Vitale Innenstädte 2018

Auswertungsergebnisse für Lüdinghausen

STADT LÜDINGHAUSEN

IFH KÖLN

1 Einleitung

2 Management Summary

3 Wer besucht die Innenstadt?

4 Warum und wie wird die Innenstadt besucht?

5 Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?

6 Wie bewerten die Besucher das gastronomische Angebot und Events?

7 Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?

1 **Einleitung**

2 Management Summary

3 Wer besucht die Innenstadt?

4 Warum und wie wird die Innenstadt besucht?

5 Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?

6 Wie bewerten die Besucher das gastronomische Angebot und Events?

7 Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?

Eckdaten zur Untersuchung Vitale Innenstädte 2018

TEILNEHMER

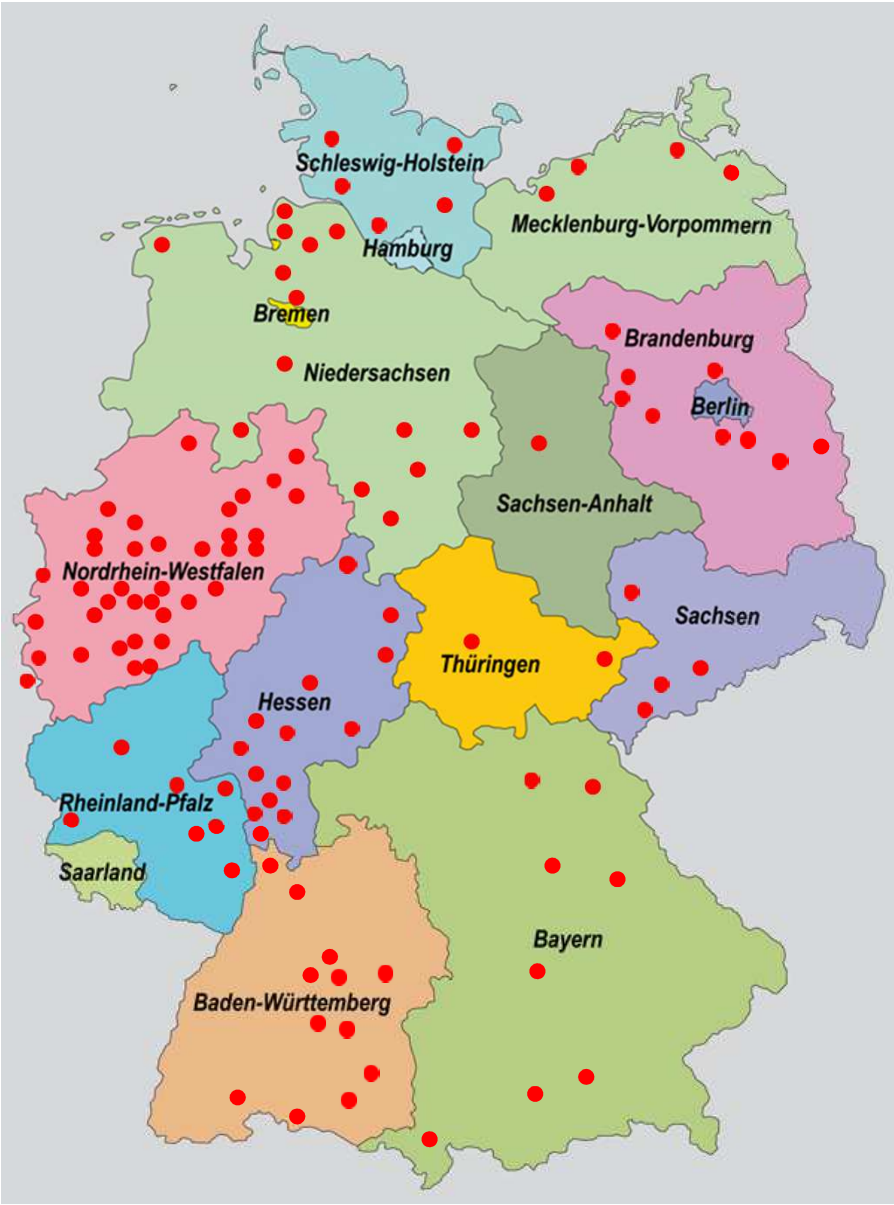
- Mit Unterstützung der überregionalen Projektpartner konnten 116 Städte bundesweit zur Teilnahme gewonnen werden.
- Alle Ortsgrößen und Regionen sind vertreten.
- Die Bandbreite der teilnehmenden Städte reicht bei den Großstädten von Köln, Frankfurt, Düsseldorf, Essen, Bremen, Hannover, Leipzig und Nürnberg über Mannheim, Bielefeld, Magdeburg, Rostock und Kassel bis zu Lippstadt, Sonthofen, Wismar, Biberach und Cuxhaven bei den Mittelzentren.
- Insgesamt wurden in den teilnehmenden Städten an den beiden Erhebungstagen fast 60.000 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 Gastronomie-Angebots und von Events/Veranstaltungen
  - ihren Anforderungen und Wünschen
  - der Erreichbarkeit des Standorts
  - ihrem Online-Shopping (Bedeutung und Einfluss des E-Commerce auf die Innenstadt)

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)
  - zwei typische Tage Ende September 2018 (Donnerstag, 27. und Samstag, 29.)
  - 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.

Vitale Innenstädte 2018 – Die teilnehmenden Städte

Aachen
Altenburg
Ansbach
Arnsberg-Neheim
Backnang
Bad Camberg
Bad Essen
Bad Kreuznach
Bad Honnef
Bad Oldesloe
Bad Pyrmont
Bad Sassendorf
Bad Sooden-Allendorf
Bayreuth
Bebra
Biberach
Bielefeld
Bietigheim-Bissingen
Bingen
Bocholt
Bonn-Bad Godesberg
Brandenburg
Braunfels
Braunschweig
Bremen
Bremen-Vegesack
Bremerhaven
Bremervörde
Butzbach
Chemnitz
Cottbus
Cuxhaven
Delmenhorst
Düren
Düsseldorf
Einbeck
Eltville
Erftstadt
Erfurt
Essen
Esslingen
Frankfurt / M
Freiberg (Sa.)
Fürstenfeldbruck
Fulda
Göppingen
Greifswald
Grünberg
Gütersloh
Hanau
Hannover
Hattersheim
Heide
Heidelberg
Heinsberg
Hennef
Herford
Herrenberg
Hilden
Hildesheim



Ibbenbüren
Iserlohn
Itzehoe
Kassel
Koblenz
Köln
Königs Wusterhausen
Krefeld
Lampertheim
Landsberg am Lech
Langen
Langenfeld
Leipzig
Lippstadt
Lübben (Spreew.)
Ludwigsfelde
Lüdinghausen
Magdeburg
Mannheim
Mayen
Meschede
Minden
Mönchengladbach
Monheim
Neumarkt in der Oberpfalz
Neuwied
Norden
Nürnberg
Oranienburg
Paderborn
Perleberg
Pinneberg
Plön
Pritzwalk
Ratingen
Ravensburg
Reutlingen
Rostock
Schweinfurt
Singen
Solingen
Sonthofen
Speyer
Stade
Stralsund
Sundern
Taunusstein
Trier
Überlingen
Viersen
Wermelskirchen
Wetzlar
Wismar
Wittenberge
Zwickau

Eupen / Belgien

Teilnehmende Städte nach Ortsgröße

Ortsgröße 1 – bis 25.000 Einwohner
21 teilnehmende Städte: z.B. Bremervörde, Bad Pyrmont, **Lüdinghausen**

Ortsgröße 2 – 25.000 bis 50.000 Einwohner
37 teilnehmende Städte: z.B. Itzehoe, Fürstenfeldbruck, Wermelskirchen

Ortsgröße 3 – 50.000 bis 100.000 Einwohner
30 teilnehmende Städte: z.B. Ibbenbüren, Bayreuth, Düren

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

Ortsgröße 5 – 200.000 bis 500.000 Einwohner
10 teilnehmende Städte: z.B. Erfurt, Krefeld, Mannheim

Ortsgröße 6 – mehr als 500.000 Einwohner
8 teilnehmende Städte: z.B. Nürnberg, Köln, Frankfurt/M.

1 Einleitung

2 **Management Summary**

3 Wer besucht die Innenstadt?

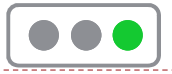
4 Warum und wie wird die Innenstadt besucht?

5 Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?

6 Wie bewerten die Besucher das gastronomische Angebot und Events?

7 Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?

Die Beurteilung von Lüdinghausen durch die Innenstadtbesucher im Überblick

Handlungsfelder	Merkmal	Bewertung bzw. Abweichung
Gesamtbewertung	▪ 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 Lüdinghausen durch die Innenstadtbesucher im Überblick

Gesamteindruck der Innenstadt in Bezug auf ihre Gesamtattraktivität

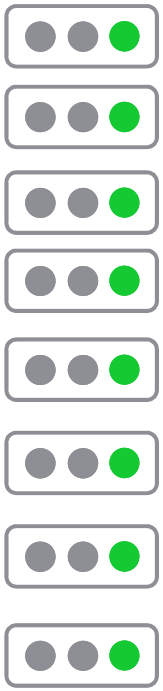
- Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln
- Erreichbarkeit mit PKW / Motorrad
- Erreichbarkeit mit Fahrrad
- Parkmöglichkeiten
- Ladenöffnungszeiten
- Gastronomieangebot (Restaurant, Café, Bar, Außengastronomie, Fast Food)
- Freizeitangebot (Kino, Theater, Museen, Ausstellungen, Sport etc.)
- Dienstleistungsangebot (Friseure, Reinigung, Änderungsschneiderei etc.)

= Schulnote 4 bis 6 = Schulnote 3 = Schulnoten 1 und 2

Die Beurteilung von Lüdinghausen durch die Innenstadtbesucher im Überblick

Gesamteindruck der Innenstadt in Bezug auf das Allgemeine Ambiente

- Gebäude / Fassaden
- Plätze, Wege, Grünflächen
- Sehenswürdigkeiten
- Sauberkeit der Innenstadt
- Sicherheit der Innenstadt
- Lebendigkeit der Innenstadt (Besucherzahl, Veranstaltungen etc.)
- Orientierung / ‚Zurechtfinden' in der Innenstadt
- Events / Veranstaltungen (Stadt- und Straßenfeste, Weihnachtsmärkte)



= Schulnote 4 bis 6

= Schulnote 3

= Schulnoten 1 und 2

1 Einleitung

2 Management Summary

3 **Wer besucht die Innenstadt?**

4 Warum und wie wird die Innenstadt besucht?

5 Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?

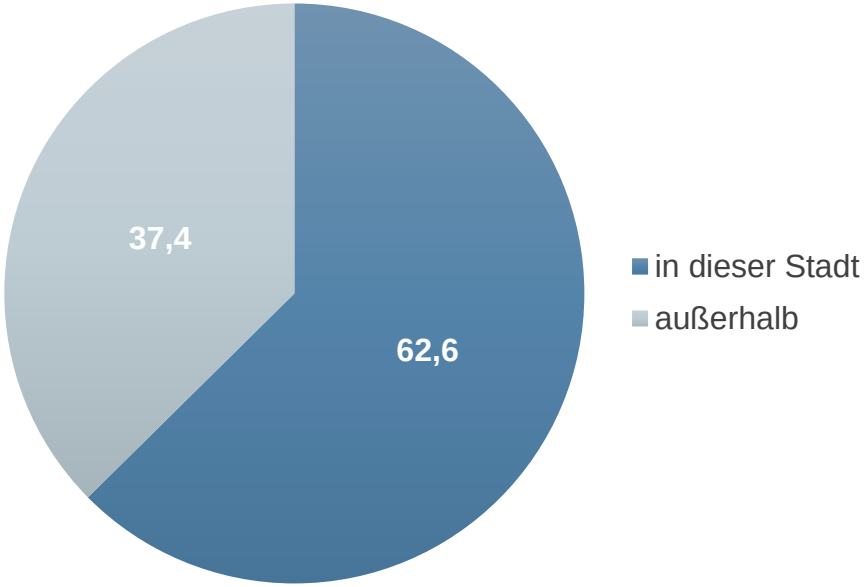
6 Wie bewerten die Besucher das gastronomische Angebot und Events?

7 Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?

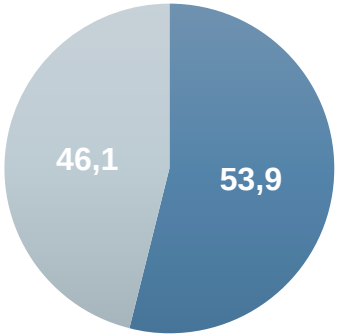
Wohnen Sie in dieser Stadt oder außerhalb?

Durchschnitt der beiden Tage

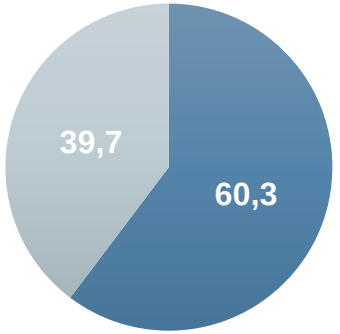
Lüdinghausen



Ortsgrößendurchschnitt



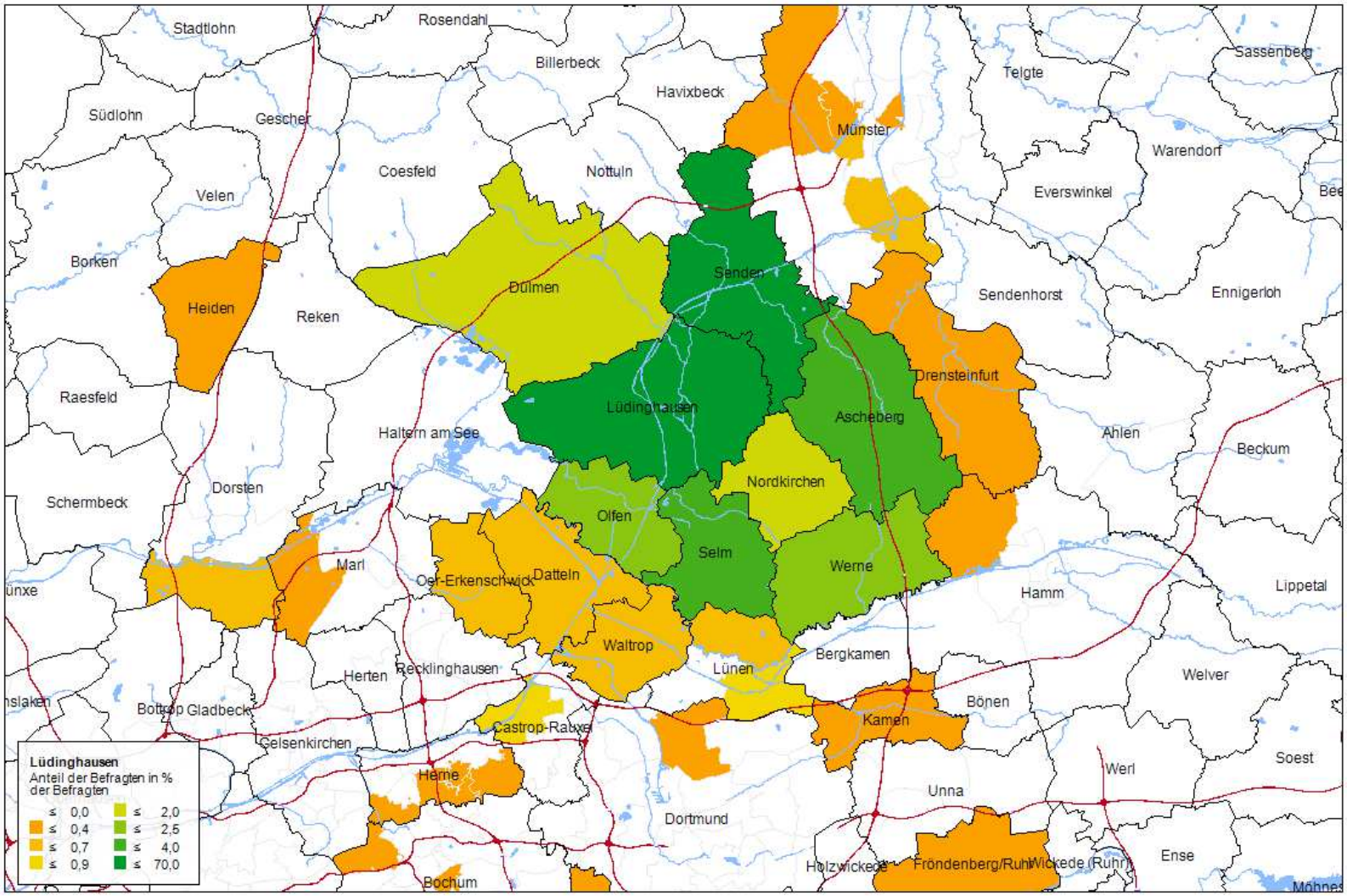
Ortsgrößendurchschnitt 2016



n = 398, Angaben in % der Befragten

Einzugsgebiet Lüdinghausen

Durchschnitt der beiden Tage

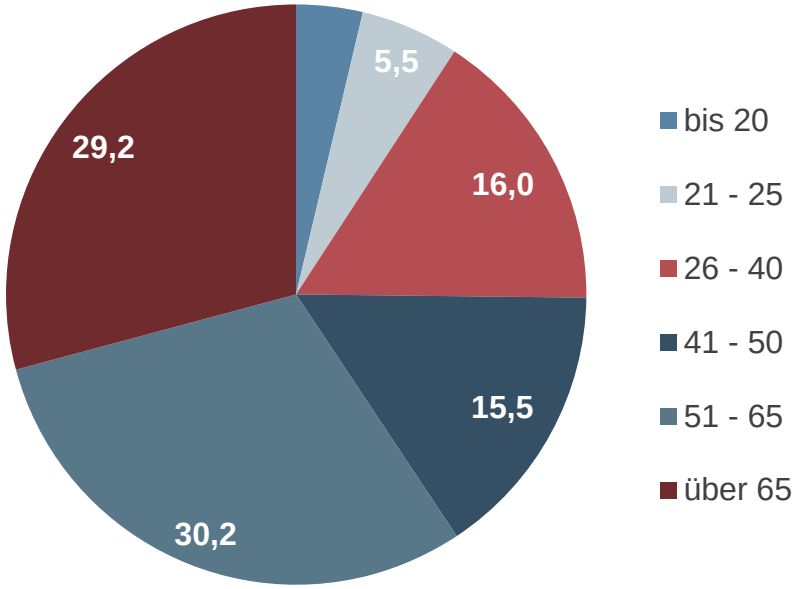


Wer besucht die Innenstadt? Alter

Alter der Besucher

Durchschnitt der beiden Tage

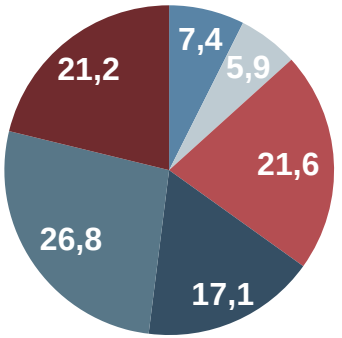
Lüdinghausen



Durchschnittsalter: 53 Jahre

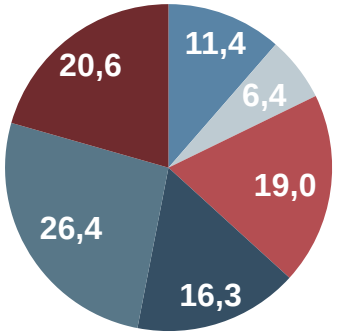
n = 401, Angaben in % der Befragten

Ortsgrößendurchschnitt



Durchschnittsalter: 49 Jahre

Ortsgrößendurchschnitt 2016



Durchschnittsalter: 48 Jahre

1 Einleitung

2 Management Summary

3 Wer besucht die Innenstadt?

4 **Warum und wie wird die Innenstadt besucht?**

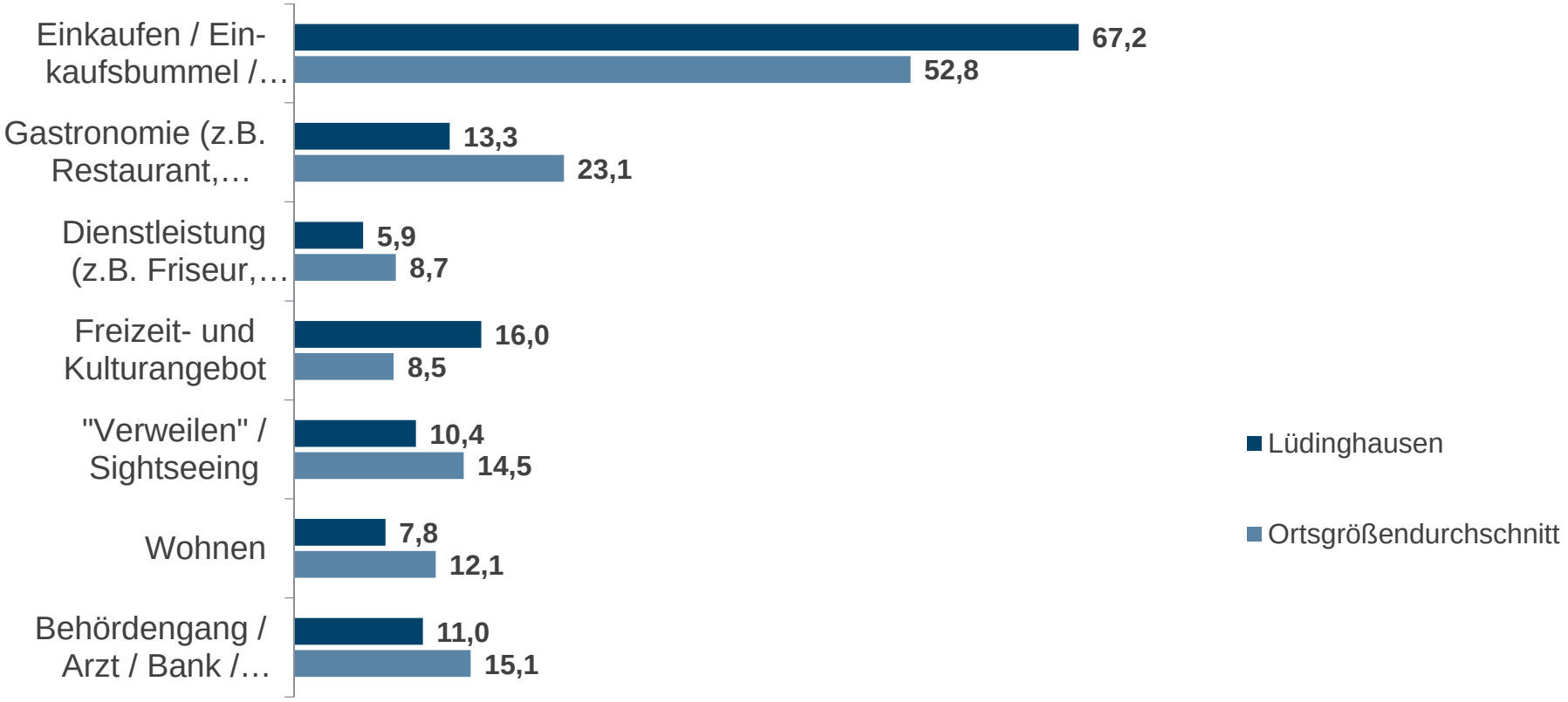
5 Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?

6 Wie bewerten die Besucher das gastronomische Angebot und Events?

7 Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?

Durchschnitt der beiden Tage

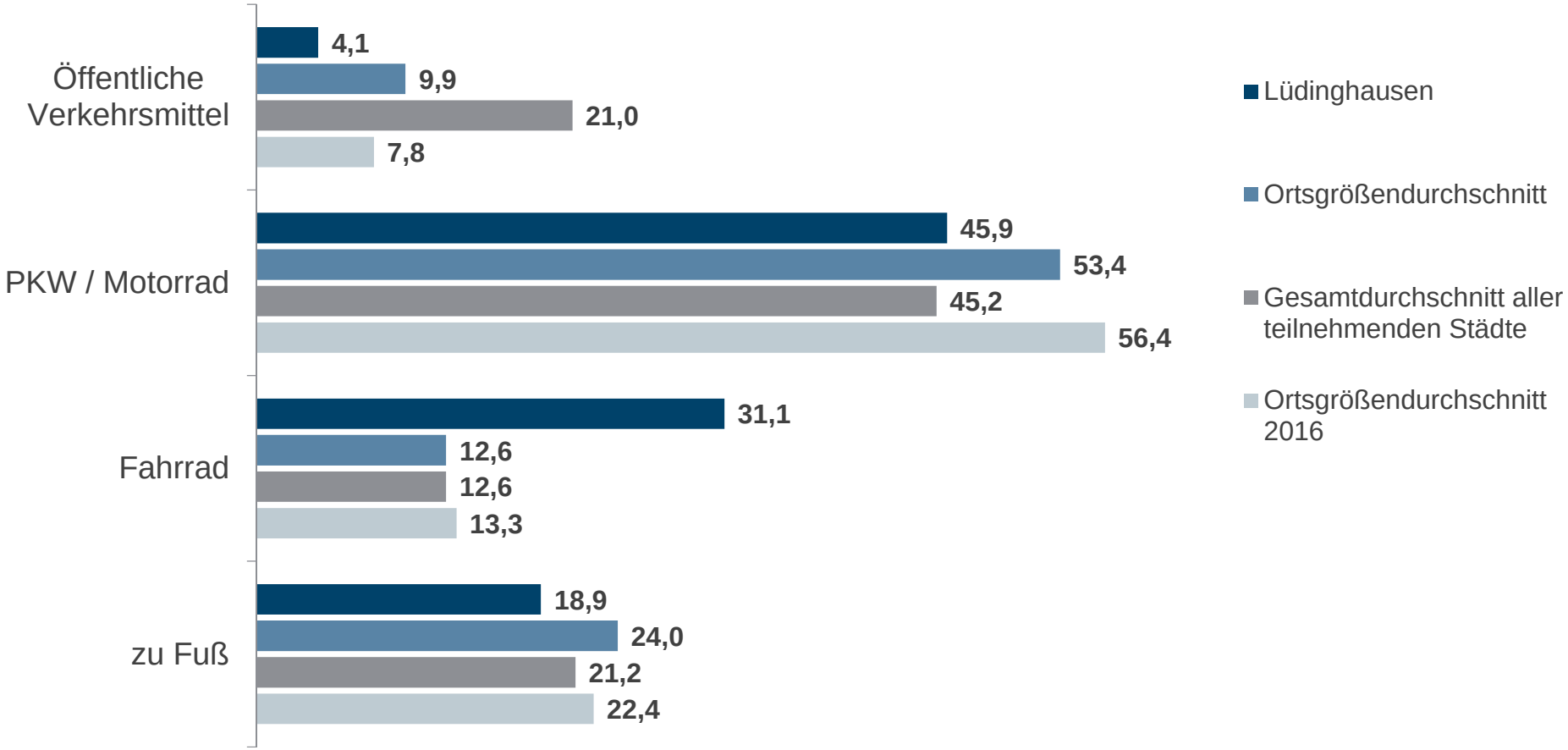
Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?



n = 405, Angaben in % der Befragten

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

Durchschnitt der beiden Tage



n = 396, Angaben in % der Befragten

1 Einleitung

2 Management Summary

3 Wer besucht die Innenstadt?

4 Warum und wie wird die Innenstadt besucht?

5 **Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?**

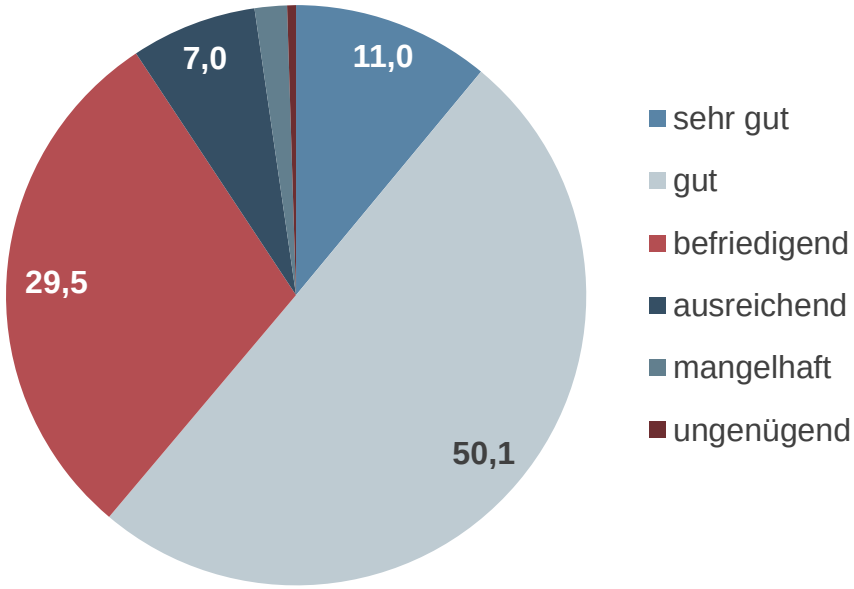
6 Wie bewerten die Besucher das gastronomische Angebot und Events?

7 Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?

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

Durchschnitt der beiden Tage

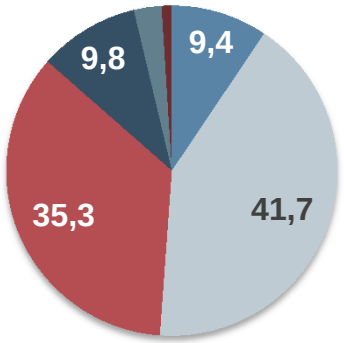
Lüdinghausen



Durchschnittsnote: 2,4

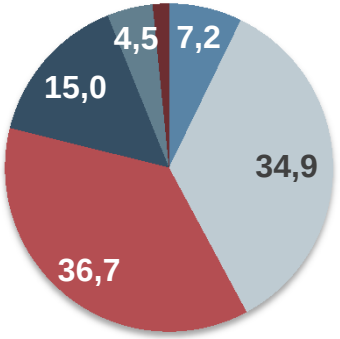
n = 378, Angaben in % der Befragten

Ortsgrößendurchschnitt



Durchschnittsnote: 2,6

Ortsgrößendurchschnitt 2016

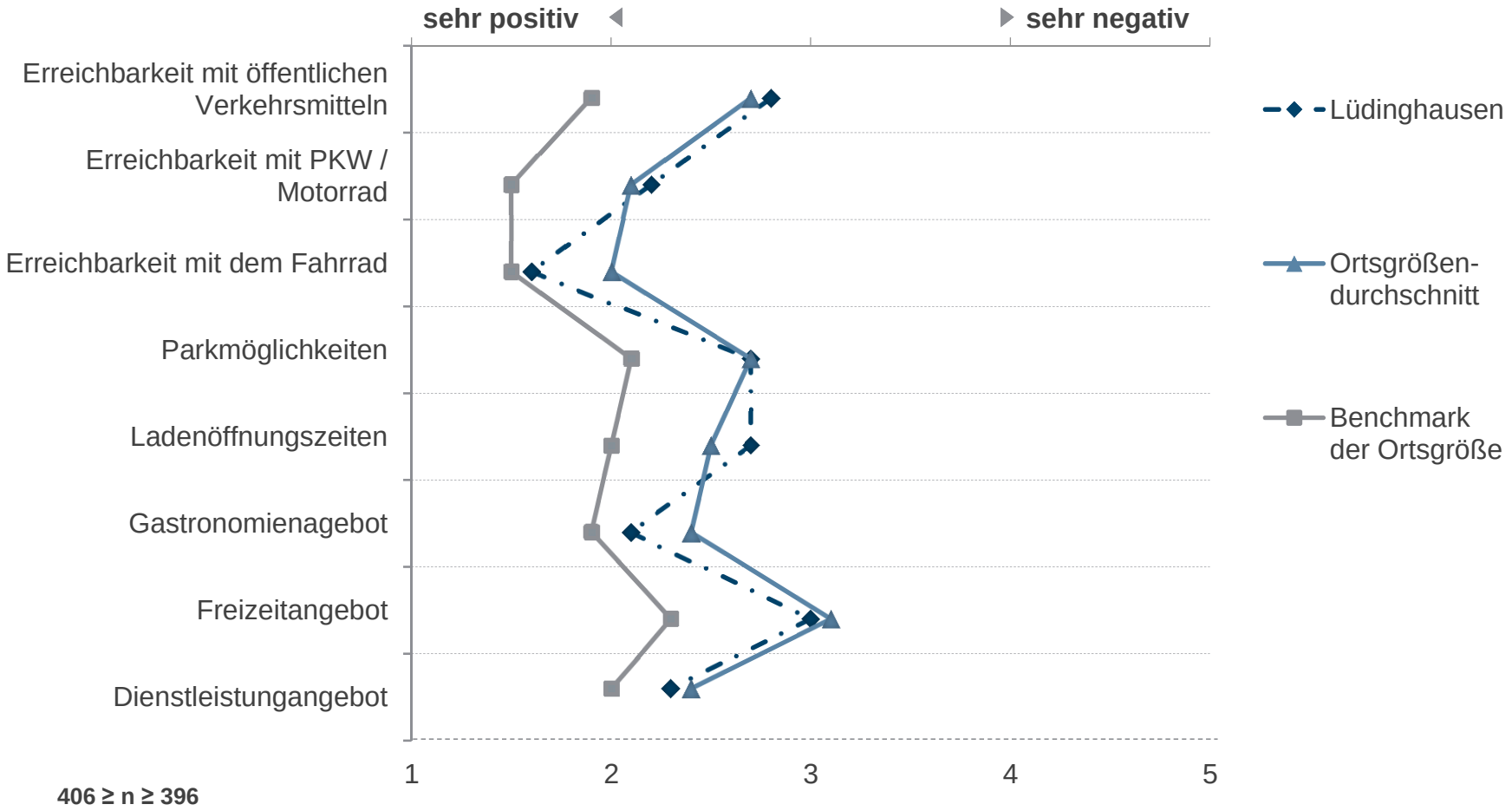


Durchschnittsnote: 2,8

Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?

Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf …

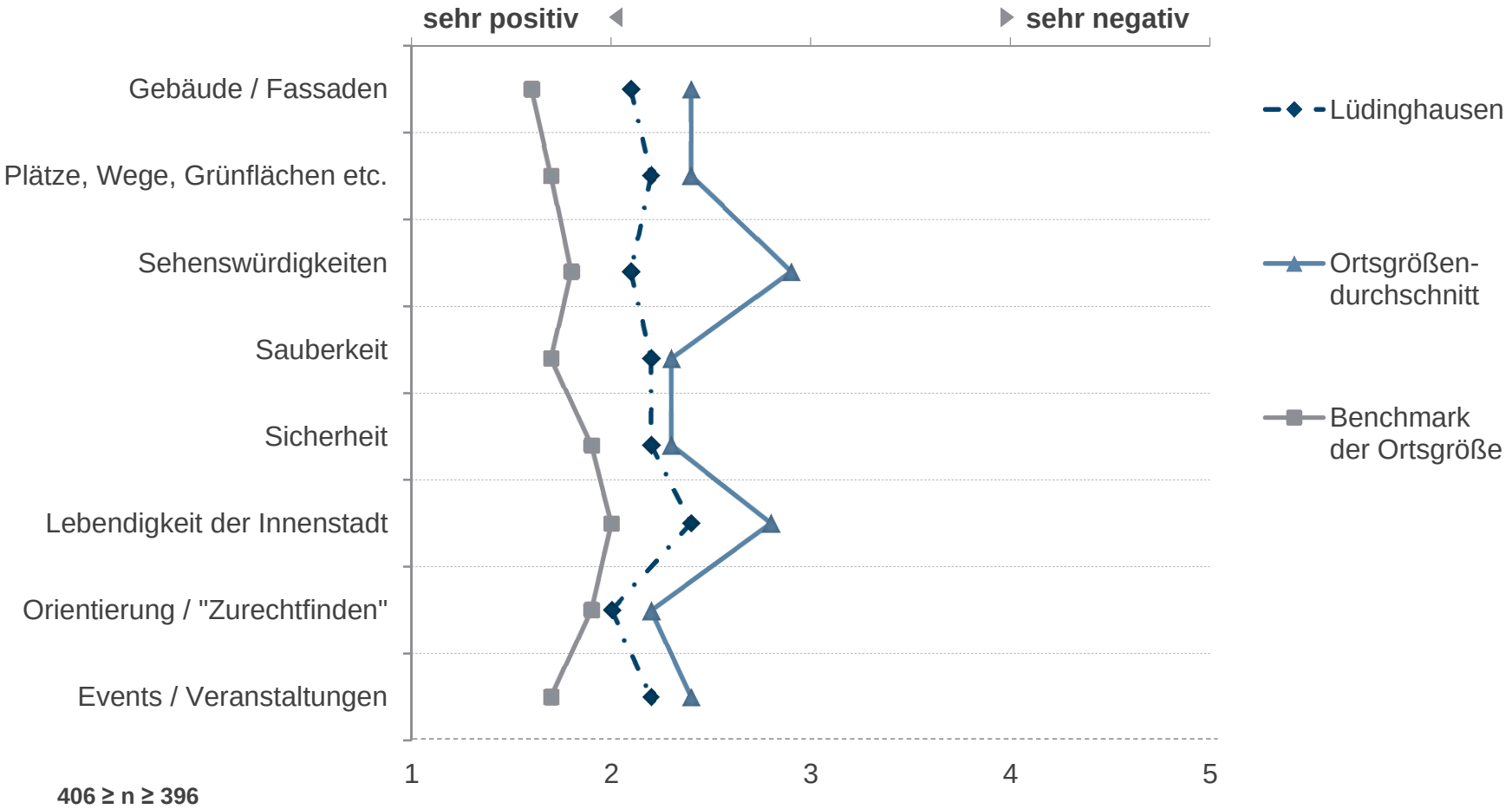
Durchschnitt der beiden Tage



406 ≥ n ≥ 396

Wie bewerten Sie das allgemeine Ambiente / Flair der Innenstadt im Hinblick auf …

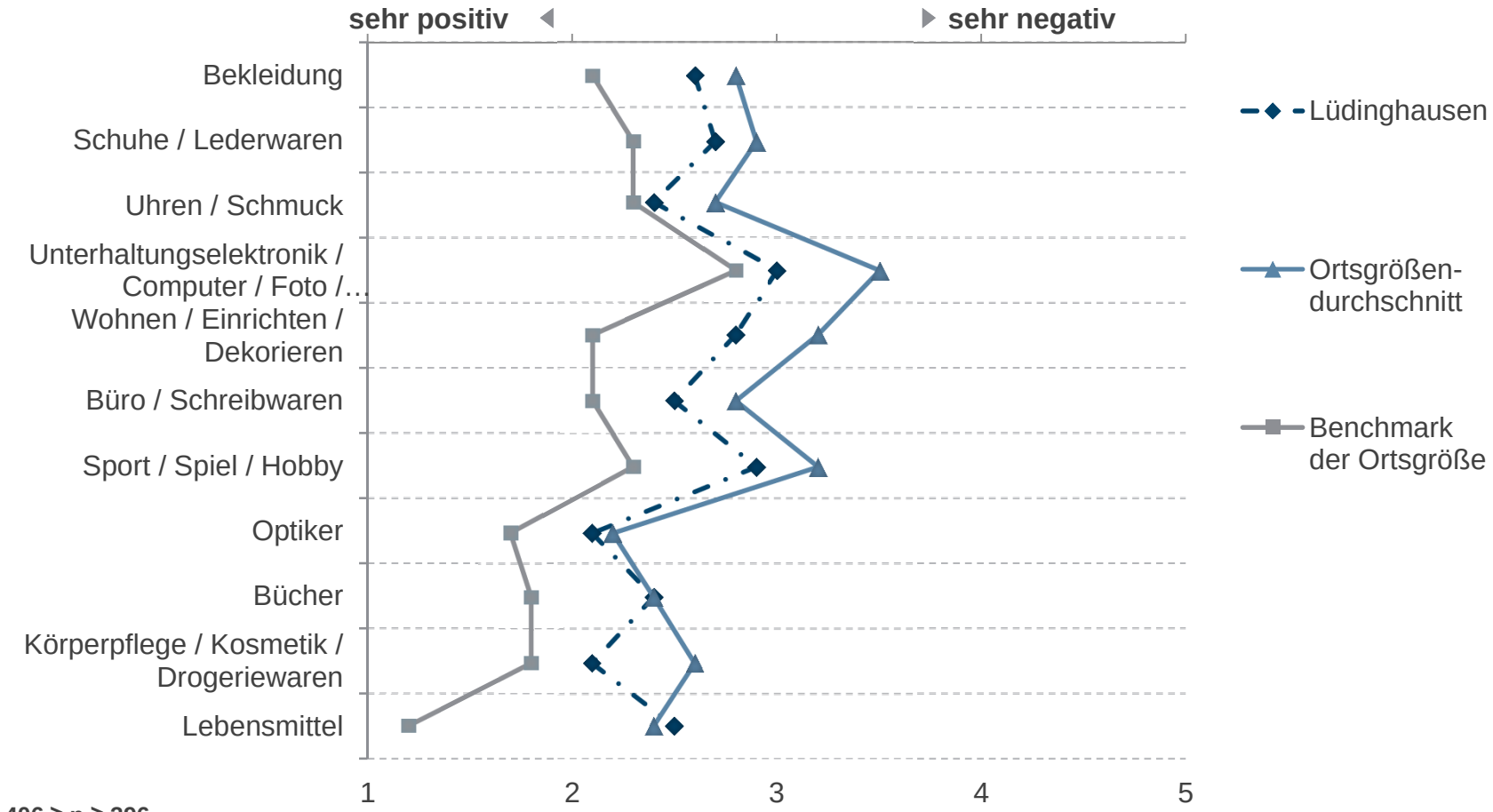
Durchschnitt der beiden Tage



406 ≥ n ≥ 396

Wie bewerten Sie das Einzelhandelsangebot insgesamt im Hinblick auf …

Durchschnitt der beiden Tage



406 ≥ n ≥ 396

1 Einleitung

2 Management Summary

3 Wer besucht die Innenstadt?

4 Warum und wie wird die Innenstadt besucht?

5 Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?

6 **Wie bewerten die Besucher das gastronomische Angebot und Events?**

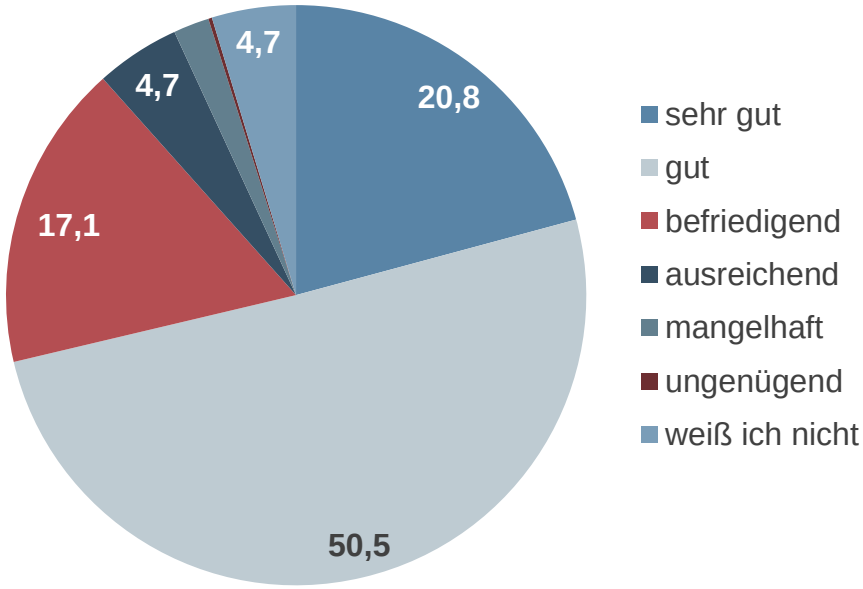
7 Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?

Wie bewerten die Besucher die Gastronomie in der Innenstadt?

Welche Schulnote würden Sie dieser Innenstadt in Bezug auf das gastronomische Angebot geben?

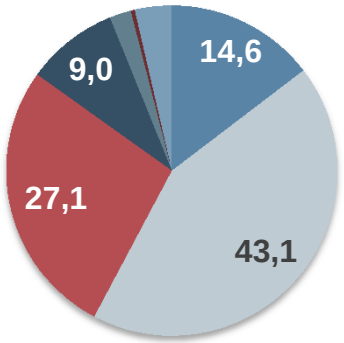
Durchschnitt der beiden Tage

Lüdinghausen



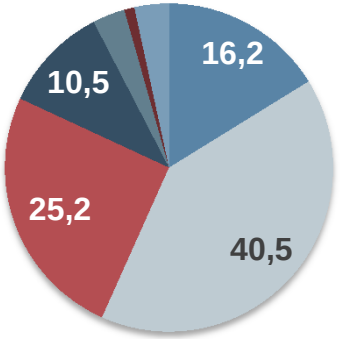
Durchschnittsnote: 2,1

Ortsgrößendurchschnitt



Durchschnittsnote: 2,4

Ortsgrößendurchschnitt 2016



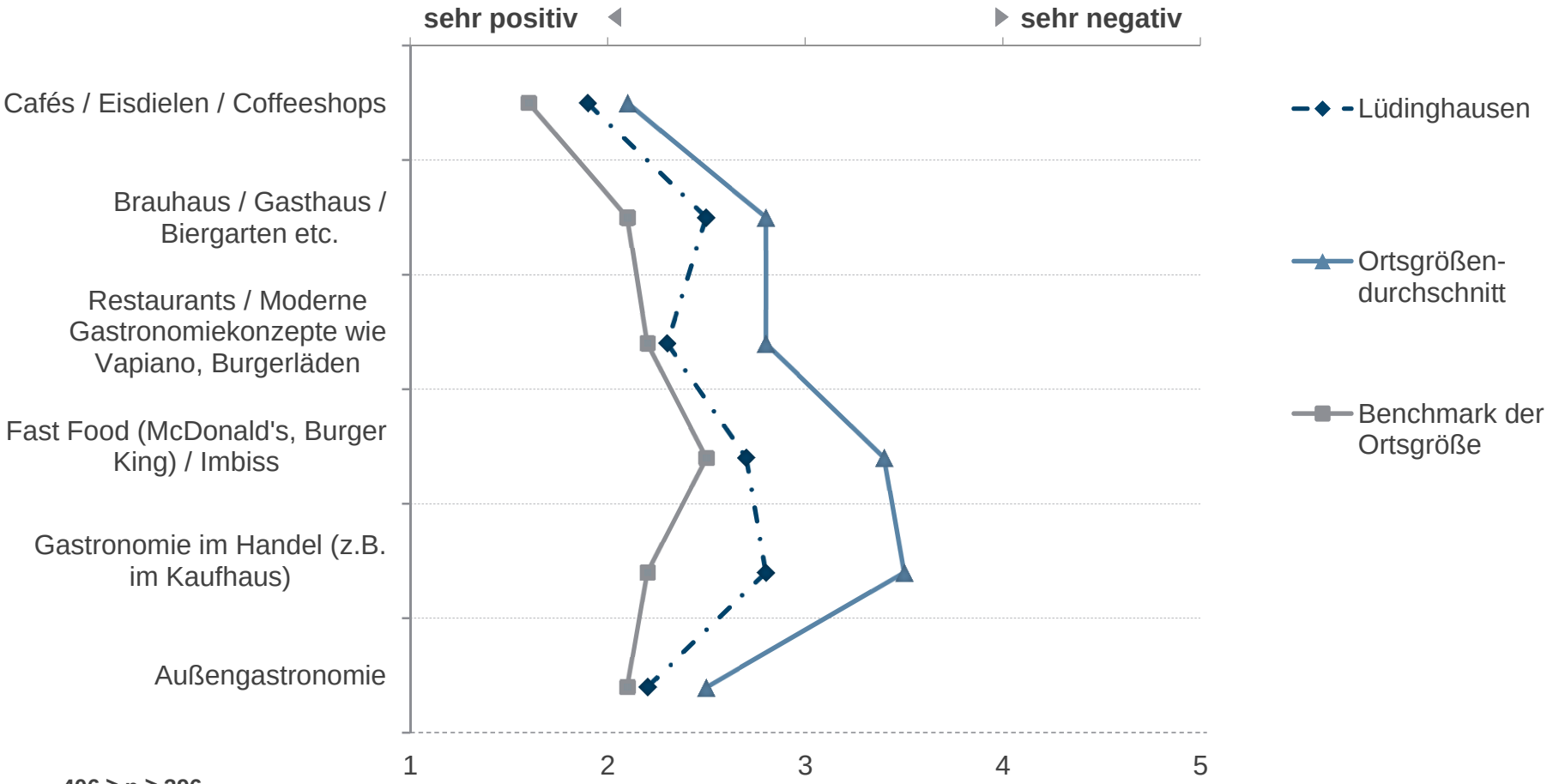
Durchschnittsnote: 2,5

n = 404, Angaben in % der Befragten

Wie bewerten die Besucher das gastronomische Angebot und Events?

Wie bewerten Sie das gastronomische Angebot dieser Innenstadt?

Durchschnitt der beiden Tage

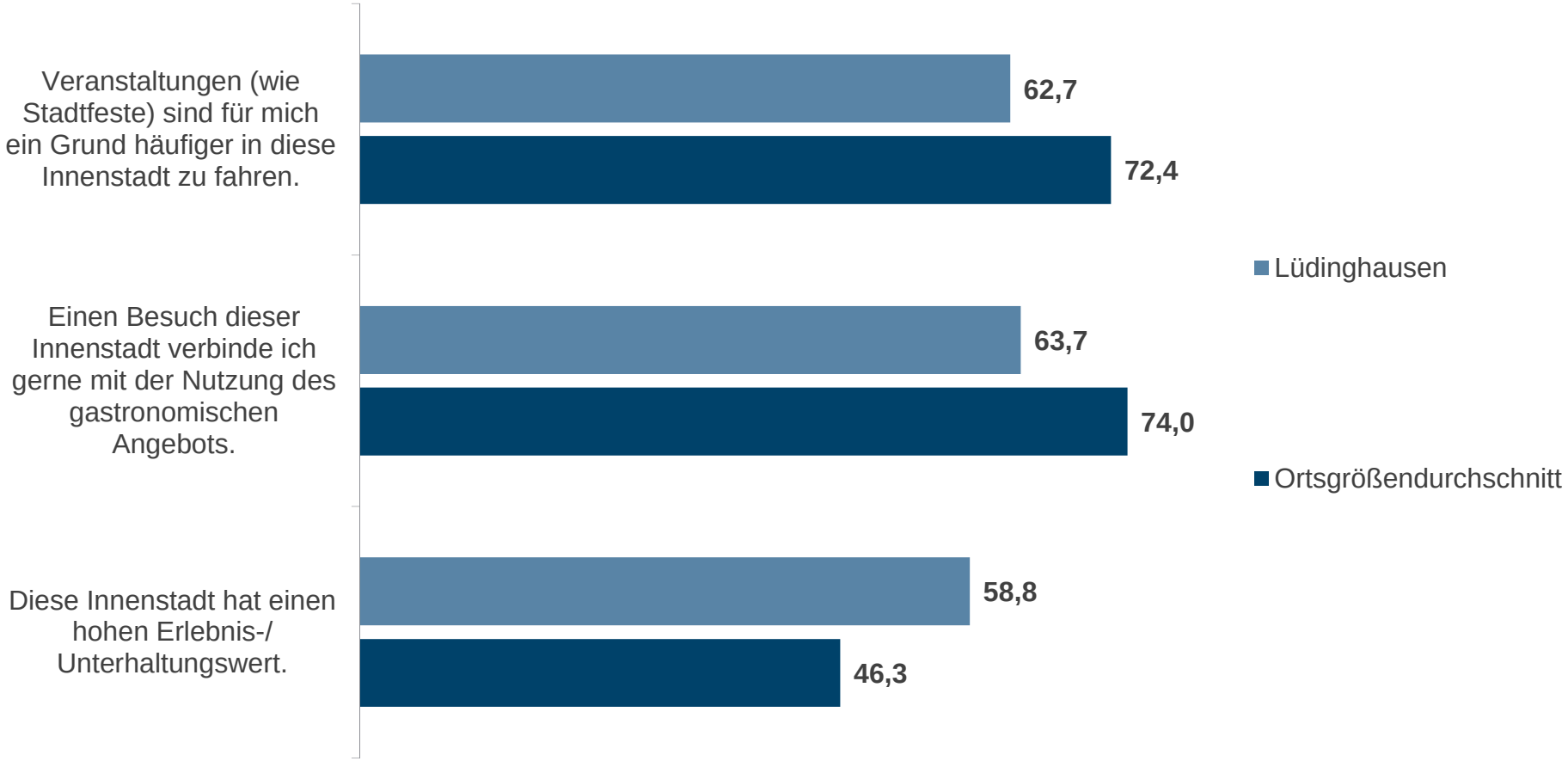


406 ≥ n ≥ 396

Wie bewerten die Besucher das gastronomische Angebot und Events?

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Durchschnitt der beiden Tage



406 >= n >= 396, Angaben in % der Befragten

Top-2-Box: Zusammenfassung der beiden Nennungen ‚stimme voll und ganz zu' und ‚stimme eher zu'

1 Einleitung

2 Management Summary

3 Wer besucht die Innenstadt?

4 Warum und wie wird die Innenstadt besucht?

5 Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?

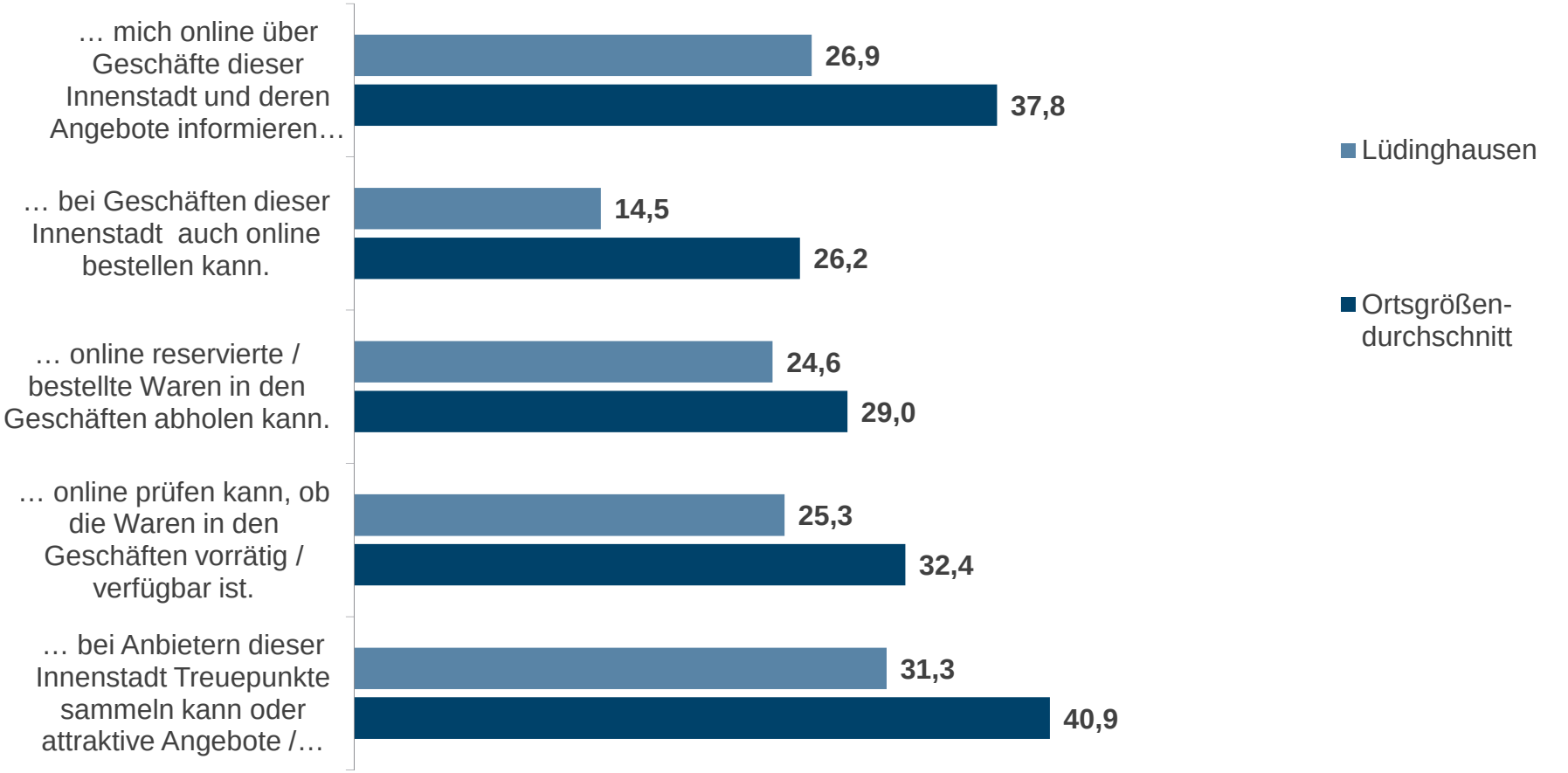
6 Wie bewerten die Besucher das gastronomische Angebot und Events?

7 **Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?**

Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?

Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen
Für mich ist wichtig, dass ich …

Durchschnitt der beiden Tage



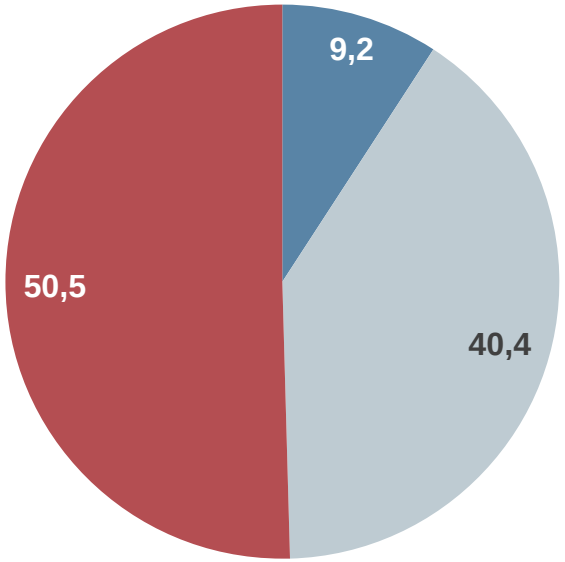
406 >= n >= 396, Angaben in % der Befragten

Top-2-Box: Zusammenfassung der beiden Nennungen ‚stimme voll und ganz zu' und ‚stimme eher zu'

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

Durchschnitt der beiden Tage

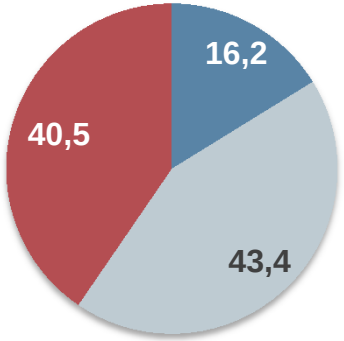
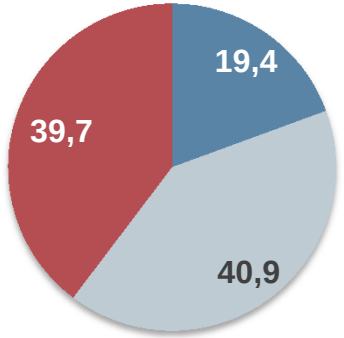
Lüdinghausen



- Ja, ich kaufe verstärkt online ein und besucher 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.

n = 403, Angaben in % der Befragten

Ortsgrößendurchschnitt



Ortsgrößendurchschnitt 2016