

VITALE INNENSTÄDTE 2020

**AUSWERTUNGSERGEBNISSE FÜR
NAUMBURG (SAALE)**

Lokale Partner: Stadtverwaltung Naumburg



Zum Aufbau des Projekts Vitale Innenstädte 2020

AUSGANGSSITUATION

- Der Handel ist in Bewegung: Demografischer Wandel, Digitalisierung, verändertes Konsumentenverhalten sind Entwicklungen, die den Handel der Zukunft herausfordern. Besonders verstärkt wird diese Entwicklung aktuell durch die Corona-Krise, die für den innerstädtischen Handel eine erhebliche Belastung bedeutet.
- Im Fokus stehen dabei vor allem die Stadtzentren. Die Sorge vor Verödung und aussterbenden Innenstädten geistert regelmäßig durch die deutsche Medienlandschaft.
- Einkäufe verlagern sich ins Internet, Frequenzen verringern sich. Haben Innenstädte deshalb keine Zukunft mehr? Diese Frage kann eindeutig verneint werden. Aber ihre Funktion wandelt sich zunehmend.
- Mit unserem Projekt „Vitale Innenstädte“ sind wir auch 2020 wieder der Frage nach der Rolle der Innenstädte auf den Grund gegangen.
- Nachdem sich 2016 121 Städte und 2018 116 Städte in allen Regionen und Ortsgrößen beteiligt haben und die Ergebnisse sowohl bundesweit als auch regional sehr große Resonanz gefunden haben, wurde die Untersuchung in 2020 erneut durchgeführt. Sie stand allen interessierten Städten zur Teilnahme zur Verfügung.
- Bei dieser Passantenbefragung liegt der Fokus auf dem Thema "die Innenstadt im Spiegel der Besuchermeinung" und umfasst u.a. die Analyse der Besucherstruktur, der Wünsche und Anforderungen der Innenstadtbesucher, des Einkaufsverhaltens und der zukünftigen Perspektiven.

- Die hierdurch gewonnenen Informationen können die Grundlage zur Analyse, Planung und Umsetzung zukunftsweisender Innenstadt-Lösungen bilden.
- Auf dieser Basis lassen sich Strategien zur dauerhaften Attraktivitätssicherung der Standorte zu entwickeln, die ganzheitliche und stichhaltige Argumentationslinien gegenüber den Stakeholdergruppen der Innenstadt ermöglichen.

ZIELSETZUNG

- Umsetzung der größten empirisch basierten Studie in Deutschland unter dem Titel ‚Vitale Innenstädte 2020‘
- Schaffung einer aussagekräftigen Datenbasis über eine einheitliche Innenstadtbefragung in so vielen Innenstädten wie möglich, um das Einkaufsverhalten in den deutschen Innenstädten möglichst umfassend abzubilden.
- Die Ergebnisse der Innenstadtbefragung sollen auf verschiedenen Ebenen genutzt werden können:
- **lokal:** Die Auswertungen der einzelnen Städte sind vor allem für die teilnehmenden Städte relevant.
- Die Aggregation zu Ortsgrößenklassen-Durchschnitten erlaubt die Verallgemeinerung der Aussagen und dient den teilnehmenden Städten als Vergleichsmaßstab.
- **überregional:** Die bundesweiten Ergebnisse zeigen allgemeine Trends auf, die den Diskurs mit Politik und Medien auf Bund- und Länderebene ermöglichen.

Eckdaten zur Untersuchung Vitale Innenstädte 2020

TEILNEHMER

- Mit Unterstützung der überregionalen Projektpartner konnten 107 Städte bundesweit zur Teilnahme gewonnen werden.
- Alle Ortsgrößen und Regionen sind vertreten.
- Die Bandbreite der teilnehmenden Städte reicht bei den Großstädten von Köln, Stuttgart, Düsseldorf, Dortmund, Bremen, Hannover und Leipzig über Mannheim, Bielefeld, Lübeck, Magdeburg, Rostock und Kassel bis zu Goslar, Bocholt, Sonthofen, Wismar und Landsberg bei den Mittelzentren.
- Insgesamt wurden in den teilnehmenden Städten an den beiden Erhebungstagen fast 58.000 Besucher der Innenstadt befragt.
- Zu folgenden Themen wurden die Innenstadtbesucher u.a. befragt:
 - ihrer Typologie (Besucherstruktur)
 - ihrem Einkaufsverhalten (z.B. Aufdecken ungenutzter Potenziale)
 - ihrer Bewertung des städtischen Angebots
 - ihren Anforderungen und Wünschen
 - der Erreichbarkeit des Standorts
 - ihrem Informationsverhalten in Bezug auf die Innenstadt
 - ihrem Einkaufsverhalten vor dem Hintergrund der Corona-Krise

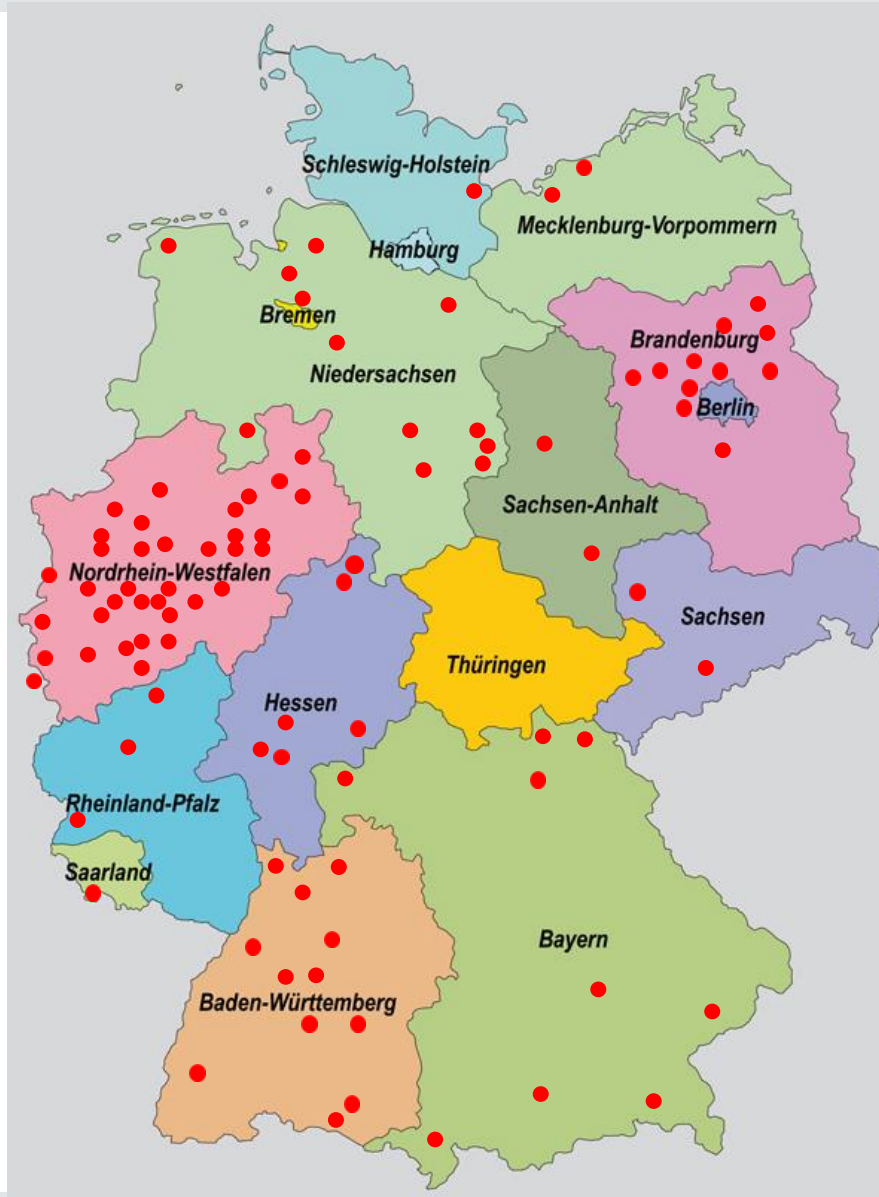
METHODIK

- Die Erhebung der Daten erfolgte als Passantenbefragung mit standardisiertem Fragebogen.
- Eine hohe Aussagefähigkeit und Vergleichbarkeit der Stichproben wird gewährleistet durch:
 - ganztägige Befragung an den standortspezifisch relevanten Punkten im Stadtzentrum (individuell vor Ort abgestimmt)
 - Erhebung an mehreren Donnerstagen und Samstagen Ende September bis Mitte Oktober 2020
 - hohe Interviewzahl (gestaffelt nach der Ortsgröße, bis zu 1000 pro Tag in Metropolen)
- Die Koordination und Durchführung der Befragungen vor Ort erfolgte durch Stadtmarketing-Organisationen, IHKs, Einzelhandelsverbände oder Stadtverwaltungen.
- Neben den standardisierten Fragen haben die lokalen Projektpartner überwiegend die Möglichkeit genutzt, stadtindividuelle Fragen zu stellen.

VITALE INNENSTÄDTE 2020 – DIE TEILNEHMENDEN STÄDTE

IFH KÖLN

Aachen	Emsdetten
Arnsberg-Neheim	Falkensee
Aschaffenburg	Freiberg (Sachsen)
Bad Honnef	Friedrichshafen
Bad Neuenahr-Ahrweiler	Fulda
Bad Sassendorf	Geldern
Baunatal	Goslar
Bayreuth	Haltern
Beckum	Hannover
Bielefeld	Heidelberg
Bietigheim-Bissingen	Heilbronn
Bingen	Hennef
Bitterfeld-Wolfen	Herford
Bocholt	Herrenberg
Bochum	Hildesheim
Bonn	Hof
Brakel	Hückelhoven
Bramsche	Karlsruhe
Braunschweig	Kassel
Bremen	Kevelaer
Bremen-Vegesack	Köln
Brilon	Königstein im Taun.
Brühl	Krefeld
Coburg	Kronberg im Taunus
Dorsten	Landsberg am Lech
Dortmund	Langenfeld
Dülmen	Leipzig
Düren	Luckenwalde
Düsseldorf	Lübeck
Eberswalde	Lüdinghausen



Lüneburg	Stuttgart
Magdeburg	Templin
Mainburg	Trier
Mannheim	Verden
Marburg	Viersen
Mayen	Warburg
Meschede	Warendorf
Minden	Weingarten
Mönchengladbach	Werder / Havel
Monheim	Wermelskirchen
Mosbach	Willich
Naumburg	Wismar
Neuruppin	Wittstock
Norden	Wolfenbüttel
Oberkirch	Würzburg
Oranienburg	Zehdenick
Paderborn	
Pfarrkirchen	Eupen / Belgien
Prenzlau	
Pritzwalk	
Reutlingen	
Rhede	
Rheinbach	
Rosenheim	
Rostock	
Saarbrücken	
Soest	
Sonthofen	
Stade	
Stadtlohn	

Teilnehmende Städte nach Ortsgröße



Ortsgröße 1 – bis **25.000** Einwohner
23 teilnehmende Städte: z.B. Mayen, Pritzwalk, Sonthofen



Ortsgröße 2 – **25.000** bis **50.000** Einwohner
38 teilnehmende Städte: z.B. Coburg, Eberswalde, Wermelskirchen



Ortsgröße 3 – **50.000** bis **100.000** Einwohner
18 teilnehmende Städte: z.B. Aschaffenburg, Bayreuth, Düren



Ortsgröße 4 – **100.000** bis **200.000** Einwohner
8 teilnehmende Städte: z.B. Trier, Reutlingen, Paderborn



Ortsgröße 5 – **200.000** bis **500.000** Einwohner
12 teilnehmende Städte: z.B. Lübeck, Bielefeld, Mannheim



Ortsgröße 6 – mehr als **500.000** Einwohner
7 teilnehmende Städte: z.B. Düsseldorf, Hannover, Köln, Stuttgart



Rahmendaten zur Einzelhandelsentwicklung

- Nach Angaben des HDE stagnierte das gesamte Umsatzvolumen des Einzelhandels in Deutschland im Zeitraum von 2001 bis 2014 auf einem Niveau von 500 bis 530 Milliarden Euro (brutto). Von 2015 bis 2019 war ein etwas stärkerer Umsatzanstieg zu verzeichnen.
- Damit wuchs der gesamte Umsatz im Einzelhandel in Deutschland von 2014 bis 2019 um 100 Mrd. Euro auf 631 Mrd. Euro (brutto).
- Für 2020 dürfte der Einzelhandelsumsatz insgesamt nur leicht auf 640 Mrd. Euro (brutto) steigen.
- Gleichzeitig hat die Bedeutung des Online-Handels sprunghaft zugenommen. Mit einem Umsatz von 70 Milliarden Euro in 2019 wird inzwischen ein Anteil am gesamten Einzelhandelsumsatz von 11 Prozent erreicht.
- Noch deutlicher wird dies bei einer Betrachtung ohne den FMCG-Bereich (= Fast Moving Consumer Goods wie z.B. Lebensmittel, Körperpflege etc.). Ohne diese Warengruppen des täglichen Bedarfs beträgt der Online-Anteil bereits mehr als 16 Prozent.
- Auch für 2020 werden wieder deutliche Zuwachsraten im Online-Handel erwartet, der nicht zuletzt durch die Corona-Krise ein kräftiges Wachstum aufweist.
- Bei einem insgesamt nur begrenzt wachsenden Gesamtmarkt bedeutet dies eine deutliche Verdrängung zu Lasten des stationären Einzelhandels.
- Bezogen auf die verschiedenen Branchen erreichen besonders die Bereiche Fashion & Accessoires und Consumer Electronics/Elektro besonders hohe Anteile am gesamten Onlineumsatz.
- Parallel zur Entwicklung des Online-Handels setzen sich in nahezu allen Städten deutliche Frequenzrückgänge fort.
- Besonders im Jahr 2020 zeigt sich eine Kannibalisierung der Umsätze im stationären Handel durch Onlineumsätze. Das gilt vor allem für innenstadtrelevante Sortimente.
- In den zurückliegenden Jahren fand keine reine Verlagerung von stationären zu Online-Umsätzen statt. Vielmehr waren vielfältige Wechselwirkungen im Informations- und Kaufverhalten der Konsumenten zu erkennen.
- 2020 ist aber aufgrund der Einschränkungen durch Corona eine spürbare Verschiebung zu Online-Umsätzen zu verzeichnen.
- Daher steht der traditionelle Handel vor großen Herausforderungen: die Zukunft ist Cross-Channel – auch der stationäre Handel muss alle Kanäle bedienen.

Die Beurteilung von Naumburg (Saale) durch die Innenstadtbesucher im Überblick

Handlungsfelder	Merkmal	Bewertung bzw. Abweichung
 Gesamtbewertung (Bewertung der Einzelkriterien auf den Folien 20 bis 22)	Attraktivität der Innenstadt	
 Bewertung des Einzelhandels-Angebots insgesamt	Attraktivität des Einzelhandels-Angebots in dieser Innenstadt insgesamt	
 Einkaufsverhalten	Zahl der besuchten Geschäfte: Anteil der Besucher, die nur wenige Geschäfte (1 oder 2) aufsuchen	
	Aufenthaltsdauer: Anteil der Besucher, die sich nur kurz (bis zu 2 Stunden) in der Innenstadt aufhalten)	
	Besuchshäufigkeit: Anteil der Besucher, die die Innenstadt täglich oder wöchentlich besuchen	

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

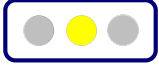
Die Beurteilung von Naumburg (Saale) durch die Innenstadtbesucher im Überblick

Handlungsfelder	Merkmal	Bewertung bzw. Abweichung
 Anlass des Innenstadtbesuchs	▪ Anteil der Besucher, die die Innenstadt zum Einkaufen aufsuchen	➡
	▪ Anteil der Besucher, die die Innenstadt aufgrund des Freizeit- und Kulturangebots oder zum Sightseeing aufsuchen	➡
	▪ Anteil der Besucher, die die Innenstadt aufgrund des gastronomischen Angebots aufsuchen	➡
	▪ Anteil der Besucher, die die Innenstadt wegen eines Behördengangs / zur Arbeit/Ausbildung... aufsuchen	➡
 Mobilität – Verkehrsmittelwahl	▪ Anteil der öffentlichen Verkehrsmittel (Bahn und Bus)	➡
	▪ Anteil der PKW / Motorrad	➡
 Demografie	▪ Alter der Innenstadtbesucher	➡

Erläuterung: Attraktivität: Schulnote 1 und 2 = grün, 3 = gelb, 4 bis 6 = rot;

andere Merkmale: ➡ bedeutet, dass das Merkmal überdurchschnittlich häufig im Vergleich zur Ortsgrößenklasse 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.

Die Beurteilung von Naumburg (Saale) durch die Innenstadtbesucher im Überblick

	Gesamteindruck der Innenstadt in Bezug auf ihre <u>Gesamtattraktivität</u>	
	Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln	
	Erreichbarkeit mit PKW / Motorrad	
	Erreichbarkeit mit Fahrrad	
	Parkmöglichkeiten	
	Gute Orientierung und Wegeführung	
	Gastronomieangebot (z.B. Restaurant, Café, Bar, Außengastronomie, Fast Food)	
	Freizeitangebot (z.B. Kino, Theater, Museen, Ausstellungen, Sport)	
	Dienstleistungsangebot (z.B. Friseure, Reinigung, Bank)	
	Veranstaltungsangebot (Stadtfeste, Weihnachtsmärkte, verkaufsoffene Sonntage)	

 = Schulnote 4 bis 6

 = Schulnote 3

 = Schulnoten 1 und 2

Die Beurteilung von Naumburg (Saale) durch die Innenstadtbesucher im Überblick

	Gesamteindruck der Innenstadt in Bezug auf das <u>Allgemeine Ambiente / Flair / Atmosphäre</u>	
	Gebäude / Fassaden	
	Plätze, Wege, Grünflächen, Sitz- und Verweilmöglichkeiten	
	Sehenswürdigkeiten	
	Sauberkeit	
	Sicherheit	
	Lebendigkeit	
	Erlebniswert (Neues entdecken, inspirieren lassen, Spaß haben)	
	Bequemlichkeit	

 = Schulnote 4 bis 6

 = Schulnote 3

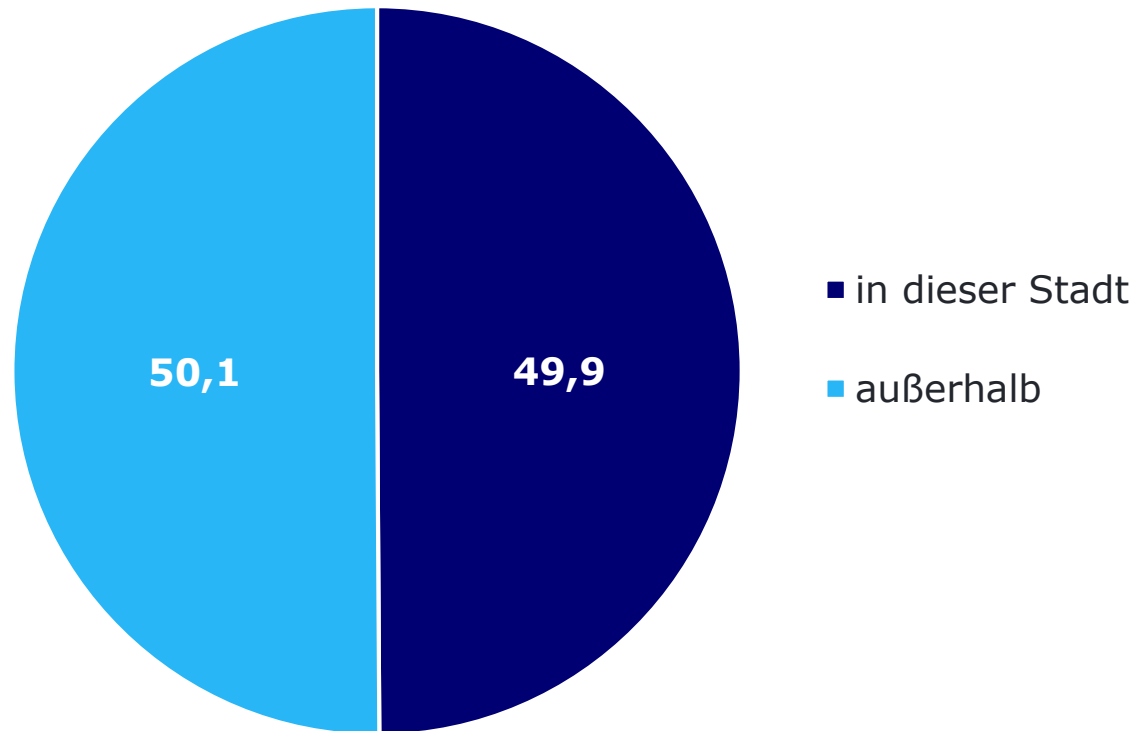
 = Schulnoten 1 und 2

Die Beurteilung von Naumburg (Saale) durch die Innenstadtbesucher im Überblick



Wohnen Sie in dieser Stadt oder außerhalb?

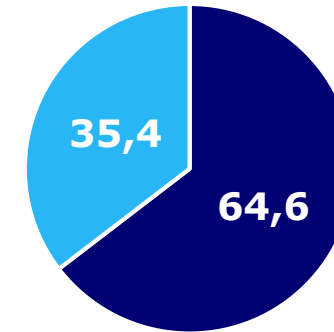
Naumburg (Saale)



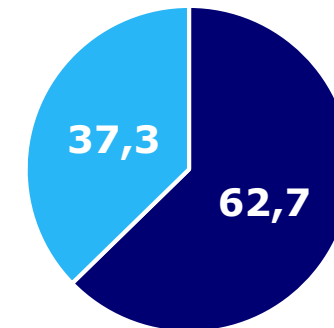
INFO n = 408, Angaben in % der Befragten

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

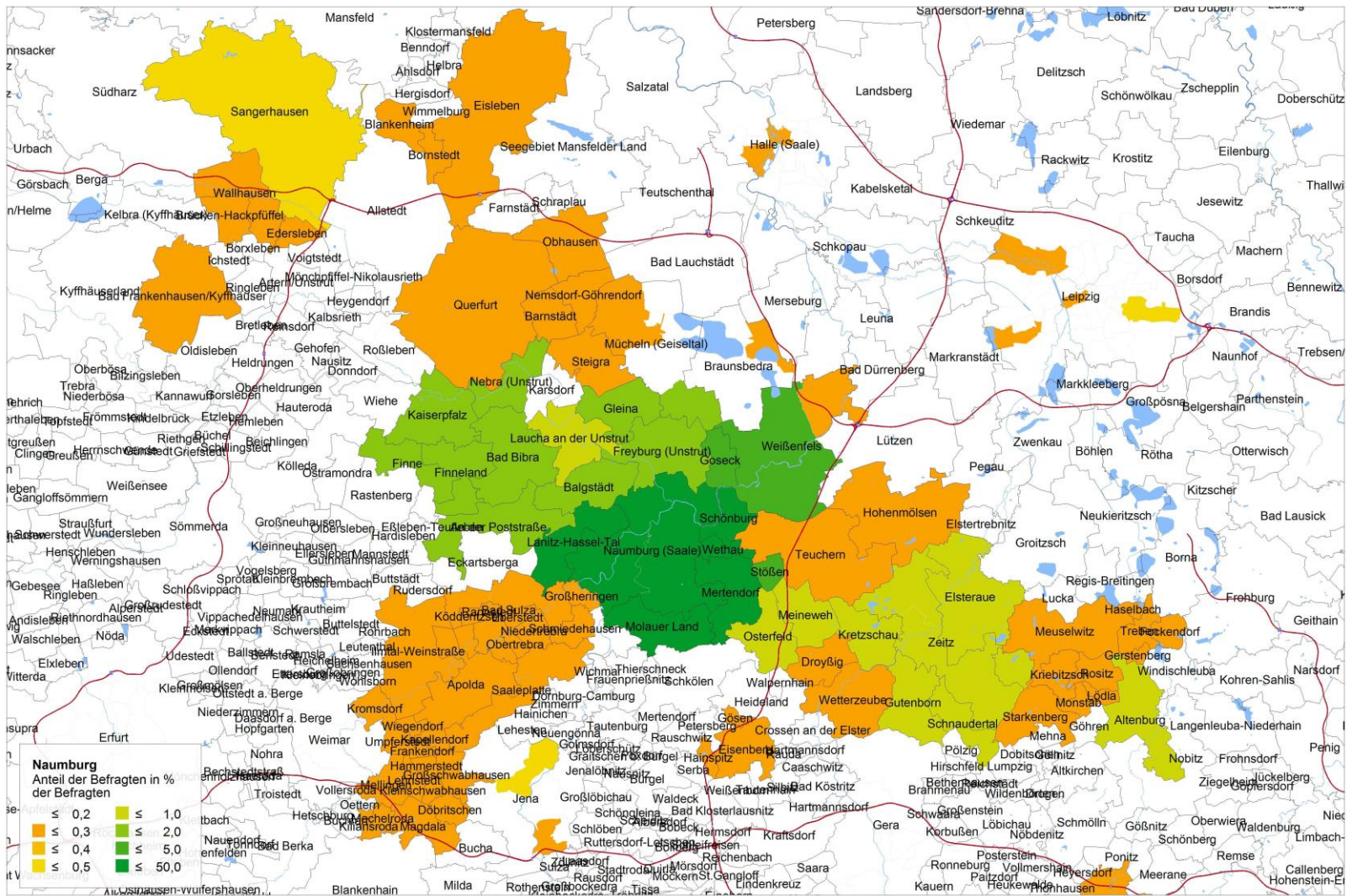
Ortsgrößendurchschnitt



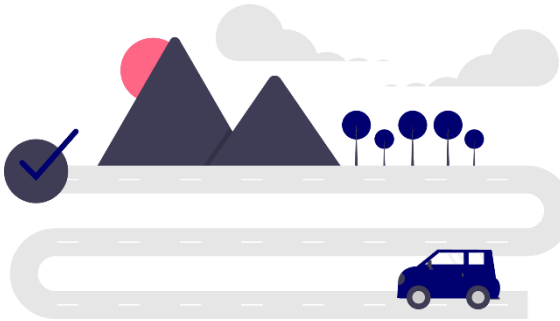
Ortsgrößendurchschnitt
2018



Einzugsgebiet Naumburg (Saale)

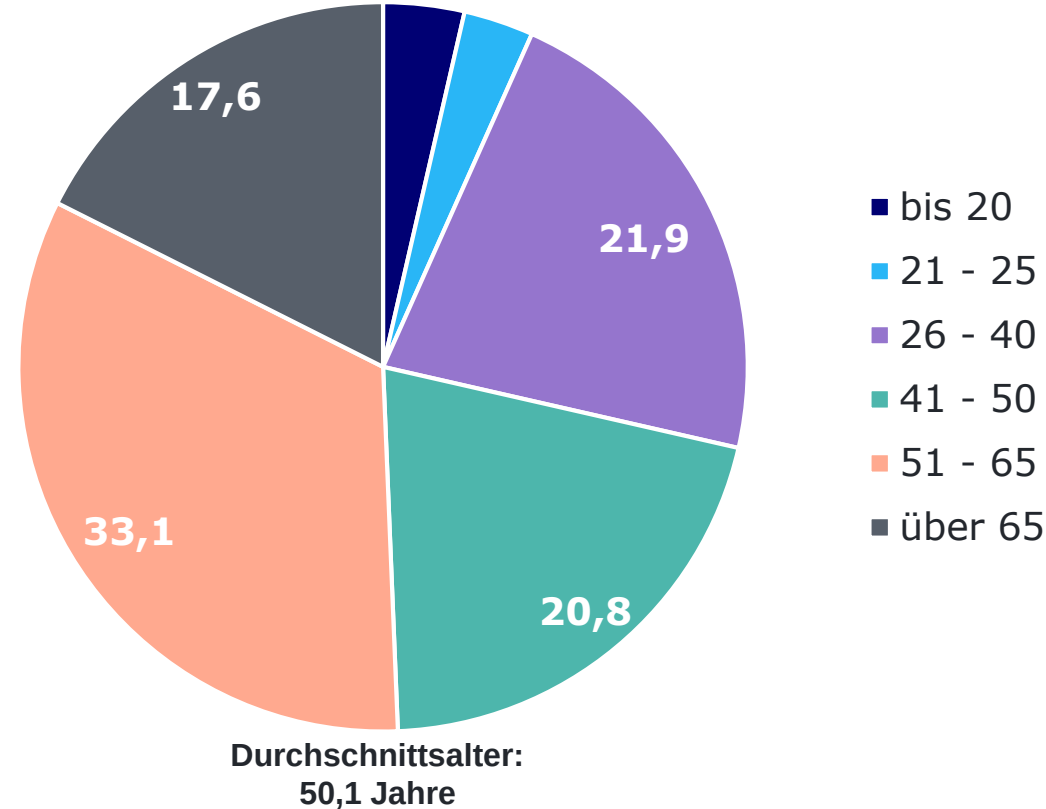


DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE



Alter der Besucher

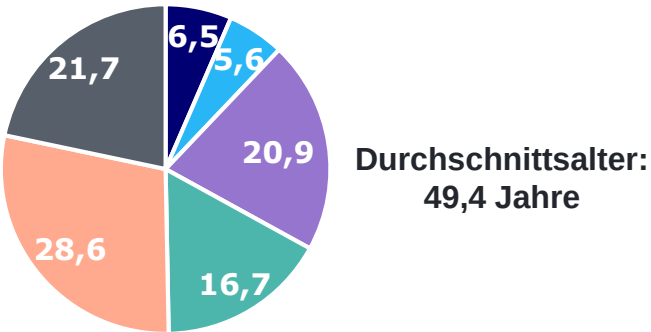
Naumburg (Saale)



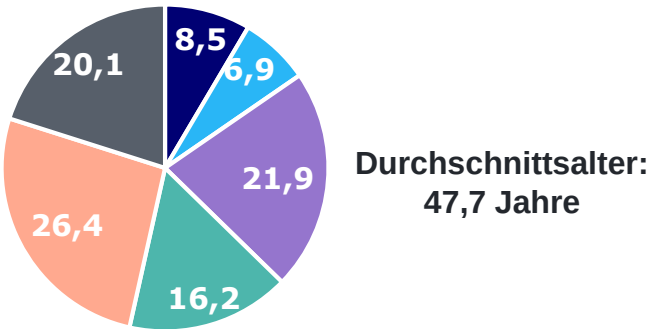
INFO n = 421, Angaben in % der Befragten

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

Ortsgrößendurchschnitt

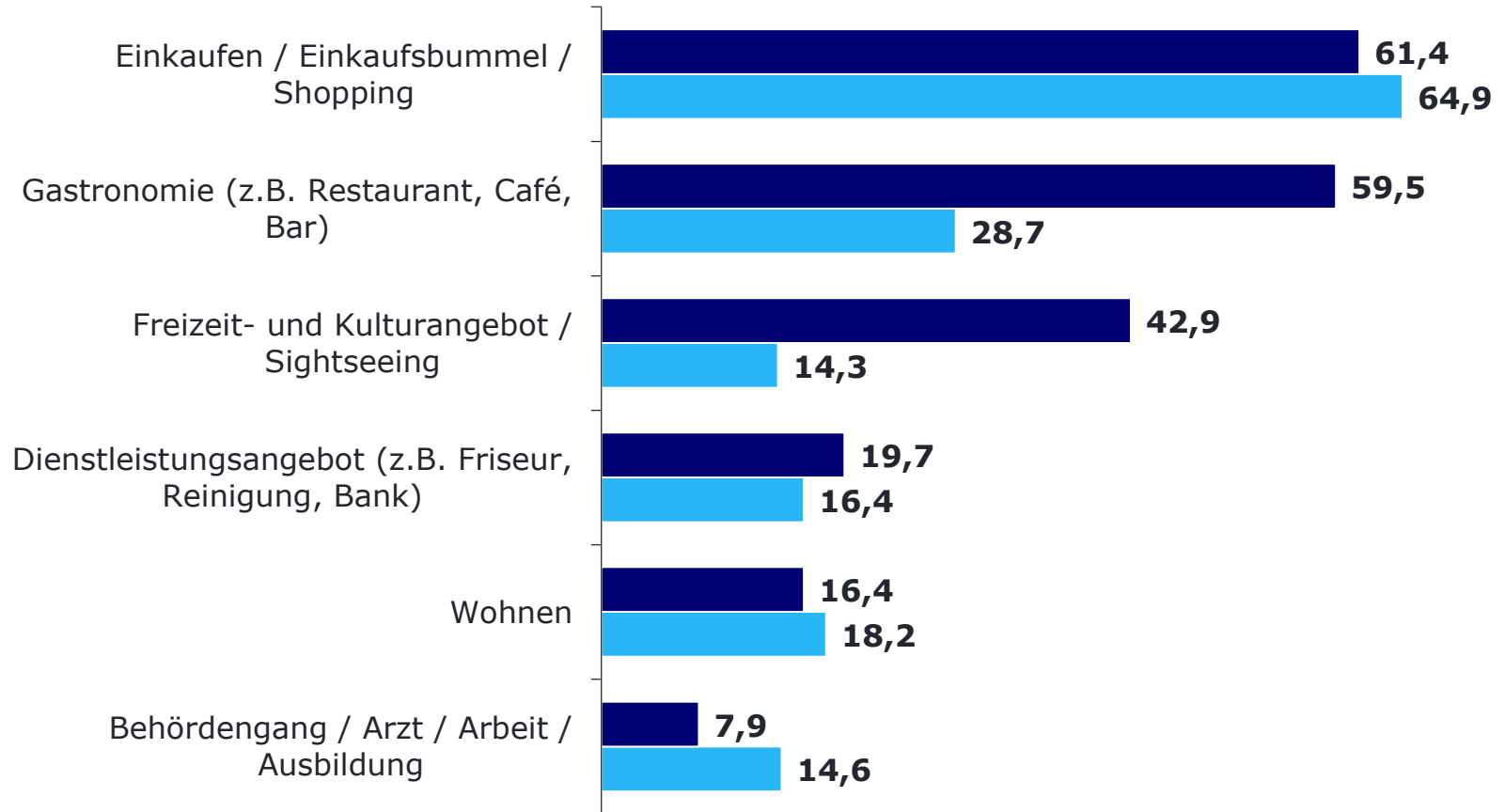


Ortsgrößendurchschnitt
2018



Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE



■ Naumburg (Saale)
■ Ortsgrößendurchschnitt

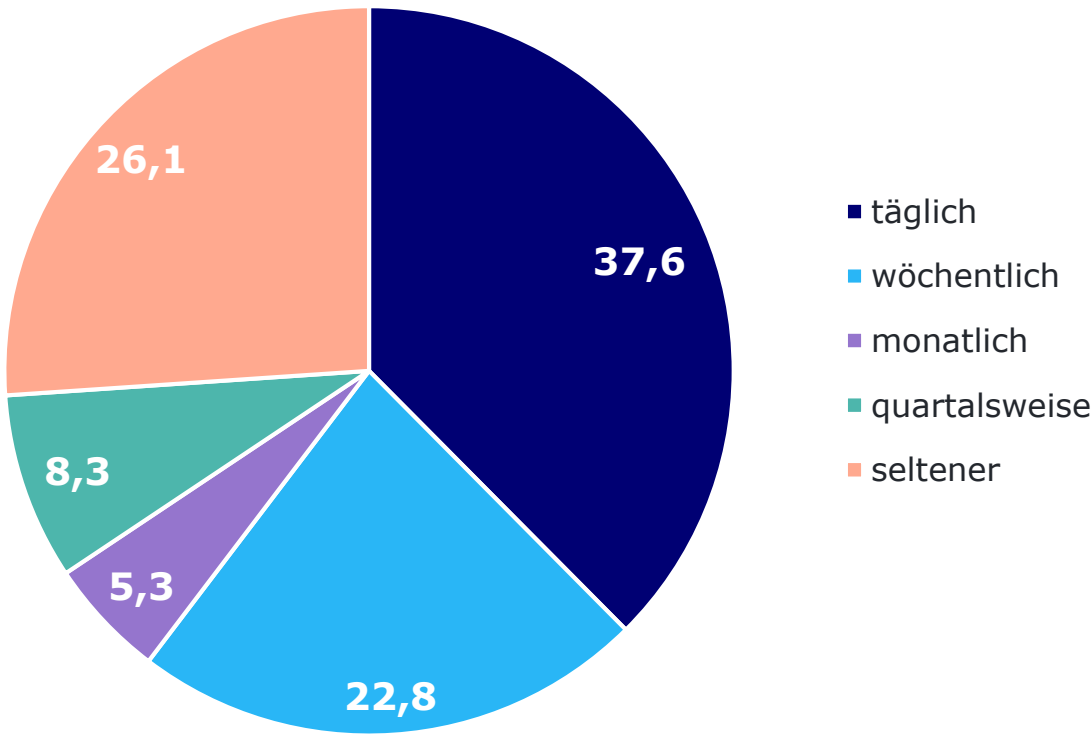


INFO n = 421, Angaben in % der Befragten

Wie oft besuchen Sie diese Innenstadt in etwa zum Einkaufen?

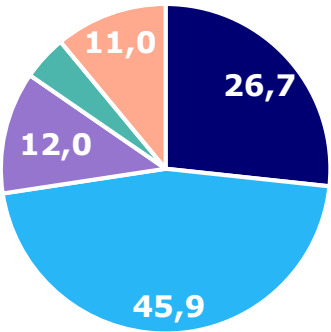
DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

Naumburg (Saale)

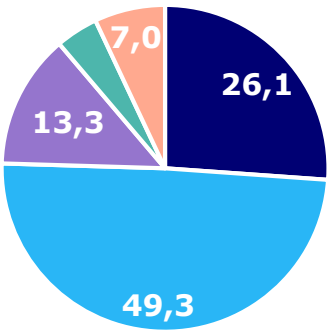


INFO n = 416, Angaben in % der Befragten

Ortsgrößendurchschnitt



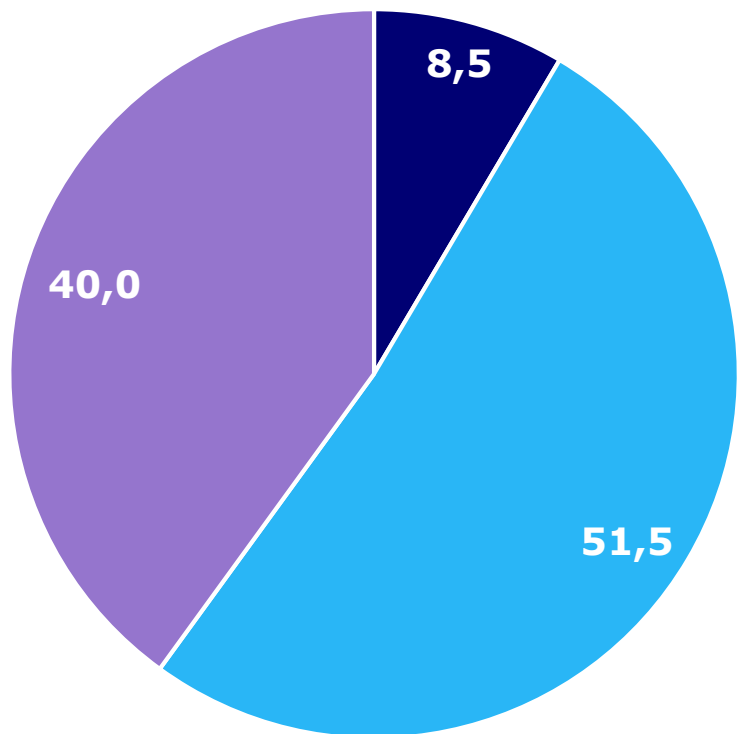
Ortsgrößendurchschnitt
2018



Hat sich Ihr Einkaufsverhalten in der Innenstadt durch das Angebot, online einkaufen zu können, verändert?

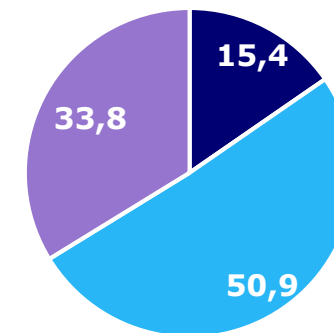
DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

Naumburg (Saale)

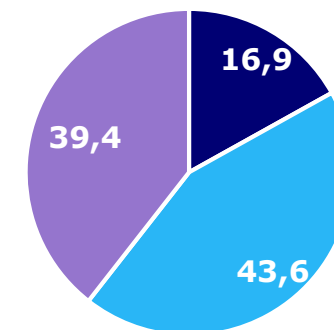


- Ja, ich kaufe verstärkt online ein und besuche daher diese Innenstadt zum Einkaufen seltener.
- Nein, ich kaufe zwar online ein, aber besuche diese Innenstadt zum Einkaufen unverändert häufig.
- Nein, ich kaufe überhaupt nicht online ein.

Ortsgrößendurchschnitt



Ortsgrößendurchschnitt 2018

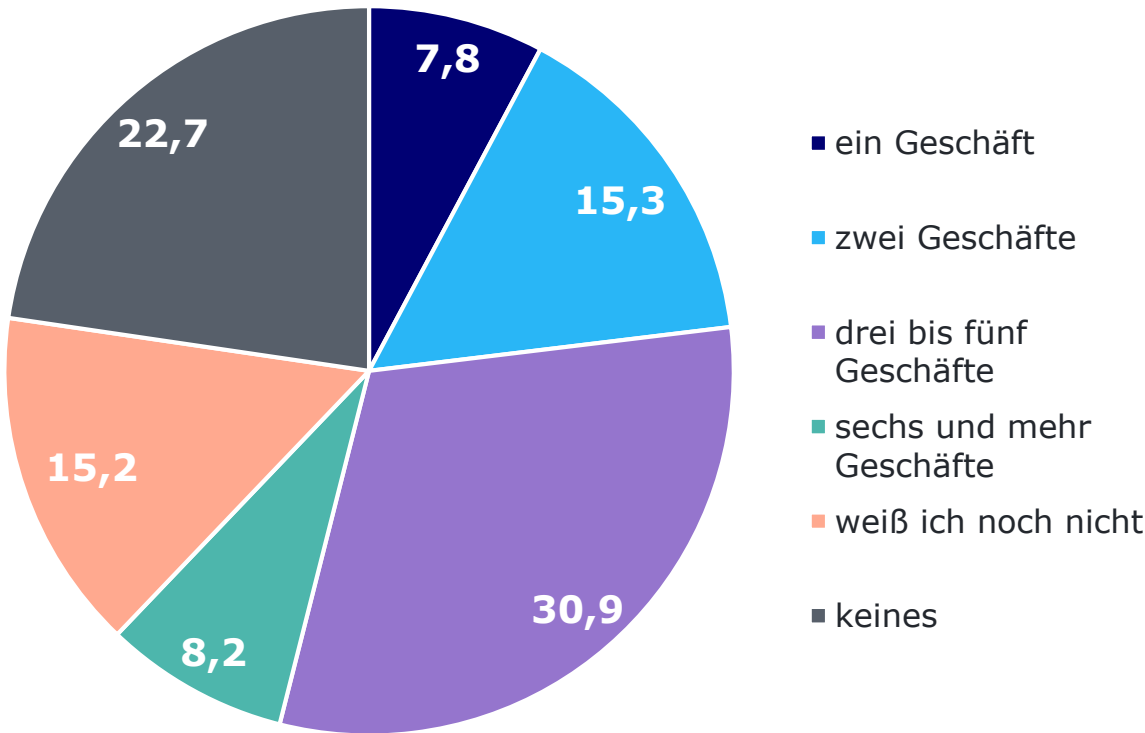


INFO n = 417, Angaben in % der Befragten

Wie viele Einzelhandelsgeschäfte werden Sie heute voraussichtlich besuchen?
(Gesamtzahl)

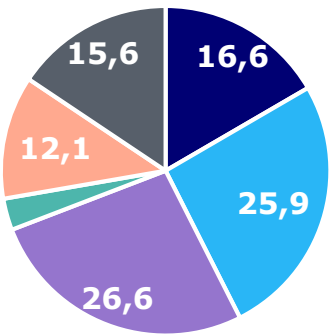
DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

Naumburg (Saale)

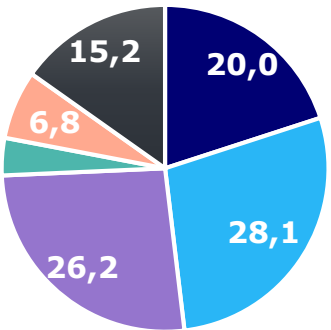


INFO n = 414, Angaben in % der Befragten

Ortsgrößendurchschnitt



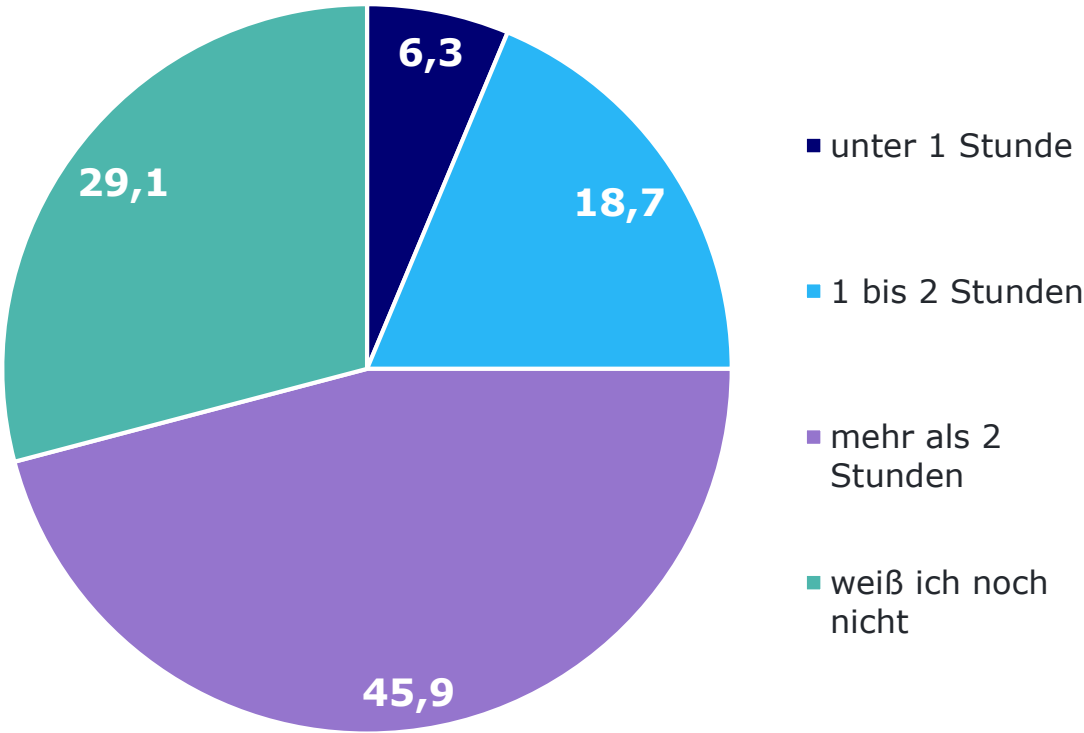
Ortsgrößendurchschnitt
2018



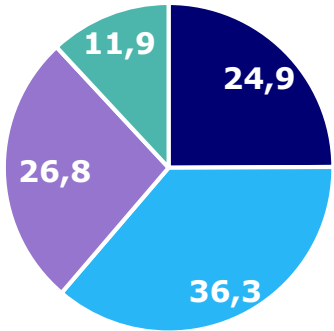
Wie lange werden Sie sich heute voraussichtlich in dieser Innenstadt aufhalten?

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

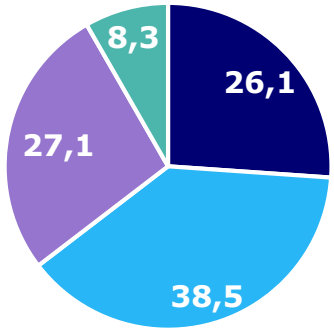
Naumburg (Saale)



Ortsgrößendurchschnitt



Ortsgrößendurchschnitt
2018

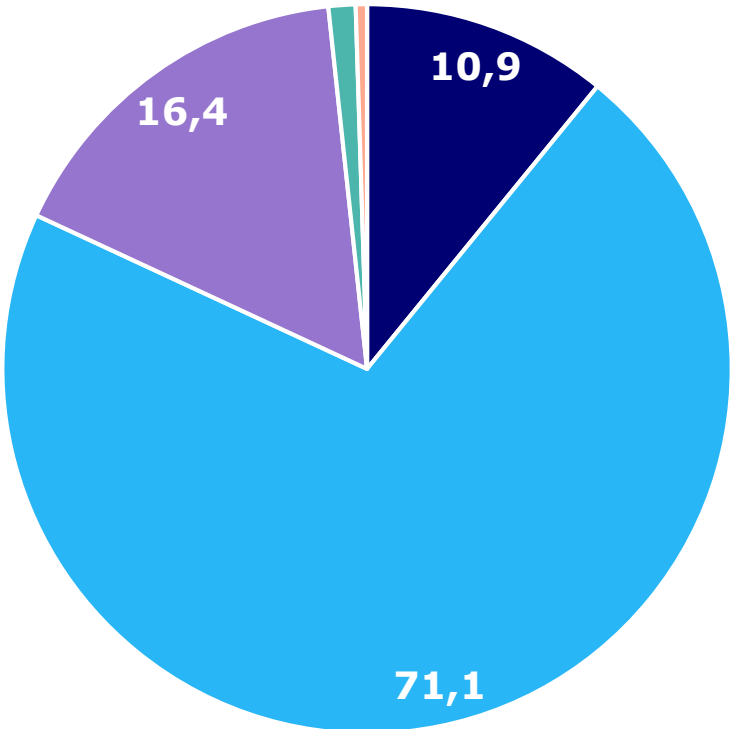


INFO n = 417, Angaben in % der Befragten

Welche Schulnote würden Sie dieser Innenstadt in Bezug auf ihre Attraktivität geben?

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

Naumburg (Saale)

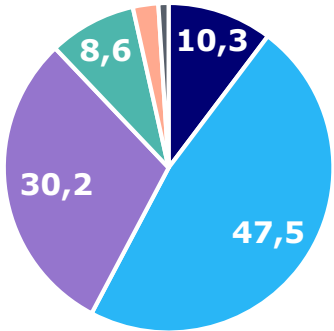


Durchschnittsnote:
2,1

INFO n = 418, Angaben in % der Befragten

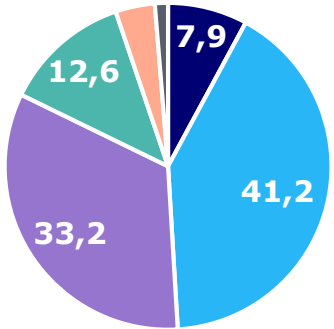
- sehr gut
- gut
- befriedigend
- ausreichend
- mangelhaft
- ungenügend

Ortsgrößendurchschnitt



Durchschnittsnote:
2,5

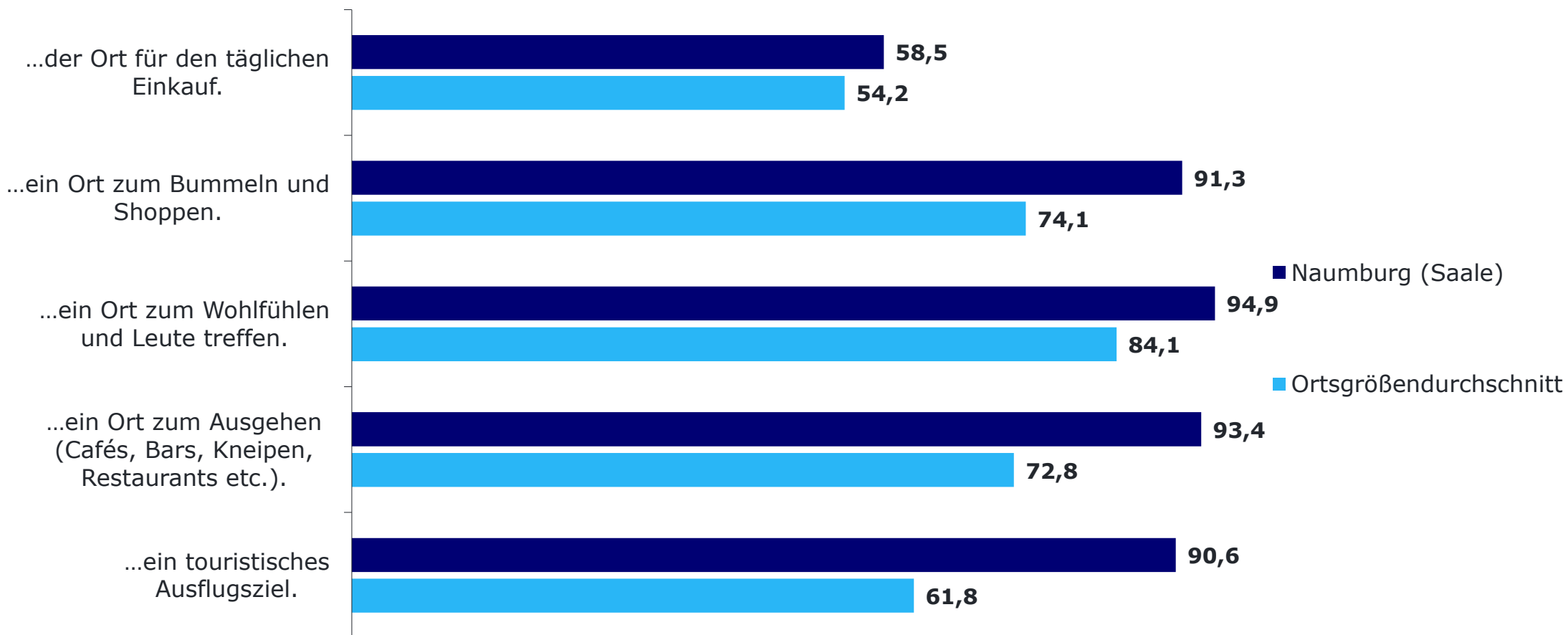
Ortsgrößendurchschnitt
2018



Durchschnittsnote:
2,7

**Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
Diese Innenstadt ist für mich persönlich...**

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

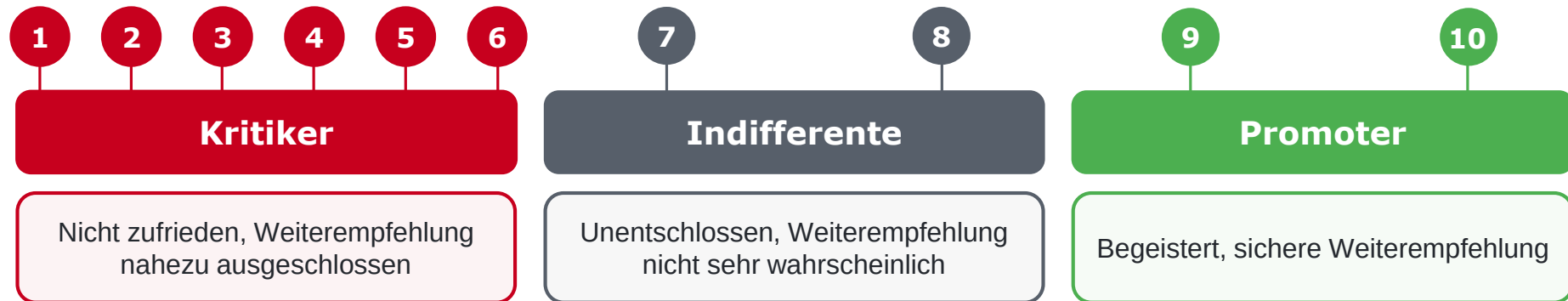


INFO 421 ≥ n ≥ 418

Antworten mit ja

Der Net Promoter Score ermittelt die Wahrscheinlichkeit, dass die befragten Personen die Innenstadt an Freunde oder Bekannte weiterempfehlen.

Die Absicht zur Weiterempfehlung wird durch die Befragten auf einer Skala von **1** (geringe Wahrscheinlichkeit) bis **10** (sehr hohe Wahrscheinlichkeit) angegeben. In Abhängigkeit von der jeweiligen Antwort werden die Kunden den folgenden drei Kategorien zugeordnet:



Berechnung
des NPS:

$$\text{Net Promoter Score} = \text{Promoter (\%)} - \text{Kritiker (\%)}$$

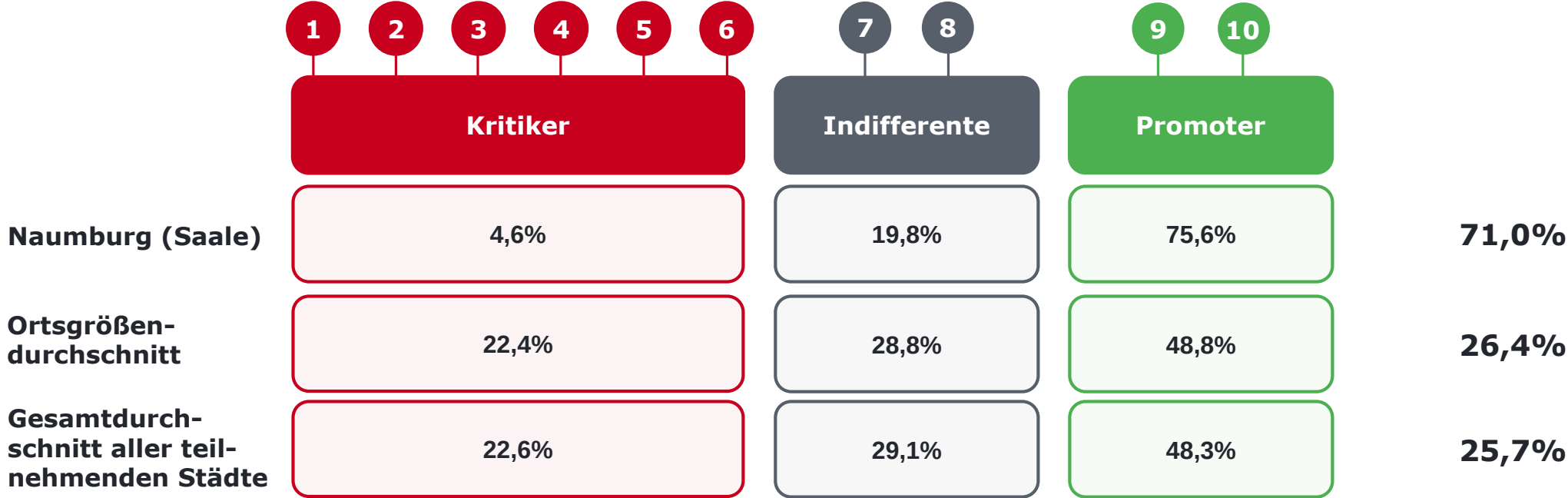
Frage:

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Innenstadt Freunden oder Bekannten weiterempfehlen? Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 1 bis 10. Eine 10 bedeutet dabei „äußerst wahrscheinlich“, eine 1 bedeutet „unwahrscheinlich“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen. Hinweis: Die ursprüngliche Antwortskala im Fragebogen war gedreht, hier erfolgt nun die definitionsgemäß korrekte Auswertung.

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Innenstadt Freunden oder Bekannten weiterempfehlen?

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

NPS: Net Promoter Score 2020 = 71,0%

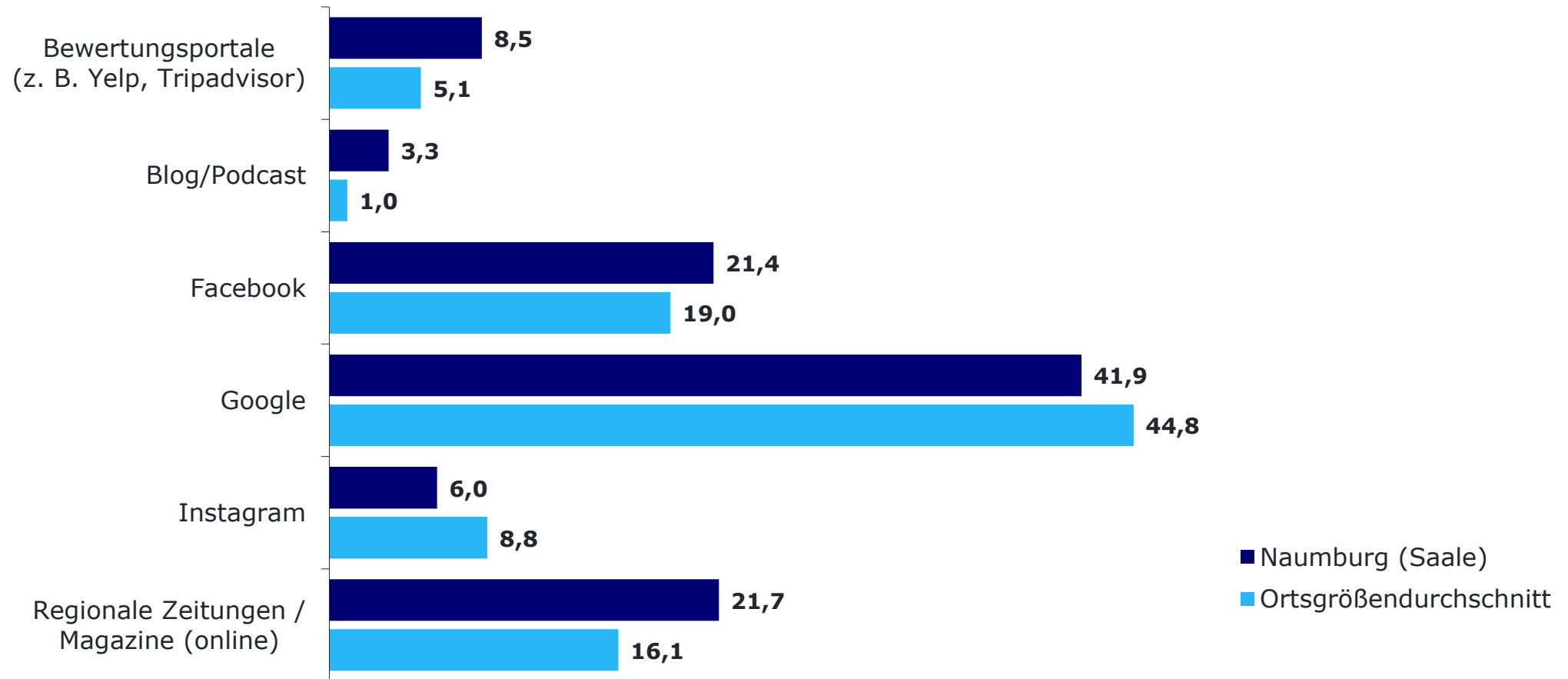


Berechnung des Net-Promoter-Scores:
Promoter (%) - **Kritiker** (%) = **NPS** 📈

INFO Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 1 bis 10. Eine 10 bedeutet dabei „äußerst wahrscheinlich“, eine 1 bedeutet „unwahrscheinlich“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen. Hinweis: Die ursprüngliche Antwortskala im Fragebogen war gedreht, hier erfolgt nun die definitionsgemäß korrekte Auswertung.
n = @, Angaben in % der Befragten

Wenn Sie sich über das Angebot dieser Innenstadt informieren (z.B. Handel, Gastronomie, Veranstaltungen), welche Kanäle/Medien nutzen Sie dann?

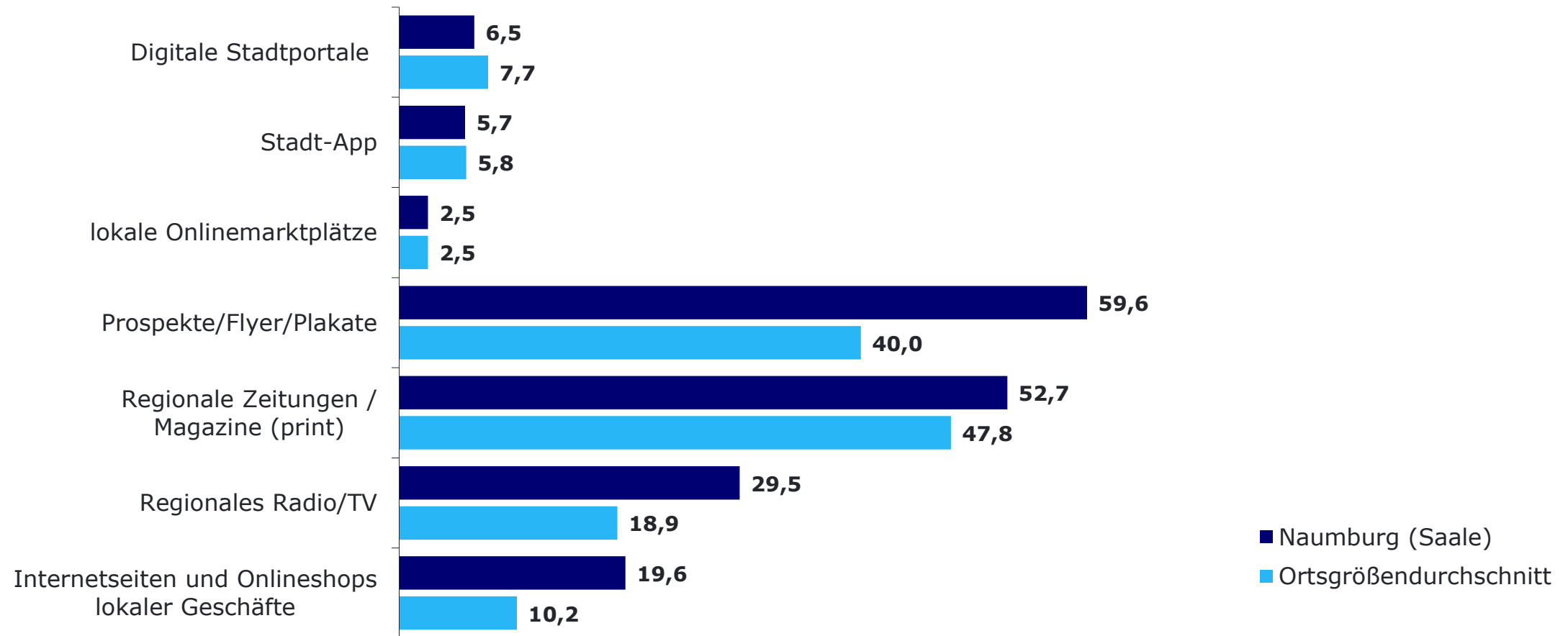
DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE



INFO n = 420, Angaben in % der Befragten

Wenn Sie sich über das Angebot dieser Innenstadt informieren (z.B. Handel, Gastronomie, Veranstaltungen), welche Kanäle/Medien nutzen Sie dann?

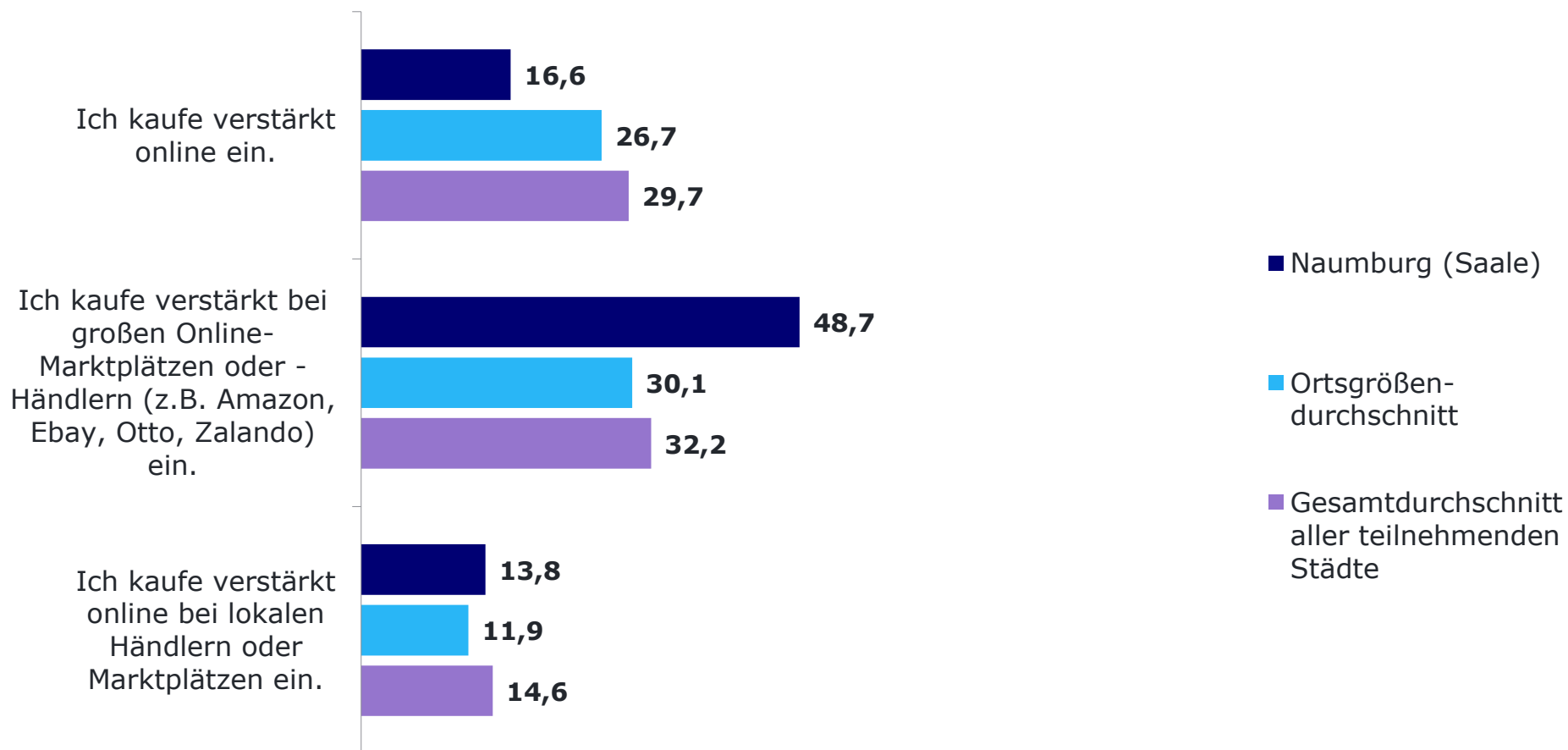
DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE



INFO n = 420, Angaben in % der Befragten

Wie hat sich ihr Einkaufsverhalten durch die Corona-Krise generell verändert? Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie zu?

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

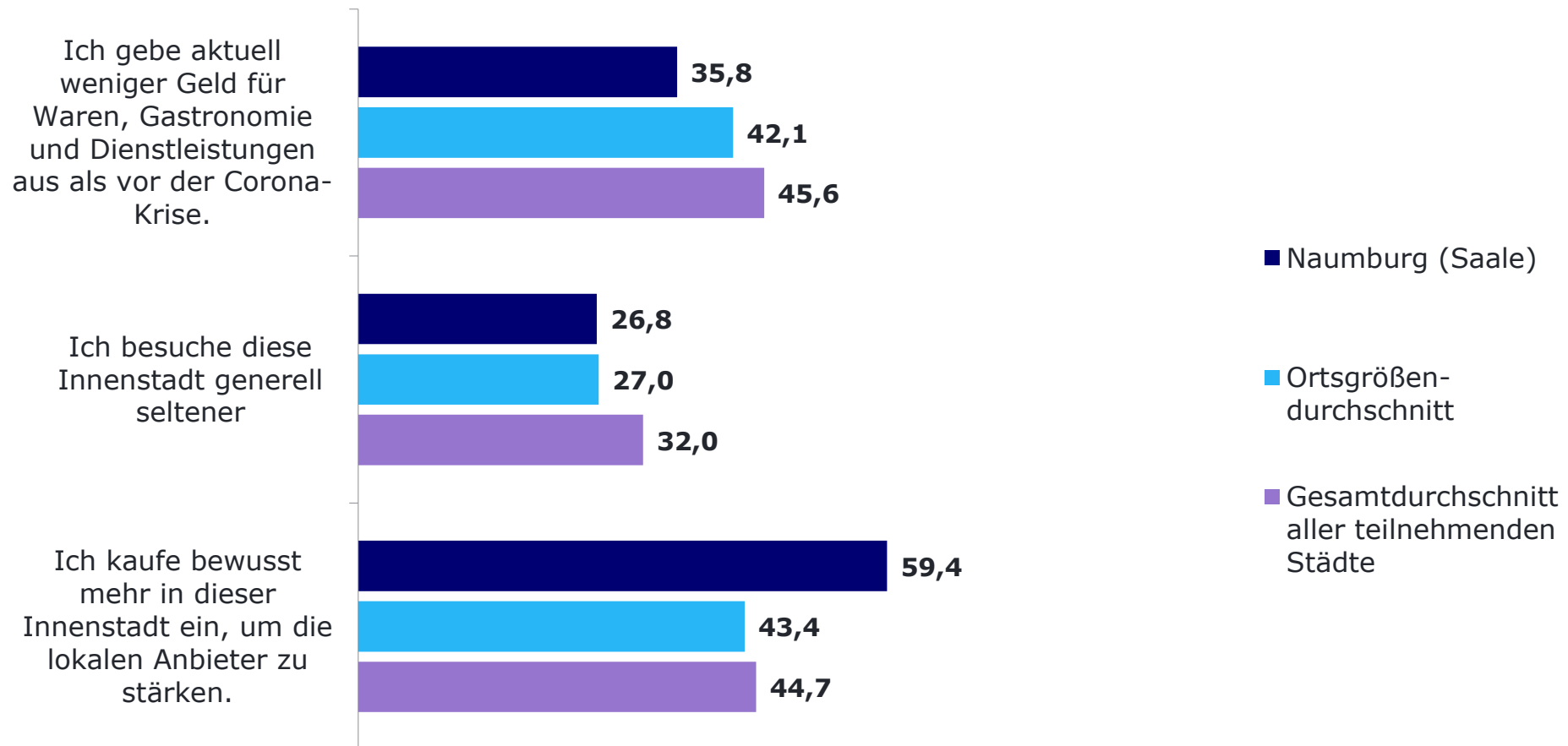


INFO 422 ≥ n ≥ 419

Antworten mit ja

Wie hat sich ihr Einkaufsverhalten durch die Corona-Krise generell verändert? Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie zu?

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE



INFO 421 ≥ n ≥ 419

Antworten mit ja