



IFH KÖLN
Erfolgreich im Handeln

VITALE INNENSTÄDTE 2020

AUSWERTUNGSERGEBNISSE FÜR
LÜDINGHAUSEN



Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	3
2	Ergebnisse im Überblick	7
3	Ergebnisse im Detail	12
	3.1 Wer besucht die Innenstadt	13
	3.2 Warum und wie wird die Innenstadt besucht?	17
	3.3 Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?	20
	3.4 Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?	24
	3.5 Wie hat die Corona-Krise das Einkaufsverhalten verändert?	33

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	3
2	Ergebnisse im Überblick	7
3	Ergebnisse im Detail	12
	3.1 Wer besucht die Innenstadt	13
	3.2 Warum und wie wird die Innenstadt besucht?	17
	3.3 Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?	20
	3.4 Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?	24
	3.5 Wie hat die Corona-Krise das Einkaufsverhalten verändert?	33

Eckdaten zur Untersuchung Vitale Innenstädte 2020

TEILNEHMER

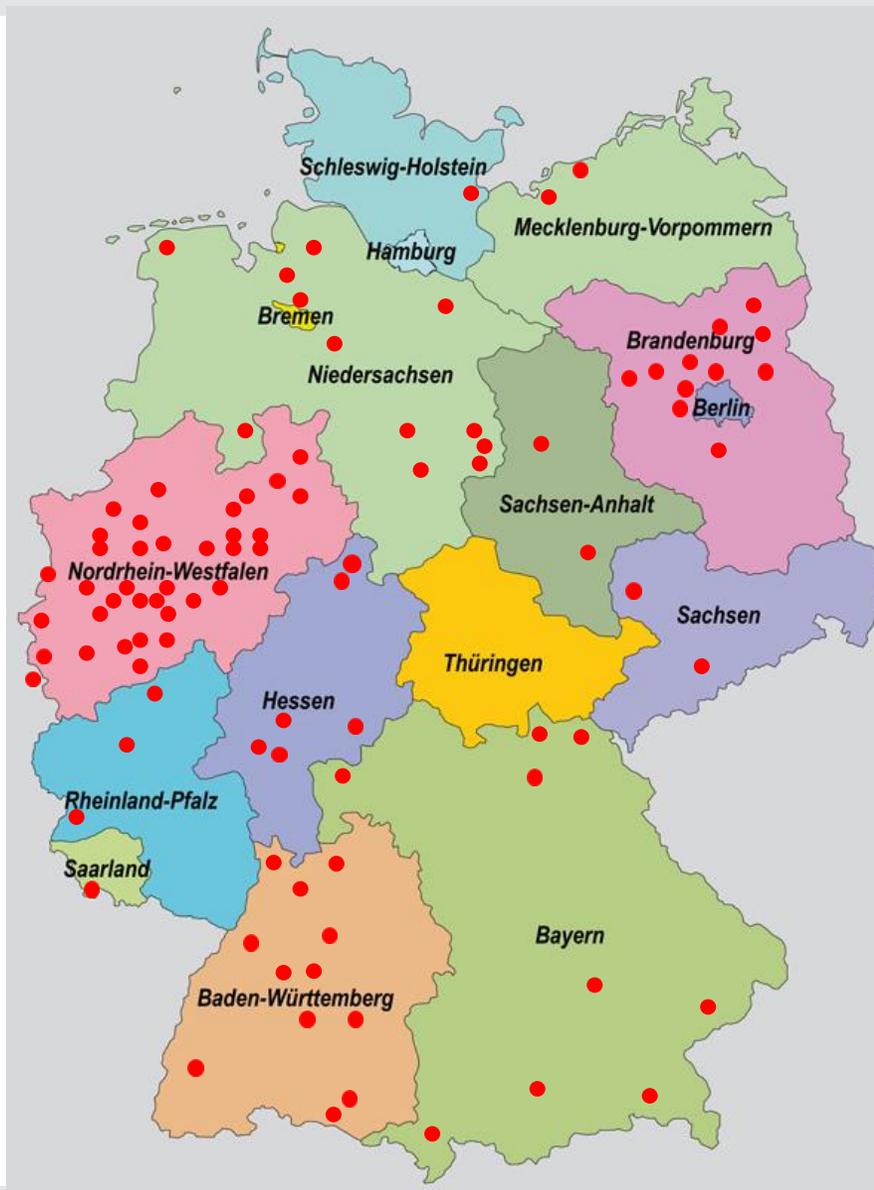
- Mit Unterstützung der überregionalen Projektpartner konnten 107 Städte bundesweit zur Teilnahme gewonnen werden.
- Alle Ortsgrößen und Regionen sind vertreten.
- Die Bandbreite der teilnehmenden Städte reicht bei den Großstädten von Köln, Stuttgart, Düsseldorf, Dortmund, Bremen, Hannover und Leipzig 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 (Langbrückenstraße, Marktplatz)
 - Erhebung an mehreren Donnerstagen und Samstagen Ende September bis Mitte Oktober 2020
 - hohe Interviewzahl (gestaffelt nach der Ortsgröße, für Lüdinghausen insgesamt ca. 400)
- Die Koordination und Durchführung der Befragungen vor Ort erfolgte im Auftrag der IFH Köln

VITALE INNENSTÄDTE 2020 – DIE TEILNEHMENDEN STÄDTE

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, Lüdinghausen



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



Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	3
2	Ergebnisse im Überblick	7
3	Ergebnisse im Detail	12
	3.1 Wer besucht die Innenstadt	13
	3.2 Warum und wie wird die Innenstadt besucht?	17
	3.3 Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?	20
	3.4 Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?	24
	3.5 Wie hat die Corona-Krise das Einkaufsverhalten verändert?	33

Die Beurteilung von Lüdinghausen durch die Innenstadtbesucher im Überblick

Handlungsfelder	Merkmal	Bewertung bzw. Abweichung
 Gesamtbewertung <i>(Bewertung der Einzelkriterien Im Verlauf der Präsentation)</i>	<ul style="list-style-type: none"> Attraktivität der Innenstadt 	
 Bewertung des Einzelhandels-Angebots insgesamt	<ul style="list-style-type: none"> Attraktivität des Einzelhandels-Angebots in dieser Innenstadt insgesamt 	
 Einkaufsverhalten	<ul style="list-style-type: none"> Zahl der besuchten Geschäfte: Anteil der Besucher, die nur wenige Geschäfte (1 oder 2) aufsuchen 	
	<ul style="list-style-type: none"> Aufenthaltsdauer: Anteil der Besucher, die sich nur kurz (bis zu 2 Stunden) in der Innenstadt aufhalten) 	
	<ul style="list-style-type: none"> 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 <u>Gesamtattraktivität</u>	
	Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln	
	Erreichbarkeit mit PKW / Motorrad	
	Erreichbarkeit mit Fahrrad	
	Parkmöglichkeiten	
	Gute Orientierung und Wegführung	
	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 Lüdinghausen 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 Lüdinghausen durch die Innenstadtbesucher im Überblick

	Gesamteindruck der Innenstadt in Bezug auf das <u>Einzelhandelsangebot</u>	
	Bekleidung	
	Schuhe / Lederwaren	
	Uhren / Schmuck	
	Unterhaltungselektronik / Computer / Foto / Telekommunikation	
	Wohnen / Einrichten / Dekorieren	
	Büro / Schreibwaren	
	Sport / Spiel / Hobby	
	Apotheken	
	Bücher	
	Drogeriewaren etc.	
	Lebensmittel	

 = Schulnote 4 bis 6

 = Schulnote 3

 = Schulnoten 1 und 2

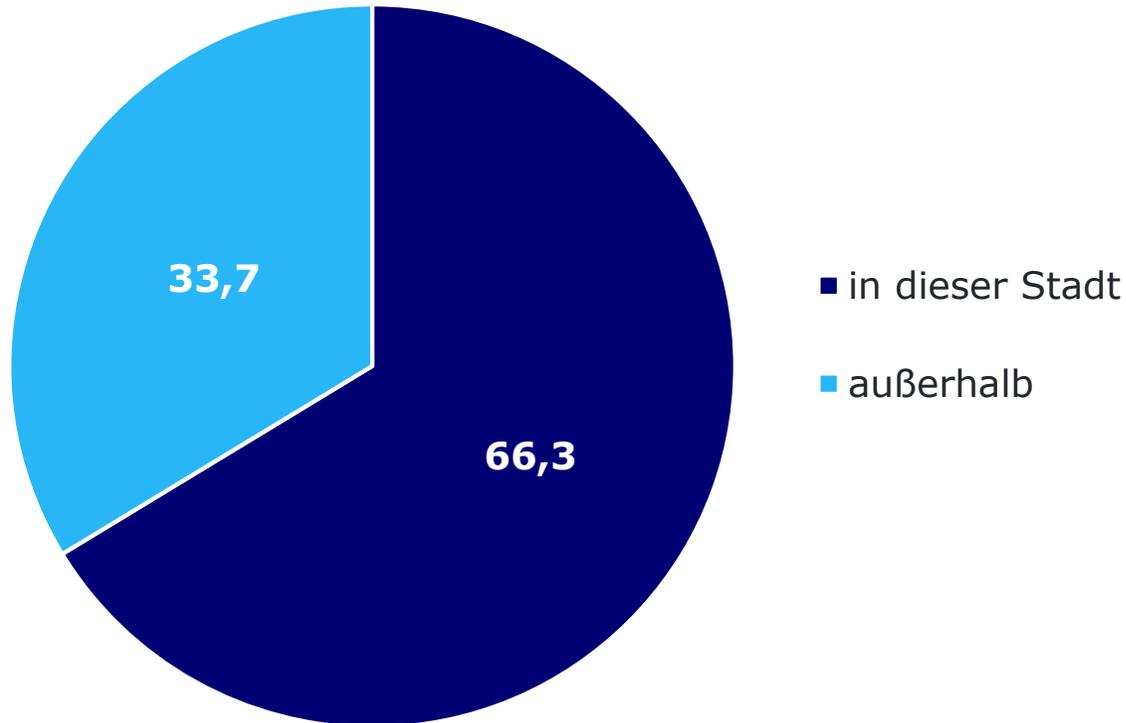
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	3
2	Ergebnisse im Überblick	7
3	Ergebnisse im Detail	12
	3.1 Wer besucht die Innenstadt	13
	3.2 Warum und wie wird die Innenstadt besucht?	17
	3.3 Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?	20
	3.4 Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?	24
	3.5 Wie hat die Corona-Krise das Einkaufsverhalten verändert?	33

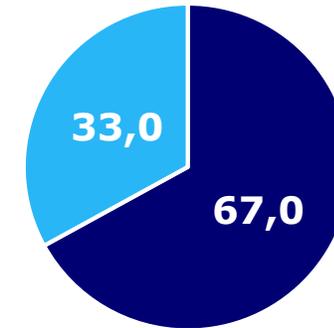
Wohnen Sie in dieser Stadt oder außerhalb?

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

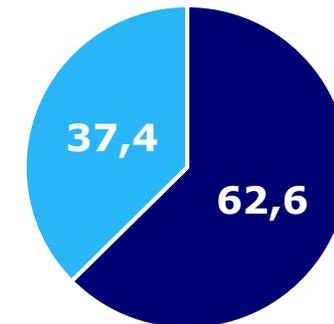
Lüdinghausen



Ortsgrößendurchschnitt



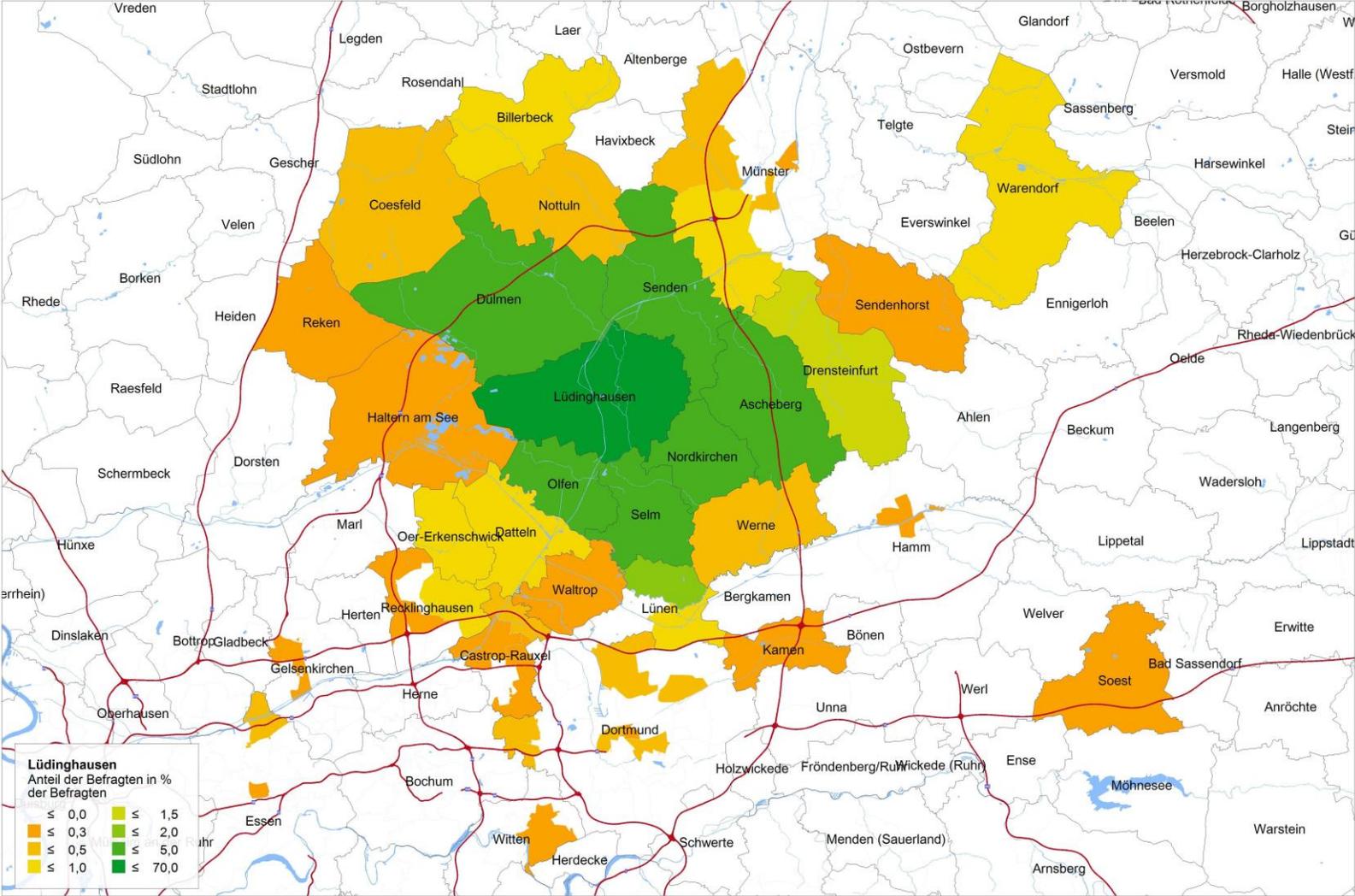
Lüdinghausen 2018



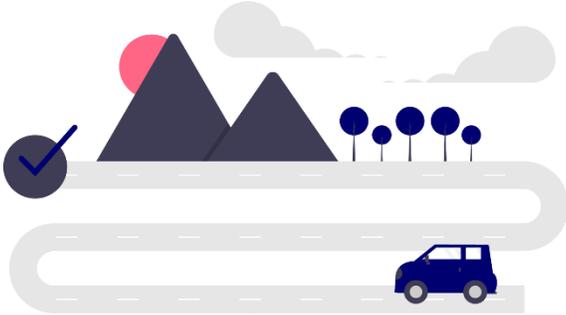
INFO n = 397, Angaben in % der Befragten

WER BESUCHT DIE INNENSTADT? WOHNORT

Einzugsgebiet Lüdinghausen

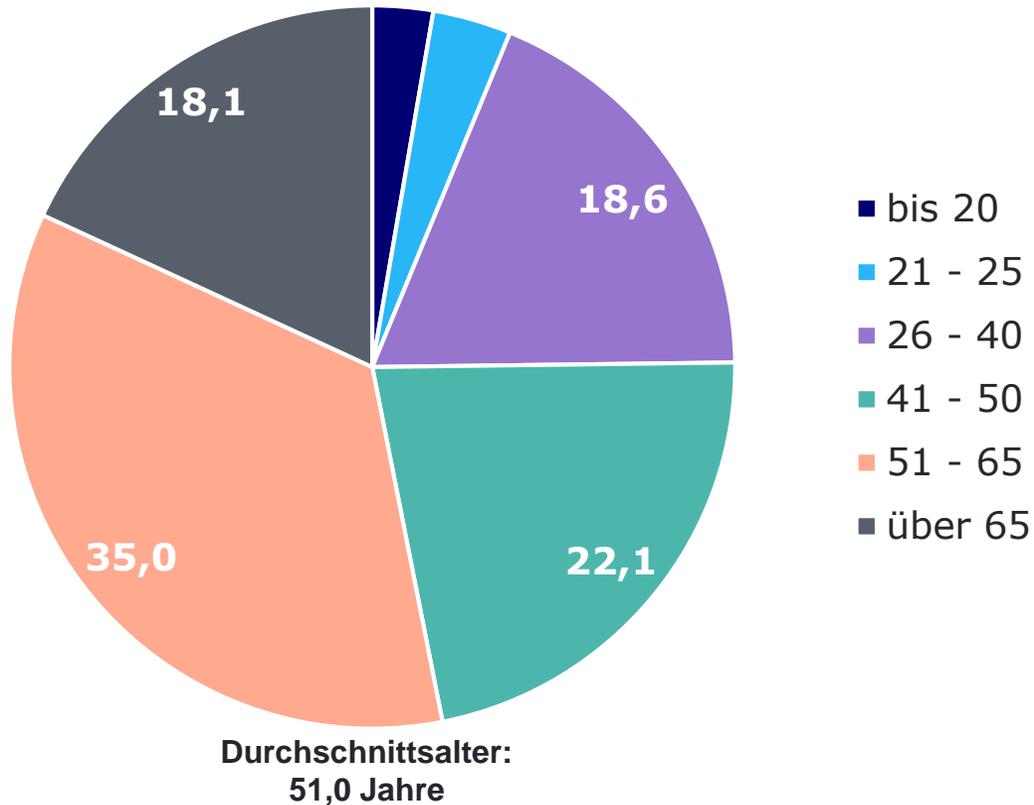


DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



Alter der Besucher

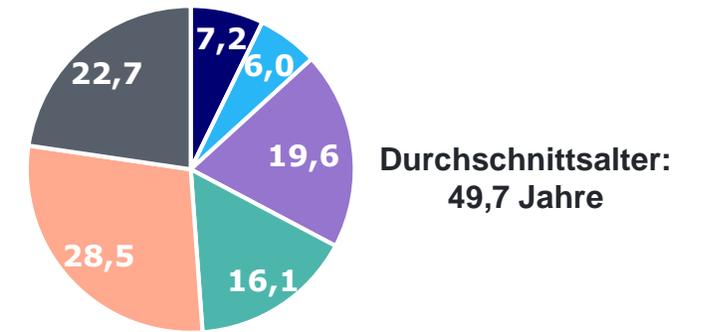
Lüdinghausen



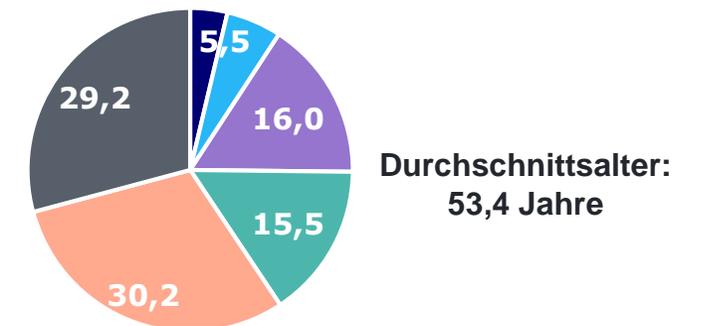
INFO n = 403, Angaben in % der Befragten

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

Ortsgrößendurchschnitt



Lüdinghausen 2018

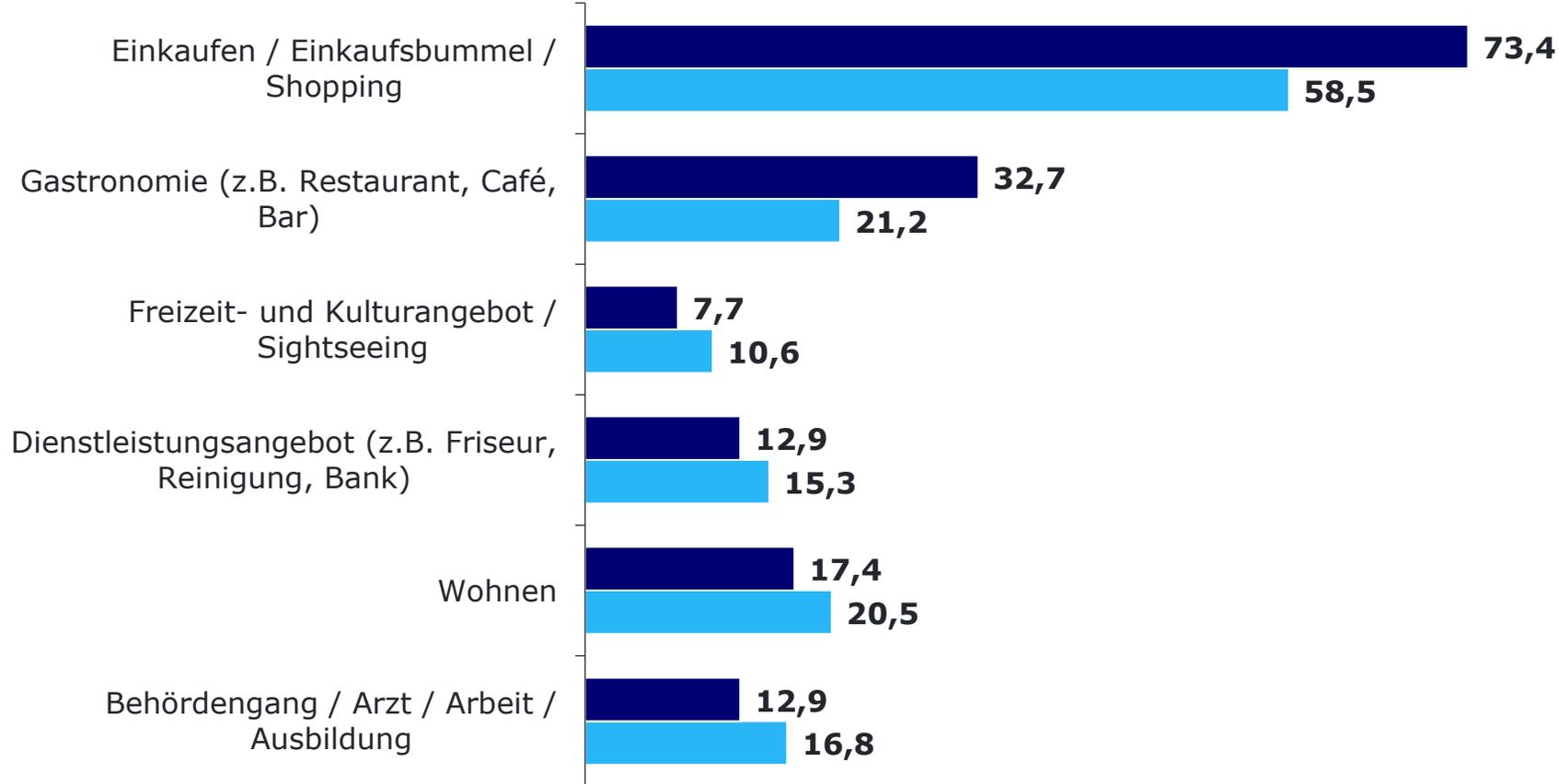


Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	3
2	Ergebnisse im Überblick	7
3	Ergebnisse im Detail	12
3.1	Wer besucht die Innenstadt	13
3.2	Warum und wie wird die Innenstadt besucht?	17
3.3	Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?	20
3.4	Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?	24
3.5	Wie hat die Corona-Krise das Einkaufsverhalten verändert?	33

Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



■ Lüdinghausen
■ Ortsgrößendurchschnitt

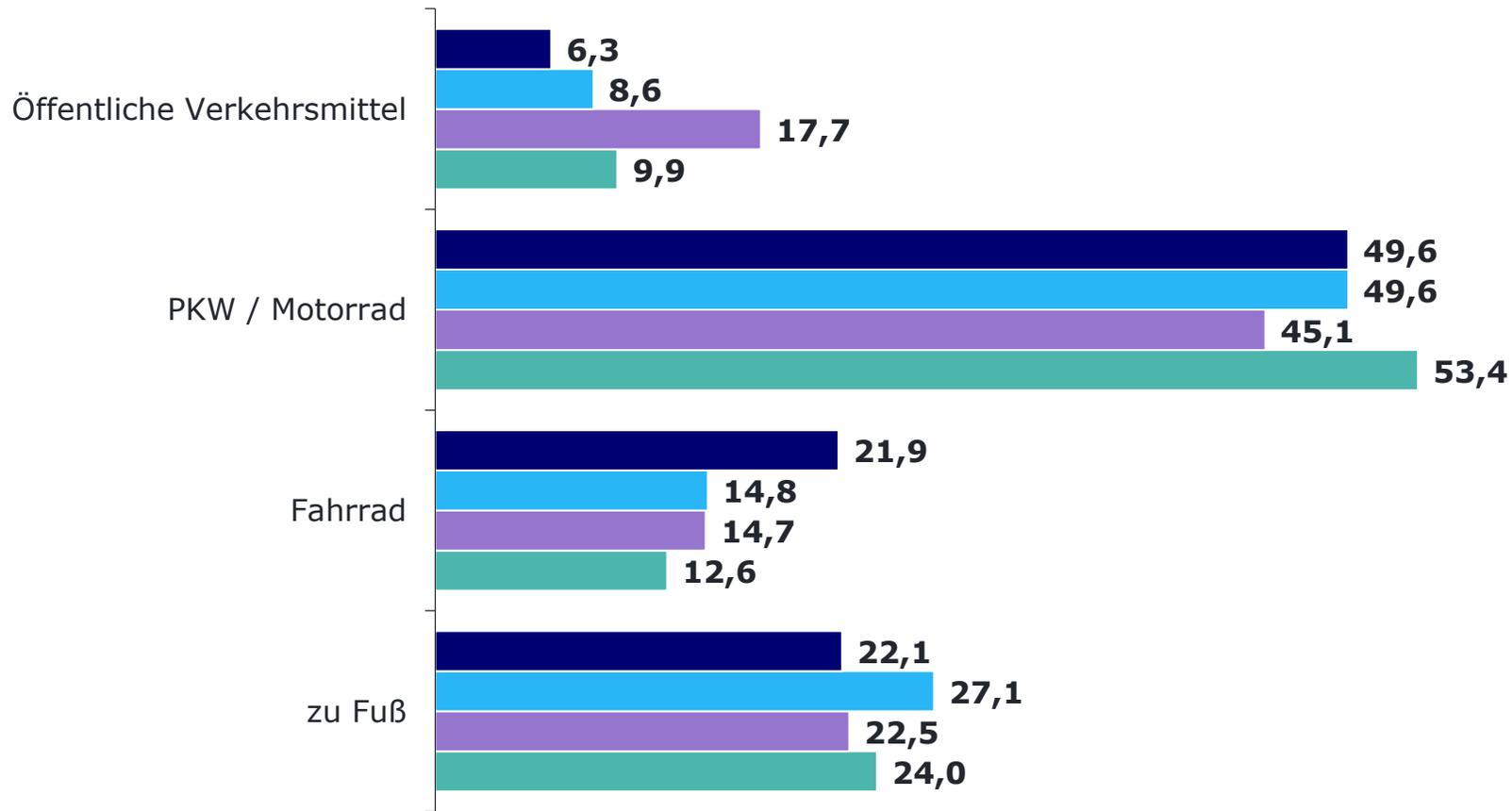


INFO n = 403, Angaben in % der Befragten

WARUM UND WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



- Lüdinghausen
- Ortsgrößendurchschnitt
- Gesamtdurchschnitt aller teilnehmenden Städte
- Ortsgrößendurchschnitt 2018



INFO n = 397, Angaben in % der Befragten

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	3
2	Ergebnisse im Überblick	7
3	Ergebnisse im Detail	12
3.1	Wer besucht die Innenstadt	13
3.2	Warum und wie wird die Innenstadt besucht?	17
3.3	Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?	20
3.4	Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?	24
3.5	Wie hat die Corona-Krise das Einkaufsverhalten verändert?	33

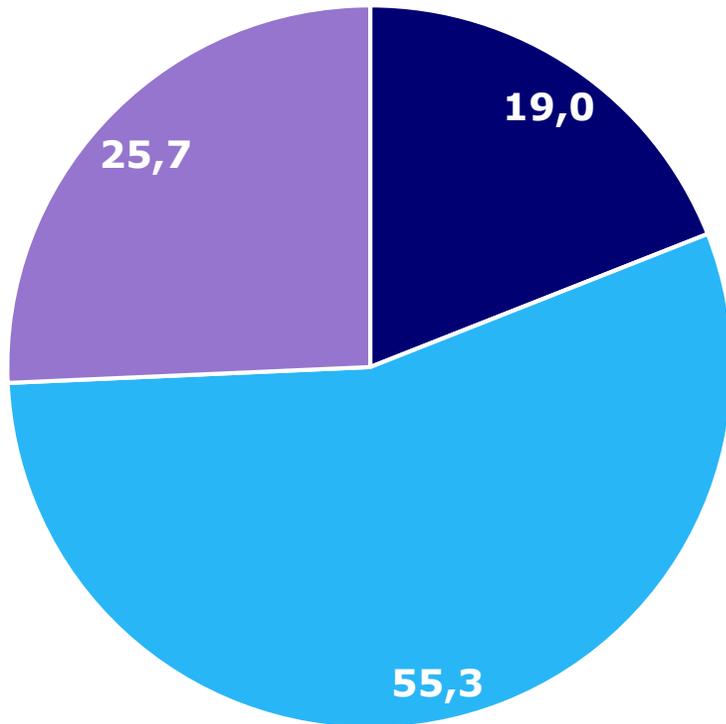
WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?



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

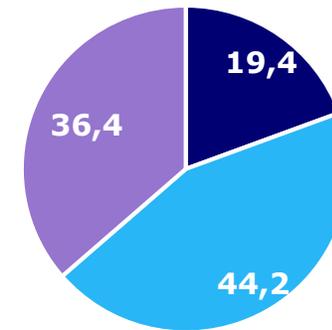
DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

Lüdinghausen

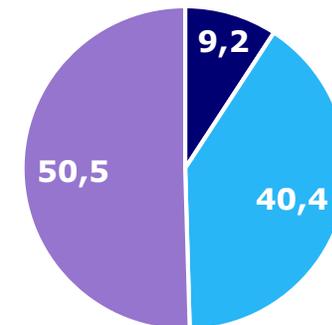


- Ja, ich kaufe verstärkt online ein und besuche daher diese Innenstadt zum Einkaufen seltener.
- Nein, ich kaufe zwar online ein, aber besuche diese Innenstadt zum Einkaufen unverändert häufig.
- Nein, ich kaufe überhaupt nicht online ein.

Ortsgrößendurchschnitt



Lüdinghausen 2018



INFO n = 400, Angaben in % der Befragten

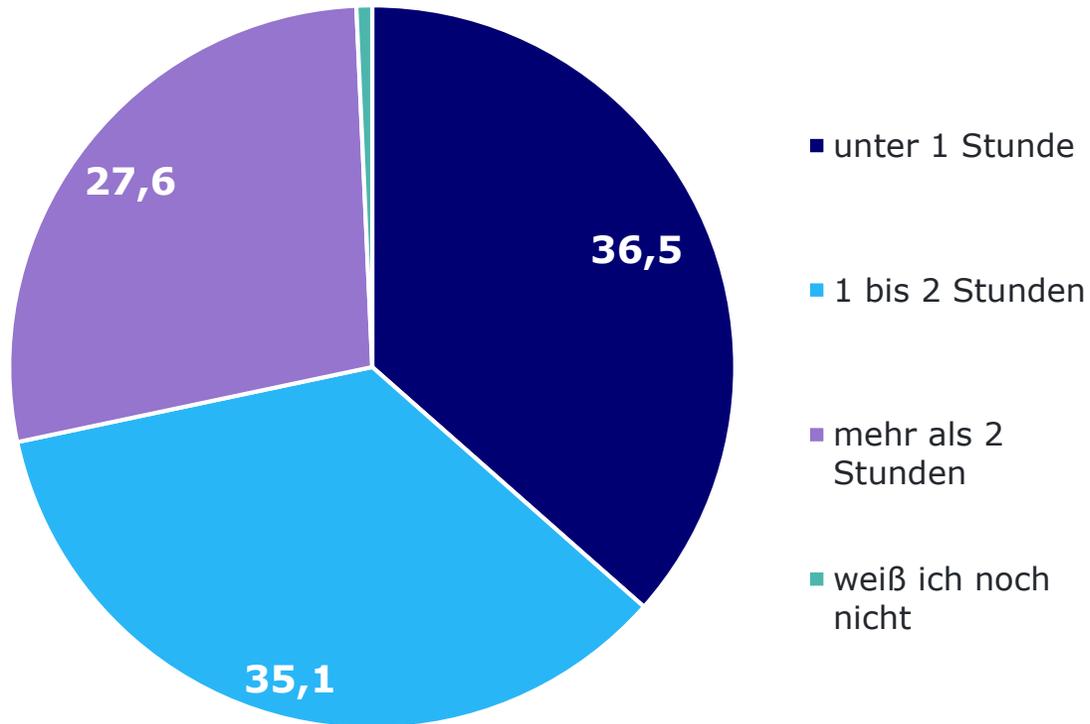
WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?



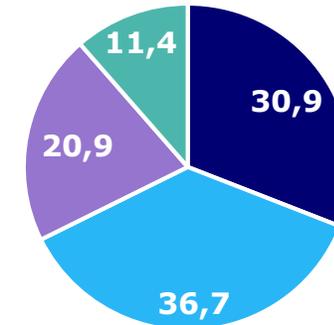
Wie lange werden Sie sich heute voraussichtlich in dieser Innenstadt aufhalten?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

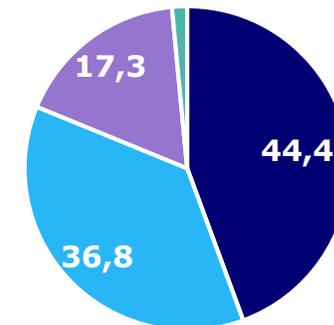
Lüdinghausen



Ortsgrößendurchschnitt



Lüdinghausen 2018

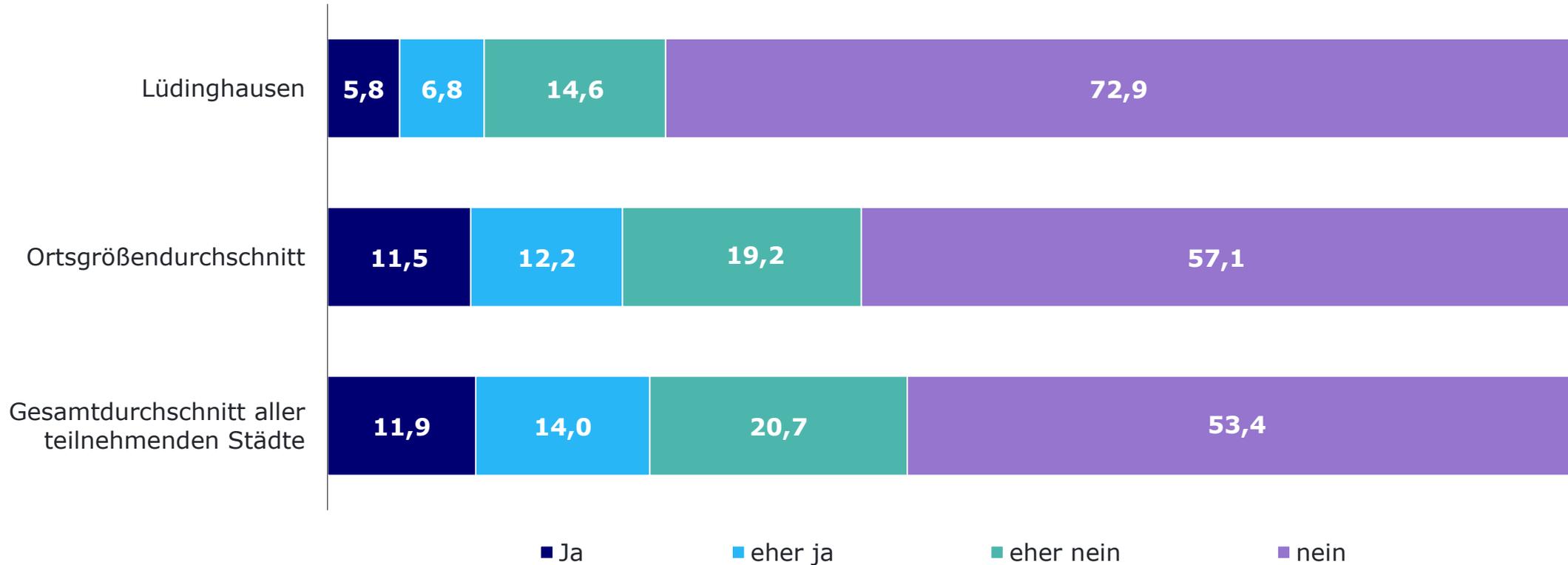


INFO n = 401, Angaben in % der Befragten

Sollten die Geschäfte dieser Innenstadt sonntags zukünftig häufiger öffnen?

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

Lüdinghausen



INFO n = @, Angaben in % der Befragten

Inhaltsverzeichnis

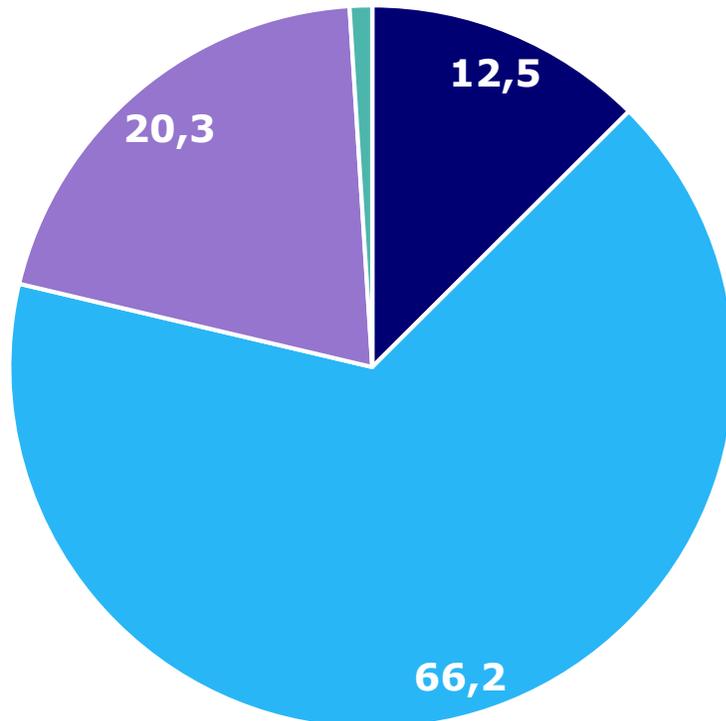
1	Einleitung	3
2	Ergebnisse im Überblick	7
3	Ergebnisse im Detail	12
3.1	Wer besucht die Innenstadt	13
3.2	Warum und wie wird die Innenstadt besucht?	17
3.3	Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?	20
3.4	Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?	24
3.5	Wie hat die Corona-Krise das Einkaufsverhalten verändert?	33

WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

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

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

Lüdinghausen

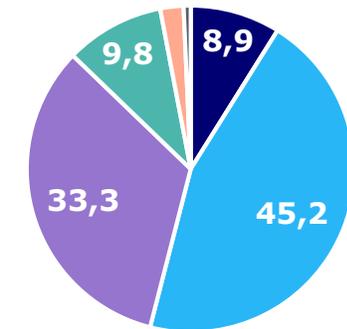


Durchschnittsnote:
2,1

INFO n = 399, Angaben in % der Befragten

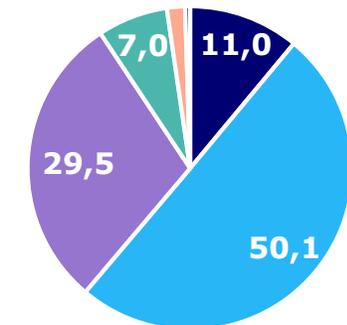
- sehr gut
- gut
- befriedigend
- ausreichend
- mangelhaft
- ungenügend

Ortsgrößendurchschnitt



Durchschnittsnote:
2,5

Lüdinghausen 2018

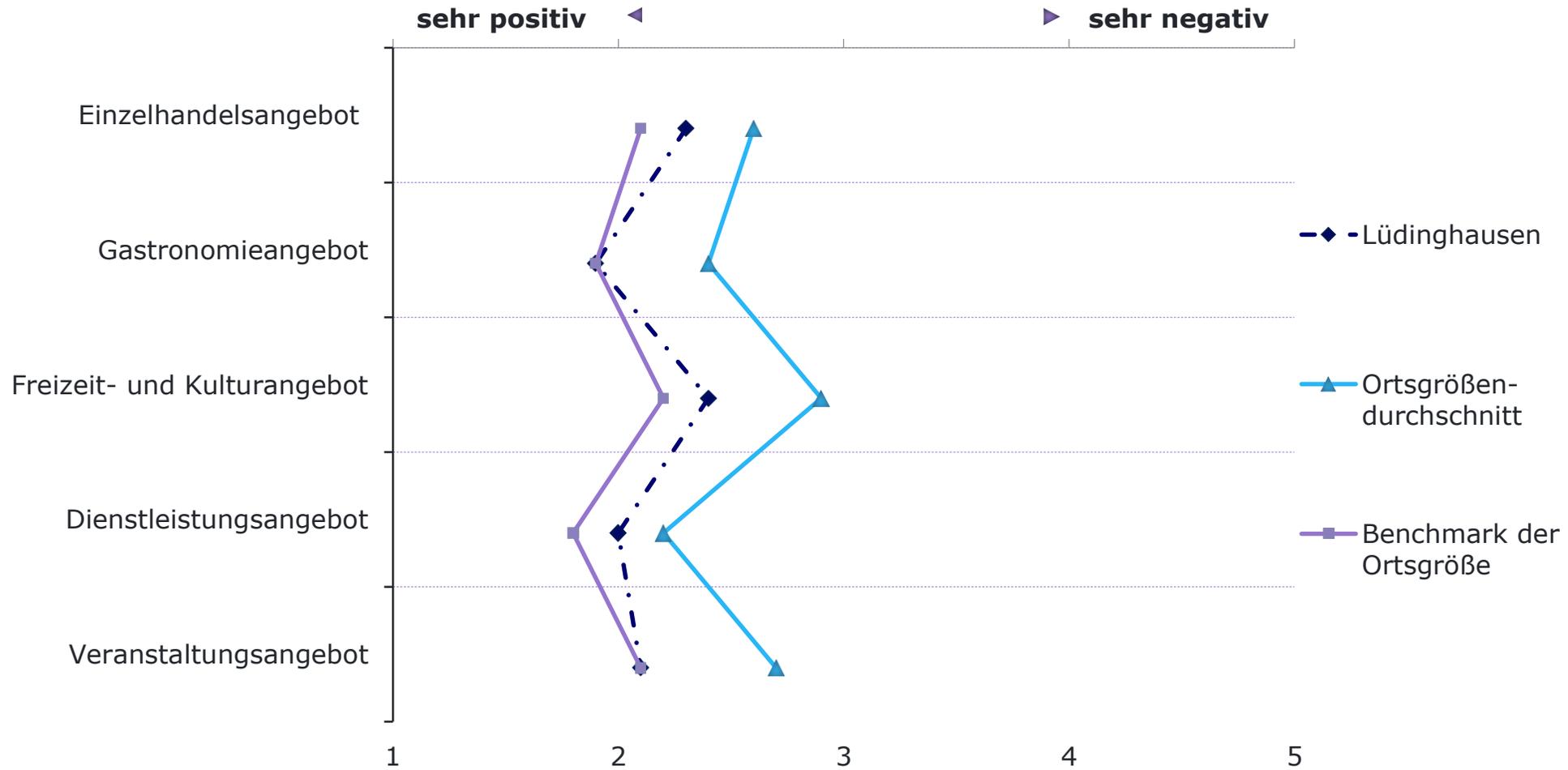


Durchschnittsnote:
2,4

WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf das Angebot der Stadt...

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

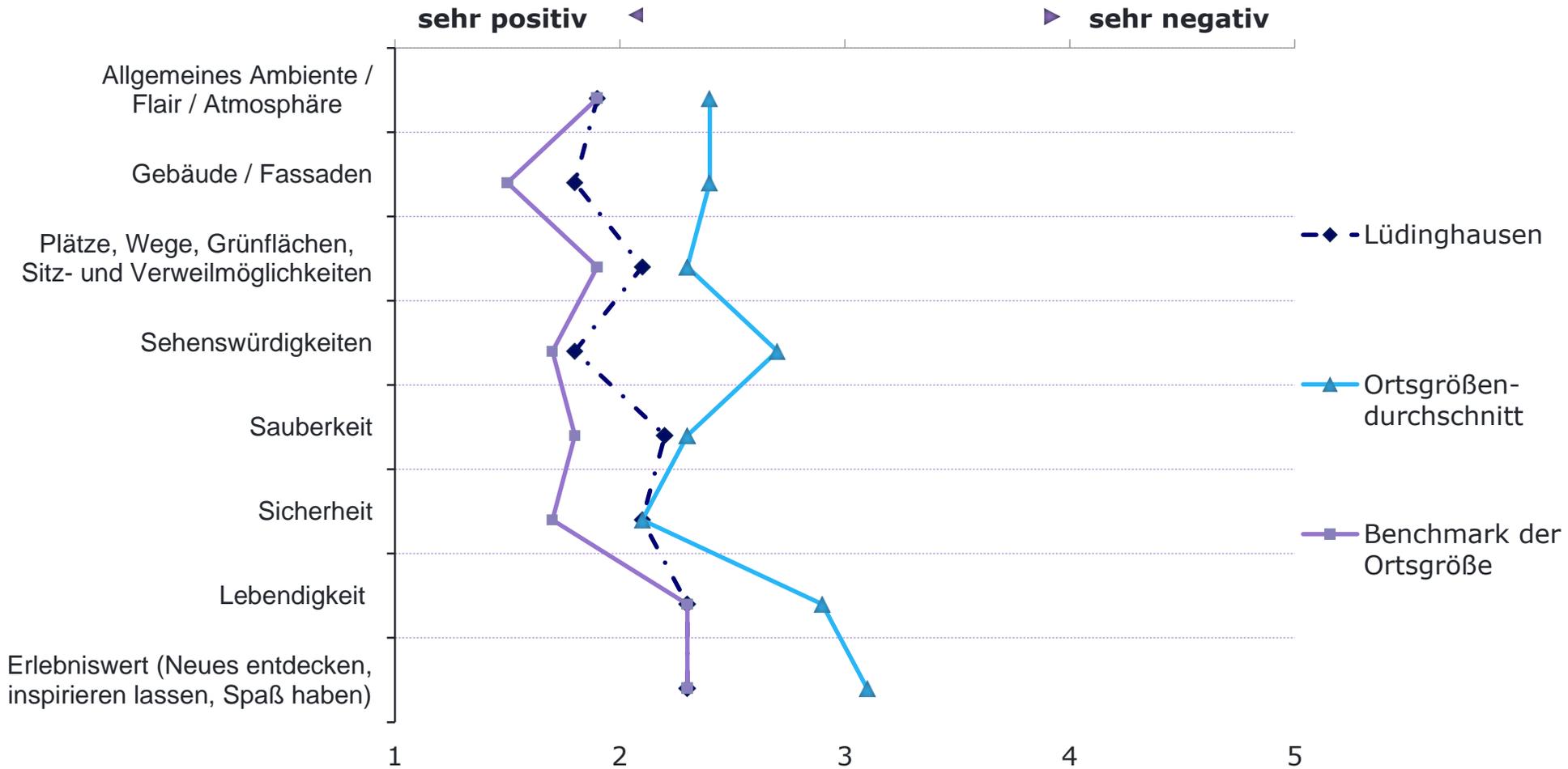


INFO 400 ≥ n ≥ 390

WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf
Ambiente und Erlebnis ...

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

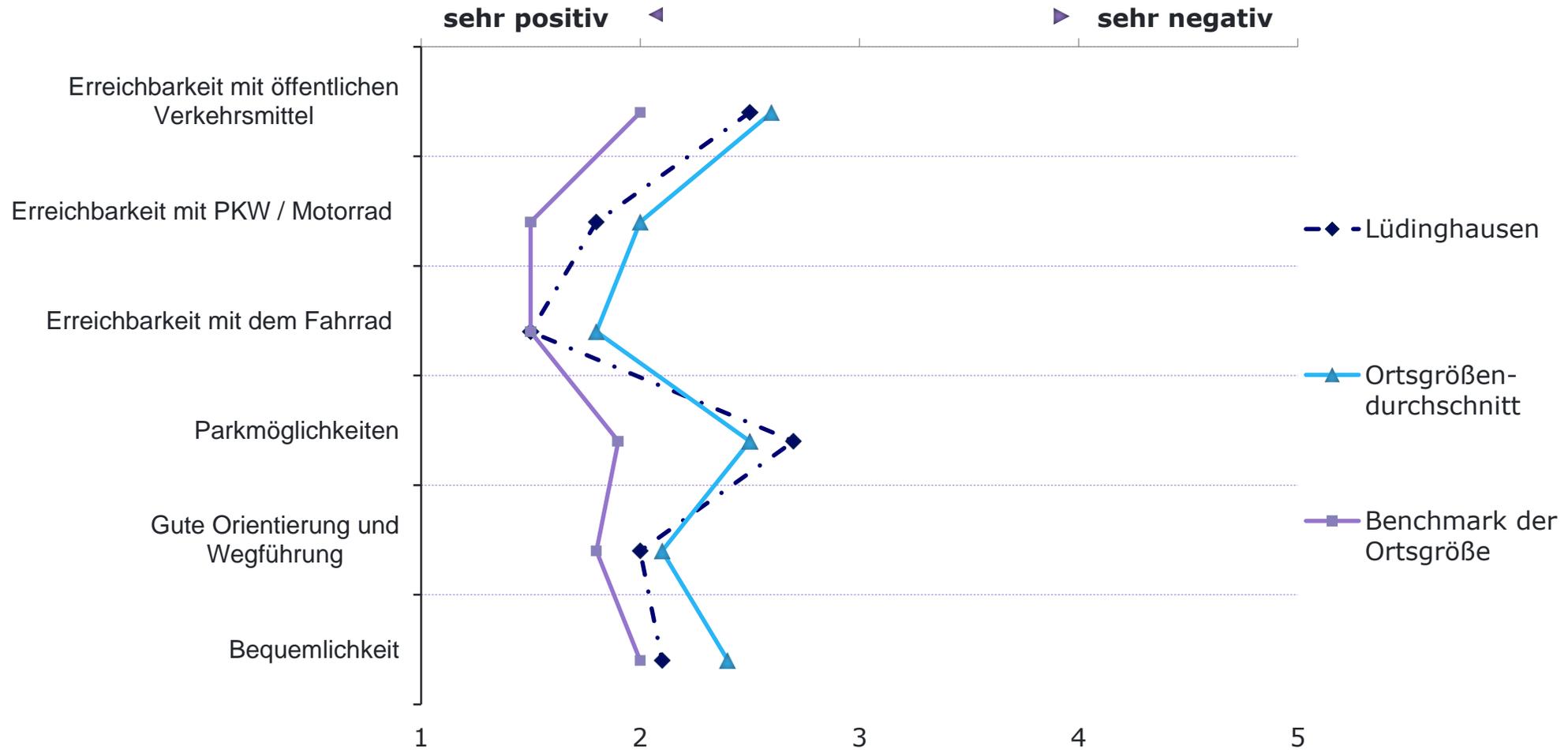


INFO 402 ≥ n ≥ 393

WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf Convenience ...

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

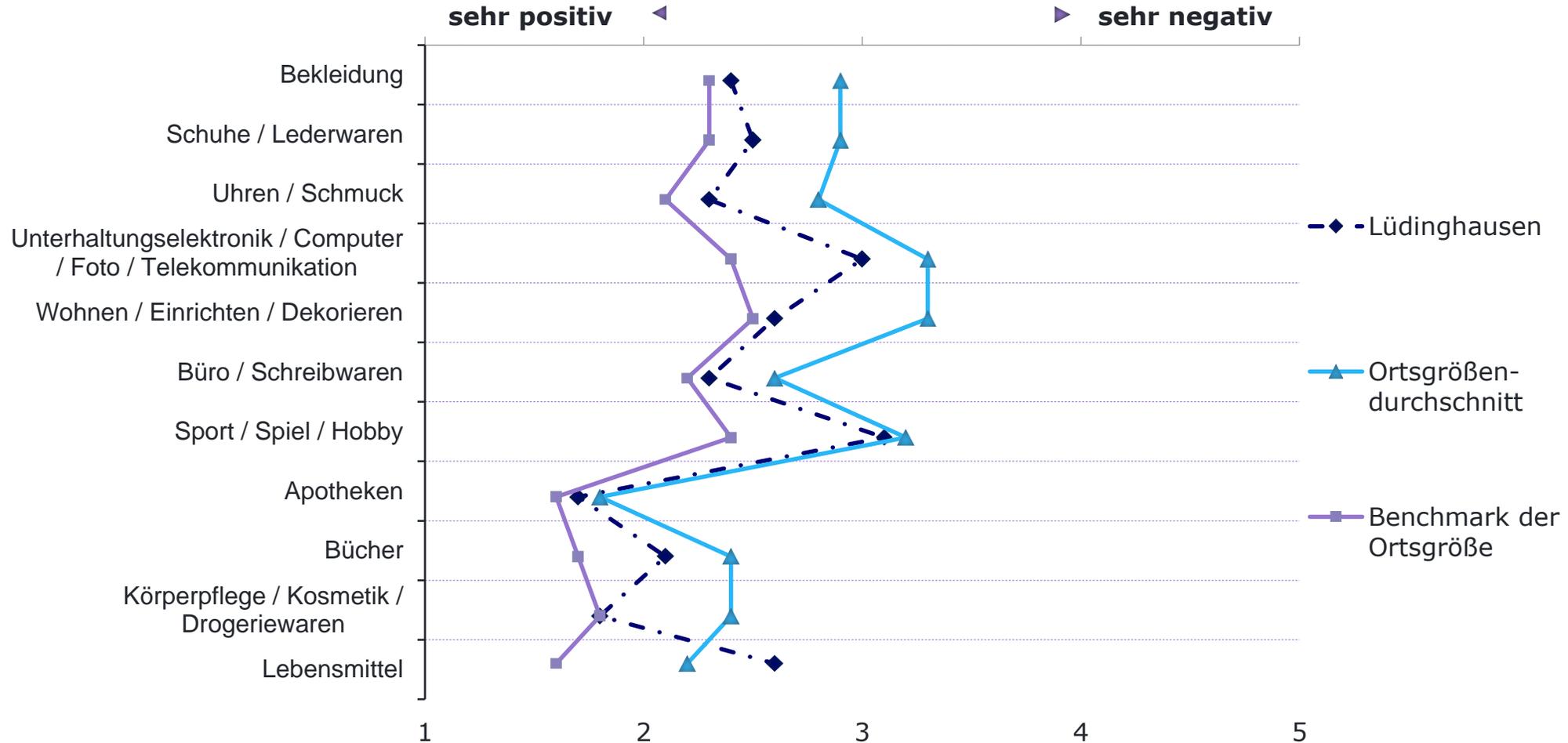


INFO 401 ≥ n ≥ 397

WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

Wie bewerten Sie das Einzelhandelsangebot insgesamt im Hinblick auf ...

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

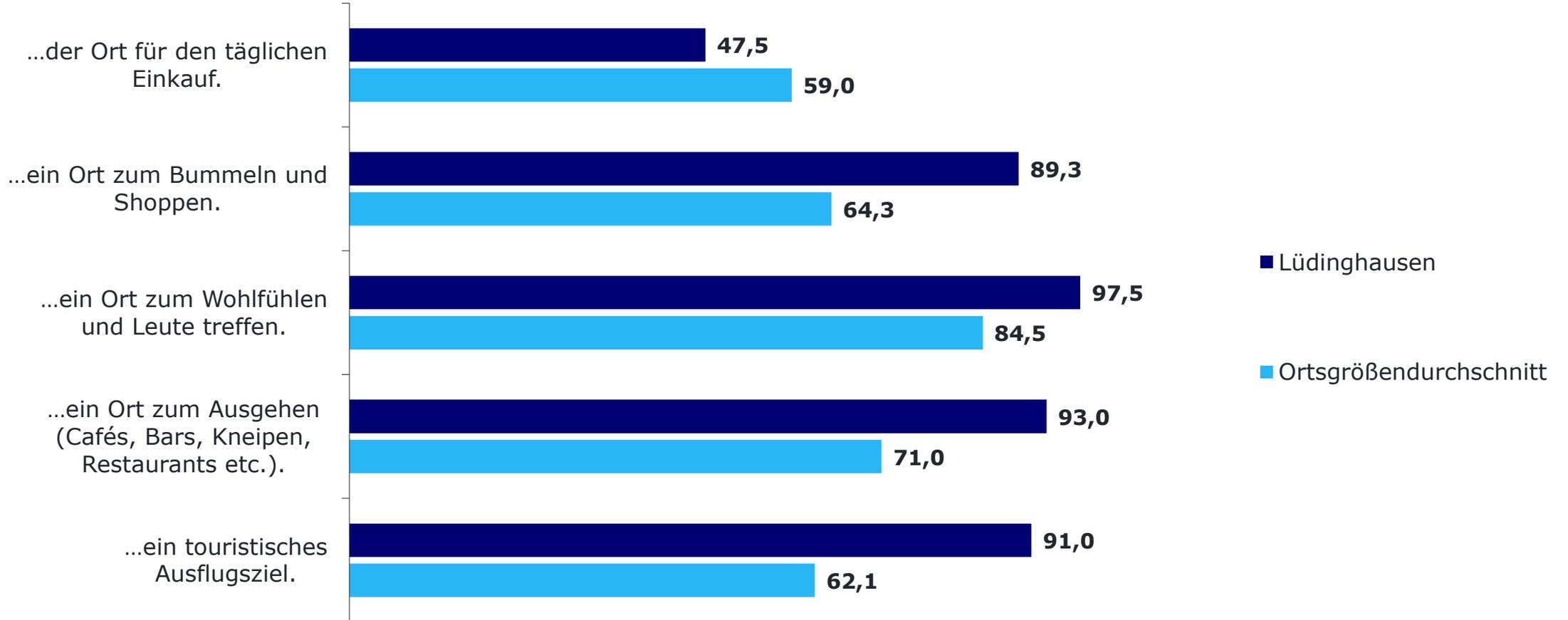


INFO 402 ≥ n ≥ 397

ZUR ROLLE DER INNENSTADT (1)

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

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE



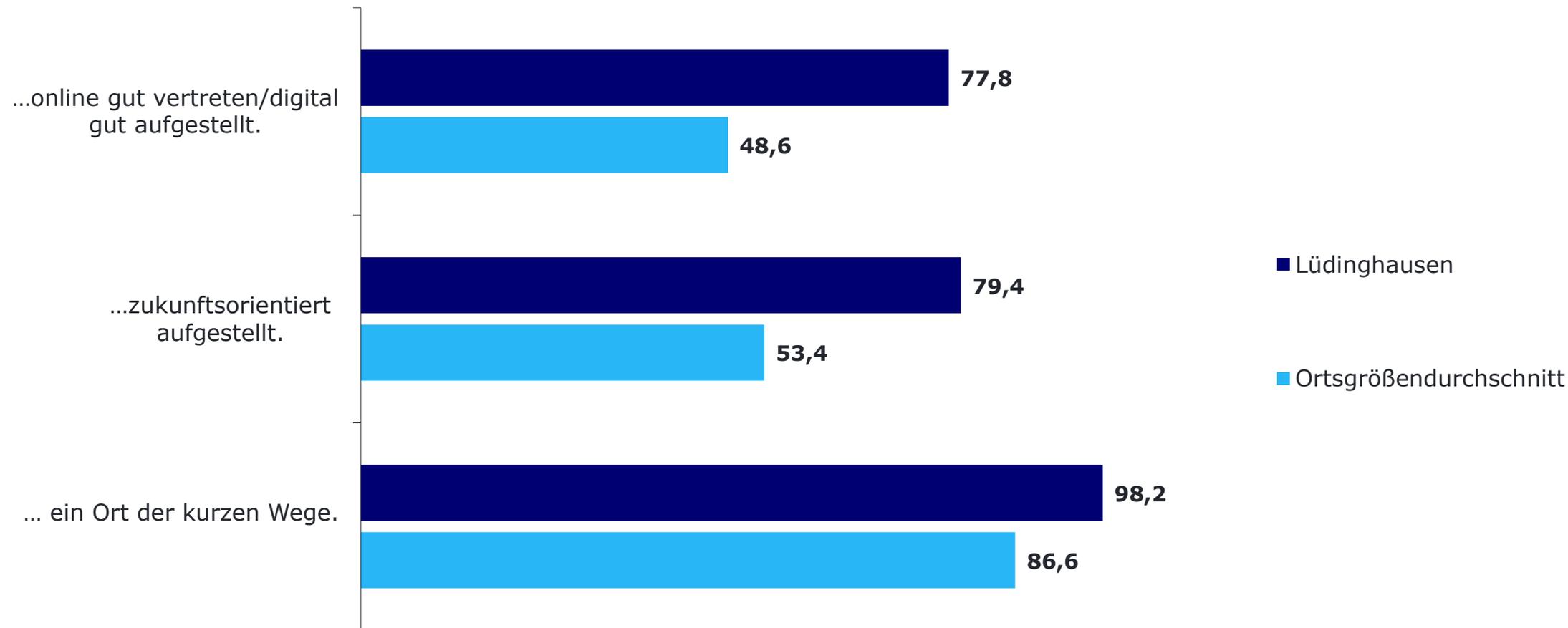
INFO 403 ≥ n ≥ 400

Antworten mit ja

ZUR ROLLE DER INNENSTADT (2)

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

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE



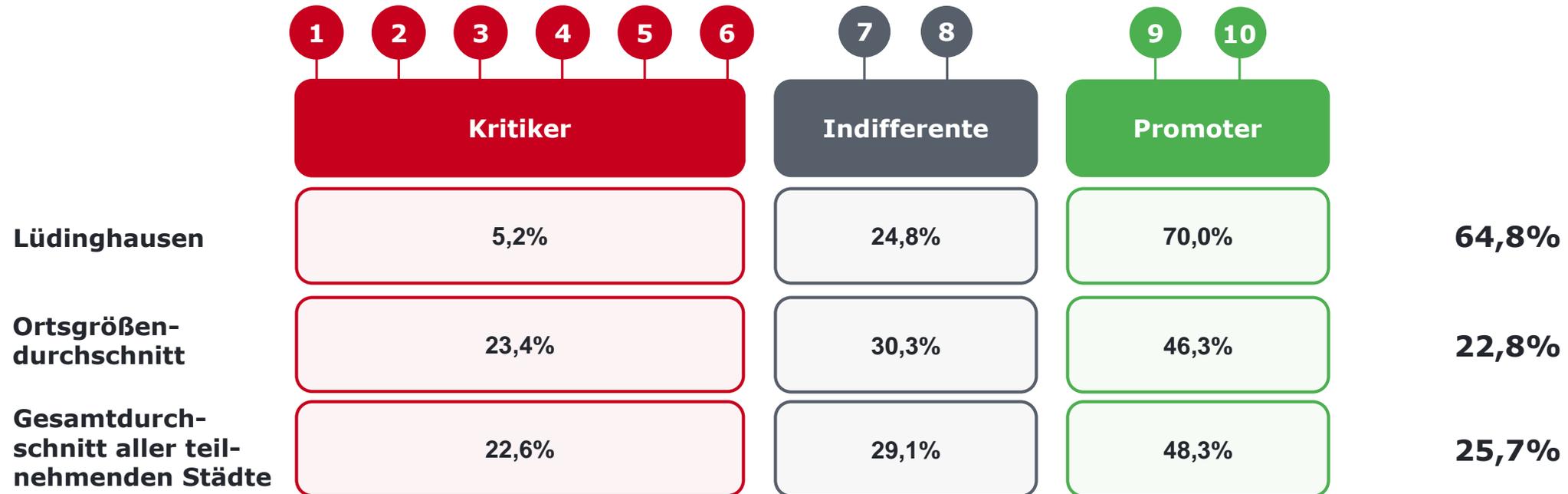
INFO 402 ≥ n ≥ 383

Antworten mit ja

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

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

NPS: Net Promoter Score 2020 = 64,8%



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

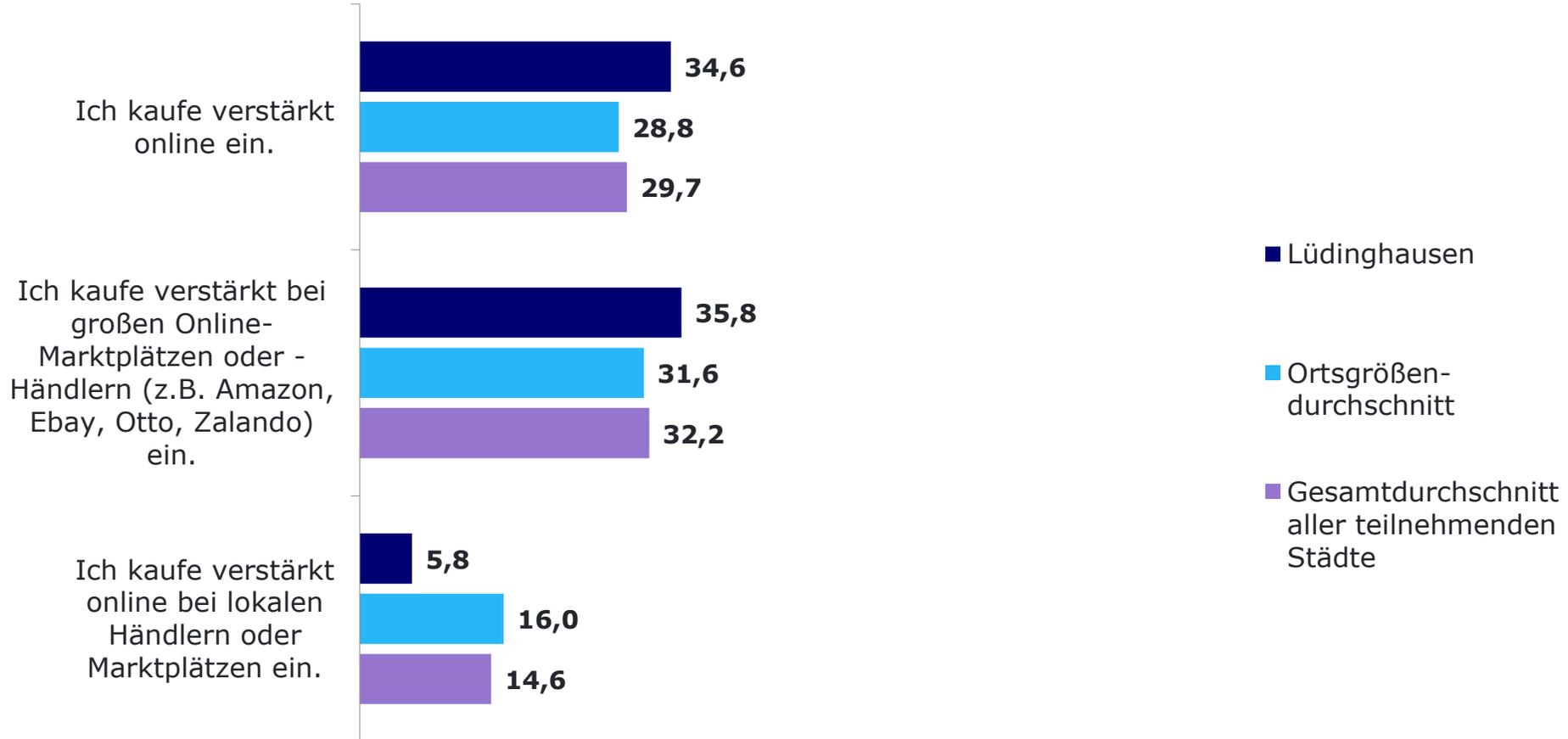
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	3
2	Ergebnisse im Überblick	7
3	Ergebnisse im Detail	12
3.1	Wer besucht die Innenstadt	13
3.2	Warum und wie wird die Innenstadt besucht?	17
3.3	Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?	20
3.4	Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?	24
3.5	Wie hat die Corona-Krise das Einkaufsverhalten verändert?	33



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

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

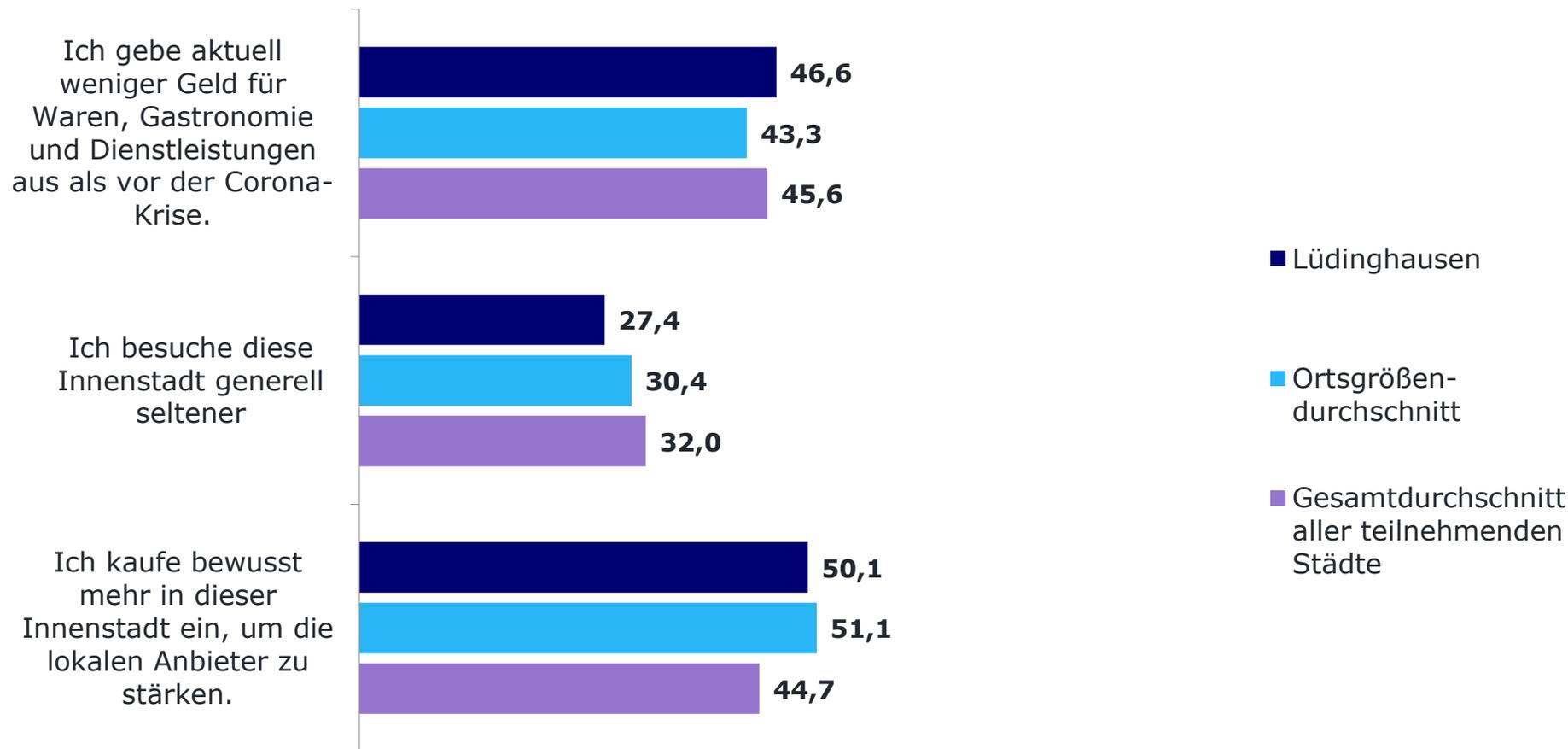


INFO 402 ≥ n ≥ 399

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 401 ≥ n ≥ 399

Antworten mit ja