

Fokusgruppen Gen. Y & Z

**Attraktivität der**

**Innenstadt Mayen**

Abschlussbericht/  
Empfehlungen

# Fragestellung

---

Insbesondere kleine und mittelgroße Städte verändern sich radikal. Immer mehr Städte kämpfen gegen Leerstand und verwaiste Innenstädte. Die Gründe hierfür sind vielfältig: Gewerbegebiete, Shopping-Malls, Verbreitung des E-Commerce, Globalisierung, Pandemie-Lockdowns ...

Die Stadt Mayen bildet hier keine Ausnahme. Gerade die Generationen Y (Geburtsjahrgänge 1981-1996) und Z (Geburtsjahrgänge 1997-2012) sind in der Innenstadt selten anzutreffen, sie nutzen das Angebot des stationären Handels nicht oder nur sehr selten.

Es stellt sich die Frage, wie sich die Innenstadt von Mayen verändern kann, um für die Generationen Y und Z attraktiv zu sein und sich damit zukunftssicher aufzustellen.

---

# Fragestellung

---

Konkrete Fragestellungen sind:

- Was motiviert die Generation Y und Z zum Kauf und welche Anforderungen haben sie an den Handel?
- Welche Rolle spielen Smartphones und soziale Netzwerke bei ihren Kaufentscheidungen?
- Welche Bedeutung hat der stationäre Handel. Im Rahmen des Konzepts soll der Status Quo und die Anforderungen an die Innenstadt Mayen erarbeitet werden.
- Was bindet die Generation an die Innenstadt? Was sind deren Wohlfühlkriterien und welches Aufenthaltserlebnis ist gewünscht?

Schwerpunkte liegen auf folgenden Themen:

- Wie erleben und nutzen junge Menschen der Generation Y und Z die Innenstadt?
  - Welche Rolle spielt dabei die Digitalisierung?
  - Welche Erwartungen haben die Generation Y und Z für die Zukunft an die Innenstadt und innerstädtischen Anbieter?
  - Wie unterscheiden sich die Bedürfnisse und Erwartungen der Generationen Y und Z?
-

# Vorgehensweise

---

Die Grundlage unserer Befragungen und der daraus resultierenden Empfehlungen bildet die von Prof. Andreas Hesse erstellte Studie zu den Generationen Y und Z in Innenstädten.

Wir haben je einen Workshop mit Fokusgruppen beider Generationen durchgeführt, um deren Bedürfnisse und Erwartungen an eine attraktive Innenstadt Mayen zu erfassen.

Die Ergebnisse haben wir ausgewertet und gewichtet und erste Erkenntnisse in Empfehlungen überführt.

In einer Expertenrunde, bestehend aus:

- Florian Schäfer (Schülervertreter des Megina Gymnasium Mayen, GenZ)
- Cara Schneider (Expertin Stadtmarketing, Marketing, Einzelhandel, zugehörig zu GenY)
- Tina Conrad-Schwindenhammer (Einzelhandel Marktstr., Mitglied MyGemeinschaft)
- Kerstin Stüwe (Stadtverwaltung/Wirtschaftsförderung)
- C. Wiedemeyer (shapefruit AG) und Prof. A. Hesse (Prodekan Hochschule Koblenz)

Wurden diese Ergebnisse und Empfehlungen intensiv diskutiert. Die Erkenntnisse aus dieser Diskussion haben wir entsprechend berücksichtigt und die Empfehlungen und Prioritäten angepasst. Nichtsdestotrotz sind alle wichtigen Ergebnisse der Fokusgruppen aufgeführt.

---

# Vorbemerkung

---

Wir haben die Workshopergebnisse ausgewertet und gewichtet und mit den Diskussionsergebnissen der Expertenrund abgeglichen.

Die Ideen und Vorschläge, auf die die Stadt Mayen keinen unmittelbaren Einfluss nehmen kann, haben wir weitestgehend außen vor gelassen. Einige dieser Beiträge sind allerdings für die Innenstadtentwicklung durchaus spannend und relevant, diese finden daher trotzdem Erwähnung.

Unsere Empfehlungen folgen den thematischen Zuordnungen aus den Workshops. Sie sind gemäß der geschätzten Umsetzungsmöglichkeiten (Kosten/Ressourcen) und den Gewichtungen der Expertenrunde priorisiert.

---

# Vorbemerkung

---

Die Sicherheit in der Innenstadt ist für beide Fokusgruppen von großer Bedeutung. Es geht vor allem um die „gefühlte Sicherheit“ am Abend. In der Wahrnehmung der Workshopteilnehmenden treiben sich an einigen Punkten der Stadt „unangenehme Typen“ herum. Die Teilnehmenden empfinden Angst oder zumindest Unwohlsein.

Die Expertengruppe bestätigte das „gefühlte Unwohlsein“, wenn man Abends/Nachts in der Stadt ist. Allerdings wurde das Problem hier differenzierter gesehen. Die neue LED Beleuchtung wird als zu schwach bezeichnet, Grund für ein unzureichendes Sicherheitsgefühl ist aber vor allem die Tatsache, dass die Stadt Abends quasi leer ist, ein Zwischenfall bliebe unbeobachtet, daher fühlen sich junge Menschen unwohl, wenn sie abends auf Gruppen von männlichen Jugendlichen/jungen Erwachsenen treffen.

Eine konkrete Empfehlung können wir an dieser Stelle nicht aussprechen, raten aber dazu, dieses Thema zu vertiefen und den tatsächlichen Ursachen für die Angst der Menschen weiter zu ergründen und entsprechend zu handeln.

---

# Vorbemerkung

---

Von der Zielgruppe gewünscht und vor allem in Hinblick auf die zunehmende Zahl von E-Bikes auch in der jungen Generation sind sicher Abstellmöglichkeiten für Fahrräder / E-Bikes sinnvoll.

Laut Expertengruppe hat sich hier wohl schon das ein oder andere getan, es gibt aber darüber hinaus weiteren Bedarf an sicheren Fahrradabstellmöglichkeiten an verschiedenen Stellen in der Innenstadt. Als wünschenswerte Standorte werden die Clemenskirche und gegenüber Dajöh genannt.

---

# Treffpunkte

---



shapefruit

Ein, beiden Fokusgruppen sehr wichtiges Thema sind die Treffpunkte in der Stadt. Es geht um niederschwellige Möglichkeiten sich zu treffen, ohne Verzehrzwang. Gerade die GenZ hat nicht die Mittel, sich lange in der Gastronomie aufzuhalten, auch die GenY wünscht sich kostengünstige Treffpunkte. Es fehlen beiden Gruppen Plätze mit angenehmer Aufenthaltsqualität, Spiel- und / oder Sportmöglichkeiten

---

# Treffpunkte

EMPFEHLUNG 1, KURZFRISTIGE UMSETZUNG

---

Ein vorhandener, wenig genutzter Platz wird mit Sportgeräten wie einer Tischtennisplatte und einem Basketballkorb, sowie Sitzmöbeln aufgewertet. Dies würde den Wunsch der GenZ nach Sitz- und Sportmöglichkeiten als Treffpunkt in der Stadt erfüllen.

Die Expertenrunde befürwortet eine solche Nutzung von Plätzen, um mehr „Leben“ in die Innenstadt zu bringen und die Aufenthaltsqualität insbesondere für die GenZ zu erhöhen. Sie schlägt ganz konkret den Platz an der Clemenskirche und/oder den am Forum für eine Umsetzung dieser Idee vor.

---



# Treffpunkte

EMPFEHLUNG 2, KURZFRISTIGE UMSETZUNG

---

Ein weiterer Platz (Marktplatz?) erhält vom Frühjahr bis zum Lukasmarkt eine mobile Möblierung. Sitzbänke mit integrierten Pflanzkübeln bieten sich hier an. Das entspricht den Wünschen beider Fokusgruppen nach mehr Grün in der Stadt und mehr Sitzgelegenheiten. Es könnten zusätzlich mobile Spielgeräte integriert werden,

Auch diese Empfehlung unterstützt die Expertenrunde vollumfänglich. Für den Marktplatz wäre dies, laut Expertenmeinung eine große Aufwertung und würde generationenübergreifend Anklang finden.

---



# Treffpunkte

## EMPFEHLUNG 3, MITTELFRISTIGE UMSETZUNG

---

Ein multifunktionales Objekt kann als Indoor-Innenstadt-Treffpunkt ausgebaut werden. Im besten Fall stehen mehrere Räume zur Verfügung, die unterschiedlich genutzt werden:

- Treffpunkt für Junge Menschen (GenY und GenZ)
- Spiele-Angebot
- Günstiges Getränkeangebot ohne Verzehrzwang
- Wickel- und Stillmöglichkeit
- Raum für Vereinstreffen u. Ä.
- Veranstaltungen wie Lesungen, Vorträge, Musik etc.

Ein solcher Treffpunkt wäre laut Expertenmeinung eine echte Bereicherung. Durch saisonale/temporäre Aktionszeiträume (Lesen, Kreativangebote, Ausstellungen, Internationale Küche, Poetryslam etc. ) könnten einer Nutzung durch nur wenige Gruppen entgegenwirken.

---



# Shops

---

Da Stadt und Wirtschaftsförderung nur sehr bedingt Einfluss auf die Ansiedlung von Geschäften hat, gibt es hier keine direkte Empfehlung.

Den Wünschen der Zielgruppen und den Trends der Zeit folgend raten wir dazu im Citymanagement den Fokus auf kleine, inhabergeführte Läden zu legen. Auch Second-Hand / Vintage Shops sind erfolgversprechend und werden von beiden Zielgruppen gewünscht.

Auch die Expertengruppe spricht sich für ein strukturiertes Citymanagement und Leerstandsmanagement aus. Insbesondere Gründer mit Vermietern zusammenzubringen und in der Gründungsphase zu unterstützen wird als Erfolgversprechend genannt.

---

# Gastronomie

---

Auch beim Thema Gastronomie können Stadt und Wirtschaftsförderung nur eingeschränkt lenken.

Entsprechend den Wünschen der Zielgruppe und den aktuellen Trends sind die Finanzierungen von Pop-up Restaurants und die Foodtruck-Subventionierung (z.B. kostenlose Stellplätze) sinnvolle Maßnahmen in diesem Bereich.

Auch die Hinwirkung auf die Entwicklung des Brücken-Carrées zum Gastronomie Hot-Spot ist empfehlenswert.

Ebenso wie die beiden Fokusgruppen sieht die Expertenrunde einen Mangel an „Abendgastronomie“.

---

# Events

## VORBEMERKUNG

---

Der Event-Kalender von Mayen ist vom Frühjahr bis in den Winter hinein gut gefüllt. Eine kritische Prüfung der einzelnen Veranstaltungen und eine Überarbeitung bzw. das Ersetzen einzelner Formate durch andere ist sinnvoll, um ein jüngeres Publikum anzusprechen.

Wesentlich ist in diesem Zusammenhang auch, die Kommunikation der Veranstaltungen zu **digitalisieren**. Die Print-Medien werden von der jungen Generation nicht genutzt und sprechen diese nicht an. Die Kommunikation über die Sozialen Netzwerke ist unerlässlich, um sie zu erreichen und für Mayen zu begeistern.

Hier ist eine gut geplante Social-Media Strategie notwendig, um die Zielgruppe 1. Aufmerksam zu machen, 2. zu motivieren und 3. mit remindern bei der Stange zu halten.

---

# Events

## EMPFEHLUNG 1, KURZFRISTIGE UMSETZUNG

In Anlehnung an den sehr erfolgreichen First Friday in Andernach sollte der lange Donnerstag in Mayen erweitert und als konsistente Veranstaltung etabliert werden. Es dauert erfahrungsgemäß eine gewisse Zeit, bis eine solche Veranstaltung erfolgreich eingeführt ist. Ein wiederkehrendes Format, bei dem sich Händler und Gastronomie regelmäßig mit ihrem Angebot präsentieren können, ist jedoch vielversprechend und wird von beiden Fokusgruppen und der Expertenrunde befürwortet.

Die Schwierigkeit, ein solch regelmäßiges Format in den bereits vollen Eventkalender der Stadt zu integrieren wird gesehen. Ein Lösungsvorschlag wäre z.B. die Integration bestehender Formate in den „Langen Donnerstag“, quasi als thematischen Aufhänger.



# Events

## EMPFEHLUNG 2, KURZFRISTIGE UMSETZUNG

---

Floh- und / oder Krammärkte erweitern. Die junge Generation wünscht sich Second-Hand und Vintage Mode, durch die Erweiterung der schon etablierten Kram- und Flohmärkte um einen „Mädchenflohmarkt“ oder „Vintage-Markt“ käme dem entgegen. Auch ein Tauschmarkt wäre denkbar.

Anbieter könnten alle Interessierten Privatleute sein. Eine Integration der GenY und GenZ als private Standbetreiber, vielleicht auch zu Aufbesserung der Abi-Kasse oder für einen Verein, ist anzustreben – wenn diese Generationen mitmachen, kommen sie auch als Gäste.

Eine weitere Anregung ist die Aufwertung der bestehenden Märkte durch Integration von Foodtrucks und Getränkeständen, dies erschließt neue Zielgruppen.

---



# Events

## EMPFEHLUNG 3, MITTELFRISTIGE UMSETZUNG

---

Weißer Tisch in der Stadt. An einer langen weißen Tafel kommen Jung und Alt zusammen, um gemeinsam zu essen, zu trinken und zu feiern. Standort könnte zum Beispiel das Brücken Carrée sein oder auch der Marktplatz sein. Es sind verschiedene Szenarien denkbar:

- Picknick – jeder bringt Speisen und Getränke selber mit
- Shared Picknick – jeder bringt etwas mit, das er dann mit anderen, fremden teilt
- Getränke werden von Gastronomen gekauft, Essen bringt jeder mit
- Alles wird bei der Gastronomie gekauft
- Auch eine Mischform – in einigen Bereichen Picknick, in anderen kann alles gekauft werden – ist denkbar

Dazu könnte die vorhandene mobile Bühne genutzt werden.

Beide Fokusgruppen und die Expertenrunde befürworten ein solches Event.

---



# Events

EMPFEHLUNG 4, MITTELFRISTIGE UMSETZUNG

---

After-Work Treffpunkte. An bestimmten Tagen kann es ein regelmäßiges After-Work Angebot geben (kann auch in Kombination mit dem langen Donnerstag stattfinden)

Open Air oder in beteiligter Gastronomie trifft man sich zum lockeren Austausch und Feierabend-Drink.

Gerade die GenY befürwortet ein solches Format, ebenso wie die Expertenrunde.

---



# Mitmach-Möglichkeiten

EMPFEHLUNG 1, KURZFRISTIGE UMSETZUNG

---

Tanzstunden oder Ähnliches auf dem Marktplatz (oder einem anderen geeigneten Platz in der Stadt. An festen Terminen praktiziert ein\*e ausgebildete Tai-Chi Lehrer\*in auf dem Marktplatz und jede\*r kann mitmachen. Zunächst kostenlos, später ggf. gegen eine geringe Gebühr.

---



# Mitmach-Möglichkeiten

EMPFEHLUNG 2, MITTELFRISTIGE UMSETZUNG

---

Temporäre Sportanlagen in der Innenstadt. Denkbar sind hier

- Skaterbahnen
  - Parkour Anlagen
  - Fitnessgeräte
  - Kletteranlagen
- und vieles mehr.

Die Anlagen stehen immer nur für eine Saison oder weniger in der Stadt zur Verfügung.

---



# Fazit

---

Es gibt einige Möglichkeiten die Innenstadt von Mayen für die jüngeren Zielgruppen attraktiver zu gestalten. Mehr Frequenz in der Stadt hilft, die ansässigen Händler und Gastronomen zu halten und auch für Gründer attraktiv zu werden.

Einige der gezeigten Möglichkeiten lassen sich mit geringem Ressourcenaufwand realisieren. Diese sollten zuerst angegangen werden, um den angestrebten Wandel möglichst rasch für die Bevölkerung sichtbar zu machen und sie von Anfang an mitzunehmen.

Wichtig ist auch, die Generationen Y und Z mit einzubeziehen und zum Mitmachen zu motivieren.

Denn **„wenn die Elterngeneration es plant und die Großelterngeneration es dann wegdiskutiert und ablehnt, dann wird es nichts!“** (Florian Schäfer, Schülervertretung Megina Gymnasium Mayen)

---