

# Ergebnisse Öffentliche Umfrage Innenstadt Riesa 2023

“Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren” (ZIZ)  
30. Juni bis 31. August 2023

→ Erstellung: Böhm Marktforschung & Demografie-Beratung / 01.02.2024

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Zukunftsfähige  
Innenstädte und Zentren



# Dabeisein, Mitreden, Mitgestalten.

## ÖFFENTLICHE UMFRAGE ZUM FÖRDERGEBIET INNENSTADT RIESA 2023

Bürgerbeteiligung zum Lebens-, Arbeits- und Wohnort Innenstadt Riesa im Rahmen des Förderprogramms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“

**Wann?**

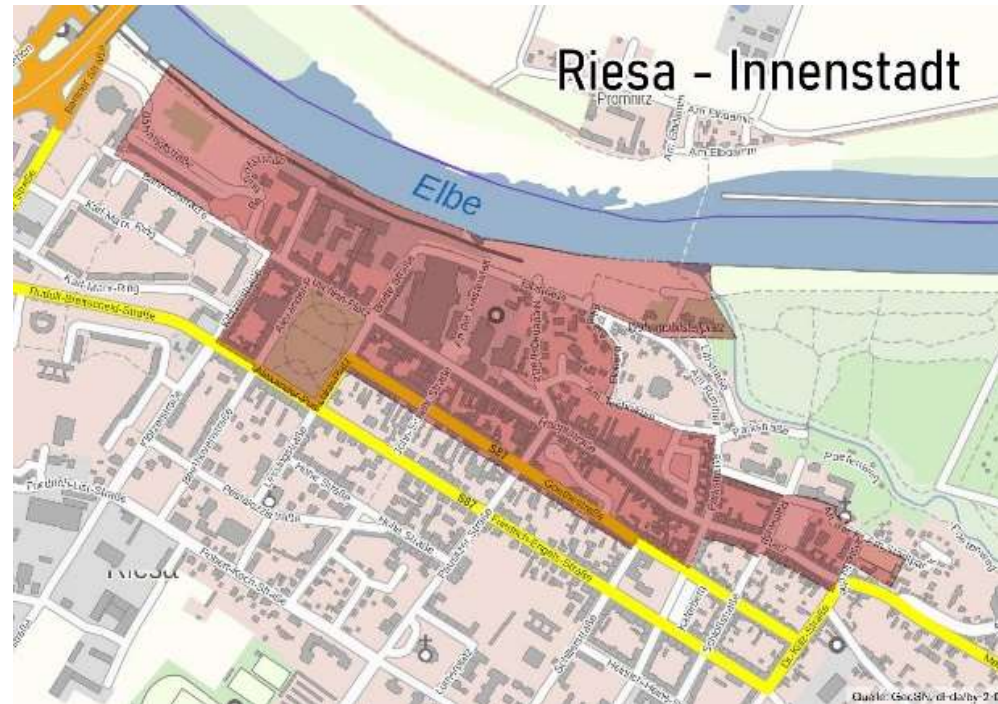
**30. Juni bis 31. August 2023**

**Wo?**

**Kontaktbüro Innenstadt**

**oder**

**[buergerbeteiligung.sachsen.de/portal/riesa](https://buergerbeteiligung.sachsen.de/portal/riesa)**



## Studiensteckbrief

- Zielstellung Ermittlung von Nutzungsgewohnheiten, Erwartungen und Zufriedenheit mit Aspekten der Innenstadt von Riesa
- Zielgruppe Bürger und Besucher von Riesa
- Methodik Onlinebefragung über das Beteiligungsportal von Riesa
- Anzahl Teilnehmende 381
- Befragungszeitraum 30.06.2023 – 31.08.2023
- Fragenumfang 39 Fragen, davon 12 offene Fragen
- Befragungsdauer ca. 20 Minuten
- Methodische Anmerkung Angaben < 8% liegen unter N=30 Nennungen und sind nur bedingt aussagekräftig!

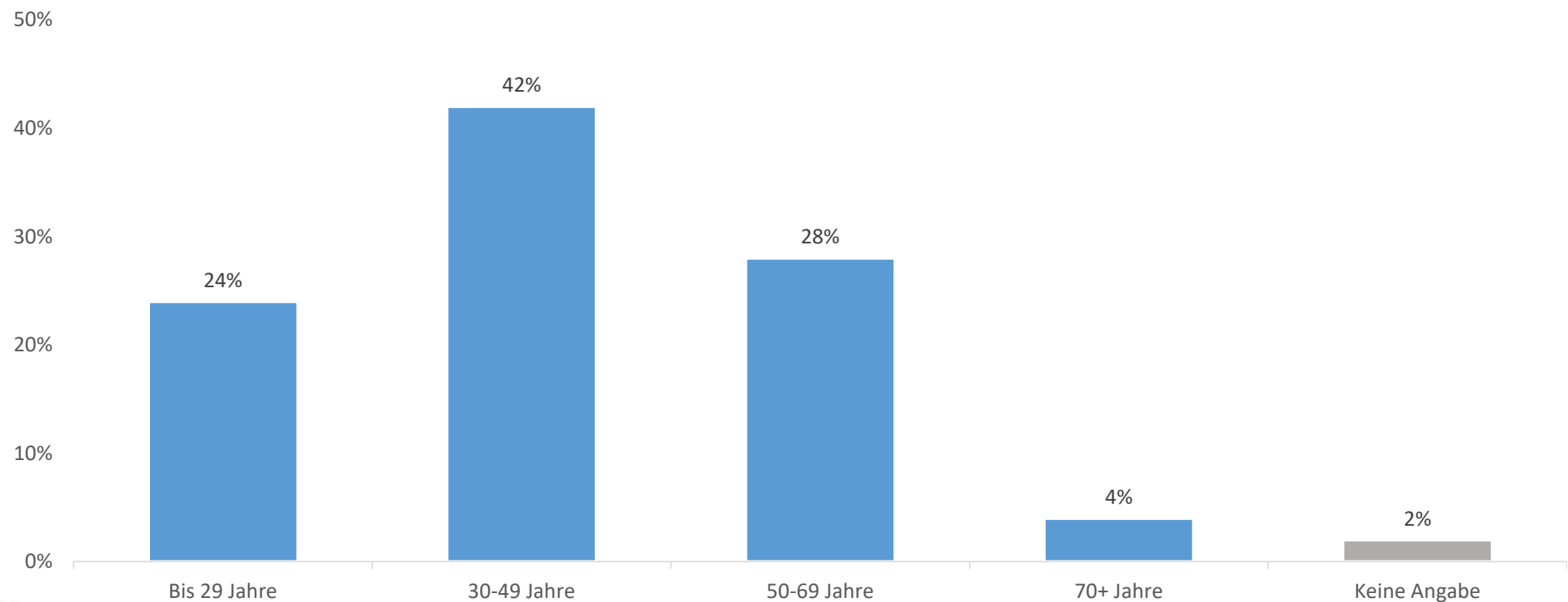
## Inhaltsverzeichnis

1. Soziodemografie	5 - 12
2. Umfrage allgemein	13 - 16
3. Innenstadt allgemein	17 - 33
4. Programmziele	34 - 49
5. Gesamtfazit	50
6. Key Learnings & Handlungsempfehlungen	51

# 1. Soziodemografie

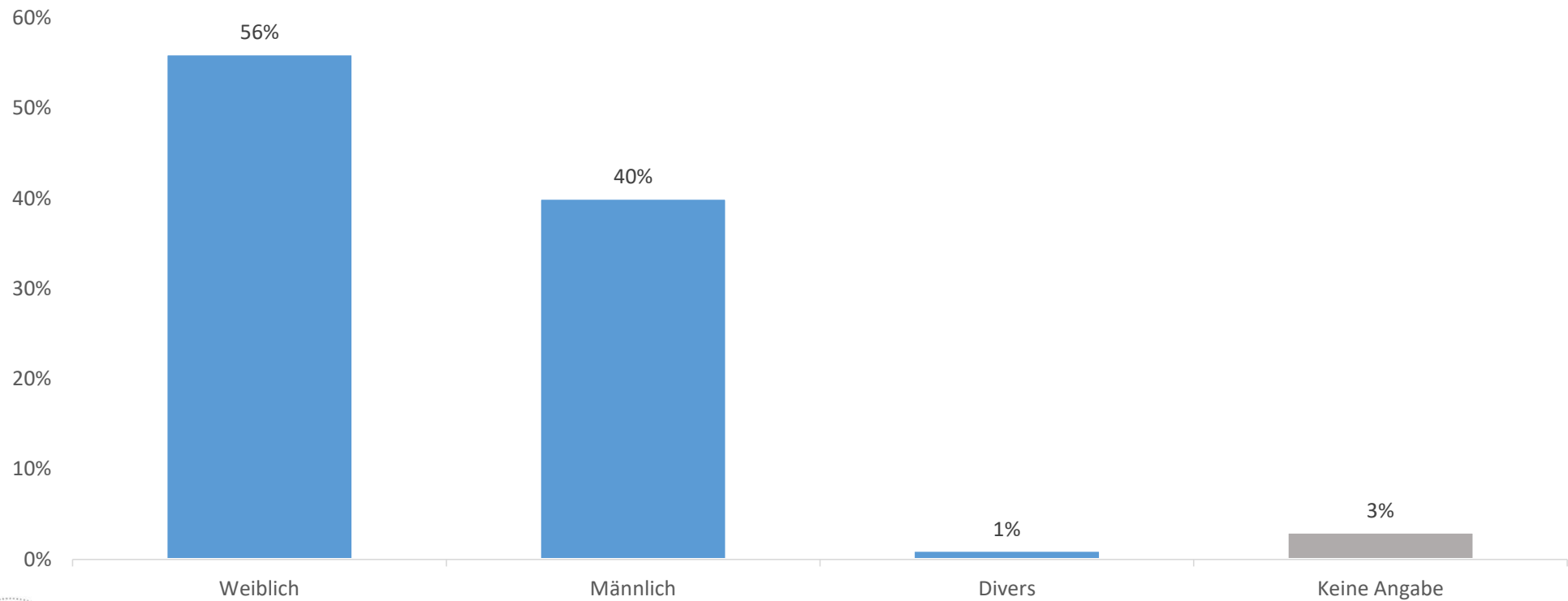
[P1] Wie alt sind Sie?

→ Die Befragten kommen vorrangig aus der Altersgruppe 30-49 Jahre.  
66% sind unter 50 Jahre.



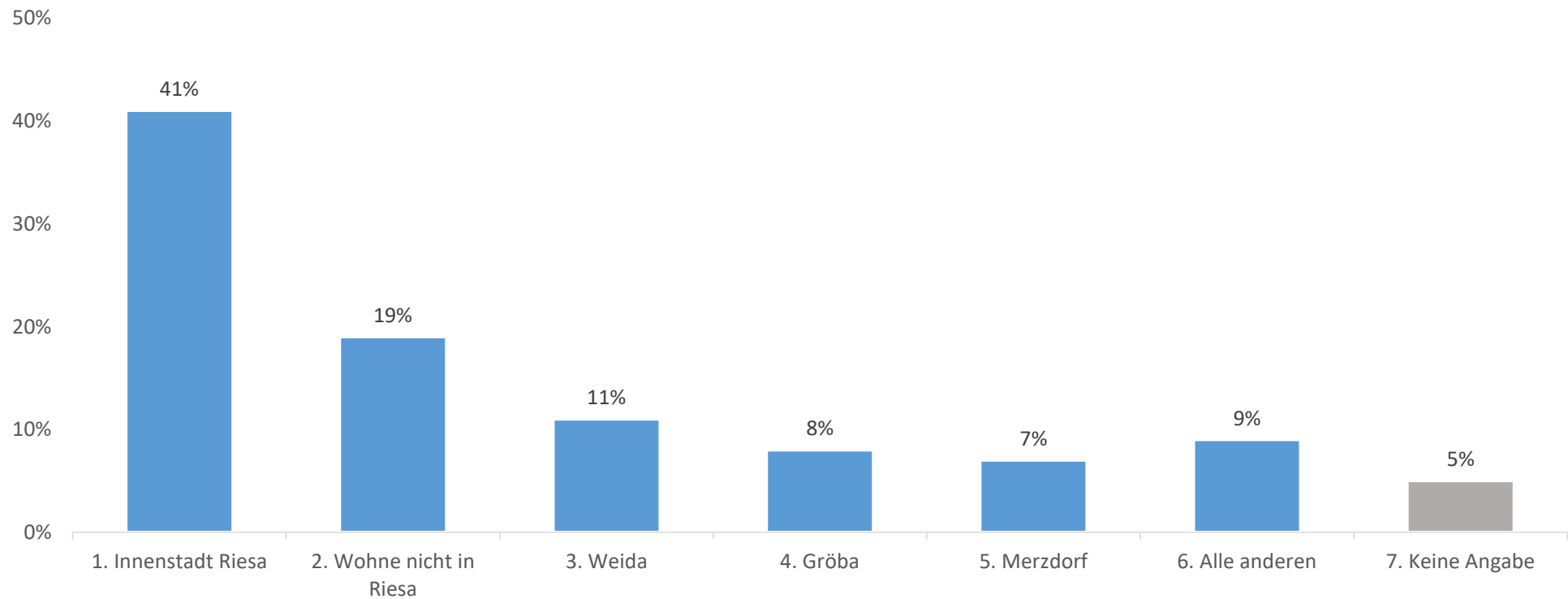
[P2] Welches Geschlecht haben Sie?

→ Die Befragung hat bei Frauen etwas mehr Interesse ausgelöst als bei Männern.



[P3] Wo wohnen Sie? (Ranking)

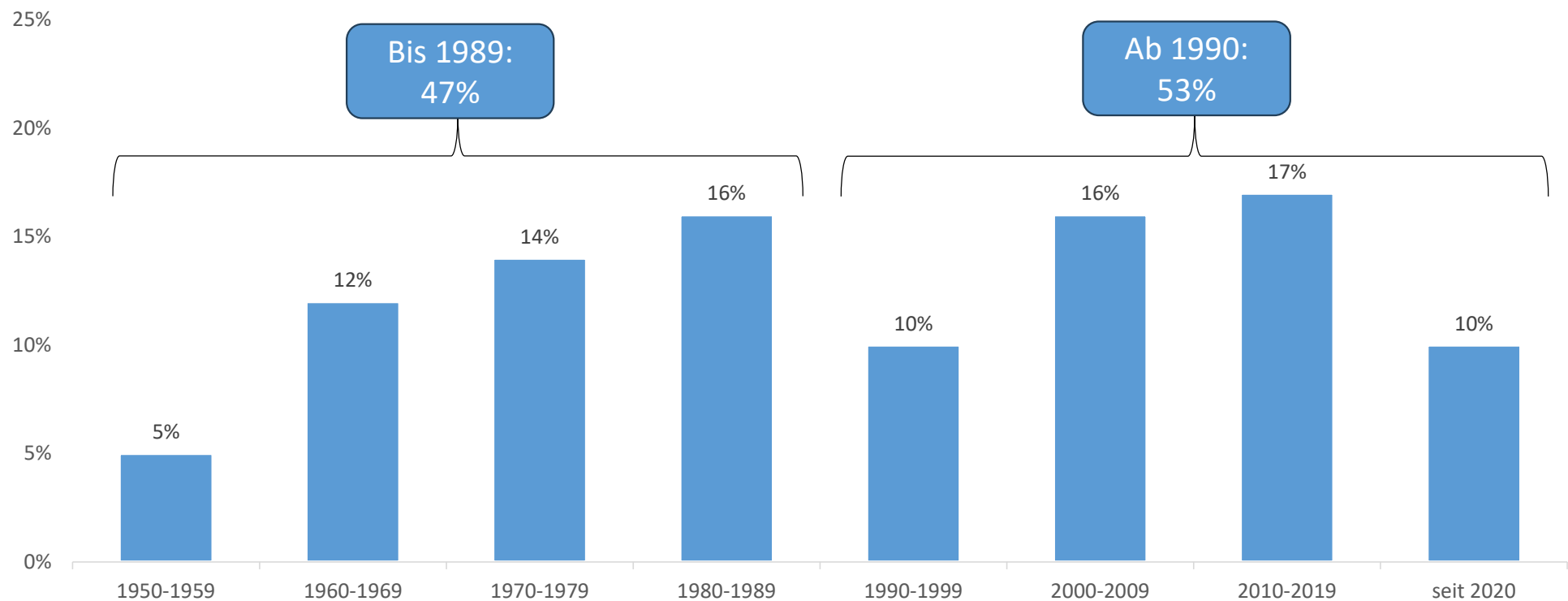
→ Die eindeutige Mehrzahl wohnt in der Innenstadt. Jeder 5. wohnt nicht in Riesa.





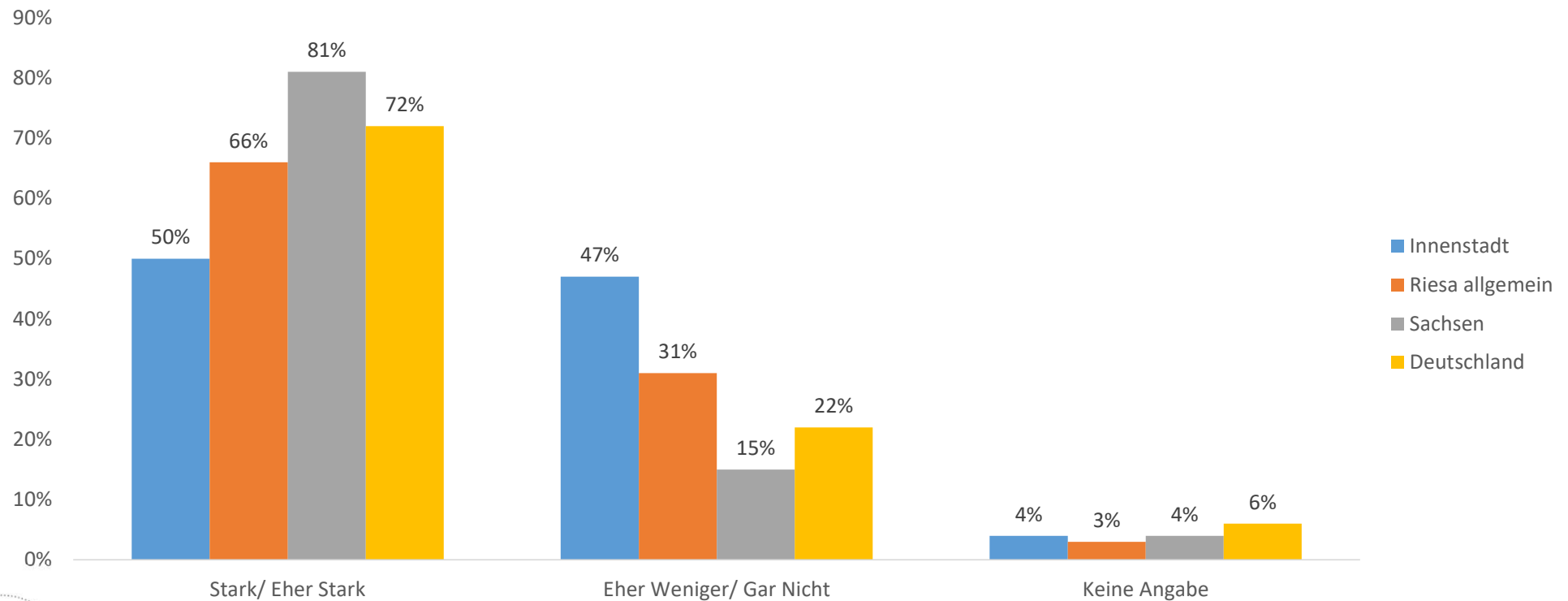
[P4] Seit wann wohnen Sie in Riesa? (offene Frage)

→ *Regelmäßiger Zuzug nach Riesa pro Jahrzehnt – Ausnahme sind die Jahre 1990-1999 direkt nach der Wende. Ggf. altersbedingt auch weniger Befragte aus der ersten Dekade 1950-1959.*



[P5] Wie stark fühlen Sie sich verbunden mit ...?

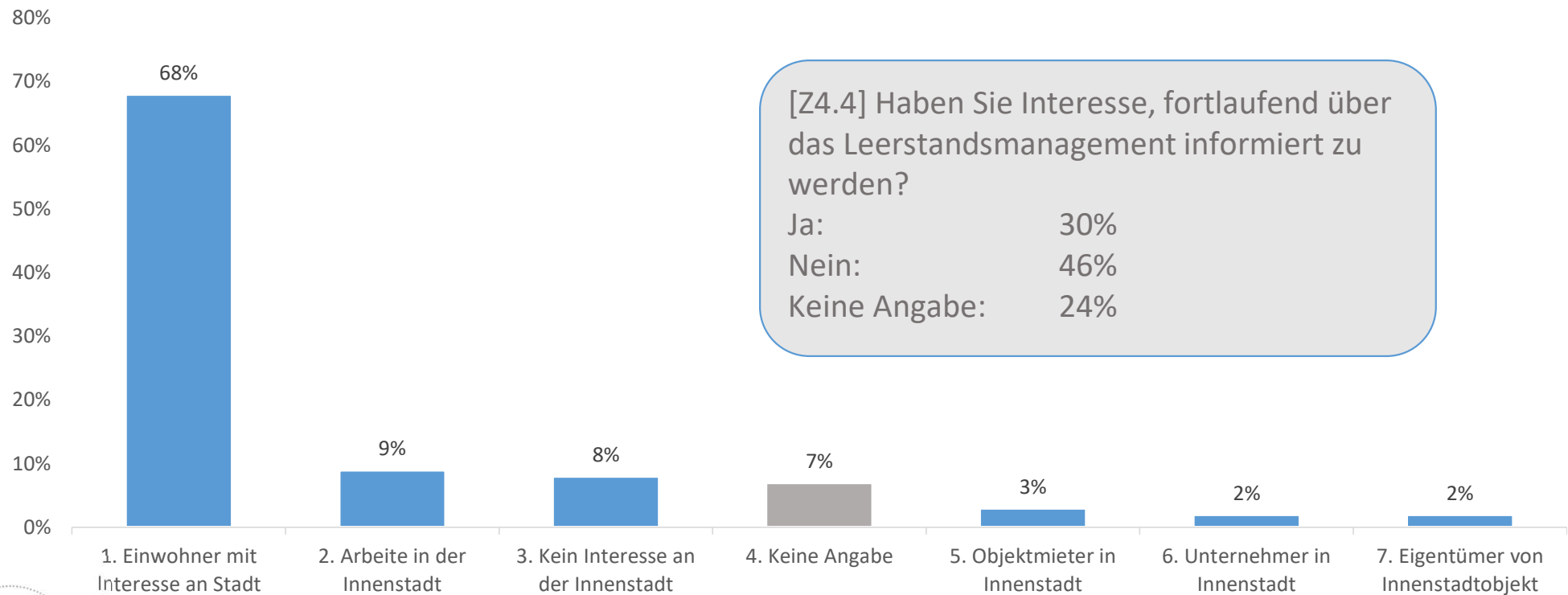
→ Die Verbundenheit mit Sachsen ist am stärksten (81%), die mit der Innenstadt am schwächsten (50%).



N=381 Teilnehmende

[Z4.5] Welche Aussage beschreibt Ihr Interesse am Leerstandsmanagement in der Innenstadt? (Ranking)

→ Die Befragten sind weit überwiegend (68%) Einwohner mit Interesse an ihrer Stadt. Ca. ein Drittel (30%) hat Interesse an laufenden Infos zum Leerstandsmanagement.



[Z4.4] Haben Sie Interesse, fortlaufend über das Leerstandsmanagement informiert zu werden?

Ja:	30%
Nein:	46%
Keine Angabe:	24%

# 1. Zwischenfazit Soziodemografie

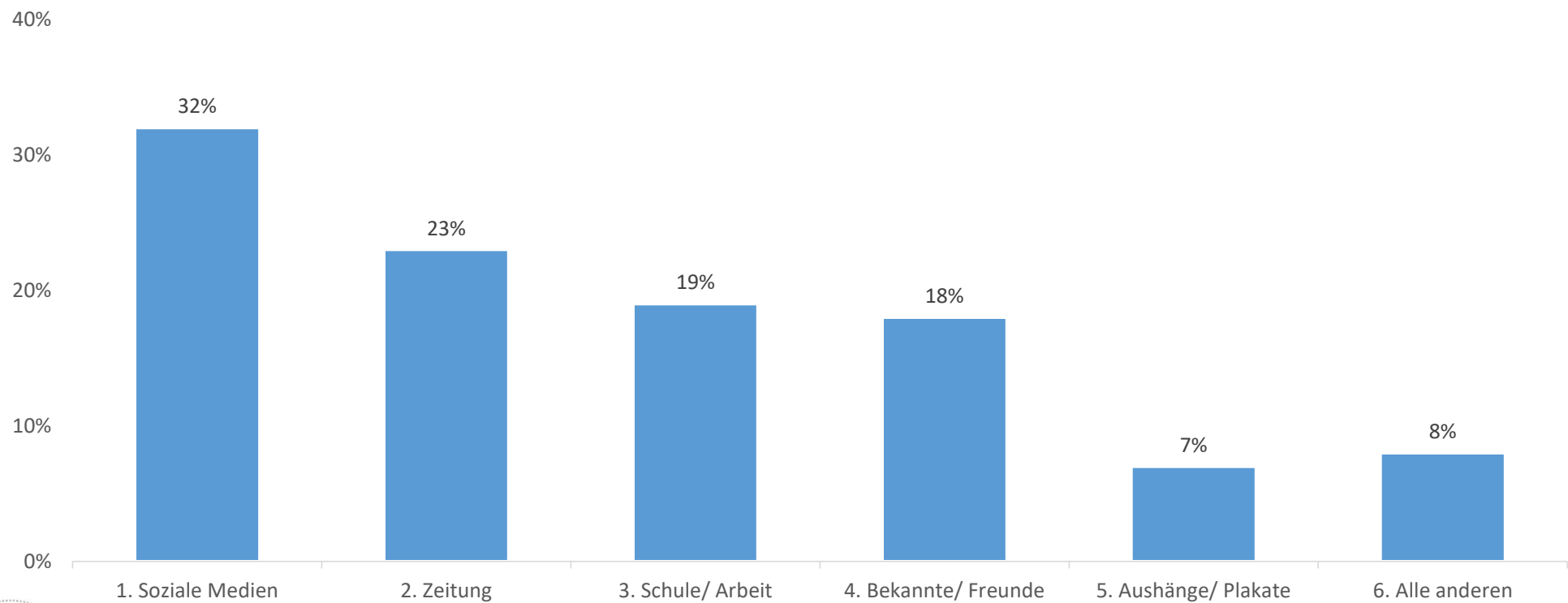
- Altersgruppen 42% sind 30 - 49 Jahre alt, die Mehrzahl ist unter 50 Jahre.
- Geschlecht 56% der Teilnehmenden sind weiblich.
- Wohnort 41% wohnen in der Innenstadt, 19% wohnen nicht in Riesa.
- Aufenthaltsdauer regelmäßiger Zuzug nach Riesa pro Jahrzehnt, Ausnahme 1990 - 1999.
- Verbundenheit Die Verbundenheit mit Sachsen ist am stärksten (81%).
- Wohnsituation Die Mehrzahl sind Einwohner von Riesa mit Interesse an ihrer Stadt (68%).
- Interesse am Leerstandmanagement hat knapp ein Drittel (30%).

## 2. Umfrage Allgemein

[A1] Wie haben Sie von der Umfrage erfahren? (Ranking, Mehrfachauswahl)

→ Soziale Medien sowie Zeitungen waren am aufmerksamkeitsstärksten.

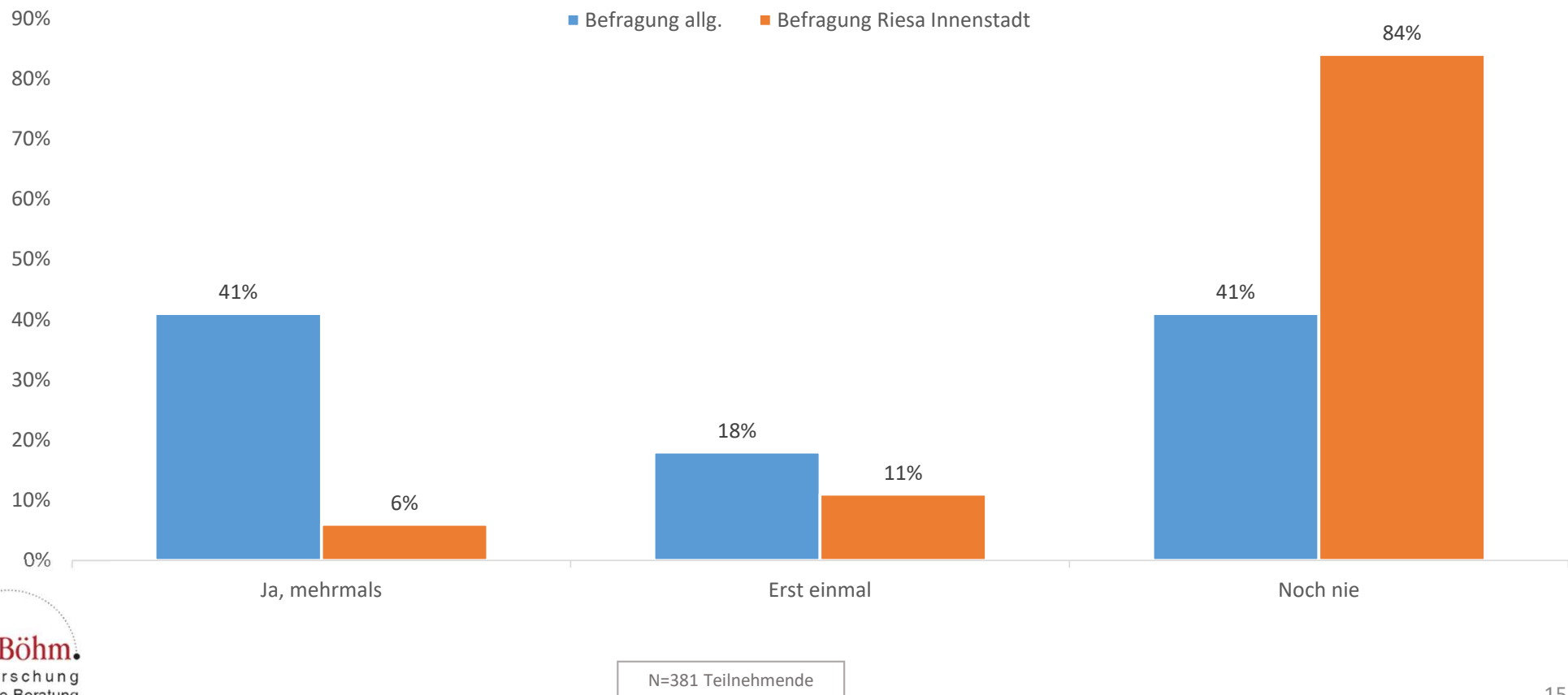
Insgesamt wurden ca. 1,1 Medien genutzt (Mehrfachauswahl).



[A2] Haben Sie schon einmal an einer öffentlichen Befragung teilgenommen?

[A3] Haben Sie schon einmal an einer Befragung zur Innenstadt Riesa teilgenommen?

→ Die Mehrzahl hat bereits an öffentlichen Befragungen teilgenommen (59%), allerdings nicht zur Innenstadt von Riesa (84%).



[T1] Bereitschaft zur Teilnahme an zukünftigen Befragungen

[T2] Bereitschaft zur Beteiligung an Planungsprozessen Stadtentwicklung

→ *Eher geringe Bereitschaft an weiterer Beteiligung.*

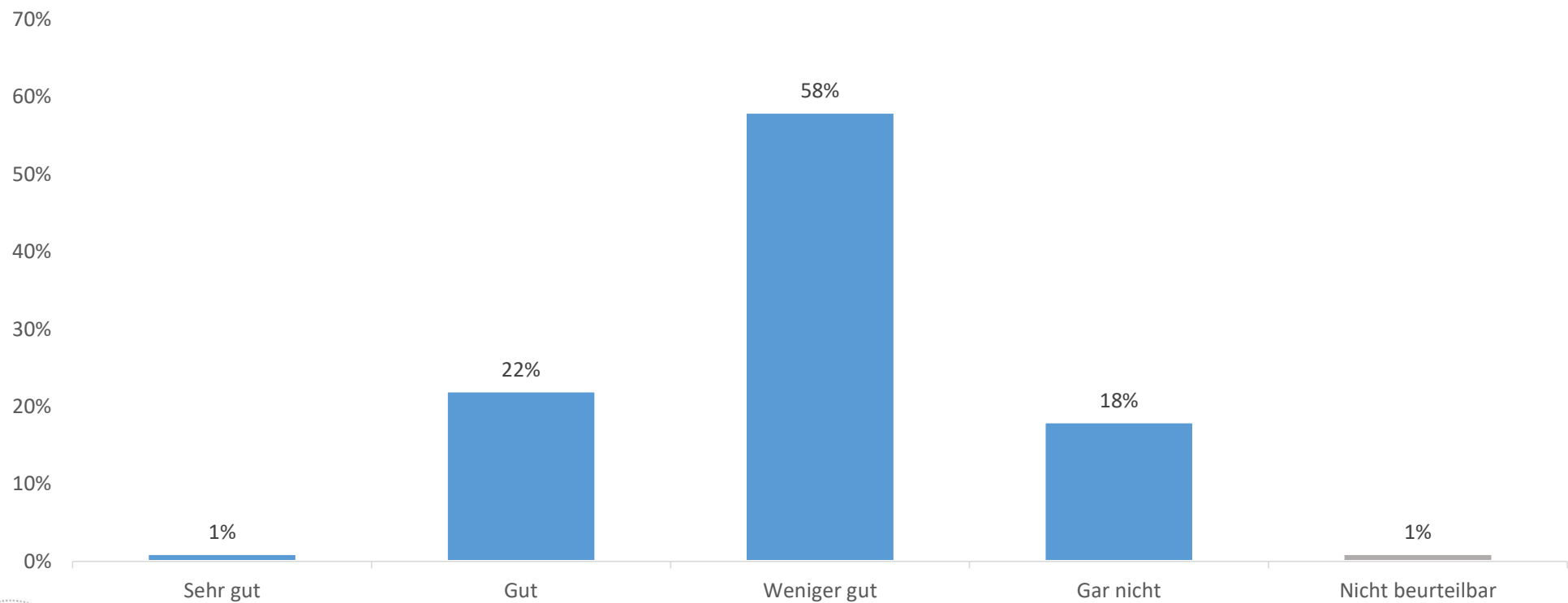
- 19% haben Ihre Bereitschaft erklärt, an weiteren Befragungen hierzu teilzunehmen
- 13% wären bereit, sich an weiteren Planungsprozessen zu beteiligen



### 3. Innenstadt Allgemein

[B1] Wie gefällt Ihnen die Innenstadt von Riesa im Allgemeinen?

→ Der weit überwiegenden Mehrzahl (76%) gefällt die Innenstadt eher nicht.

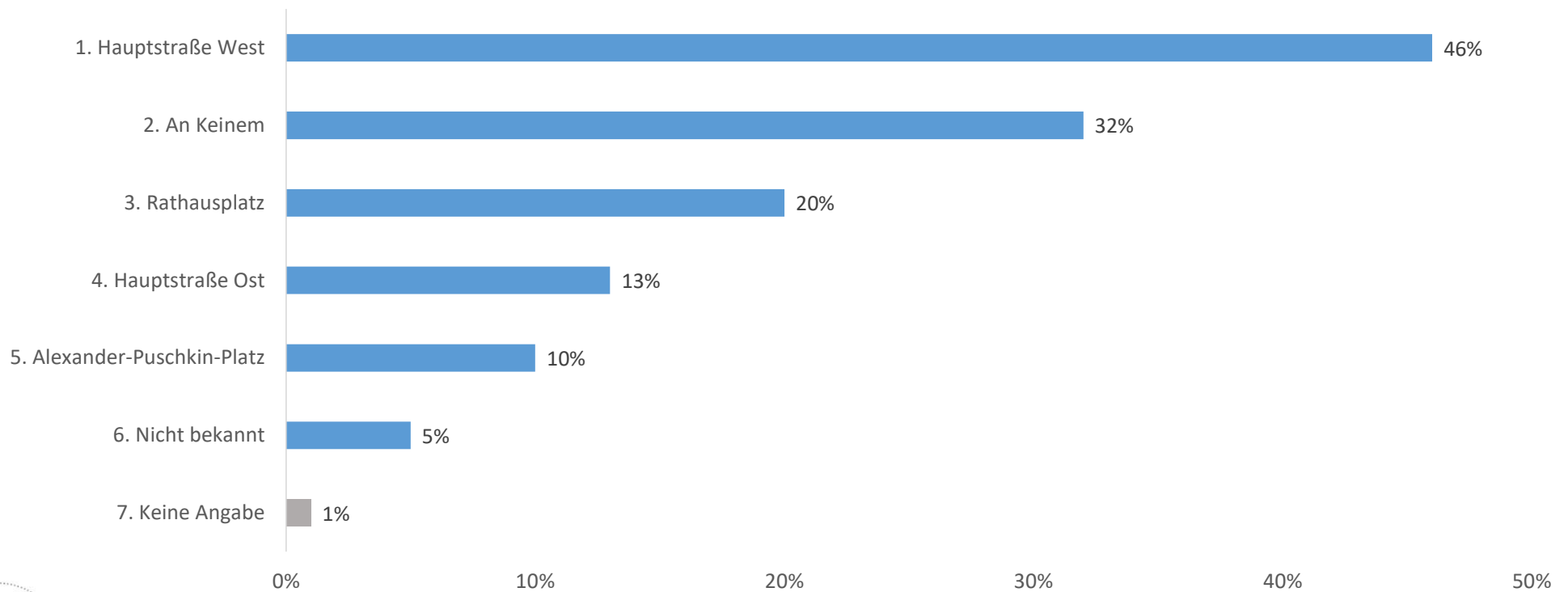


[B2] Wie bewerten Sie die nachstehenden Aussagen zur Innenstadt von Riesa im Allgemeinen? (Ranking nach „Stimme voll und ganz zu / Stimme zu“)

→ *Ruhender Verkehr und Durchgangsverkehr stören nicht. Das Ortsbild und der Mangel an Cafés und Restaurants werden jedoch kritisch gesehen.*

Kriterium	Stimme voll und ganz zu / Stimme zu	Stimme eher nicht zu / Stimme nicht zu	Nicht beurteilbar / k.A.
1. Ruhender Verkehr stört nicht	78%	17%	5%
2. Durchgangsverkehr stört nicht	70%	25%	5%
3. Grünanlagen	48%	49%	3%
4. Barrierearme Innenstadt	40%	28%	32%
5. Sicherheit vor kriminellen Übergriffen	40%	52%	8%
6. Ausreichend Sitzgelegenheiten	37%	61%	2%
7. Brunnen & Wasserspiele	34%	59%	7%
8. Saubere Innenstadt	34%	62%	4%
9. Das Ortsbild gefällt	25%	73%	2%
10. Cafés & Restaurants	22%	75%	3%
11. Spielgelegenheiten	19%	63%	18%

[B3] Wo halten Sie sich am liebsten in der Innenstadt auf? (Ranking, Mehrfachauswahl)  
 → Insgesamt werden ca. 1,3 Plätze angegeben. Die Hauptstraße West wird am liebsten genutzt. Hauptstraße Ost und Alexander-Puschkin-Platz finden sehr geringe Akzeptanz. Jeder 3. hat gar keinen Lieblingsplatz.



N=381 Teilnehmende / 486 Nennungen

## [B4] Wie häufig kommen Sie für die genannten Tätigkeiten in die Innenstadt?

(Ranking nach „Täglich / Mehrmals pro Woche“)

→ Insgesamt geringe Frequenzen unter der Woche. Bei den Freizeitaktivitäten liegt Einkaufen vorne, bei den funktionalen Tätigkeiten die Arbeit.

Kriterium	Täglich / Mehrmals pro Woche	1 Mal pro Woche / 1x pro Monat & 1x pro Jahr	Nie
1. Arbeiten	28%	9% / 8%	55%
2. Einkaufen	27%	34% / 34%	5%
3. Bummeln/ Spazieren gehen	16%	25% / 43%	16%
4. Treffen Menschen, Bekannte, Familie	13%	11% / 48%	28%
5. Ausbildung/ Schule/ Weiterbildung	10%	2% / 3%	85%
6. Sport- und Freizeitangebote	4%	5% / 24%	67%
7. Essen gehen	3%	12% / 67%	18%
8. Termine (Arzt/ Amt)	2%	3% / 70%	25%
9. Kulturangebote	1%	2% / 74%	23%

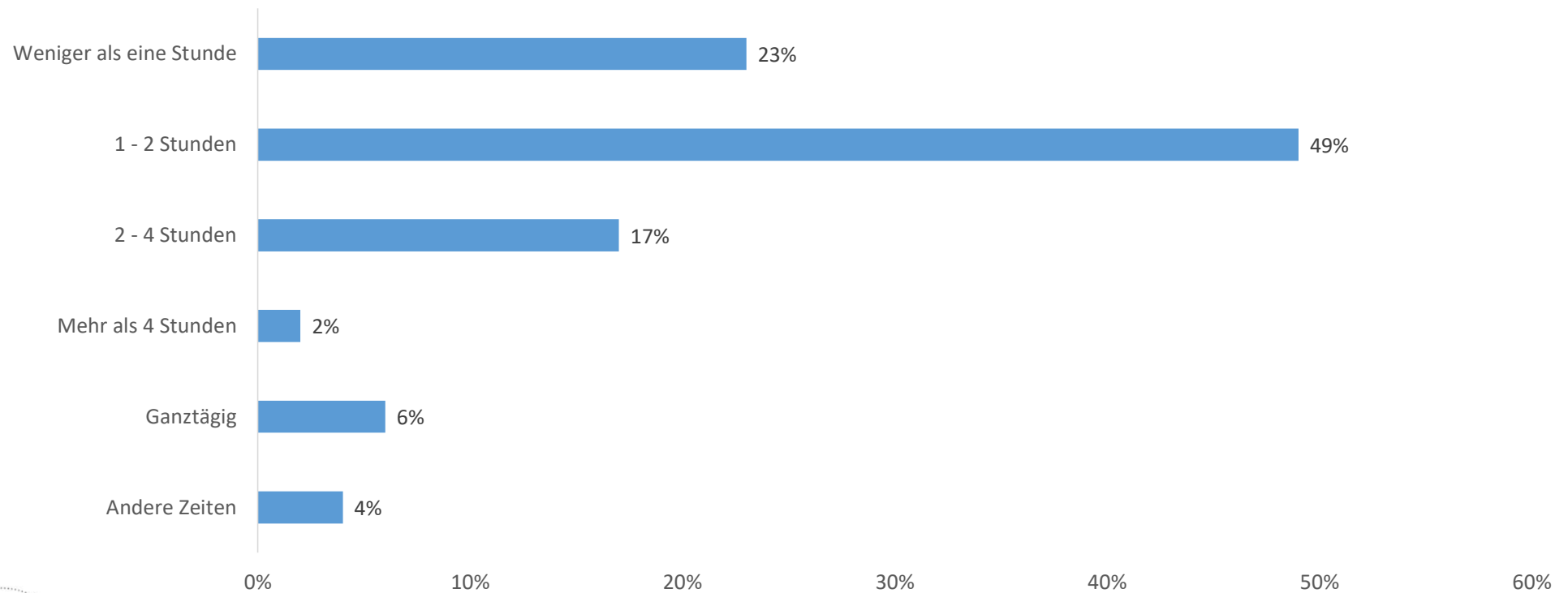
[B5] Wie häufig kommen Sie mit den genannten Verkehrsmitteln in die Innenstadt  
 (Ranking nach „Immer / Häufig“)

→ Autos mit klassischen Antrieben sowie zu Fuß gehen und das Fahrrad dominieren die Verkehrsnutzung. Mit Abstand folgt das E-Bike. Noch geringe Nutzung der E-Mobilität.

Kriterium	Immer / Häufig	Ab und an	Nie / k.A.
1. Auto (Benziner, Diesel)	32% / 23%	27%	17% / 1%
2. Zu Fuß	15% / 25%	29%	28% / 3%
3. Fahrrad	6% / 19%	29%	43% / 3%
4. Bus	3% / 5%	18%	70% / 5%
5. E-Bike	1% / 7%	6%	79% / 6%
6. Auto (Hybrid)	4%	2%	88% / 6%
7. E-Auto	2%	2%	89% / 7%
8. Roller/ Moped/ Motorrad	1%	5%	88% / 6%
9. Rollstuhl/ Gehilfe	1%	0%	93% / 6%
10. E-Roller/ E-Moped/ E-Motorrad	0%	2%	92% / 6%

[B6] Wie lange halten Sie sich im Durchschnitt in der Innenstadt auf?

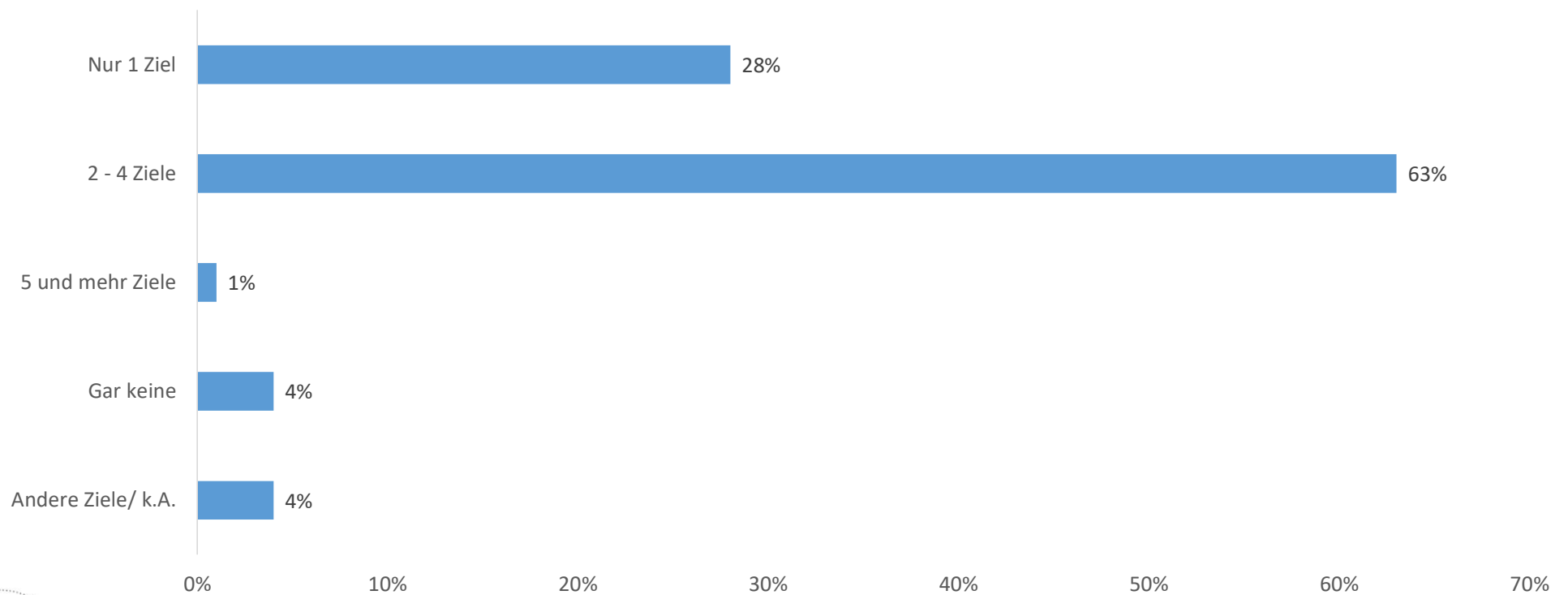
→ Eine deutliche Mehrheit (72%) hält sich bis maximal 1-2 Stunden in der Innenstadt auf.



N=381 Teilnehmende

[B7] Wieviel konkrete Ziele (z. B. Geschäfte, Amts- oder Arzttermine) haben Sie ungefähr bei einem Aufenthalt in der Innenstadt?

→ Nahezu alle Besucher (91%) halten sich für maximal 2-4 Ziele in der Innenstadt auf.





[B8] Falls Sie in der Innenstadt von Riesa "bummeln" oder spazieren gehen, gibt es eine bestimmte Zeit oder einen Anlass? Wenn ja, welche/n? (Offene Frage)

→ Die Befragten gehen vorrangig nachmittags. Anlässe sind Einkaufen, Freunde treffen oder konkret zum Stadtfest.

### O-Töne:

#### 1. Zeitlich

- Nachmittags (N=19)
- Vormittags (N=12)

#### 2. Anlässe

- Eis essen (N=25)
- Einkaufen (N=19)
- Fest/ Stadtfest (N=17)
- Essen gehen (N=13)

„Nachmittags nach der Arbeit oder am Samstag vormittag. Ich unterstütze gerne lokale Geschäfte.“

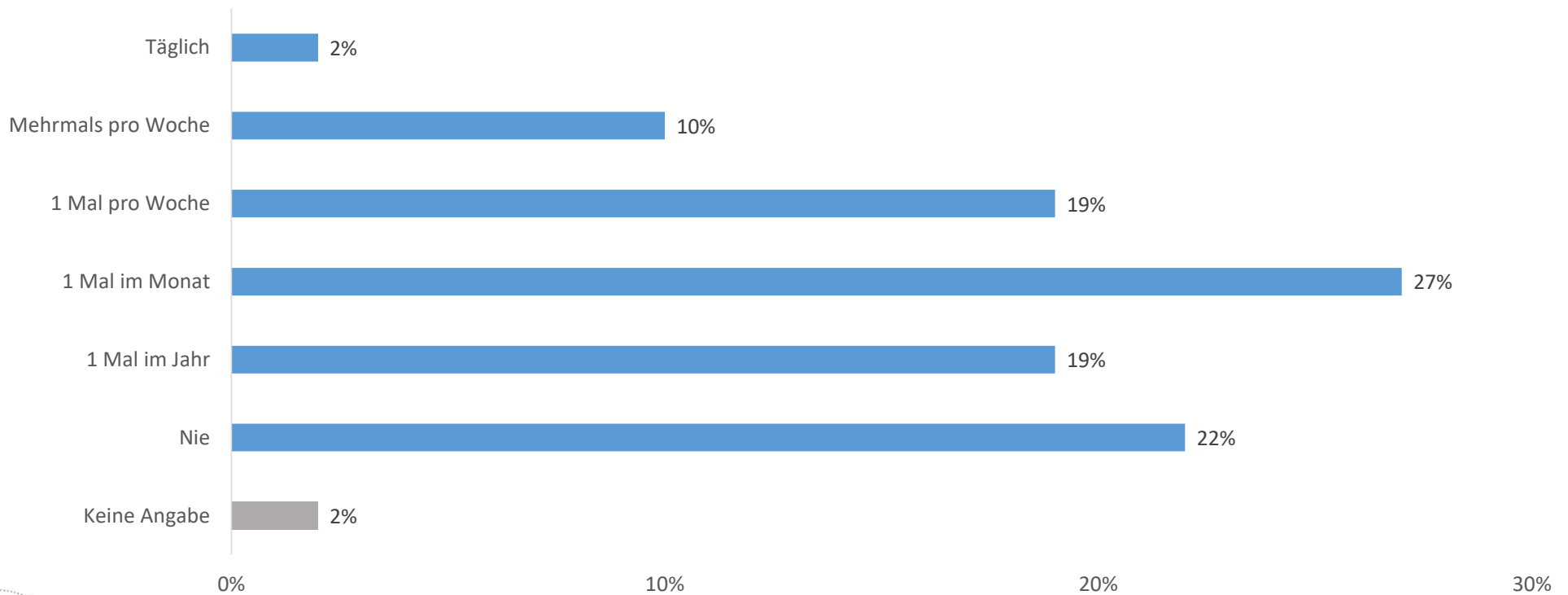
„Shopping, Eis essen, Kino, Mama zum Arzt bringen.“

„Nach der Vorlesung spazieren gehen, Kopf frei bekommen oder mit Bekannten bummeln gehen.“

„Wenn es ein Fest gibt.“

[B9] Wie häufig nutzen Sie öffentliche Plätze und Grünanlagen in der Innenstadt (z. B. Alexander-Puschkin-Platz, Elbpromenade, Rathausplatz, Stadtpark o. ä.)?

→ *Relativ einheitliche Nutzungshäufigkeiten zwischen „1 Mal pro Woche“ bis „Nie“.*



[B10.1] Nutzen Sie die ausgewählten Freizeitangebote in Riesa und wie häufig?  
 (Ranking nach „1 Mal pro Woche“ / 1 Mal pro Monat“)  
 → *Insgesamt geringe Nutzung pro Woche bzw. Monat.*

Kriterium	1 Mal pro Woche / 1 Mal pro Monat	1 Mal im Vierteljahr/ Halbjahr / Jahr	Nie
1. Fitness-Studio	14%	2%	84%
2. Stadtbibliothek	11%	15%	74%
3. Tierpark Riesa	7%	56%	37%
4. Filmpalast Capitol Riesa	7%	72%	21%
5. Sportzentrum Olympia	6%	50%	44%
6. Kirchliche Veranstaltungen	4%	14%	82%
7. Veranstaltungen/ Konzerte	3%	66%	31%
8. Stadtmuseum Riesa	2%	27%	71%
9. WT-Energiesysteme Arena <small>(ehem. SACHSEN-Arena)</small>	1%	64%	35%

[B10.2] Nutzen Sie die ausgewählten Freizeitangebote in Riesa in Verbindung mit einem Innenstadtbesuch? (Ranking nach „Ja“)

→ *Der Filmpalast und der Tierpark werden am häufigsten mit einem Innenstadtbesuch verbunden. Insgesamt eher geringe Co-Nutzung.*

Kriterium	Ja	Selten	Nein
1. Filmpalast Capitol Riesa	15%	35%	50%
2. Tierpark Riesa	10%	32%	58%
3. Veranstaltungen/ Konzerte	8%	29%	63%
4. WT-Energiesysteme Arena <small>(ehem. SACHSEN-Arena)</small>	4%	15%	81%
5. Sportzentrum Olympia	4%	12%	84%
6. Stadtbibliothek	3%	9%	88%
7. Fitness-Studio	3%	4%	93%
8. Stadtmuseum Riesa	2%	9%	89%
9. Kirchliche Veranstaltungen	2%	5%	93%

[B10.3] Falls Sie bei B10.2 wiederholt „Nein“ angegeben haben, welche Gründe gibt es dafür? (Offene Frage)

→ *Die Innenstadt wird als wenig attraktiv wahrgenommen, mit wenig Angebot.*

### O-Töne:

- 1. Attraktives Angebot fehlt (N=41)
- 2. Innenstadt nicht attraktiv (N=16)
- 3. Museum/ Bibliothek (N=14)
- 4. Kein Interesse (N=10)
- 5. Mangelnde Sicherheit (N=9)

„Andere Städte sind viel schöner, dort kann man einen Innenstadtbesuch immer mit verbinden. Oschatz-schöne Blumen, schönes Ambiente, Meißen Altstadt auch. Döbeln und Meißen haben Theater.“

„Bibliothek hat am Wochenende geschlossen. Bei Veranstaltungen bin ich interessiert an klassischer Musik und dafür fehlen mir Angebote. Daher fahre ich eher nach Dresden oder ins Theater nach Meißen.“

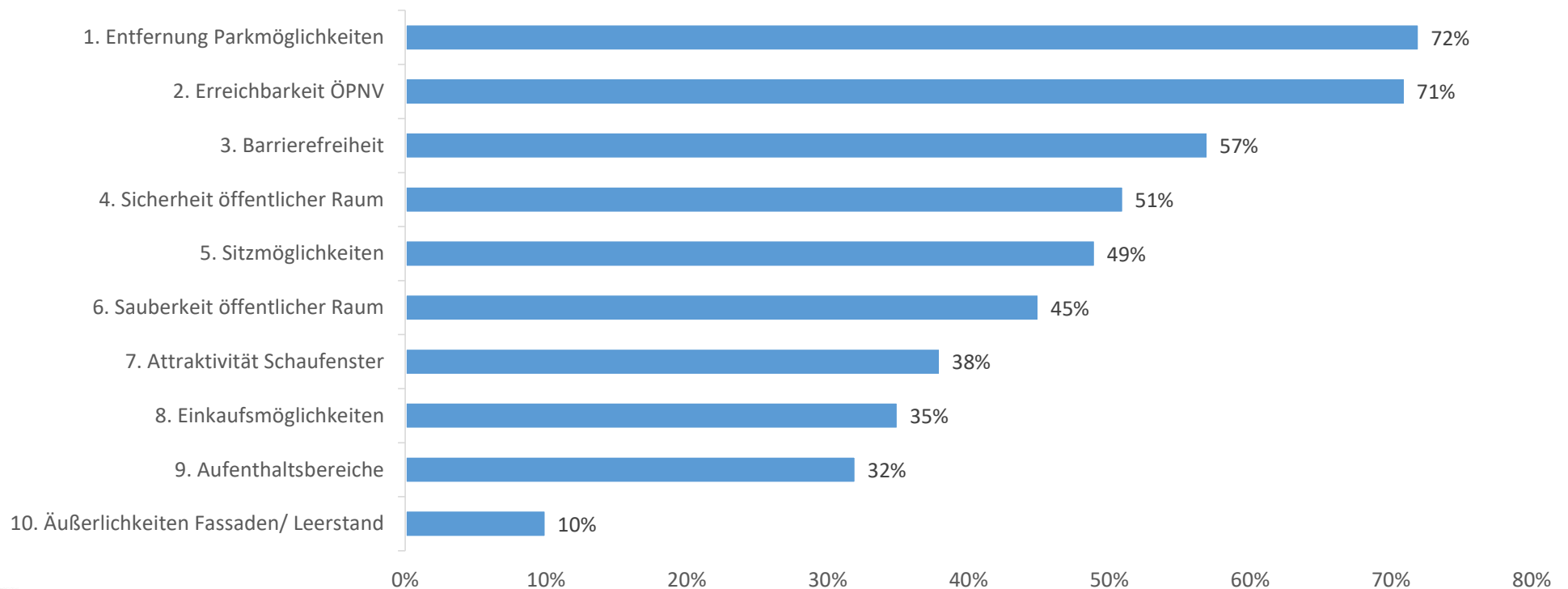
„Wohne nicht in Riesa. Ich bin hier zum Arbeiten. Habe keine Lust alleine hier in irgendwelche Veranstaltungen zu gehen.“

„Die Innenstadt ist nicht attraktiv für Gäste - kein gutes Aushängeschild. In den Abendstunden fühlen wir uns in der Innenstadt nicht sicher.“

N=215 Teilnehmende / 56%

[B11] Wie zufrieden sind Sie mit den nachstehenden Punkten in Bezug auf die Innenstadt von Riesa? (Ranking nach „Sehr zufrieden / Zufrieden“)

→ *Top sind die Parkmöglichkeiten und der ÖPNV, mit Abstand am kritischsten die Sichtbarkeit von Leerstand.*



N=381 Teilnehmende

[B12] Was wünschen Sie sich für die Innenstadt von Riesa? (Offene Frage)

→ *Außerordentlich viel Input zu dieser Frage, bei der sich die Themen vermengen.*

*Gewünscht werden v.a. mehr attraktive Geschäfte, mehr Grün und mehr Sauberkeit.*

### O-Töne:

- |                                  |         |
|----------------------------------|---------|
| 1. Mehr Geschäfte/ attr. Angebot | (N=138) |
| 2. Mehr grüne Bereiche           | (N=42)  |
| 3. Mehr Sitzgelegenheiten/ Bänke | (N=40)  |
| 4. Mehr Sauberkeit/ Mülleimer    | (N=36)  |
| 5. Mehr Cafés & Restaurants      | (N=33)  |
| 6. Weniger Leerstand             | (N=18)  |
| 7. Weniger Döner/ Asia Shops     | (N=16)  |
| 7. Mehr Sicherheit               | (N=16)  |

„Attraktives Stadtbild in Kombination mit Wohlbefinden durch Grünflächen und Sauberkeit.“

„Ich wünsche mir eine Innenstadt in der ich mich sicher und wohl fühle. Sie soll grün sein mit schön blühenden Blumenbeeten. Es müsste Bänke für ältere Menschen geben + Toiletten.“

„Das wir Jugendlichen auch mal irgendwo sitzen können ohne ständig angehalten oder kontrolliert zu werden in Riesa gibt es so gut wie gar nix wo wir uns treffen können.“

„Drogenhandel bzw illegale Produktion von Shisha Tabak in Shisha Bars eindämmen .Diese Bars schließen. Eiskaffee bzw Café fehlt, Läden wieder beleben.“

### 3. Zwischenfazit Innenstadt allgemein I

- Gefallen Innenstadt Kritisch: zwei Dritteln gefällt sie weniger gut bis gar nicht.
- Aspekte Innenstadt Zwei Drittel stört ruhender Verkehr und Durchgangsverkehr nicht.  
Kritisch: Spielgelegenheiten, Gastronomie, Ortsbild.
- Bevorzugter Aufenthaltsort Für knapp die Hälfte ist dies die Hauptstraße West.  
Kritisch: Hauptstraße Ost und Puschkin-Platz sind keine Aufenthaltsorte.  
Ein Drittel hat gar keinen Lieblingsort.
- Tätigkeiten Maximal ein Viertel kommen bis mehrmals pro Woche zum Arbeiten und Einkaufen.  
Kritisch: sehr geringe Frequenz v.a. für Geselligkeit.
- Genutzte Verkehrsmittel Etwa die Hälfte nutzt das Auto oder geht zu Fuß.  
Kritisch: sehr geringe Nutzung von E-Mobilität und ÖPNV.
- Aufenthaltsdauer Drei Viertel halten sich bis maximal 2 Stunden auf.
- Anzahl Ziele Nahezu alle haben bis maximal 2-4 Ziele.
- Anlässe Man geht vorzugsweise am Nachmittag, zum Eis essen und Einkaufen in die Innenstadt.



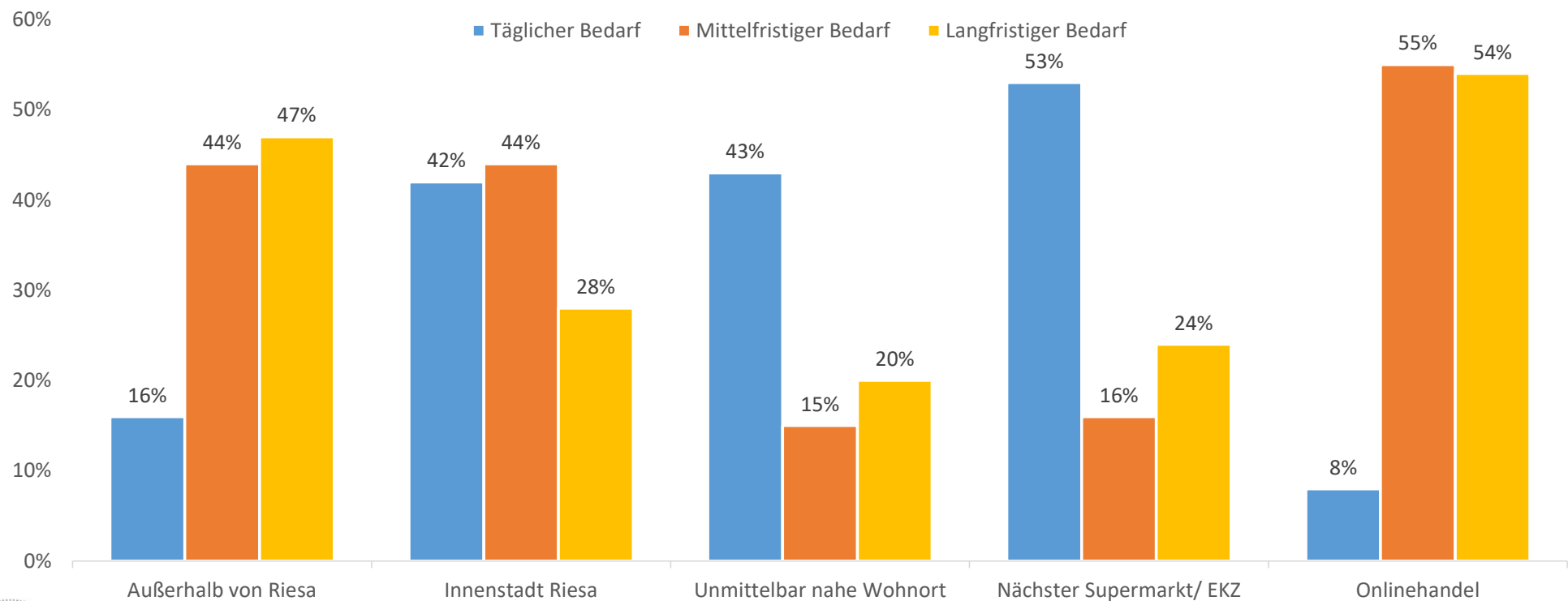
### 3. Zwischenfazit Innenstadt allgemein II

- Nutzungshäufigkeit  
Öffentliche Plätze und Grünanlagen werden relativ einheitlich zwischen 1x pro Woche bis nie genutzt.
- Nutzung Freizeitangebote  
Insgesamt geringe Nutzung in Riesa unter der Woche, dann vorrangig Fitness-Studio und Stadtbibliothek.
- Co-Nutzung Angebote  
Insgesamt geringe Verbindung, am ehesten noch mit dem Filmpalast und dem Tierpark. Gründe für die geringe Nutzung sind mangelnde Attraktivität und Angebot der Innenstadt.
- Aspekte der Zufriedenheit  
Sehr zufrieden ist man mit den Parkmöglichkeiten und der Erreichbarkeit des ÖPNV (trotz eher geringer Nutzung).  
Sehr kritisch: Die Fassaden bzw. der Leerstand.
- Wünsche für die Innenstadt  
Vorrangig werden hier mehr attraktive Geschäfte, mehr Grün und mehr Sauberkeit gewünscht.

## 4. Programmziele

[Z1.1] Wo kaufen Sie folgende Güter regelmäßig ein?

→ Güter des täglichen Bedarfs werden vorrangig im nächsten Supermarkt gekauft, mittel- und langfristiger Bedarf leicht vorrangig im Onlinehandel gekauft. Innenstadt und Einkäufe außerhalb von Riesa werden jedoch auch häufig genutzt.



[Z1.2] Für welche konkreten Angebote/Anbieter fahren Sie regelmäßig in eine andere Stadt/ einen anderen Stadtteil, weil diese in der Innenstadt Riesa nicht zu bekommen sind. (Offene Frage)

→ *Gewünscht werden v.a. mehr Bekleidungs- und Möbelangebote.*

O-Töne:

- |                       |         |
|-----------------------|---------|
| 1. Bekleidung/ Schuhe | (N=144) |
| 2. Möbel              | (N=51)  |
| 3. Baumarkt           | (N=22)  |
| 4. Spielzeug          | (N=10)  |
| 5. Elektrobedarf      | (N=9)   |
| 6. Gartenbedarf       | (N=8)   |
| 7. Ernsting's Family  | (N=8)   |
| 8. H&M                | (N=7)   |

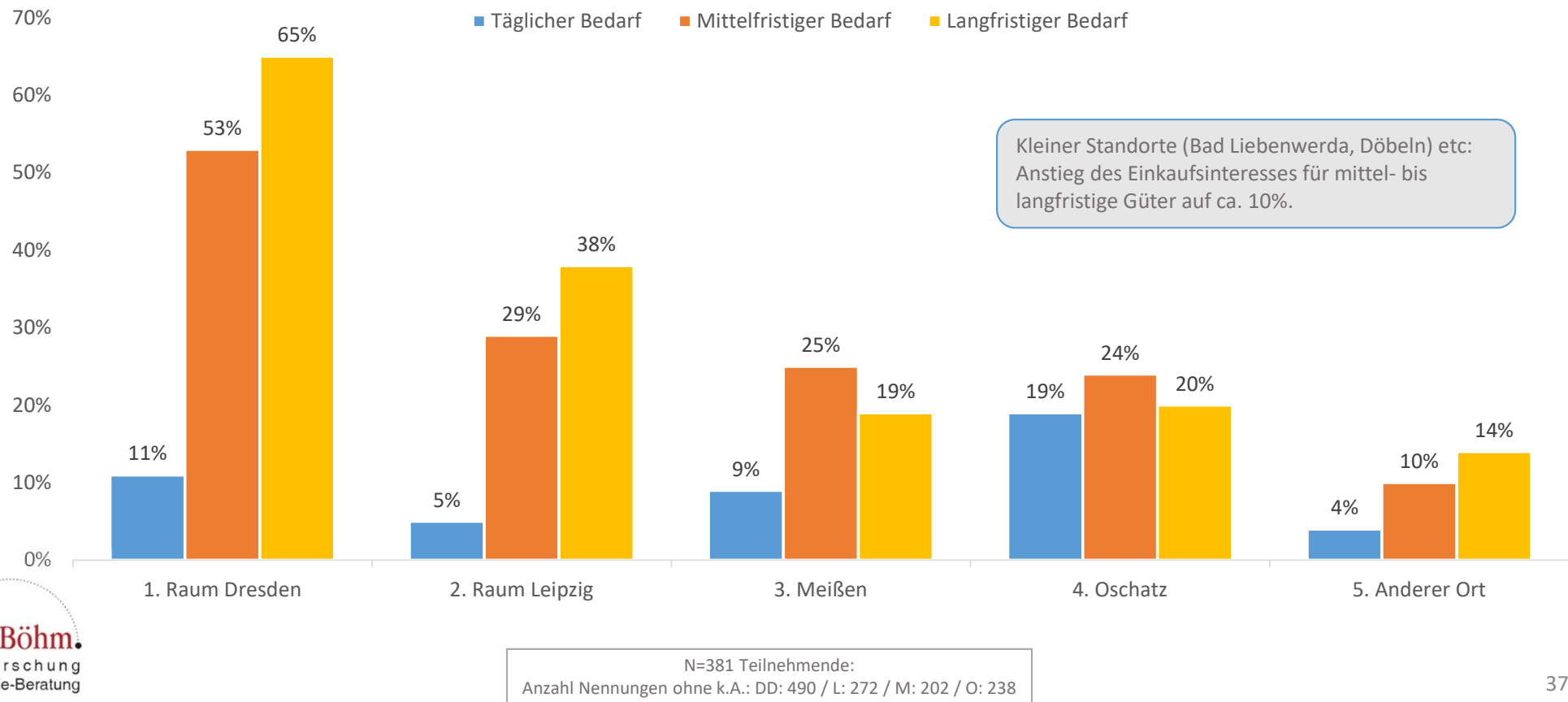
„Ich arbeite seit vielen Jahren in Oschatz. Obwohl es kleiner als Riesa ist, gibt es dort ganz viele kleine Geschäfte. Für Bekleidung fahre ich lieber nach Meißen zum Einkaufen.“

„möbel boss zeithain, möbelparadies ist zu teuer.“

„Bekleidung für Erwachsene ebenso für Kinder. Einen richtigen Schuster. Das ist doch alles keine Qualität mehr das andere.“

„Wohne in Leipzig und beobachte das Sterben der Heimat nur.“

[Z1.3] Wie weit entfernen Sie sich darüber hinaus von Ihrem Wohnort, um nachstehende Güter einzukaufen? (Top 5, Ranking nach mittelfristigem Bedarf, Mehrfachnennungen)  
 → Für Güter des mittel- und langfristigen Bedarfs fährt man v.a. nach Dresden.



[Z2.1] Welche Angebote/ Anbieter fehlen Ihnen in der Innenstadt Riesa und würden Sie sich vor Ort wünschen) (Offene Frage)

→ Ähnliche Ergebnisse wie in der Vorfrage Z 1.2.

*Es fehlt an Gastronomie (v.a. Eisdielen) und Bekleidungsangeboten.*

O-Töne:

1. Gastronomie jeglicher Art (N=104)
2. Bekleidung/ Schuhe (N=88)
3. Spielwaren (N=34)
4. H&M (N=26)
5. Ernsting's Family (N=13)

„Bars und Cafés. Klamottengeschäfte für die junge Generation.“

„Bekleidung, auch für Kinder, Schuhe, Deko, Haushaltswaren, Cafés, besondere Lebensmittel, Wein, Geschenke, Tabakwaren... aber bitte ansprechend!“

Da ja größere Anbieter ja schon im Riesa Park und der Elbgalerie da sind, sollte man die Hauptstraße zweiteilen, in einen Einkaufsbereich und einen kulturellen und Gastronomischen Bereich.

„Da der Zug abgefahren ist, die Innenstadt zu retten und alles soweit online auch bestellbar und lieferbar ist, gibt es auch keine Heilmittel zur Stadterrettung.“

[Z2.2] Fallen Ihnen Leerstandskonzepte aus anderen Städten ein? (Offene Frage)

→ Hier gibt es deutlich weniger Antworten. Vorschläge kommen v.a. in Richtung Pop-Up-Stores. An Städten wird konkret, wenn auch in geringem Umfang Meißen genannt.

O-Töne:

- |                       |        |
|-----------------------|--------|
| 1. Nein               | (N=36) |
| 2. Pop-Up-Stores      | (N=11) |
| 3. Raum für Start-Ups | (N=5)  |
| 4. Meißen             | (N=5)  |

„Nein, bin nur Konsument, kein Innenstadtmanager.“

„Pop-Up Stores, kostenfreie Vermietung von Flächen an Start-Ups bzw. kleine Gewerbetreibende mit wenig Eigenkapital.“

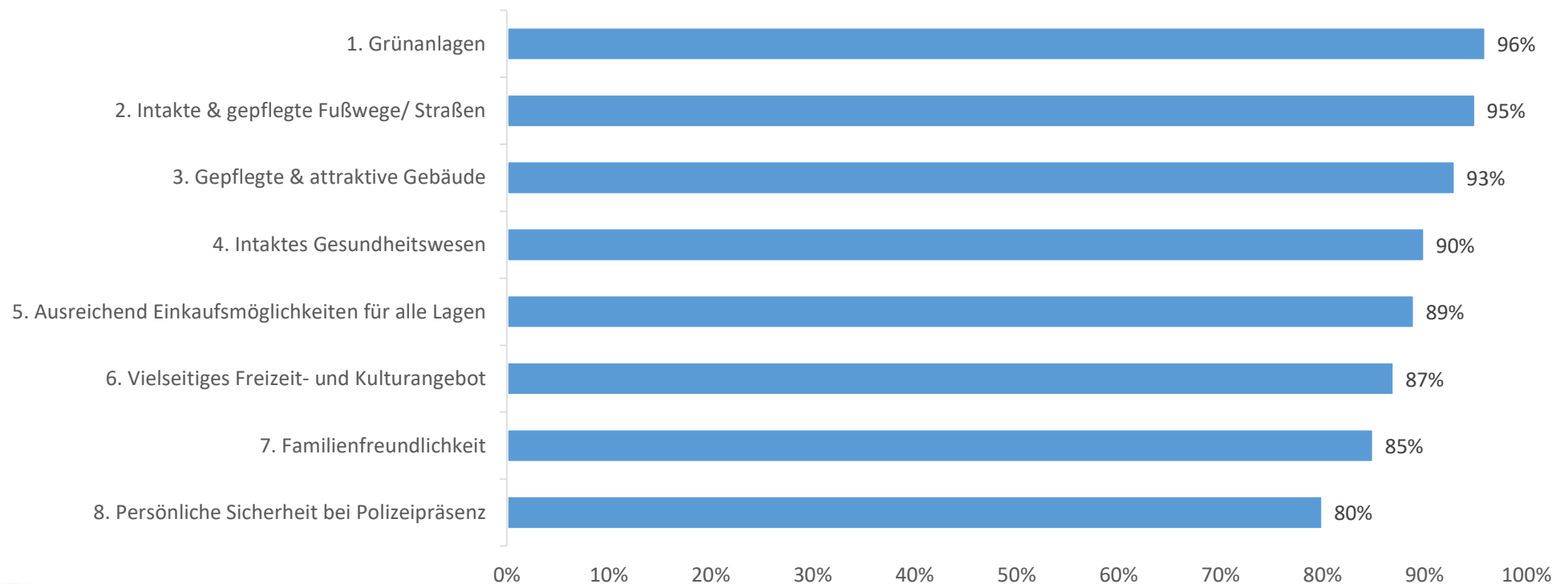
„Die Hauptstrasse ist zu lang. Öffnen für den Durchgangsverkehr...“

„Meißen hat es Neueinsteigern sehr leicht gemacht. Ketten machen wenig Sinn. Individuelle Unternehmer direkt ansprechen. Wettbewerbsvorteile zu anderen Städten schaffen. Keine Gebühren für Außenflächen.“

N=149 Teilnehmende / 39%

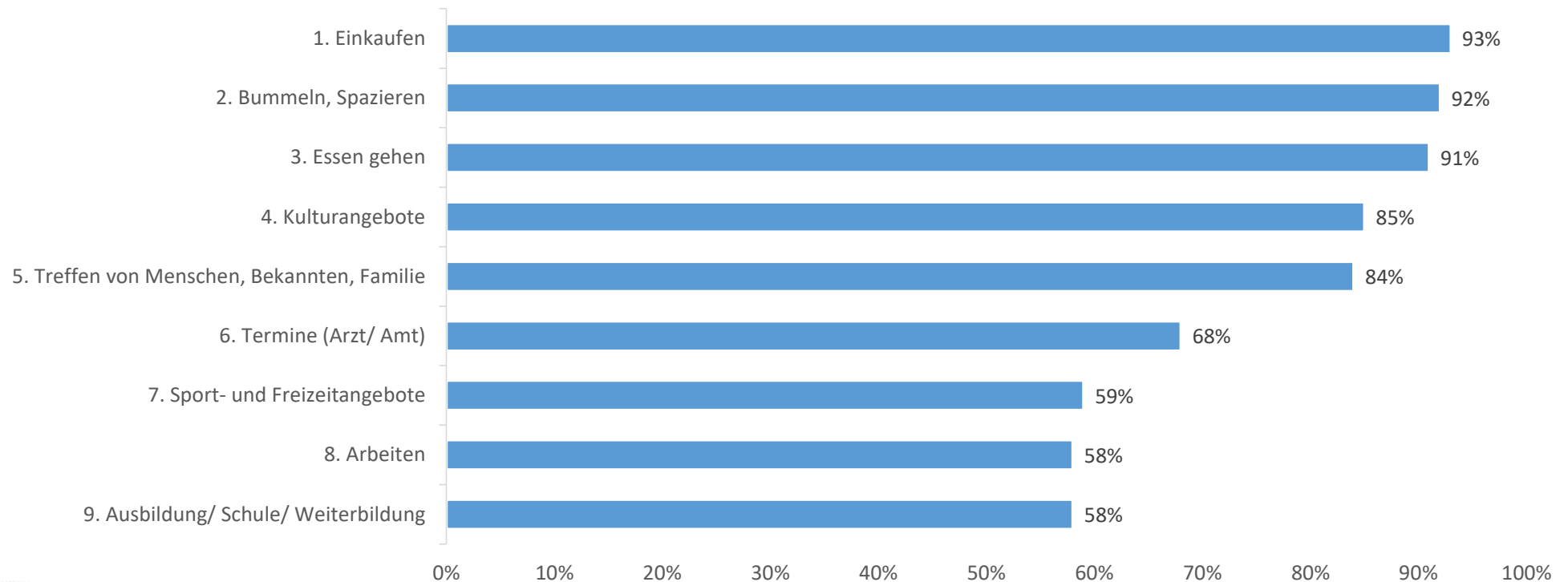
[Z3.1] An welchen Punkten sollte in der Innenstadt Riesa gearbeitet werden, damit Ihre persönlich erwünschte Lebensqualität erhalten oder sogar gesteigert wird?  
 (Ranking nach Top 2 = Sehr wichtig / Wichtig, Mehrfachnennungen)

→ *Einheitlich sehr hoher Bedarf von funktionalen bis persönlichen Aspekten.*



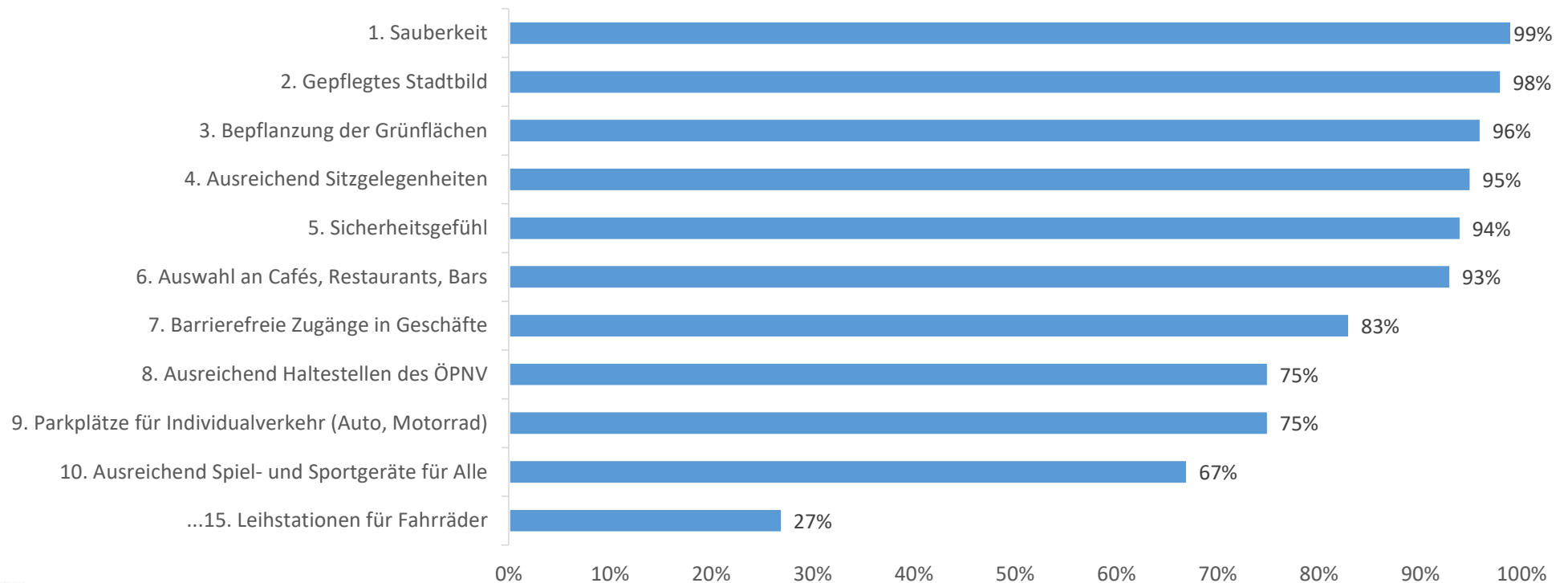


[Z3.2] Wie wichtig ist Ihnen die Aufenthaltsqualität in einer Innenstadt im Allgemeinen für folgende Tätigkeiten? (Ranking nach Top 2 = Sehr wichtig / Wichtig)  
 → *Einkaufen, bummeln und Essen gehen haben für nahezu alle Top-Priorität.*



[Z3.3] Welche Eigenschaften sind für eine Innenstadt als Aufenthaltsort im Allgemeinen wichtig? (Ranking nach Top 2 = Sehr wichtig / Wichtig)

→ *Sauber, gepflegt und grün soll es sein. Man möchte sitzen können und sich sicher fühlen bei großer Auswahl an Gastronomie.*



[Z3.4] Welche Dinge würden Sie sich in Bezug auf die oben genannten Punkte zur Aufenthaltsqualität und Lebensqualität zusätzlich wünschen? (Offene Frage)

→ Auch hier liegt nach Anzahl der Nennungen mehr auch bessere Gastronomie weit vorne.

### O-Töne:

1. Mehr/ bessere Gastronomie (N=27)
2. Sauberkeit (N=12)
3. Mehr grün (N=7)
4. Sicherheit (N=7)

„In meinem Freundeskreis(6 Ehepaare) hatten wir insgesamt 11 Kinder ,die in Riesa geboren wurden! Wieviele davon sind noch hier?Richtig ;keins!!Und es will auch keins zurück!!!“

„Sauberkeit (Müll, Unkraut auf Gehwegen, Hundekot, Verunreinigungen durch Vandalismus) Sanierung von Straßen, Fußwegen und Fassaden.“

„grüne blühende Inseln, Bäume gehören in die Erde statt in Kübeln die die Schaufenster versperren.“

„Ordentliches Verhalten der Menschen in der ÖFFENTLICHKEIT. Verstöße ahnden.“

[Z4.1] Sind Ihnen Neugründungen in der Innenstadt bekannt? Wenn ja, welche?  
(Offene Frage)

→ Die Mehrzahl beantwortet die Frage mit einem klaren „Nein“. Wenig explizite Nennungen. Die Asia-Gastronomie wird allgemein eher kritisch gesehen.

#### O-Töne:

- |                       |         |
|-----------------------|---------|
| 1. Nein               | (N=106) |
| 2. Asia-Gastronomie   | (N=14)  |
| 3. Stoffladen Nadelay | (N=9)   |
| 4. Fotostudio         | (N=6)   |

„Was ist mit 'Neugründungen' gemeint? Geschäftseröffnungen? Wie lifeplus bei ehemals Ernstings? Der Arabische Lebensmittelhandel bei ehem. Zoo-Quinzie? Der neue Dönerwagen daneben?“

„Asia Restaurant vor dem Rathausplatz und Aljazeera Markt. China Imbiss und ein neuer Ramschladen.“

„Nadelay (wurde jetzt wieder umbenannt mit neuer Besitzerin)“

„Fotostudio im ehemaligen Haase-Bekleidungshaus.“

[Z4.2] Sind Ihnen Wegzüge oder Geschäftsaufgaben von Anbietern und Dienstleistern aus der Innenstadt bekannt? Wenn ja, welche? (Offene Frage)

→ *Ernsting's Family, Tchibo und das Modehaus Rühle sind sehr präsent als Abgänge.*

O-Töne:

- |                      |        |
|----------------------|--------|
| 1. Ernsting's Family | (N=77) |
| 2. Tchibo            | (N=58) |
| 3. Nein              | (N=36) |
| 4. Modehaus Rühle    | (N=34) |
| 5. Post              | (N=30) |
| 6. Ja                | (N=25) |
| 7. Indigo            | (N=18) |
| 8. Zauberwald        | (N=17) |

„Ernsting's Family, diverse Modegeschäfte, Schuhmode Eberhard, Indigo, Modehaus Haase, Tiergeschäft.“

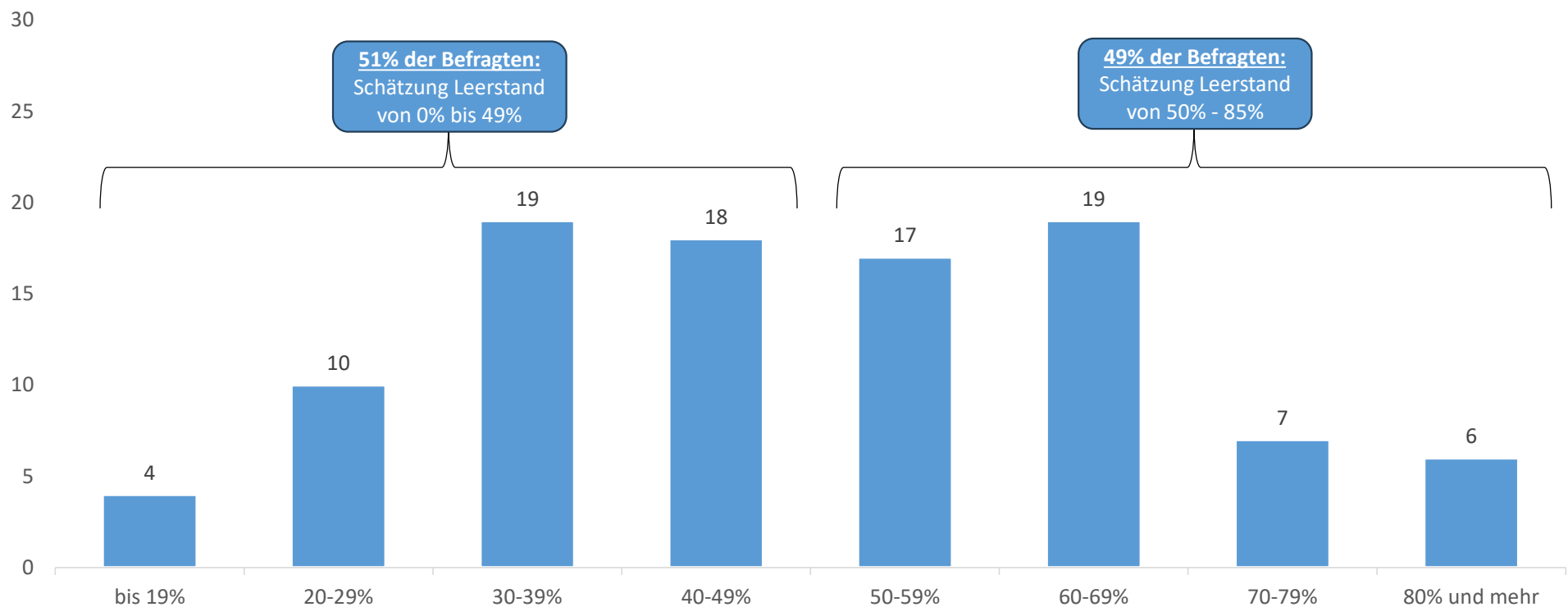
„Nein Die gehäuften Schließungen vom Riesapark jedoch schon. Bitte mehr auf diesen Fokussieren, ist für viele Riesaer das Einkaufsziel. (Angenehmeres Einkaufen).“

„Die schließung von Zoo Quincy, sehr schade, der traditionszoohandel der Innenstadt nun ein weiterer Leerstand...“

„Natürlich, aber das weiß die Stadtverwaltung doch am Besten !“

[Z4.3] Wie hoch schätzen Sie den gegenwärtigen Leerstand auf der Hauptstraße  
(Rathausplatz bis Alexander-Puschkin-Platz) in % ein? (offene Frage)

→ *Höchste Beteiligung bei allen offenen Fragen mit 76%. Die Hälfte nimmt an, dass der Leerstand auf der Hauptstraße bis zu 49% beträgt, die andere Hälfte von 50% bis 85%.*



[Z.4.6] Haben Sie weitere Anmerkungen oder Ideen zum Leerstandsmanagement in der Innenstadt Riesa? (Offene Frage)

→ Die Umnutzung v.a. der Hauptstraße (Ost) in günstigen Wohnraum wird priorisiert.

### O-Töne:

1. Umnutzung in Wohnraum (N=21)
2. Hauptstraße (N=9)
3. Nein (N=8)
4. Parkmöglichkeiten (N=5)

„Nicht krampfhaft versuchen, jedes Geschäft zu beleben, sondern die Standorte der Geschäfte konzentrieren und den Rest der Hauptstraße umnutzen. (Wohnraum, Büroeinheiten, etc.).“

„Lange Leerstehende Gebäude vielleicht in Wohneinheiten umbauen.“

Die Hauptstraße ist nur für die Nutzung für den Verkauf zu lang , Nutzung als Wohnungen auch für Familien, und Senioren, Pensionen für Touristen ( mit Fahrrad etc),

„Fußgänger Zone von Niederlage Str. bis zum Rathausplatz sollte wieder befahrbar sein, max. 30Kmh. Übergröße Sitzbänke wieder abbauen und kostenlose Parkplätze anbieten.“

## 4. Zwischenfazit Programmziele I

- **Einkaufsorte für Bedarfe** Güter des täglichen Bedarfs werden vorrangig im nächsten Supermarkt gekauft. Mittel- und langfristiger Bedarf wird leicht vorrangig im Onlinehandel gekauft, die Innenstadt und Orte außerhalb von Riesa jedoch auch häufig genutzt.  
Vor allem für Bekleidung, Schuhe und Möbel fährt man in andere Städte oder Stadtteile. In der Innenstadt fehlen v.a. Gastronomie jeglicher Art sowie Bekleidung und Schuhe.
- **Einkaufsentfernungen** Für Güter des mittel- und langfristigen Bedarfs fährt man darüber hinaus v.a. nach Dresden.
- **Leerstandskonzepte** Diese sind aus anderen Städten kaum bekannt.
- **Lebensqualität** Insgesamt sehr hohes Anforderungsniveau, wobei Grünanlagen, intakte Straßen und gepflegte Gebäude von allen erwartet werden.
- **Aufenthaltsqualität** Allgemein ist der Dreiklang von Einkaufen, bummeln und Essen gehen für alle am wichtigsten.



## 4. Zwischenfazit Programmziele II

- Ideale Eigenschaften      Allgemein eine Vielzahl an Anforderungen mit einheitlich hoher Priorität wie v.a. Sauberkeit, gepflegtes Stadtbild und Grünanlagen.
- Qualitative Wünsche      Hier wird erneut mehr und bessere Gastronomie gewünscht sowie mehr Sauberkeit.
- Neugründungen              Diese sind im Grunde kaum bekannt, allenfalls Asia-Gastronomie und Nadelay.
- Geschäftsaufgaben        Hier werden eine Vielzahl an Filialisten und Einzelgeschäften genannt, v.a. Ernsting's Family, Tchibo und das Modehaus Rühle.
- Leerstandsquote            Die offene Frage mit der höchsten Beteiligung (76%). Hohe Bandbreite an Annahmen, v.a. zwischen 30% - 70%, was den Leerstand auf der Hauptstraße betrifft.
- Letzte Anmerkungen        Die Teilnehmenden empfehlen zum Leerstandsmanagement die Umnutzung der Hauptstraße (Ost) in günstigen Wohnraum.

## 5. Gesamtfazit

### 1. Kritische Punkte:

- Die Innenstadt von Riesa gefällt weit überwiegend eher nicht.
- Konkret gefallen das Ortsbild nicht und die Auswahl an guter Gastronomie.
- Vermisst werden ein attraktives Angebot an Bekleidung, Schuhen und Möbel. Dieser Bedarf wird daher eher außerhalb gedeckt.
- Hauptstraße Ost und Alexander-Puschkin-Platz sind keine Aufenthaltsorte.
- Das äußere Erscheinungsbild der Fassaden und der sichtbare Leerstand missfallen akut.
- Der Abgang von zahlreichen Geschäften mit einzelhandelsrelevanten Angeboten fällt mehrheitlich auf.
- Die Leerstandsquote in der Hauptstraße wird als sehr hoch eingeschätzt.

### 2. Positive Punkte:

- Die Mehrzahl der Teilnehmenden sind Einwohner mit Interesse an ihrer Stadt.
- 95% nutzen die Innenstadt zum Einkaufen (trotz Kritik am mangelhaften Angebot).
- Die Verbundenheit mit Innenstadt, Riesa, Sachsen und Deutschland ist solide bis stark ausgeprägt.
- Parkmöglichkeiten und Erreichbarkeit mit dem ÖPNV werden geschätzt, wenn auch gering genutzt (ÖPNV).

## 6. Key Learnings & Handlungsempfehlungen

- Die rege Teilnahme und v.a. die ausführlichen Anmerkungen in den offenen Nennungen zeugen von hohem Involvement mit der Thematik Innenstadt und Leerstand. Dieses Involvement lässt sich für Folgeaktivitäten gut nutzen. An Kritik wird allerdings auch nicht gespart. Diese gilt es ernst zu nehmen.
- Kernanforderungen an die Innenstadt von Riesa:
  - Ein qualitativ ansprechendes Angebot an Gastronomie (Cafés, Restaurants, Eisdielen), weniger Dönerläden und Asia-Shops.
  - Ein qualitativ ansprechendes Angebot an Bekleidung und Schuhen
- Die Befragungsteilnehmer unterscheiden auch zwischen Qualität und Quantität. Weniger ist insofern manchmal mehr.
- Best Practise: hier werden oftmals Meißen oder Oschatz genannt als Städte in vergleichbarer Größenordnung.
- Für den Straßenabschnitt Hauptstraße Ost ist eine grundsätzlich andere Nutzung denkbar – z.B. Umnutzung in günstigen Wohnraum. Es ist Klarheit in der Außenkommunikation zur Höhe der Leerstandsquote zu schaffen.
- Kurzgesagt:

Die befragten Bürgerinnen und Bürger wollen ein gepflegtes, sauberes und grünes Innenstadtbild, bei dem die Proportionen stimmen. Sie möchten bequem sitzen können und sich sicher fühlen sowie eine gute Auswahl an solider Gastronomie und Geschäften vorfinden.

Herzlichen Dank und weiterhin viel Erfolg!



Telefon 0341 550 28 66  
Mobil 0157 574 81462  
Email [s.boehm@boehm-marktforschung.de](mailto:s.boehm@boehm-marktforschung.de)  
Website [www.boehm-marktforschung.de](http://www.boehm-marktforschung.de)

Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!

Innenstadtmanagerin Anja Dietel

KONTAKTBÜRO INNENSTADT

Hauptstraße 37 | 01589 Riesa

Tel. + 49 (0) 3525 65 70 338

Mobil + 49 (0) 0173 71 99 221

