

Landkarte der Emotionen – Auswertung

Das Projekt Landkarte der Emotionen entstand im Rahmen der Lehrveranstaltung *Projektstudium 1* des Studiengangs Media Management (B.Sc.) an der Hochschule RheinMain. Zweck der empirischen Datenerhebung war es die Emotionen junger Menschen visuell darzustellen und deren Hintergründe tiefer zu erforschen.

Die hier präsentierten Ergebnisse basieren auf eigener empirischer Forschung zu den Emotionen, Gefühlen und Wünschen junger Menschen in Bezug auf die Innenstadt Wiesbadens. Innerhalb dieser Forschung wurden 93 junge Menschen im Alter von 12-25 Jahren befragt. Diese Daten wurden systematisch durch eine dafür entwickelte Online-Umfrage sowie persönliche Interviews erhoben, um fundierte Erkenntnisse zu gewinnen.

Datenerhebung

Die Erhebung der quantitativen Daten erfolgte in Form von Online-Umfrage. Die qualitative Datenerhebung erfolgte über persönliche Interviews. Neben der allgemeinen Auswertung der erhobenen Daten wurden auch einzelne Interviews detailliert analysiert, um tiefere Erkenntnisse zu gewinnen.

Die folgenden Abschnitte präsentieren die Ergebnisse der quantitativen Datenerhebung:

Quantitative Datenerhebung

Wir haben uns für eine Online-Umfrage über Google-Forms entschieden, die eine quantitative Datenerhebung ermöglicht. Diese Methode nutzen wir, um eine größere Anzahl junger Menschen in Wiesbaden zu erreichen. Ziel war es, die Emotionen und Meinungen zu den acht festgelegten Orten in der Wiesbadener Innenstadt zu erheben. Die tiefere Hintergründe und detaillierteren Befragungen zu den Gefühlen wurden in dieser Phase noch nicht berücksichtigt. Die Online-Umfrage ermöglichte es uns, diese quantitativen Daten zu sammeln und die entsprechenden Meinungen und Gefühle der jungen Menschen zu den ausgewählten Orten zu erfassen. Die ausgewählten Orte wurden gemeinsam mit den Projektpartnern definiert und nach ihrer Relevanz für die Wiesbadener Innenstadt ausgewählt.

Anzahl der Befragten: 93 Befragte

Befragungszeitraum: 01.12.2024-10.01.2025

Befragungsorte: Umgebung Wiesbaden, Online über QR-Code

Aufbau der quantitativen Datenbefragung

Die ersten Fragen zielten darauf ab die demografischen Daten der Befragten zu sammeln, während der zweite Teil gezielt die Emotionen über die unten aufgelisteten Orte erfragt. Zuletzt sind wir auf mögliche Wünsche eingegangen.

Inhalt der quantitativen Datenbefragung

1. Wie lautet dein Vorname?
2. Was ist dein Geschlecht?
3. Wie alt bist Du?
4. Wie gefällt dir die Innenstadt in Wiesbaden?
5. Wo in der Wiesbadener Innenstadt verbringst du am liebsten deine Zeit?
6. Was für ein Gefühl verspürst du an diesem Ort? (Luisenplatz, Wiesbaden)
 - Luisenplatz
 - Südliche Kirchgasse/Luisenforum
 - Schulberg
 - Dernsches Gelände
 - Mauritius-Mediathek
 - Platz der deutschen Einheit
 - Kochbrunnenplatz
 - Mauritiusplatz
7. Was wünschst du dir für Freizeitangebote in der Wiesbadener Innenstadt?
8. Was könnte die Innenstadt zu einem für dich schöneren Ort machen?

Qualitative Datenerhebung

Für die qualitative Datenerhebung führten wir eine Reihe persönlicher Interviews und Befragungen mit jungen Menschen in Wiesbaden durch. Dabei setzten wir eigens entwickelte Fragebögen ein, die auf die drei Altersgruppen zugeschnitten waren. Diese Gespräche ermöglichten es uns, gezielt auf die Bedürfnisse und Erwartungen der Jugendlichen in Bezug auf die Wiesbadener Innenstadt einzugehen. Besonders wichtig war es, die Hintergründe der Emotionen der Befragten zu verstehen — warum sie bestimmte Gefühle gegenüber der Innenstadt hegen und wie sich diese möglicherweise ändern könnten. Unser Ziel war es, herauszufinden, an welchen Stellen Verbesserungen vorgenommen werden können und welche Handlungsmöglichkeiten sich für die Stadt Wiesbaden ergeben. Jede Altersgruppe und jede befragte Person lieferten wertvolle Erkenntnisse, die zur Weiterentwicklung und Bewertung der Wiesbadener Innenstadt beitrugen. Die Fragebögen dienten als Leitfaden, gaben uns jedoch auch die Flexibilität, bei bestimmten Themen tiefer nachzufragen und mehr Details zu erfahren.

Anzahl der Befragten: 34 Befragte

Befragungszeitraum: 01.12.2024-10.01.2025

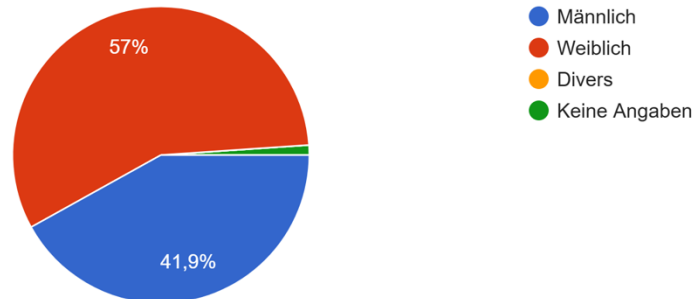
Befragungsorte: Umgebung Wiesbaden (JIZ, MOJA, 2. Wiesbadener Jugendkonferenz, Gutenbergschule

Auswertung der Onlineumfrage:

Auswertung der Geschlechterverteilung der Befragten

Was ist dein Geschlecht?

93 Antworten



Von den 93 Teilnehmenden der Befragung haben sich die Befragten wie folgt hinsichtlich ihres Geschlechts eingeordnet:

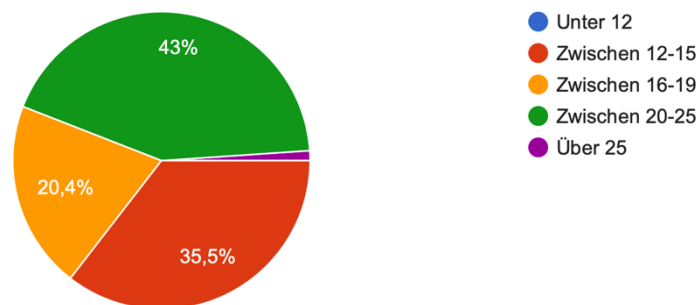
- **Weiblich:** 57 %
- **Männlich:** 41,9 %
- **Divers:** 1,1 %
- **Keine Angaben:** 0 %

Die Verteilung zeigt, dass die Mehrheit der Befragten weiblich ist, was auf einen stärkeren Fokus oder eine höhere Beteiligungsrate dieser Gruppe hindeuten könnte. Der Anteil der männlichen Befragten ist deutlich niedriger, stellt aber dennoch eine relevante Gruppe dar. Personen, die sich als divers identifizieren oder keine Angaben gemacht haben, sind in der Befragung nur marginal vertreten.

Auswertung der Altersverteilung der Befragten

Wie alt bist Du?

93 Antworten



Die Altersstruktur der 93 Teilnehmenden an der Befragung wurde in fünf Kategorien eingeteilt:

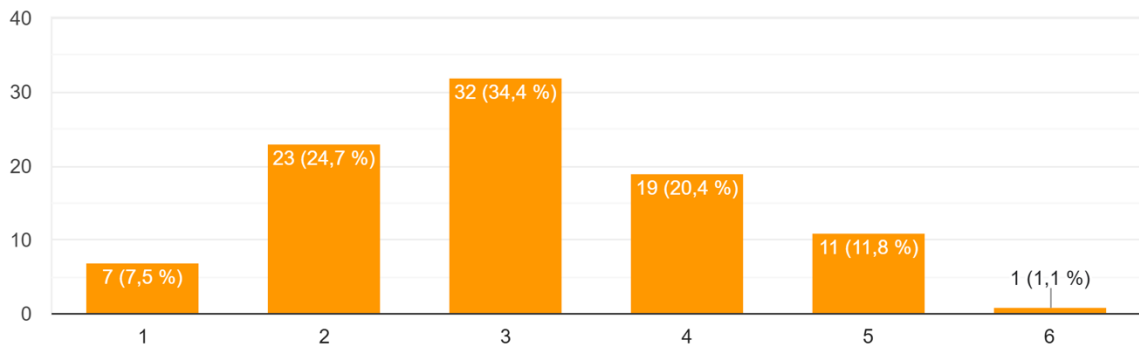
- **Unter 12 Jahre**
- **Zwischen 12-15 Jahre**
- **Zwischen 16-19 Jahre**
- **Zwischen 20-25 Jahre**
- **Über 25 Jahre**

Die Ergebnisse zeigen, dass der Großteil der Befragten aus der Altersgruppe **20-25 Jahre** stammt, die mit **43 %** den größten Anteil ausmacht. Darauf folgt die Altersgruppe **12-15 Jahre** mit **35,5 %**, gefolgt von den **16-19-Jährigen**, die **20,4 %** der Teilnehmenden ausmachen. Lediglich ein sehr geringer Anteil der Befragten gehört zur Gruppe **über 25 Jahre**, während die Gruppe **unter 12 Jahre** nicht vertreten ist.

Auswertung der Bewertung der Innenstadt Wiesbadens

Wie gefällt dir die Innenstadt in Wiesbaden?

93 Antworten



Von den 93 Befragten ergibt sich folgende Bewertung der Innenstadt Wiesbadens auf einer Skala von 1 (sehr schlecht) bis 6 (sehr gut):

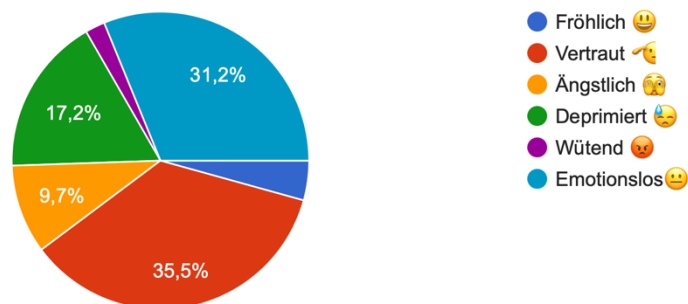
- **1:** 7 Personen (7,5 %)
- **2:** 23 Personen (24,7 %)
- **3:** 32 Personen (34,4 %)
- **4:** 19 Personen (20,4 %)
- **5:** 11 Personen (11,8 %)
- **6:** 1 Person (1,1 %)

Die Mehrheit der Befragten hat die Innenstadt Wiesbadens mit **3** bewertet, was etwa einem mittleren Zufriedenheitsgrad entspricht. Insgesamt ist die Verteilung stärker in den unteren bis mittleren Bewertungsbereich (1–4) konzentriert, wobei höhere Bewertungen (5–6) nur einen kleineren Anteil der Antworten ausmachen.

Auswertung der Emotionen über den Luisenplatz, Wiesbaden

Was für ein Gefühl verspürst du an diesem Ort? (Luisenplatz, Wiesbaden)

93 Antworten

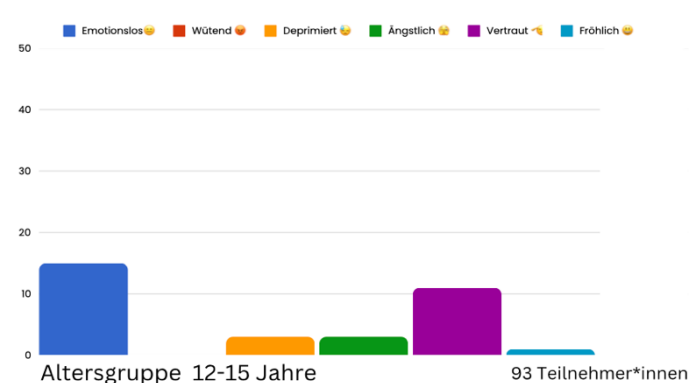
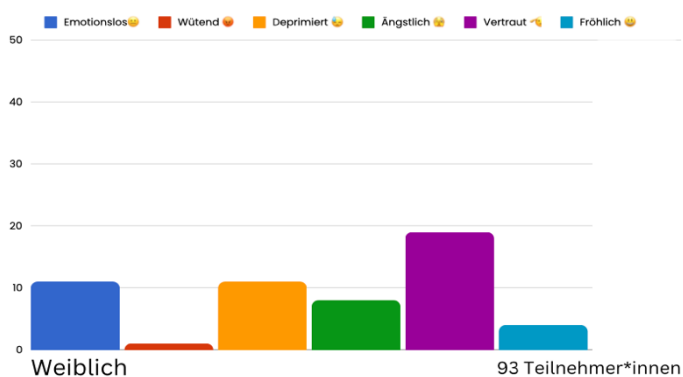
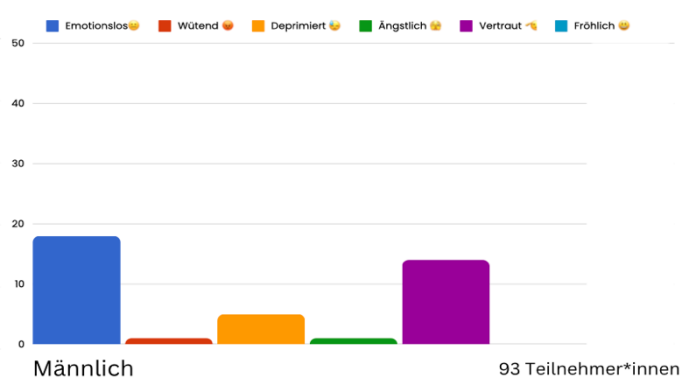
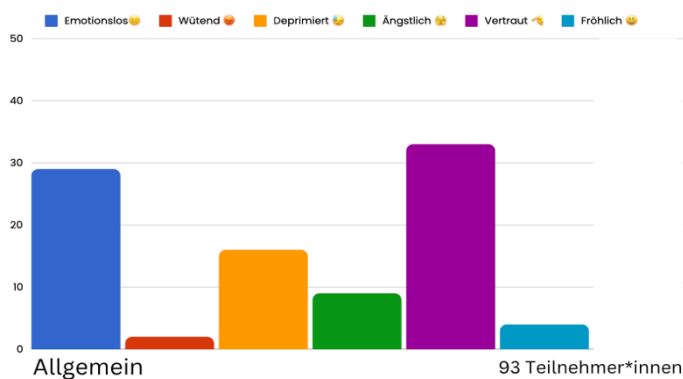


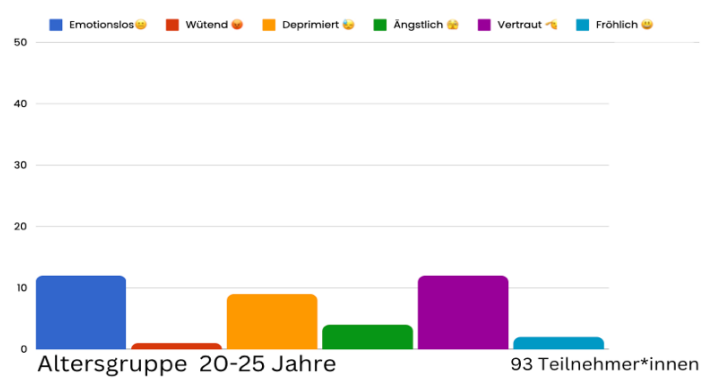
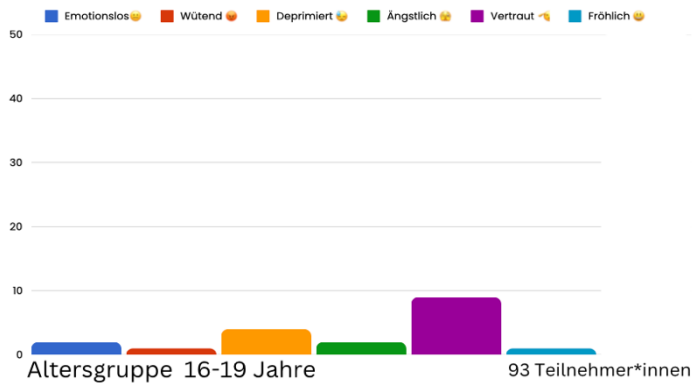
Von den 93 Befragten ergibt sich folgende Verteilung der Emotionen am Luisenplatz Wiesbaden:

- **Fröhlich:** 29 Personen (31,2 %)
- **Vertraut:** 33 Personen (35,5 %)
- **Ängstlich:** 9 Personen (9,7 %)
- **Deprimiert:** 16 Personen (17,2 %)
- **Wütend:** 2 Personen (2,2 %)
- **Emotionslos:** 4 Personen (4,3 %)

Die Mehrheit der Befragten fühlt sich am Luisenplatz entweder vertraut (35,5 %) oder fröhlich (31,2 %), was auf eine überwiegend positive oder angenehme Wahrnehmung des Ortes hindeutet. Ein relevanter Anteil (17,2 %) beschreibt jedoch eine depressive Stimmung, was zeigt, dass einige den Platz mit negativen Gefühlen assoziieren. Angst (9,7 %) und Wut (2,2 %) sind zwar vorhanden, spielen jedoch im Vergleich zu den positiven Gefühlen eine geringere Rolle. Interessanterweise empfinden nur wenige Befragte den Ort als emotionslos (4,3 %), was darauf schließen lässt, dass der Platz bei den meisten zumindest emotional etwas auslöst. Insgesamt zeigt sich eine gemischte Wahrnehmung, mit einem Schwerpunkt auf Vertrautheit und positiver Stimmung.

Weitere Datenerhebungen, unterschieden nach Geschlecht und Altersgruppen. Die Werte der Diagramme sind diskrete, positive **ganze Zahlen**, die die Häufigkeit der angegebenen Emotionen darstellen:

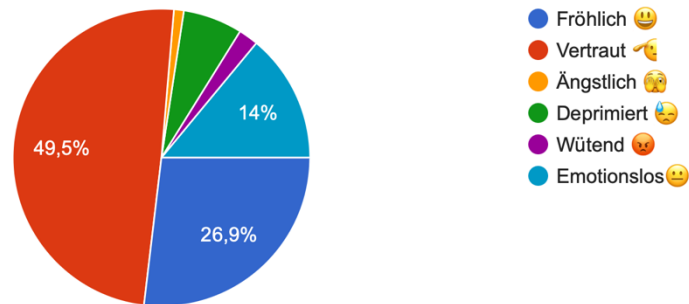




Auswertung der Emotionen im Luisenforum, Wiesbaden

Was für ein Gefühl verspürst du an diesem Ort? (Luisenforum, Wiesbaden)

93 Antworten

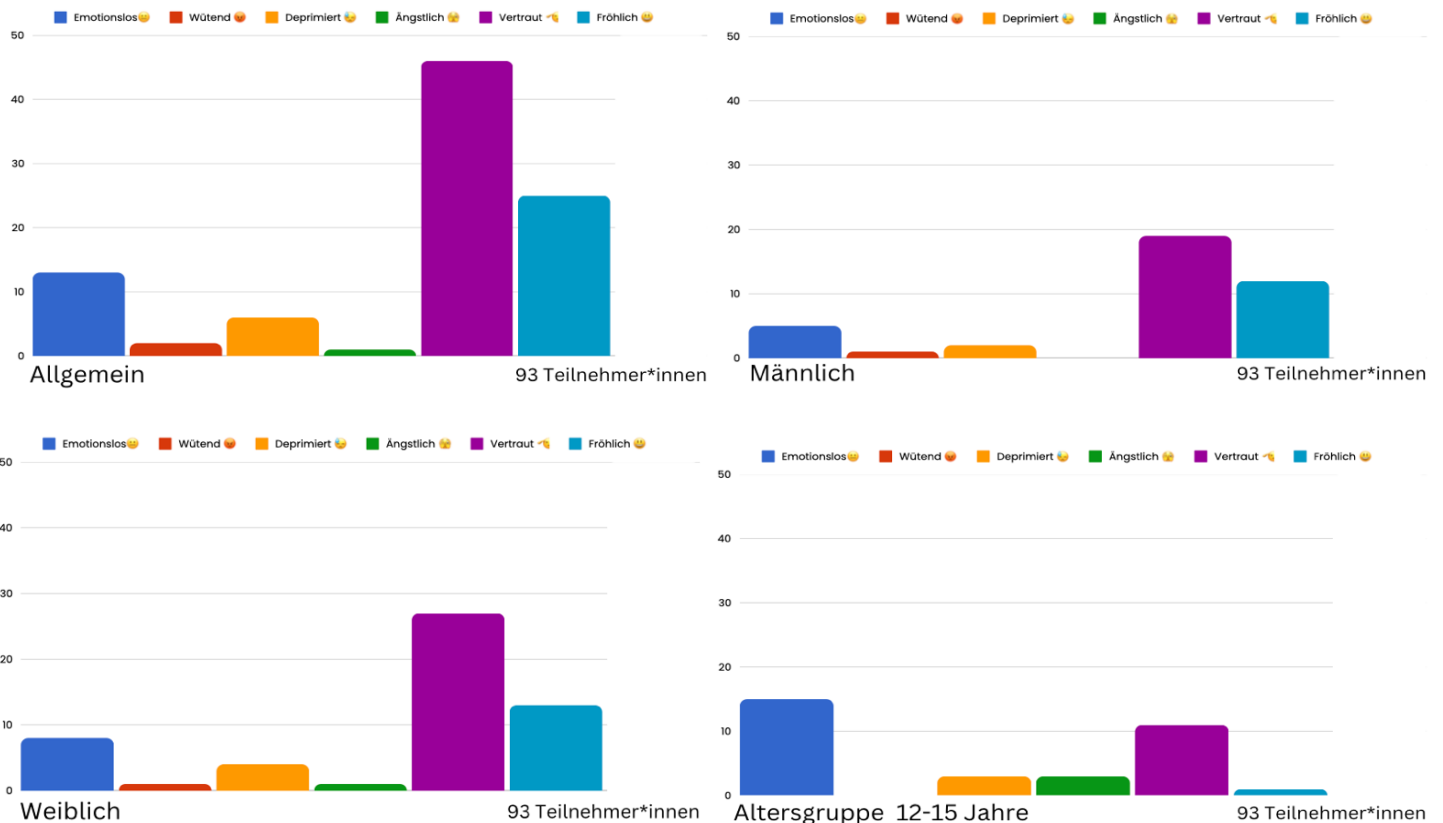


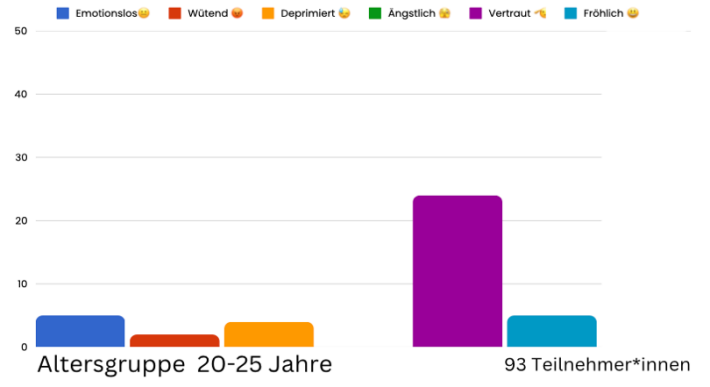
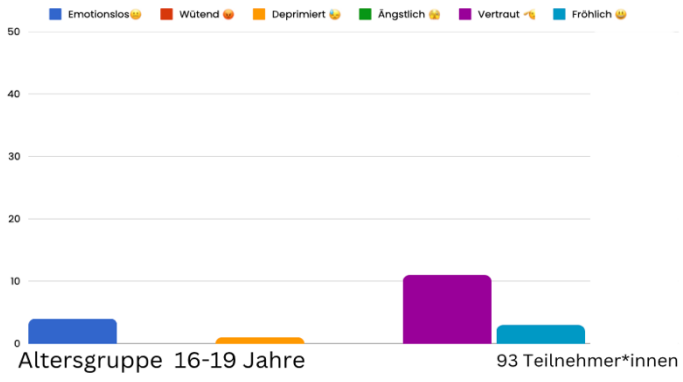
Von den 93 Befragten ergibt sich folgende Verteilung der Emotionen im Luisenforum Wiesbaden:

- **Fröhlich:** 13 Personen (14 %)
- **Vertraut:** 46 Personen (49,5 %)
- **Ängstlich:** 1 Person (1 %)
- **Deprimiert:** 2 Personen (2 %)
- **Wütend:** 6 Personen (7 %)
- **Emotionslos:** 25 Personen (26,9 %)

Die Mehrheit der Befragten (49,5 %) fühlt sich am Luisenforum vertraut. Dies deutet darauf hin, dass viele den Ort als bekannt und angenehm wahrnehmen. Ein großer Anteil der Befragten empfindet den Ort zudem emotionslos (26,9 %), was darauf hindeutet, dass dieser funktional oder neutral wahrgenommen wird. Fröhlichkeit (14 %) ist zwar präsent, jedoch nicht besonders dominant. Negative Emotionen wie Wut (7 %), Depressivität (2 %) oder Angst (1 %) spielen eine geringere Rolle und deuten auf eine insgesamt überwiegend positive oder neutrale Wahrnehmung des Ortes hin.

Weitere Datenerhebungen, unterschieden nach Geschlecht und Altersgruppen. Die Werte der Diagramme sind diskrete, positive **ganze Zahlen**, die die Häufigkeit der angegebenen Emotionen darstellen:

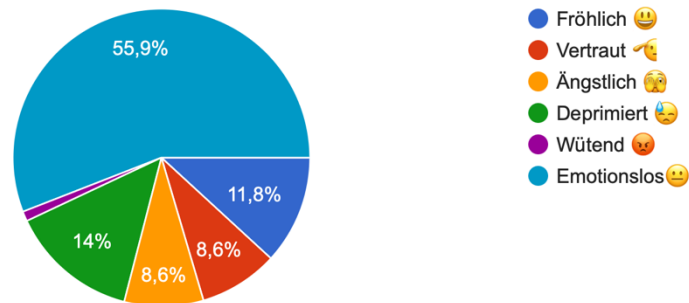




Auswertung der Emotionen am Schulberg, Wiesbaden

Was für ein Gefühl verspürst du an diesem Ort? (Schulberg, Wiesbaden)

93 Antworten

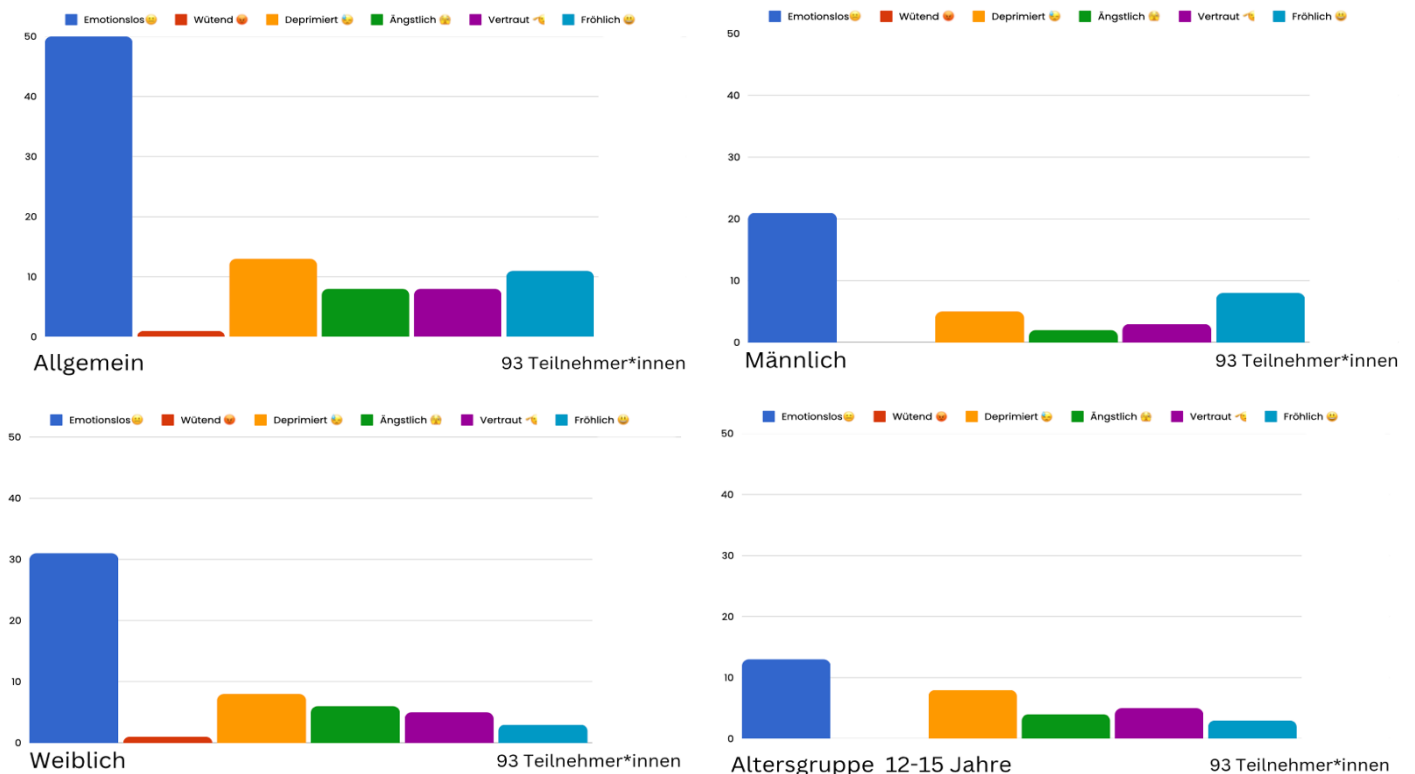


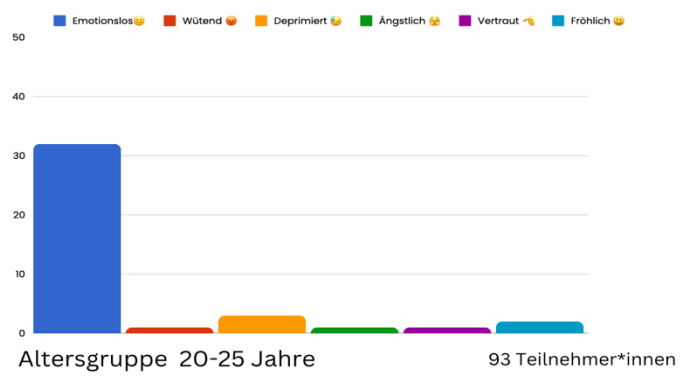
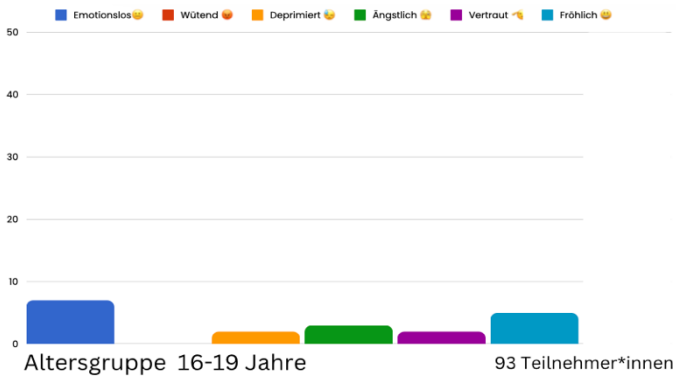
Von den 93 Befragten ergibt sich folgende Verteilung der Emotionen am Schulberg Wiesbaden:

- **Fröhlich:** 11 Personen (11,8 %)
- **Vertraut:** 8 Personen (8,6 %)
- **Ängstlich:** 8 Personen (8,6 %)
- **Deprimiert:** 13 Personen (14 %)
- **Wütend:** 1 Person (1 %)
- **Emotionslos:** 52 Personen (55,9 %)

Die Mehrheit der Befragten (55,9 %) empfindet am Schulberg keine besonderen Emotionen, was darauf hindeutet, dass der Ort für viele neutral oder uninteressant wirkt. Ein großer Anteil von 14 % gibt jedoch an, sich dort deprimiert zu fühlen, was möglicherweise auf negative Wahrnehmungen oder Erfahrungen hinweist. Positive Gefühle wie Fröhlichkeit (11,8 %) und Vertrautheit (8,6 %) sind weniger stark vertreten. Negative Emotionen wie Angst (8,6 %) und Wut (1 %) spielen eine kleinere Rolle, aber die deutliche Präsenz von Deprimiertheit könnte auf einem allgemeinen Unbehagen an diesem Ort hinweisen.

Weitere Datenerhebungen, unterschieden nach Geschlecht und Altersgruppen. Die Werte der Diagramme sind diskrete, positive **ganze Zahlen**, die die Häufigkeit der angegebenen Emotionen darstellen:

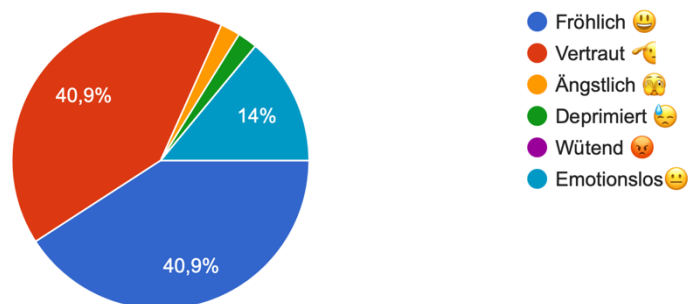




Auswertung der Emotionen am Dernschen Gelände, Wiesbaden

Was für ein Gefühl verspürst du an diesem Ort? (Dernsches Gelände, Wiesbaden)

93 Antworten

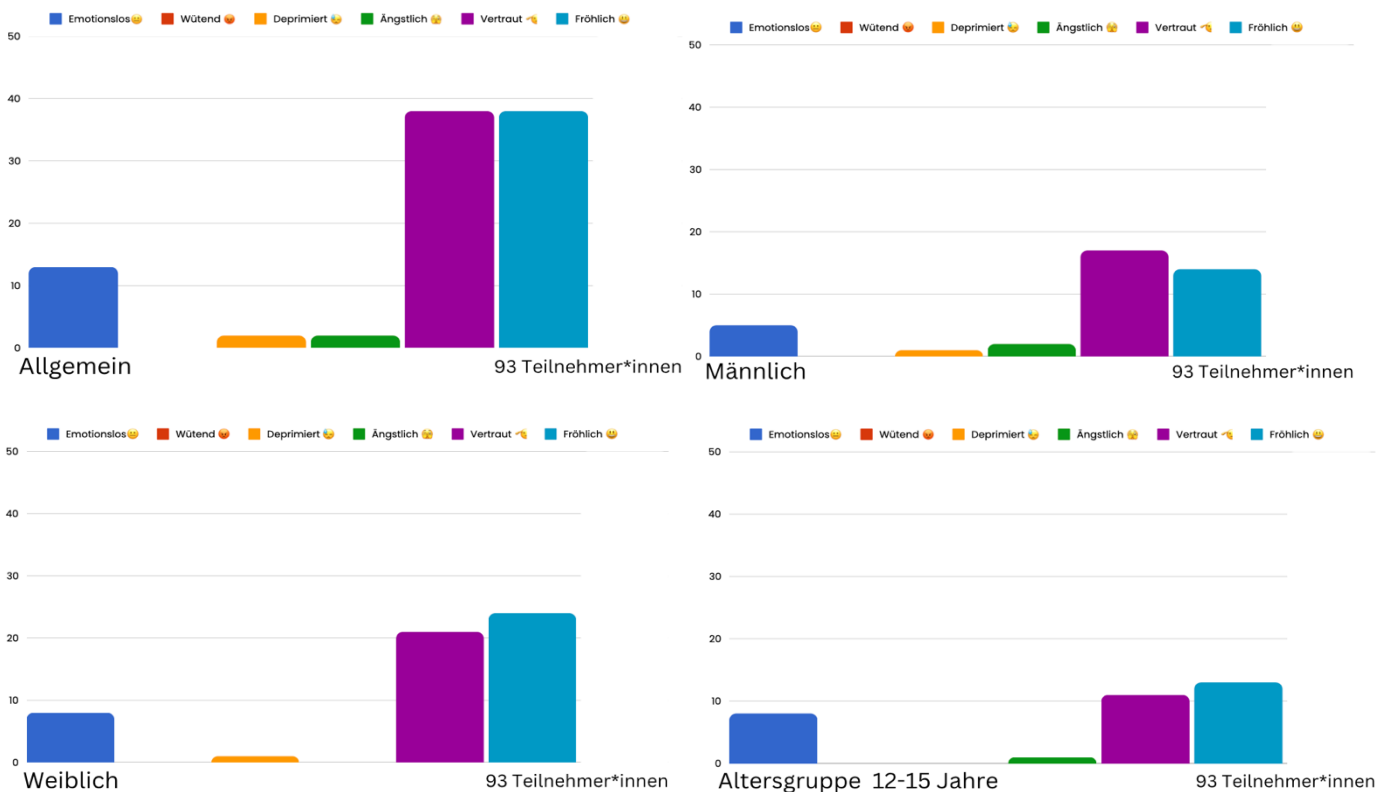


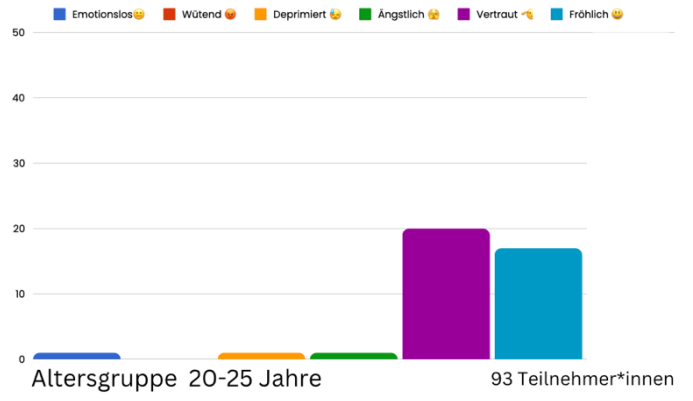
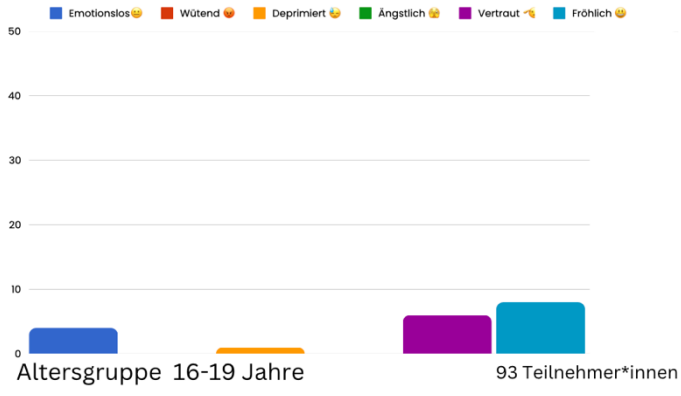
Von den 93 Befragten ergibt sich folgende Verteilung der Emotionen am Dernschen Gelände Wiesbaden:

- **Fröhlich:** 38 Personen (40,9 %)
- **Vertraut:** 38 Personen (40,9 %)
- **Ängstlich:** 1 Person (1 %)
- **Deprimiert:** 2 Personen (2 %)
- **Wütend:** 2 Personen (2 %)
- **Emotionslos:** 13 Personen (14 %)

Die Mehrheit der Befragten empfindet am Dernschen Gelände entweder Fröhlichkeit oder Vertrautheit (jeweils 40,9 %). Dies deutet auf eine starke positive und vertraute Verbindung mit dem Ort hin. Ein kleinerer Anteil der Befragten fühlt sich emotionslos (14 %), was auf eine eher neutrale Wahrnehmung hinweist. Negative Emotionen wie Angst, Depressiertheit und Wut sind kaum vertreten (jeweils 1-2 %), was darauf hindeutet, dass das Gelände insgesamt als positiv und angenehm empfunden wird.

Weitere Datenerhebungen, unterschieden nach Geschlecht und Altersgruppen. Die Werte der Diagramme sind diskrete, positive **ganze Zahlen**, die die Häufigkeit der angegebenen Emotionen darstellen:

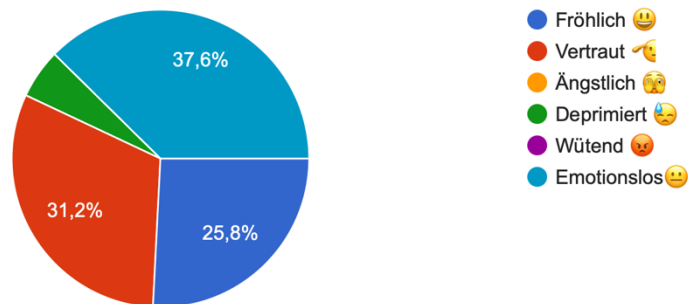




Auswertung der Emotionen in der Mauritius-Mediathek, Wiesbaden

Was für ein Gefühl verspürst du an diesem Ort? (Mauritius-Mediathek, Wiesbaden)

93 Antworten

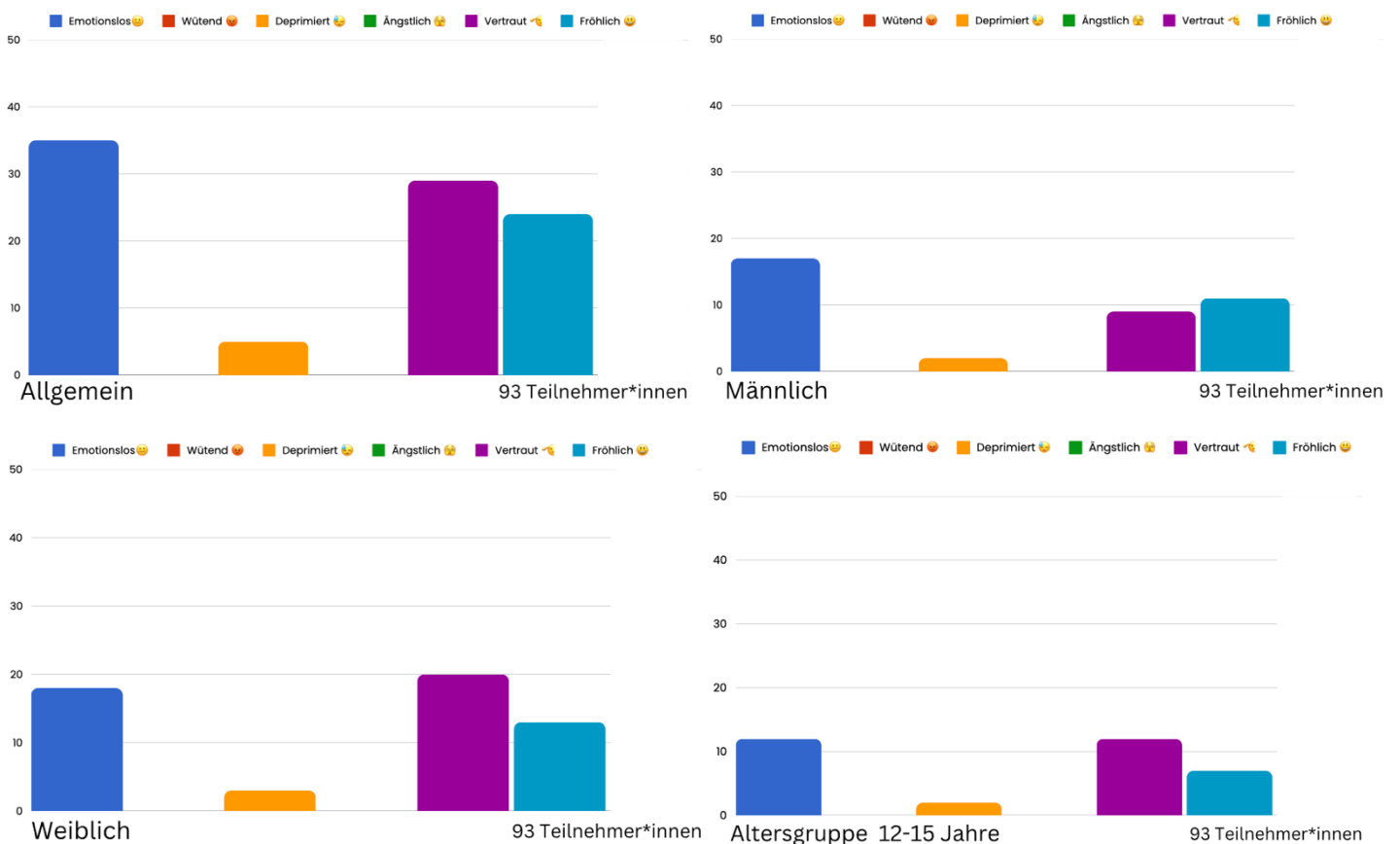


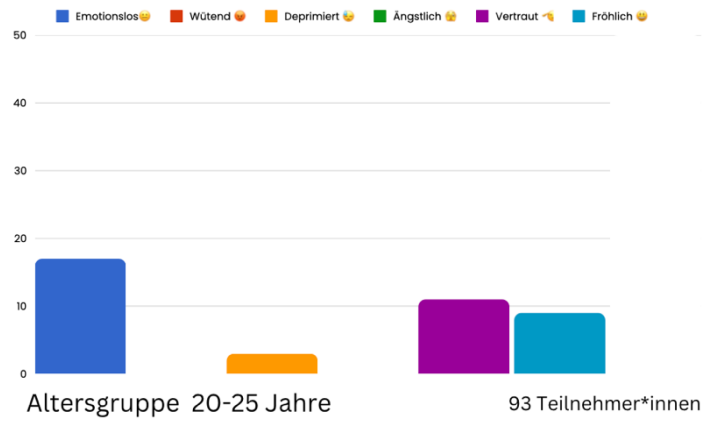
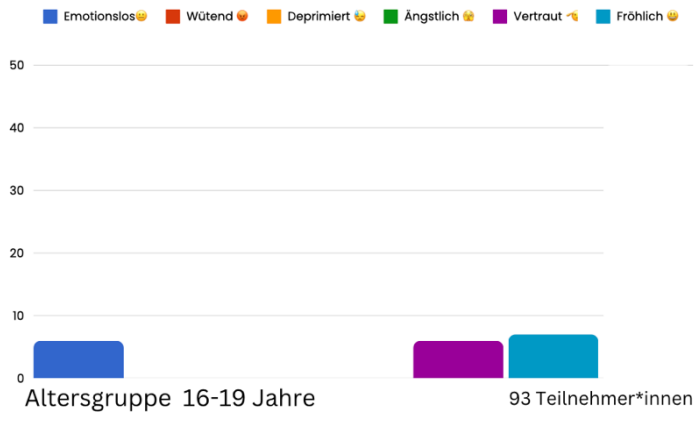
Von den 93 Befragten ergibt sich folgende Verteilung der Emotionen an der Mauritius-Mediathek Wiesbaden:

- **Fröhlich:** 24 Personen (25,8 %)
- **Vertraut:** 29 Personen (31,2 %)
- **Ängstlich:** 1 Person (1 %)
- **Deprimiert:** 2 Personen (2 %)
- **Wütend:** 2 Personen (2 %)
- **Emotionslos:** 35 Personen (37,6 %)

Die Mehrheit der Befragten (37,6 %) empfindet an diesem Ort keine besonderen Emotionen, was auf eine eher neutrale oder funktionale Wahrnehmung hindeutet. Ein relevanter Teil der Befragten fühlt sich jedoch vertraut (31,2 %) oder fröhlich (25,8 %), was zeigt, dass der Ort für viele positiv wahrgenommen wird. Negative Emotionen wie Angst (1 %), Depressiertheit (2 %) und Wut (2 %) sind nur geringfügig vertreten. Insgesamt wird die Mauritius-Mediathek somit überwiegend neutral bis positiv erlebt, mit nur wenigen negativen Wahrnehmungen.

Weitere Datenerhebungen, unterschieden nach Geschlecht und Altersgruppen. Die Werte der Diagramme sind diskrete, positive **ganze Zahlen**, die die Häufigkeit der angegebenen Emotionen darstellen:

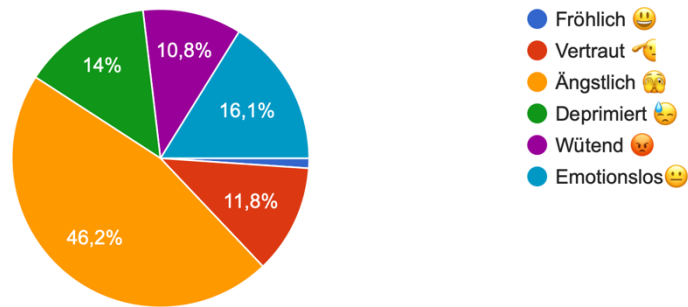




Auswertung der Emotionen am Platz der deutschen Einheit, Wiesbaden

Was für ein Gefühl verspürst du an diesem Ort? (Platz der deutschen Einheit, Wiesbaden)

93 Antworten

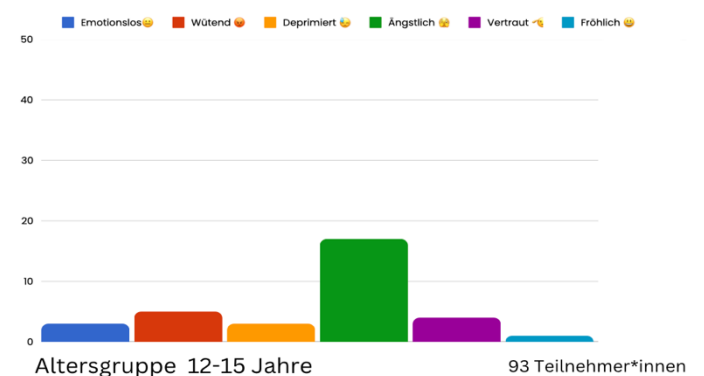
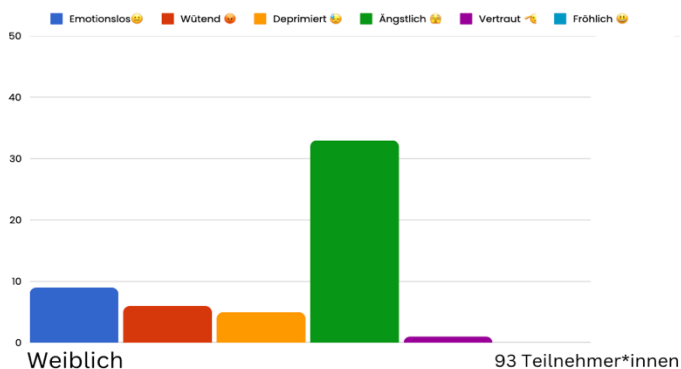
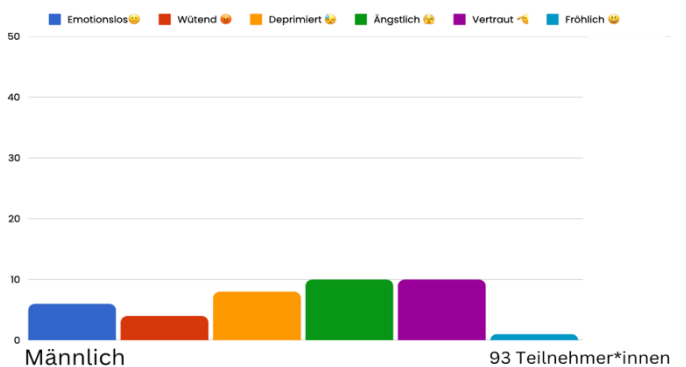
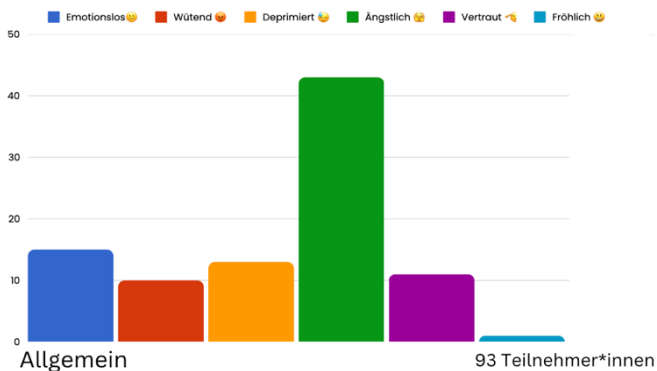


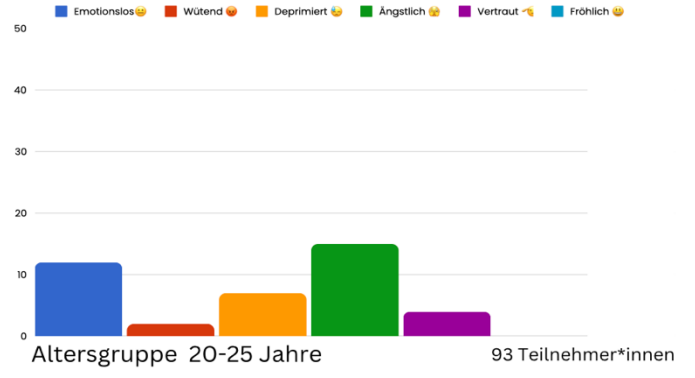
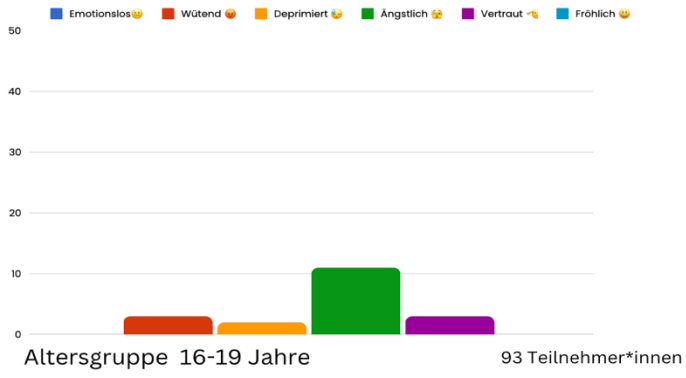
Von den 93 Befragten ergibt sich folgende Verteilung der Emotionen am Platz der deutschen Einheit in Wiesbaden:

- **Fröhlich:** 15 Personen (16,1 %)
- **Vertraut:** 11 Personen (11,8 %)
- **Ängstlich:** 43 Personen (46,2 %)
- **Deprimiert:** 13 Personen (14 %)
- **Wütend:** 10 Personen (10,8 %)
- **Emotionslos:** 1 Person (1,1 %)

Die dominante Emotion am Platz der deutschen Einheit ist Angst (46,2 %), was darauf hindeutet, dass dieser Ort von vielen als unsicher, unangenehm oder bedrohlich empfunden wird. Im Gegensatz dazu empfinden nur wenige Personen Vertrautheit (11,8 %) oder Fröhlichkeit (16,1 %). Ein relevanter Anteil beschreibt auch negative Gefühle wie Deprimiertheit (14 %) und Wut (10,8 %). Die geringe Zahl derjenigen, die den Ort emotionslos wahrnehmen (1,1 %), deutet darauf hin, dass der Platz bei den meisten Befragten starke Emotionen hervorruft. Insgesamt dominiert eine eher negative Wahrnehmung, insbesondere geprägt durch Angst und negative Assoziationen.

Weitere Datenerhebungen, unterschieden nach Geschlecht und Altersgruppen. Die Werte der Diagramme sind diskrete, positive **ganze Zahlen**, die die Häufigkeit der angegebenen Emotionen darstellen:

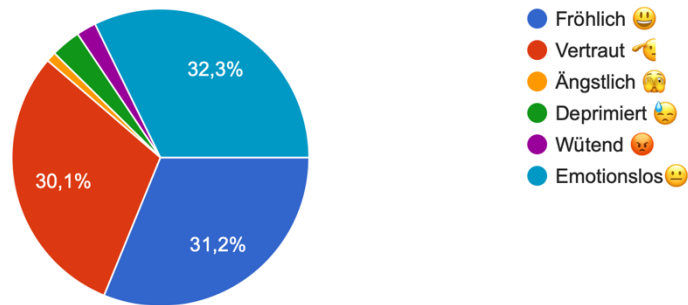




Auswertung der Emotionen am Kochbrunnenplatz, Wiesbaden

Was für ein Gefühl verspürst du an diesem Ort? (Kochbrunnenplatz, Wiesbaden)

93 Antworten

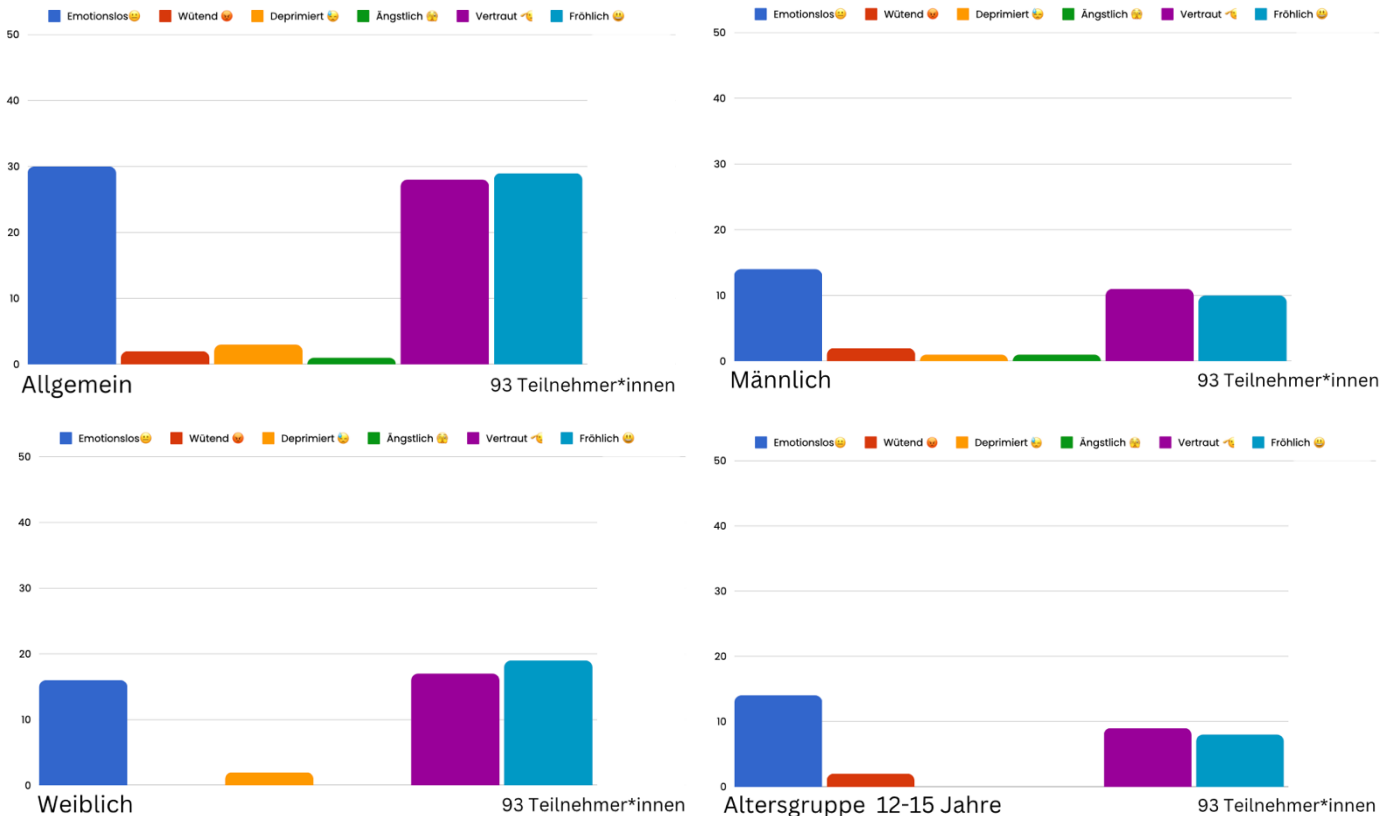


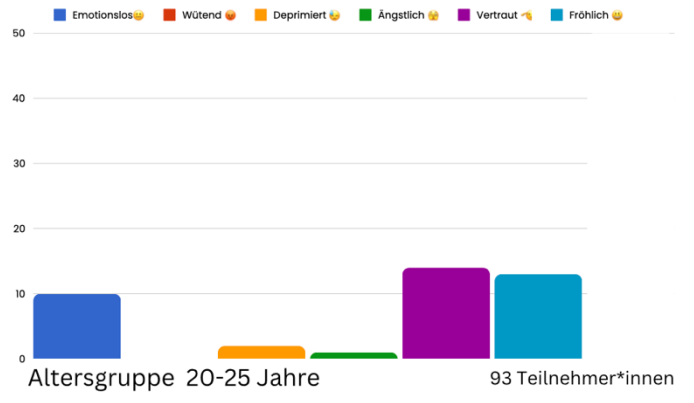
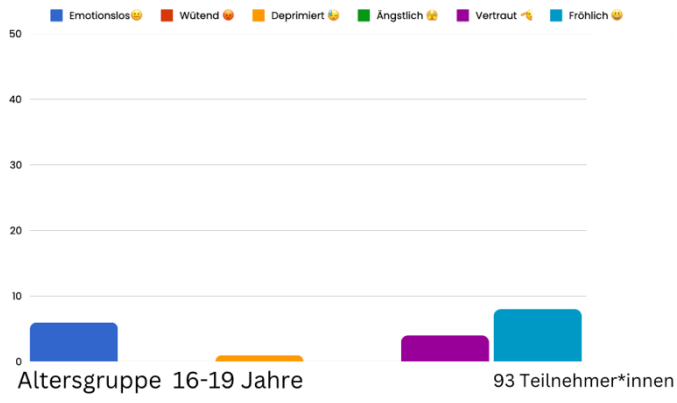
Von den 93 Befragten ergibt sich folgende Verteilung der Emotionen am Kochbrunnenplatz Wiesbaden:

- **Fröhlich:** 29 Personen (31,2 %)
- **Vertraut:** 28 Personen (30,1 %)
- **Ängstlich:** 1 Person (1 %)
- **Deprimiert:** 2 Personen (2 %)
- **Wütend:** 2 Personen (2 %)
- **Emotionslos:** 30 Personen (32,3 %)

Die Mehrheit der Befragten empfindet entweder keine besonderen Emotionen (32,3 %), Fröhlichkeit (31,2 %) oder Vertrautheit (30,1 %) am Kochbrunnenplatz. Dies deutet auf eine gemischte Wahrnehmung hin, bei der der Platz für viele sowohl funktional-neutral als auch positiv wahrgenommen wird. Negative Emotionen wie Angst (1 %), Deprimiertheit (2 %) und Wut (2 %) sind nur in geringem Maße vorhanden. Insgesamt überwiegen positive oder neutrale Wahrnehmungen, was darauf hindeutet, dass der Platz allgemein als angenehm empfunden wird.

Weitere Datenerhebungen, unterschieden nach Geschlecht und Altersgruppen. Die Werte der Diagramme sind diskrete, positive **ganze Zahlen**, die die Häufigkeit der angegebenen Emotionen darstellen:

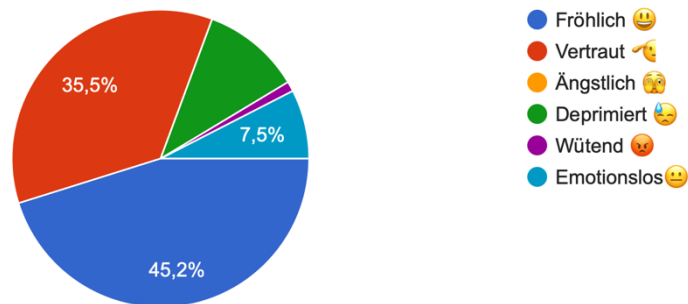




Auswertung der Emotionen am Mauritiusplatz Wiesbaden

Was für ein Gefühl verspürst du an diesem Ort? (Mauritiusplatz, Wiesbaden)

93 Antworten

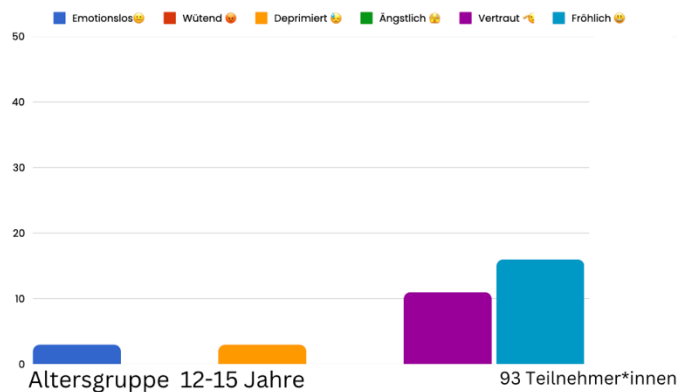
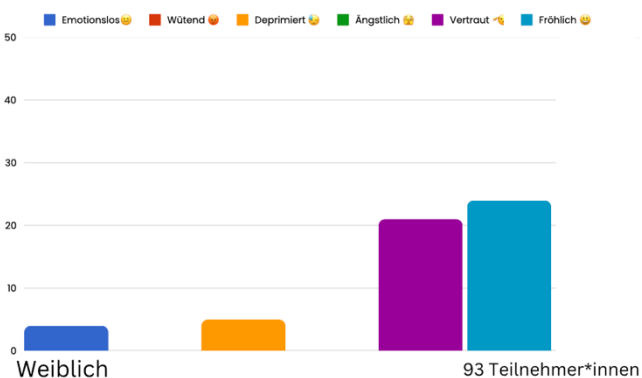
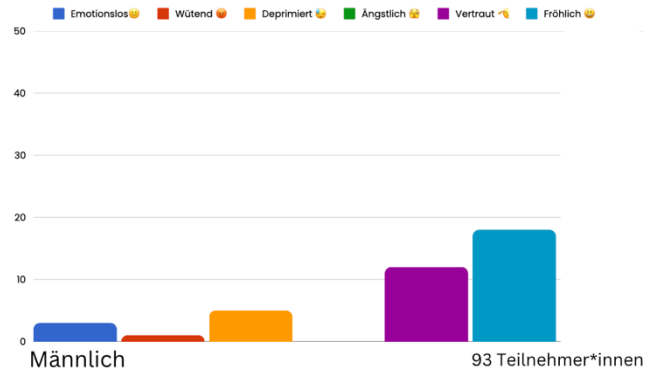
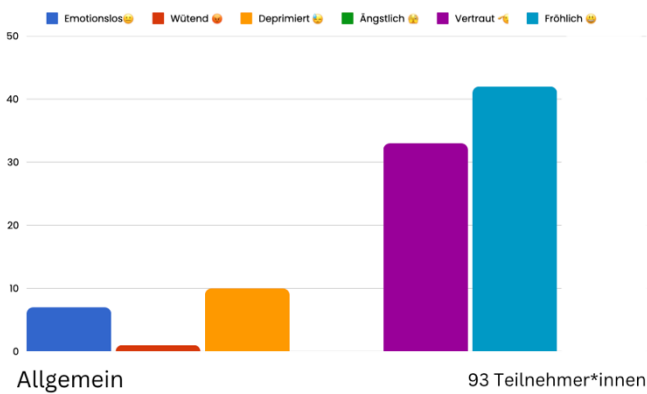


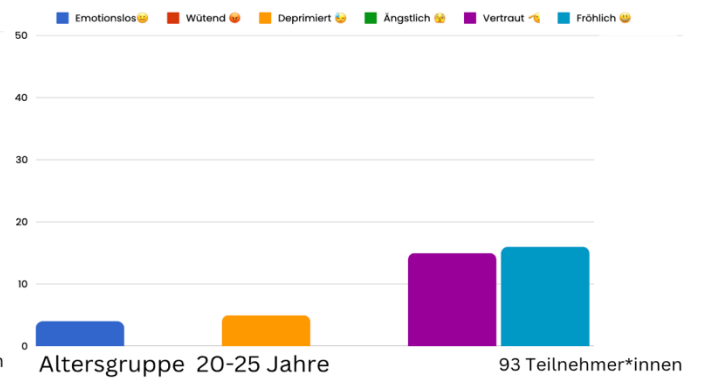
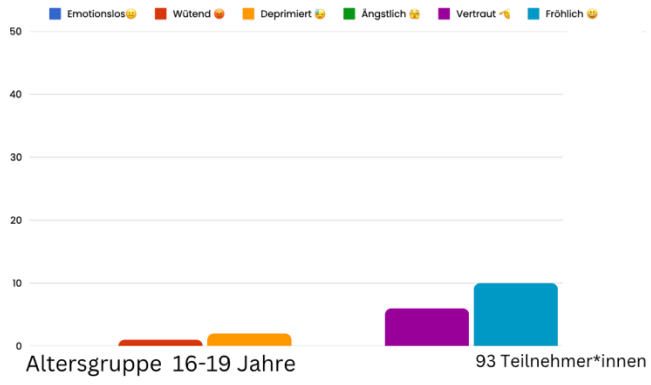
Von den 93 Befragten ergibt sich folgende Verteilung der Emotionen am Mauritiusplatz Wiesbaden:

- **Fröhlich:** 42 Personen (45,2 %)
- **Vertraut:** 33 Personen (35,5 %)
- **Ängstlich:** 1 Person (1 %)
- **Deprimiert:** 7 Personen (7,5 %)
- **Wütend:** 1 Person (1 %)
- **Emotionslos:** 9 Personen (9,7 %)

Der Mauritiusplatz wird von der Mehrheit der Befragten als positiv wahrgenommen, wobei 45,2 % Fröhlichkeit und 35,5 % Vertrautheit empfinden. Dies deutet darauf hin, dass dieser Ort ein beliebter Treffpunkt ist oder allgemein positive Assoziationen weckt. Ein kleinerer Anteil der Befragten empfindet Deprimiertheit (7,5 %) oder bleibt emotionslos (9,7 %), während negative Emotionen wie Angst (1 %) und Wut (1 %) kaum eine Rolle spielen. Insgesamt zeigt sich eine überwiegend positive Wahrnehmung des Mauritiusplatzes.

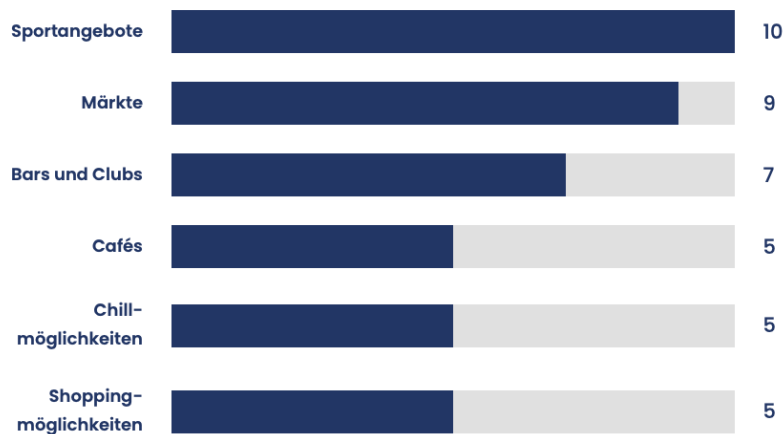
Weitere Datenerhebungen, unterschieden nach Geschlecht und Altersgruppen. Die Werte der Diagramme sind diskrete, positive **ganze Zahlen**, die die Häufigkeit der angegebenen Emotionen darstellen:





Auswertung der Wünsche für Freizeitangebote in der Wiesbadener Innenstadt

Was wünschst du dir für Freizeitaktivitäten in Wiesbaden?



An der Befragung zu den gewünschten Freizeitangeboten in der Wiesbadener Innenstadt haben **79 Personen** teilgenommen. Die Verteilung der Nennungen ist wie folgt:

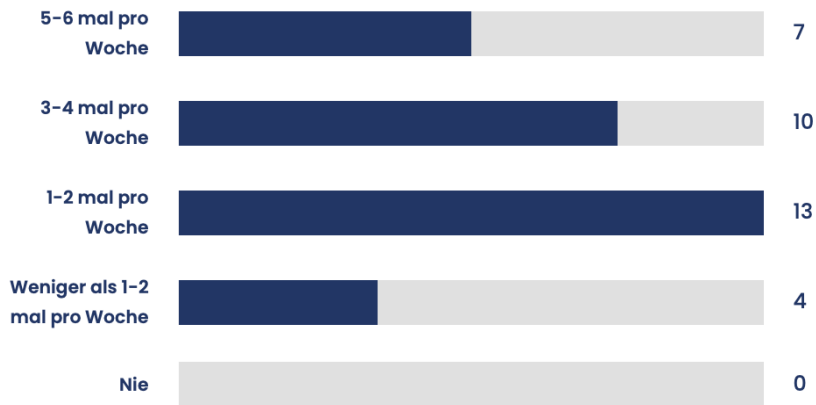
- **Sportangebote:** 10 Nennungen (12,7 %)
- **Märkte:** 9 Nennungen (11,4 %)
- **Bars und Clubs:** 7 Nennungen (8,9 %)
- **Cafés:** 5 Nennungen (6,3 %)
- **Chillmöglichkeiten:** 5 Nennungen (6,3 %)
- **Shoppingmöglichkeiten:** 5 Nennungen (6,3 %)

Sportangebote stehen mit **12,7 %** der Nennungen an oberster Stelle und zeigen, dass viele Teilnehmer sportliche Aktivitäten als wichtigen Teil der Freizeitgestaltung in der Innenstadt sehen. **Märkte** folgen dicht dahinter mit **11,4 %** der Nennungen und weisen auf ein großes Interesse an lokalen und frischen Einkaufsmöglichkeiten hin. **Bars und Clubs** (8,9 %) belegen den dritten Platz und deuten darauf hin, dass auch das Nachtleben eine Rolle spielt.

Cafés, **Chillmöglichkeiten** und **Shoppingmöglichkeiten** sind jeweils mit **6,3 %** vertreten, was zeigt, dass sie zwar als wünschenswert betrachtet werden, aber nicht die oberste Priorität haben. Insgesamt legen die Teilnehmer der Befragung Wert auf ein ausgewogenes Angebot aus sportlicher Betätigung, Einkaufsmöglichkeiten und sozialen Treffpunkten.

Auswertung der Häufigkeit der Besuche in der Wiesbadener Innenstadt

Wie oft bist du in die Wiesbadener Innenstadt?



An der Befragung zur Häufigkeit der Besuche in der Wiesbadener Innenstadt haben **34 Personen** teilgenommen. Die Verteilung der Nennungen ist wie folgt:

- **5-6 Mal pro Woche:** 7 Personen (20,6 %)
- **3-4 Mal pro Woche:** 10 Personen (29,4 %)
- **1-2 Mal pro Woche:** 13 Personen (38,2 %)
- **Weniger als 1-2 Mal pro Woche:** 4 Personen (11,8 %)
- **Nie:** 0 Personen (0 %)

Die Mehrheit der Befragten (38,2 %) besucht die Wiesbadener Innenstadt **1-2 Mal pro Woche**, was auf eine regelmäßige, aber nicht tägliche Nutzung hinweist. **29,4 %** der Befragten sind **3-4 Mal pro Woche** vor Ort, während **20,6 %** sogar **5-6 Mal pro Woche** die Innenstadt aufsuchen. Nur **11,8 %** besuchen die Innenstadt seltener als **1-2 Mal pro Woche**. Keiner der Befragten gibt an, die Innenstadt nie zu besuchen. Insgesamt zeigt sich, dass die Innenstadt von Wiesbaden ein zentraler Anlaufpunkt ist, den die Mehrheit der Befragten mehrmals wöchentlich nutzt, was auf eine hohe Attraktivität und Bedeutung des Stadtzentrums hindeutet.

Auswertung der Gründe für Besuche in der Wiesbadener Innenstadt

Was sind Gründe für positive Gefühle zur Wiesbadener Innenstadt?



Die Befragung zu den Hauptgründen für Besuche in der Wiesbadener Innenstadt zeigt folgende Verteilung der Nennungen:

- **Freunde treffen:** 11 Nennungen
- **Schönes Stadtbild:** 7 Nennungen
- **Shoppen:** 7 Nennungen
- **Um bei McDonald's zu chillen:** 5 Nennungen
- **Auf Feste gehen:** 4 Nennungen

Der häufigste Grund für Besuche in der Innenstadt ist das **Treffen mit Freunden** (11 Nennungen), was auf eine starke soziale Nutzung des Stadtzentrums hinweist. **Schönes Stadtbild** und **Shoppen** teilen sich mit jeweils 7 Nennungen den zweiten Platz und verdeutlichen die Attraktivität der Umgebung sowie die Bedeutung der Einkaufsmöglichkeiten. Das **Chillen bei McDonald's** (5 Nennungen) wird ebenfalls als nennenswerter Grund genannt, was auf die Rolle spezifischer Treffpunkte hinweist. **Feste** hingegen haben mit 4 Nennungen eine geringere Bedeutung, spielen aber dennoch eine gewisse Rolle im Freizeitverhalten. Insgesamt zeigt die Auswertung, dass soziale Interaktion, Umgebung und Shopping wesentliche Anreize für Besuche darstellen.

Auswertung der Kritikpunkte zur Wiesbadener Innenstadt

Was sind Gründe für positive Gefühle zur Wiesbadener Innenstadt?



Auswertung der Kritikpunkte zur Wiesbadener Innenstadt

Die Befragung zu den Hauptkritikpunkten an der Wiesbadener Innenstadt zeigt folgende Verteilung der Nennungen:

- **Niedrige Sauberkeit:** 12 Nennungen
- **Unberechenbare Menschen:** 9 Nennungen
- **Essen zu teuer:** 5 Nennungen
- **Zu wenige Orte zum Sitzen:** 5 Nennungen
- **Shoppingmöglichkeiten:** 3 Nennungen

Der häufigste Kritikpunkt ist die **niedrige Sauberkeit** mit **12 Nennungen**, was auf ein großes Bedürfnis nach besseren hygienischen Verhältnissen hinweist. **Unberechenbare Menschen** wurden von **9 Personen** genannt, was auf ein Sicherheits- oder Komfortproblem in der Wahrnehmung der Innenstadt hindeuten könnte.

Essen zu teuer und **zu wenige Orte zum Sitzen** sind jeweils mit **5 Nennungen** gleichauf und zeigen, dass sowohl finanzielle Aspekte als auch mangelnde Sitzmöglichkeiten die Aufenthaltsqualität beeinflussen. **Shoppingmöglichkeiten** wurden nur von **3 Personen** als Kritikpunkt genannt, was darauf hindeutet, dass das Angebot in diesem Bereich überwiegend als ausreichend empfunden wird.

Insgesamt zeigt die Umfrage, dass Sauberkeit und das Sicherheitsgefühl die wesentlichen Bereiche sind, in denen Verbesserungspotenzial besteht.