STADT NORDEN

Sitzungsvorlage

Wahlperiode 2016 - 2021	Beschluss-Nr: 0821/2019/3.2	Status öffentlich
<u>Tagesordnungspunkt:</u> Untersuchung "Vitale Innenstädte 2018" des IFH Köln		
<u>Beratungsfolge:</u> 20.03.2019 Tourismus- und Wirtschaftsausschuss öffentlich		
<u>Sachbearbeitung/Produktverantwortlich:</u> Rump, 3.2		<u>Organisationseinheit:</u> Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss nimmt Kenntnis.

Bü	StR	FB	RPA	FD	Erarbeitet von:

Finanzen

Finanzielle Auswirkungen	Ja ☐	Betrag: _____ €
	Nein ☒	
Hh-Mittel stehen im Haushaltsjahr 201 zur Verfügung	Ja ☐	Produkt-Nr.: _____
	Nein ☒	(s. ges. Erläuterung in der Sach- und Rechtslage)
Folgejahre	Ja ☐	(s. ges. Erläuterung in der Sach- und Rechtslage)
	Nein ☒	
Folgekosten einschl. Abschreibungen/Sonderp.	Ja ☐	(s. ges. Erläuterung in der Sach- und Rechtslage)
	Nein ☒	
Außerordentl. Aufwend./ Erträge (z.B. Verkauf unter/über Restwert)	Ja ☐	(s. ges. Erläuterung in der Sach- und Rechtslage)
	Nein ☒	
Hat diese Entscheidung konsolidierende Wirkung für den Haushalt?	Ja ☐	(welche? s. ges. Erläuterung in der Sach- und Rechtslage)
	Nein ☒	

Personal

Personelle Auswirkungen	Ja ☐	_____
		(s. ggfls. auch Erläuterungen in der Sach- und Rechtslage)
	Nein ☒	

Strategische Ziele

1.	Wir positionieren Norden als Wirtschafts- und Tourismusstandort unter Nutzung der vorhandenen Stärken.	☒
2.	Wir entwickeln die Stadtverwaltung von einem Dienstleister zu einem Impulsgeber für das Gemeinwesen.	☒
3.	Wir fördern bürgerschaftliches Engagement und Eigenverantwortung für die Entwicklung der Stadt.	☐
4.	Wir schaffen positive Lebensperspektiven für alle Altersgruppen und sichern die Lebensqualität durch eine gute soziale Infrastruktur und ein bedarfsorientiertes Bildungsangebot für Jung und Alt.	☐
5.	Wir bieten und erhalten die Natur- und Kulturlandschaft und sichern diese durch nachhaltige Konzepte.	☐
6.	Wir stärken Norden als Mittelzentrum.	☒
7.	Wir unterstützen die Flüchtlingshilfe.	☐
8.	Wir fördern den Klimaschutz.	☐
	Bitte ankreuzen, welchen Zielen die vorgeschlagene Maßnahme dient; bei Bedarf ggfls. in der Sach- und Rechtslage gesondert erläutern.)	
	Was wollen wir mit dieser Entscheidung erreichen? (Kurze Beschreibung des Ziels)	
	Andere Ziele:	☐

Sach- und Rechtslage:

Bereits 2016 hat die Stadt Norden an der Untersuchung „Vitale Innenstädte“ des IFH Köln teilgenommen. Diese Befragung wird alle zwei Jahre wiederholt und fand am 27. und 29. September 2018 statt. Im gesamten Bundesgebiet haben 116 Städte teilgenommen.

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.

Mit dem Projekt „Vitale Innenstädte“ wurde auch im Jahr 2018 wieder der Frage auf den Grund gegangen, wie die Rolle der Innenstädte ist.

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)

Ziel ist es, den Partnern in Handel und Verwaltung dringend benötigte Informationen über die Positionierung ihrer Stadt aus Sicht der Besucher als Planungsgrundlage für standortspezifische Maßnahmen liefern zu können. Die Untersuchung bietet sowohl allgemeine Ergebnisse zur Attraktivität von Innenstädten und die Ansprüche der Innenstadtbesucher an die Stadtzentren, als auch spezifische Erkenntnisse zu einzelnen deutschen Städten aller Größen und Regionen.

Zusammenfassung:

Norden wurde in die Kategorie Städte bis 25 000 Einwohner eingruppiert. In dieser Kategorie befanden sich 21 Städte. Am Donnerstag (27.09.2018) und am Samstag (29.09.2018) wurden je 199 Personen befragt. Insgesamt wurden also 398 Personen befragt (n = 398).

Die Gesamtattraktivität der Innenstadt, das allgemeine Ambiente, sowie das gastronomische Angebot in Norden werden im Schnitt mit den Schulnoten 1 und 2 bewertet, es wurde kein Bereich unter 3 bewertet. Beim Einzelhandelsangebot liegt der Durchschnitt der Bewertung bei den Schulnoten 1 und 2. Allerdings gibt es hier eine Schulnote 4 bis 6 bei dem Angebot an Unterhaltungselektronik, Computer, Foto und Telekommunikation.

Besucherprofil

Für die Innenstadtbesucher in Norden ergibt sich folgendes Besucherprofil:

Alter

Das Durchschnittsalter der Innenstadtbesucher liegt bei 49 Jahren (n = 392). Im Jahr 2016 lag das Durchschnittsalter ebenfalls bei 49 Jahren (n = 413). Im Ortsgrößendurchschnitt liegt das Alter bei durchschnittlich 48 Jahren.

Wohnort

Im Durchschnitt wohnten 57,3 % der Befragten außerhalb von Norden und 42,7 % in Norden. Im Jahr 2016 waren es 32,9 % die außerhalb von Norden wohnten und 67,1 % die in Norden wohnten.

Geschlecht

Von den Befragten (n = 398) waren 56,5 % weiblich und 43,5 % männlich. Dies entspricht auch in etwa dem Ortsgrößendurchschnitt und dem Umfragewert aus 2016 (54,4 % weiblich; 45,6 % männlich).

Besuchsanlass

Der Anlass des Innenstadtbesuchs verteilt sich bei den 402 Befragten folgendermaßen:

- 63,4 % waren Einkaufen
- 32,1 % nutzten gastronomische Angebote
- 28,9 % haben Sightseeing betrieben
- 20,9 % nutzten das Freizeit- und Kulturangebot
- 18,4 % waren auf dem Weg zur Wohnung
- 12,9 % machten Behördengänge/Arztbesuche/Bankgeschäfte
- 6,9 % nahmen Dienstleistungen in Anspruch

Verkehrsmittel

- 18,6 % waren mit dem Fahrrad in der Innenstadt
- 54,5 % sind mit dem PKW/Motorrad in die Innenstadt gefahren
- 21,1 % waren zu Fuß in der Innenstadt
- 5,8 % kamen mit öffentlichen Verkehrsmitteln in die Stadt

Anmerkungen:

Der Besuch der Norder Innenstadt mit dem Fahrrad liegt mit 18,6 % (n = 398) deutlich unter dem Wert von 2016 (31,7 % (n = 404)). Dies könnte darin begründet liegen, dass in 2018 deutlich mehr Auswärtige die Innenstadt besucht haben als in 2016.

Auffällig ist die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel. Diese liegt mit 5,8 % unterhalb des Ortsgrößendurchschnitts von 14,4 % und dem Gesamtdurchschnitt aller teilnehmenden Städte (21 %).

Innenstadtattraktivität

Die Durchschnittsnote aller Befragten in 2018 (n=398) in Bezug auf die Attraktivität der Innenstadt liegt bei 2,5. Für andere Orte der Größe liegt sie bei 2,7.

Die Durchschnittsnote aller Befragten in 2016 (n=407) in Bezug auf die Attraktivität der Innenstadt liegt bei 2,4. Für andere Orte der Größe liegt sie bei 2,8.

Bewertung der gastronomischen Angebote

In Schulnoten ausgedrückt bekommt das gastronomische Angebot der Norder Innenstadt eine Note von 2,2. Damit liegt der Wert etwas oberhalb des Ortsgrößendurchschnitts von 2,5.

Online-Affinität der Innenstadtbesucher

Bei der Frage, ob sich das Einkaufsverhalten in der Innenstadt durch das Angebot, online einkaufen zu können, verändert hat, kamen folgende Werte heraus:

- 52,3 % der Befragten gaben an, dass Sie überhaupt nicht online einkaufen.
 - Damit liegt das Ergebnis deutlich über dem Ortsgrößendurchschnitt von 39,4 %.

- 34,7 % der Befragten gaben an, dass die zwar online einkaufen, die Innenstadt aber unverändert häufig aufsuchen.
 - Der Ortsgrößendurchschnitt liegt dabei bei 16,9 %.
- 13 % der Befragten gaben an, dass Sie verstärkt online kaufen und daher die Innenstadt seltener besuchen.
 - Auch dieser Wert liegt unterhalb der des Ortsgrößendurchschnitts (16,9 %).