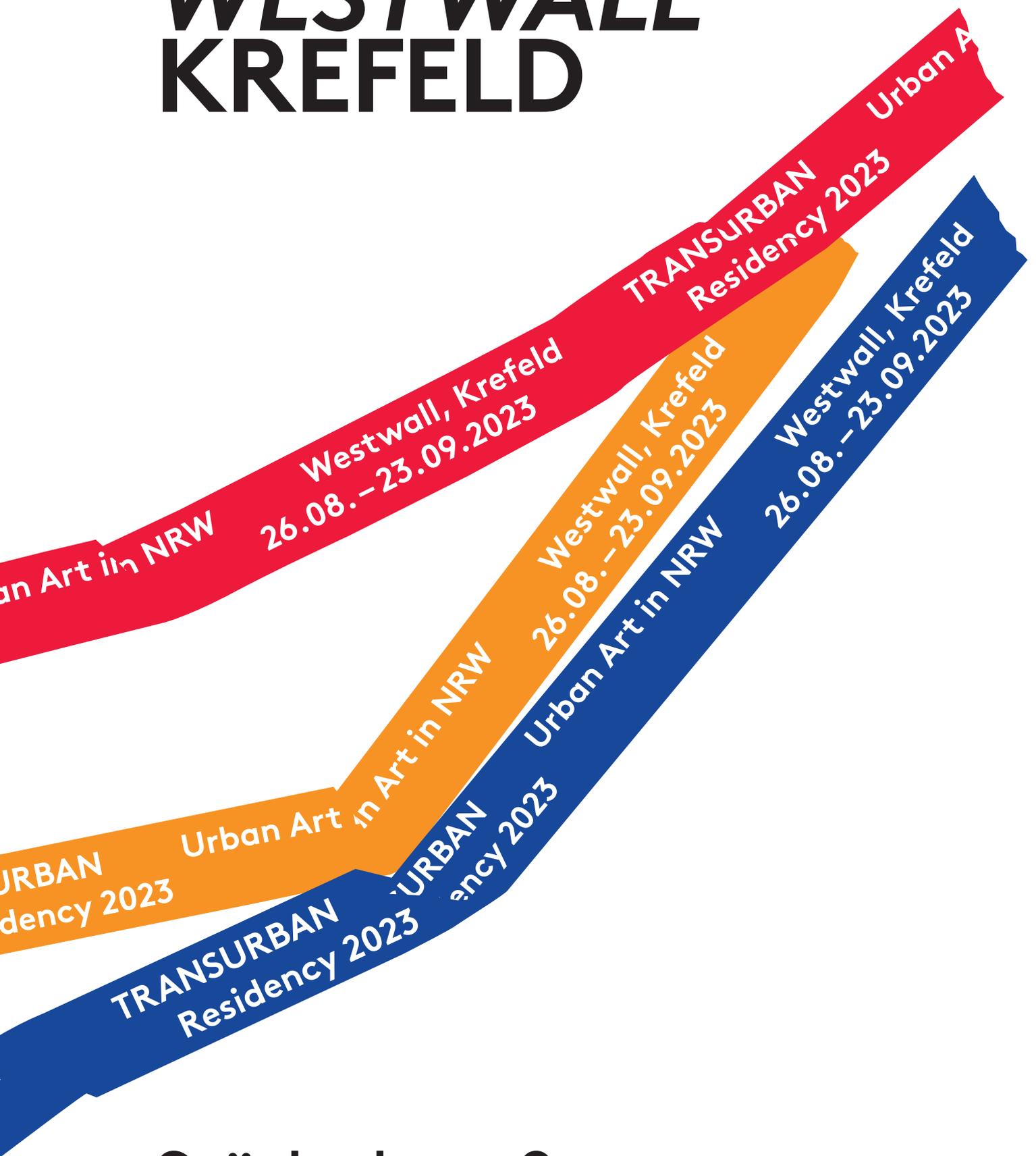


# WESTWALL KREFELD



Städtebau 2

—

SoSe 2023  
FH Aachen

# TRANSFORMATION AM WESTWALL

## „DIE UMFRAGE“

Am 05.05.2023 besuchten wir, Architekturstudent\*innen von der FH Aachen des 4. Semesters, den Westwall in Krefeld. In Kooperation mit den Artisten und Artistinnen der TRANSURBAN-Residency und dem ortsansässigen Freischwimmer e.V. führten wir eine Studie durch. Inhalt der Studie ist es unter anderem den vorhandenen Parkplatz kritisch zu betrachten, sowie weitere Potenziale für den Ort zu erkennen. Die gesammelten Informationen dienen als erster Impuls für mögliche Umgestaltungsmaßnahmen des Ortes. Ziel der Aktion ist es, den Westwall auf seine vorhandenen Qualitäten zu untersuchen und die Bedürfnisse der Nutzer\*innen (Anwohner\*innen, Parkende, Besucher\*innen) zu erfahren, um gemeinsam geeignete Ideen zu verwirklichen. Die Studierenden waren einen Tag vor Ort. Vormittags hielten wir uns auf dem temporären Wochenmarkt auf, welcher dort zweimal die Woche stattfindet. Es gab insgesamt vier unterschiedliche Forschungsteams. Wir beschäftigten uns zu fünft mit der Umfrage. Das Team entwickelte im Voraus spezifische Fragen, welche vor Ort sowohl digital als auch analog mittels ... Interviews mit den Passanten beantwortet werden konnten. Ebenso wurden Plakate und Flyer mit einem QR-Code verteilt. Diese ermöglichten auch nach unserem Besuch, bis zum 26.05.2023 eine weitere Teilnahme an der Umfrage. Insgesamt gab es 48 Teilnehmende. Viele Befragte schätzen am Westwall den Wochenmarkt.

Es stellt sich ein Wunsch nach mehr Gastronomie, mehr Gesellschaft und mehr Grün heraus. Es wird sich eine höhere Aufenthaltsqualität mit mehr Bäumen gewünscht. Ebenso sehen die Befragten eine Sanierung der Gebäude als erstrebenswert. Diese Wünsche basieren auf den vorherrschenden Konflikten, welche auch bei einem kurzen Besuch bereits ersichtlich waren, und welchen man durch Verbesserungen wie diese entgegenwirken kann. Die Rede ist von Drogenkonsum, der ausgeübten Gewalt und dem hinterlassenen Müll. Das zu hohe Verkehrsaufkommen sowie das Parken wird auch kritisch gesehen. Dies kann unter anderem daran liegen,

dass die meisten Anlieger\*Innen von den Parkmöglichkeiten keinen Gebrauch nehmen. Die Hauptnutzung der Parkfläche liegt bei dem Anwohner\*Innen, Gastro-Besucher\*Innen sowie Einkäufer\*Innen. Zu gleich sprechen gegen die Vorhandenen Parkplätze die bevorzugten Fortbewegungsmittel der Befragten: Die meisten bewegen sich mit dem Fahrrad und auch gerne zu Fuß durch Krefeld. Ein Sharing Angebot in Form von E-Scootern, Fahrrädern oder auch Car-sharing wird bisher nicht in Erwägung gezogen. Das kann allerdings auch am hohen Altersdurchschnitt der Befragten liegen. Einige benutzen den ÖPNV und ca. die Hälfte will nach wie vor nicht auf das eigene Auto verzichten. Ebenso ist wichtig zu erwähnen, dass sich viele Befragte auch nach einem Abendmarkt sehnen. Als Grund dafür wird die Berufstätigkeit angegeben, die es erschwert, mittags den Markt zu besuchen.

Des Weiteren wird sich mehr gastronomisches Angebot direkt auf dem Wochenmarkt gewünscht. Hierbei erkennt man die Lust nach mehr Aufenthaltsqualität auf dem Markt selbst sowie am gesamten Westwall. Grundlegend lässt sich ein hoher Stellenwert des Westwalls für die Befragten feststellen. Viele stufen ihn als stadtbildprägend ein. Es ist dennoch auffällig, dass einige am Westwall ungerne verweilen. Manche schätzen ihn auch als grüne Oase, wobei wir an dieser Stelle Handlungsbedarf sehen. Generell lässt sich zusammenfassen, dass die Befragten eine Wandlung in der aktuellen Nutzung vom Westwall als erstrebenswert ansehen: ein gesteigerter Bedarf an Gastronomie, eine bessere Aufenthaltsqualität und mehr Grünflächen rücken in den Fokus. Zudem werden sich mehr Stellplätze für Fahrräder gewünscht, was das Fahrrad als bevorzugtes Fortbewegungsmittel unterstützen würde. Weiterhin werden temporäre Nutzungen wie der Wochenmarkt (Abendmarkt), Straßenfeste etc. in der Zukunft bevorzugt. Auffallend wenig Bedarf ist für Einkaufsmöglichkeiten ersichtlich.

# UMFRAGE ZUM WESTWALL

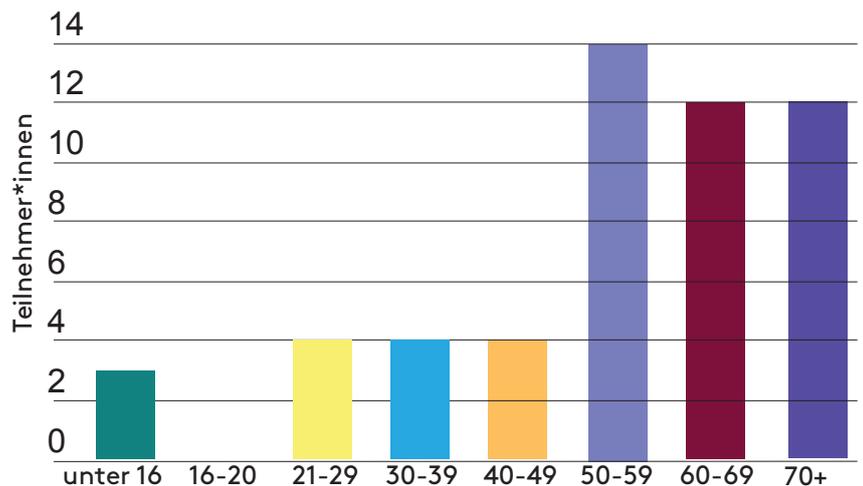
## 1. GESCHLECHT

Mit welchem Geschlecht identifizieren sie sich ?



## 2. ALTER

Wie Alt sind sie ?





## 6. PARKPLÄTZE

Sind Ihnen die Parkplätze am Westwall wichtig ?

Auf jeden Fall.  
Und sie sollten für alle nutzbar sein.

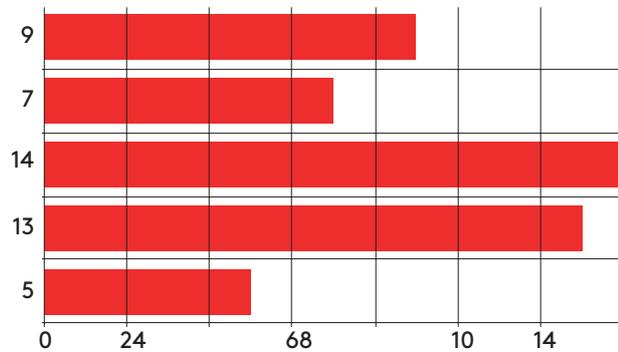
Die Parkplätze sollten  
nur für Anwohner\*innen nutzbar sein.

Die Parkplätze sind mir egal.

Der Westwall sollte nicht zum Parken  
genutzt werden.

Sonstiges

- Weniger Autos wären schön,  
Ort zum Parken jedoch sinnvoll
- Der Westwall muss ein urbaner  
Lebensraum werden
- Die öffentlichen Parkplätze sollten nur  
noch für Anwohner zur Verfügung stehen



## 7. PARKGRUND

Warum parken Sie am Westwall ?

Ich wohne in der Nähe.

10,71%

Ich arbeite/studiere in der Nähe.

1,97%

Ich gehe in der Nähe zur Schule.

0%

Ich nutze die Gastronomie in der Nähe.

10,71%

Ich kaufe in der Nähe ein.

10,71%

Ich parke hier gar nicht.

58,92%

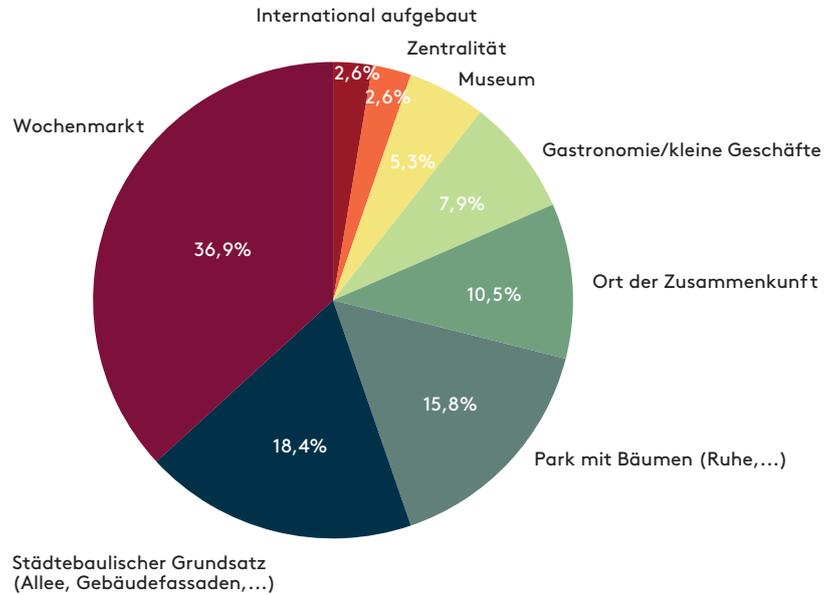
Sonstiges:

7,14%

- Ich parke ungern im Parkhaus.
- Ich parke selten auf dem Westwall.
- Ich muss nach Krefeld-Fischeln .
- Anwohner\*innen erhalten keine n  
Parkbewohnerausweis .

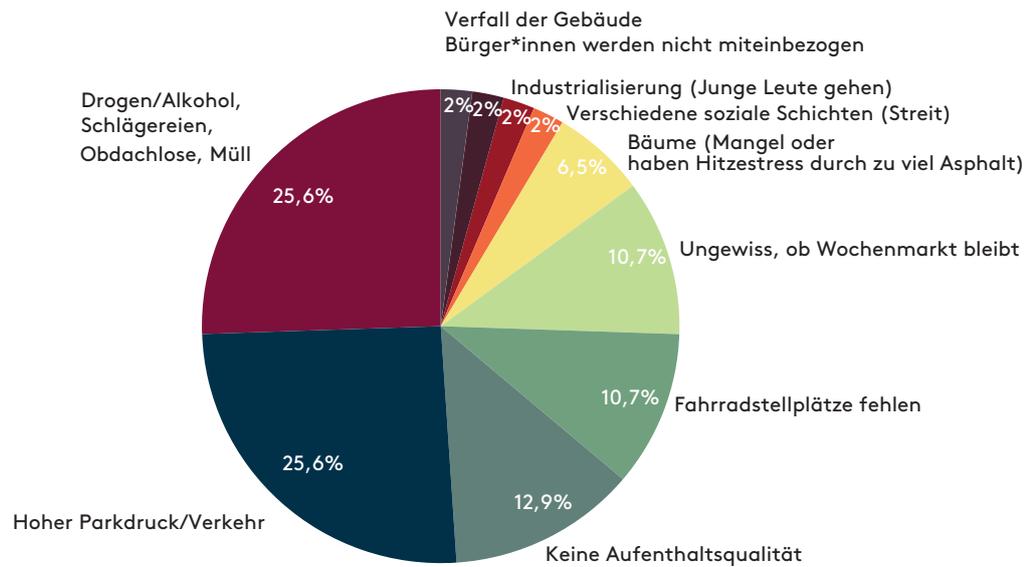
## 8. BESONDERHEITEN

Was kann der Westwall besonders gut ?



## 9. KONFLIKTE

Welche Konflikte gibt es am Westwall ?



## 10. WOCHENMARKT

Wie wichtig ist für Sie der Wochenmarkt am Westwall ?

Sehr wichtig



Wichtig.

Er sollte aber ein anderes Profil erhalten:

- Abendmarkt (andere Zeiten für Berufstätige) 5x
- Gastronomie/Bäckerei (Frühstückstreffpunkt) 2x
- Stände zusammenlegen/hinzufügen 2x
- Ganztägiger Markt (s. Carlsplatz Düsseldorf) 1x
- Keine Angabe 3x



Nicht so wichtig.

Ich würde für den Wochenmarkt auch woanders hinfahren.



Der Wochenmarkt ist mir egal.



Sonstiges

- Wichtig, aber Verlegung auf den Museumsplatz
- Leben und Miteinander auf dem Markt ist toll



## 11. Lebensumstände

Wie leben sie (zusammen) ?

Ca. 30%



Ca. 30%



Ca. 37%

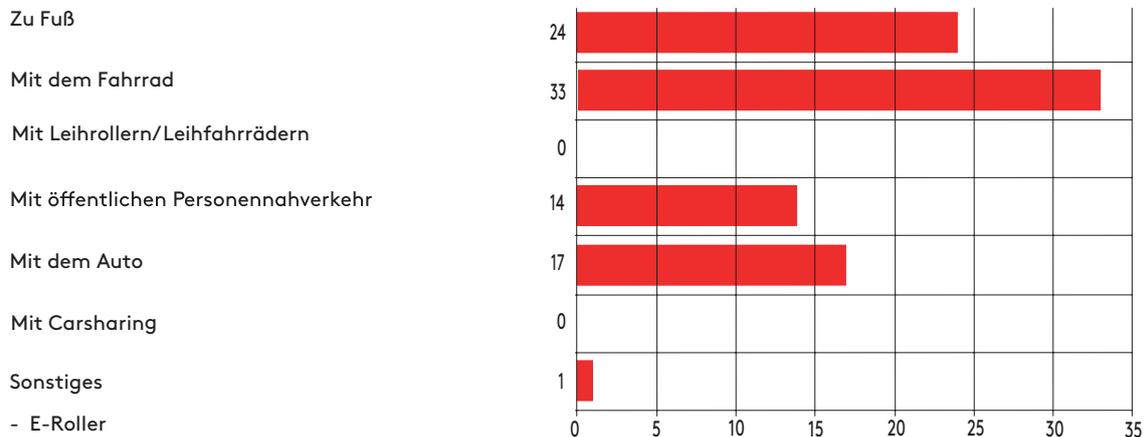


Ca. 3%



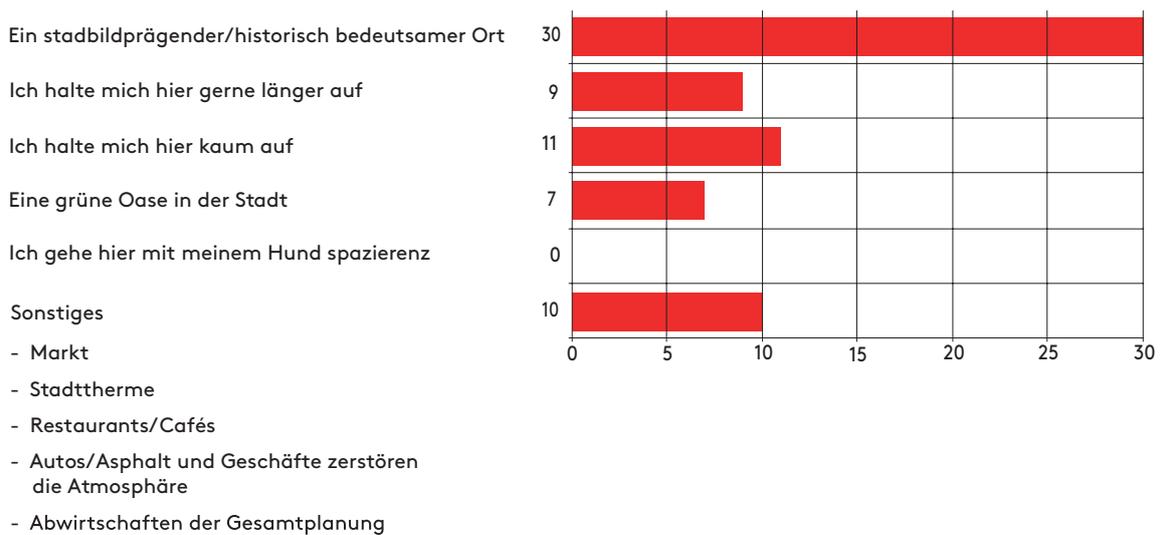
## 12. FORTBEWEGUNG

Wie bewegen Sie sich in Krefeld überwiegend fort ?



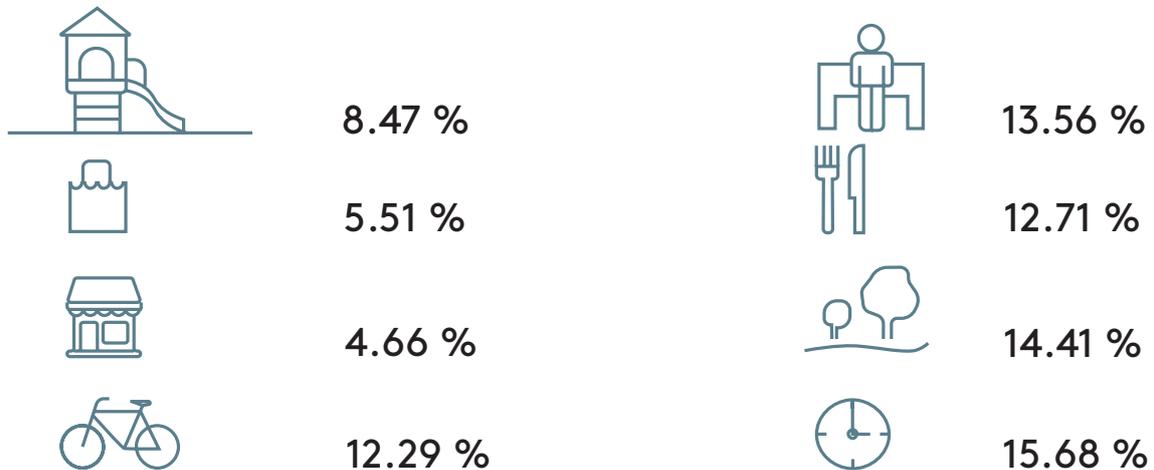
## 13. BEDEUTUNG

Welche Bedeutung hat für Sie der Westwall ?



## 14. NUTZUNGSMÖGLICHKEITEN

Was ist gewollt und gefordert ?



## 15. 2030

Wie sieht der ideale Westwall im Jahr 2030 aus ?

Verkehrsberuhigt      Parkplätze      Fahrradwege

Mehr Gastro

# Ort zum verweilen

Keine Parkplätze      Wasserinstallationen

# Grüner

Mehr Markt

## ERSTELLER

Katja Hense, Fabian Krzystek, Marleen Steilen, Clara Szchnetz, Philippe Kovacevic

# STATUS QUO WESTWALL

METHODIK,  
ERFAHRUNGEN,  
ERKENNTNISSE



# METHODIK

## „LAGEPLAN“

Dieser sollte uns dabei unterstützen, sodass negative als auch positive Stellen am Krefelder Ostwall auffindig zu machen und die allgemeine Haltung der Anwohner bzw. generell Anwesenden zu ermitteln.

Den Lageplan haben wir durch zwei Kartenausschnitte mit vereinfachten Skizzen dargestellt. Die beiden Ausschnitte waren in einem unterschiedlichen Maßstab bzw. markantere Gebäude wurden in diesen namentlich hervorgehoben, um es möglichst verständlich zu machen. Für das weitere Vorgehen besorgten wir Sticker in zwei verschiedenen Farben, welche dann die Befragten nutzten. Die Aufkleber

dienten dazu das Negative (in rot) bzw. Positive (in grün) auf dem Lageplan zu markieren. Zudem gaben wir den Teilnehmern auch noch die Möglichkeit, durch bereitgestellte Klebezettel ihre Markierungen durch Kommentare zu ergänzen.

Hierbei lag der Fokus auf ein schnelles, visuelles Bearbeiten und Auseinandersetzen mit dem Raum. Wir haben erwartet, dass sich die Leute bildlich mit den Karten besser im größeren Kontext zurechtfinden und dann eben gewertete Punkte bzw. Anmerkungen ausmachen könnten.

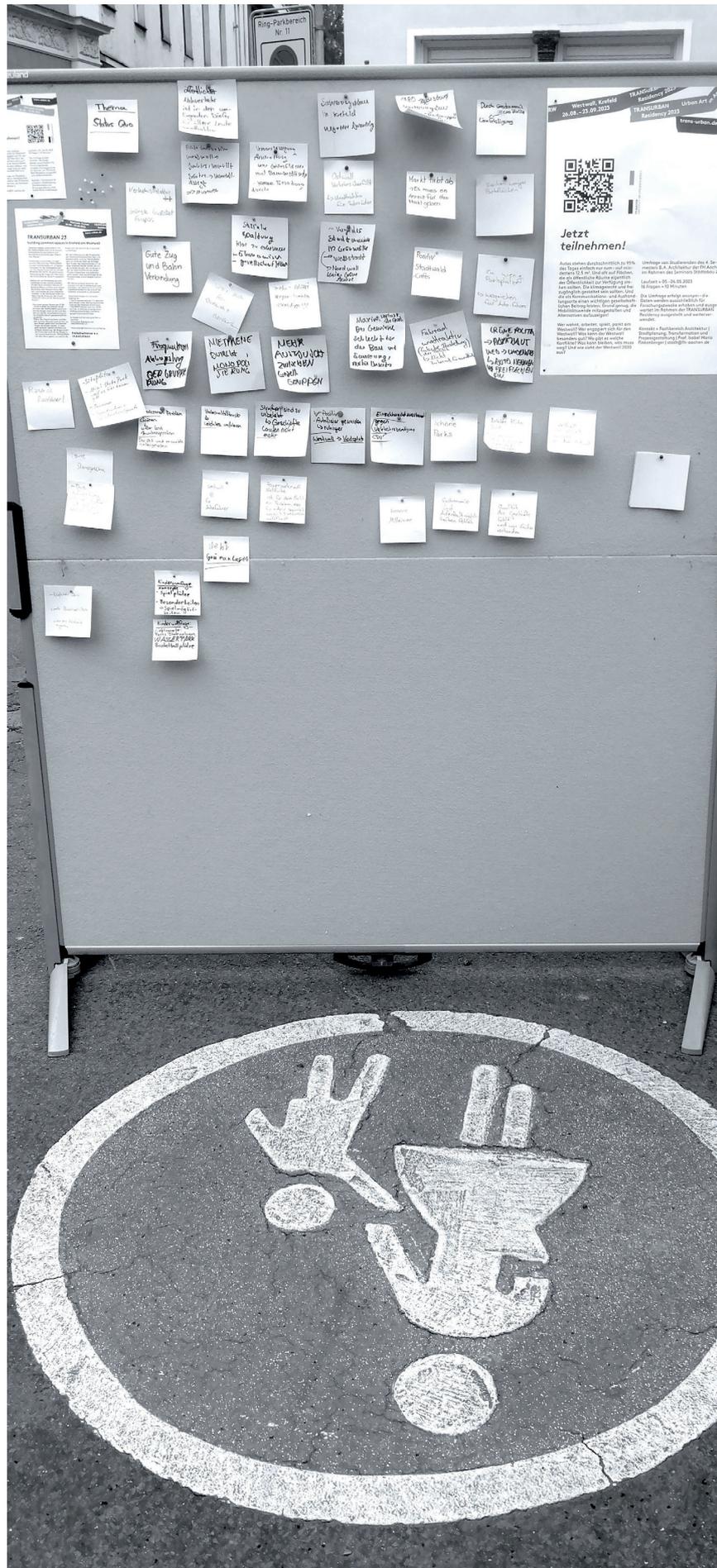


# METHODIK „BRIEFKÄSTEN“

Eine weitere von uns gewählte Methodik waren die „Liebes-Briefkästen an Krefeld“.

Unsere Idee war es, Briefkästen an unserem Stand zu setzen, in denen Passanten und Teilnehmer, die nicht viel Zeit hatten oder sich anonym am Workshop beteiligen wollten, kleine Briefe und Kommentare einwerfen konnten. Wir entschieden uns dafür die Briefkästen vor Ort zu basteln, um die Aufmerksamkeit und die Neugierde der Passanten auf uns zu ziehen.

Dafür besorgten wir Sprühdosen, Pizzakartons und kleine Zettel. Das Ziel dieser passiven Methode war es so viel Input wie möglich von den Passanten zu erhalten, die vielleicht nicht am interaktiven Gespräch teilnehmen wollten oder eitlich bedingt nicht konnten, sich aber trotzdem mitteilen wollten. Wir rechneten mit vielen und unterschiedlichen Meinungen und Kommentaren, die sich im Laufe des Tages durch das Aufstellen der Kästchen sammeln sollten.



# METHODIK

## „INTERVIEWS“

Die letzte Methode die wir nutzten waren Interviews, die wir an unserem Stand führten. Dabei befragten wir die Passanten thematisch zu den Umnutzungen/Umgestaltungen der verschiedenen Wälle Krefelds. Während des Interviews bzw. Gespräches mit den Passanten haben wir genannte Zitate, Anmerkungen sowie Schlüsselwörter, also Positives, Neutrales und Negatives zu Krefeld, auf Klebezettel notiert und an eine Pinnwand gehängt.

Die Interviews waren dafür gedacht, die Meinungen der Anwohner, Besucher bzw. sonstigen Leuten, die in Krefeld vor Ort waren, frei zu erfragen und zu dokumentieren.

Durch diese eher frei gestaltete Informationsbeschaffung, erhofften wir uns, das Interesse der Passanten für das Thema zu wecken, umfangreichere Meinungen erheben zu können und mit den Passanten, die sich zuvor am Lageplan geäußert haben, noch mehr reden zu können



# ERFAHRUNGEN

## METHODEN



### INTERVIEWS

Das Interview war ein wesentliches Element für den Austausch zwischen den Passanten und uns Studenten. Viele Passantensuchten ein Gespräch und somit haben wir tiefgründige Rückmeldungen zum Westwall erfahren.

Besonders hilfreich waren die längeren Interviews, die auch häufiger über eine halbe Stunde geführt wurden und damit vertiefende Rückmeldungen für die Auswertung erbracht haben. Aus diesem Grund konnten viele Gedankenzüge und Ideen zu Krefeld viel besser erklärt werden.

### PINNWAND

Besonders erfolgreich war die Pinnwand, die über den Tag immer wieder mit neuen Kommentaren, Schlüsselwörter und Gedanken zum Westwall befüllt wurde. Viele Passanten blieben stehen und haben sich die gesamten Notizen durchgelesen und mit neuen Anmerkungen erweitert. Zwischenzeitlich hatten sich einige Menschen an unseren Stand versammelt und zu diesem Zeitpunkt war die Pinnwand sehr effektiv, weil sie die Passanten über das Thema des Standes von uns Studenten schnell und übersichtlich aufgeklärt hat

### BRIEFKASTEN

Die auffällig gestalteten Pizzakartons wurden an besonders auffällige Stellen, wie z.B. den Ständen der verschiedenen Studentengruppen verteilt.

Nach der Auswertung der Inhalte war auffallend, dass die Teilnahme an den Briefkasten sehr gering, bis gar nicht vorhanden war.

# ERKENNTNISSE

## ERGEBNISSE METHODIK

Schlussfolgernd kann man sagen, dass die angenommenen Methoden auch durch das Gespräch eingeleitet werden mussten. Sowohl der Lageplan als auch die Pinnwand wurden nach einer gezielten Fragestellung von den Anwohnern genutzt. Nachdem die Befragten Markierungen und persönliche Meinungen auf den Karten positionierten, fiel uns jedoch auf, dass viele Aussagen nichts zu unserer Auswertung beitragen konnten. Die konkrete Nachfrage nach positiv und negativ wahrgenommenen Freiräumen half uns dabei die wechselseitige Beziehung

zwischen den vorhandenen Freiräumen besser zu verstehen. Die Briefkästen betitelt als „Liebesbriefe für Krefeld“ hingegen, wurden weitestgehend ignoriert. Stattdessen griffen die Anwohner auf die öffentlich einsehbare Pinnwand zurück, um ihren Gedanken freien Lauf zu lassen. Die persönlichen Gespräche hätten durch eine gezieltere Fragestellung mehr qualitative Ergebnisse erzielen können, da sich herausstellte, dass diese einen beachtlichen Teil der der Zeit in Anspruch nahmen.

Viele getätigte Aussagen der Passanten, drifteten so leider an der Fragestellung ab, oder vertraten sexistische, rassistische, homophobe oder anders intolerante sowie obszöne Ansichten. Zudem stellt sich die Frage, wie repräsentativ diese Ergebnisse tatsächlich sind, da nur eine geringe Besucheranzahl sich auf die Fragen eingelassen hat und es sich um eine bestimmte Gruppe innerhalb der Anwohner handelt, eben jene, die regelmäßig den Markt besuchen

## ERGEBNISSE INHALTLICH

Aus den Ergebnissen dieser Methodiken lässt sich vor allem herauslesen, dass bei der Freiraumgestaltung in den Augen der Anwohner mehr Fokus auf mobile Sitzmöglichkeiten gelegt werden sollte, ebenso wie die Zugänglichkeit zu öffentlichen Sanitäranlagen.

Die Sicherheitsmaßnahmen seitens der Stadt wurden als mangelhaft beschrieben, sowohl für die umliegenden Parks als auch andere Freiflächen.

Gerade der neugestaltete Platz vor dem Museum wurde ausnahmslos als negativ beschrieben, und von Anwohnern gemieden.

Das gleiche lässt sich über den an den Westwall angrenzenden Südwahl sagen.

Der Parkplatz erreichte auch Stunden nach Abbau des Marktes kaum eine Auslastung, so wurde die Blockade der Studenten kaum wahrgenommen

Lieselott Puderbach,  
Kai Müller,  
Tim Roller,  
Mara Reibaldi,  
Laila Dzogovik,  
Glen Fattah,  
Owam Westerkamp,  
Levente Verrieth,  
Sebastian Sauer

# **GESCHÄFTS- UMFRAGE**

# GESCHÄFTSUMFRAGE AM WOCHENMARKT „DAS HAT POTENZIAL“



## Entstehung der Geschäfts- umfrage Gruppe:

Vormittags liefen wir über den Westwall und haben uns mit der Umgebung, den Menschen und dem Markt vertraut gemacht. Aufgefallen sind uns die verschiedenen Geschäfte, die in den Erdgeschossen der umliegenden Gebäude vorzufinden sind. So ist uns spontan die Idee gekommen, mit den Fragebögen der Umfrage Gruppe auch die Ladenbesitzer nach ihrer Meinung bezüglich des Westwalls und dem Wochenmarkt zu befragen.

Bei dem Fragebogen haben wir uns auf die Auswirkung des Wochenmarktes sowie die Parkplatzsituation vor Ort konzentriert.

-Lisa Sonntag,  
-Laurenz Milkereit

# METZGER SCHWARZ-HANDEL

„WENN DIE PARKPLÄTZE VER-  
SCHWINDEN, ZIEHE ICH UM“



Das Fachhandelsgeschäft für Fleischwaren liegt an der Ecke des Westwalls und ist auf die nahegelegenen Parkplätze angewiesen. Zum einen für die Kundschaft, die aus einem Umkreis von bis zu 80 Km anreist, zum anderen für das Be- und Entladen der Waren. Sollten die Parkplätze wegfallen, würde er sein Geschäft an einen anderen Standort verlegen müssen. Der Wochenmarkt hat kaum positiven Einfluss auf das Geschäft, weil das Klientel des Wochenmarktes äußerst selten seinen Laden aufsucht. Auch ein Verkaufsoffener Sonntag hatte sich nicht bewährt. Den typische Wochenmarktgänger zieht es kaum in eine Metzgerei. Negativ empfindet der Inhaber die Drogen- und Trinkerszene, die sich häufig vor dem Geschäft aufhält.



# EINE-WELT-LADEN

## „ICH KOMME VON AUSSERHALB UND BIN AM WESTWALL NUR UM ZU ARBEITEN “



In Krefeld, am Westwall, liegt einer der ersten Weltläden. Der Laden bietet fair gehandelte Produkte aus aller Welt an. Die dort ehrenamtlich arbeitenden haben wenig Kontaktpunkte zum Westwall und dem sich dort befindenden Wochenmarkt. Sie sind nicht auf den Wochenmarkt angewiesen und verbringen nicht oft und lange Zeit am Westwall. Die günstige Miete vor Ort ermöglicht es dem Geschäft, profitabel zu sein.



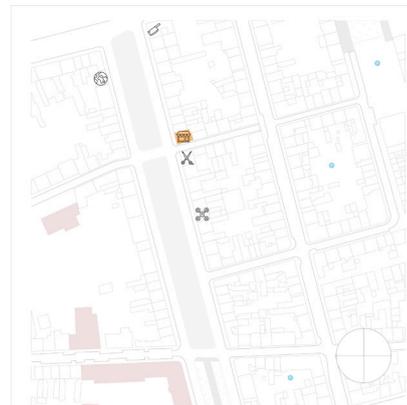
# KIOSK STEH-CAFÉ

„DER WESTWALL, EINST EINE  
SCHÖNE BLUME, IST HEUTE VER-  
WELKT “



Inmitten des Westwalls befindet sich das Steh Café / Kiosk. Die alt eingesessenen Kiosk- Besitzer arbeiten und wohnen seit Jahrzehnten dort. Zu ihren wichtigsten Kunden zählen Stammkunden und Gelegenheitskundschaft. Der Wochenmarkt spielt für sie eine große Rolle. Als Konflikt vor Ort sehen sie die erhöhte Anzahl an Wohnungslosen.

Ihr Wunsch ist es, den Westwall im alten Glanz neu erstrahlen zu lassen. Zusätzliche Nutzungen und Ideen zur Belebung des Ortes abseits des Wochenmarktes befürworten sie.

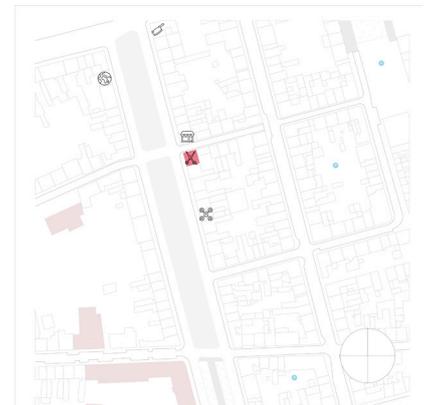


# ZWEITHAARSPEZIALIST MÜLLER & MÜLLER

## „WARUM IST DER WOCHENMARKT KEIN DENKMAL?“



Die Friseurin hat sich auf Zweit-  
haare spezialisiert und empfängt  
daher Kunden aus einem Umkreis  
von bis zu 100 km. Häufig werden  
die Dienstleistungen von älteren  
und erkrankten Menschen in An-  
spruch genommen, die aus Sicher-  
heitsgründen einen kurzen Fußweg  
zum Geschäft bevorzugen. Selbst  
das Parken in einem Parkhaus ist  
teilweise zu anstrengend. Das Gle-  
iche gilt für Menschen, die durch  
Chemotherapie geschwächt sind  
und einen Haareratz benötigen.  
Wegen des sehr speziellen Kun-  
denkreises ist die Auswirkung des  
Wochenmarktes sehr gering. Der  
Spezialist für Haarteile vermisst  
aber die Bedeutung und Schönheit  
des früheren Wochenmarktes.



# KINDERBETREUUNG MOBIFANT

„WIR NUTZEN ZUM  
SPIELEN DEN NAHEGELEGENEN  
SPIELPLATZ“



Die soziale Einrichtung Mobifant am Westwall ist unabhängig von den Parkplätzen und dem Wochenmarkt. Bei einer Umnutzung der Parkplätze besteht die Möglichkeit, die vorhandene Fläche zu nutzen. Dabei gibt es jedoch leichte Bedenken hinsichtlich des Drogenkonsums auf der Straße sowie Konflikte mit obdachlosen Menschen. Dennoch ist Mobifant offen für eine Lösung, um den Raum sinnvoll zu nutzen.



# **TRACKING *WESTWALL***

# TRACKING: FORMAT UM ZU BEOBACHTEN

WESTWALL KREFELD  
05.05.2023

Wir haben in dem gesamten Gebiet des Westwalls den Bewegungsablauf zufälliger Menschen, vom Eintreten bis zum Verlassen des Gebietes, dokumentiert. Als Material für die spätere Auswertung verwendeten wir die Tracking-App „Adidas Runtastic“. Für das Tracking haben wir uns im gesamten Gebiet an den jeweiligen Erschließungsstraßen verteilt und kehrten nach erfolgreichem Track an den Startpunkt zurück. Von dort starteten wir erneut. Die einzelnen Tracks wurden in Kategorien gesammelt und kartiert.

# PLANUNG VS TATSACHE

WIE DAS TRACKING  
GEPLANT WAR  
UND WIE ES  
FUNKTIONIERT HAT

Die von uns gewählte App, um Personen zu tracken funktioniert mit GPS. Es gibt eine Notizfunktion, durch welche wir Angaben zu der getrackten Person festhalten wollten. Zur nachträglichen Einordnung sollten durch die Fotofunktion Bilder der Personen aufgenommen werden. Es wurden im Vorhinein Kategorien zur Unterscheidung zwischen verschiedenen Altersgruppen, Gruppengrößen und Fortbewegungsmittel festgelegt. Sollte die App nicht wie gewünscht funktionieren wurden analoge Pläne angefertigt.



**LAUFEN**  
5. Mai 2023, 10:29  
Maektbesucher

Sonnig 18 °C  
Wetter

0,16 km Distanz  
00:02:11 Dauer  
13:28 min/km Pace  
20 kcal Kalorien

4,5 km/h Ø Geschw. 6,0 km/h Max. Geschwindi...

Feed Community Aktivität Fortschritt Profil

**LAUFEN**  
5. Mai 2023, 11:10  
Passanten

Sonnig 17 °C  
Wetter

0,16 km Distanz  
00:02:55 Dauer  
18:14 min/km Pace  
14 kcal Kalorien

3,3 km/h Ø Geschw. 4,7 km/h Max. Geschwindi...

Feed Community Aktivität Fortschritt Profil



**LAUFEN**  
5. Mai 2023, 10:35  
Mann mit Fahrrad ca. 60 alt  
Abgestiegen am Markt  
Fahrrad abgeschlossen neben Markt  
1 Stopp Gemüse  
2 Stopp Fischstand angeschaut  
3 Stopp gemüse  
4 Stopp Freund getroffen  
Geradeaus weiter

Bewölkt 18 °C  
Wetter

0,41 km Distanz  
00:13:21 Dauer

Feed Community Aktivität Fortschritt Profil

**LAUFEN**  
5. Mai 2023, 11:45  
2 Frauen  
Ca. 30  
vom Wasser spiel aus  
Gemüse und Eier gebrowst  
1 Stopp Rückweg Eier gekauft  
Wieder fortwärts  
2ter stopp Blumen gebrowst  
3stop Supermarkt  
Danach getrennt

Bewölkt 19 °C  
Wetter

0,36 km Distanz  
00:10:37 Dauer

Feed Community Aktivität Fortschritt Profil



**LAUFEN**  
5. Mai 2023, 11:59  
4 Personen, ca 60-70  
Frauen stoppen, schauen sich die Stände an, und Männer gehn vor.  
Frauen haben unsere Plakate mit der "versickerungsfläche" wahrgenommen  
Drehen um am Backfischstand  
Männer gehen vor, Frauen kaufen Gemüse am Gemüsestand  
Frauen kaufen Erdbeeren am Gemüse stand  
Männer gehen... mehr

Bewölkt 19 °C  
Wetter

0,57 km Distanz  
00:14:17 Dauer

Feed Community Aktivität Fortschritt Profil

**LAUFEN**  
5. Mai 2023, 10:32  
Marktbesucher

Sonnig 18 °C  
Wetter

0,35 km Distanz  
00:07:28 Dauer  
21:12 min/km Pace  
50 kcal Kalorien

2,8 km/h Ø Geschw. 8,2 km/h Max. Geschwindi...

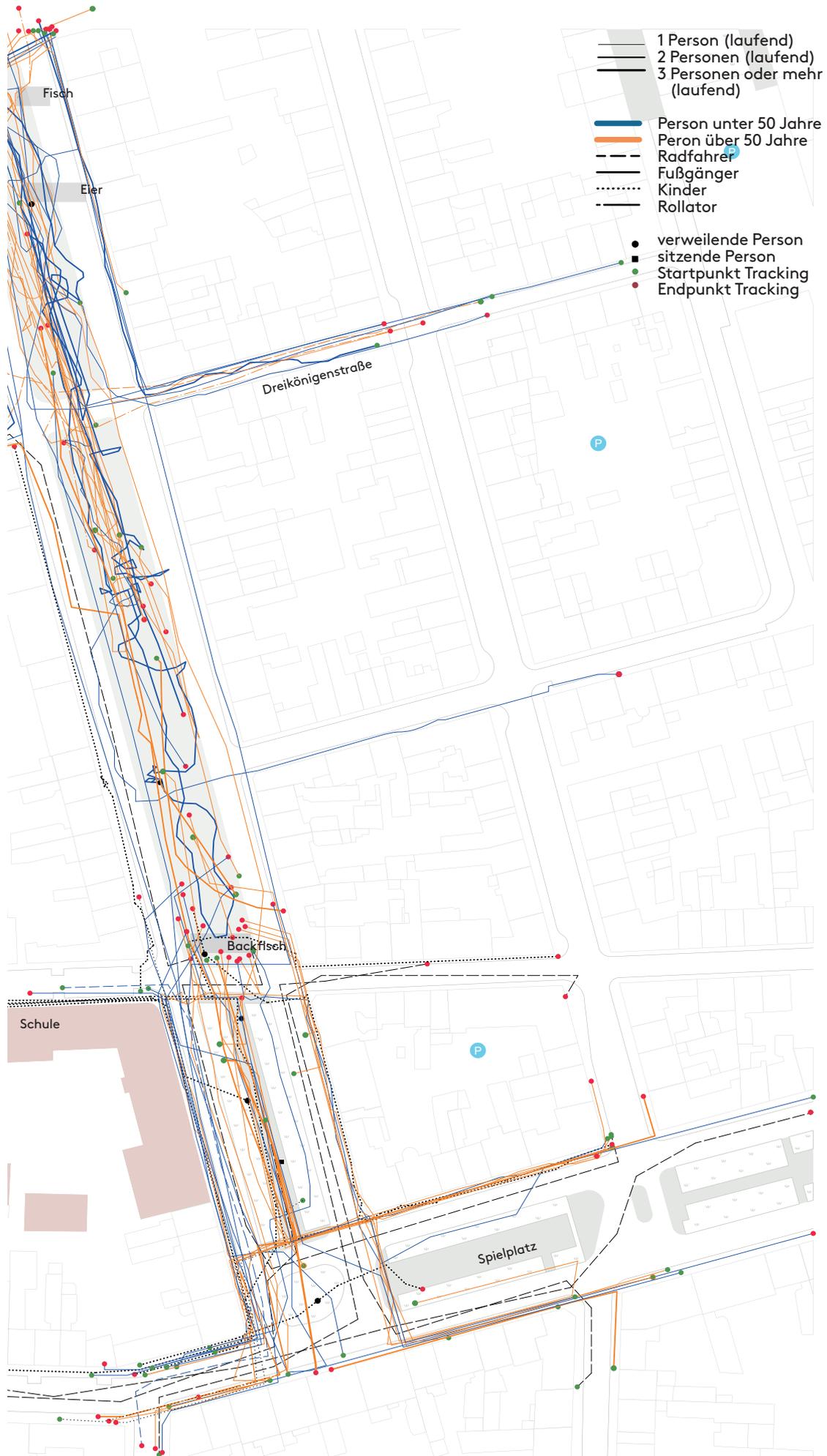
Feed Community Aktivität Fortschritt Profil







# TRACKING



# AUSWERTUNG IN SCHICHTPLÄNEN

1.

> 50 JAHRE

Der Markt wird hauptsächlich von Personen über 50 Jahren und vereinzelt Touristen besucht. Der Eier-, Backfisch- und Blumenstand sind besonders beliebt bei den Marktbesucher:innen.



2.

< 50 JAHRE

Personen unter 50 Jahren gehen zielstrebig am Markt vorbei. Dabei nutzen sie den Markt als Durchgangsweg. Wenn der Markt vorbei ist, wird nur noch der Bürgersteig genutzt.



3.

## KINDER

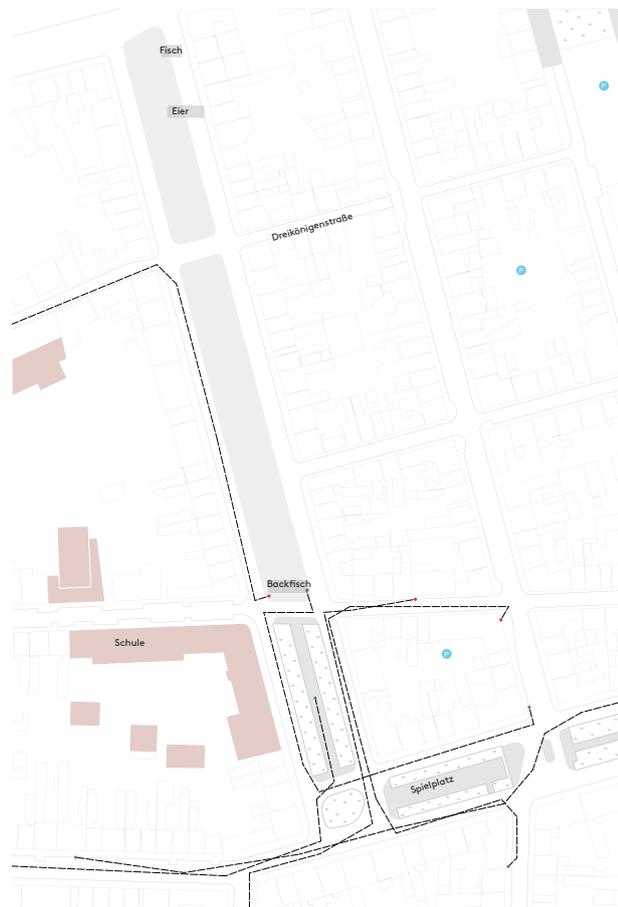
Die westliche Seite des unteren „Grünstreifens Westwall“ ist höher frequentiert als die östliche. Die Schüler:innen des örtlichen Gymnasiums nutzen die Straße vermehrt als Schulweg. Dies ist damit zu erklären, dass dort die Anbindung an den öPnV liegt.



4.

## FAHRRADFAHRER

Viele Besucher:innen kommen direkt mit dem Fahrrad zum Markt (parken bei der Dreikönigenstraße), laufen sehr zielstrebig zu einzelnen Ständen (Eierverkauf, Backfisch und Blumenstand) und fahren wieder weg.



# EIN TAG AUF DEM WESTWALL

## THESEN UND ERKENNTNISSE

1. Die Mittelinsel des Westwalls nutzt man am meisten.
  2. Aufgrund der Mittelinsel sind die angrenzenden Verkehrswege weniger frequentiert.
  3. Aufgrund des Marktes gehen die Menschen Umwege.
  4. Die meisten Menschen kommen aus den nördlich anliegenden Straßen.
  5. Die Menschen besuchen bestimmte Stände öfter als andere.
  6. Die Menschen wechseln die Straßenseite von der Mittelinsel aus.
  7. Die Marktbesucher sind meist über 50 Jahre alt.
1. Südlich vom Westwalls benutzen mehr Menschen den inneren Weg durch das Grün.
  2. Wenn der Markt vorbei ist, verwenden die Menschen nur noch den Bürgersteig.
  3. Die Dreikönigenstraße Richtung Breite Straße dient am häufigsten als Querstraße.
  4. Viele Besucher:innen kommen mit dem Fahrrad zum Markt, laufen zielstrebig zu einzelnen Ständen.
  5. Eier-, Backfisch- und Blumenstand sind besonders beliebt.
  6. Am Ende des Westwalls wechseln Personen oft die Straßenseite, ohne Zebrastreifen oder Ampeln zu überqueren .
  7. Der Markt wird hauptsächlich von Personen über 50 Jahren und vereinzelt Touristen besucht.

Tabea Schauff,  
Begüm Özer,  
Ann-Kathrin Hering,  
Zeynep Yildiz,  
Leonisa Zeqiraj,  
Julia Busch,  
Nico Pinelli,  
Luca De Amicis,  
Ajdin Mujanovic

# DIE ZUKUNFT DES WESTWALLS

## „PLATZPARK STATT PARKPLATZ“

Um die Vorstellungen der Krefelder hinsichtlich der Zukunft des Westwalls abzufragen, führten wir Gespräche, deren Erkenntnisse in Gedächtnisprotokollen festgehalten wurden. Zudem wurde eine vereinfachte Schnittdarstellung des Westwalls zur Verfügung gestellt, die von Freiwilligen mit ihren Vorstellungen gefüllt werden sollte. Mit diesen zwei Verfahren erreichten wir sowohl Menschen, die sich nicht trauten zu malen oder mehr in Worten auszudrücken, als auch bildlich denkende. Das Malen sprach vor allem jüngere Generationen an, für die die

Hürde, sich Gehör zu verschaffen, dadurch niedriger war. Anschließend stellten wir die individuellen Kunstwerke auf den Parkplätzen aus, sodass auch andere Passant:innen und Interessierten damit interagieren konnten.

Um Menschen auf die Aktion aufmerksam zu machen, wurden Sprechblasen mit verschiedenen Fragestellungen auf dem Westwall verteilt.

Diese sollten die Menschen bereits vor einer Interaktion mit uns zum Denken und Hinterfragen des eigenen Verhaltens anregen.

**WIE WAR DEIN TAG?  
WARUM SPRECHEN  
WIR MITEINANDER?  
WIE WOLLEN WIR  
IN ZUKUNFT LEBEN?  
WIE BEWEGST DU  
DICH DURCH DIE  
STADT?  
WIE ENGAGIERST  
DU DICH?**

**DEINE MEINUNG ZÄHLT!**

## **Der PKW-Verkehr und die Parkplatzsituation muss positiv transformiert werden und der Mobilitätswende gerecht werden!**

Wir fordern mehr alternative Parkplätze für den Westwall und Umgebung! Der Marktplatz muss von Parkplätzen befreit werden. Der Westwall soll nur Anwohnerparken anbieten, um die Lebensqualität für die Bewohner zu erhalten. Des Weiteren soll für die gesamte Stadt ein Tempolimit von 30 km/h gelten, um auch den Fahrradverkehr wieder attraktiver zu machen und die Co2-Emissionen zu senken.

## **Wir fordern mehr positive Begegnungsorte für Krefeld!**

Krefeld braucht mehr Orte wie unseren Markt am Westwall, an dem wir uns treffen, mit einander reden und zusammenkommen. Wir wollen aus der einsamen Wohnung entfliehen und ins quirlige Krefeld eintauchen! Gemeinsam sind wir eine Einheit die gestärkt wird durch unsere Begegnungen – sonst werden wir zerbrechen! Also errichtet positive Orte an denen man gerne zusammen kommt.

# **Die Zukunft des Westwalls ein Manifest**

## **Krefeld braucht mehr qualitativ hochwertige und kontrollierte Grün- und Freiflächen für neues Leben am Westwall!**

Wir fordern die Schaffung von Grünflächen mit Spielplätzen für Kinder, Urban Gardening-Initiativen und qualitativ hochwertigen Sitzgelegenheiten.

Ein Treffpunkt wie ein Café zur Förderung sozialer Interaktionen und Stärkung der Gemeinschaft sollte geschaffen werden. Für Jugendliche fordern wir die Schaffung von Angeboten, wie einen Skaterpark.

Es ist wichtig, den traditionellen Markt als Treffpunkt zu erhalten, jedoch sollte eine Umstrukturierung erfolgen, um mehr Platz für den Aufenthalt zu schaffen.

*„Ich will mehr Grün (...)  
- Mohamud, 11*

## **Krefeld muss Sicherer und Sozialer werden!**

Wir fordern mehr Prävention gegen die steigende Kriminalität, durch mehr soziale Einrichtungen und Projekte. Wir fordern ein freundlicheres, hilfsbereiteres und sichereres Krefeld. Wir wollen Teil einer positiven Veränderung sein und fordern mehr Unterstützung für Krefelds Bürger. Wir fordern: Hilfe zur Selbsthilfe, für ein besseres und sozialeres Krefeld.

## **Ohne Markt ist nichts los in Krefeld!**

Wir fordern Maßnahmen, damit der Westwall wieder zu dem lebendigen Ort wird, der er einst war, um die für den Markt notwendige, attraktive Umgebung zu schaffen! Der Markt am Westwall ist alte Tradition! Er muss Begegnungsflächen erhalten und konzentrierter angeordnet sein, um wieder echte Aufenthaltsqualität zu bieten! Außerdem brauchen wir günstigere, qualitativere und vielfältigere Angebote!

## **Die Jugend von heute ist die Zukunft von Morgen!**

Wir fordern mit einbezogen zu werden. In uns Jugendliche zu investieren, heißt auch in die Zukunft zu investieren! Wir fordern mehr Mitspracherecht. Wir fordern eigene Entscheidungen treffen zu dürfen und uns an der Politik beteiligen zu können. Insbesondere für Krefeld fordern wir Freiräume, die jugendgerecht gestaltet sind. Diese sollen in Form von Jugendtreffpunkten und Rückzugsmöglichkeiten für uns erbaut werden.

*„Jugend macht Stadt“  
- Anonym, 80*

## **Die Anreise muss für alle Altersgruppen gerecht sein!**

Wir fordern die Schaffung von neuen Fahrradwegen sowie Stellplätzen für die Fahrräder, um die Fahrradinfrastruktur sowie Leerstände qualitativ aufzuwerten.

Der ÖPNV ist stark frequentiert, jedoch sollte für uns Senioren der ÖPNV sicherer und besser ausgebaut werden, um die Sturzgefahr bei Busfahrten zu vermeiden.

*„Wohin mit den Autos?“  
- Lothar, 75*

## **Die Freiflächen müssen attraktiver und umweltfreundlicher gestaltet werden!**

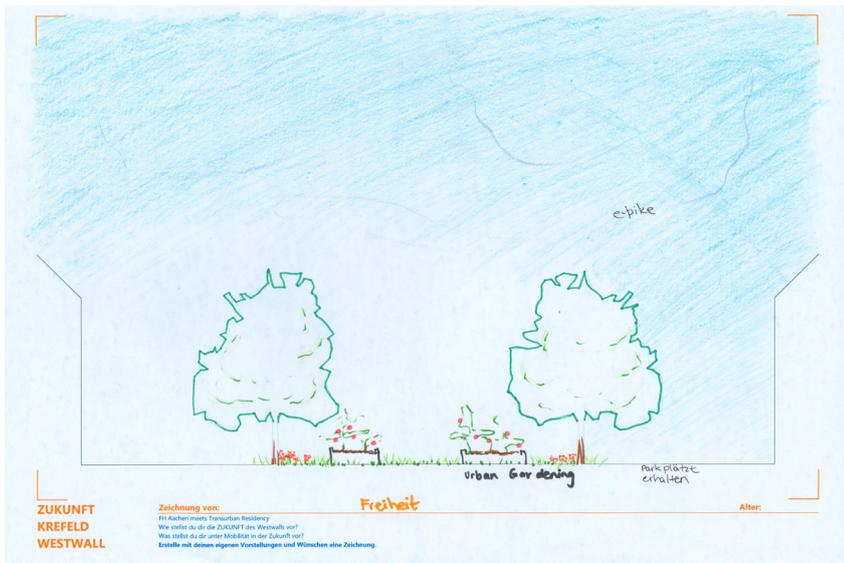
Wir fordern die Entsiegelung von asphaltierten Freiflächen und der Transformation des Westwalls nach dem Schwammstadt-Prinzip. Dies wirkt der Überhitzung in der Stadt entgegen und verbessert das allgemeine Klima. Zusätzlich sollen großzügige Wiesen für Familien und Hunde geschaffen werden. Freizeitangebote satt Parkplätze! Der Westwall soll die „grüne Lunge der Innenstadt Krefeld“ werden!



Kinder beim Ausmalen ihrer Ideen



Von Gero Ant Dokumentierte Konversation mit Lothar, 75



Repräsentativ für viele Bilder mit gewünschtem Grünraum



Die aufgehängten Bilder am Westwall



Im Austausch mit Interessierten



Beispielhafte Sprechblase zum Nachdenken



Repräsentativ für die Wünsche der jüngeren Generation: mehr Spiel- und Freiflächen

# RÉSUMÉ

Von unserem Besuch in Krefeld nehmen wir viele wertvolle Erfahrungen und interessante Gespräche mit. Wir setzten verschiedene Methoden der Partizipation ein, um ein breites Meinungsspektrum zu erhalten. Der große Diskussionsbedarf der Bürger:innen deutet auf eine hohe Unzufriedenheit und Frustration über die momentane Situation am Westwall hin. Der malerische Aspekt stieß, vor allem bei der älteren Generation, auf wenig Resonanz. Es ist jedoch zu beachten, dass sich unsere Ergebnisse auf einen Zeitraum von freitags neun bis 17 Uhr beziehen.

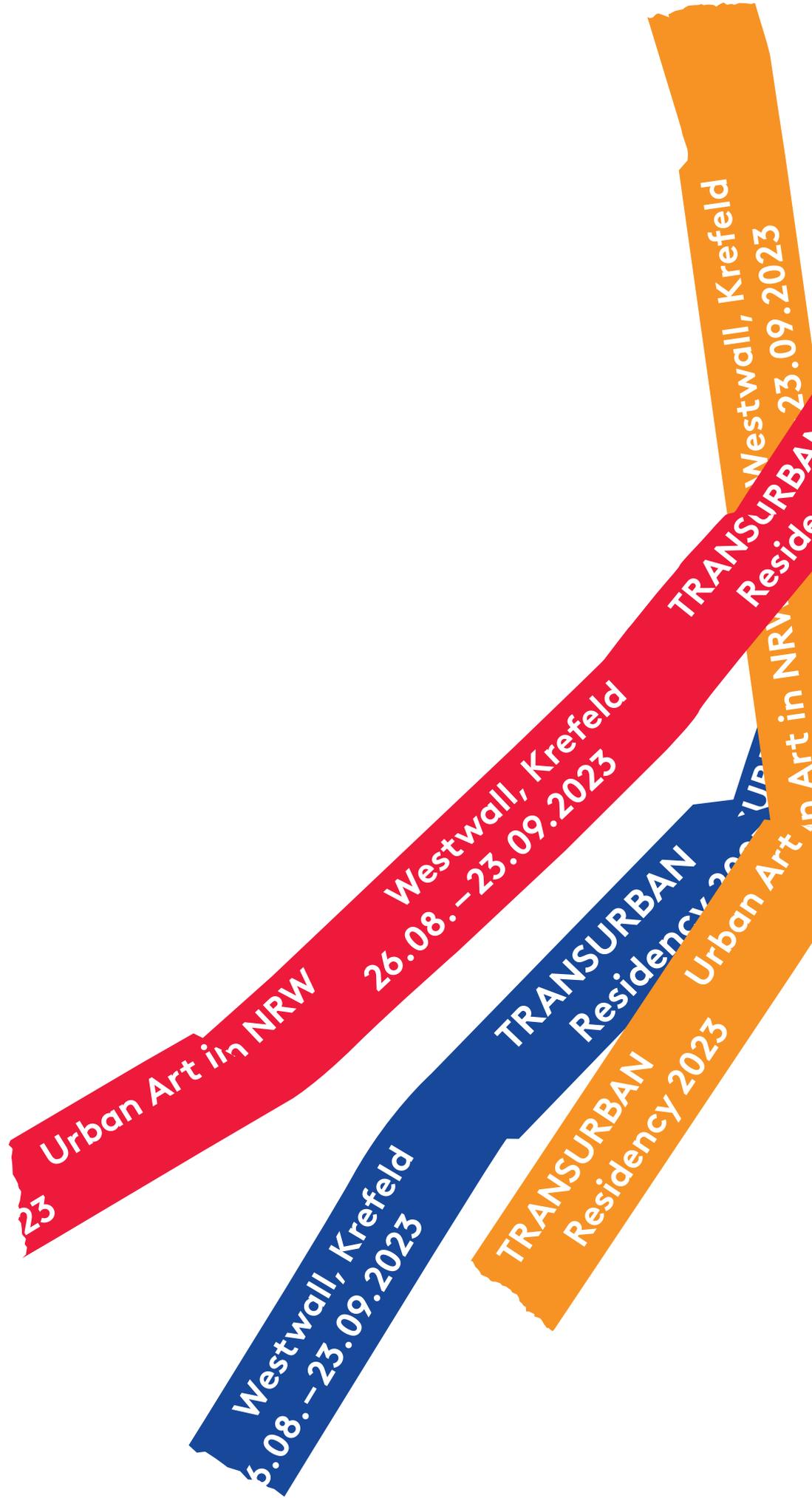
Demnach haben wir hauptsächlich die Altersgruppen Ü60 und U12 angetroffen. Um ein umfassenderes Bild zu erhalten, wäre ein längerer Betrachtungszeitraum mit Gesprächen in weiteren Altersgruppen notwendig gewesen. Dennoch sind wir mit den gesammelten Ergebnissen zufrieden, da man eine klare Meinung über die Zukunft des Westwalls herausfiltern konnte.

Jonas Durst,  
Nadine Zeman,  
Amelie Degen,  
Bruno Kochs,  
Christopher Stollenwerk,  
Timo Rubio,  
Julius Viethen,  
Lea Gronowski,  
Nils Rick,  
Mark Kochanowski,  
Valentin Tilly,  
Louis Kirch,  
Gero Ant,  
Alton Azemi,  
Seray Atici,  
Lea Frantzen

**Städtebau 2**

–

**SoSe 2023  
FH Aachen**



23

Urban Art in NRW

Westwall, Krefeld  
26.08. – 23.09.2023

Westwall, Krefeld  
26.08. – 23.09.2023

TRANSURBAN  
Residency 2023

TRANSURBAN  
Residency 2023

TRANSURBAN  
Residence

Westwall, Krefeld  
23.09.2023

Urban Art in NRW