

**Antrag des beratenden BV-Mitglieds Björna Althoff der Ratsgruppe LUKS
in der Bezirksvertretung
der Stadt Krefeld**

-öffentlich-



RATSGRUPPE – LUKS

Rathaus Krefeld, Raum B 204
Von-der-Leyen Platz 1
47798 Krefeld
Telefon: +49 2151 / 86-4740
ratsgruppe-luks@krefeld.de

Vorlagennummer

1068/26 A

in der Bezirksvertretung Mitte

Krefeld, 28.05.2026

Beratungsfolge	Sitzungstermin	Beschlussform
Bezirksvertretung Mitte	11.06.2026	beschließend

Betreff

TOP Etatberatung - Westwallmarkt: Aktionskonzept "Menschen verbinden" und Vergabe Marktpotenzialanalyse Westwallmarkt

Beschlussentwurf

Die Bezirksvertretung Mitte beschließt:

1.) dass die Verwaltung der BV Mitte kurzfristig ein Aktionskonzept vorlegt, mit welchem der Westwallmarkt als sozialer Treffpunkt entwickelt werden und als Maßnahme gegen Einsamkeit wirken kann. Die Verwaltung wird aufgefordert, hinsichtlich der Kosten für die Umsetzung zu überprüfen, ob die vorgeschlagenen Maßnahmen im Rahmen des Fördercalls „Zusammenhalt stärken – Menschen verbinden“ (Frist 31.12.2026) förderfähig sind.

2.) Hinsichtlich der Etatberatung beschließt die Bezirksvertretung Mitte, investive Mittel für eine externe Marktpotenzialanalyse des Westwallmarktes in der Höhe von maximal 8.000€ für den Haushalt 2026 einzuplanen. Die Verwaltung wird aufgefordert, hierfür kostenreduzierende Kooperationen durch eigene Zuarbeit, universitäre Projekte, Kooperation mit der IHK und Wirtschaftsförderung zu prüfen.

Es wird um punktweise Abstimmung gebeten

Begründung

Zu 1.) Der Westwallmarkt hat das Potenzial, sich als sozialer Treffpunkt zu entwickeln und hiermit den Zusammenhalt in der Stadt zu stärken sowie Einsamkeit entgegen zu wirken. Bisherige Angebote des Marktes reichen hierfür nicht aus. Es sind unterschiedliche Angebote wie regelmäßige „Plauderbänke“ möglich, die in einem Aktionskonzept dargestellt und mithilfe von Fördermitteln umgesetzt werden können.

Zu 2.) Vielfach wurde die Problematik zur Akquise zusätzlicher Marktbesucher ebenso wie die Schwierigkeit der Veränderung des bestehenden Angebots (z.B. Marktzeiten) gegenüber der Kommunalpolitik dargestellt. Aus Sicht der Antragstellerin ist eine Marktpotenzialanalyse, welche mittels Analyse und Befragung potenzieller Kund*innen das bestehende Angebot sowie eine Veränderung des Absatzpotenzials z.B. durch Änderungen der Uhrzeiten oder des Angebots ermittelt, zielführend. Basierend auf einem quantifizierten Absatzpotenzial z.B. für weitere Konsumangebote können potenzielle Marktbesucher mit fundierten Zahlen angeworben werden. Hierfür reicht die bereits durch das Projekt „Transurban“ im kleinen Umfang begonnene Erhebung von Wünschen nicht aus.

Gezeichnet:

Björna Althoff, beratendes Bezirksvertretungsmitglied für die Ratsgruppe LUKS