Gruppe sind die Personen im „Ruhestand“ mit einem Anteil von 28,5%. Die weiteren Angaben verteilen sich auf die weiteren Beschäftigungsgruppen.

Abbildung 4: Abbildung des Beschäftigungsstatus der Erhebungsdaten



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Stichprobendatensatz (Basis: n=7.499) / Erhebungsdatensatz (nur gültige Nennungen; Basis: n=2.607)

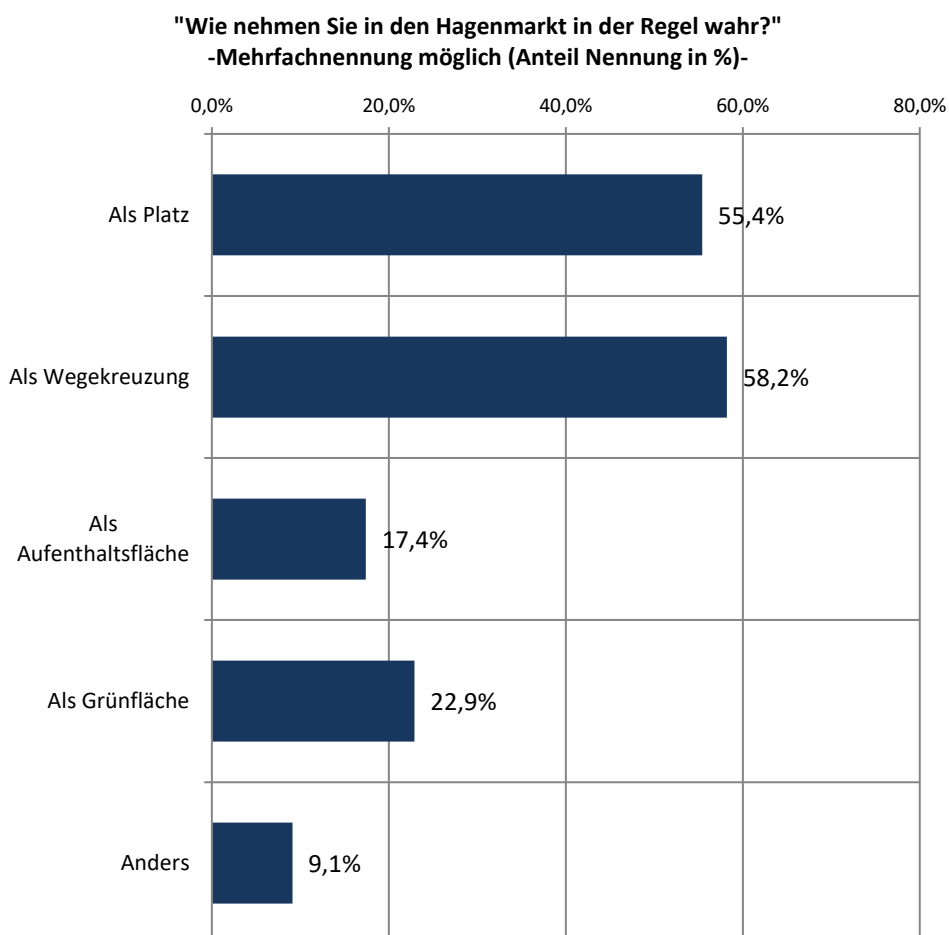
## 2. Hagenmarkt heute

Die folgenden Abbildungen werden die derzeitige Wahrnehmung und Bewertung des Hagenmarktes behandeln. Spezifischer werden die verschiedenen Aspekte des Fragebogens in einer Gesamtdarstellung abgebildet und daraufhin nach den soziodemografischen Merkmalen hin ausgewertet.

### 2.1 Wie nehmen Sie den Hagenmarkt in der Regel wahr?

Abbildung 5 ist zu entnehmen, dass der Hagenmarkt von 58,2% der Befragten als eine Wegekreuzung wahrgenommen wird. 55,4% der Befragten nehmen ihn „als einen Platz“ wahr. Deutlich weniger Teilnehmer/innen werten den Hagenmarkt „als Aufenthaltsfläche“ (17,4%), „als Grünfläche“ (22,9%) oder etwas „Anderes“ (9,1%).

Abbildung 5: „Wie nehmen Sie den Hagenmarkt in der Regel wahr?“ - Gesamtauswertung

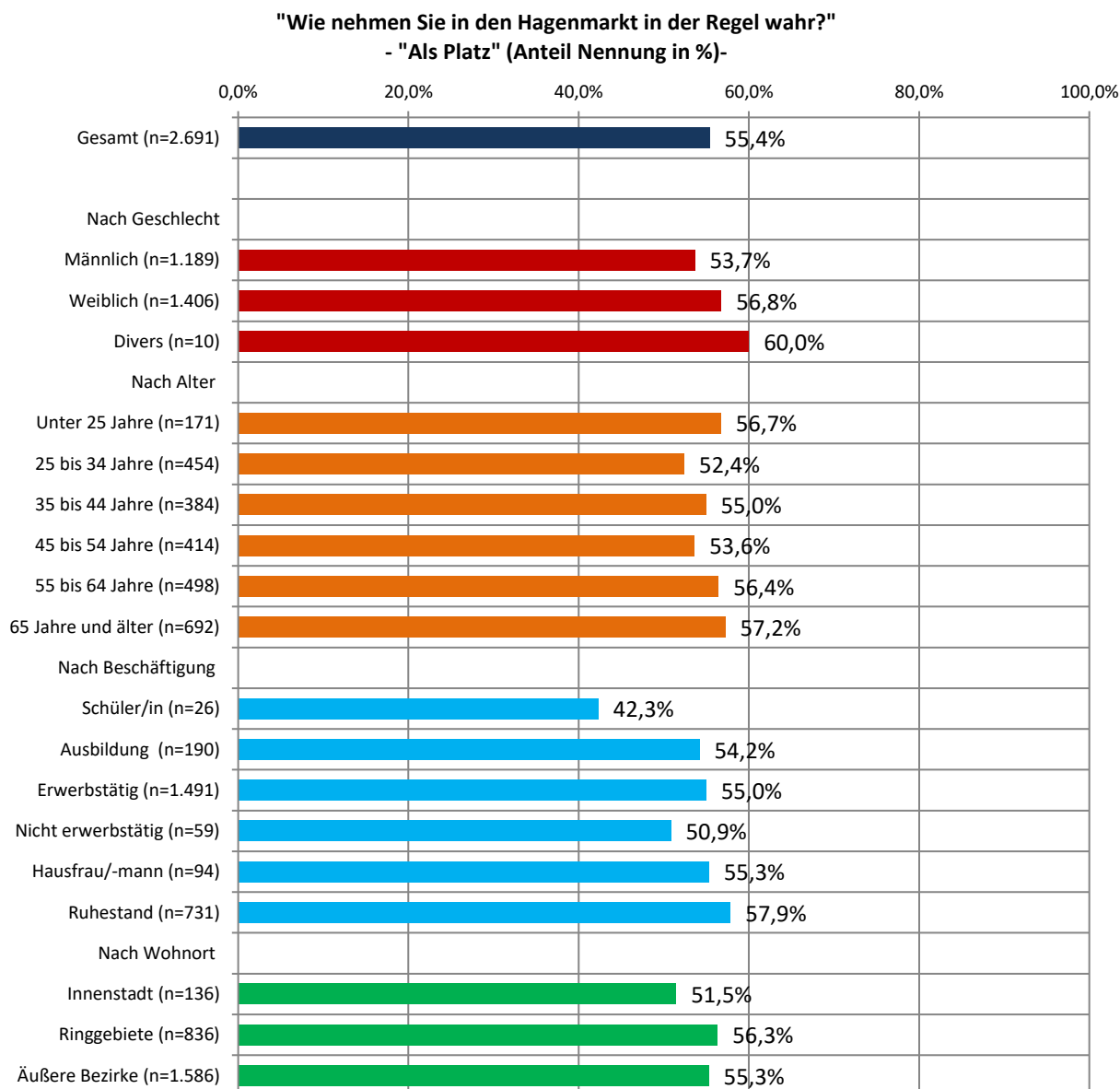


Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen; Basis: n=2.691; Angabe der Nennung in Prozent



Der Abbildung 6 ist zu entnehmen, wie sich verschiedene Teilgruppen zur Wahrnehmung des Hagenmarkts „als Platz“ positionieren. Diesbezüglich zeigt sich, dass in den Kategorien nach Geschlecht, nach Alter, nach Beschäftigung, nach Wohnort keine gravierenden Unterschiede ergeben. Es kann hervorgehoben werden, dass Schüler/innen mit einem Wert von 42,3 % den Hagenmarkt geringfügig niedriger als einen Platz wahrnehmen. Die restlichen Kategorien weisen hingegen Werte zwischen 50-60% auf.

Abbildung 6: „Wie nehmen Sie den Hagenmarkt in der Regel wahr?“ – „Als Platz“

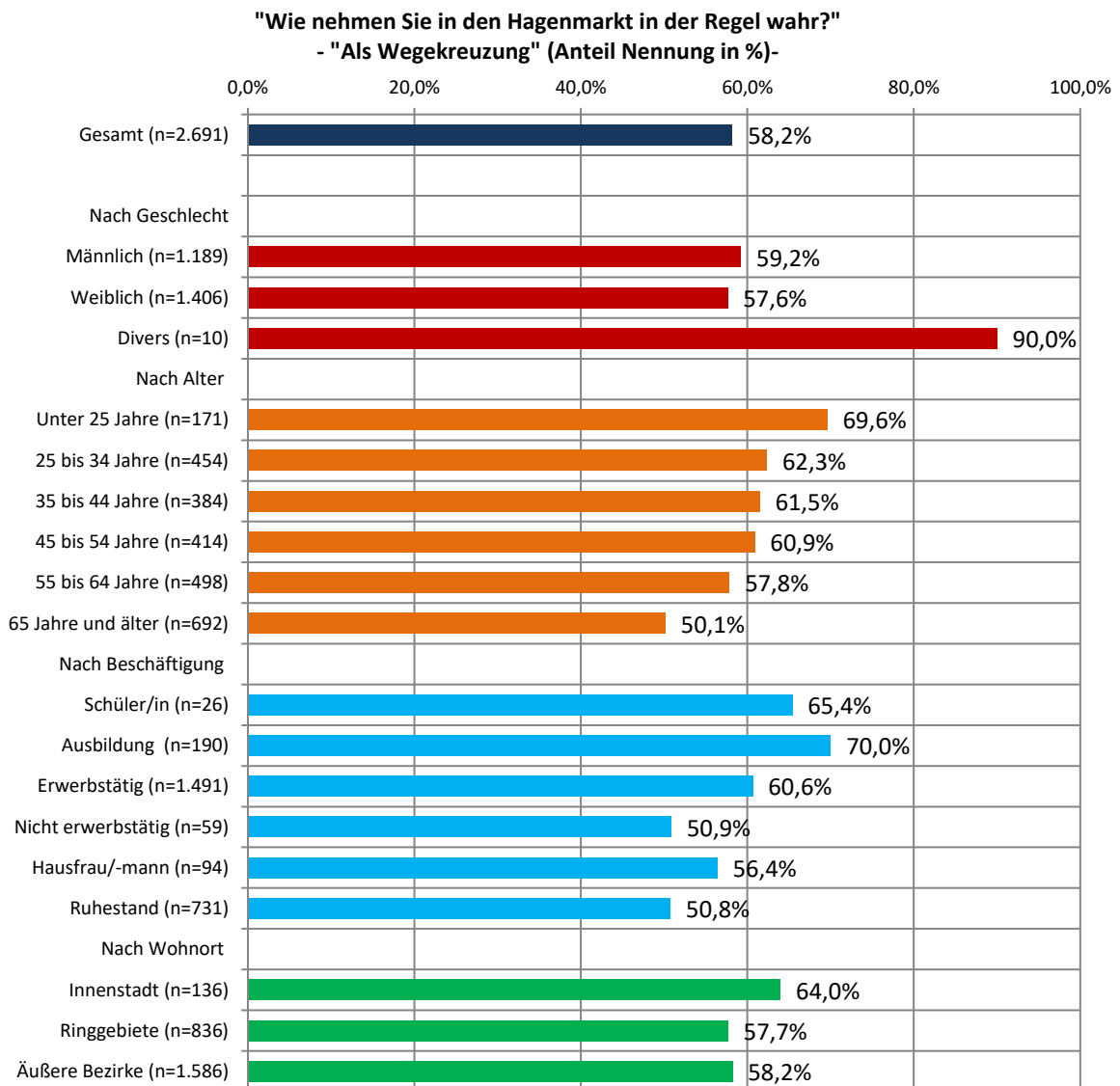


Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Nennung in Prozent

Abbildung 7 zeigt, dass sich die Wahrnehmung des Hagenmarkts „als Wegekreuzung“ etwas mehr differenziert. So stellen Menschen unter 25 die höchste Zustimmung mit der Ausprägung dar (69,6%), wohingegen Menschen über 65 Jahren und älter den niedrigsten Wert aufweisen (50,1%).

Zudem ist der Darstellung zu entnehmen, dass Befragte, welche sich in der Ausbildung befinden, am höchsten mit der Ausprägung übereinstimmen (70%). Den niedrigsten Wert der Kategorie stellen Menschen im Ruhestand dar (50,8%)

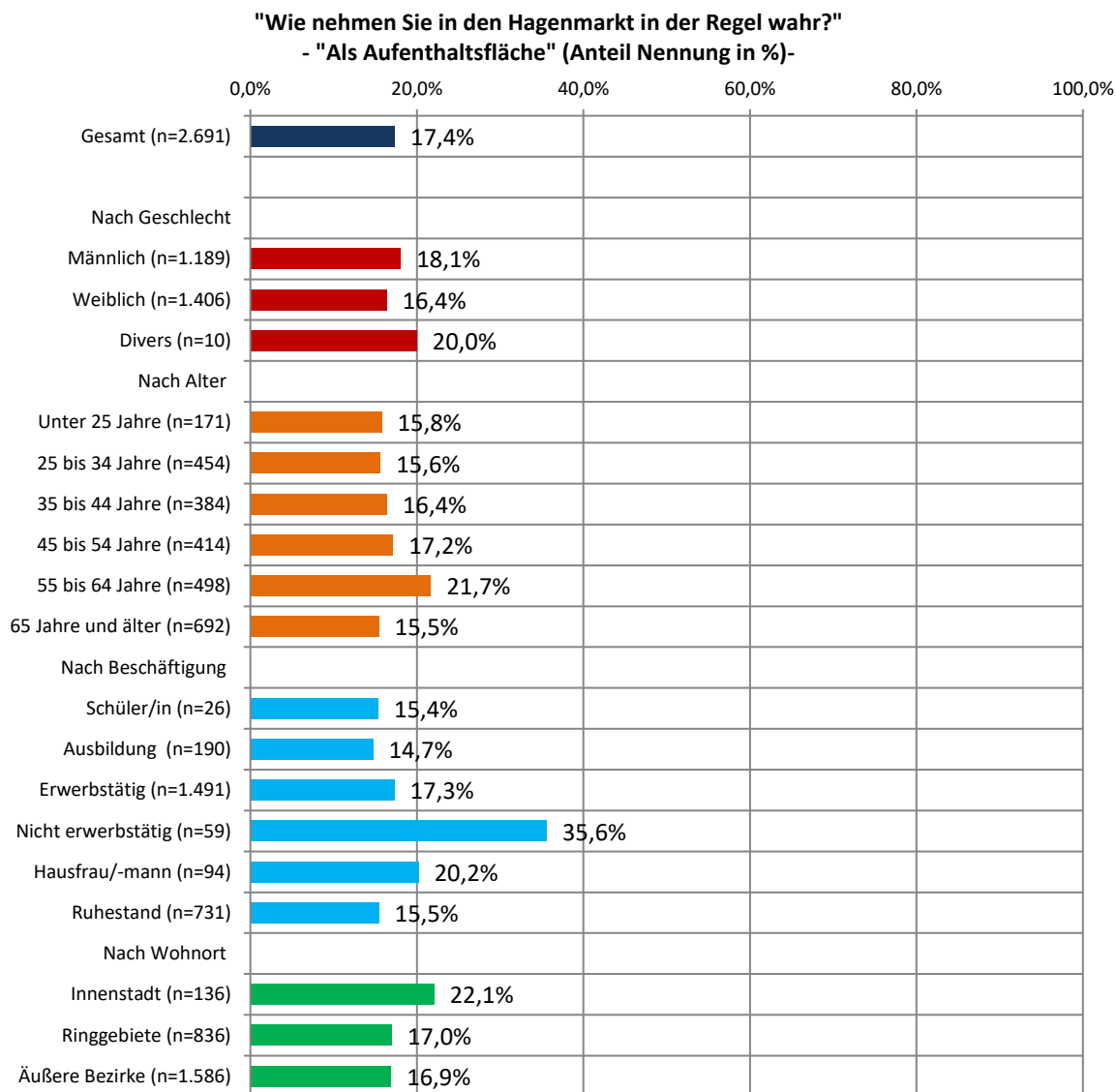
Abbildung 7: „Wie nehmen Sie den Hagenmarkt in der Regel wahr?“ – „Als Wegekreuzung“



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Nennung in Prozent

Aus Abbildung 8 ist zu entnehmen, dass keine wesentlichen Unterschiede zwischen den Kategorien bzgl. der Bewertung des Hagenmarkts „als Aufenthaltsfläche“ bestehen. Es sollte jedoch hervorgehoben werden, dass nicht erwerbstätige Personen mit 35,6% die höchste Ausprägung aufweisen. Die anderen Kategorien bewegen sich hingegen zwischen 14 - 21%.

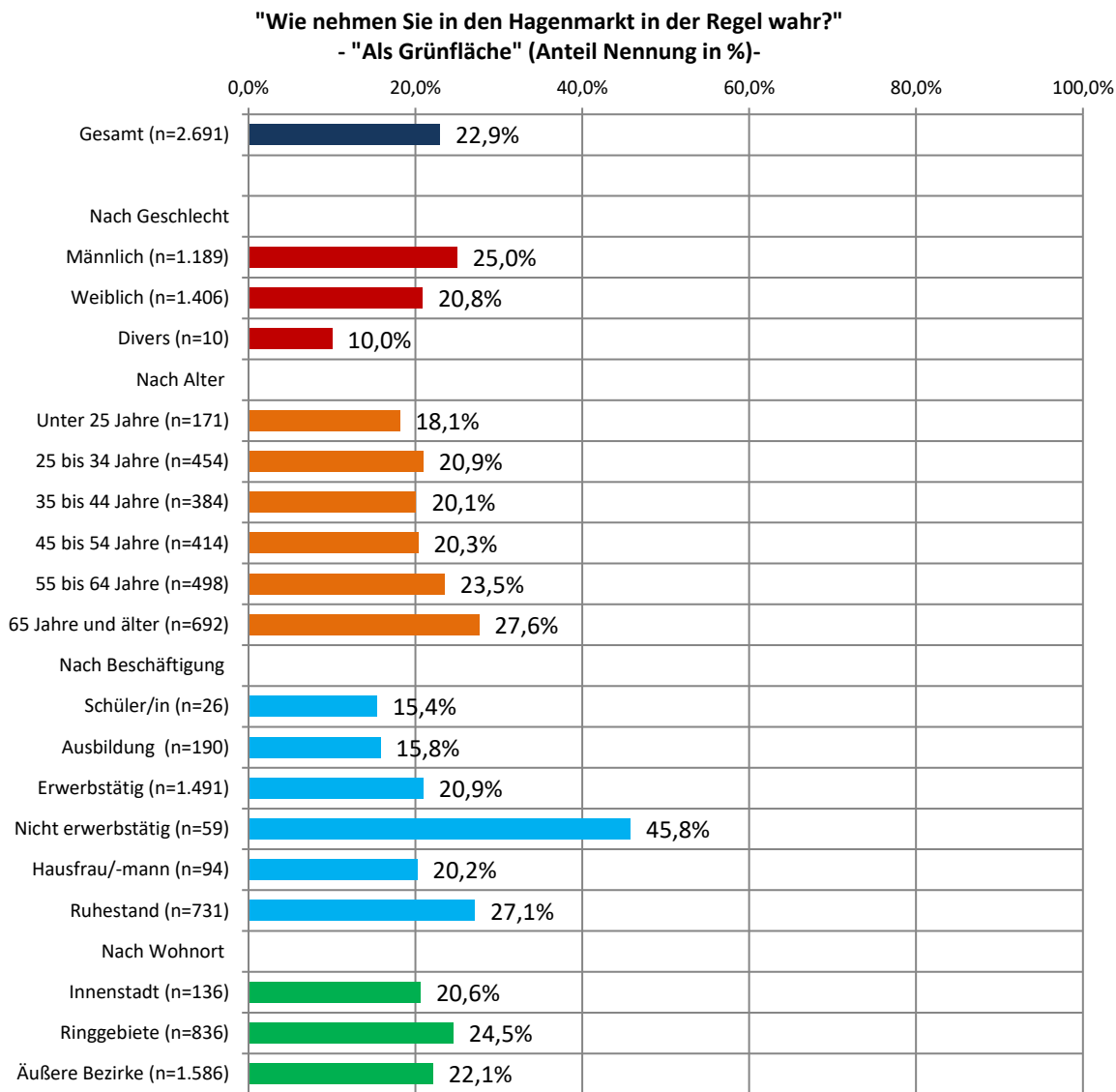
Abbildung 8: „Wie nehmen Sie den Hagenmarkt in der Regel wahr?“ – „Als Aufenthaltsfläche“



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Nennung in Prozent

Abbildung 9 zeigt ein ähnliches Bewertungsverhalten der verschiedenen Kategorien, wie bei Abbildung acht. Nicht Erwerbstätige bewerten mit 45,8% am meisten den Hagenmarkt „als Grünfläche“.

Abbildung 9: „Wie nehmen Sie den Hagenmarkt in der Regel wahr?“ – „Als Grünfläche“

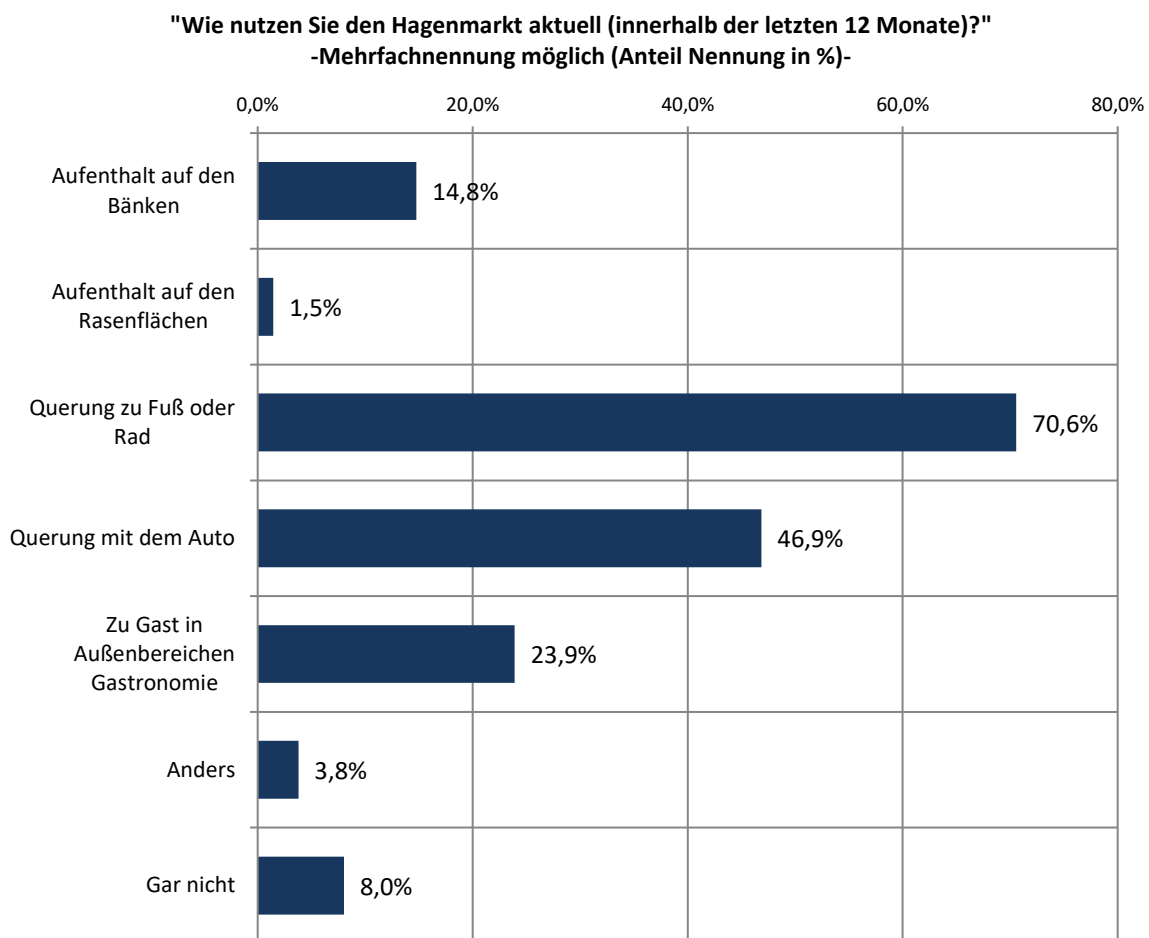


Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Nennung in Prozent

## 2.2 Wie nutzen Sie den Hagenmarkt aktuell (innerhalb der letzten 12 Monate)?

Der kommende Auswertungsbereich thematisiert die aktuelle Nutzung des Hagenmarkts. Die „Querung zu Fuß oder Rad“ stellt diesbezüglich die höchste Ausprägung dar mit 70,6%, sowie die „Querung mit dem Auto“ mit 46,9%. Auffallend weniger wird der Hagenmarkt hingegen genutzt zum „Aufenthalt auf den Bänken“ (14,8%) oder um „zu Gast in Außenbereichen [von] Gastronomie“ zu sein (23,9%). Am geringsten werten die Befragten ihre Nutzung zum „Aufenthalt auf den Rasenflächen“ mit lediglich 1,5%. Weitere 8,0% der befragten Personen geben an, dass sie den Platz „gar nicht“ nutzen.

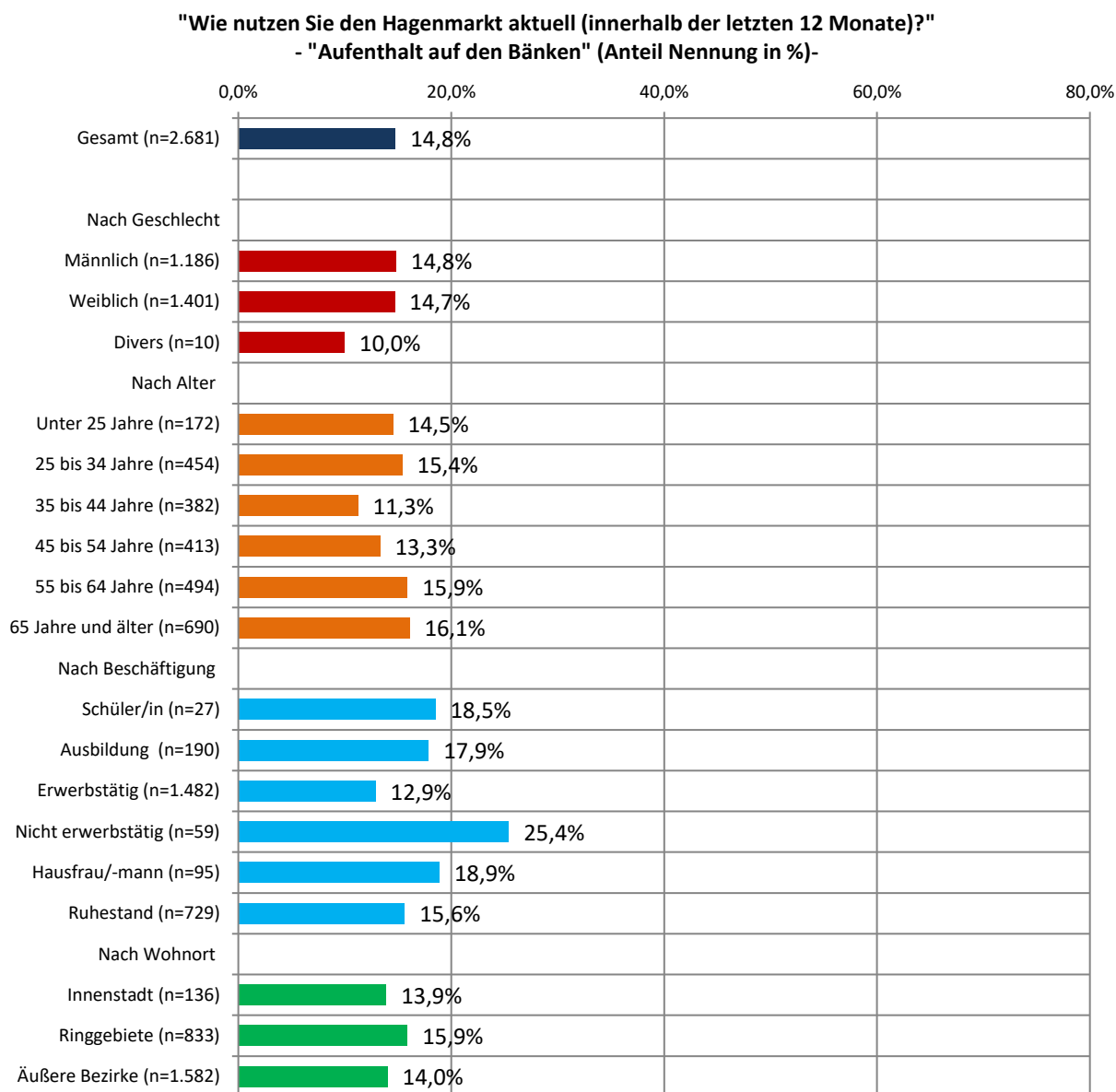
Abbildung 10: „Wie nutzen Sie den Hagenmarkt aktuell (innerhalb der letzten 12 Monate)?“ - Gesamtauswertung



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen; Basis: n=2.681; Angabe der Nennung in Prozent

Abbildung 11 zeigt, dass es keine hervorstechenden Unterschiede zwischen den Kategorien bezüglich der Nutzung des Hagenmarktes zum „Aufenthalt auf den Bänken“ gibt. Nicht Erwerbstätige stellen mit gut 25% die höchste Ausprägung dar.

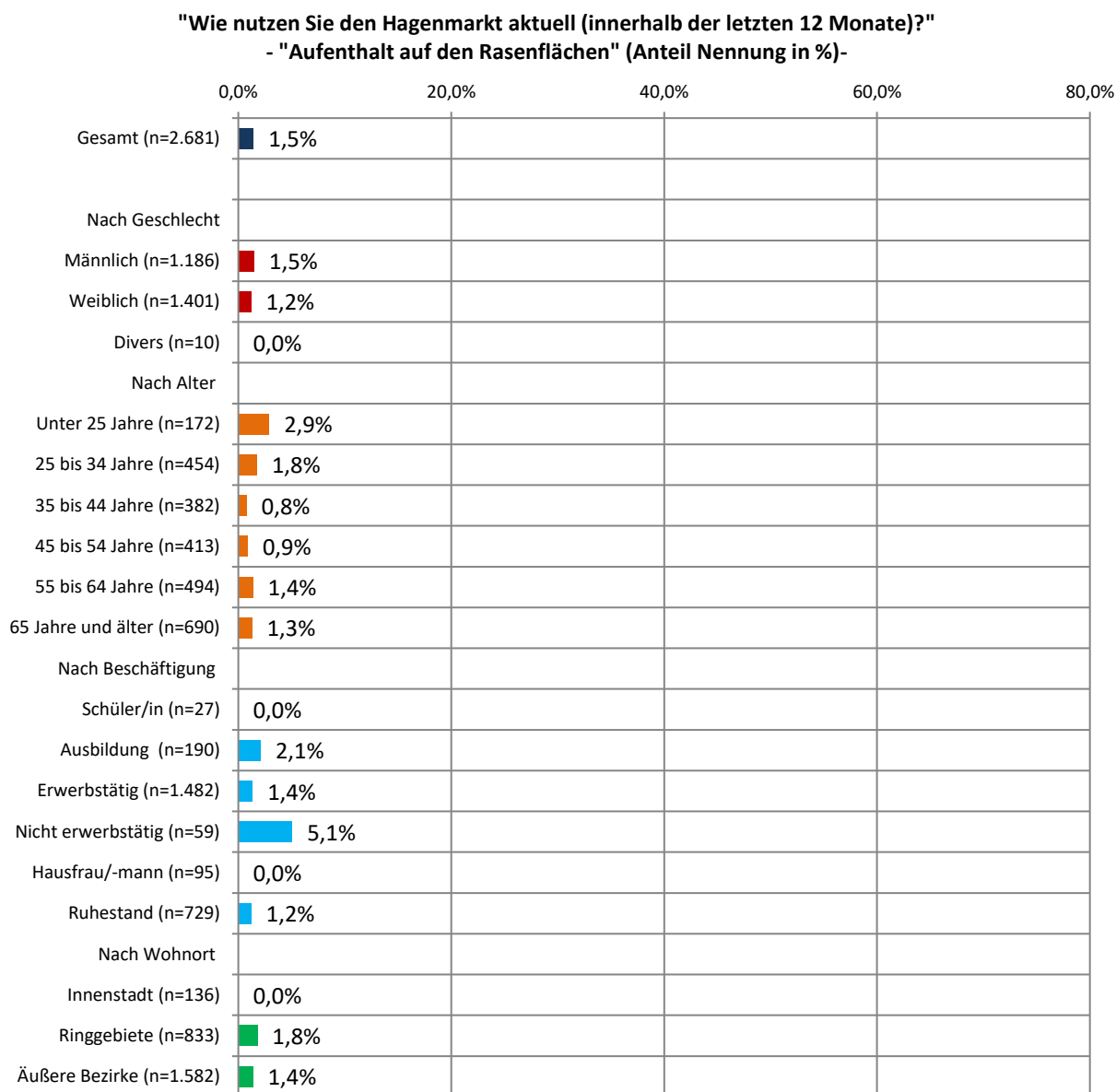
Abbildung 11: „Wie nutzen Sie den Hagenmarkt aktuell (innerhalb der letzten 12 Monate)?“ – „Aufenthalt auf den Bänken um den Heinrichsbrunnen“



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Nennung in Prozent

Abbildung 12 ist zu entnehmen, dass in allen Kategorien nur sehr wenige Befragte angeben den Hagenmarkt zu nutzen, um sich auf der Rasenfläche aufzuhalten. Wie zuvor bei Abbildung 11 zeigt sich, dass nicht erwerbstätige Personen hier einen minimal höheren Wert aufweisen mit knapp 5%.

Abbildung 12: „Wie nutzen Sie den Hagenmarkt aktuell (innerhalb der letzten 12 Monate)?“ – „Aufenthalt auf einer der Rasenflächen“

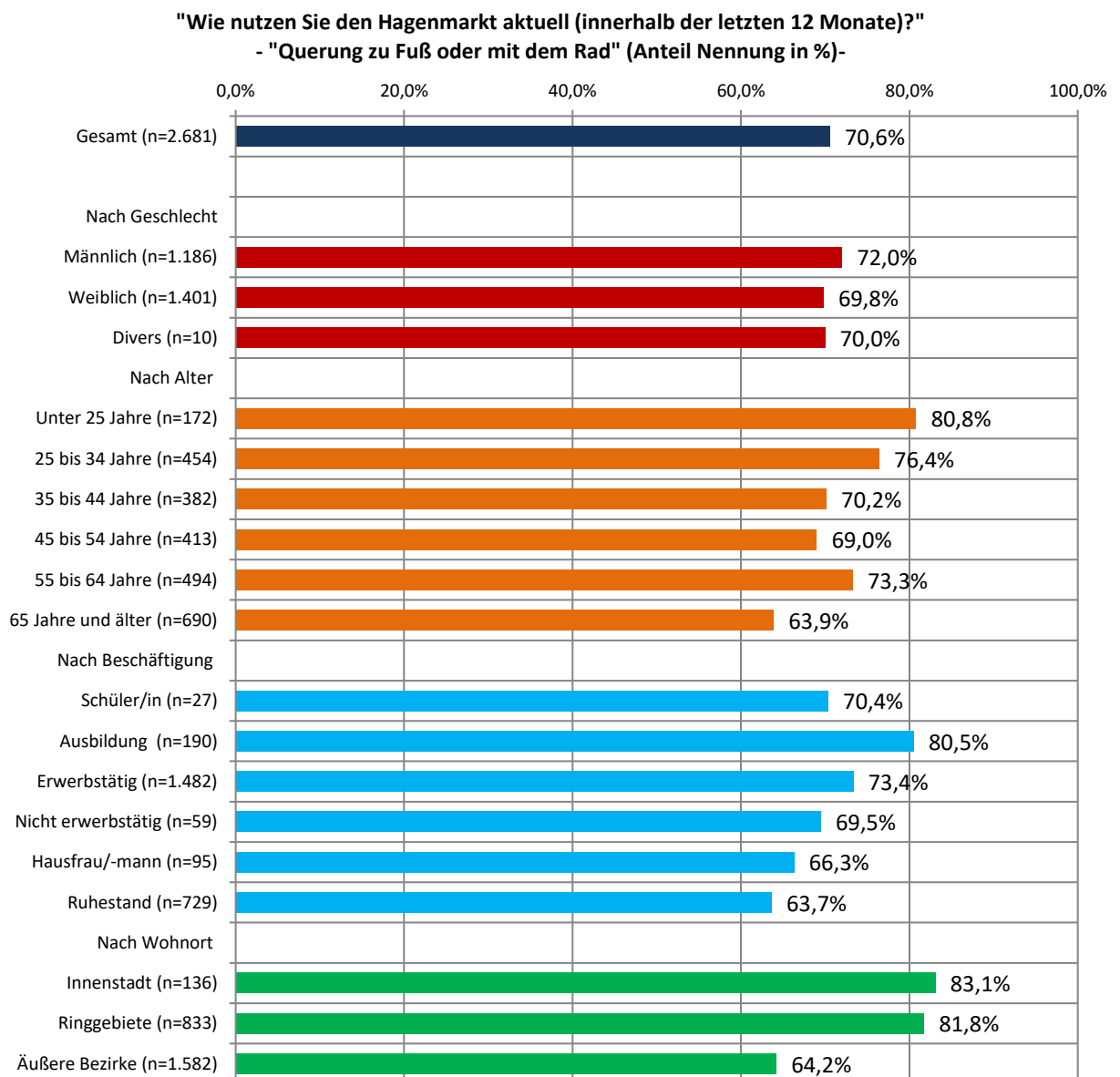


Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Nennung in Prozent

In Abbildung 13 wird wiederum allgemein ein höheres Zustimmungsbild mit der Ausprägung „Querung zu Fuß oder mit dem Rad“ gezeigt. Erneut ist eine leichte Differenz zwischen den Altersgruppen der unter 25-Jährigen (80,8%) und den Personen, die 65 Jahre und älter sind (63,9%), festzustellen.

Zudem ist die Bewertung von Menschen, welche in den äußeren Bezirken leben wesentlich geringer (64,2%), als die von Menschen, welche angeben im Innenstadtdgebiet zu leben (83,1%) oder im Ringgebiet ansässig sind (81,8%).

Abbildung 13: „Wie nutzen Sie den Hagenmarkt aktuell (innerhalb der letzten 12 Monate)?“ – „Querung zu Fuß oder mit dem Rad“

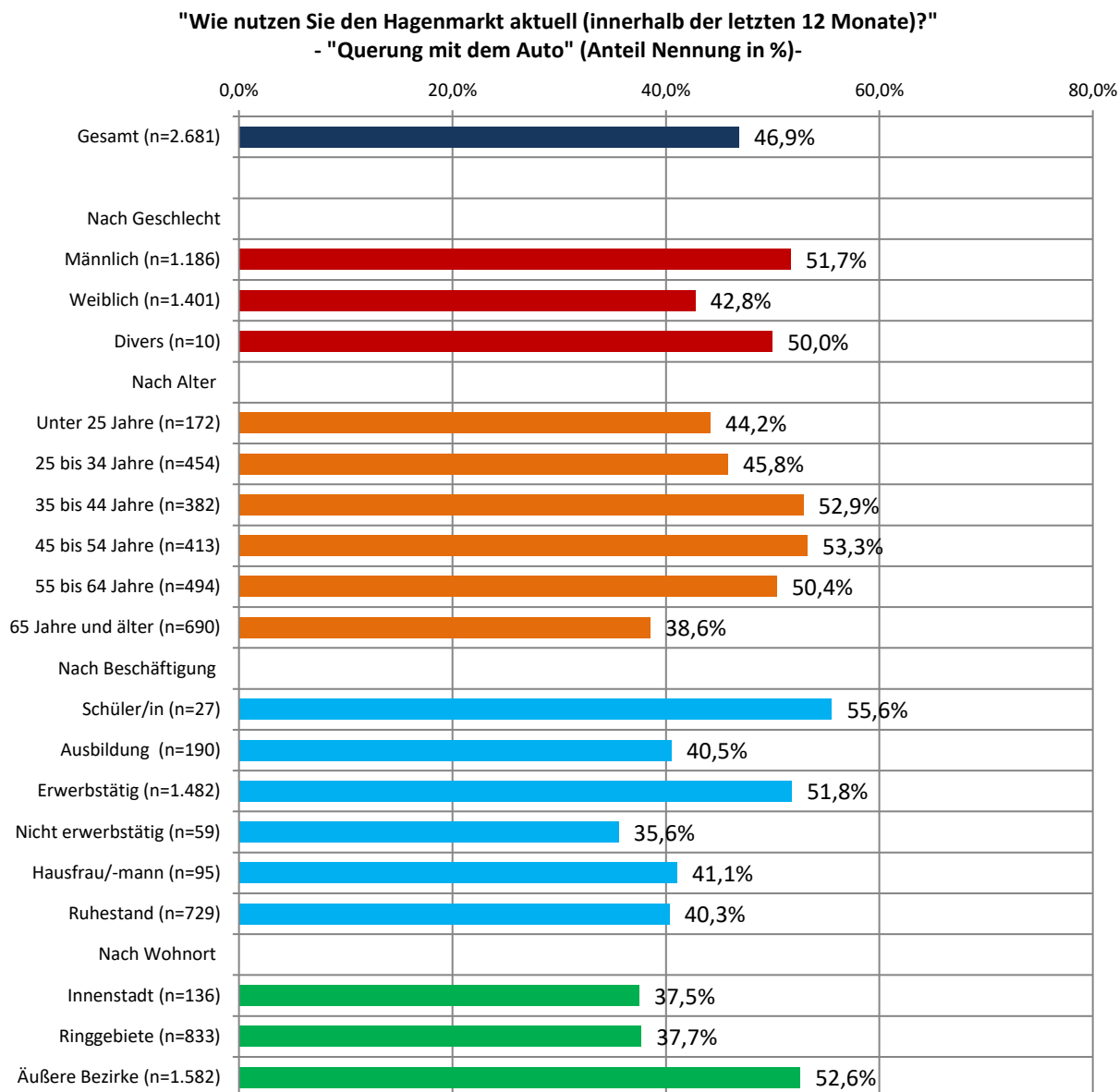


Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Nennung in Prozent



Abbildung 14 verbildlicht unterschiedliche Bewertungen der Nutzung des Hagenmarktes hinsichtlich des Punktes „Querung mit dem Auto“. Hier zeigt sich, dass 52,6% der Befragten, mit einem Wohnort im Außenbezirk, diesen Aspekt angeben. Befragte mit Wohnort in der Innenstadt zeigen eine niedrigere Ausprägung (37,5%), ebenso Befragte mit Wohnort im Ringgebiet (37,7%).

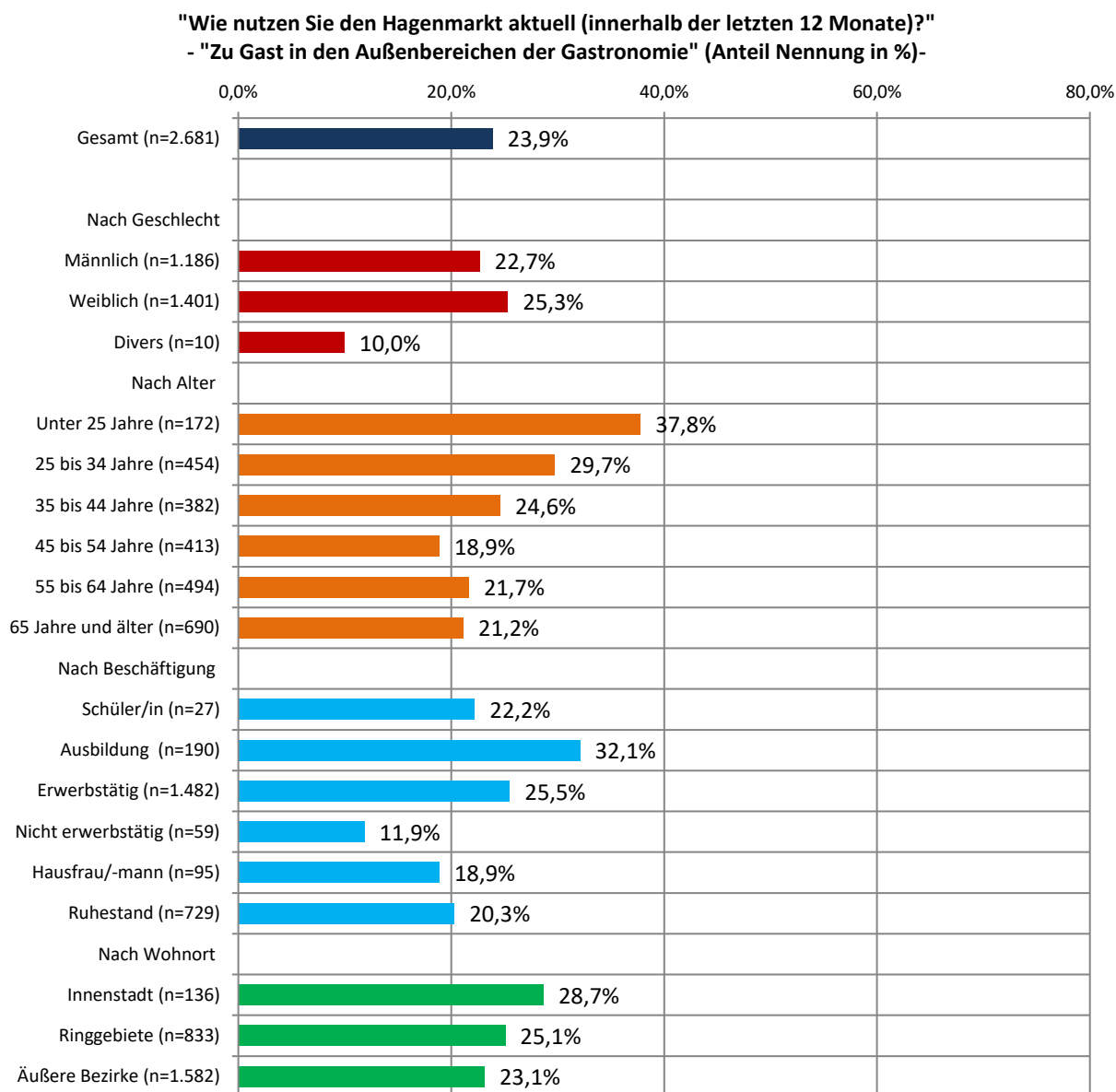
Abbildung 14: „Wie nutzen Sie den Hagenmarkt aktuell (innerhalb der letzten 12 Monate)?“ – „Querung mit dem Auto“



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Nennung in Prozent

Abbildung 15 stellt das Nutzungsverhalten der Befragten bzgl. der Außenbereiche der Gastronomie dar. Es fällt auf, dass unter 25-Jährige mit 37,8% den höchsten Anteil zwischen den Kategorien verbuchen. 45- bis 55-Jährige nutzen die gastronomischen Angebote am wenigsten (18,9%).

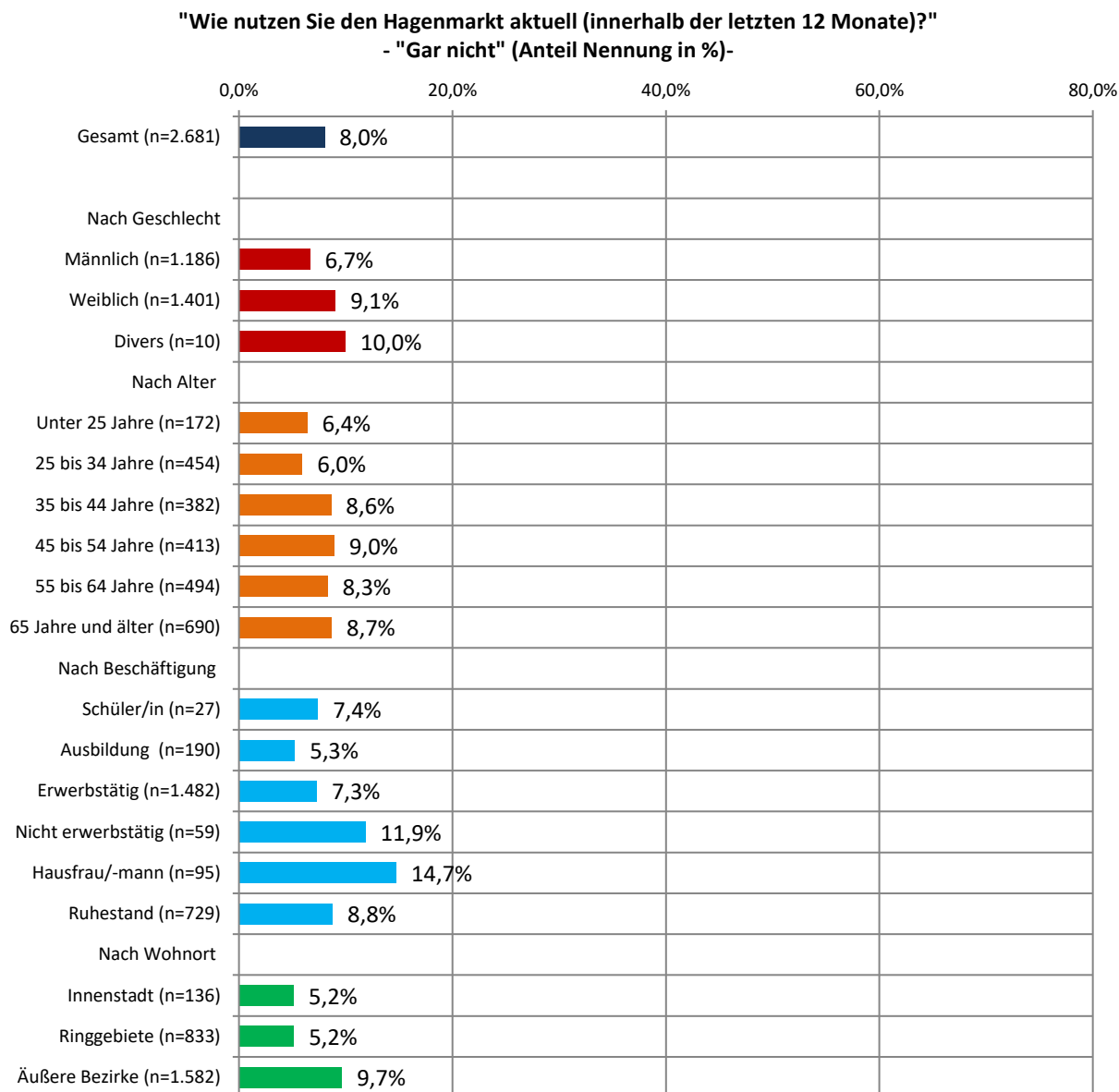
Abbildung 15: „Wie nutzen Sie den Hagenmarkt aktuell (innerhalb der letzten 12 Monate)?“ – „Zu Gast in den Außenbereichen der Gastronomie“



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Nennung in Prozent

Abbildung 16 beschreibt die Verteilung der Angabe „Gar nicht“ in Bezug auf das aktuelle Nutzungsverhalten des Hagenmarktes. Der deutlich höchste Anteil findet sich in der Beschäftigungs-Kategorie unter den Hausfrauen und -männern mit 14,7%. Weiter ist festzuhalten, dass vermehrt Personen aus den äußeren Bezirken den Hagenmarkt gar nicht nutzen (9,7%).

Abbildung 16: „Wie nutzen Sie den Hagenmarkt aktuell (innerhalb der letzten 12 Monate)?“ – „Gar nicht“

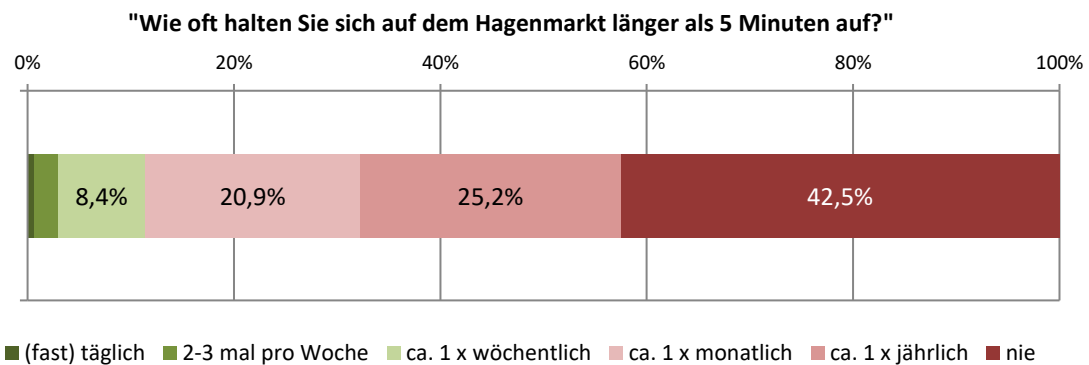


Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Nennung in Prozent

### 2.3 Wie oft halten Sie sich auf dem Hagenmarkt länger als 5 Minuten auf?

Abbildung 17 beschreibt die Gesamtauswertung der Frage, wie oft man sich länger als 5 Minuten auf dem Hagenmarkt aufhält. Es fällt ins Auge, dass nur ein sehr geringer Teil der Befragten sich täglich oder mehrmals in der Woche länger als 5 Minuten auf dem Hagenmarkt aufhalten. Insgesamt geben sogar 42,5% der Teilnehmenden an, dass dies bei ihnen „Nie“ der Fall ist.

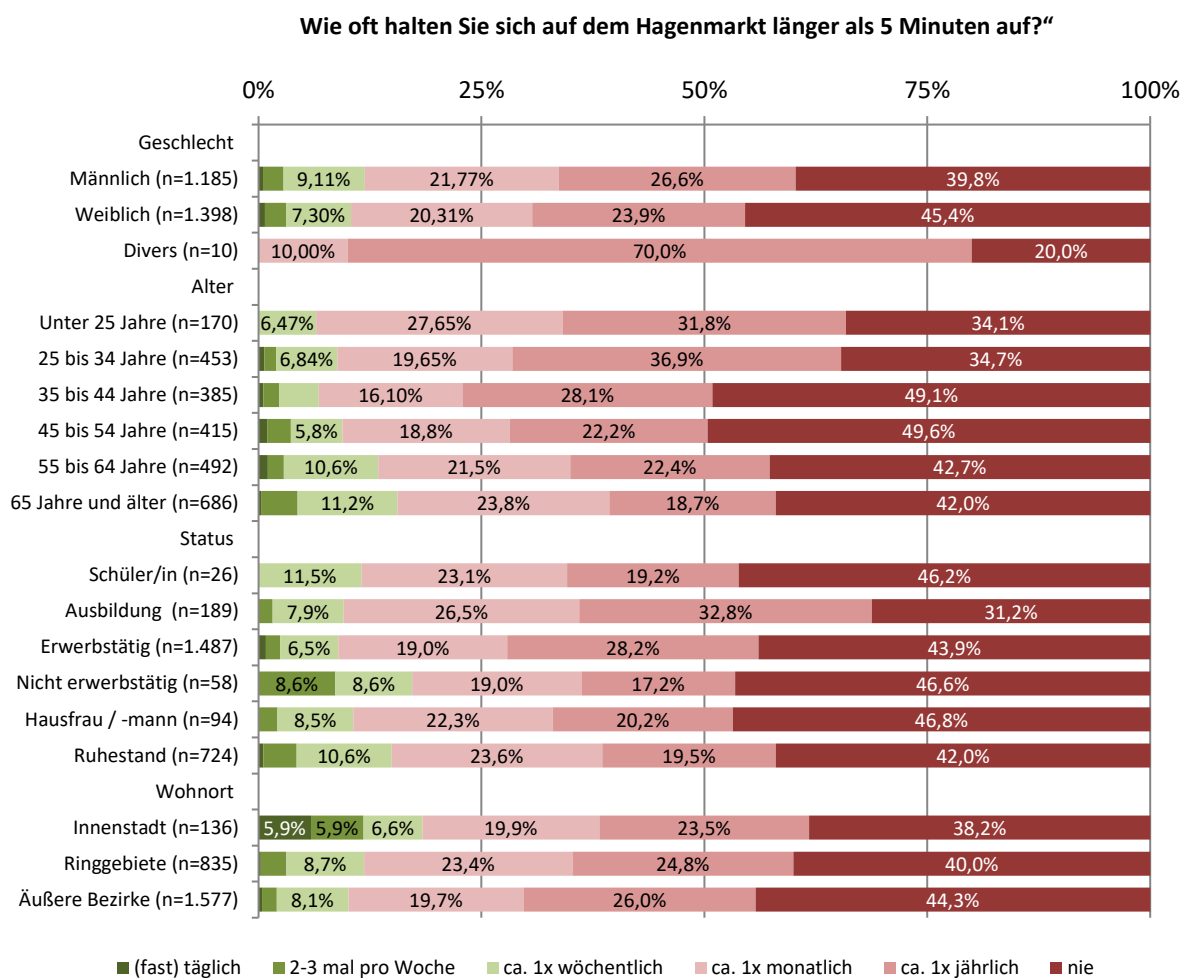
Abbildung 17: „Wie oft halten Sie sich auf dem Hagenmarkt länger als 5 Minuten auf?“ - Gesamtauswertung



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen; Basis: n=2.675

Abbildung 18 unterteilt den Aufenthalt auf dem Hagenmarkt (länger als 5 Minuten) nach den erhobenen soziodemografischen Angaben. Die Verteilung ist hier erneut recht homogen. Wie man nach Abbildung 17 erwarten kann, hält sich ein Großteil der Befragten selten oder nie länger als 5 Minuten am Hagenmarkt auf. Allerdings steigt der Anteil an täglichen und wöchentlichen Aufenthalten mit zunehmendem Alter an und nimmt ab, je mehr die Teilnehmenden in den äußeren Bezirken der Stadt wohnen. Das Alter bzw. der Wohnort stehen offensichtlich mit dem Aufenthalt auf dem Hagenmarkt in einem statistisch signifikanten Zusammenhang.

Abbildung 18: „Wie oft halten Sie sich auf dem Hagenmarkt länger als 5 Minuten auf?“ – nach soziodemografischen Merkmalen

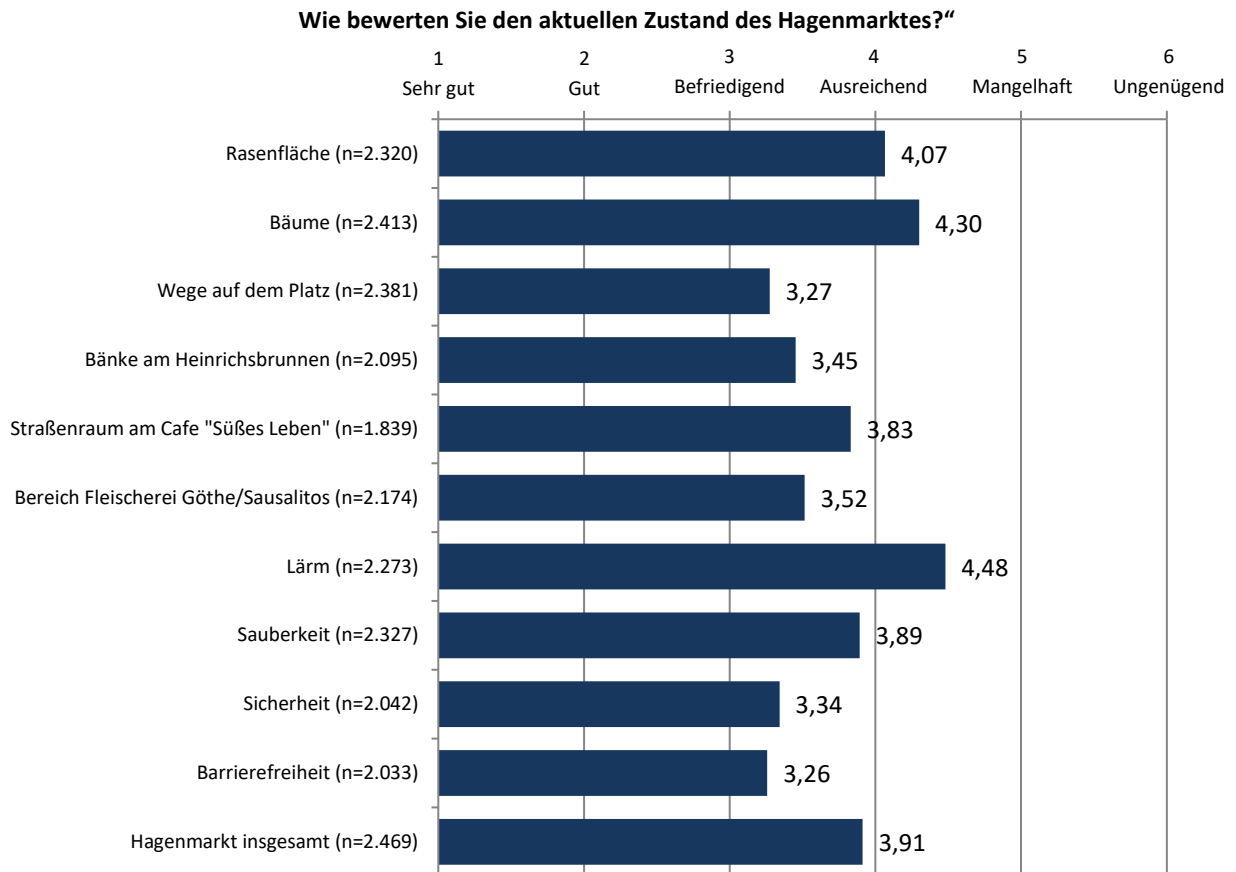


Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
 Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Nennung in Prozent

## 2.4 Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?

Abbildung 19 zeigt die durchschnittliche Bewertung der einzelnen Teilbereiche des Hagenmarktes basierend auf den Schulnoten von 1 „sehr gut“ bis 6 „ungenügend“. Am besten werden die „Wege auf dem Platz“ (Mittelwert=3,27) und die „Barrierefreiheit“ (Mittelwert=3,26) bewertet. Der Lärmpegel des Hagenmarktes wird hingegen am schlechtesten mit einem durchschnittlichen Wert von 4,48 als „ausreichend“ bis „mangelhaft“ bewertet.

Abbildung 19: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Gesamtauswertung

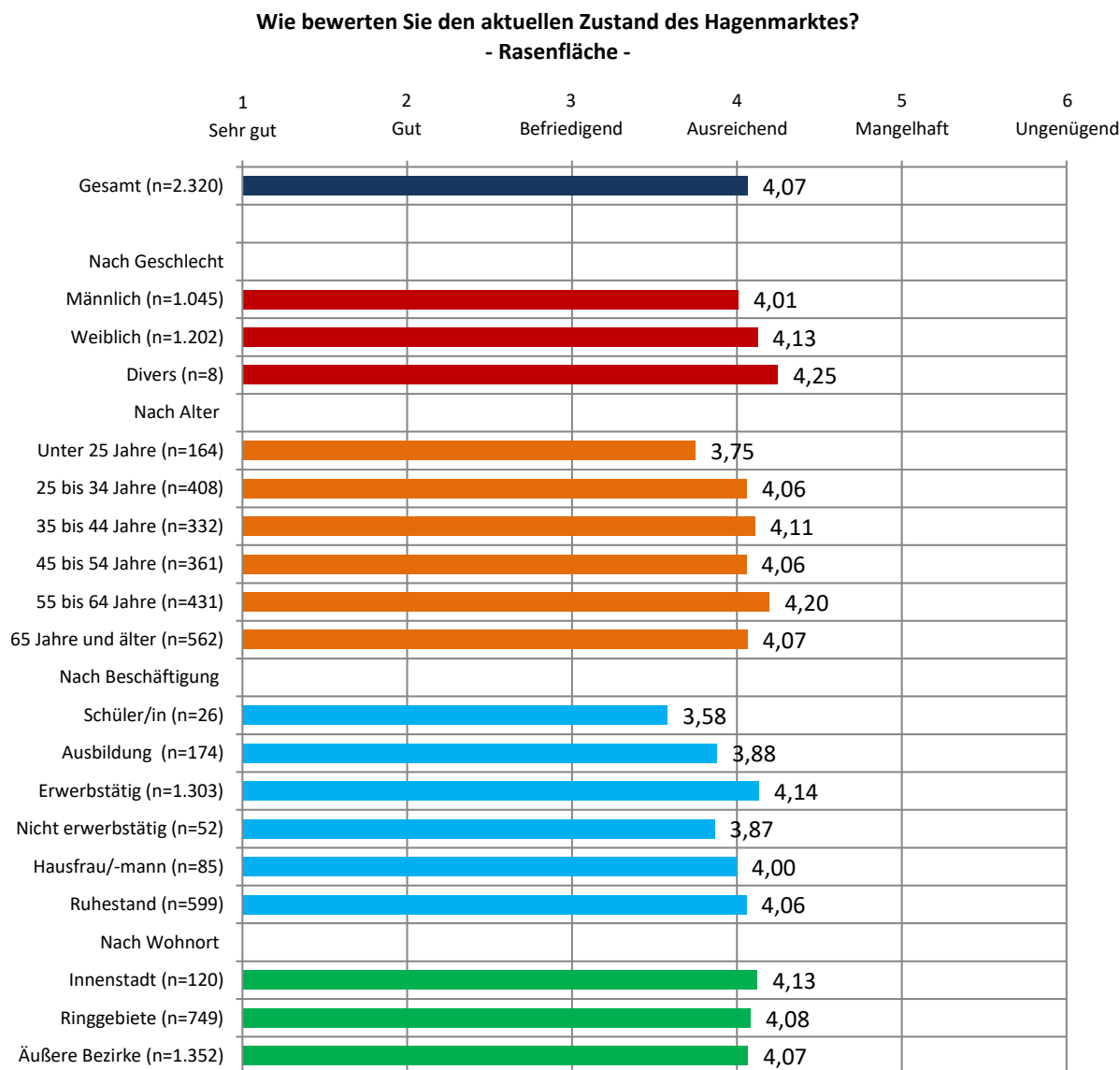


Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021

Datenbasis: Nur gültige Nennungen; Angabe der Mittelwerte von 1 „sehr gut“ bis 6 „ungenügend“

Abbildung 20 stellt die erste Teilauswertung der Frage zum aktuellen Zustand des Hagenmarktes dar, hier in Form der Bewertung der Rasenfläche. Es zeigen sich allerdings zwischen den soziodemografischen Kategorien keine deutlichen Unterschiede. Alle Mittelwerte schwanken zwischen der besten Bewertung von 3,58 bei den Schüler/innen und der schlechtesten Bewertung von 4,20 bei den 55- bis 64-Jährigen.

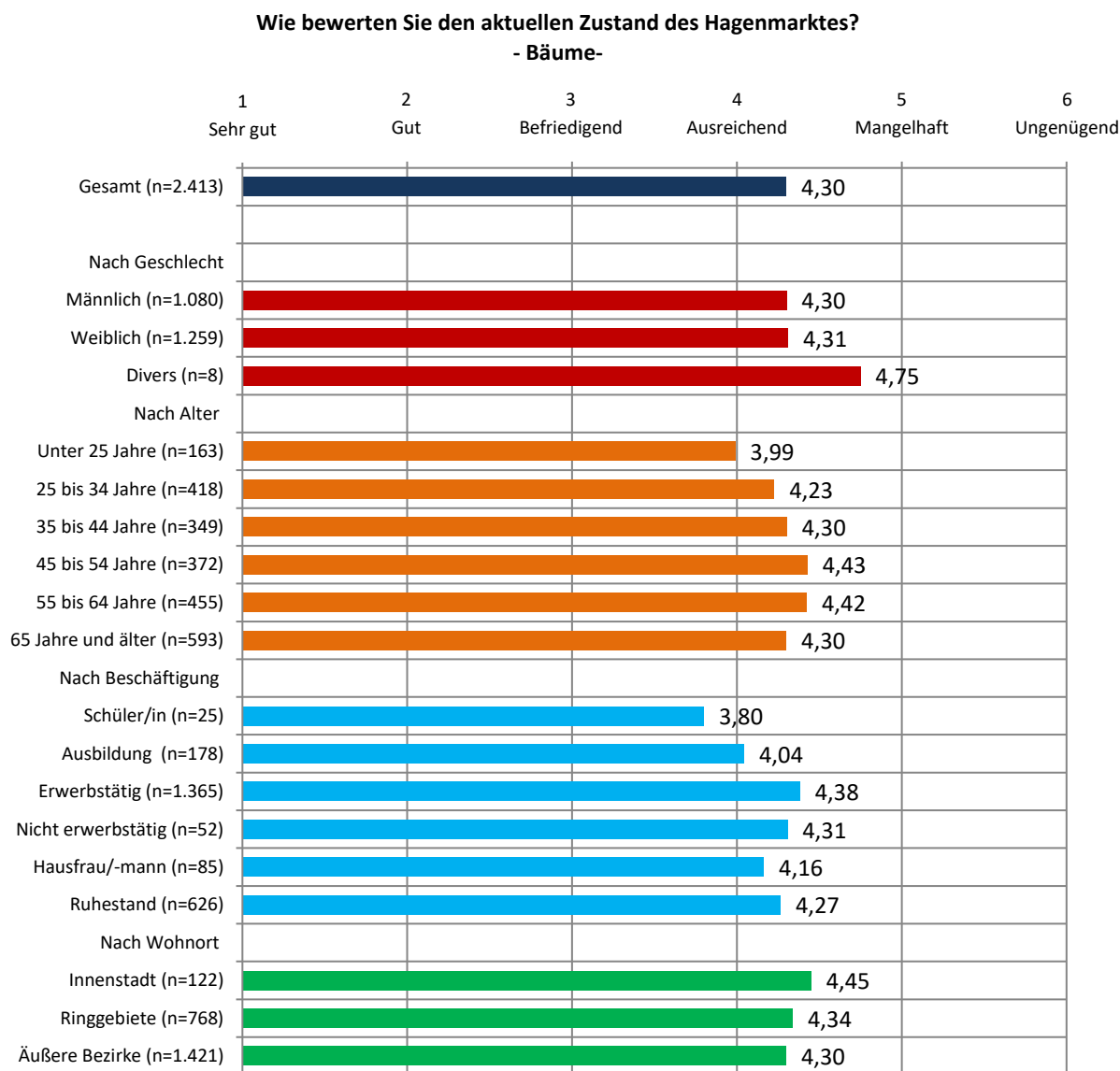
Abbildung 20: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ - Rasenfläche



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „sehr gut“ bis 6 „ungenügend“

Abbildung 21 beschreibt die Zustandsbewertung der Bäume auf dem Hagenmarkt. Auch hier ist zwischen den soziodemografischen Gruppen wenig Diversität zu erkennen. Jedoch lässt sich erkennen, dass – mit Ausnahme der über 65-Jährigen – mit zunehmendem Alter die Bewertung der Bäume auf dem Hagenmarkt schlechter ausfällt. Dies lässt sich auch bei der vergleichsweise guten Bewertung der Bäume durch die befragten Schüler/innen (Mittelwert=3,80) erkennen. Hinsichtlich des Alters kann hier ein statistisch signifikanter Zusammenhang mit der Bewertung der Bäume festgehalten werden.

Abbildung 21: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Bäume

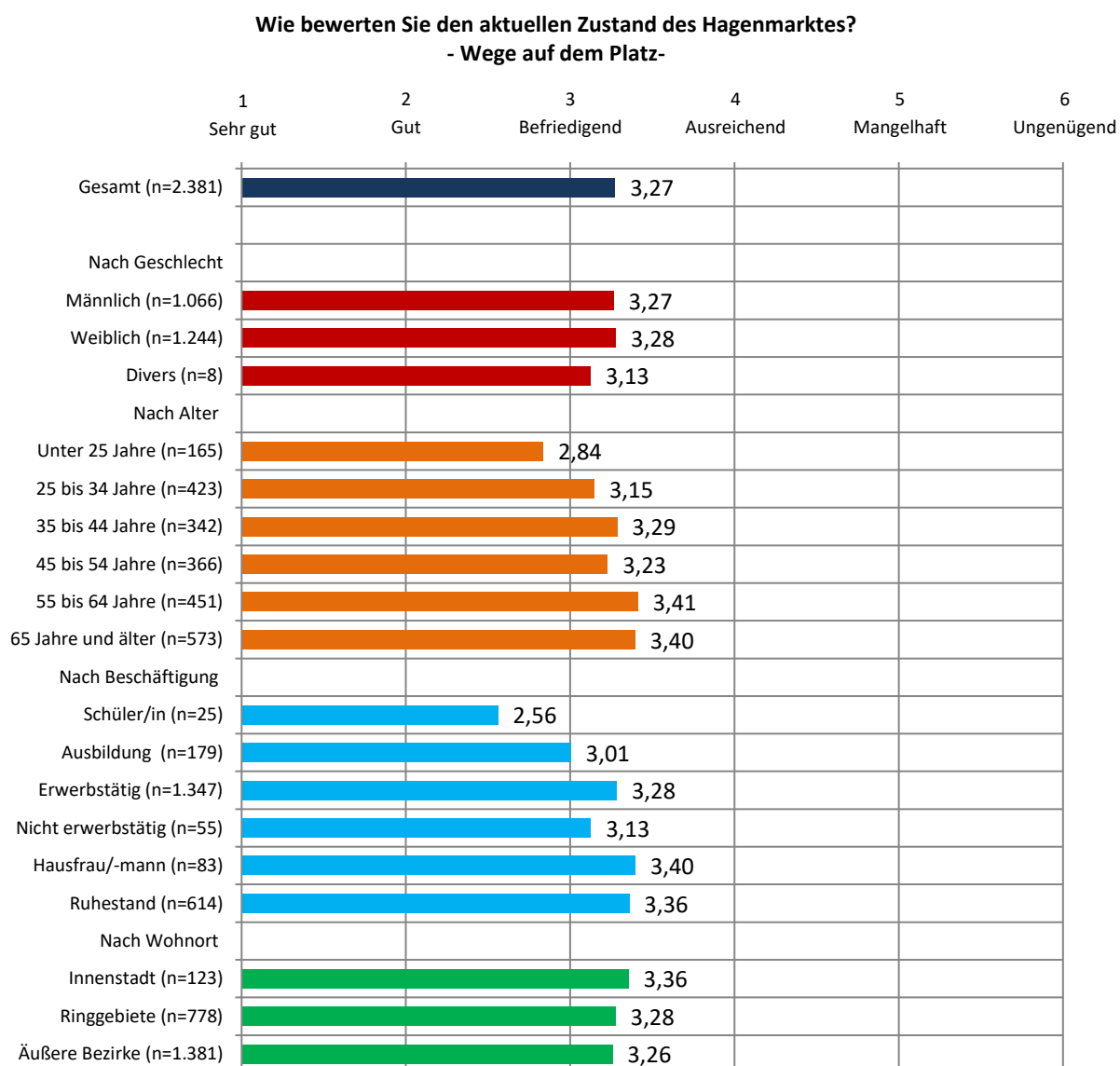


Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „sehr gut“ bis 6 „ungenügend“



Die Bewertung der „Wege auf dem Platz“ in Abbildung 22 fällt sichtbar besser und teilweise diverser aus als bei den vorherigen zwei Kategorien. Auch ist eine statistisch abnehmende Bewertung der betrachteten Kategorie mit zunehmendem Alter festzuhalten. Hier zeigt sich ebenfalls auch, dass es einen statistischen Zusammenhang in der Bewertung gibt, ob die befragte Person sich im Ruhestand befindet oder nicht. Personen im Ruhestand bewerten hier die Wege auf dem Platz statistisch gesehen schlechter als Personen, die nicht im Ruhestand sind. Unterschiedliche Bewertungen zwischen den Geschlechtern gibt es minimal und auch die Wohnorte sind diesbezüglich sehr homogen.

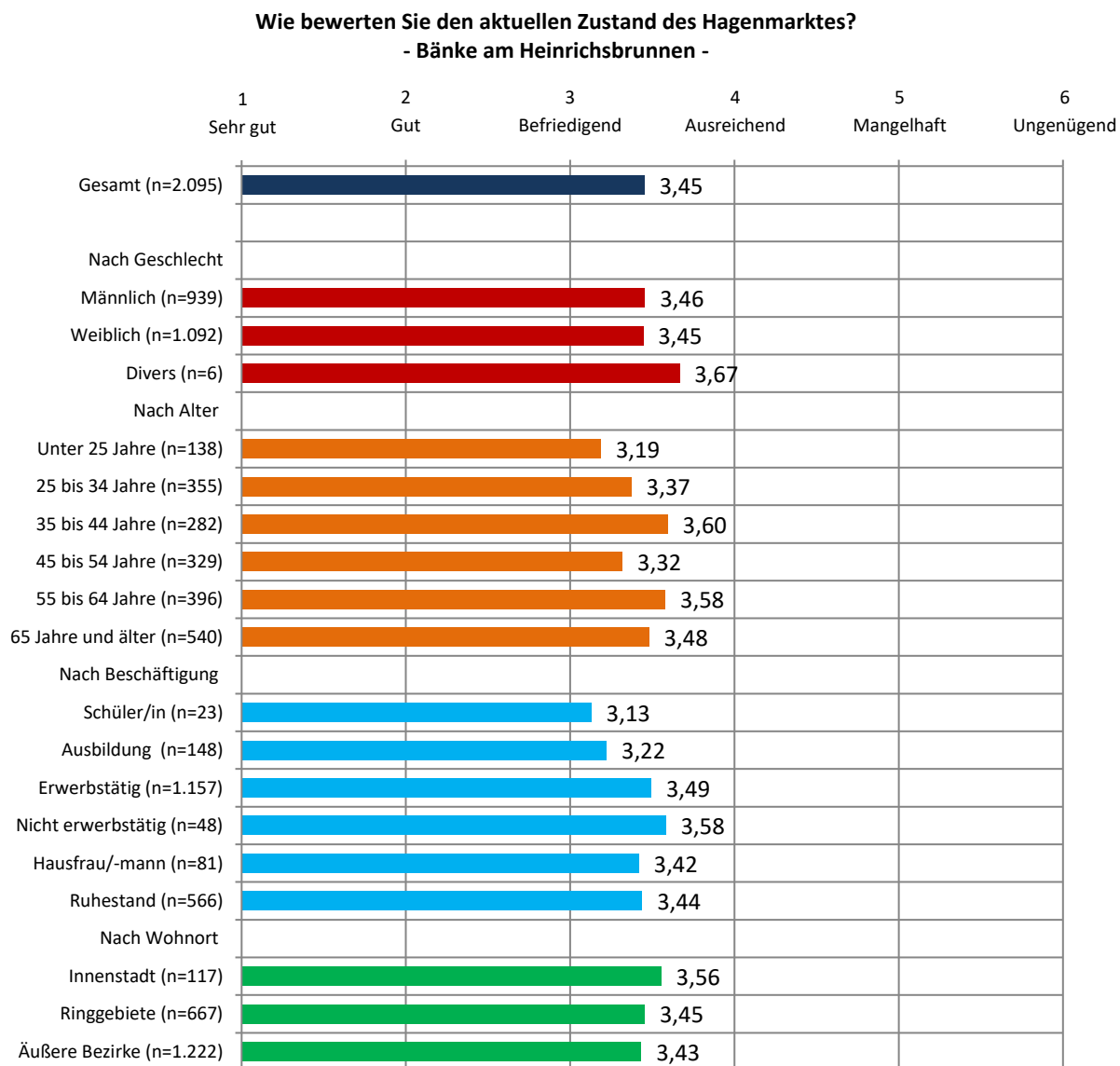
Abbildung 22: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Wege auf dem Platz



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „sehr gut“ bis 6 „ungenügend“

Die Bewertung der Bänke am Heinrichsbrunnen in Abbildung 23 fällt wieder deutlich homogener aus. Bei keiner der Gruppen sind deutlichere Abweichungen zu erkennen. Die negativste Bewertung findet sich bei den 35- bis 44-Jährigen mit einem Mittelwert von 3,60. Die beste Bewertung erfolgte durch die Schüler/innen mit einem Mittelwert von 3,13.

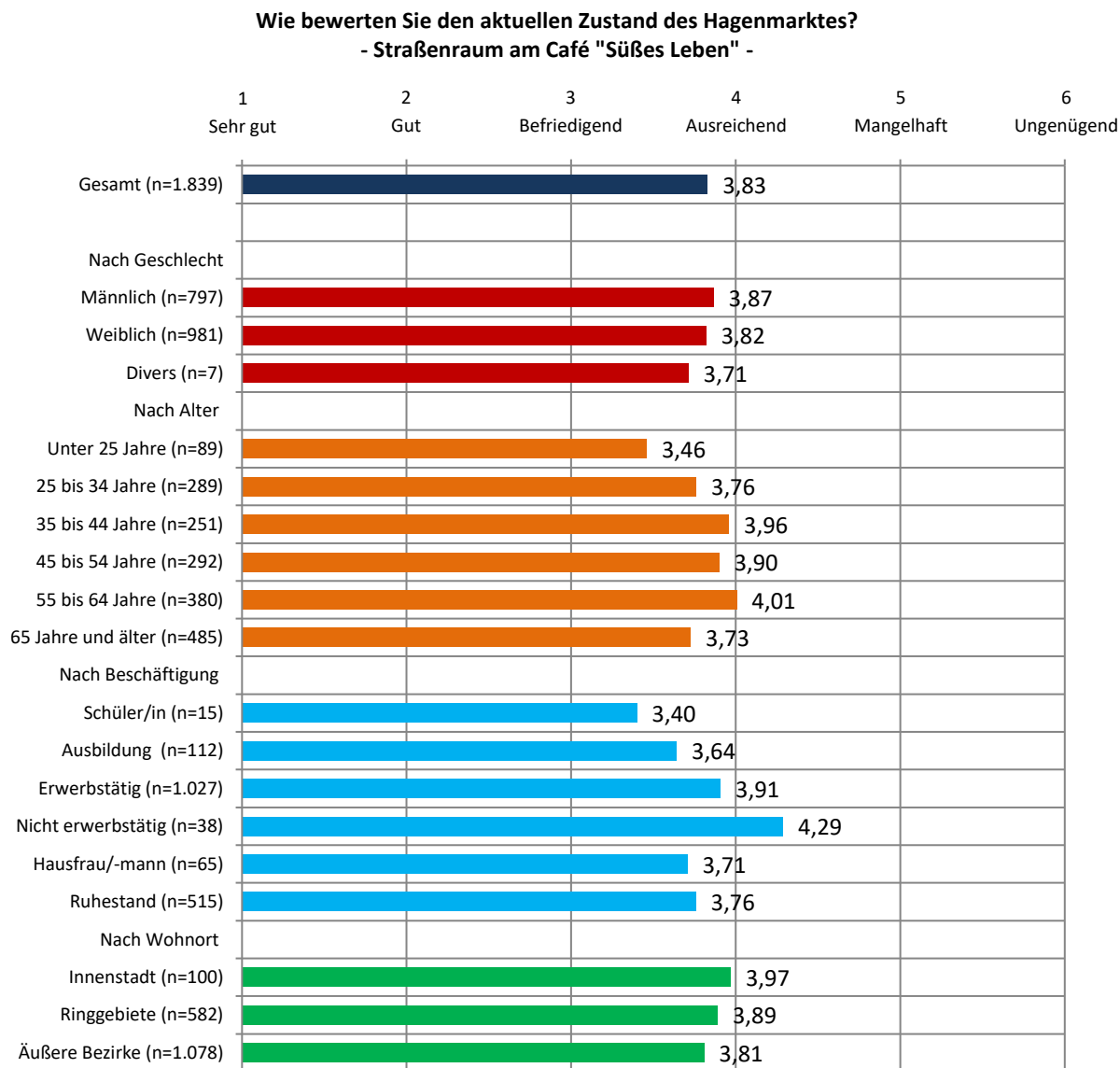
Abbildung 23: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Bänke am Heinrichsbrunnen



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „sehr gut“ bis 6 „ungenügend“

Abbildung 24 beschreibt die Bewertung des Straßenraums am Café „Süßes Leben“. Es fällt auf, dass die nicht erwerbstätigen Personen hier mit einer besonders negativen Bewertung von durchschnittlich 4,29 hervorstechen. Erneut sind zudem hier die Schüler/innen die soziodemografische Gruppe mit der besten Bewertung von 3,40. Die Geschlechter und Wohnorte sind hingegen wieder sehr homogen.

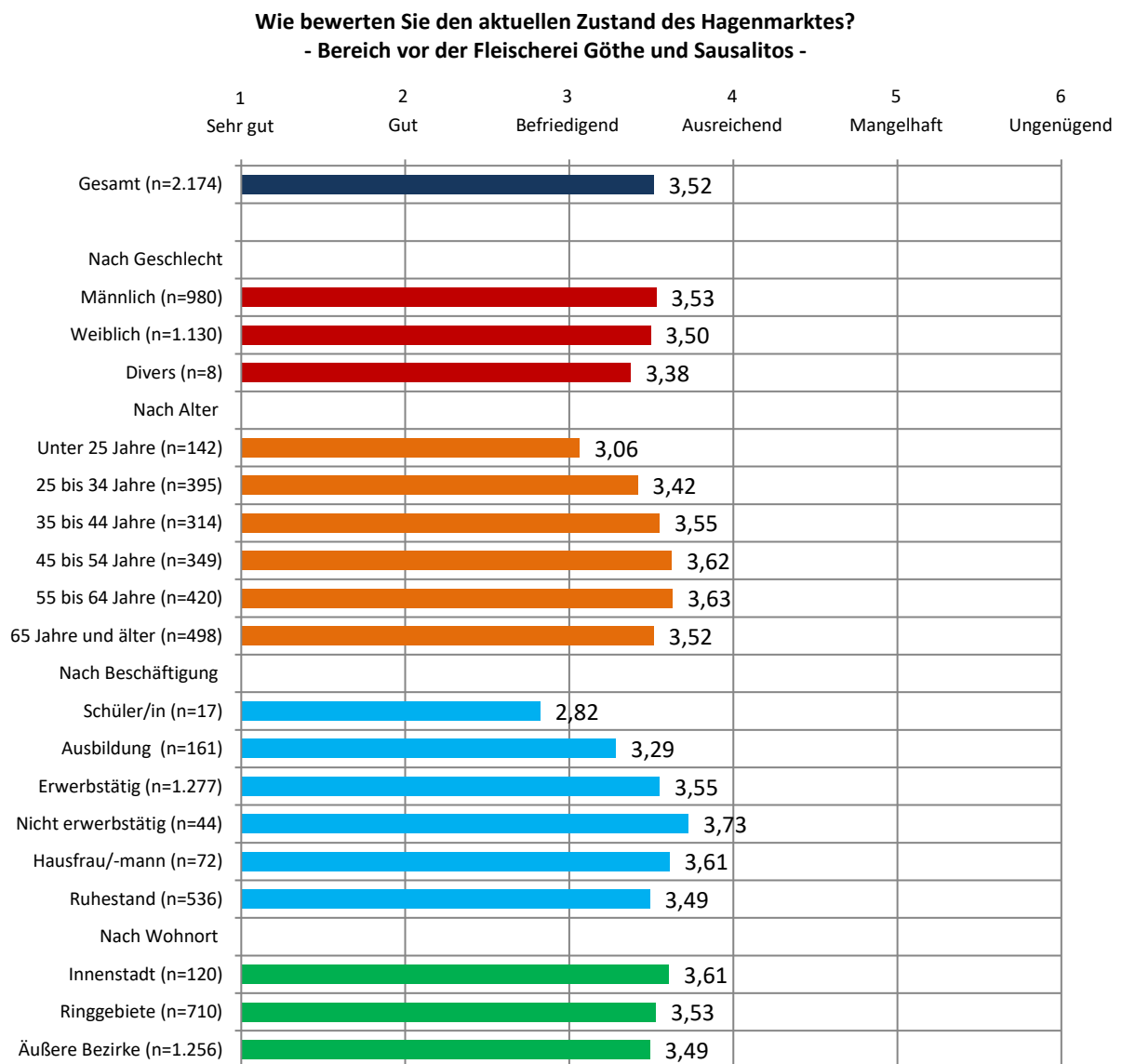
Abbildung 24: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Straßenraum am Café „Süßes Leben“



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „sehr gut“ bis 6 „ungenügend“

Abbildung 25 zeigt die durchschnittliche Bewertung vor dem Bereich der Fleischerei Göthe und Sausalitos. Die Schüler/innen zeichnen sich hier mit einer besonders positiven Bewertung von durchschnittlich 2,82 aus. In derselben soziodemografischen Gruppe bewerten etwa die nicht erwerbstätigen Personen diesen Bereich mit lediglich 3,73 am schlechtesten. Die Geschlechts- und Wohnortkategorien unterscheiden sich erneut nur marginal. Hinsichtlich der Altersgruppen kann ein signifikanter Zusammenhang in Bezug zur abnehmenden Bewertung mit zunehmendem Alter aufgezeigt werden.

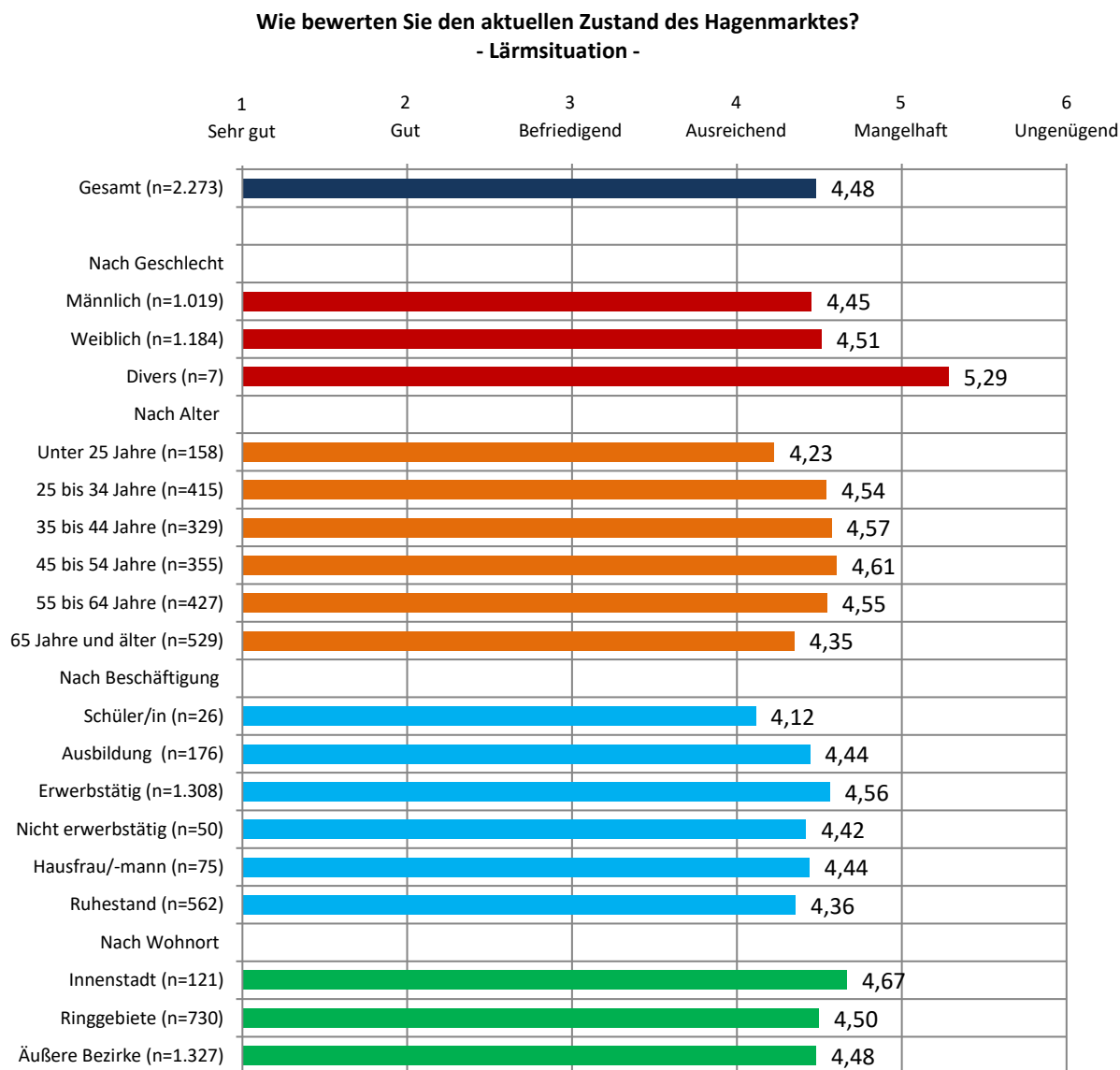
Abbildung 25: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Bereich vor der Fleischerei Göthe und Sausalitos



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
 Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „sehr gut“ bis 6 „ungenügend“

Abbildung 26 beschreibt die Bewertung der Lärmsituation am Hagenmarkt. Wie nach der Gesamtauswertung in Abbildung 19 zu erwarten war, fällt diese relativ schlecht aus, mit einer Bestbewertung bei den Schüler/innen von 4,12. Die meisten der weiteren soziodemografischen Kategorien bewegen sich bei ungefähr 4,5.

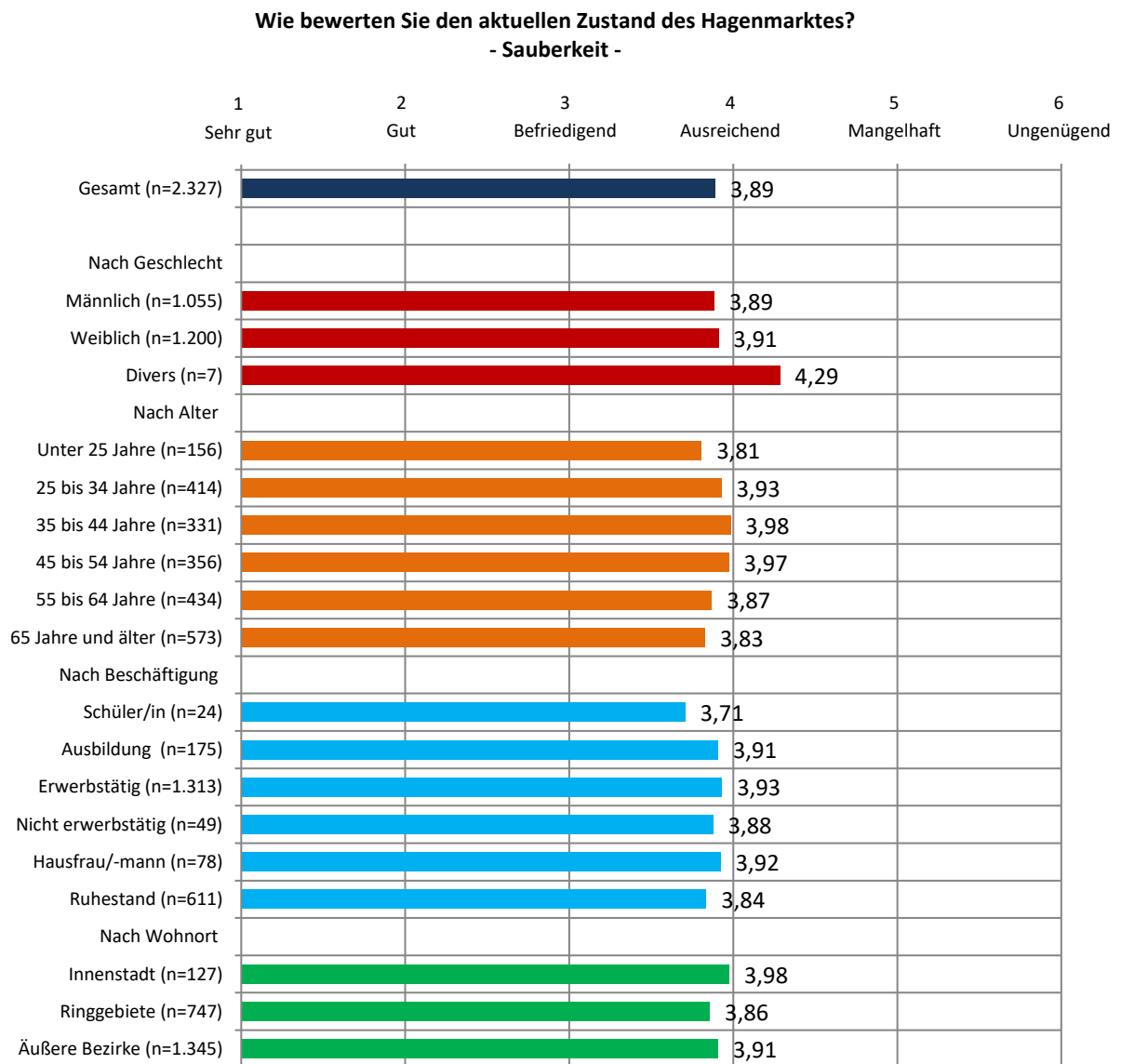
Abbildung 26: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Lärmsituation



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „sehr gut“ bis 6 „ungenügend“

Abbildung 27 lässt erkennen, dass die Bewertung der Sauberkeit des Hagenmarktes noch einmal homogener ausfällt als die Bewertung der Lärmsituation in Abbildung 26. Die Sauberkeit wird dabei allerdings durchschnittlich etwas besser bewertet als der Lärm, wenn auch immer noch vergleichsweise schlecht. Der Großteil der dargestellten Kategorien hat eine durchschnittliche Bewertung von 3,8 und 3,9. Größere Abweichungen lassen sich hier nicht erkennen.

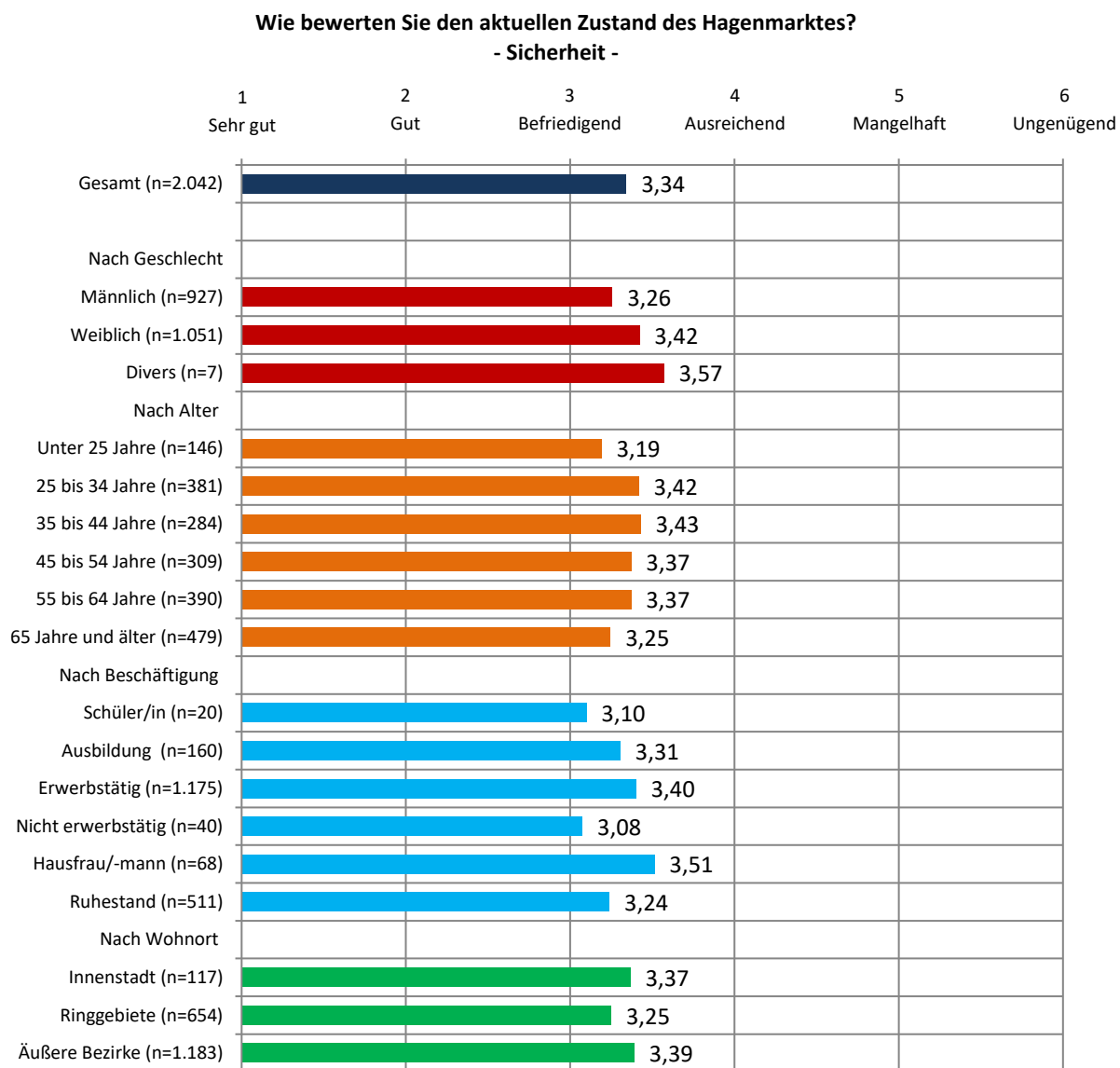
Abbildung 27: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Sauberkeit



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „sehr gut“ bis 6 „ungenügend“

In Abbildung 28 wird die Bewertung der Sicherheit am Hagenmarkt durch die verschiedenen soziodemografischen Gruppen dargestellt. Es fällt unter anderem auf, dass die weiblichen Teilnehmerinnen die Sicherheit etwas schlechter bewerten (Mittelwert=3,42) als die männlichen Teilnehmer (Mittelwert=3,26). Bei der Unterscheidung nach dem Beschäftigungsstatus gibt es teilweise starke Unterschiede, etwa zwischen den nicht erwerbstätigen Befragten (Mittelwert=3,08) und den Hausfrauen und -männern (Mittelwert=3,51).

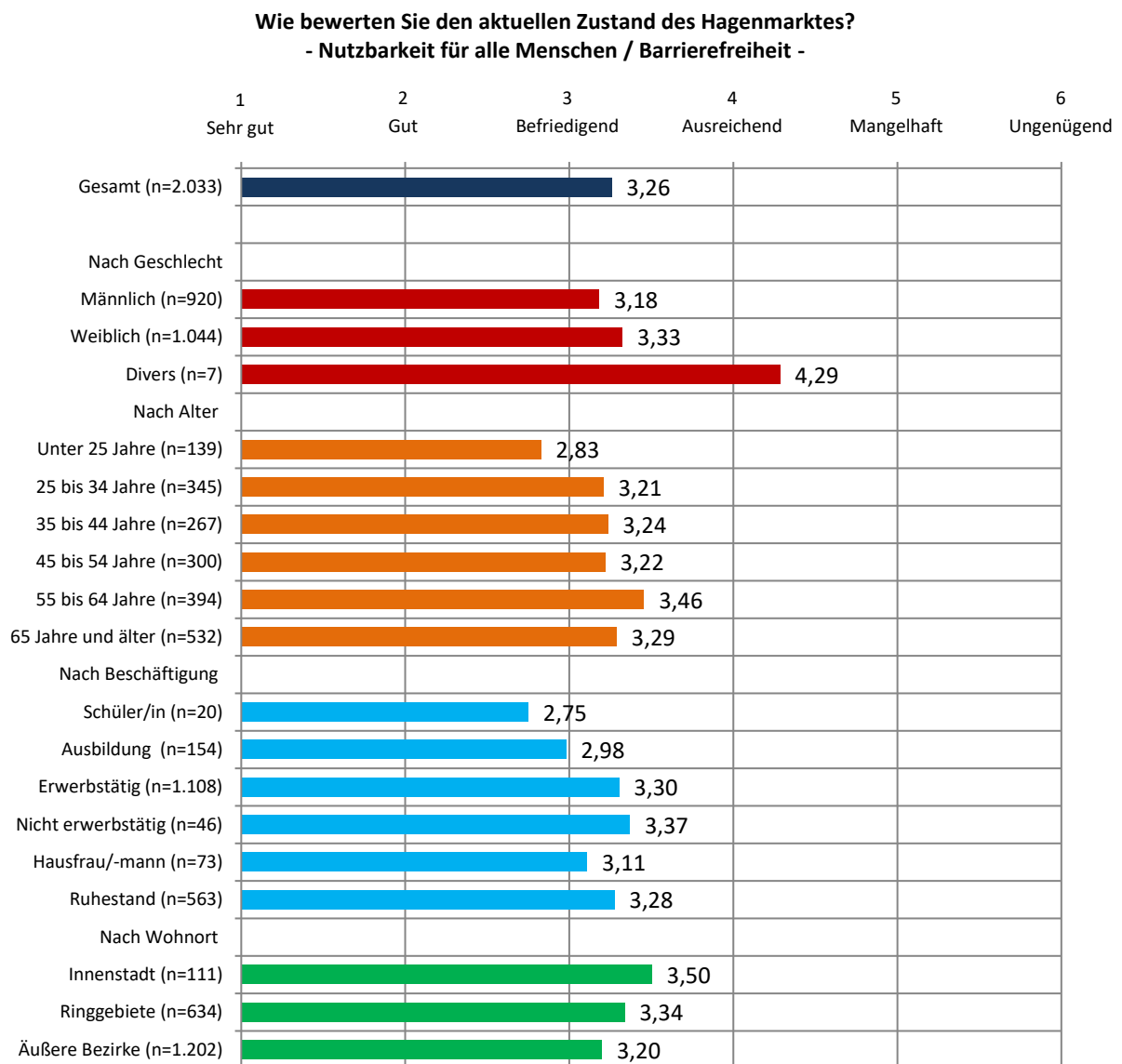
Abbildung 28: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Sicherheit



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „sehr gut“ bis 6 „ungenügend“

Abbildung 29 zeigt erneut vergleichsweise heterogene Einschätzungen des Zustandes des Hagenmarktes. In diesem Fall wird die Einschätzung der Nutzbarkeit für alle Menschen bzw. die Barrierefreiheit dargestellt. Es lässt sich erkennen, dass Männer diesen Aspekt etwas besser einschätzen als Frauen. Auch besteht hier ein signifikanter Zusammenhang dahingehend, dass die abnehmende Bewertung mit dem zunehmenden Alter einhergeht. Gleichzeitig bewerten die Erwerbstätigen, die nicht Erwerbstätigen und die Ruheständler/innen die Barrierefreiheit schlechter als die restlichen Gruppen ihrer soziodemografischen Gruppe.

Abbildung 29: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Nutzbarkeit für alle Menschen / Barrierefreiheit

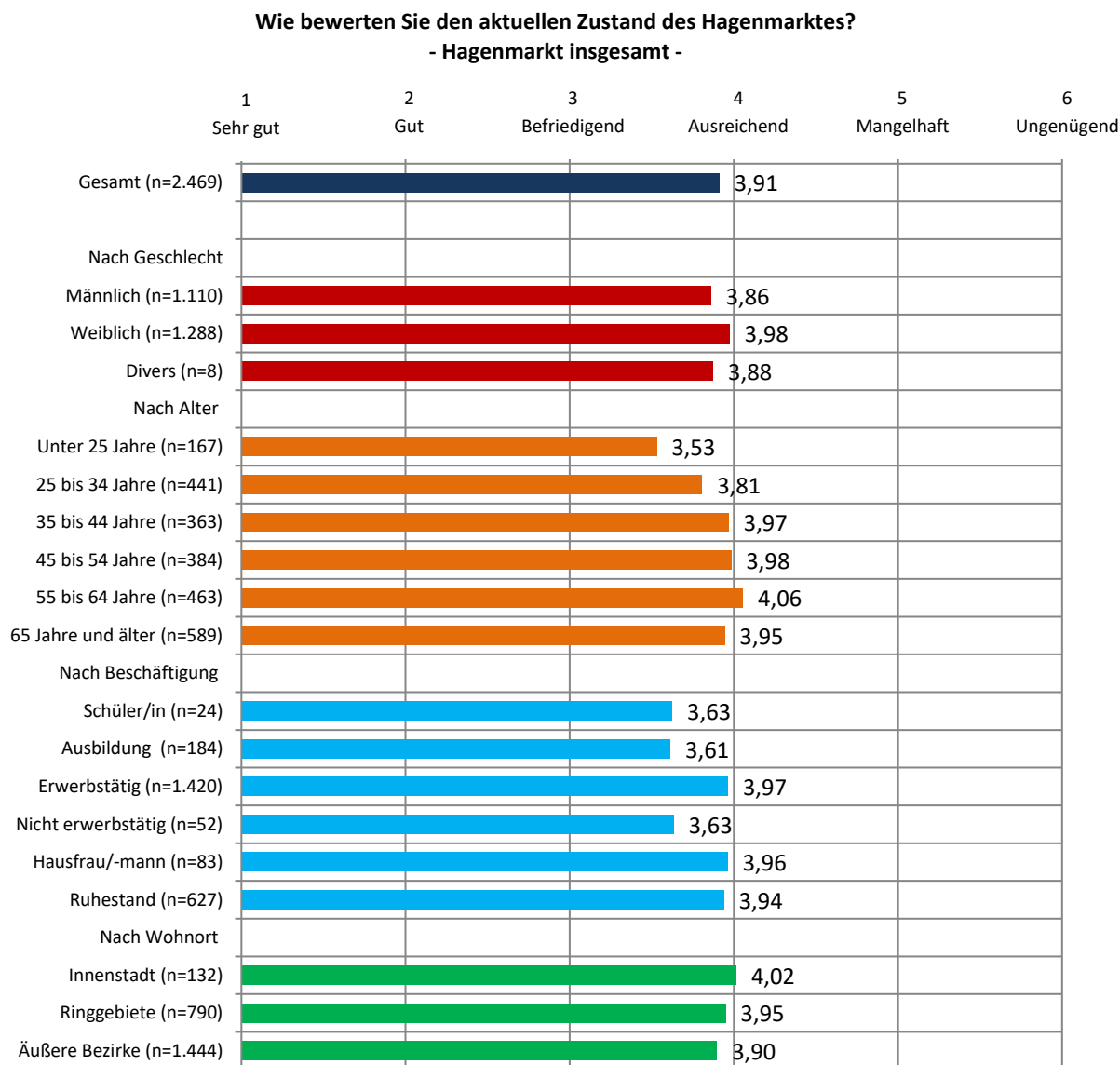


Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „sehr gut“ bis 6 „ungenügend“



Abbildung 30 zeigt die gesamte Bewertung des Hagenmarktes durch die Teilnehmer/innen. Hierbei ist zu erkennen, dass es bei den Geschlechtern und den Wohnorten kaum Unterschiede gibt. Gleichzeitig lässt sich eine signifikante abnehmende Bewertung mit ansteigendem Alter aufzeigen. Ähnlich bewerten die Erwerbstätigen, die Hausfrauen und -männer sowie die Ruheständler/innen den Hagenmarkt insgesamt schlechter als die restlichen Beschäftigungsgruppen.

Abbildung 30: „Wie bewerten Sie den aktuellen Zustand des Hagenmarktes?“ – Hagenmarkt insgesamt



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „sehr gut“ bis 6 „ungenügend“

## **2.5 Was bewerten Sie heute besonders positiv am Hagenmarkt?**

---

Besonders drei Aspekte des Hagenmarkts werden von den Bewohner/innen der Stadt Braunschweigs positiv aufgefasst. Dabei handelt es sich um ästhetische Aspekte, um die Lage und um die bisherige Funktion des Hagenmarkts. Besonders viele befragte Personen äußern sich positiv zu den Grünflächen insofern, dass der Hagenmarkt eine der wenigen Grünflächen im Innenstadtbereich sei. Die Bäume, die Blumen (im Frühling) und vor allem der Brunnen werden positiv erwähnt. Ein weiterer positiver Punkt, der oft genannt wird, sind die verfügbaren Bänke, welche zum Verweilen einladen. Ein weiterer Aspekt den einige befragte Personen als gelungen empfinden, ist die gute Einsehbarkeit bzw. Überschaubarkeit des Hagenmarkts. Der freie Blick auf die Katharinenkirche wird hierbei als positiv wahrgenommen.

Des Weiteren wird die Lage des Hagenmarktes von den Teilnehmer/innen der Befragung als optimal für Fußgänger empfunden. Neben der zentralen Lage wird auch die gute Verkehrsanbindung des Hagenmarktes als sehr günstig bewertet. So wird der Hagenmarkt von vielen befragten Personen nicht nur zum Entspannen, sondern aufgrund der guten Anbindung auch als Knotenpunkt für die Benutzung der Straßenbahn genutzt.

Neben den erwähnten gestalterischen Aspekten und der Lage wird auch bisherige funktionale Bedeutung des Platzes dokumentiert. Der Hagenmarkt dient vielen Personen der Stadt Braunschweig als Platz um sich mit Bekannten und Freunden zu treffen. Besonders die umliegende Gastronomie wie Cafés und die Möglichkeit für Außengastronomie im Sommer werden von den befragten Personen gerne genutzt. Die im Jahr 2021 erstmals veranstalteten Aktionen der TU Braunschweig (Reallabor), werden mehrmals positiv erwähnt. Zusammenfassend sieht die Mehrheit der befragten Personen im Hagenmarkt „das Potenzial für eine grüne Insel“ in der Innenstadt.

## **2.6 Was bewerten Sie heute als besonders negativ am Hagenmarkt?**

---

Obwohl viele befragte Personen positive Aspekte zum Hagenmarkt nennen, gibt es auch genau so viel Kritik an seinem derzeitigen Zustand. Zum einen wird die Sauberkeit des Hagenmarkts kritisiert. Obwohl es einige Bänke gibt, welche zum Verweilen genutzt werden könnten, werden viele davon nicht genutzt. Dies ist auf den hohen Verschmutzungsgrad der Bänke, auf Dreck und Taubenkot zurückzuführen. Ein weiterer Punkt, der bemängelt wird, ist, dass es nicht genügend Mülleimer gibt. Der dadurch herumliegende Müll sammelt sich vor allem nach dem Wochenende an und lässt den Hagenmarkt in einem schlechten Zustand erscheinen.

Ein weiterer negativer Aspekt des Hagenmarkts stellt die Aufenthaltsqualität dar. Befragte Personen fühlen sich vom Verkehrslärm gestört. Außerdem gibt es für Kinder keine Möglichkeit auf dem Hagenmarkt zu spielen. Des Weiteren berichten viele der befragten Personen, dass sie sich besonders abends bzw. nachts nicht sicher fühlen und den Hagenmarkt meiden. Insbesondere wird kritisiert, dass der Hagenmarkt von Menschen vermehrt genutzt wird, um gemeinschaftlich Alkohol zu konsumieren.

Des Weiteren wird das Gesamtbild als unharmonisch aufgefasst. Vor allem das Aussehen des Platzes wird seit dem Sturmtief „Xavier“ im Jahr 2017 negativ bewertet. Grund für die Kritik ist, dass nach dem Sturm keine neuen Bäume mehr eingepflanzt worden sind und es dem Hagenmarkt seitdem an ausreichend Begrünung und Schattenplätzen fehlt. Die befragten Personen wünschen sich neben neuen Bäumen auch Büsche, Hecken und Blühpflanzen, welche den Hagenmarkt einladender aussehen lassen sollen. Viele Teilnehmer/innen beklagen außerdem das Kopfsteinpflaster auf dem Hagenmarkt.

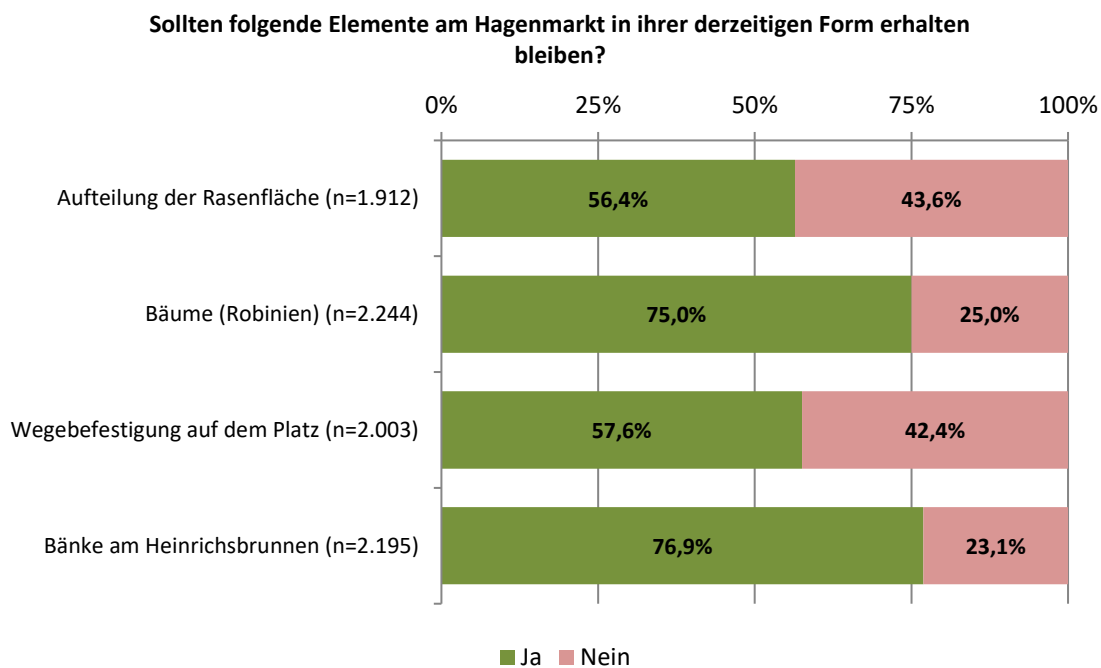
### 3. Hagenmarkt Neugestaltung

Die folgenden Auswertungen beleuchten die Neugestaltung des Hagenmarktes. Hierbei wird der Fokus vor allem darauf gelegt, ob derzeitige Elemente erhalten bleiben sollen oder wie sinnvoll Erweiterungen auf dem Hagenmarkt sind. Darüber hinaus wird dargestellt, wie die teilnehmenden Personen sich den Hagenmarkt zukünftig vorstellen.

#### 3.1 Sollten folgende Elemente am Hagenmarkt in ihrer derzeitigen Form erhalten bleiben?

Die untenstehende Abbildung 31 befasst sich mit der Frage, welche Elemente des jetzigen Hagenmarktes in ihrer derzeitigen Form erhalten bleiben sollen. Hier zeigt sich deutlich, dass vor allem die Bäume (75,0% „Ja“-Antworten) und die Bänke am Heinrichsbrunnen (76,9% „Ja“-Antworten) in ihrer jetzigen Form erhalten bleiben sollen. Jedoch weisen auch die Aufteilung der Rasenflächen (56,4%) und Wegebefestigung auf dem Platz (57,6%) einen hohen Zuspruch auf.

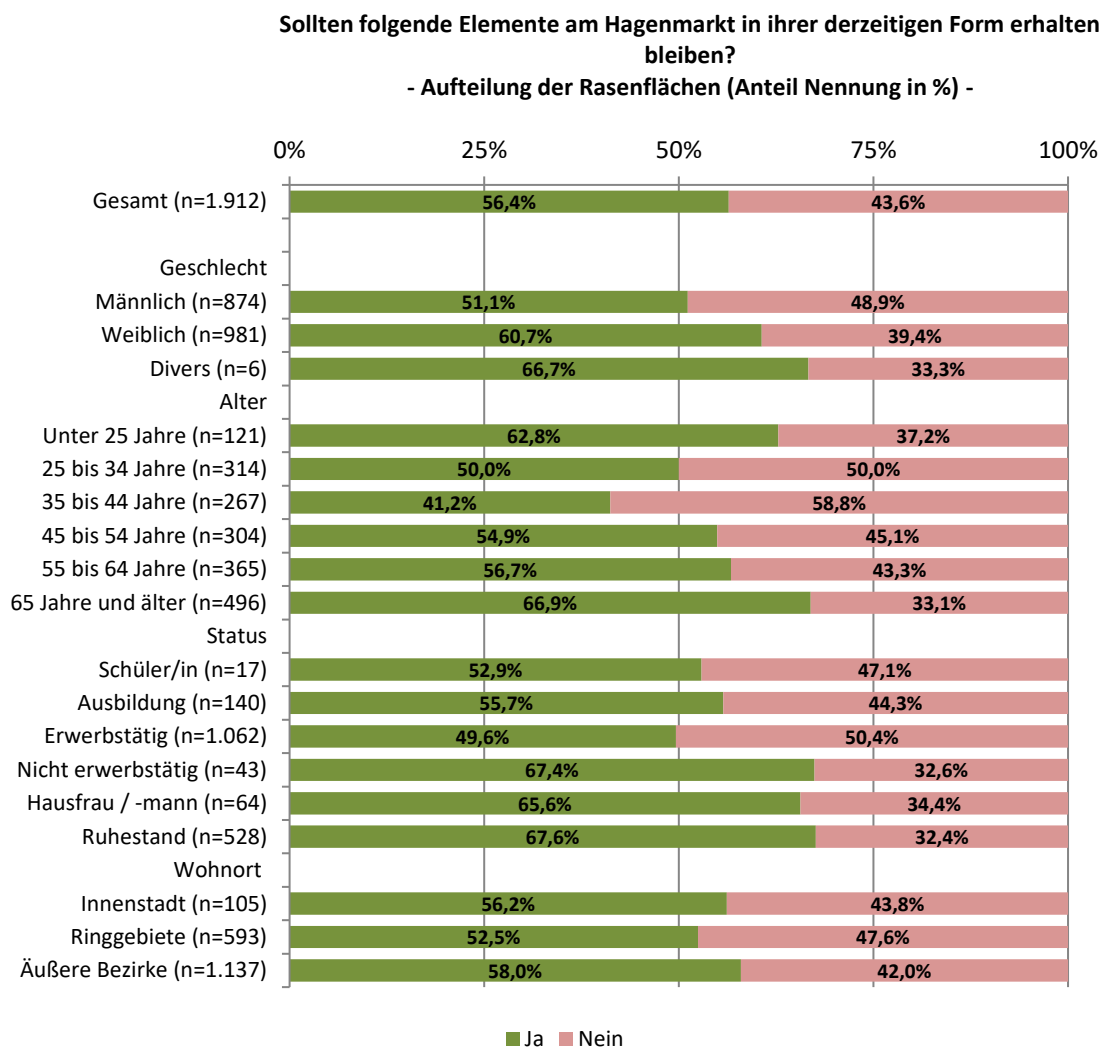
Abbildung 31: „Sollten folgende Elemente am Hagenmarkt in ihrer derzeitigen Form erhalten bleiben?“ - Gesamtauswertung



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen; Angabe in Prozent

Hinsichtlich des Antwortverhaltens zur Aufteilung der Rasenfläche lassen sich anhand der soziodemografischen Merkmale Unterschiede festhalten. Die geringste Zustimmung lässt sich mit einem Anteil von 41,2% der „Ja“-Stimmen bei der Altersgruppe von 35 bis 44 Jahren feststellen. Ähnliches trifft auf die Gruppe der Erwerbstätigen mit 49,6% zu. Dagegen zeigt sich eine erhöhte Zustimmung innerhalb der Altersgruppe der 65 Jahre und älteren Personen (66,9%) sowie bei den Personen, die unter 25 Jahre alt sind (62,8%).

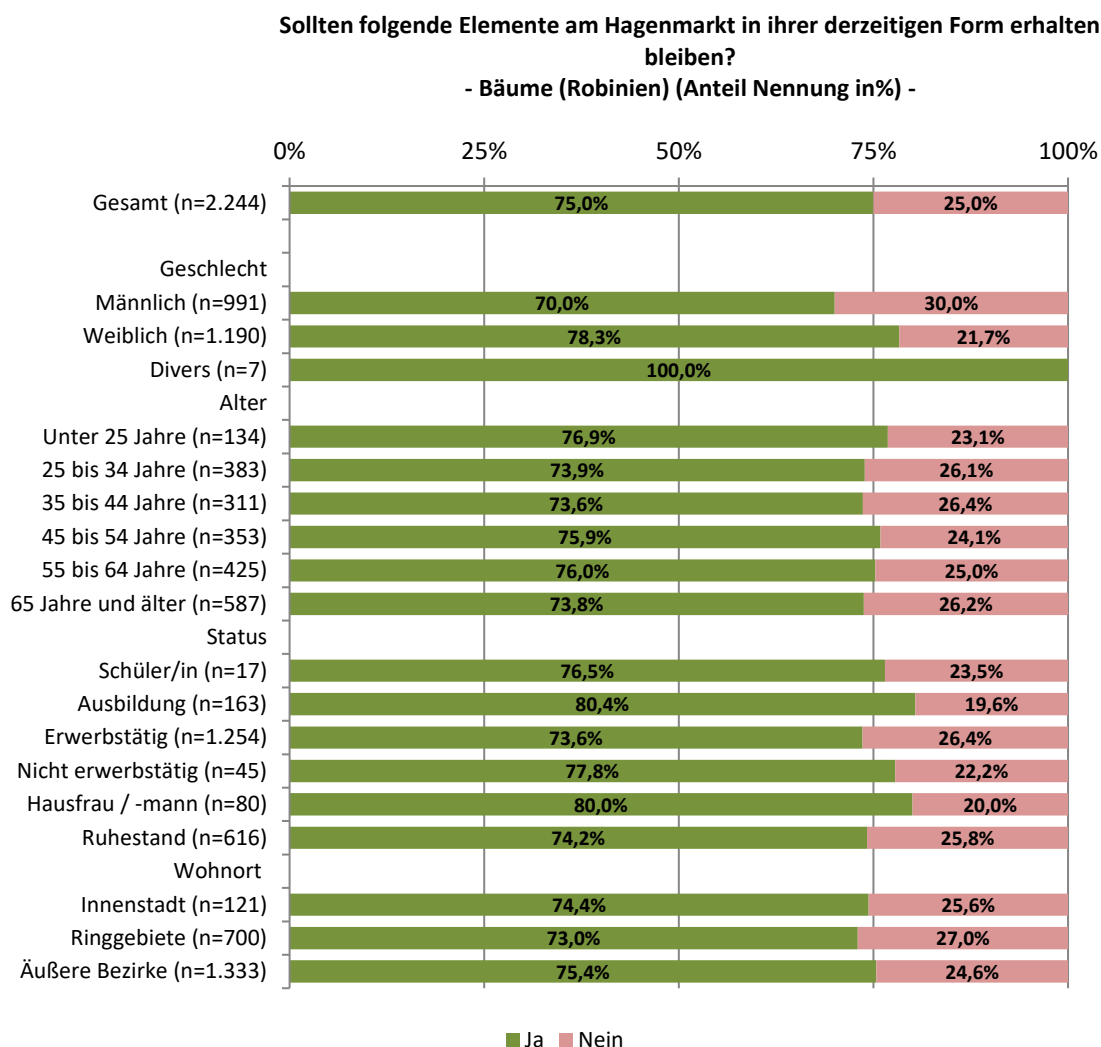
Abbildung 32: „Sollten folgende Elemente am Hagenmarkt in ihrer derzeitigen Form erhalten bleiben?“ – Aufteilung der Rasenflächen



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe in Prozent

Die Abbildung 33 verdeutlicht die generelle Zustimmung hinsichtlich des Erhalts der derzeitigen noch verbliebenen Bäume. Hier spiegelt sich in der differenzierteren Betrachtung der einzelnen soziodemografischen Merkmale wider, dass die Bäume auf dem Hagenmarkt erhalten bleiben sollen.

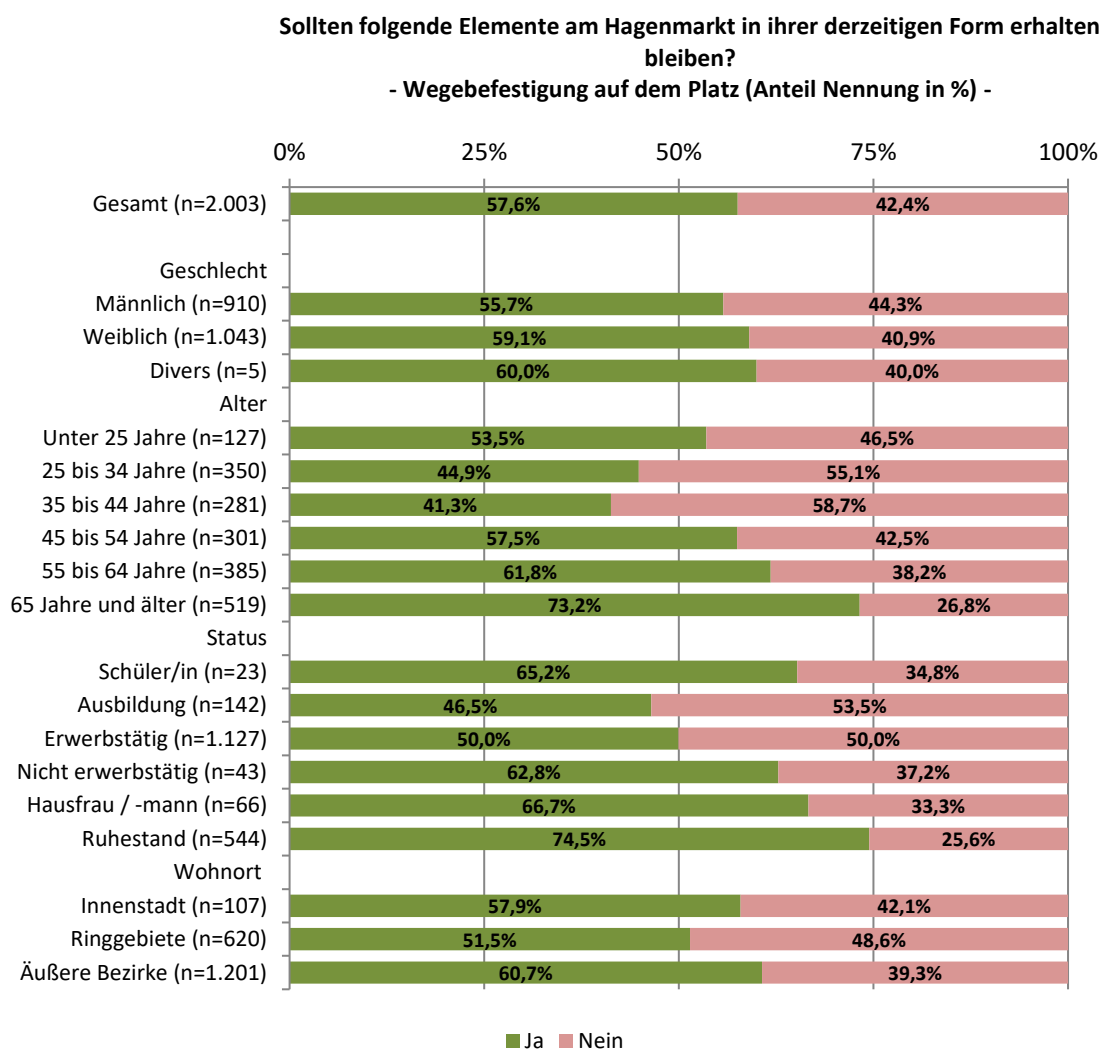
Abbildung 33: „Sollten folgende Elemente am Hagenmarkt in ihrer derzeitigen Form erhalten bleiben?“ – Bäume (Robinien)



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe in Prozent

In Bezug auf die Wegebefestigungen auf dem Platz lassen sich in Abbildung 34 weitere Unterschiede aufweisen. Besonders bei den Altersgruppen der 25- bis 34-Jährigen (44,9%) und der 35- bis 44-Jährigen (41,3%) lässt sich ein geringerer Wunsch des Erhalts der derzeitigen Wegebefestigung aufzeigen. Dagegen lassen sich höhere Zustimmungswerte bei den Personen beobachten, die 65 Jahre und älter sind (73,2%). Eine ähnliche Disparität lässt sich innerhalb der Statusgruppen „Ausbildung bzw. Studierende“ (46,5%) und den „Erwerbstätigen“ (50,0%) im Vergleich zu den Personen im „Ruhestand“ (74,5%) feststellen.

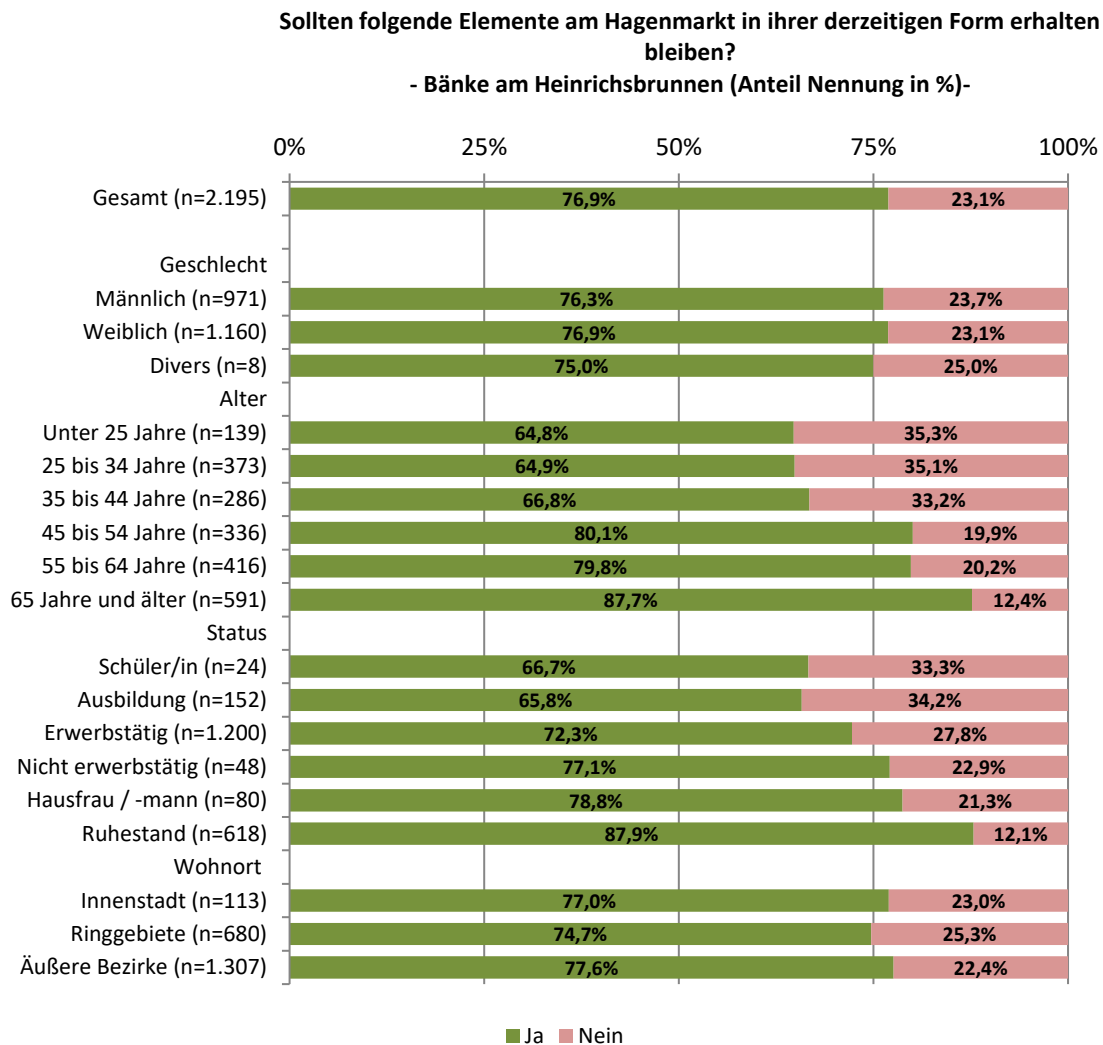
Abbildung 34: „Sollten folgende Elemente am Hagenmarkt in ihrer derzeitigen Form erhalten bleiben?“ – Wegebefestigung auf dem Platz



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe in Prozent

Im Hinblick auf den Erhalt der Bänke am Heinrichsbrunnen lässt sich in Abbildung 35 eine unterschiedliche Bewertung besonders bei den Altersgruppen festhalten. Die Altersgruppen, die 44 Jahre alt oder jünger sind, zeigen zwar eine deutliche Zustimmung zu den Bänken auf (64,8% bis 66,8%), jedoch ist innerhalb dieser Gruppen die Zustimmung geringer als bei den älteren Personengruppen. Die teilnehmenden Personen, die älter als 45 Jahre alt sind, befürworten vermehrt den Erhalt der derzeitigen Bänke am Heinrichsbrunnen (79,8% bis 87,7%).

Abbildung 35: „Sollten folgende Elemente am Hagenmarkt in ihrer derzeitigen Form erhalten bleiben?“ – Bänke am Heinrichsbrunnen



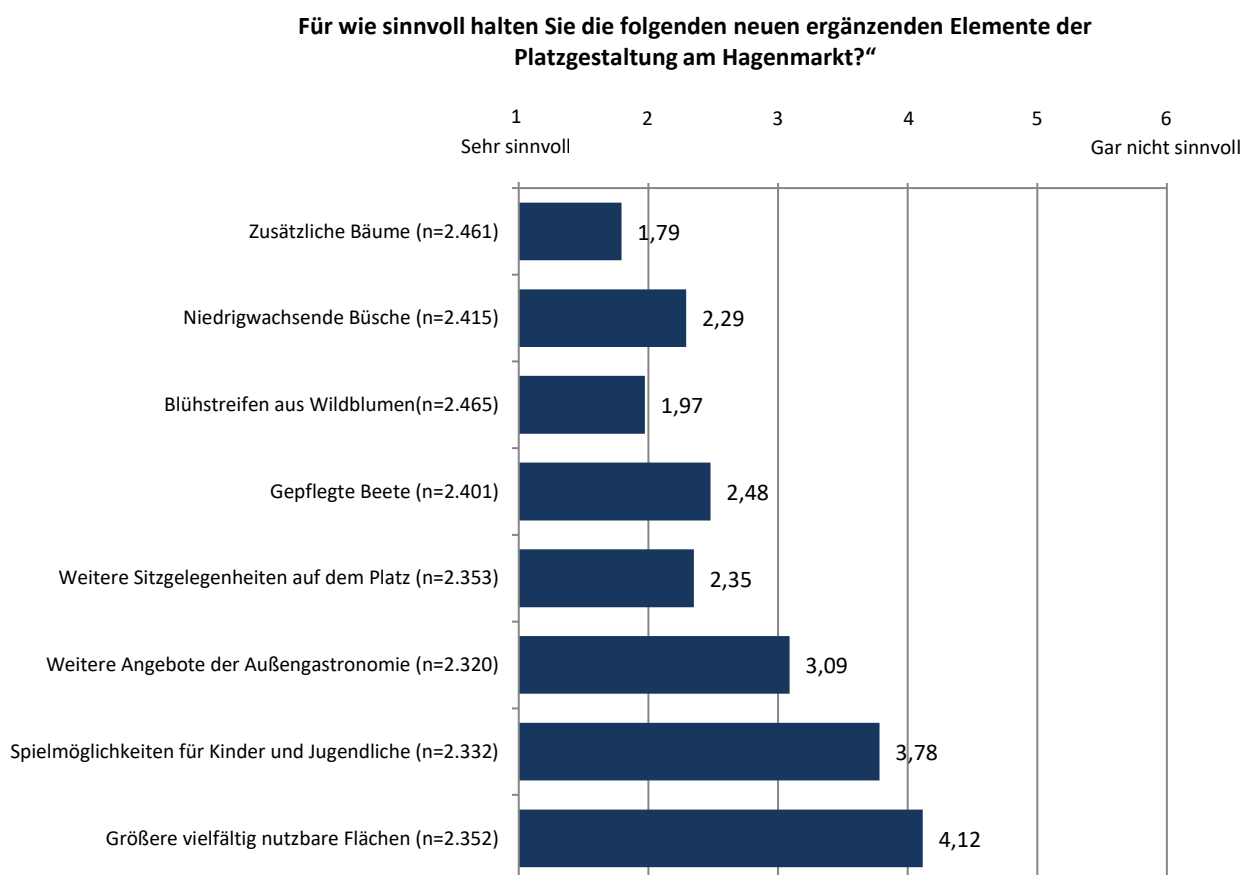
Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe in Prozent



### 3.2 Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?

Abbildung 36 zeigt die durchschnittliche Gesamtbewertung möglicher neuer Elemente zur Platzgestaltung am Hagenmarkt. Insgesamt wurden acht solcher Elemente vorgeschlagen und mussten anhand einer 6er Skala von „1 – Sehr sinnvoll“ bis „6 – Gar nicht sinnvoll“ bewertet werden. Hierbei ist zu erkennen, dass die vier ersten Kategorien, welche sich um Begrünungsmaßnahmen, wie mehr Bäume, Beete und Büsche drehen, als besonders sinnvoll angesehen werden. Insbesondere zusätzliche Bäume (Mittelwert=1,79) und Blühstreifen aus Wildblumen (Mittelwert=1,97) haben stark ausgeprägte Bewertungen. Größere vielfältig nutzbare Flächen und Spielmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche werden hingegen als weniger sinnvoll eingeschätzt.

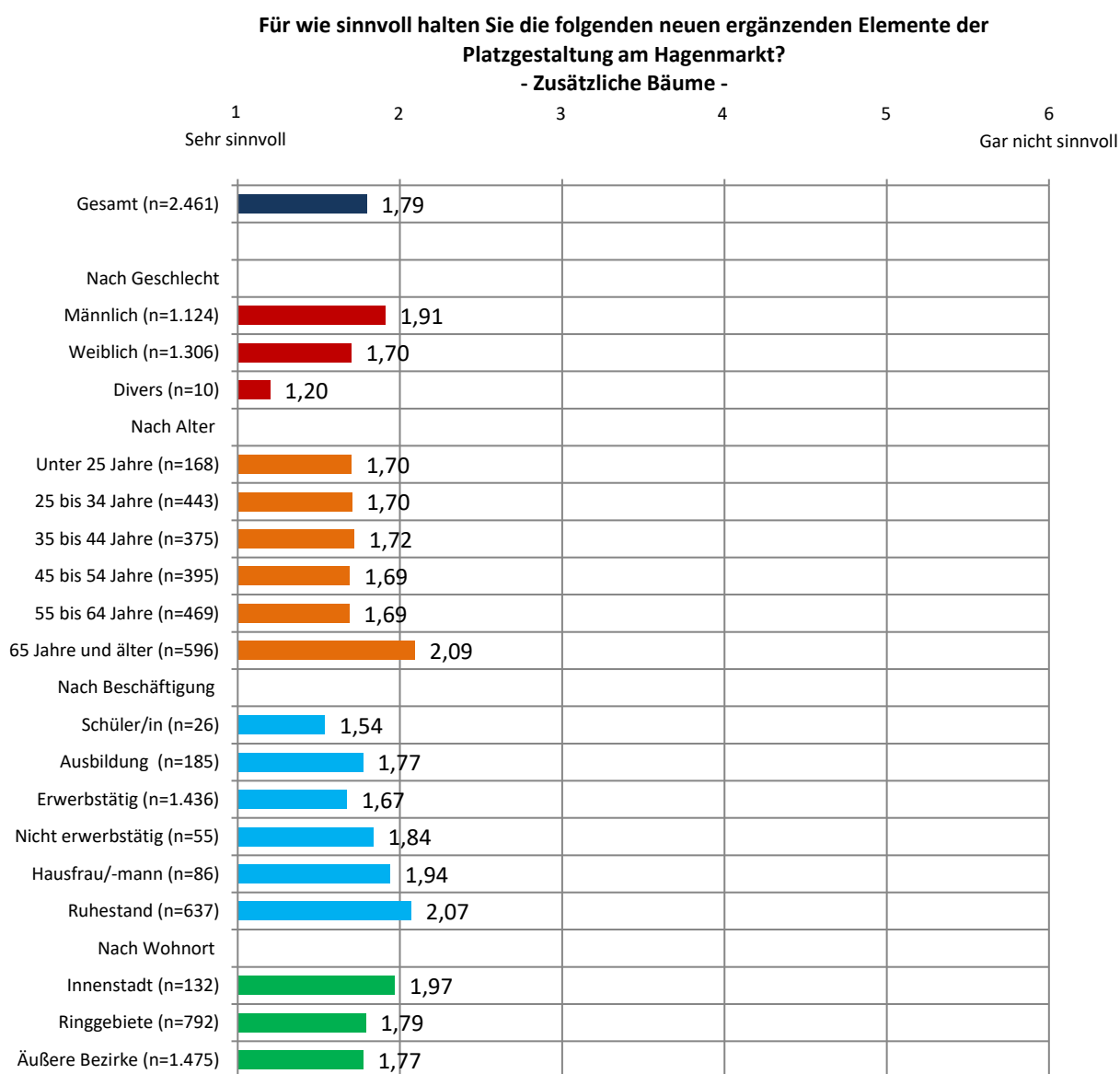
Abbildung 36: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ - Gesamtauswertung



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
 Datenbasis: Nur gültige Nennungen von 1 „Sehr sinnvoll“ bis 6 „Gar nicht sinnvoll“

Wie nach der Abbildung 36 zu erwarten war, lässt sich in Abbildung 37 erkennen, dass die Erhöhung des Baumbestandes am Hagenmarkt von allen Gruppen als (sehr) sinnvoll erachtet wird. Die weiblichen Teilnehmerinnen bewerten diese Möglichkeit mit einem Durchschnittswert von 1,70 als deutlich notwendiger als die männlichen Teilnehmer mit einem Wert von 1,91. Auffällig ist gleichwohl der Ausreißer bei den Ü65-Jährigen. Während bei allen anderen Altersgruppen die Bewertung bei fast identischen 1,70 liegt, verringert sich diese Bewertung bei der besagten höchsten Altersgruppe auf 2,09.

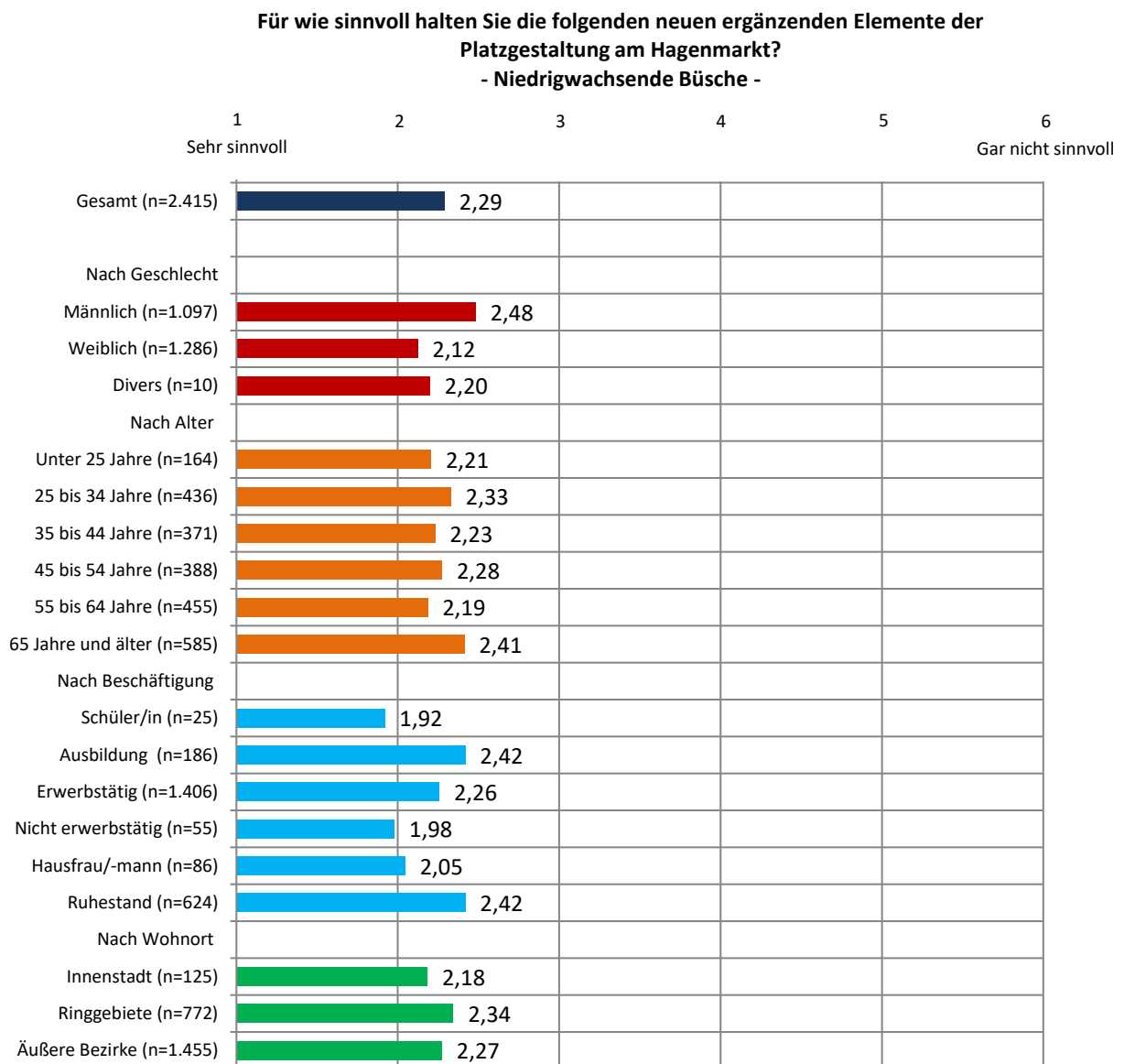
Abbildung 37: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ – Zusätzliche Bäume



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr sinnvoll“ bis 6 „Gar nicht sinnvoll“

Abbildung 38 ist zu entnehmen, dass niedrigwachsende Büsche auch als (sehr) sinnvoll für den Hagenmarkt gesehen werden, wenn auch nicht mit ganz so hohen Werten wie die Bäume aus Abbildung 37. Trotzdem zeigt sich auch hier ein statistisch signifikantes höheres Interesse bei den weiblichen Teilnehmerinnen (Mittelwert=2,12) als bei den männlichen (Mittelwert=2,48). Bei den Altersgruppen ist die Bewertung hier wieder homogener. Auch bei den Wohnorten zeigen sich keine nennenswerten Unterschiede. Menschen in Ausbildung bzw. im Studium und im Ruhestand bewerten hier die niedrigwachsenden Büsche zudem etwas schlechter als die restlichen Beschäftigungsgruppen.

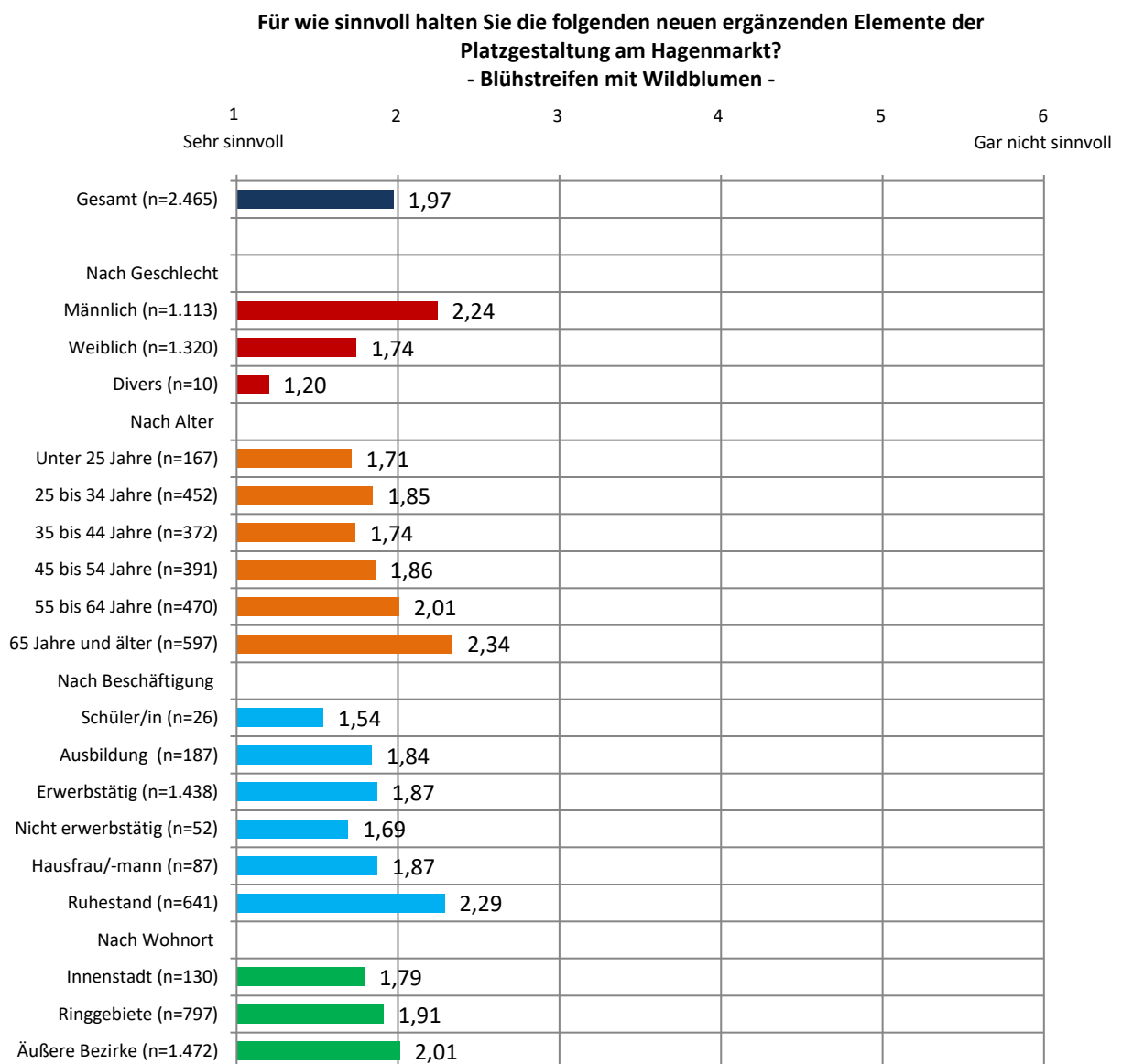
Abbildung 38: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ – Niedrigwachsende Büsche



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr sinnvoll“ bis 6 „Gar nicht sinnvoll“

In Abbildung 39 lässt sich erkennen, dass Blühstreifen mit Wildblumen als fast genauso wichtig erachtet werden, wie zusätzliche Bäume. Wie bei den Abbildungen 37 und 38 zeigt sich hier wieder die erhöhte Relevanz bei den weiblichen Teilnehmerinnen (männlich=1,74 vs. weiblich= 2,24). Anders als bei den letzten beiden Diagrammen kann hier allerdings eine deutliche Diskrepanz bei den Altersgruppen festgestellt werden. Es kann eine deutliche Abnahme bei zunehmendem Alter in der positiven Bewertung der Sinnhaftigkeit von Wildblumen am Hagenmarkt beobachtet werden. Dies gilt ebenso bei der Bewertung von Menschen im Ruhestand (Mittelwert=2,29) im Vergleich zu allen anderen Beschäftigungsgruppen.

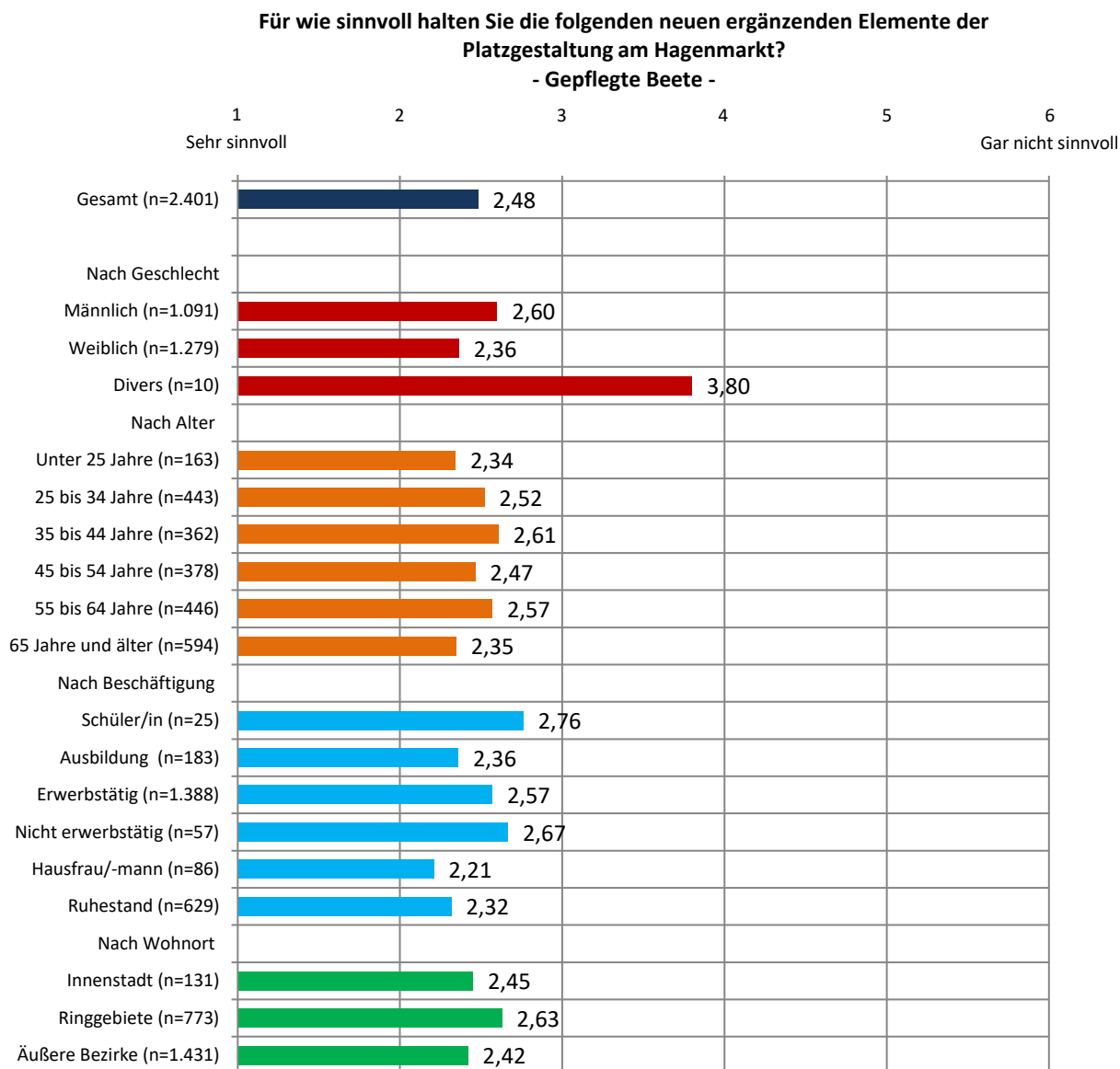
Abbildung 39: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ – Blühstreifen mit Wildblumen



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr sinnvoll“ bis 6 „Gar nicht sinnvoll“

Gepflegte Beete scheinen laut Abbildung 40 weiterhin sehr wichtig für den Hagenmarkt, wenn auch nicht so relevant wie Wildblumen und Bäume. Die Heterogenität zwischen den Geschlechtern ist hier auch weniger stark ausgeprägt als etwa bei der Frage nach Blühstreifen ebenso wie die Heterogenität der Altersgruppen. Insbesondere Schüler scheinen tendenziell allerdings weniger Notwendigkeit bei gepflegten Beeten zu sehen.

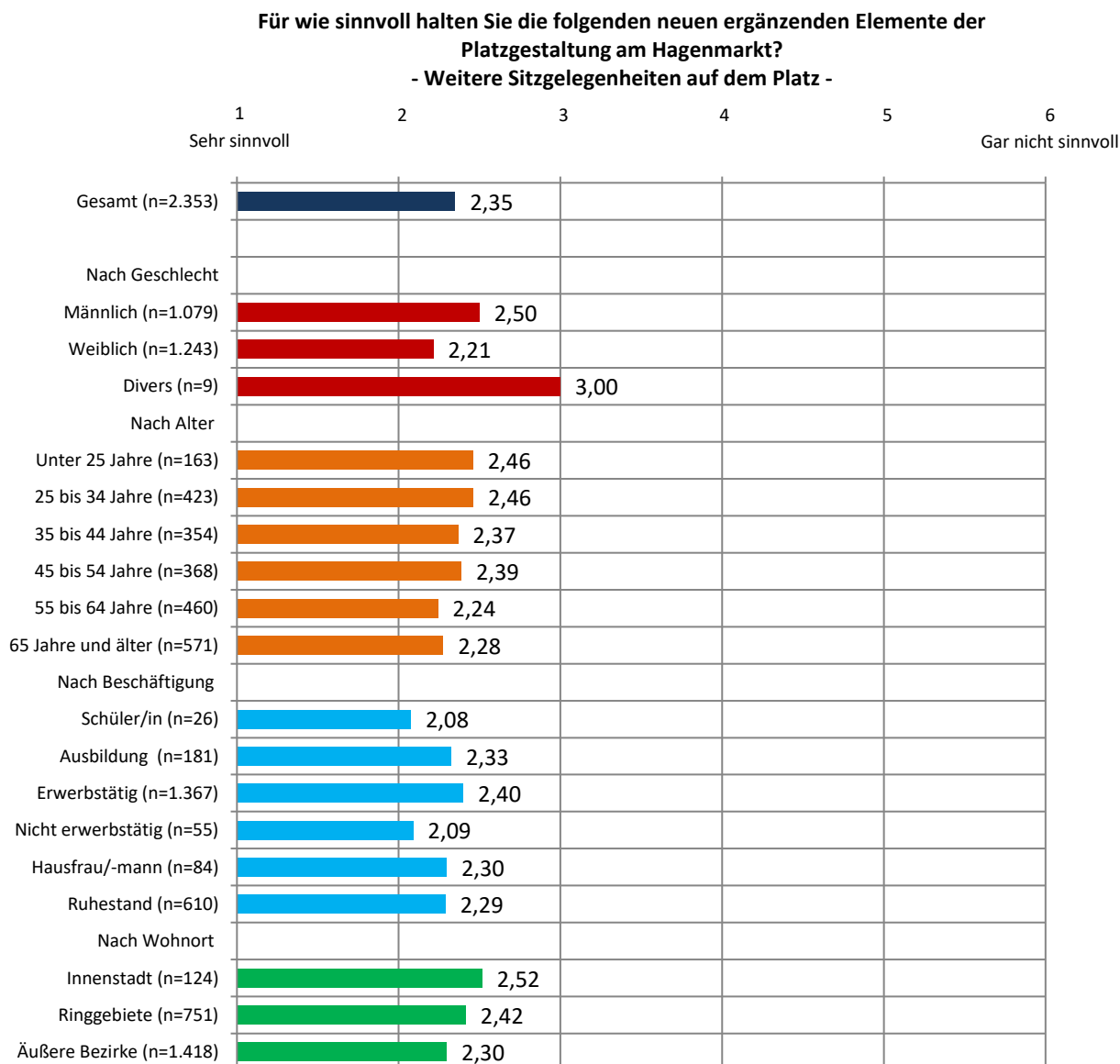
Abbildung 40: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ – Gepflegte Beete



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr sinnvoll“ bis 6 „Gar nicht sinnvoll“

Bei der Betrachtung von Abbildung 41 fällt auf, dass mit ansteigendem Alter weitere Sitzgelegenheiten auf dem Hagenmarkt gewünscht werden. Dies könnte darauf schließen, dass der Ausbau dieses Angebots über die Altersgruppen hinweg als notwendig betrachtet werden könnte. Dem gegenüber steht etwa ein etwas erhöhter Bedarf bei Frauen (Mittelwert=2,21) gegenüber den Männern (Mittelwert=2,50) und ein leicht abnehmender Bedarf, je weiter die Person außerhalb des Stadtzentrums wohnt.

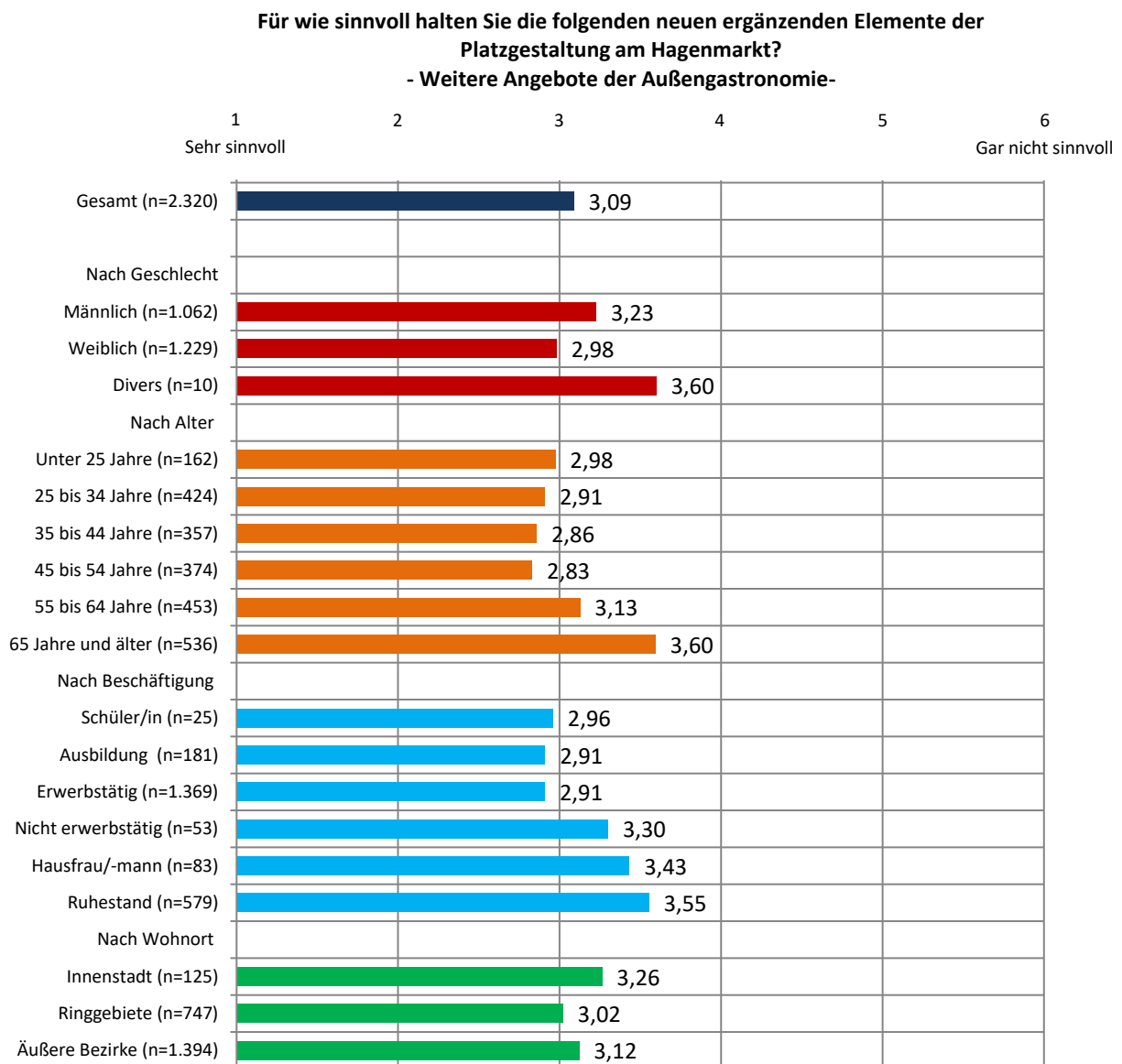
Abbildung 41: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ – Weitere Sitzgelegenheiten auf dem Platz



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
 Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr sinnvoll“ bis 6 „Gar nicht sinnvoll“

Abbildung 42 zeigt die Einschätzung der Notwendigkeit von weiteren Angeboten der Außengastronomie am Hagenmarkt. Diese fällt deutlich geringer aus als bei den letzten vier Teilkategorien. Es zeigt sich eine sichtbare Heterogenität innerhalb der Subgruppe der Beschäftigungsarten. So haben Schüler/innen (Mittelwert=2,96), Menschen in Ausbildung (Mittelwert=2,91) und Erwerbstätige (Mittelwert=2,91) ein deutlich höheres Interesse an diesem Element als die übrigen Beschäftigungsgruppen. Auch nimmt das diesbezügliche Interesse bei den 55- bis 64-Jährigen und den über 65-Jährigen stark ab.

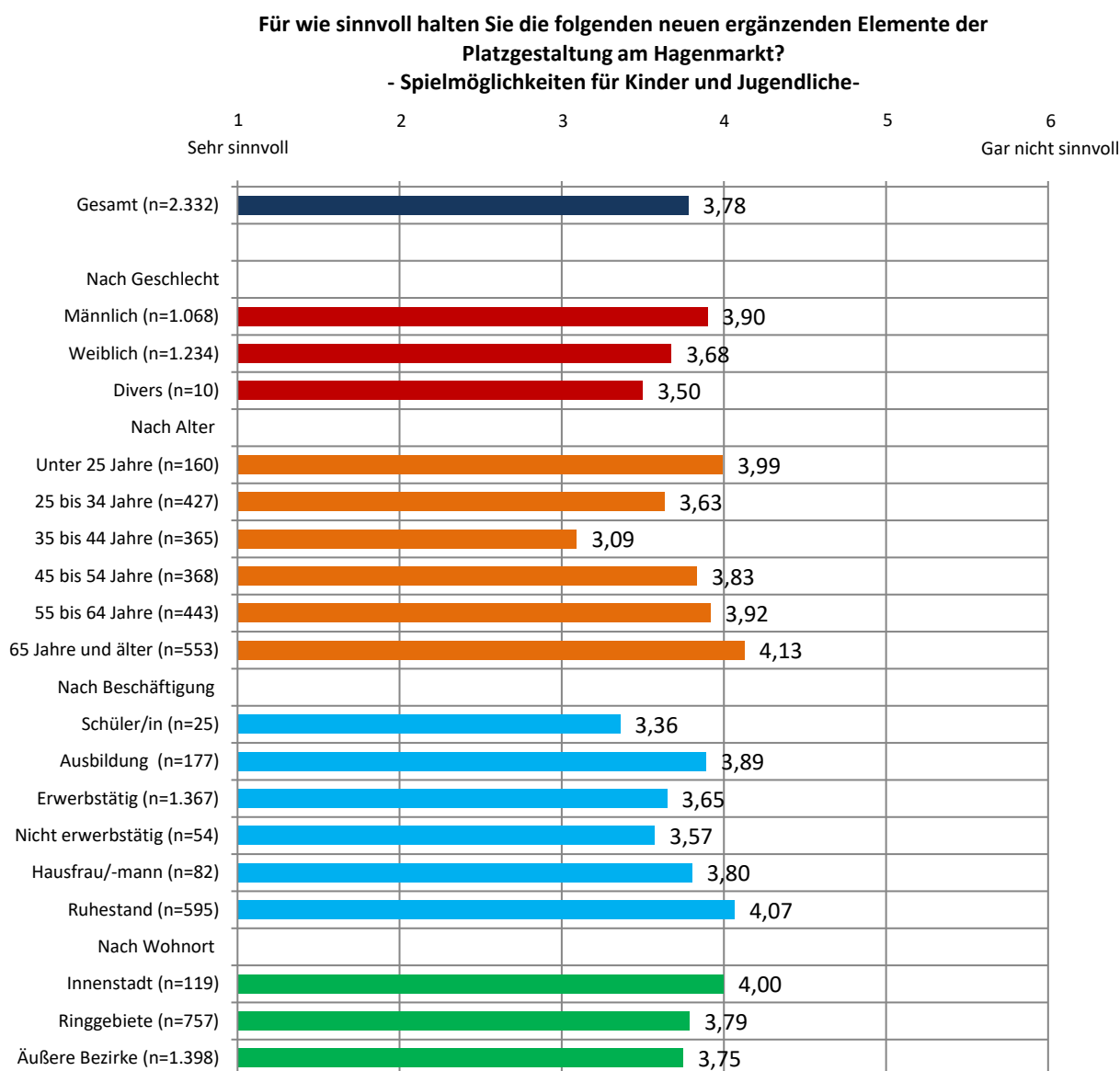
Abbildung 42: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ – Weitere Angebote der Außengastronomie



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr sinnvoll“ bis 6 „Gar nicht sinnvoll“

Abbildung 43 zeigt die Ergebnisse der Frage nach der Sinnhaftigkeit von Spielmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche auf dem Hagenmarkt. Diese fällt noch einmal deutlich niedriger aus als bei Abbildung 42. Die geringste Bewertung lässt sich bei den über 65-Jährigen mit einem Durchschnittswert von 4,13 erkennen. Trotzdem sieht anscheinend auch der Großteil der übrigen Altersgruppen, bis auf die 35- bis 44-Jährigen, hier keine besondere Notwendigkeit.

Abbildung 43: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ – Spielmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche

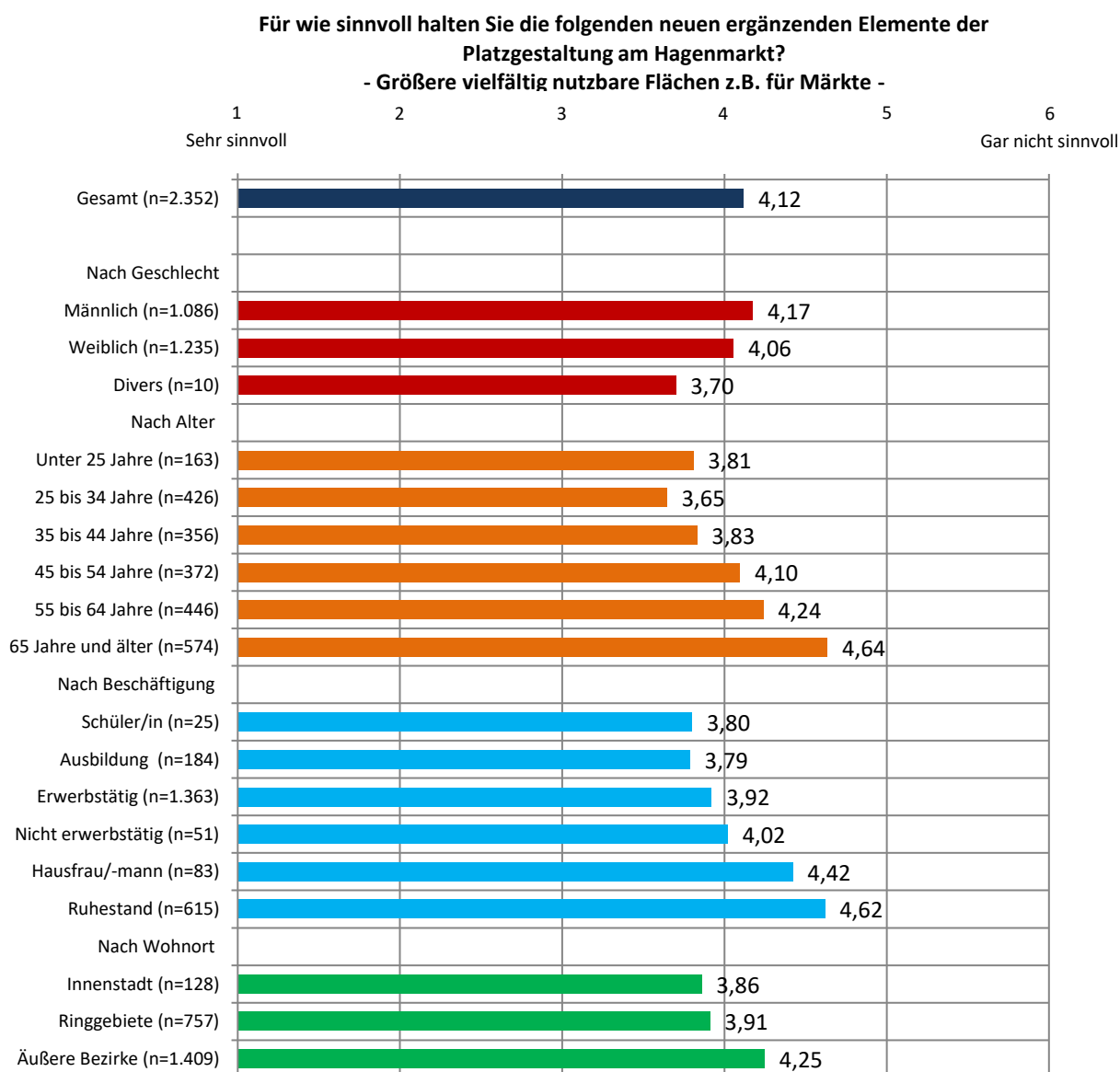


Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr sinnvoll“ bis 6 „Gar nicht sinnvoll“



In Abbildung 44 lässt sich erneut beobachten, dass größere vielfältig nutzbare Flächen für den Hagenmarkt von den angebotenen Kategorien als am wenigsten sinnvoll gesehen werden. Diese Einschätzung steigt mit zunehmendem Alter an und auch Hausfrauen sowie -männer (Mittelwert=4,42) und Personen im Ruhestand (Mittelwert=4,62) stechen hier besonders hervor. Zudem nimmt die Bewertung ab, je weiter entfernt die befragten Personen vom Stadtzentrum wohnen.

Abbildung 44: „Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden neuen ergänzenden Elemente der Platzgestaltung am Hagenmarkt?“ – Größere vielfältig nutzbare Flächen z.B. für Märkte

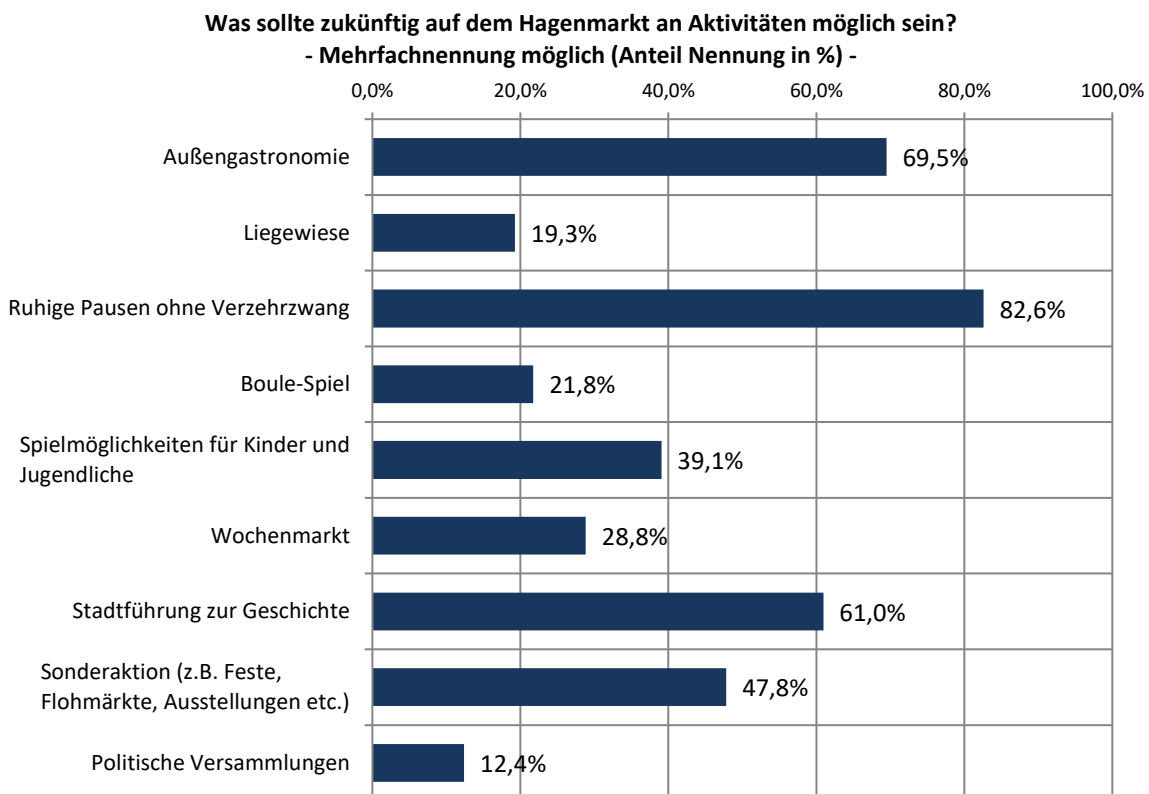


Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr sinnvoll“ bis 6 „Gar nicht sinnvoll“

### 3.3 Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein und wie wichtig ist Ihnen das?

Abbildung 45 zeigt die Gesamtauswertung der Mehrfachnennung, was zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein sollte. Es zeigt sich eine deutliche Diskrepanz zwischen den angebotenen Antwortmöglichkeiten. So scheinen besonders die Außengastronomie (69,5%), ruhige Pausen ohne Verzehrzwang (82,6%) und Stadtführungen zur Geschichte (61,0%) im Fokus des Interesses zu stehen. Dem gegenüber steht ein besonders niedriges Interesse an politischen Versammlungen (12,4%).

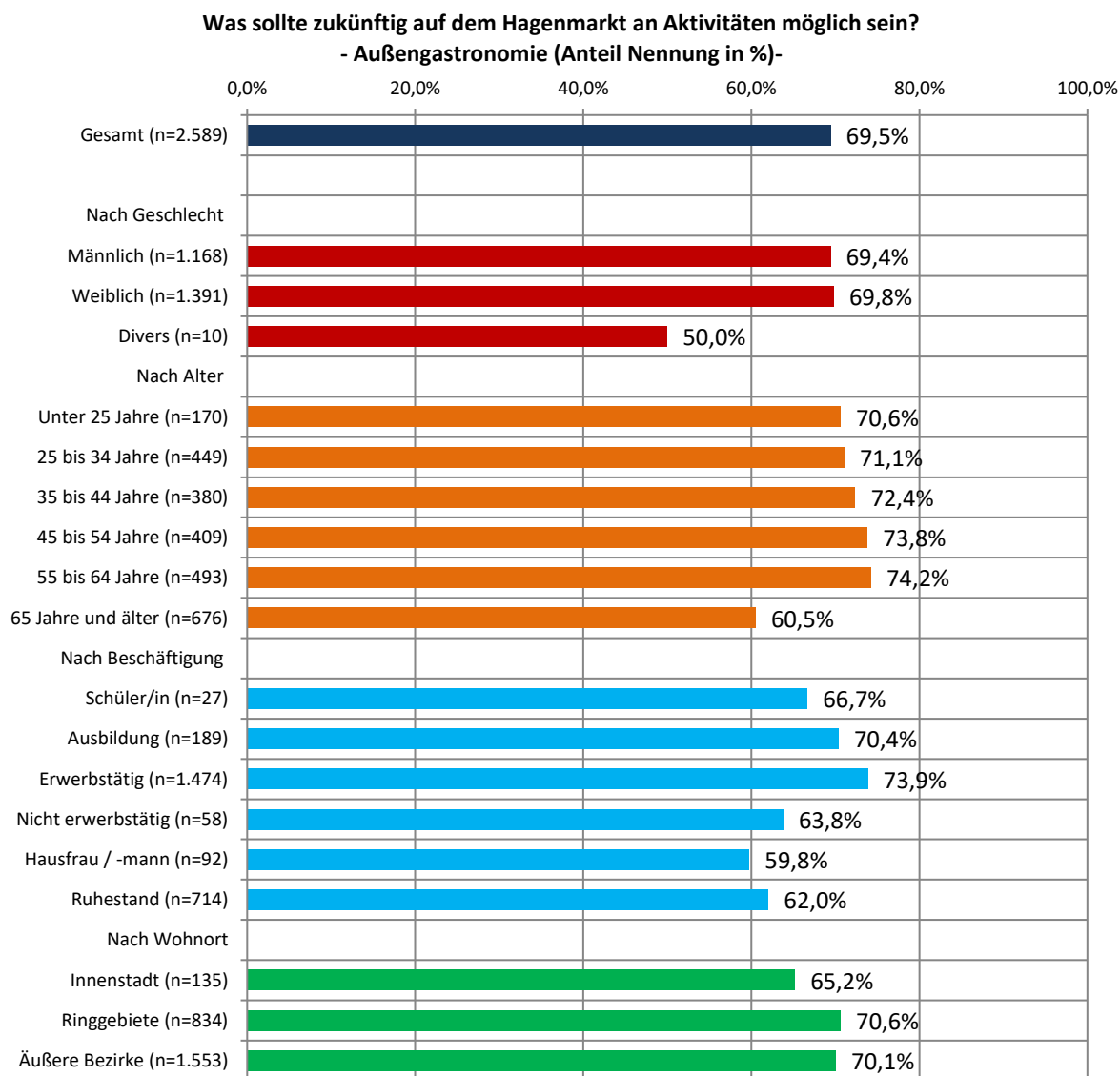
Abbildung 45: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ – Gesamtauswertung



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen; Basis: n=2.588; Angabe in Prozent

Abbildung 46 stellt die Teilauswertung nach soziodemografischen Daten bezüglich des Wunsches nach Außengastronomie auf dem Hagenmarkt dar. Die Auswahl ist hier über alle Gruppen sehr hoch und Abweichungen gibt es nur vereinzelt, etwa bei den über 65-Jährigen (60,6% zu mehr als 70% in allen anderen Altersgruppen). Darüber hinaus haben die Erwerbstätigen ein recht hohes Interesse an der Außengastronomie (73,9%).

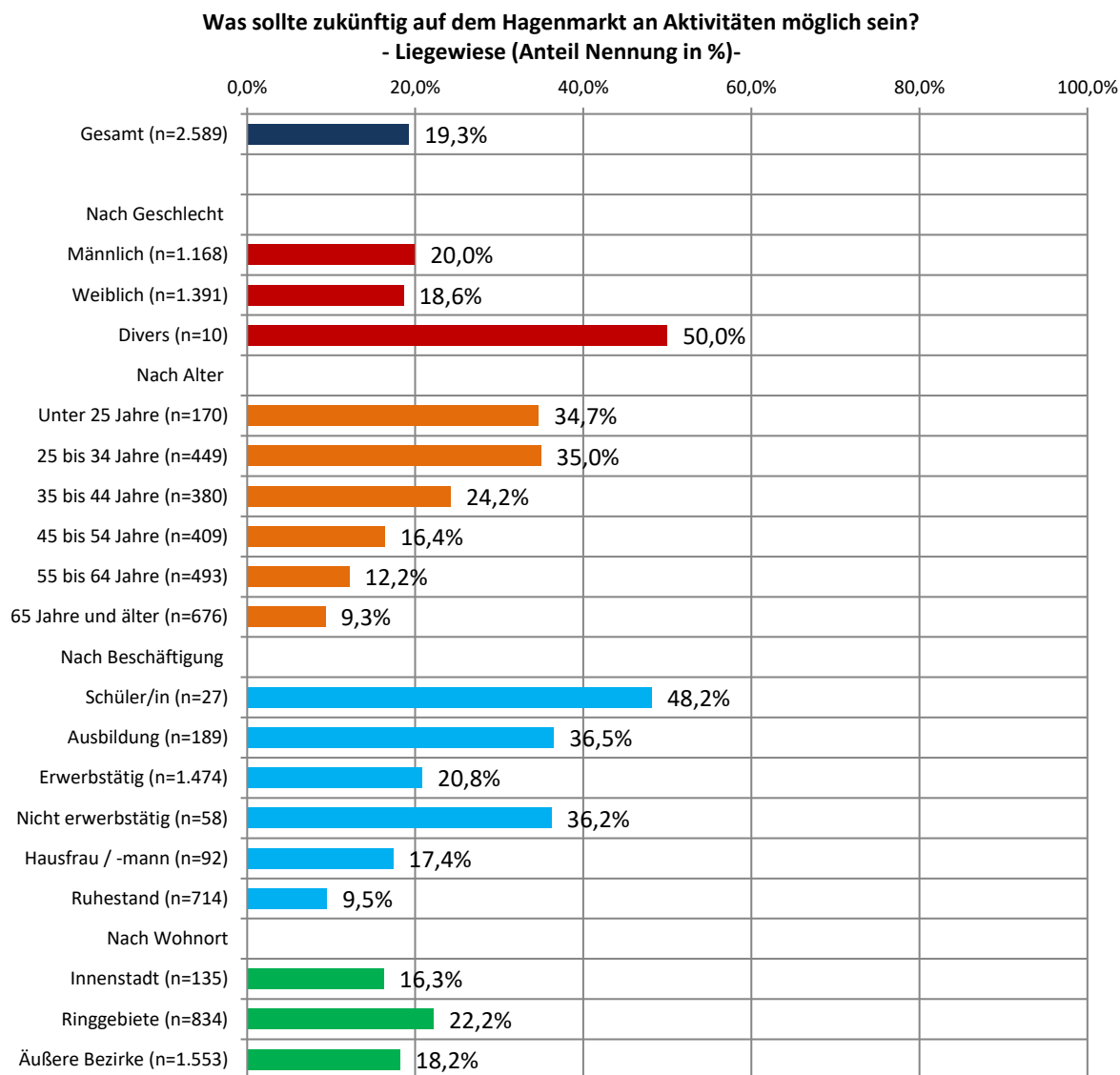
Abbildung 46: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ - Außengastronomie



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe in Prozent

Der Wunsch nach einer Liegewiese fällt laut Abbildung 47 deutlich heterogener und niedriger aus als etwa der Wunsch nach Außergastronomie. So haben jüngere Generationen ein erhöhtes Bedürfnis nach einer solchen Möglichkeit am Hagenmarkt. Auch Schüler/innen, Personen in Ausbildung und nicht Erwerbstätige wünschen sich demnach vermehrt eine Liegewiese.

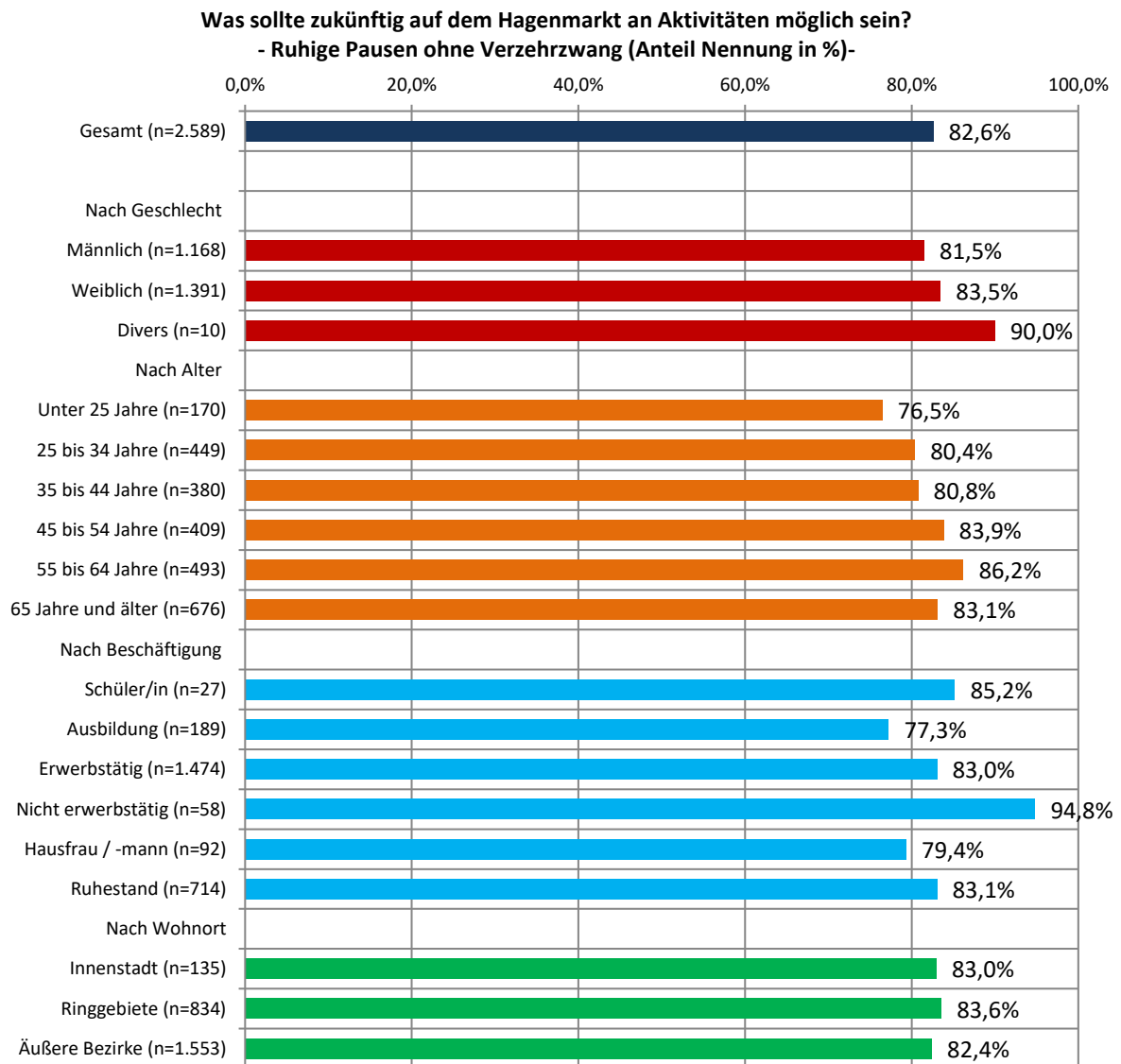
Abbildung 47: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ - Liegewiese



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe in Prozent

Ruhige Pausen ohne Verzehrzwang stehen bei allen demografischen Gruppen auf der Wunschliste ganz oben. Bei nicht Erwerbstätigen liegt dieser Wert sogar bei 94,8%. Abgesehen von der ungewöhnlichen Höhe der Zustimmung sind die Werte allerdings recht homogen. So gibt es etwa bei den Geschlechtern oder bei den Wohnorten keine erkennbaren Unterschiede.

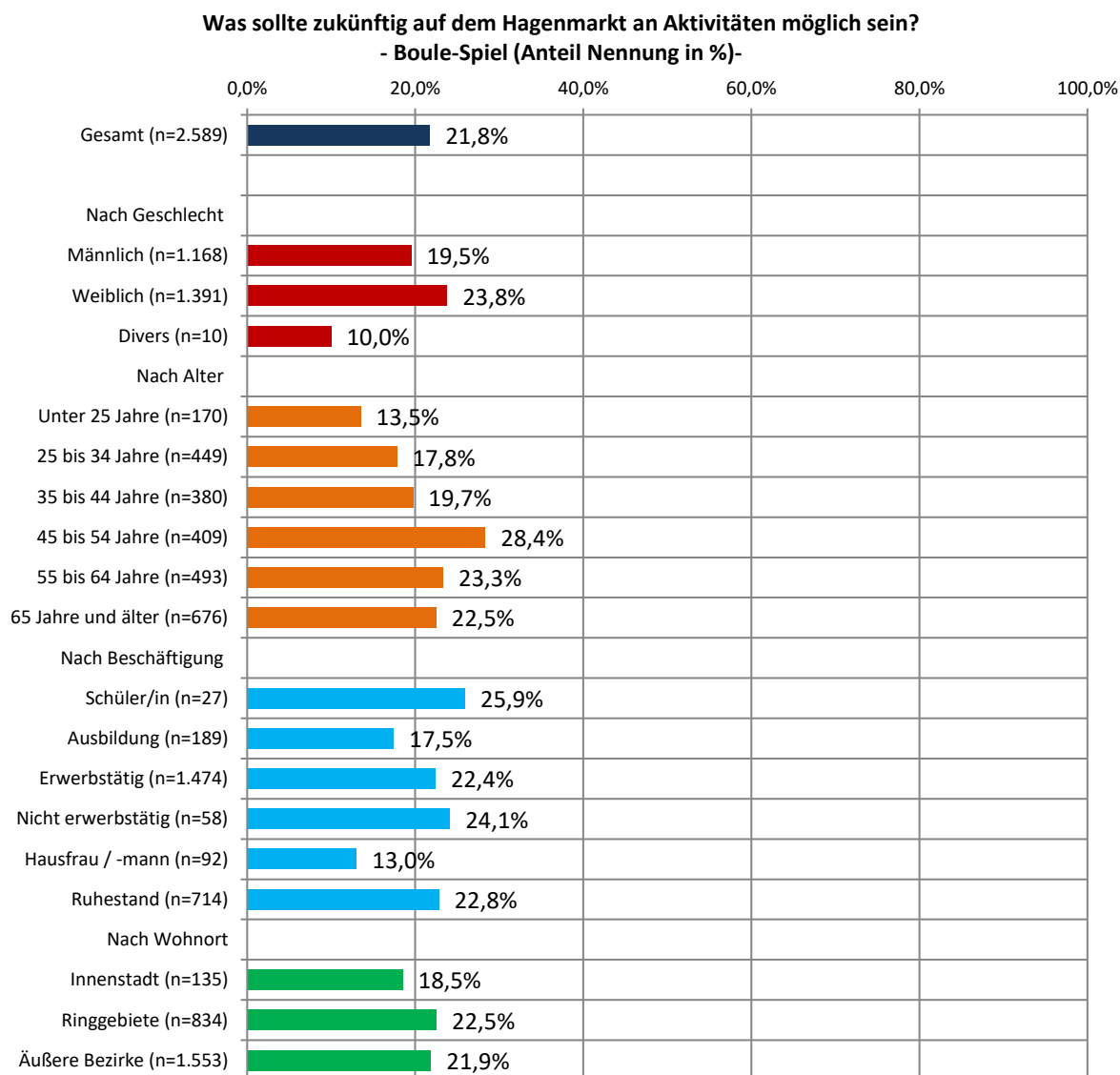
Abbildung 48: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ – Ruhige Pausen ohne Verzehrzwang



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe in Prozent

Im Vergleich zu Abbildung 48 kann bei der Abbildung 49 ein vergleichsweise geringes Interesse an der Möglichkeit, auf dem Hagenmarkt Boule zu spielen, aufgezeigt werden. Im Kontext der demografischen Gruppen kann hier ein leicht erhöhtes Interesse bei den 45- bis 54-jährigen (28,4%), bei den Schüler/innen (25,9%) und bei den nicht Erwerbstätigen (24,1%) beobachtet werden. Zudem haben die weiblichen Teilnehmerinnen (23,8%) ein leicht erhöhtes Interesse am Boule-Spiel als die männlichen Teilnehmer (19,5%).

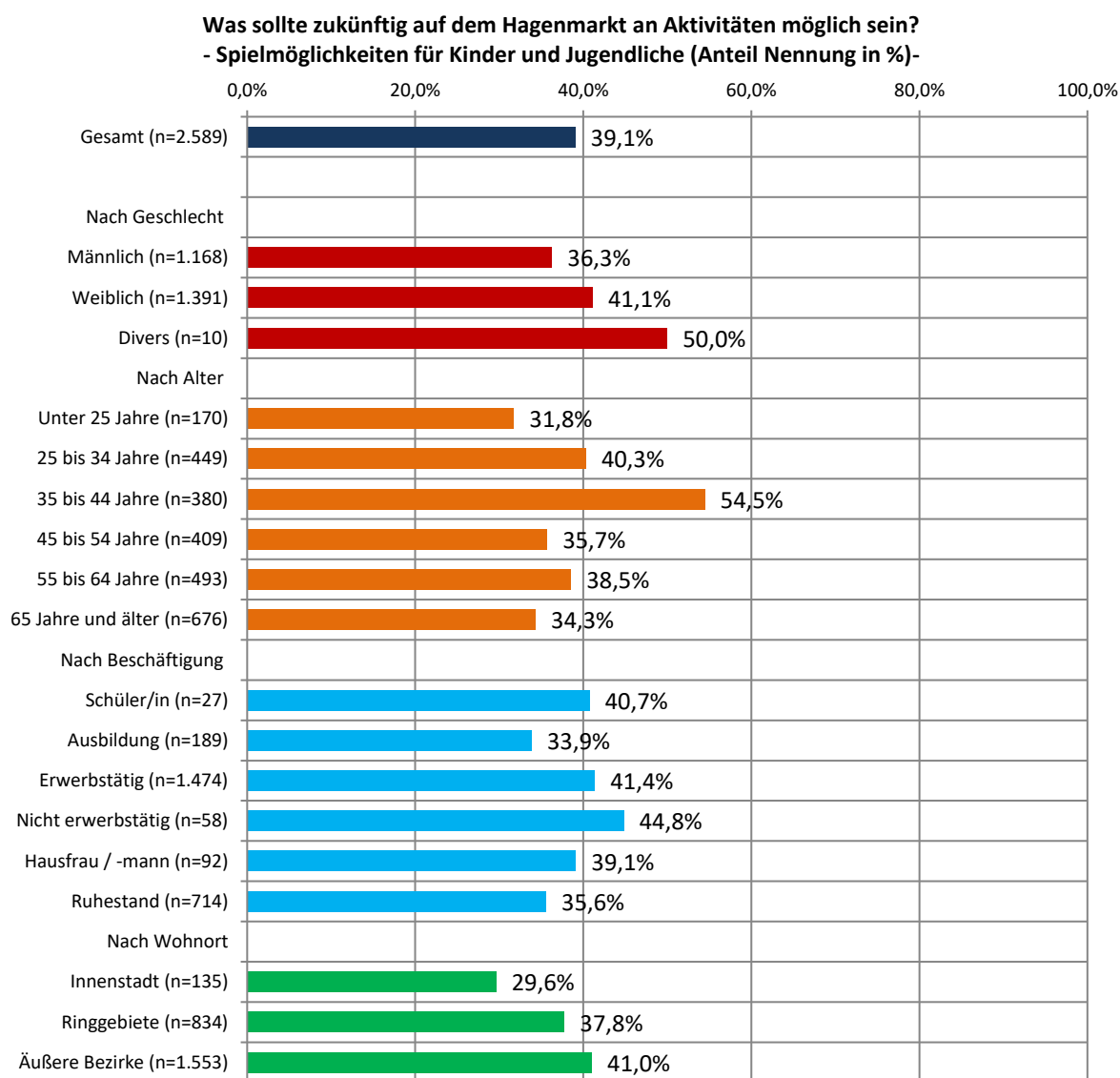
Abbildung 49: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ – Boule-Spiel



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe in Prozent

Abbildung 50 beschreibt den Wunsch der verschiedenen demografischen Gruppen nach Spielmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche auf dem Hagenmarkt. Im Vergleich zu Abbildung 49 erfährt diese Möglichkeit wieder deutlich höheren Zuspruch, welcher teilweise auch unterschiedlich in den Gruppen ausfällt. So unterscheidet sich etwa der diesbezügliche Zuspruch bei den unter 25-jährigen (31,8%) deutlich von dem der 35- bis 44-jährigen (54,5%). Auch bei den Wohnorten ist eine vergleichbare Diskrepanz zwischen den Bewohner/innen der Innenstadt (29,6%) und denen der äußeren Bezirke (41,0%) zu erkennen.

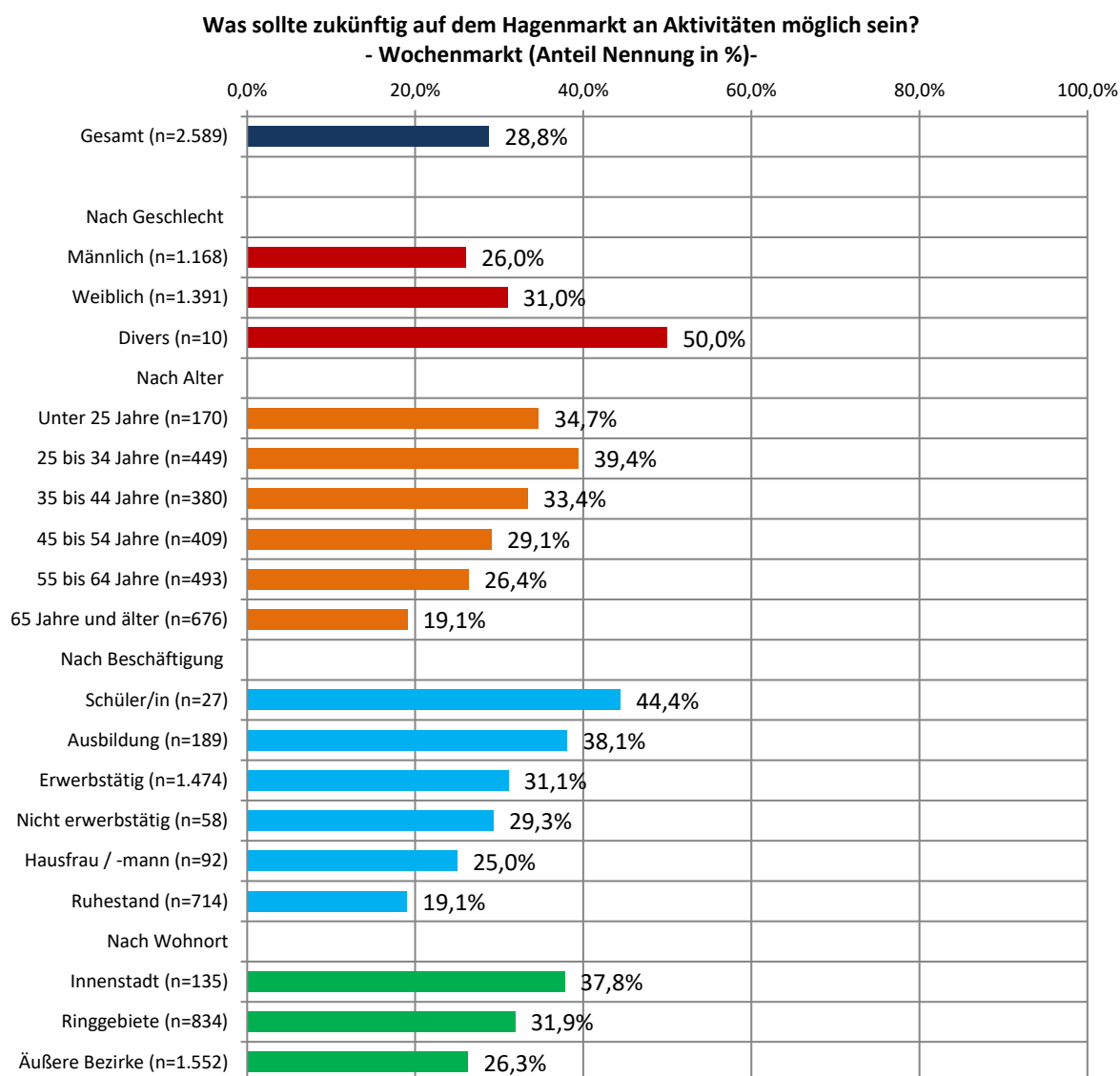
Abbildung 50: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ – Spielmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe in Prozent

Der Wunsch nach einem Wochenmarkt am Hagenmarkt fällt noch einmal deutlich diverser aus als etwa bei Abbildung 50. Besonders deutlich zeigt sich dies bei den Beschäftigungsgruppen. So liegen zwischen den Schüler/innen (44,4%) und den Personen im Ruhestand (19,1%) mehr als 25 Prozentpunkte Unterschied. Ähnliche Unterschiede lassen sich auch bei den Alters- und Wohnortgruppen, wenn auch nicht so stark, erkennen.

Abbildung 51: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ – Wochenmarkt

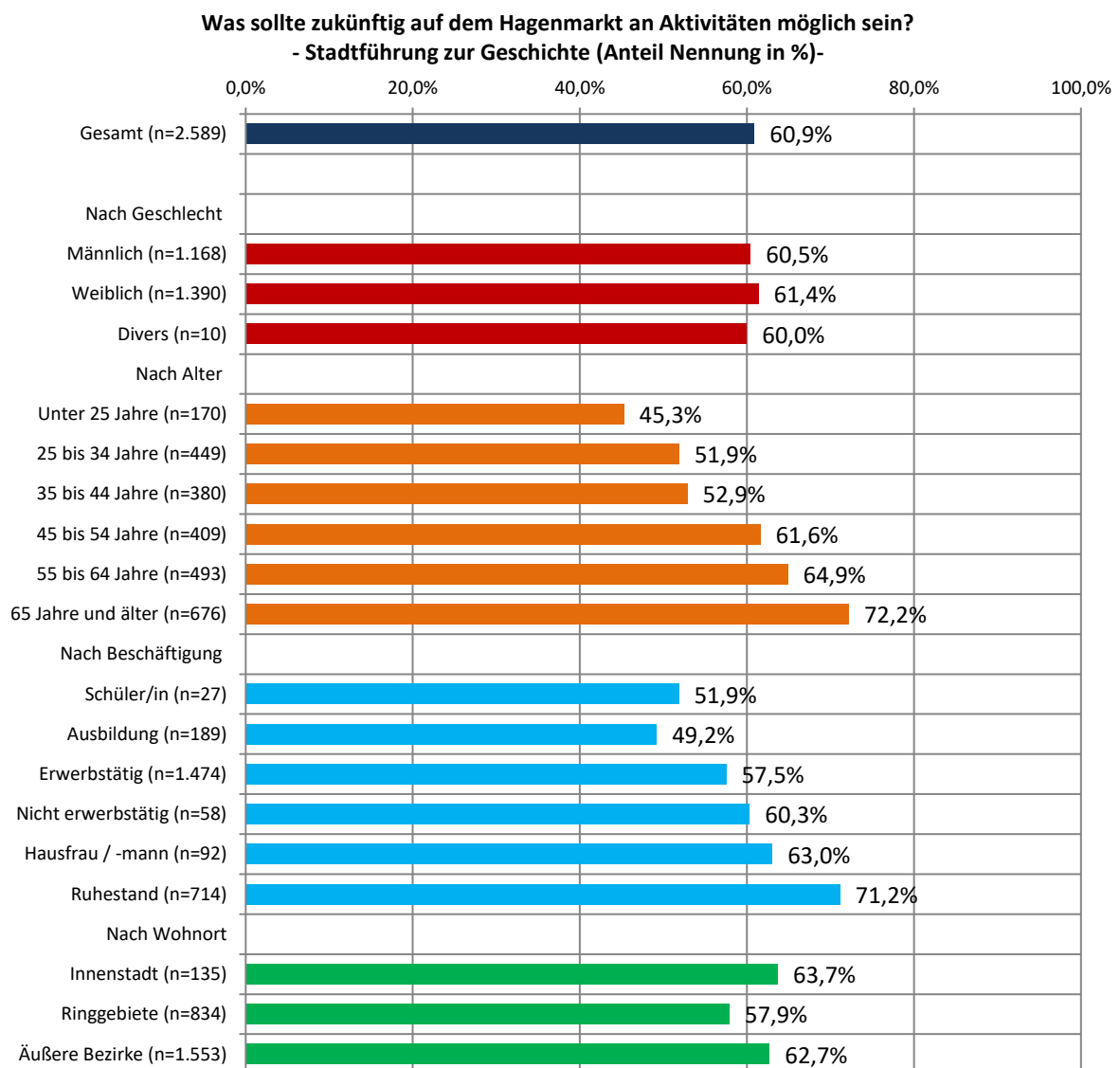


Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe in Prozent



Stadtführungen zur Geschichte scheinen laut Abbildung 52 vergleichsweise stark gewünscht zu sein, unabhängig etwa vom Geschlecht. Deutlichere Diskrepanzen zeigen sich hier beim Alter. Zwar ist auch bei den jüngeren Befragten ein Bedarf zu erkennen, mit zunehmendem Alter steigt dieser jedoch kontinuierlich an, was sich auch in dem hohen Wert der Beschäftigungsgruppe „Ruhestand“ (71,2%) ablesen lässt. Die Unterschiede bei den Wohnorten fallen wiederum geringer aus.

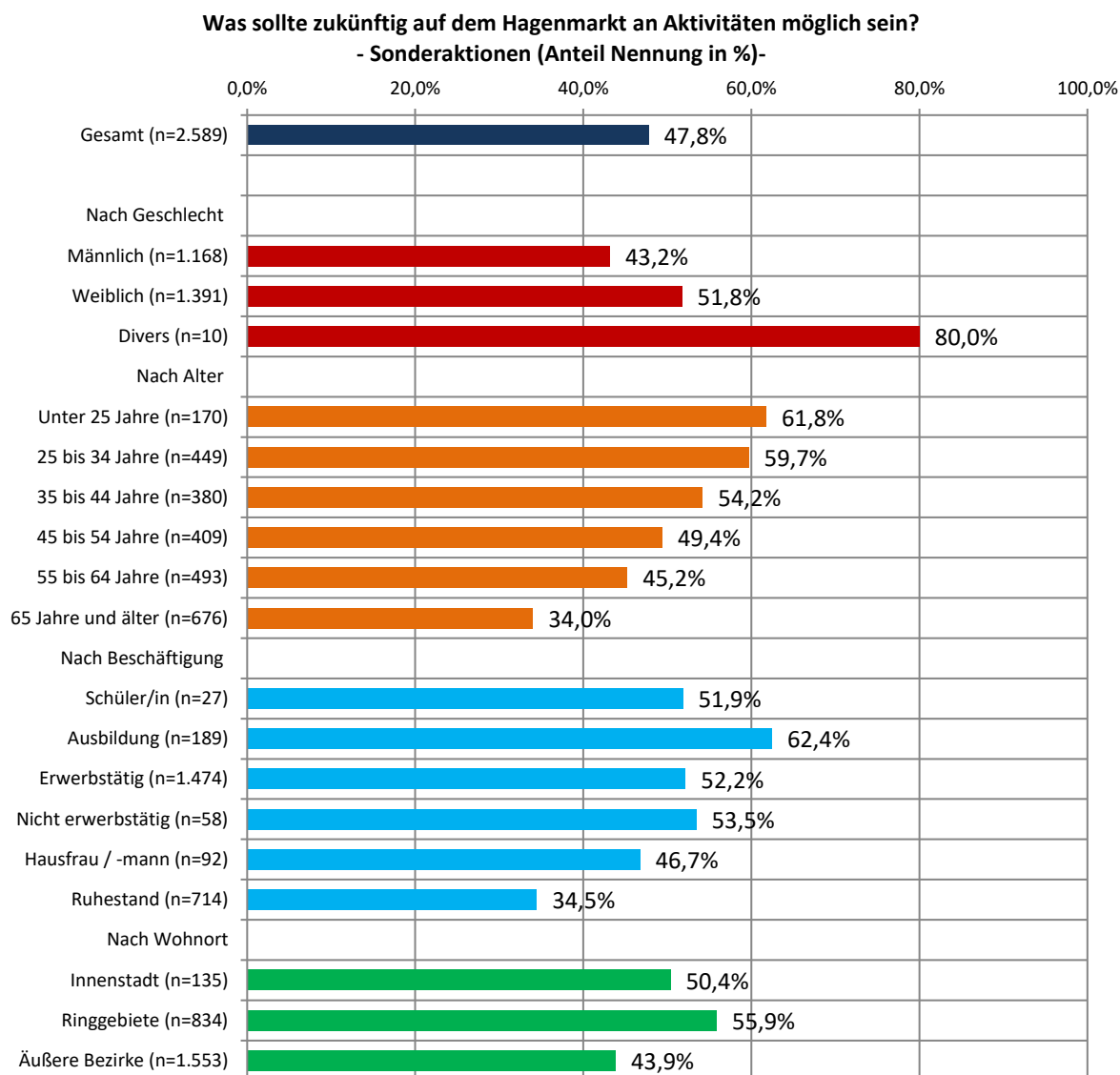
Abbildung 52: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ – Stadtführung zur Geschichte



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe in Prozent

Ein ansteigendes Interesse bei den Altersgruppen an der Möglichkeit auf dem Hagenmarkt Sonderaktionen durchzuführen, existiert laut Abbildung 53 ähnlich wie die Interessensverteilung bei den Stadtführungen zur Geschichte. Hier ist der Anstieg allerdings andersherum verteilt, denn Sonderaktionen sind anscheinend vor allem für jüngere Teilnehmer/innen interessant. So stehen sich hier 61,8% bei den unter 25-jährigen lediglich 34,1% bei den Personen gegenüber, welche 65 Jahre und älter sind.

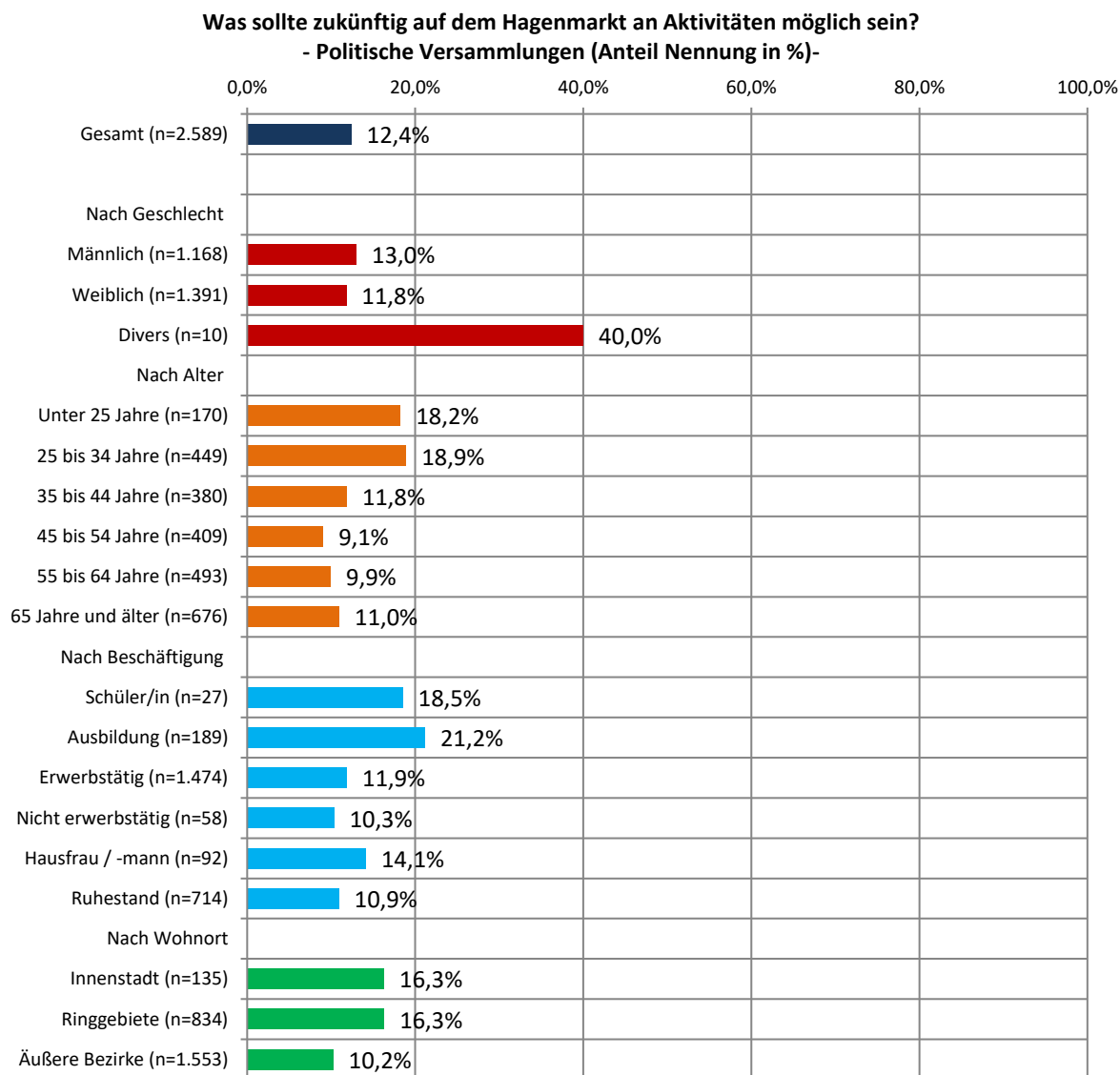
Abbildung 53: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ – Sonderaktionen (z. B. Feste, Flohmärkte, Ausstellungen etc.)



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe in Prozent

Politische Versammlungen scheinen am Hagenmarkt laut Abbildung 54 nur wenig erwünscht zu sein. Abgesehen von Personen in Ausbildung bzw. im Studium (21,2%) bewegen sich die Prozentpunkte bei allen demografischen Gruppen unter der 20%-Marke, teilweise sogar unter der 10%-Marke. Besonders niedrig sind hier die 45- bis 44-Jährigen (9,1%) und die 55- bis 64-Jährigen (9,9%).

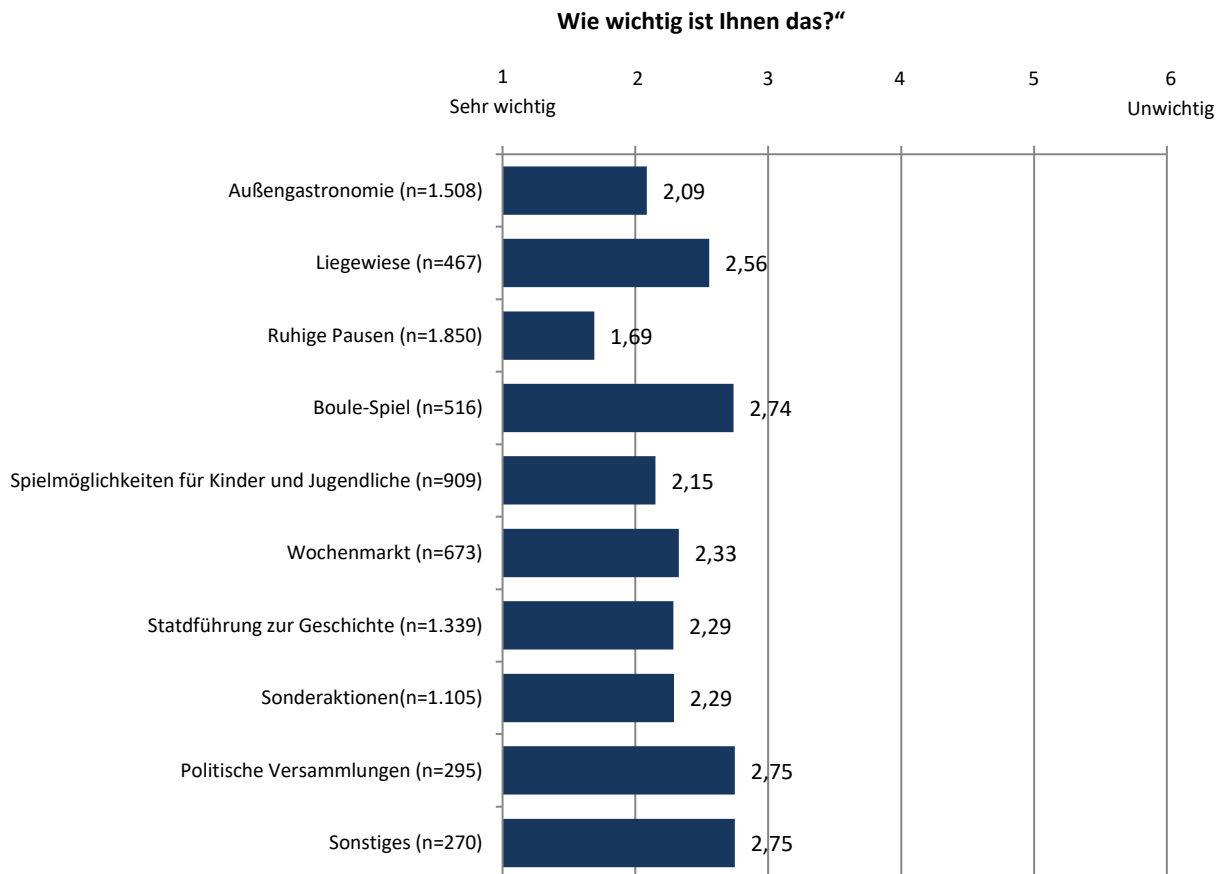
Abbildung 54: „Was sollte zukünftig auf dem Hagenmarkt an Aktivitäten möglich sein?“ – Politische Versammlungen



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe in Prozent

Die Abbildung 55 beschreibt die Wichtigkeit der gewünschten Aspekte, welche die Personen zukünftig auf dem Hagenmarkt haben wollen. Hierbei kristallisiert sich deutlich heraus, dass die Personen, die den Hagenmarkt für ruhige Pausen ohne Verzehrzwang nutzen möchten, dies auch als äußerst wichtig empfinden. Mit 51,0% haben mehr als die Hälfte dieser Personen angegeben, dass ihnen die ruhigen Pausen sehr wichtig wären. Weiterhin wurden die Aspekte ebenfalls als äußerst wichtig eingeschätzt, wenn Spielmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche oder die Außengastronomie zukünftig erwünscht sind.

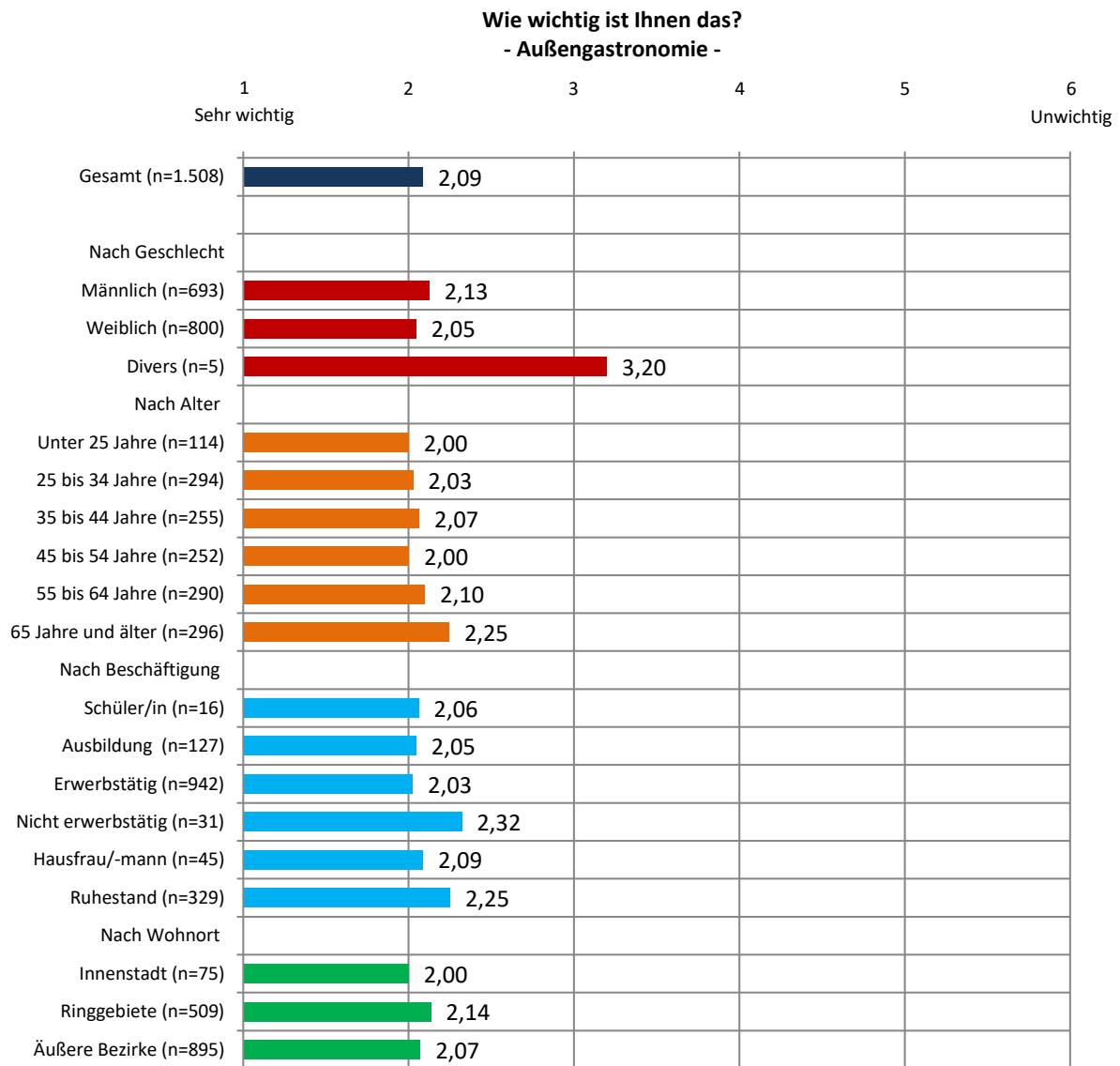
Abbildung 55: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Gesamtauswertung



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
 Datenbasis: Nur gültige Nennungen; Mittelwerte von 1 „Sehr wichtig“ bis 6 „Unwichtig“

Hinsichtlich der Wichtigkeit der zukünftigen Außengastronomie lassen sich innerhalb der soziodemografischen Merkmale kaum Unterschiede feststellen. Ein kleiner Unterschied lässt sich lediglich innerhalb der Gruppen der Erwerbslosen und der Personen im Ruhestand aufzeigen. Diese beiden Gruppen erachten die zukünftige Außengastronomie als weniger wichtig als die anderen Gruppen. Nichtsdestotrotz zeigt sich, dass über alle Merkmale hinweg die Außengastronomie als wichtig erachtet wird.

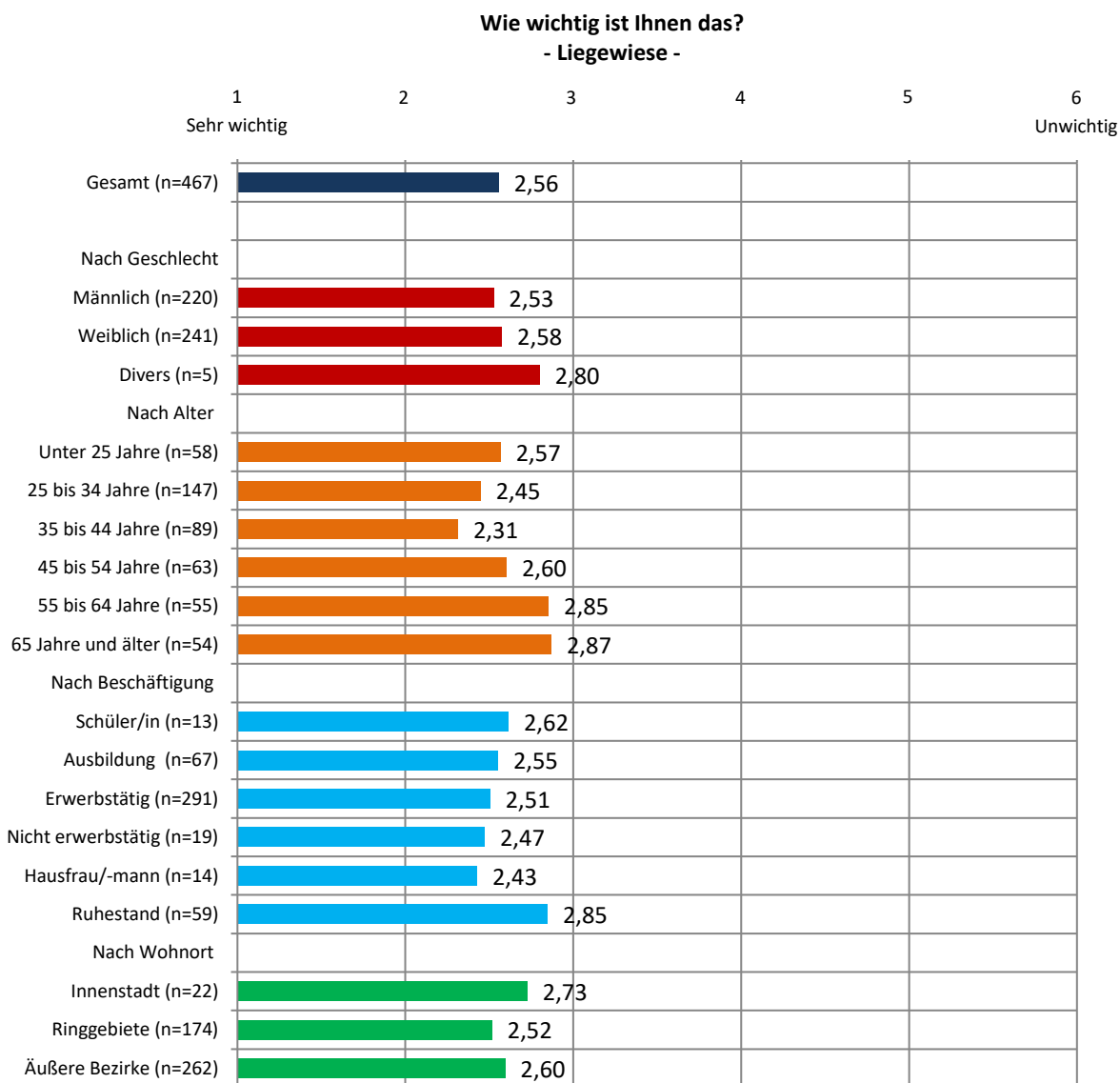
Abbildung 56: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Außengastronomie



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
 Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr wichtig“ bis 6 „Unwichtig“

Im Gesamtzusammenhang werden die Liegewiesen von den befragten Personen als wichtig erachtet, jedoch nicht als sehr wichtig. Unterschiede lassen sich hierfür in der Bewertung zwischen den Altersgruppen erkennen. Die Personen, die 35 bis 44 Jahre alt sind, werten mit einem Mittelwert von 2,31 die Liegewiese als wichtiger als Personen, die 45 Jahre und älter sind bzw. unter 25 Jahre alt sind.

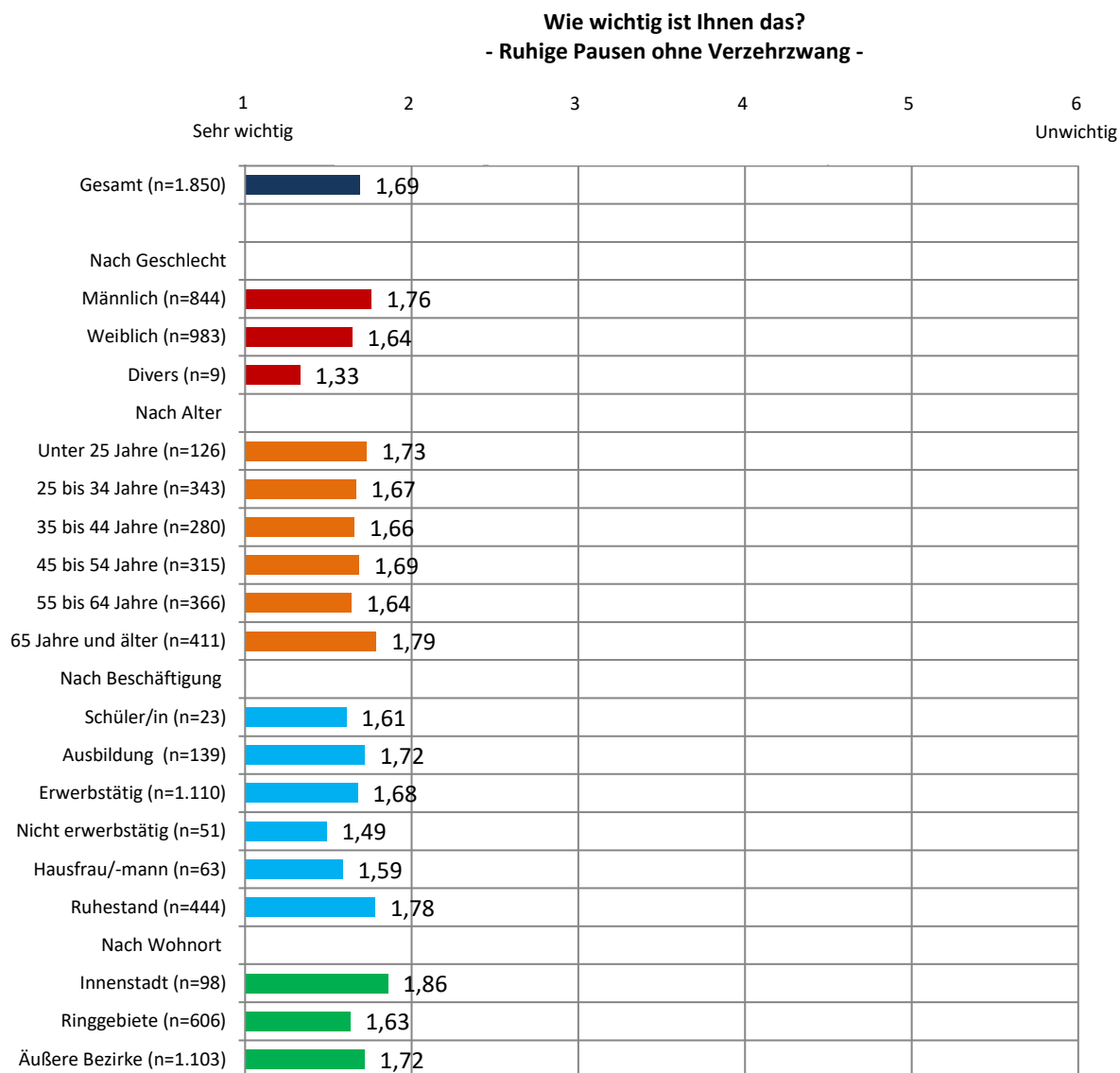
Abbildung 57: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Liegewiese



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
 Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr wichtig“ bis 6 „Unwichtig“

Die Abbildung 58 zeigt die Wichtigkeit der ruhigen Pausen ohne Verzehrzwang. Hier lässt sich über alle soziodemografischen Merkmale hinweg ausweisen, dass den befragten Personen die ruhigen Pausen ohne Verzehrzwang auf dem Hagenmarkt äußerst wichtig wären.

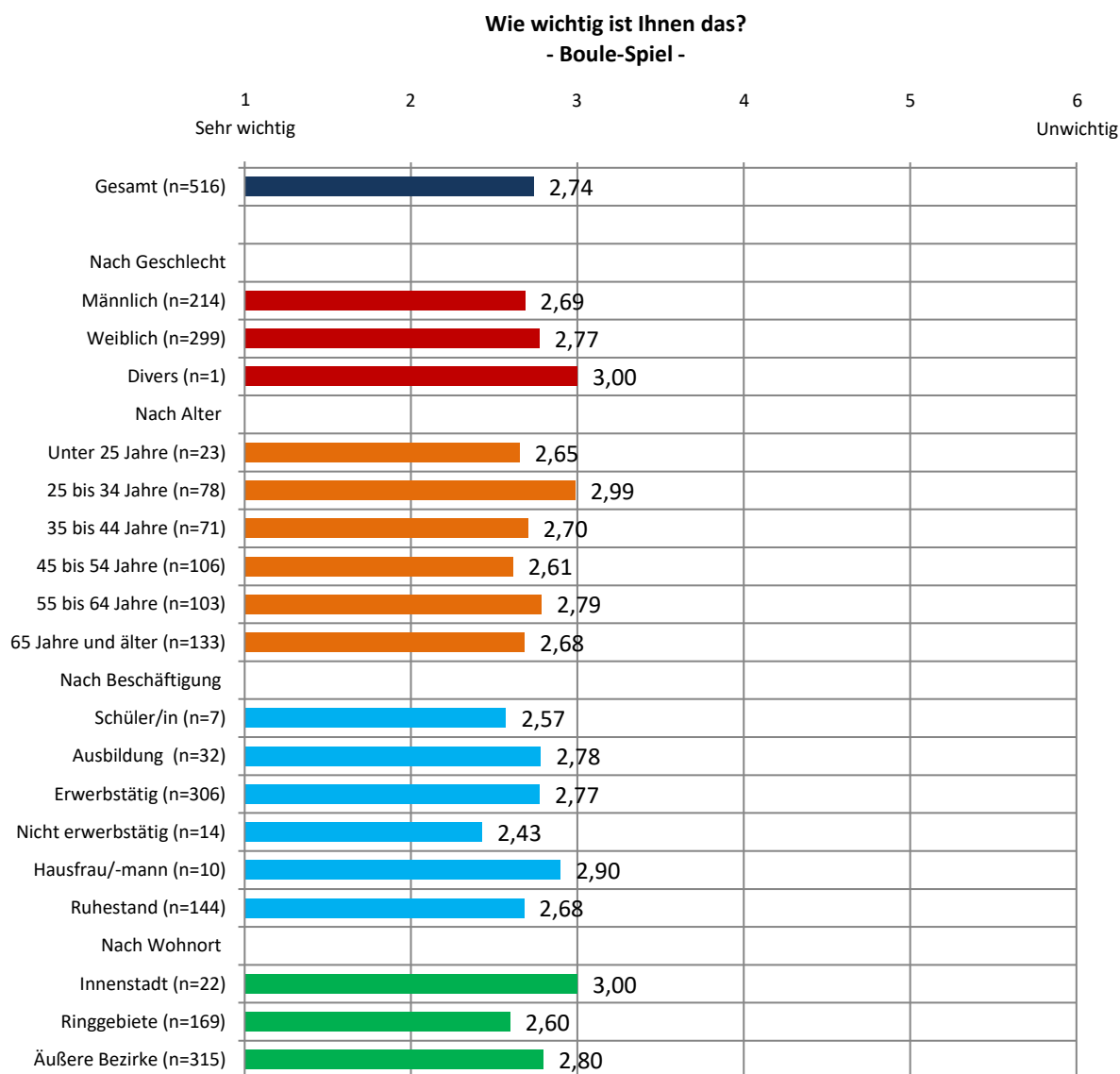
Abbildung 58: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Ruhige Pausen ohne Verzehrzwang



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr wichtig“ bis 6 „Unwichtig“

Hinsichtlich des Spielens von Boule kann gezeigt werden, dass nach dem soziodemografischen Merkmal des Alters die Personen innerhalb der 25- bis 34-Jährigen dieses Spiel mit einem Mittelwert von 2,99 am unwichtigsten bewerten. Weiter bewerten die befragten Personen, die in der Innenstadt leben, das Boule-Spiel als unwichtiger (Mittelwert=3,00) als bspw. Personen aus den Ringgebieten (Mittelwert=2,60).

Abbildung 59: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Boule-Spiel

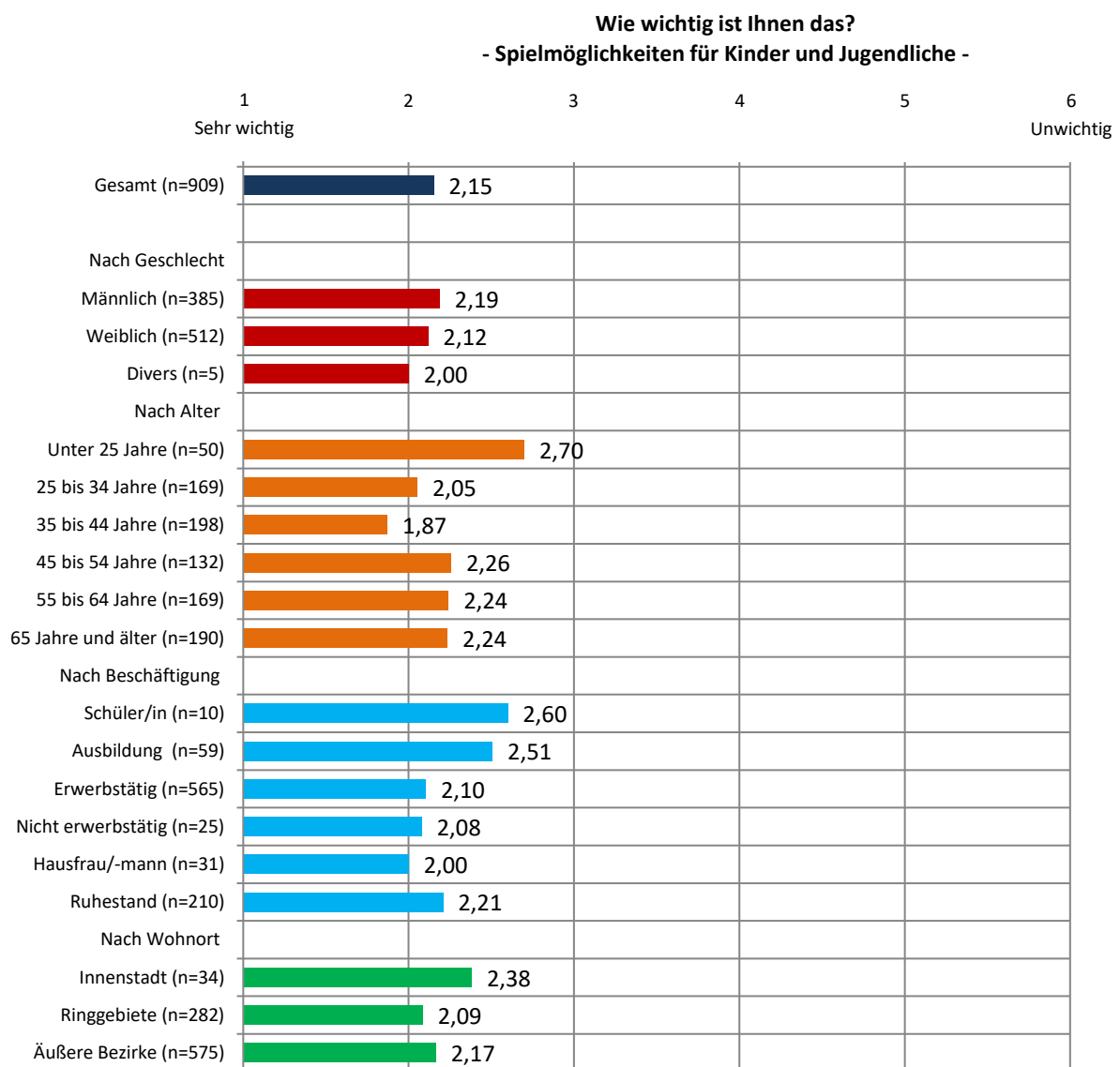


Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
 Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr wichtig“ bis 6 „Unwichtig“



In Bezug auf die Bewertung der Spielmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche wird dieser Aspekt innerhalb der Altersgruppe der Personen, die 35 bis 44 Jahre alt sind, am wichtigsten bewertet (Mittelwert=1,87). Außerdem werden die Spielmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche von der Gruppe der Hausfrauen/-männer (Mittelwert=2,00) wichtiger angesehen als bei Personen, die sich in der Ausbildung befinden bzw. studieren (Mittelwert=2,51).

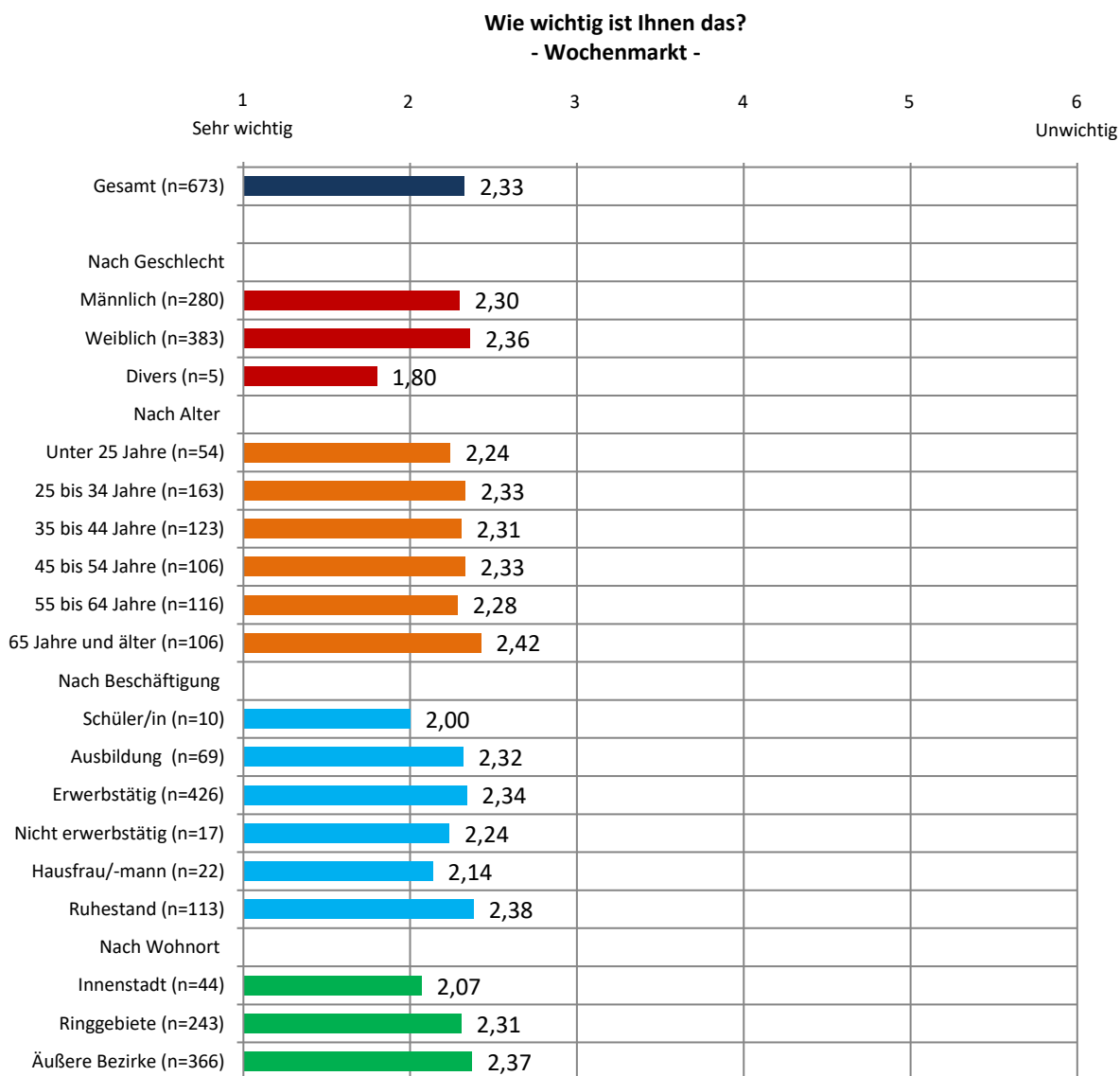
Abbildung 60: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Spielmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
 Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr wichtig“ bis 6 „Unwichtig“

In der Abbildung 61 wird die Wichtigkeit des Wochenmarktes für die Personen abgebildet, die sich dies zukünftig auf dem Hagenmarkt vorstellen könnten. Unter Bezugnahme des Wohnortes kann festgehalten werden, dass befragte Personen aus der Innenstadt den Wochenmarkt als wichtiger erachten (Mittelwert=2,07) als Personen aus den äußeren Bezirken (Mittelwert=2,37)

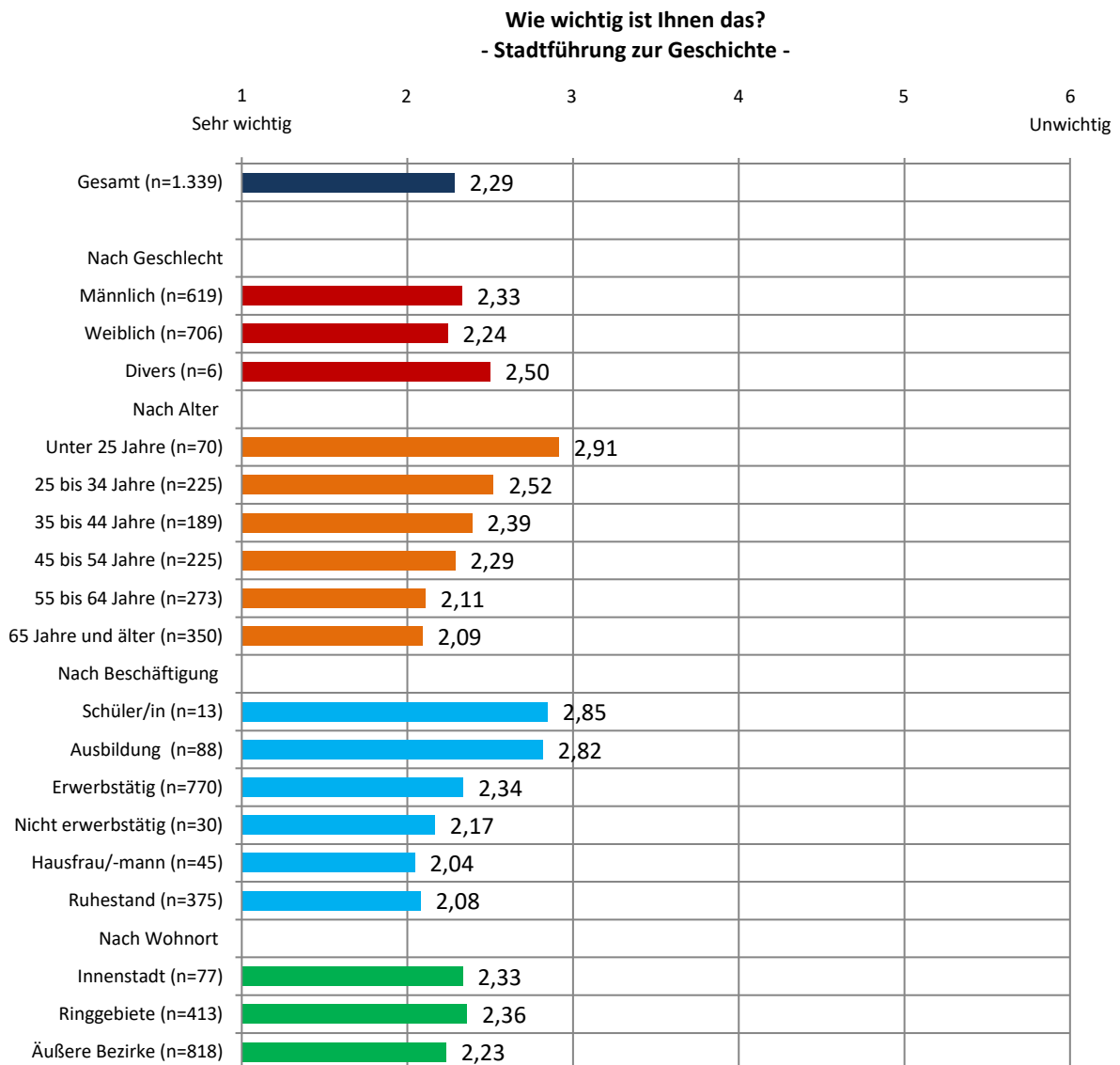
Abbildung 61: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Wochenmarkt



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
 Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr wichtig“ bis 6 „Unwichtig“

Bei der Bewertung der Stadtführung zur Geschichte auf dem Hagenmarkt lässt sich insbesondere bei den Altersgruppen ein Unterschied feststellen. Mit zunehmendem Alter werden die Stadtführungen als immer wichtiger erachtet. Die befragten Personen, die 65 Jahre und älter sind bewerten mit einem Mittelwert von 2,09 diesen Aspekt am wichtigsten. Dagegen zeigt sich bei den unter 25-Jährigen, dass die Stadtführungen zur Geschichte auf dem Hagenmarkt als weniger wichtig gesehen werden (Mittelwert=2,91).

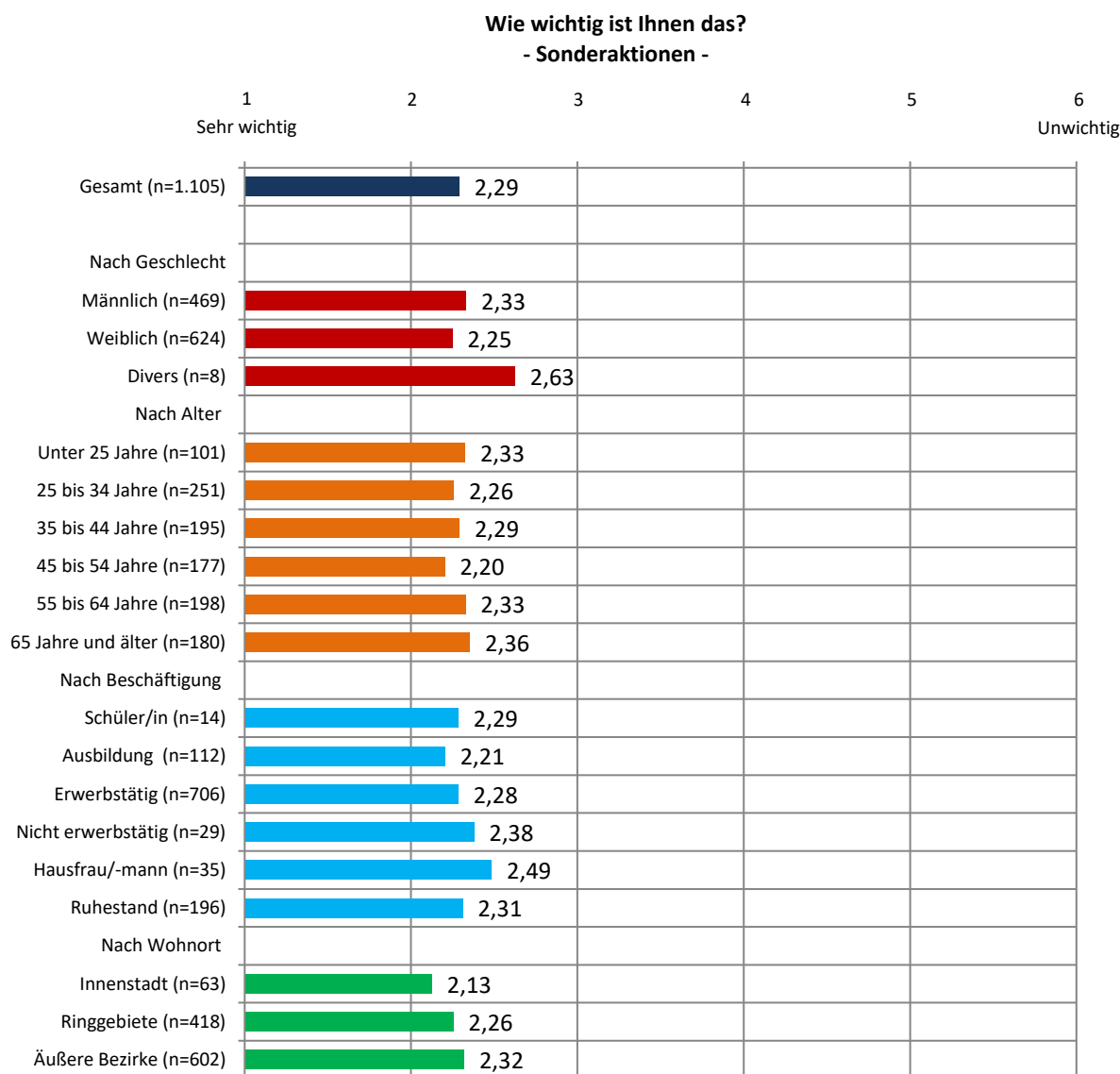
Abbildung 62: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Stadtführung zur Geschichte



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
 Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr wichtig“ bis 6 „Unwichtig“

Auf der Abbildung 63 lässt sich erkennen, dass die Sonderaktionen auf dem Hagenmarkt am meisten von Personen als wichtig erachtet werden, die sich derzeit in der Ausbildung bzw. im Studium befinden (Mittelwert=2,21). Weiterhin sehen Personen aus der Innenstadt (Mittelwert=2,13) die Sonderaktionen wichtiger an als Personen aus dem Ringgebiet (Mittelwert=2,26) oder den äußeren Bezirken (Mittelwert=2,32).

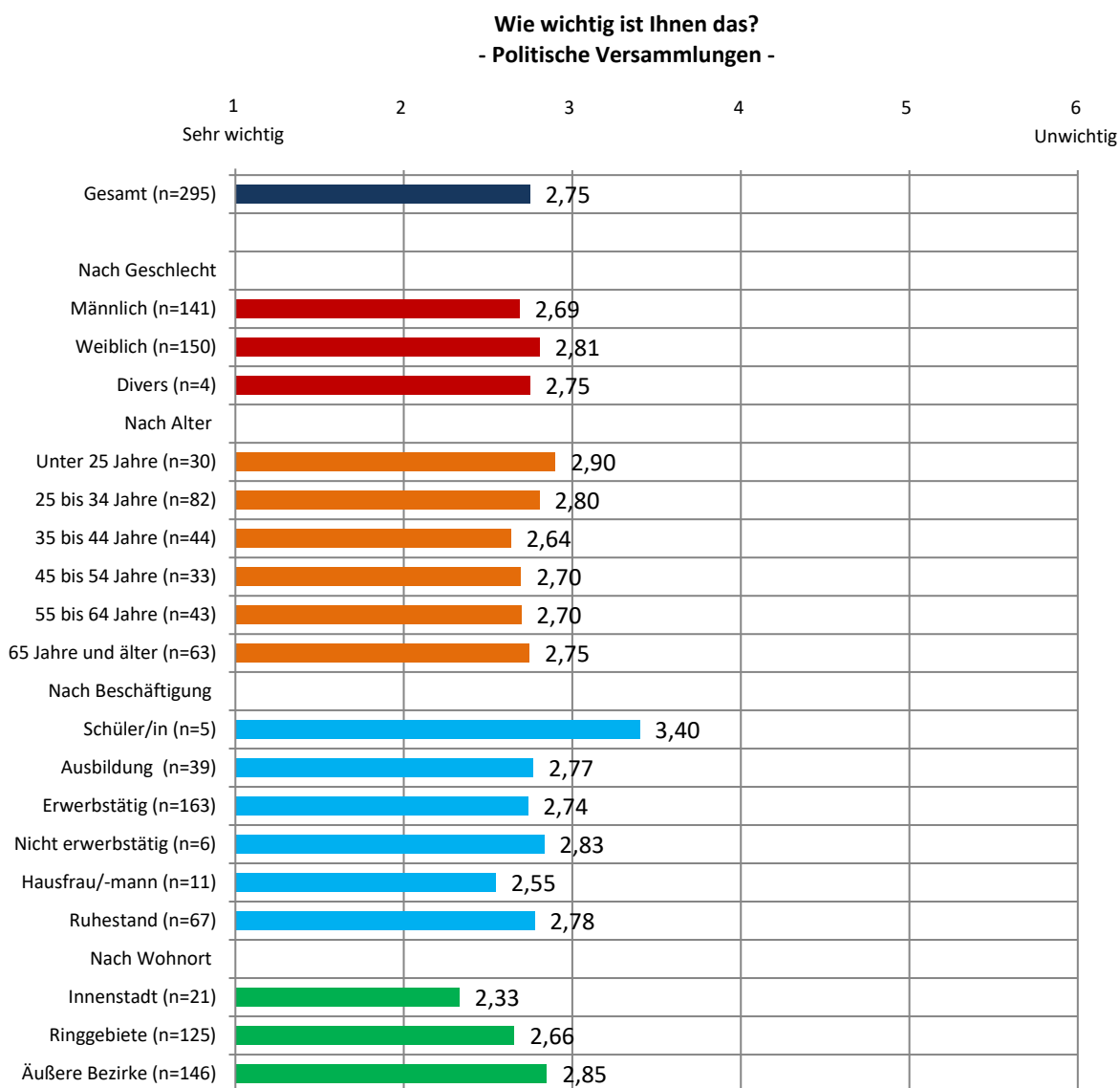
Abbildung 63: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Sonderaktionen (z.B. Feste, Flohmärkte, Ausstellungen etc.)



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr wichtig“ bis 6 „Unwichtig“

Die Wichtigkeit der politischen Versammlungen wird innerhalb der Personen aus der Innenstadt am wichtigsten bewertet (Mittelwert=2,33). Dagegen werden politische Versammlungen von den Befragten aus den äußeren Bezirken als weniger wichtig erachtet (Mittelwert=2,85). Die geringste Bewertung liegt innerhalb der Gruppe der Schüler/innen mit einem Mittelwert von 3,40 vor. Jedoch haben diese Einschätzung nur fünf Personen getroffen.

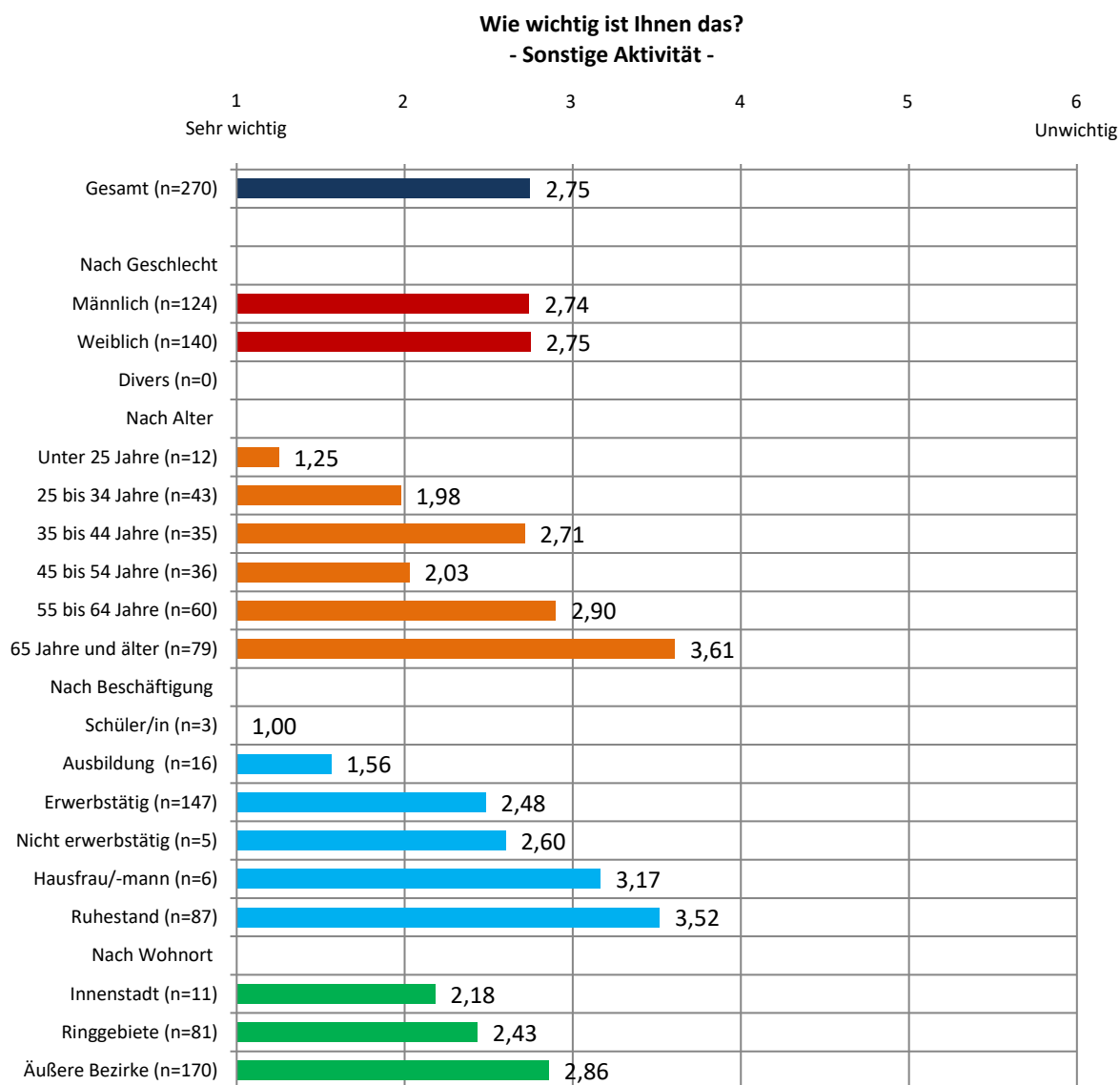
Abbildung 64: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Politische Versammlungen



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
 Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr wichtig“ bis 6 „Unwichtig“

Die sonstigen Aktivitäten wurden sehr unterschiedlich bewertet. Eine Erklärung hierfür könnten die unterschiedlichen Definitionen von sonstigen Aktivitäten bei den befragten Personen sein. Beispielsweise wurde als sonstige Aktivität „Live-Musik“ genannt oder das „Bestehen von Ruhezeiten“. Insgesamt kann aber festgehalten werden, dass Personen, die 65 Jahre oder älter sind, sonstige Aktivitäten am unwichtigsten bewertet haben (Mittelwert=3,61).

Abbildung 65: „Wie wichtig ist Ihnen das?“ – Sonstige Aktivität



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
 Datenbasis: Nur gültige Nennungen je soziodemografischem Merkmal; Angabe der Mittelwerte von 1 „Sehr wichtig“ bis 6 „Unwichtig“

### **3.4 Was würden Sie gerne auf dem Hagenmarkt ergänzen?**

---

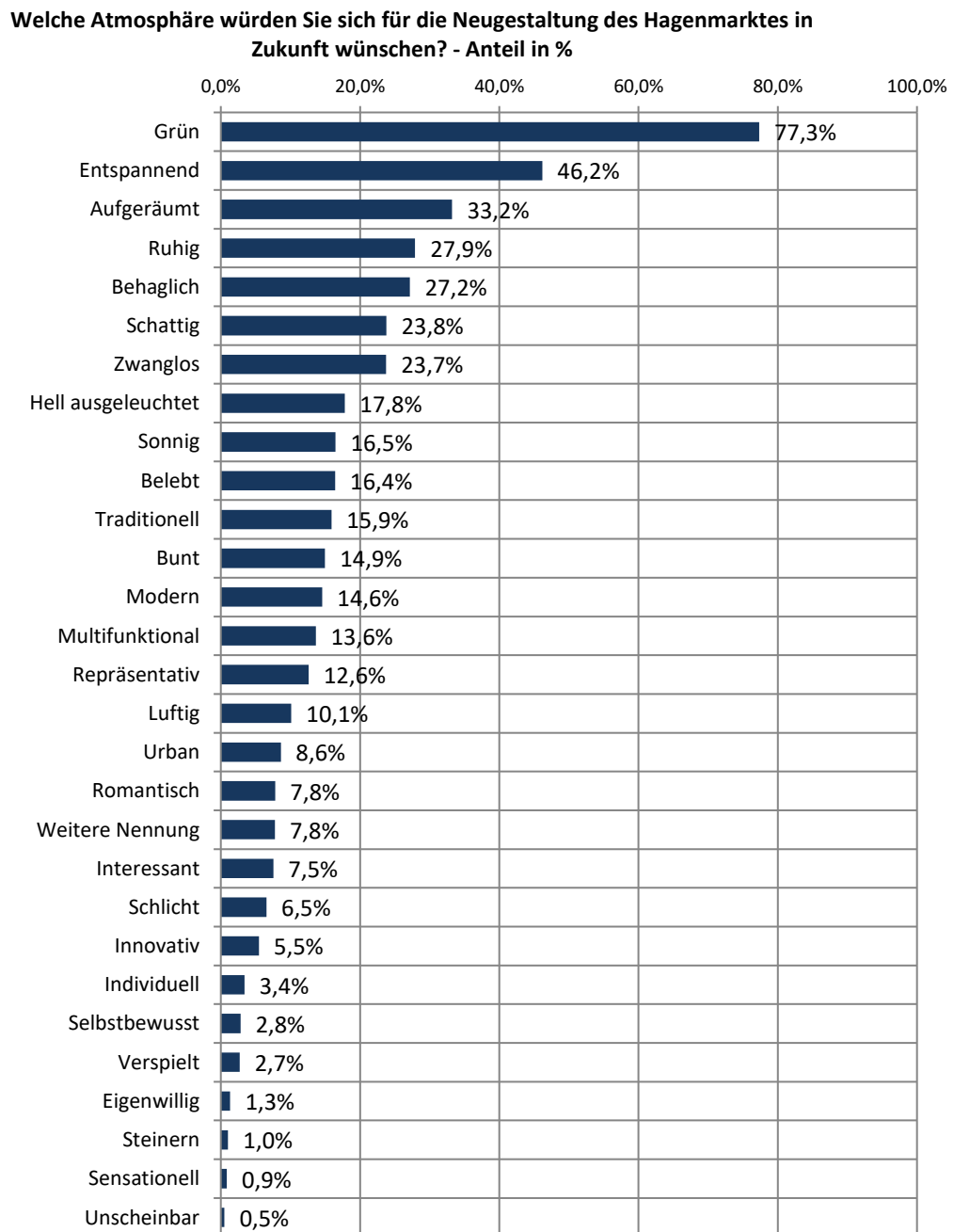
Ein Aspekt der vermehrt genannt worden ist sind die Grünflächen. Diese sollen umfangreich ausgeweitet werden. Weiterhin bezogen sich viele Kommentare auf die Pflanzung weiterer Bäume und farbenfroher Blumen. Ein weiterer Wunsch der Teilnehmer/innen ist mehr Ruhe und Entspannung am Hagenmarkt. In diesem Zuge wird sich weitere Entspannung auch in Bezug auf den Fahrradverkehr gewünscht. Hierbei handelt es sich offenbar vor allem um den Wunsch nach sicherer Überquerung des Platzes.

Des Weiteren wurde der Wunsch nach Barrierefreiheit geäußert, damit der Hagenmarkt ein Begegnungsort für Jung und Alt sein kann. Einigen Personen fehlt es neben der Sauberkeit auch an öffentlichen WC-Möglichkeiten. Neben diesem Wunsch nach einer öffentlichen Toilette, wurden auch mehr Bänke und kleine Tische vorgeschlagen, welche den Hagenmarkt aufwerten würden. Es gab darüber hinaus nicht nur die konkreten Wünsche nach einem neuen, sauberem Mobiliar, sondern auch in dieser offenen Frage immer wieder den Wunsch nach einem grünen Hagenmarkt.

### 3.5 Welche Atmosphäre würden Sie sich für die Neugestaltung des Hagenmarktes in Zukunft wünschen?

Die folgende Abbildung 66 beschreibt die gewünschte Atmosphäre des Hagenmarkts. Deutlich hervorzuheben ist der Wunsch nach einem „grünen“ Hagenmarkt mit einem Anteil von 77,3%. Danach sind die Aspekte „entspannend“ (46,2%) und „aufgeräumt“ (33,2%) besonders erwünscht. Demzufolge wird ein Hagenmarkt präferiert, auf dem Personen gemütlich Zeit verbringen und sich in Ruhe entspannen können.

Abbildung 66: „Welche Atmosphäre würden Sie sich für die Neugestaltung des Hagenmarktes in Zukunft wünschen?“



Quelle: Bürgerbefragung zum Neustart der Platzgestaltung am Hagenmarkt, Oktober 2021 – November 2021  
 Datenbasis: Nur gültige Nennungen; Basis: n=2.309; Angabe in Prozent



### **3.6 Was ist Ihnen persönlich bei der Neugestaltung des Hagenmarktes besonders wichtig?**

---

Viele Teilnehmer/innen wünschen sich eine „kleine grüne Insel“ auf dem Hagenmarkt. Es werden vor allem Blumen und Hecken vorgeschlagen, welche den Hagenmarkt naturnäher erscheinen lassen sollen. Ebenfalls wurde der Wunsch geäußert, den Platz klimagerecht zu gestalten.

Generell wünschen sich einige befragte Personen einen attraktiven Ruhepol inmitten der Stadt, welcher Gemütlichkeit ausstrahlt. Einige Personen sprachen auch ein Bedürfnis nach mehr Sicherheit aus, vor allem wenn Sie sich abends dort aufhalten. Neben mehr Sicherheit wünschen sich Einige ein Umbau des Hagenmarkts in einer familienfreundlicheren Gestaltung. Ganz konkret wurden auch zusätzliche Möglichkeiten zum Spielen und eine Abschirmung vom Verkehr genannt.

Abschirmung wurde nicht nur im Kontext von Familienfreundlichkeit genannt, sondern auch im Hinblick auf den Wunsch nach einem zentralen Ruhepol in der Stadt. Manche Teilnehmer/innen erhoffen sich durch die Umgestaltung eine optische Abgrenzung von der Straße bzw. dem Verkehr, welcher rund um den Hagenmarkt dominiert. Des Weiteren wünschen sich mehrere befragte Personen einen klar erkennbaren Ort für eine Auszeit; einen Ort, an dem Menschen ihre Pausen verbringen können. Passend dazu werden ebenfalls mehr Sitzgelegenheiten gewünscht. Zusätzlich werden schattige Plätze erwähnt und weitere Bänke, damit Personen im Sommer auf dem Hagenmarkt Zeit verbringen können.