

# Vitale Innenstädte 2016

Innenstadtbefragung



# Inhalt

1. Die teilnehmenden Städte
2. Beurteilung durch die Innenstadtbesucher
3. Besucherprofil
4. Wohnort der Innenstadtbesucher
5. Verkehrsmittel
6. Produkteinkauf in Norden
7. Bewertung der Attraktivität
8. Onlineaffinität der Besucher









# 1. Die teilnehmenden Städte






Karte: IFH Köln




Aachen	Düren	Köln	Saarburg
Ansbach	Düsseldorf	Konstanz	Schleswig
Arnsberg	Elmshorn	Langenfeld	Schortens
Bad Essen	Erfstadt	Lauterbach	Schwalmstadt
Bad Homburg	Erfurt	Leipzig	Schwelm
Bad Kreuznach	Euskirchen	Lingen	Schwerin
Bad Oldesloe	Freudenstadt	Lippstadt	Siegburg
Bayreuth	Fulda	Lohne	Soest
Bebra	Gotha	Magdeburg	Sontheofen
Beckum	Göttingen	Mainz	Stade
Bensheim	Greifswald	Mannheim	Stadtlohn
Berlin (City West)	Grünberg	Mayen	Trier
Bernkastel-Kues	Güstrow	Meerbusch	Troisdorf
Bielefeld	Gütersloh	Minden	Verden
Bocholt	Hagenow	Mörfelden-Walld.	Viersen
Bochum	Hamburg	Mosbach	Waren (Müritz)
Bonn	Hameln	Neubrandenburg	Werl
Brake	Hanau	Neuburg/Donau	Wermelskirchen
Bramsche	Hannover	Neumünster	Westerstede
Braunschweig	Heidelberg	Neustadt a. Rüb.	Wetzlar
Bremen	Heinsberg	Norden	Wiesbaden
Bremen-Vegesack	Hennef	Nürnberg	Wismar
Bremerhaven	Herford	Oberursel	Zwickau
Bremervörde	Herne	Osnabrück	
Bruchköbel	Hilden	Ostercappeln	Eupen / Belgien
Brühl	Hildesheim	Pforzheim	
Buchen	Holzminden	Quedlinburg	
Buchholz i.d.N.	Ibbenbüren	Radolfzell	
Cottbus	Ingolstadt	Ravensburg	
Darmstadt	Kamen	Recklinghausen	
Daun	Kassel	Rhede	
Delmenhorst	Kempten		
Donauwörth	Koblenz		

# 2. Beurteilung durch die Innenstadtbesucher

Handlungsfelder	Merkmal	Bewertung bzw. Abweichung
 Gesamtbewertung <i>(Bewertung der Einzelkriterien auf den Charts 19 - 21)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attraktivität der Innenstadt</li> </ul>	
 Bewertung des Einzelhandels-Angebots insgesamt	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attraktivität des Einzelhandels-Angebots in dieser Innenstadt insgesamt</li> </ul>	
 Einkaufsverhalten	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zahl der besuchten Geschäfte: Anteil der Besucher, die nur wenige Geschäfte (1 oder 2) aufsuchen</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aufenthaltsdauer: Anteil der Besucher, die sich nur kurz (bis zu 2 Stunden) in der Innenstadt aufhalten</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Besuchshäufigkeit: Anteil der Besucher, die die Innenstadt täglich oder wöchentlich besuchen</li> </ul>	

**Erläuterung:** Attraktivität: Schulnote 1 und 2 = grün, 3 = gelb, 4 bis 6 = rot;  
 andere Merkmale:  bedeutet, dass das Merkmal überdurchschnittlich häufig im Vergleich zur Ortgrößenklasse genannt wurde,  
 bedeutet, dass das Merkmal unterdurchschnittlich häufig im Vergleich zur Ortsgrößenklasse genannt wurde,  
 bedeutet, dass das Merkmal durchschnittlich häufig im Vergleich zur Ortsgrößenklasse genannt wurde.






Layout: IFH Köln

Handlungsfelder	Merkmal	Bewertung bzw. Abweichung
 Wahl der Einkaufsstätte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anteil der Besucher, die Bekleidung hauptsächlich in dieser Stadt einkaufen</li> </ul>	➡
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anteil der Besucher, die Lebensmittel hauptsächlich in dieser Stadt einkaufen</li> </ul>	➡
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anteil der Besucher, die Unterhaltungselektronik hauptsächlich in dieser Stadt einkaufen</li> </ul>	➡
 Mobilität – Verkehrsmittelwahl	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anteil der öffentlichen Verkehrsmittel (Bahn und Bus)</li> </ul>	➡
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anteil der PKW</li> </ul>	➡
 Demografie	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alter der Innenstadtbesucher</li> </ul>	➡

**Erläuterung:** Attraktivität: Schulnote 1 und 2 = grün, 3 = gelb, 4 bis 6 = rot;  
 andere Merkmale: ➡ bedeutet, dass das Merkmal überdurchschnittlich häufig im Vergleich zur Ortsgößenklasse genannt wurde,  
 ➡ bedeutet, dass das Merkmal unterdurchschnittlich häufig im Vergleich zur Ortsgößenklasse genannt wurde,  
 ➡ bedeutet, dass das Merkmal durchschnittlich häufig im Vergleich zur Ortsgößenklasse genannt wurde.

# 3. Besucherprofil

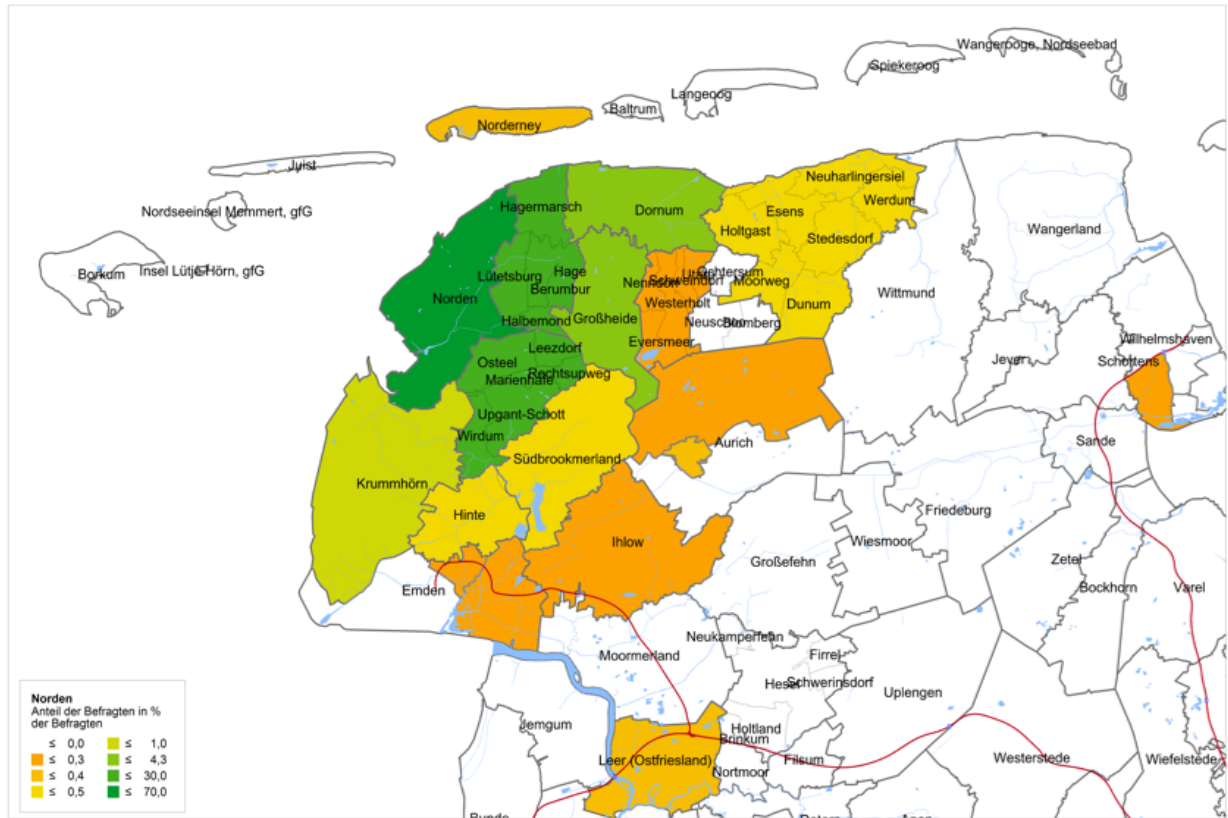
Folgendes Besucherprofil ergibt sich für Norden anhand der häufigsten Nennungen:

Merkmal		Donnerstag	Samstag
 Wohnort		in dieser Stadt	in dieser Stadt
 Geschlecht		weiblich	weiblich
 Alter		51 Jahre	46 Jahre
 Benutztes Verkehrsmittel		PKW	PKW
 Besuchshäufigkeit		wöchentlich	wöchentlich
 Bewertung insgesamt: Attraktivität der Innenstadt		Note 2.5	Note 2.3
 Top Einkaufsort nach Warenbereich	Lebensmittel	In Geschäften dieser Stadt	In Geschäften dieser Stadt
	Bekleidung	In Geschäften dieser Stadt	In Geschäften dieser Stadt
	Consumer Electronics	In Geschäften dieser Stadt	In Geschäften dieser Stadt
 Veränderung Einkaufsverhalten		Nein, ich kaufe zwar online ein, aber besuche diese Innenstadt zum Einkauf unverändert häufig	Nein, ich kaufe zwar online ein, aber besuche diese Innenstadt zum Einkauf unverändert häufig

# 4. Wohnort der Innenstadtbesucher

Einzugsgebiet Norden

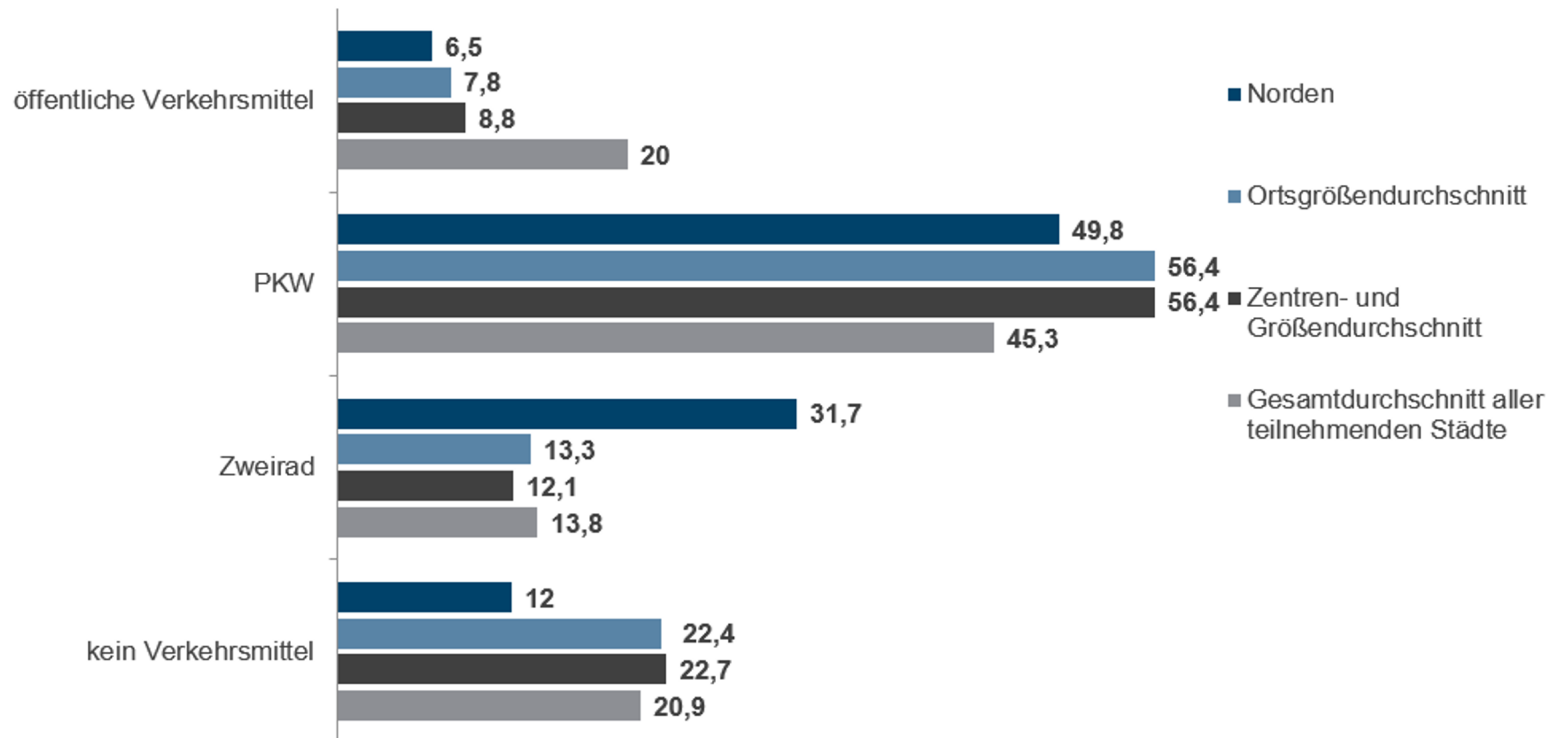
Durchschnitt  
der beiden Tage



# 5. Verkehrsmittel

Durchschnitt  
der beiden Tage

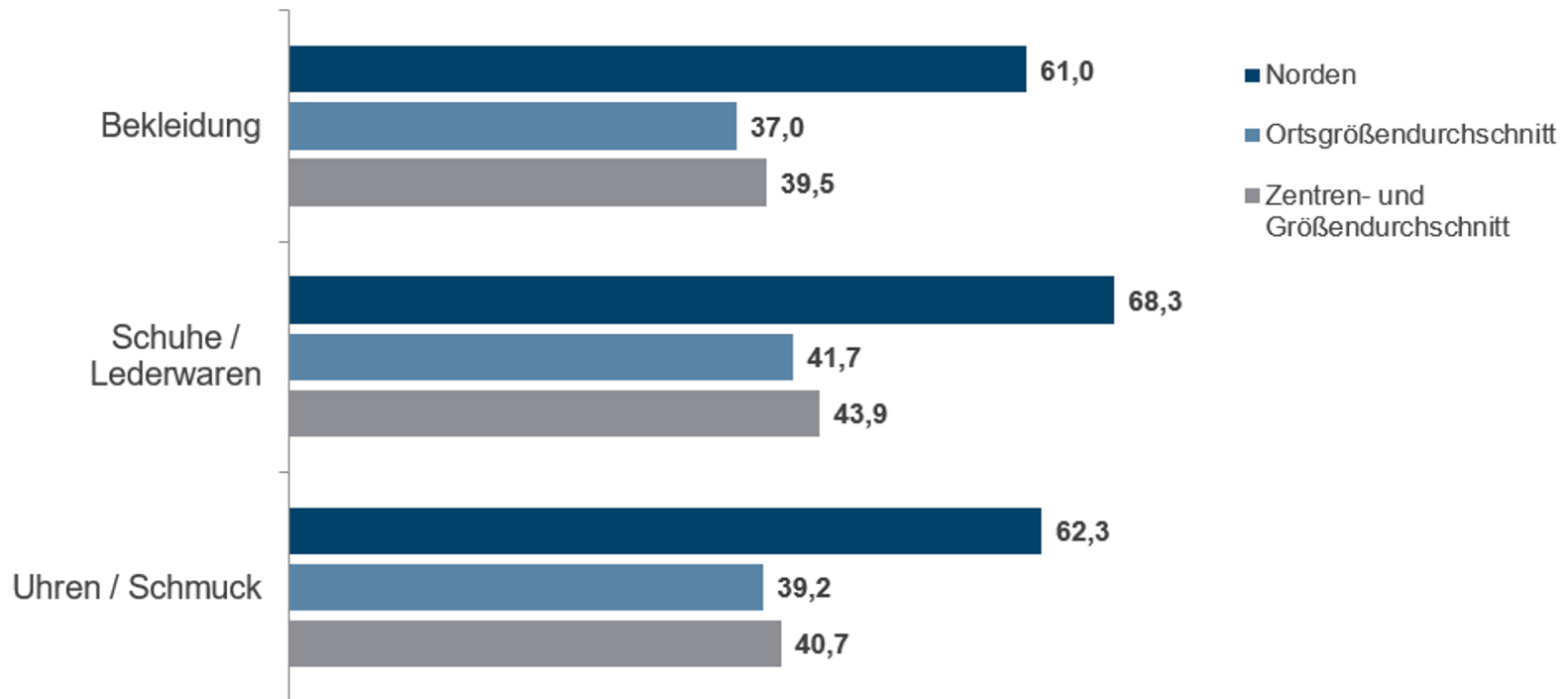
Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

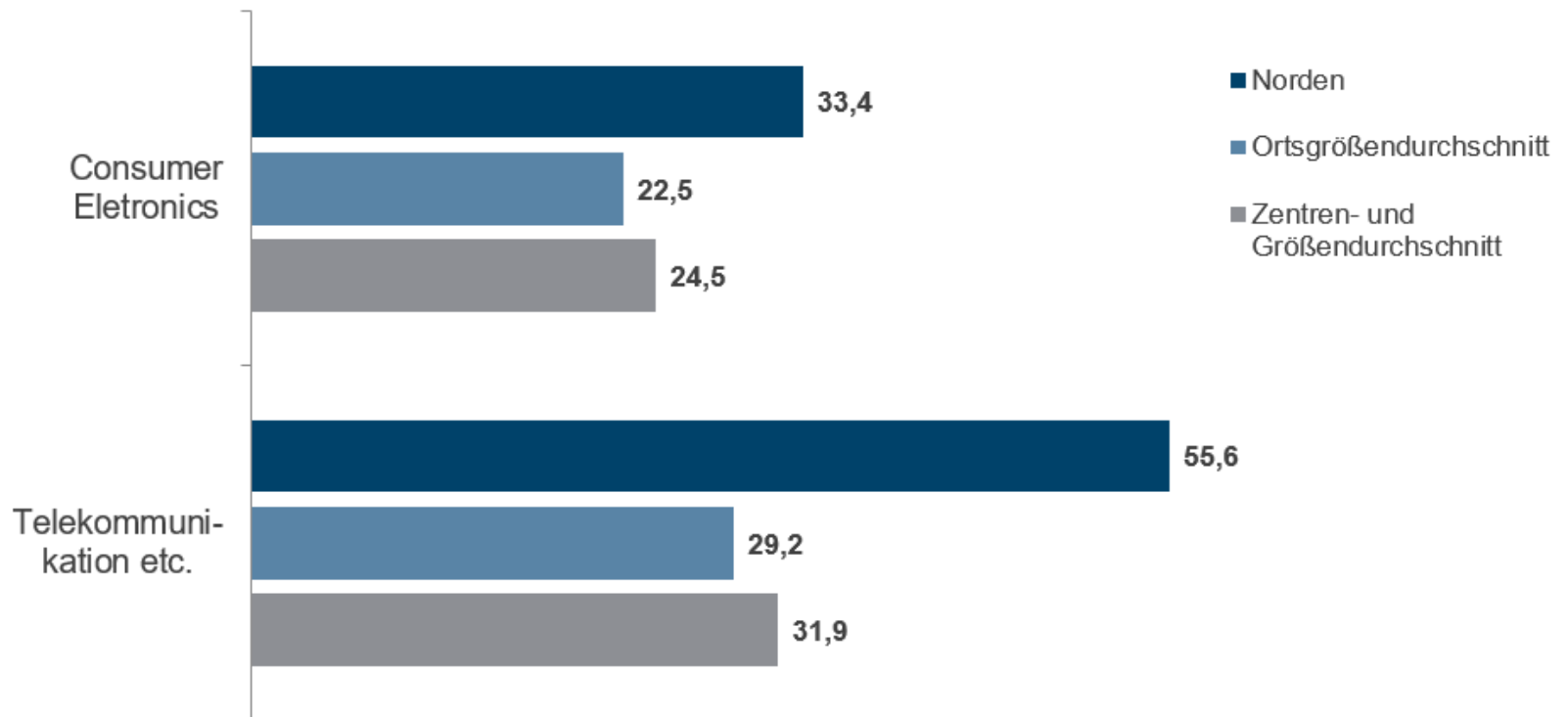


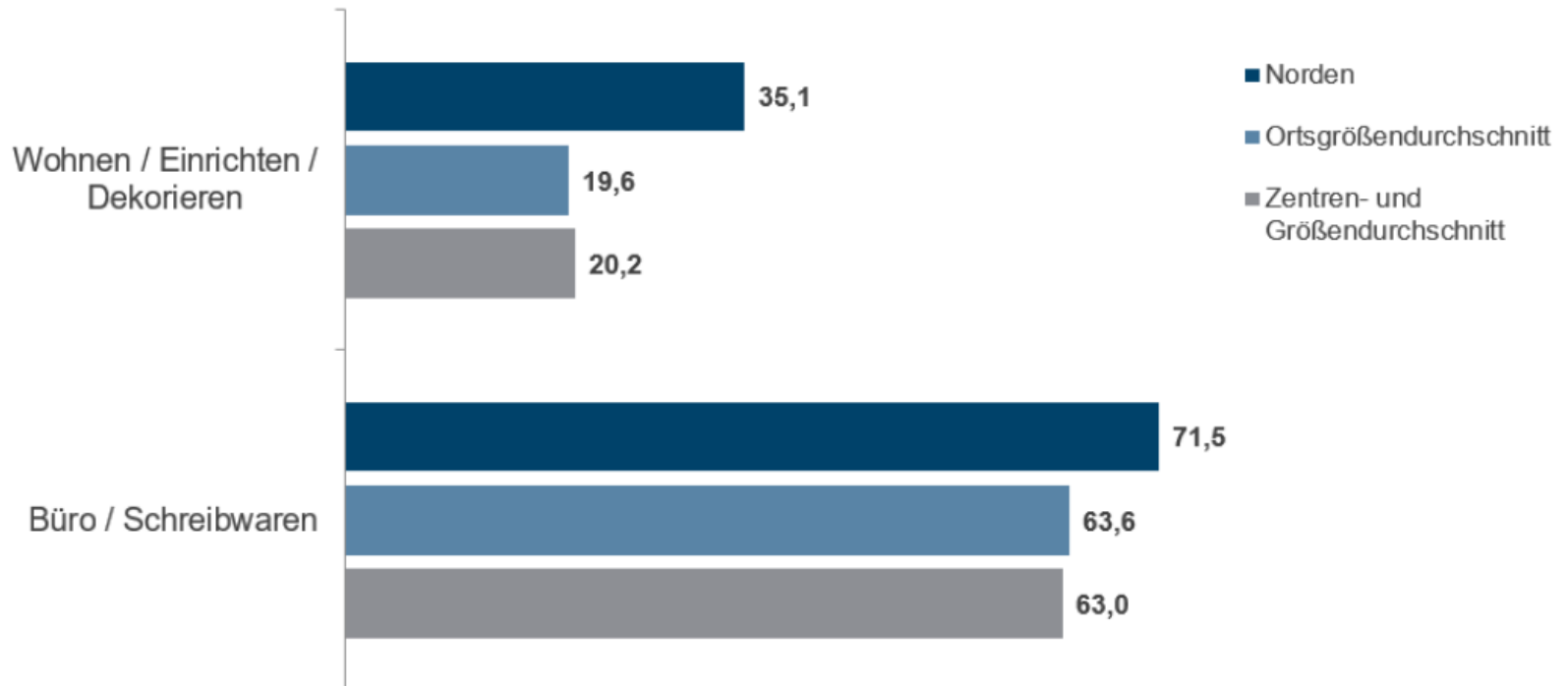
# 6. Produkteinkauf in Norden

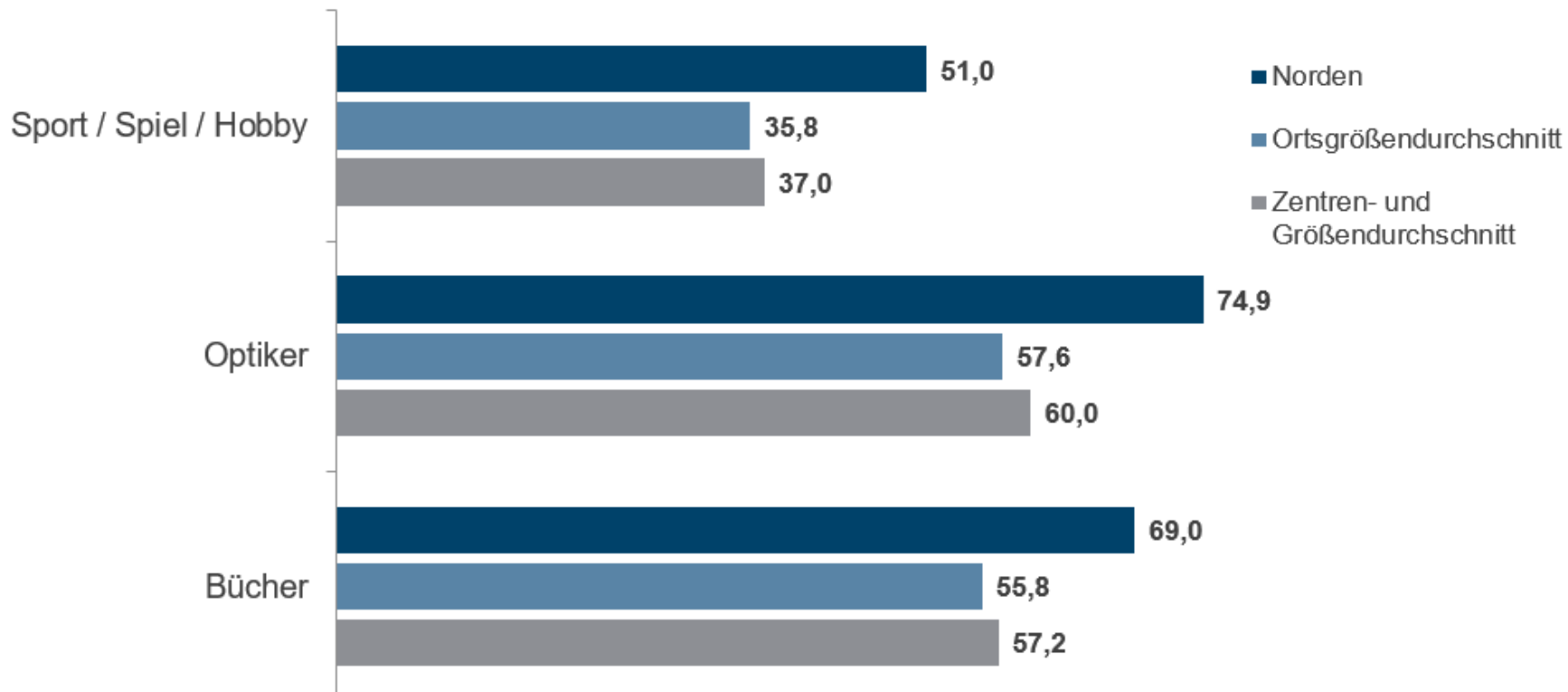
Wo kaufen Sie hauptsächlich Produkte aus den folgenden Warenbereichen ein? Anteil der Nennungen „in dieser Stadt“:

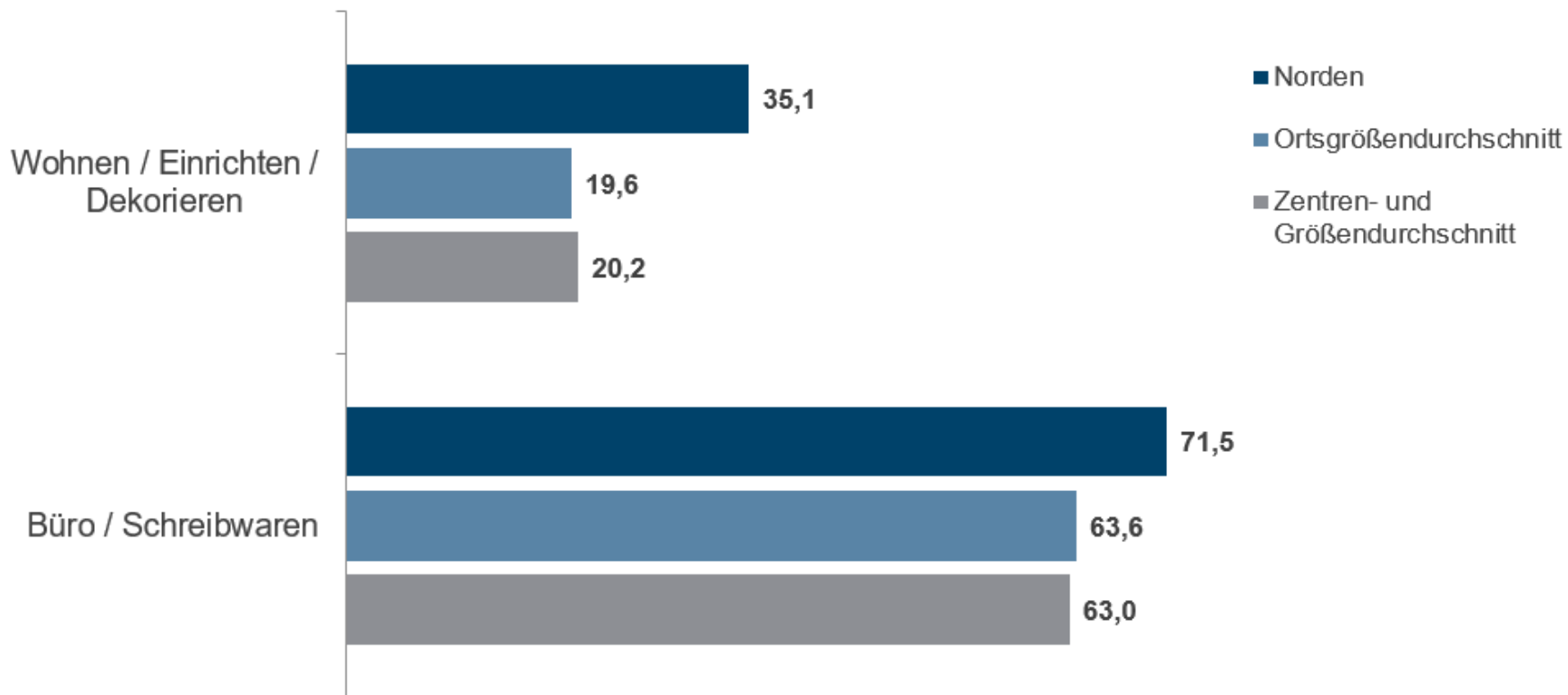
Durchschnitt der beiden Tage



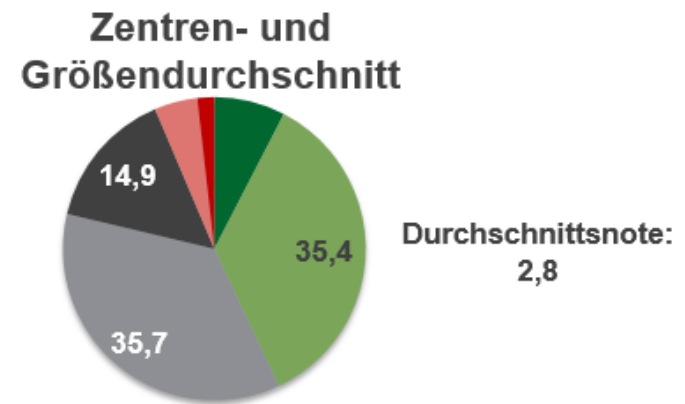
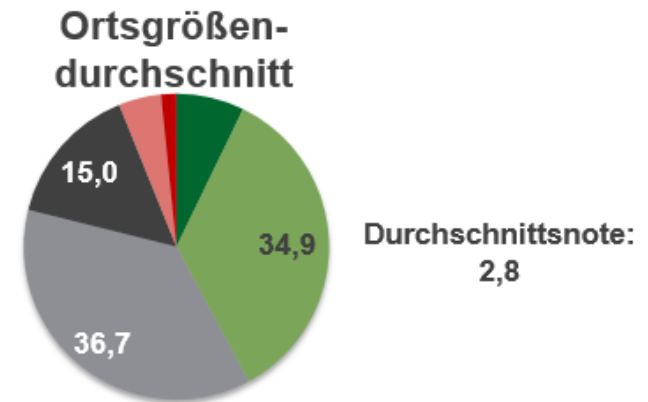
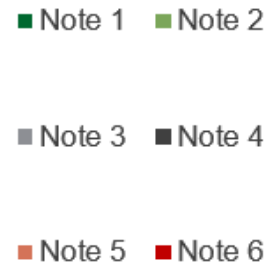
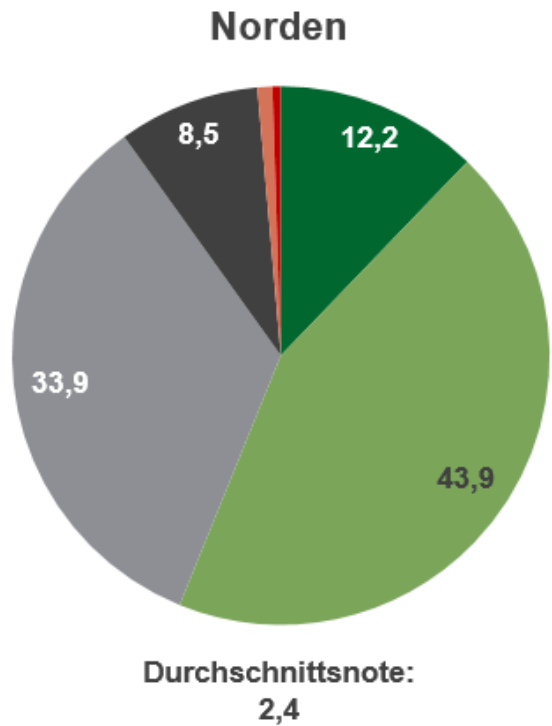






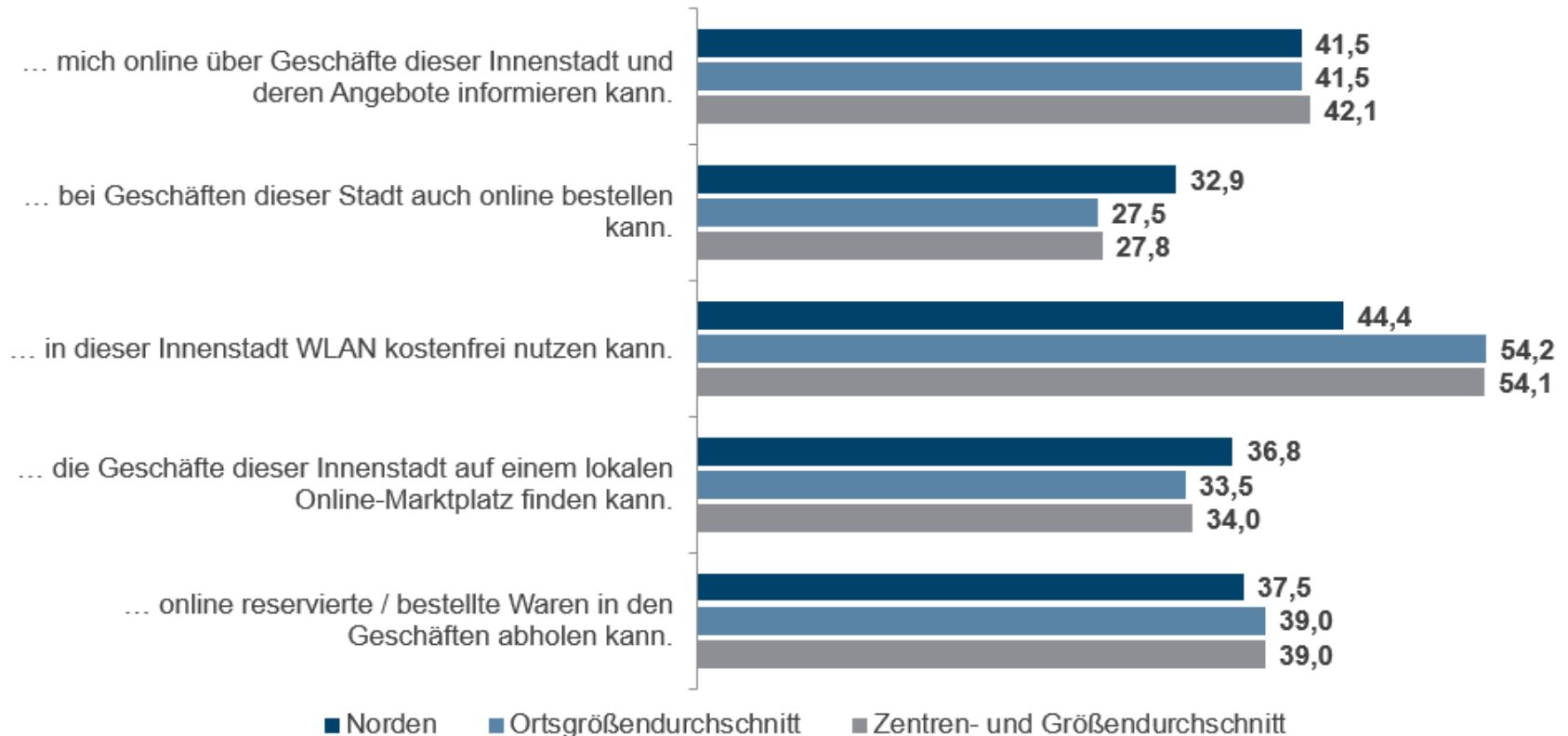


# 7. Bewertung der Attraktivität



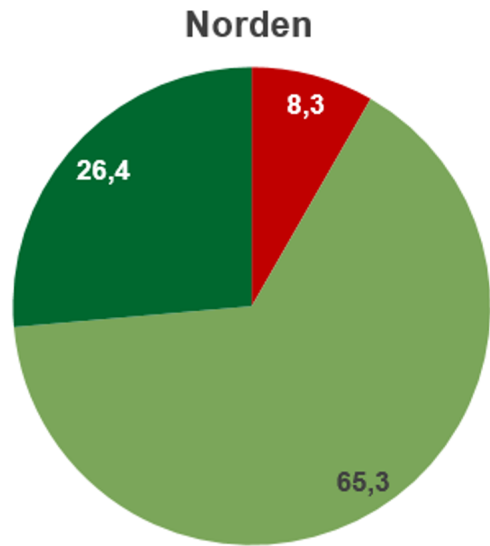
# 8. Onlineaffinität der Besucher

Für mich ist wichtig, dass ich ...



Hat sich Ihr Einkaufsverhalten in der Innenstadt durch das Angebot, online einkaufen zu können, in den letzten zwei bis drei Jahren verändert?

Durchschnitt  
der beiden Tage



- Ja, ich kaufe verstärkt online ein und besuche daher diese Innenstadt zum Einkauf seltener
- Nein, ich kaufe zwar online ein, aber besuche diese Innenstadt zum Einkauf unverändert häufig
- Nein, ich kaufe überhaupt nicht online ein

