



Vitale Innenstädte 2018

Auswertungsergebnisse für Mannheim

Mannheim, 18.2.2019

Lokale Partner: Stadt Mannheim, Fachbereich Wirtschafts- und
Strukturförderung

Eckdaten zur Untersuchung Vitale Innenstädte 2018

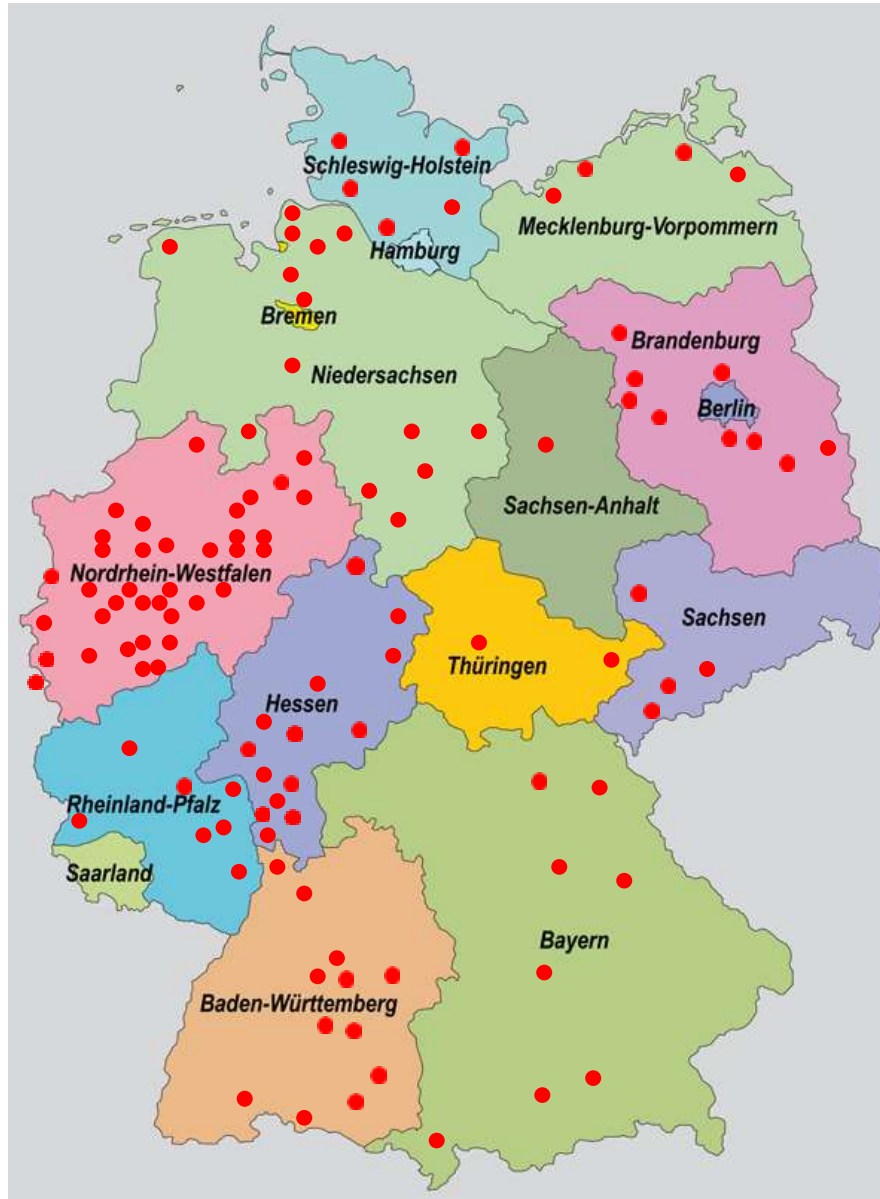
TEILNEHMER

- 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.
- Neben den standardisierten Fragen haben die lokalen Projektpartner überwiegend die Möglichkeit genutzt, stadtindividuelle Fragen zu stellen.

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



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

In dieser Ortsgröße haben sich 10 Städte beteiligt:

- **Aachen**
- **Bielefeld**
- **Braunschweig**
- **Chemnitz**
- **Erfurt**
- **Krefeld**
- **Magdeburg**
- **Mannheim**
- **Mönchengladbach**
- **Rostock**

Wie bewerten die Besucher die Innenstädte?

Bewertung des Einzelhandelsangebots

Welche Schulnote würden Sie dem Einzelhandelsangebot [der von Ihnen besuchten] Innenstadt in Bezug auf dessen Attraktivität geben?*

2,6

Gesamtdurchschnitt über alle 116 teilnehmenden Städte

Durchschnittsnote
Ortsgrößenklasse
200.000 bis 500.000
Einwohner

2,3

Top-Performer der
Ortsgrößenklasse

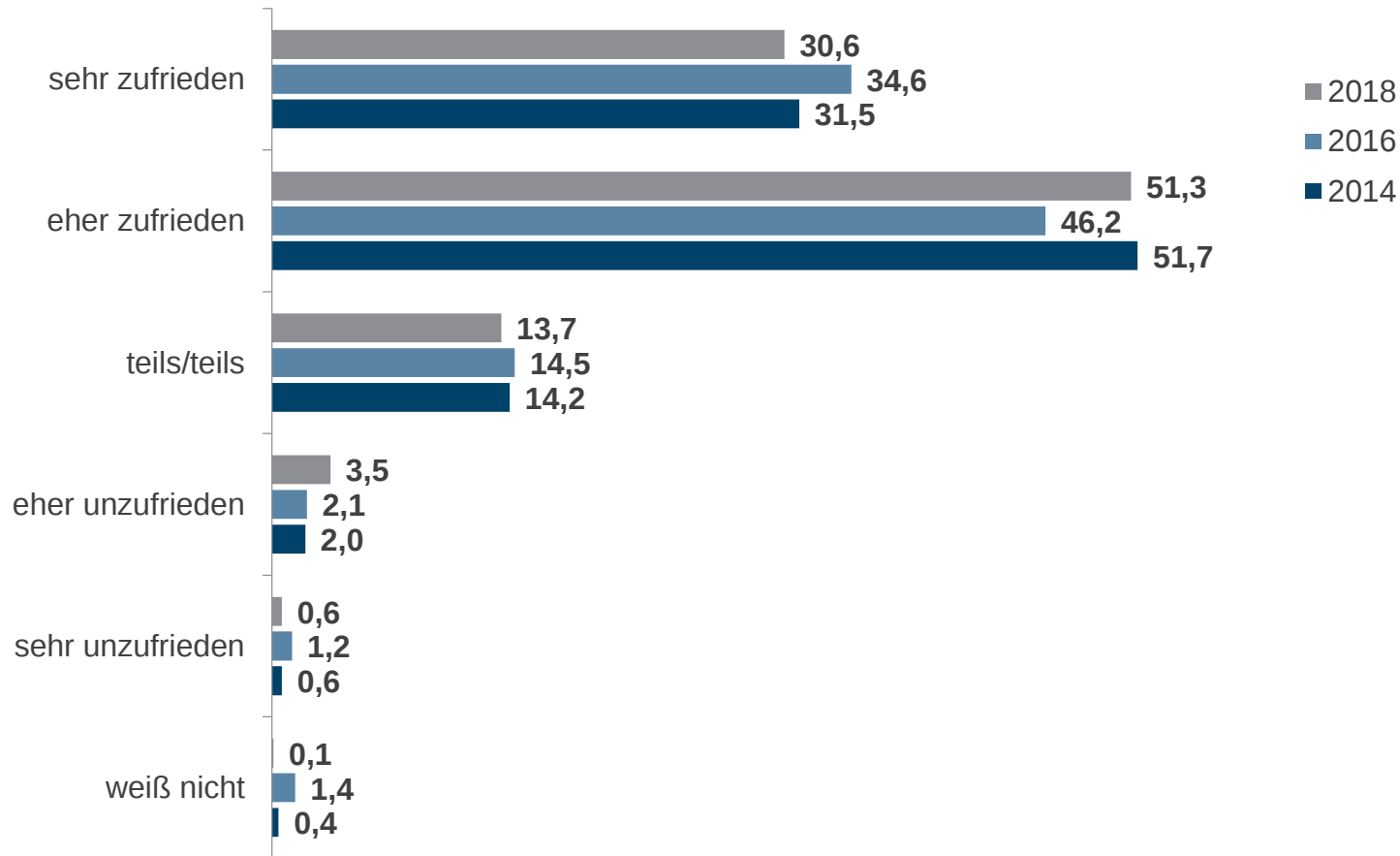


Mannheim

*Bewertung anhand von Schulnoten 1 bis 6

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit den Einkaufsmöglichkeiten in der Mannheimer Innenstadt?

Durchschnitt
der beiden Tage

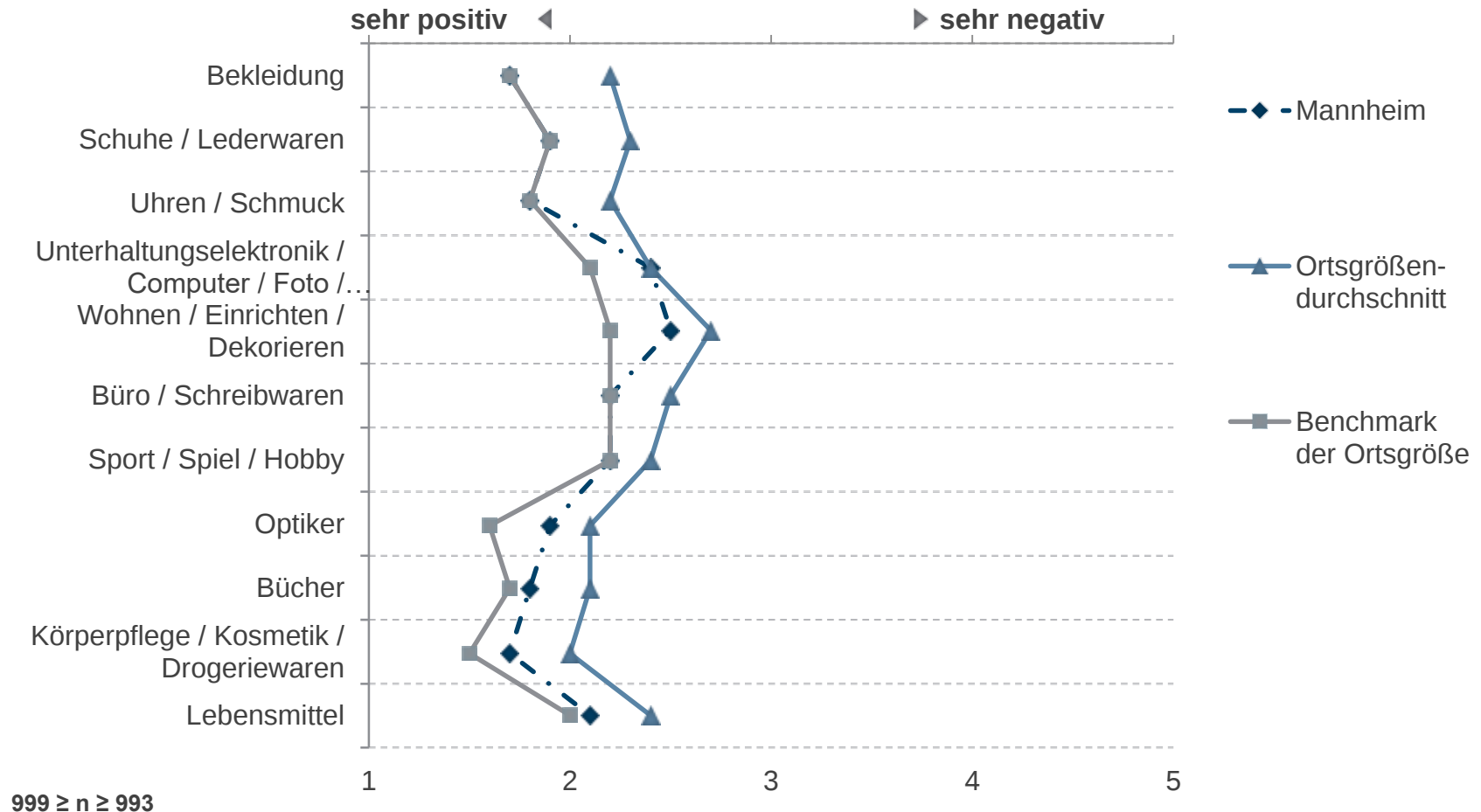


n = 1021 (2018); n = 1.201 (2016); n = 1.048 (2014)

Angaben in % der Befragten

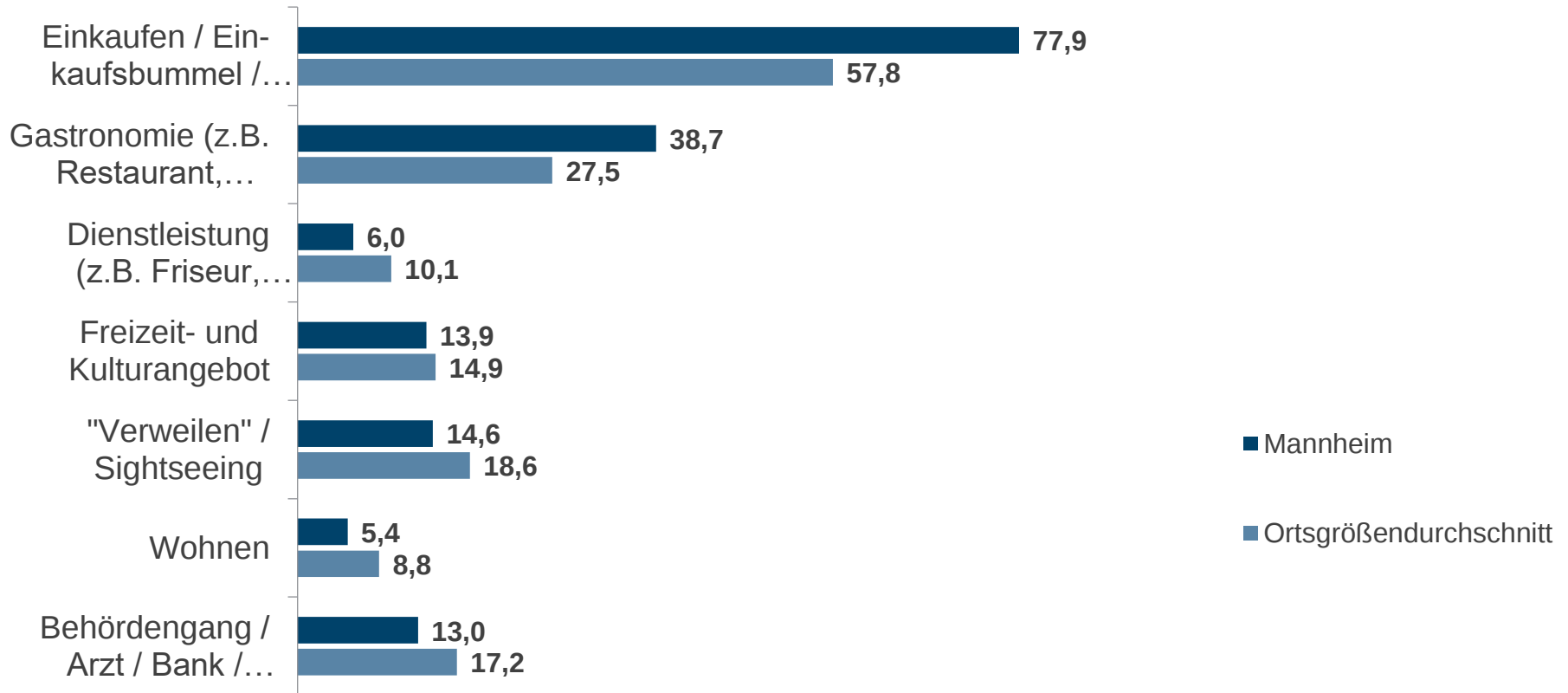
Wie bewerten Sie das Einzelhandelsangebot insgesamt im Hinblick auf ...

Durchschnitt
der beiden Tage



Durchschnitt
der beiden Tage

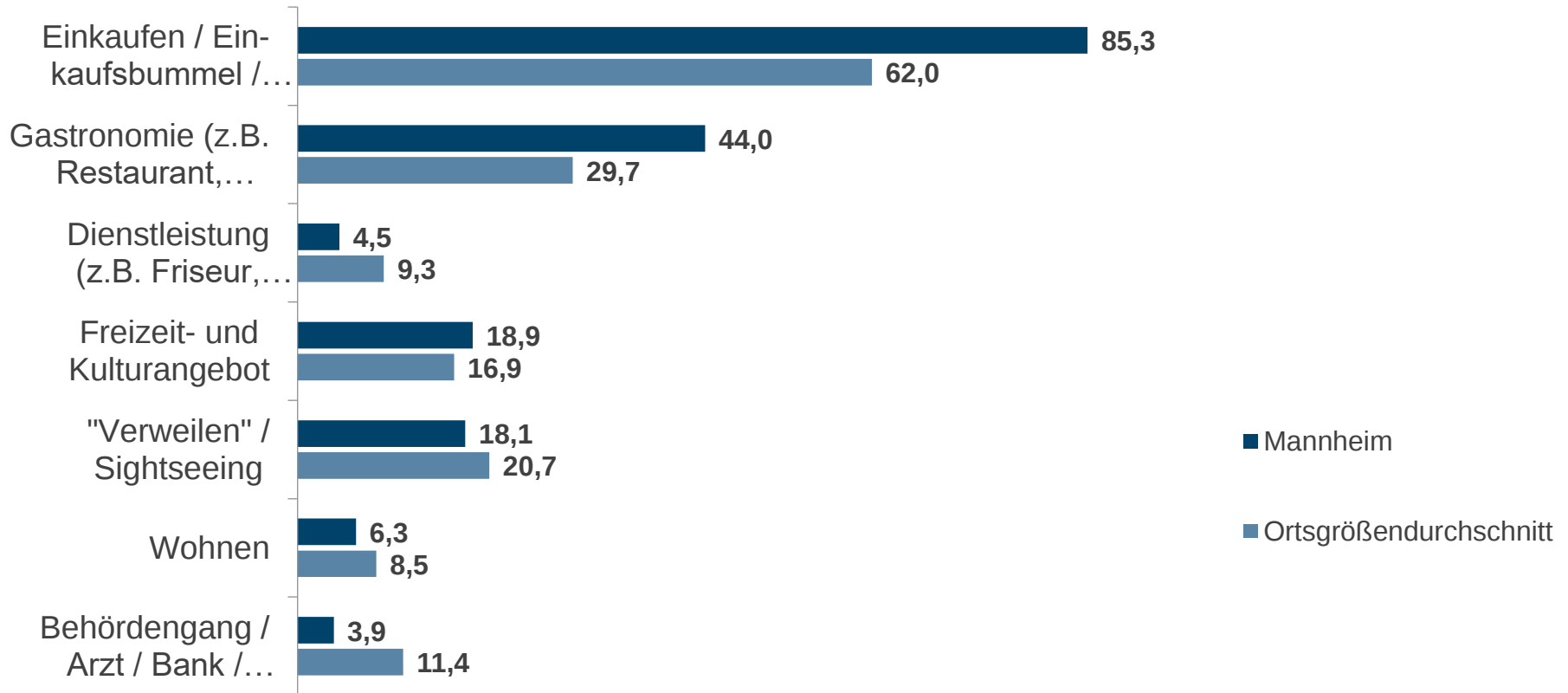
Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?



n = 1.013, Angaben in % der Befragten

Samstag

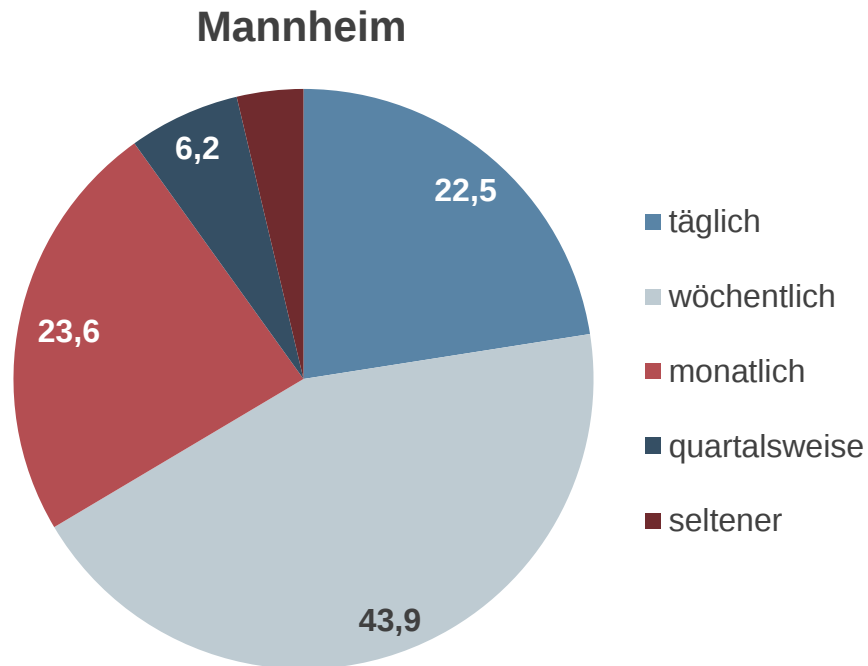
Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?



n = 509, Angaben in % der Befragten

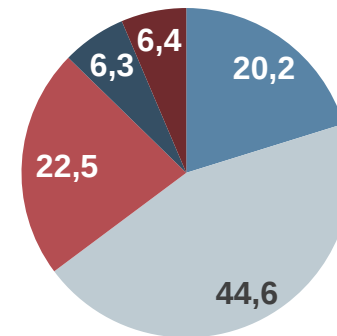
Wie oft besuchen Sie diese Innenstadt in etwa zum Einkaufen?

Durchschnitt
der beiden Tage

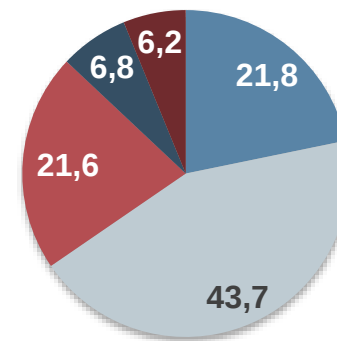


n = 1.013, Angaben in % der Befragten

Ortsgrößendurchschnitt

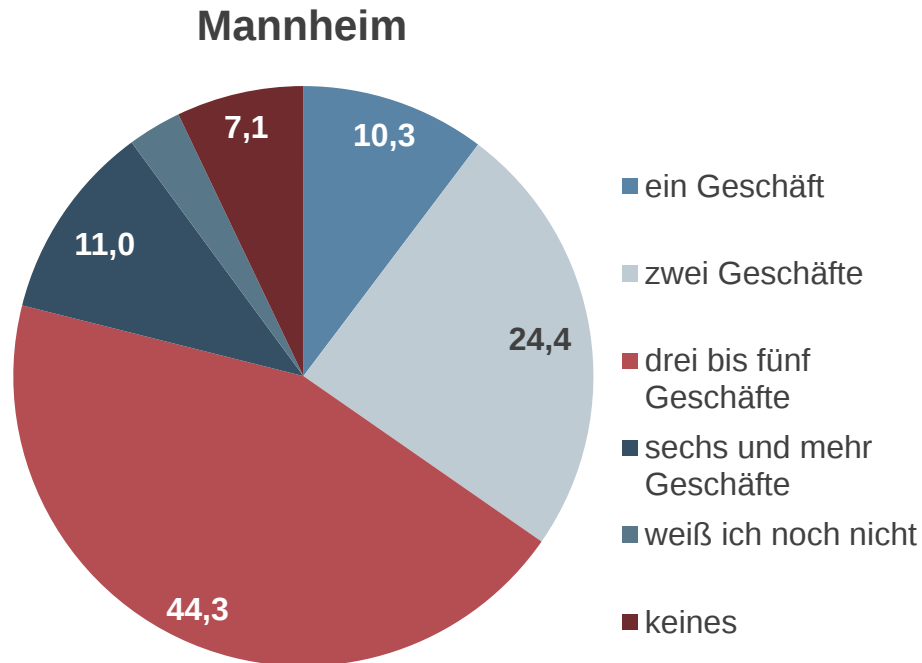


Mannheim 2016



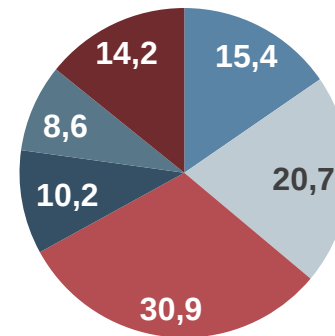
Wie viele Geschäfte haben Sie heute bereits aufgesucht oder planen Sie noch zu besuchen (Gesamtzahl)?

Durchschnitt
der beiden Tage

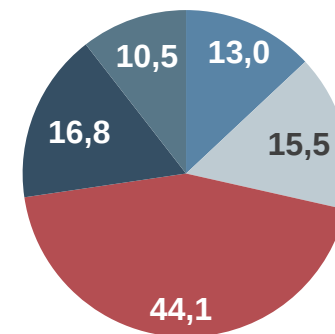


n = 1.003, Angaben in % der Befragten

Ortsgrößendurchschnitt



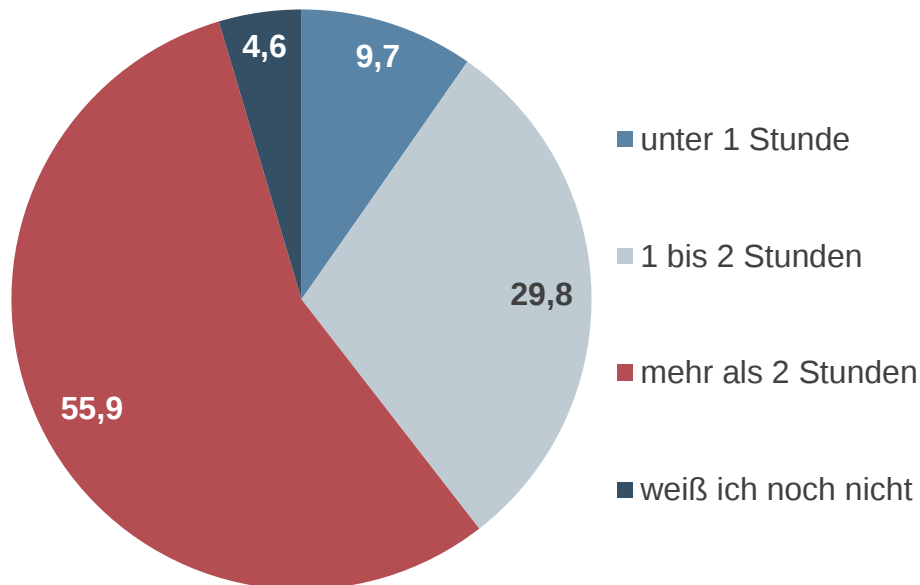
Mannheim 2016



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

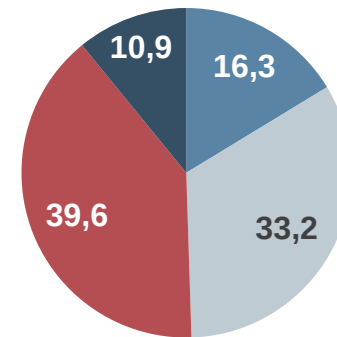
Durchschnitt
der beiden Tage

Mannheim

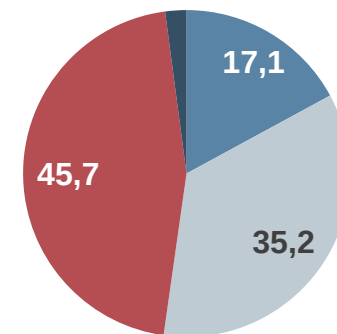


n = 1.008, Angaben in % der Befragten

Ortsgrößendurchschnitt



Mannheim 2016



Wie bewerten die Besucher die Innenstädte?

Bewertung des gastronomischen Angebots

Welche Schulnote würden Sie
dem Gastronomieangebot [der von
Ihnen besuchten] Innenstadt in
Bezug auf dessen Attraktivität
geben?*

2,3

Gesamtdurchschnitt über alle
116 teilnehmenden Städte

Durchschnittsnote
Ortsgrößenklasse
200.000 bis 500.000
Einwohner

2,1

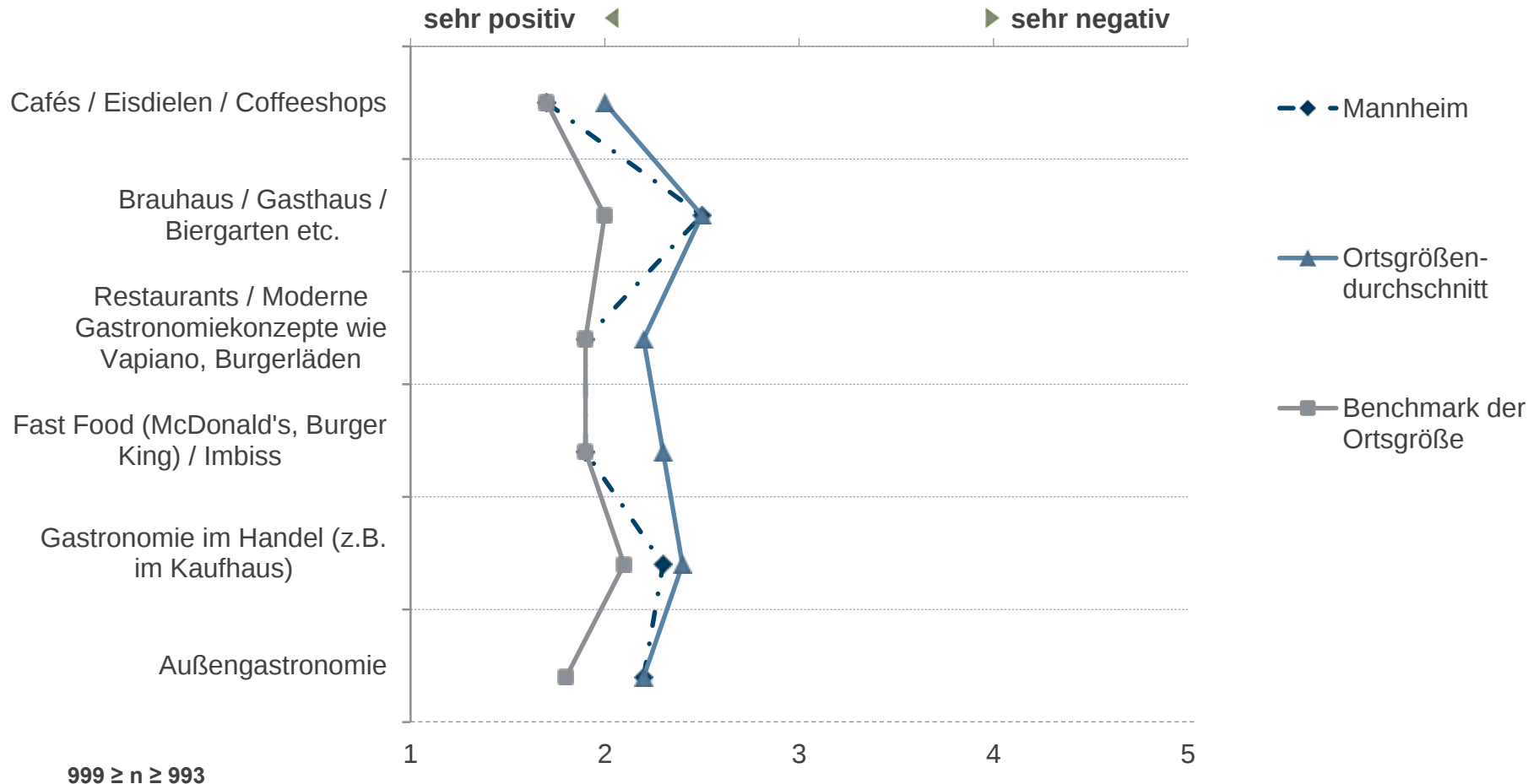
Mannheim

1,9

*Bewertung anhand von Schulnoten 1 bis 6

Wie bewerten Sie das gastronomische Angebot dieser Innenstadt?

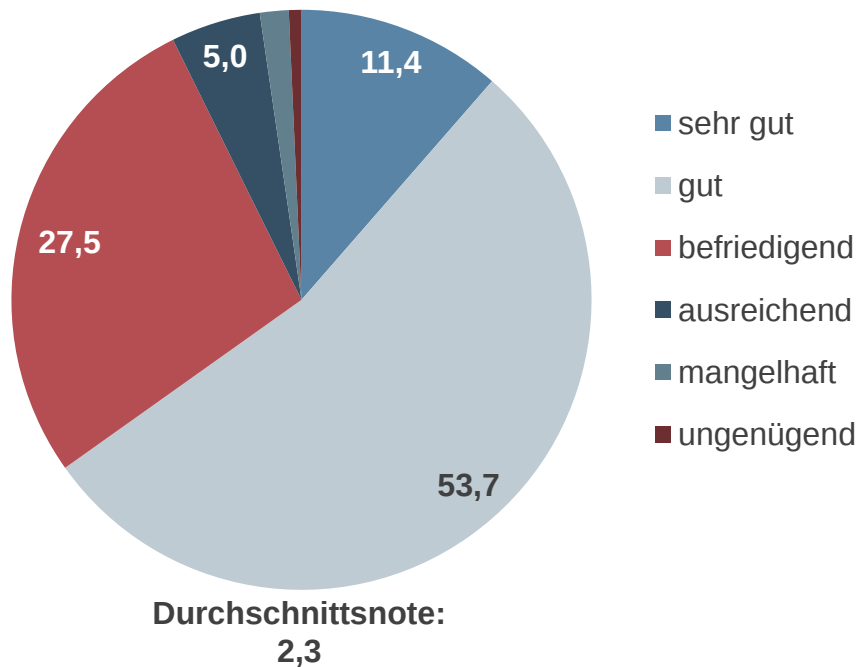
Durchschnitt
der beiden Tage



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

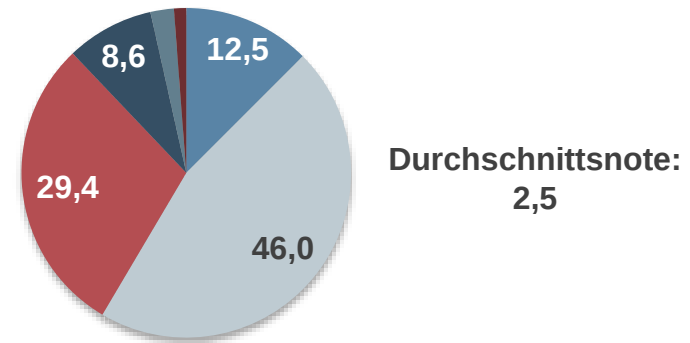
Durchschnitt
der beiden Tage

Mannheim

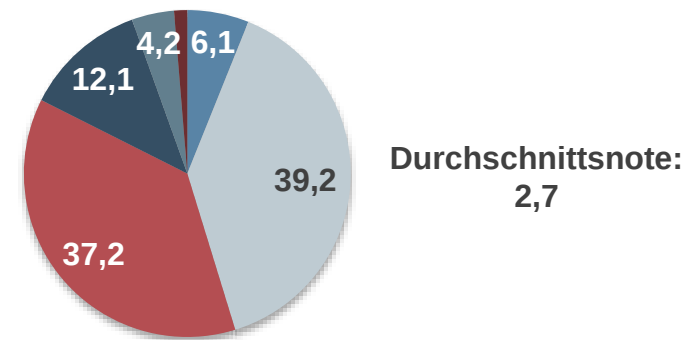


n = 1.001, Angaben in % der Befragten

Ortsgrößendurchschnitt



Mannheim 2016



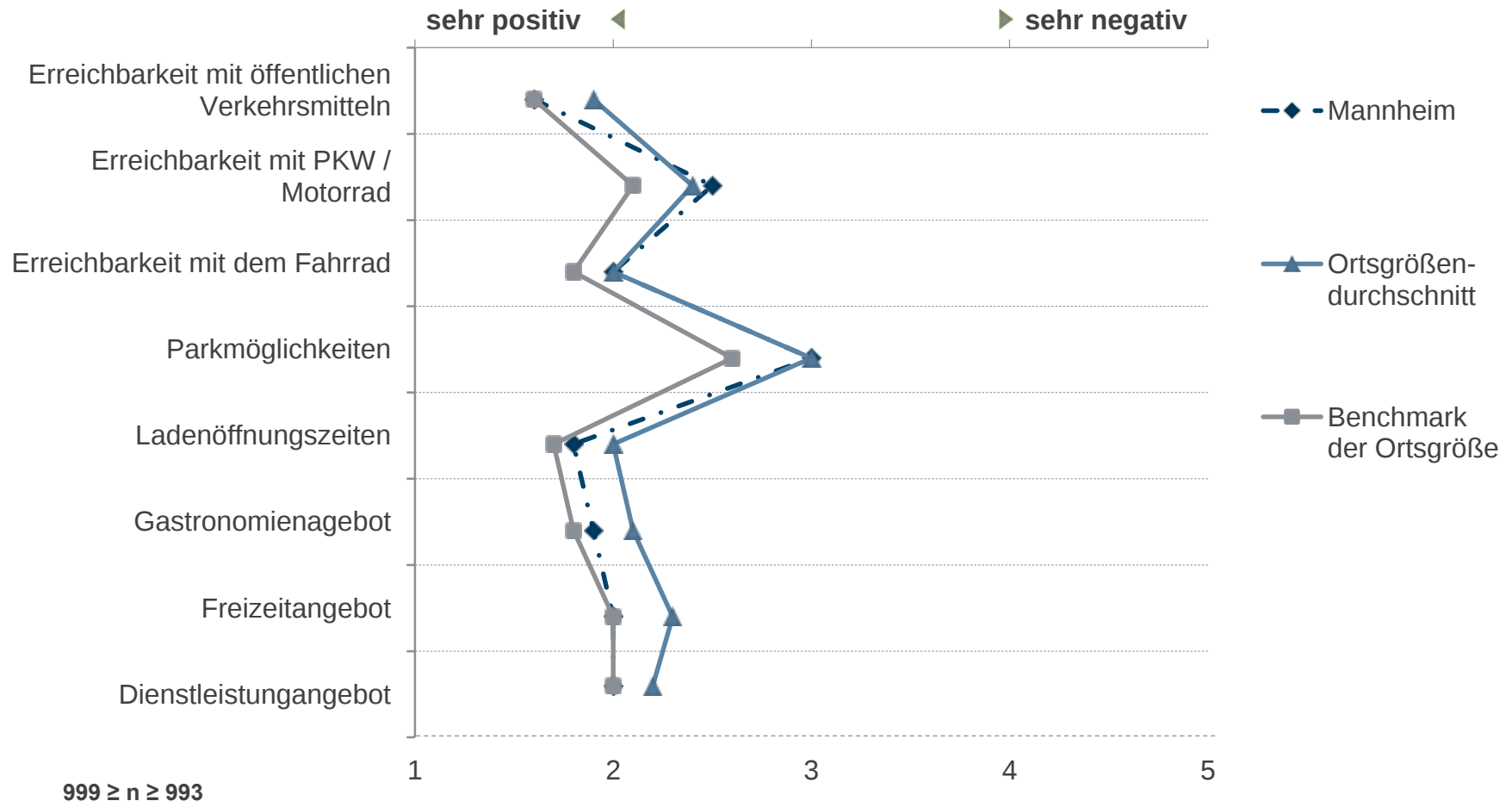
Die Beurteilung von Mannheim nach Schulnoten im Zeitvergleich

Kategorie	2014	2016	2018
Gesamtattraktivität	2,7	2,7	2,3
Parkmöglichkeiten	3,4	3,5	3,0
Gastronomieangebot	2,2	2,1	1,9
Freizeitangebot	2,2	2,0	2,0
Ambiente/Flair	2,8	2,8	2,4
Sauberkeit	3,4	3,6	3,0
Sicherheit	3,0	2,9	2,6

n = 1.048 (2014); n = 1.201 (2016); n = 1.021 (2018)

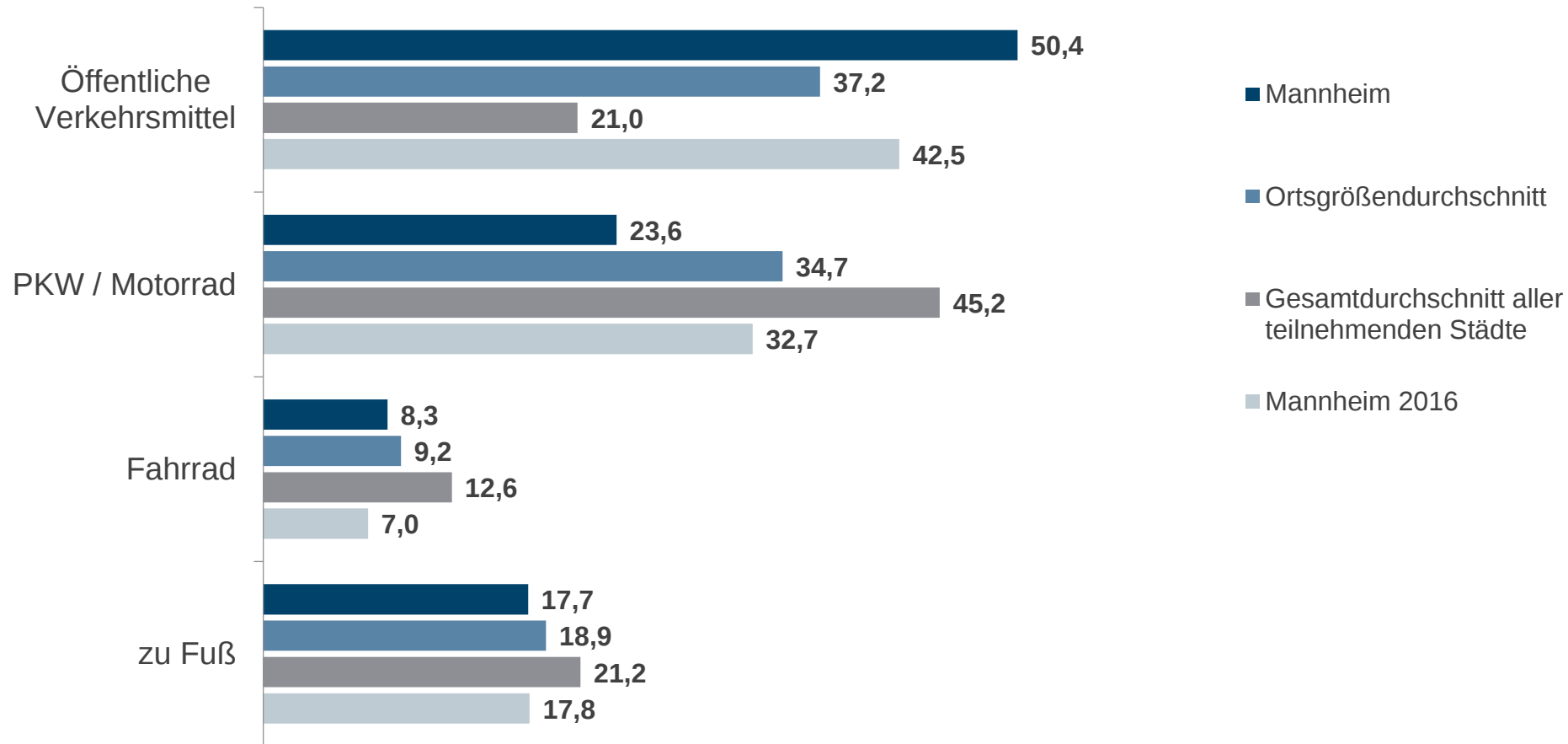
Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf ...

Durchschnitt
der beiden Tage



Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

Durchschnitt
der beiden Tage

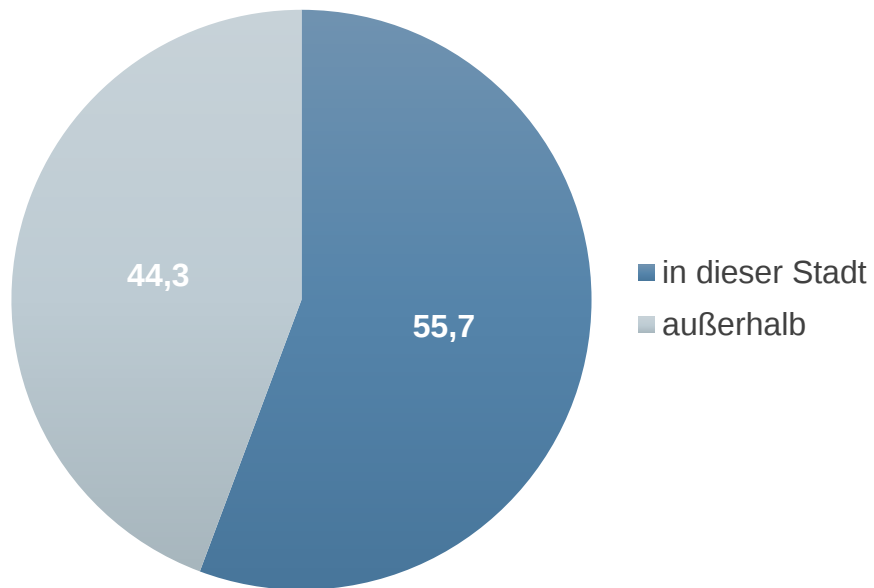


n = 989, Angaben in % der Befragten

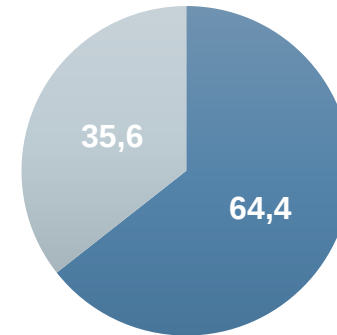
Wohnen Sie in dieser Stadt oder außerhalb?

Durchschnitt
der beiden Tage

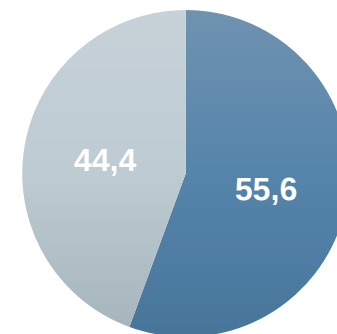
Mannheim



Ortsgrößendurchschnitt



Mannheim 2016

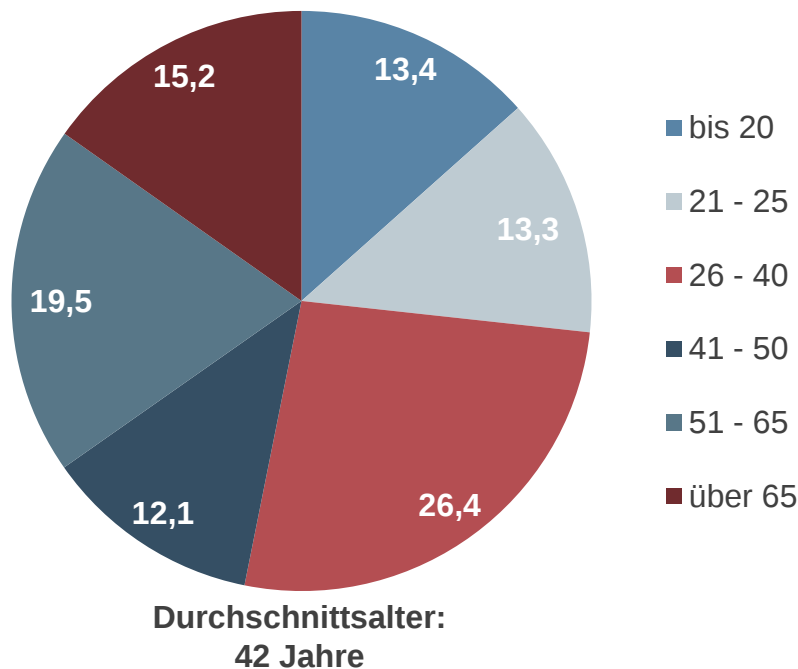


n = 999, Angaben in % der Befragten

Alter der Besucher

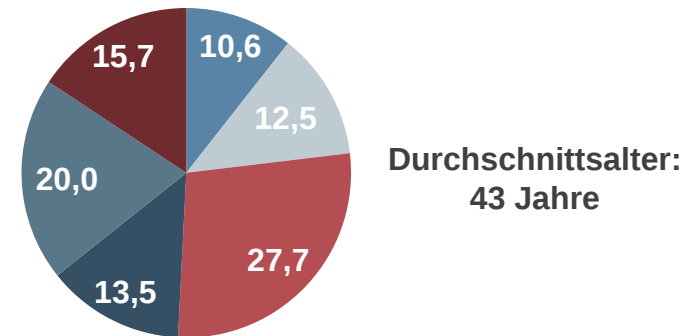
Durchschnitt
der beiden Tage

Mannheim

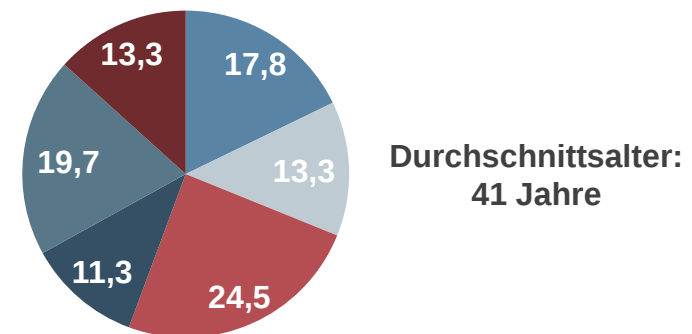


n = 999, Angaben in % der Befragten

Ortsgrößendurchschnitt



Mannheim 2016

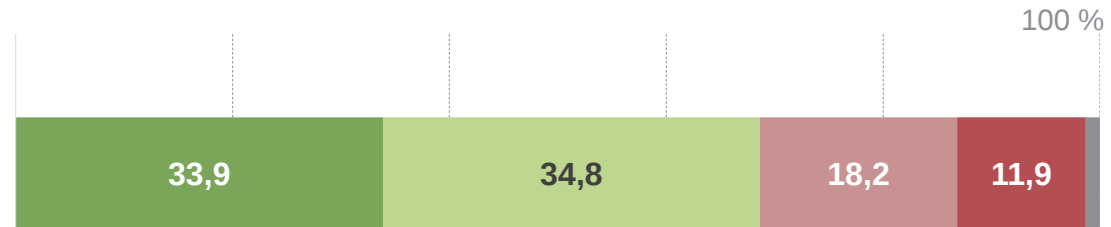


Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Durchschnitt
der beiden Tage

Mannheim

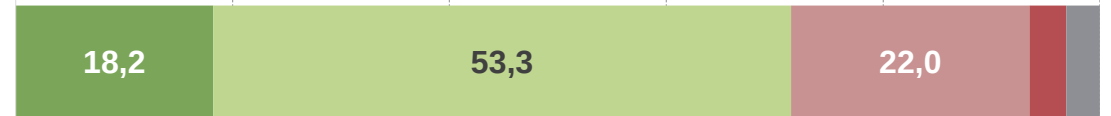
Veranstaltungen (wie Stadtfeste) sind für mich ein Grund häufiger in diese Innenstadt zu fahren.



Einen Besuch dieser Innenstadt verbinde ich gerne mit der Nutzung des gastronomischen Angebots.



Diese Innenstadt hat einen hohen Erlebnis- / Unterhaltungswert.

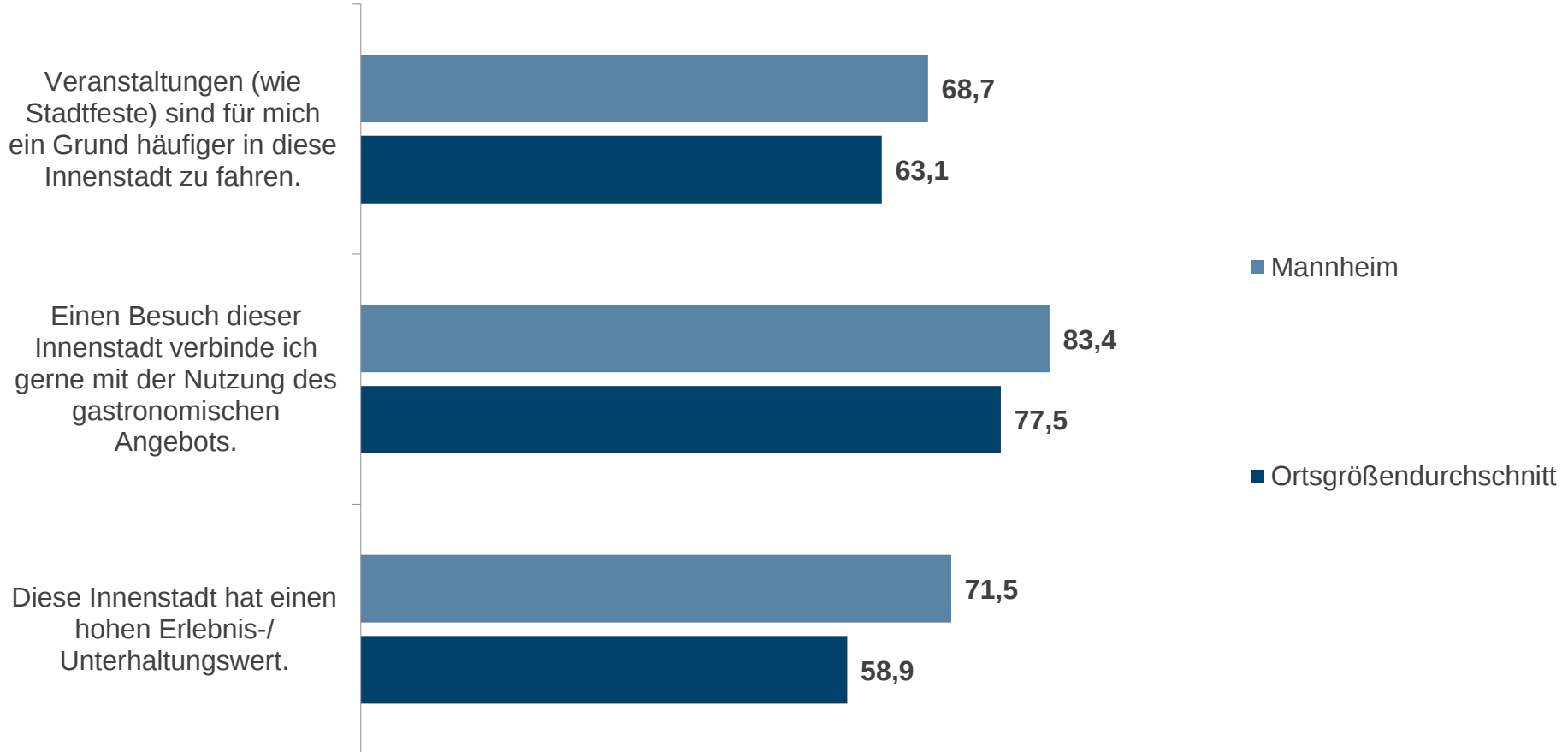


■ Stimme voll und ganz zu ■ Stimme eher zu ■ Stimme eher nicht zu ■ Stimme gar nicht zu ■ weiß nicht / kann ich nicht beurteilen

999 >= n >= 993, Angaben in % der Befragten

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

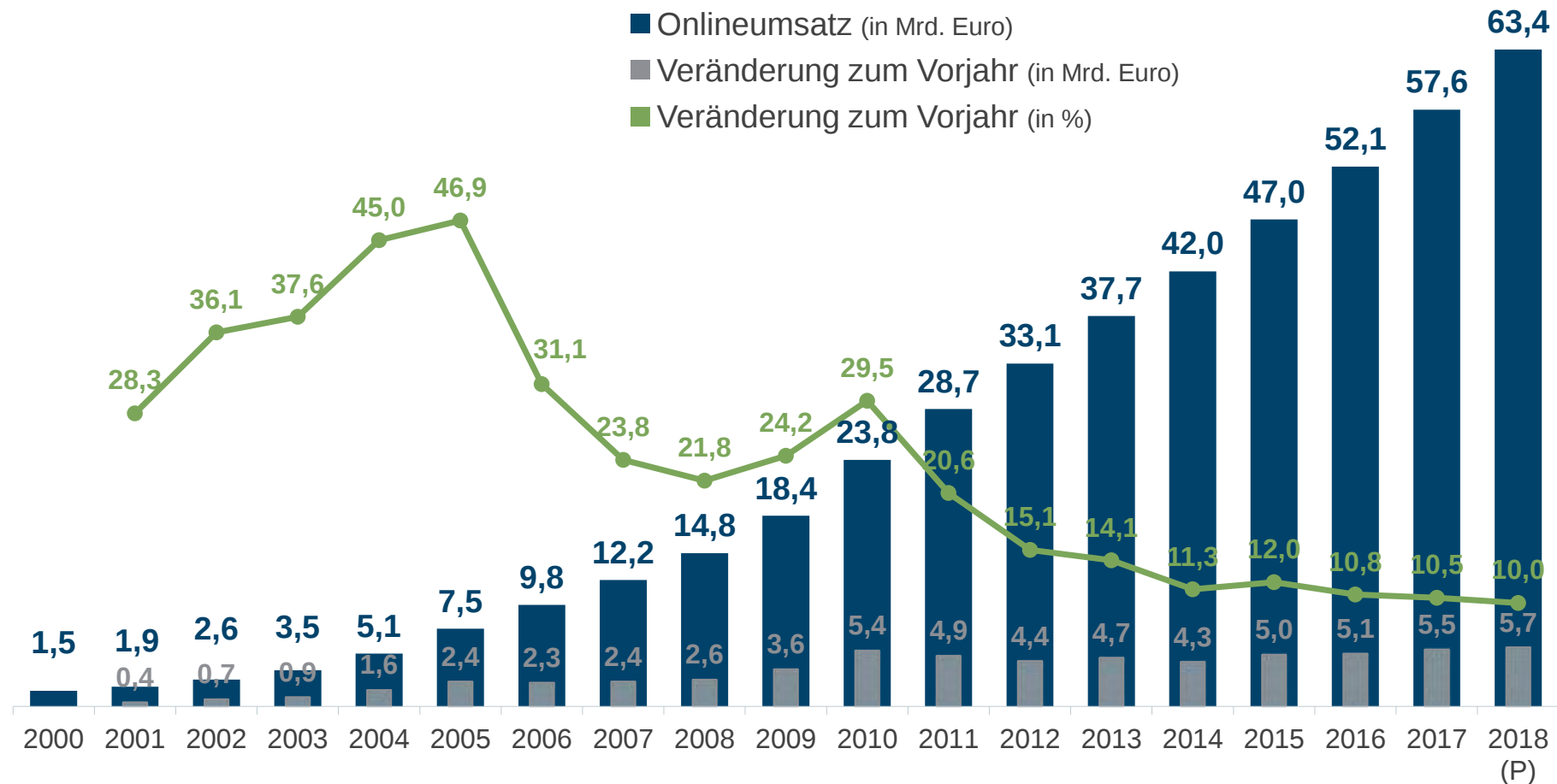
Durchschnitt
der beiden Tage



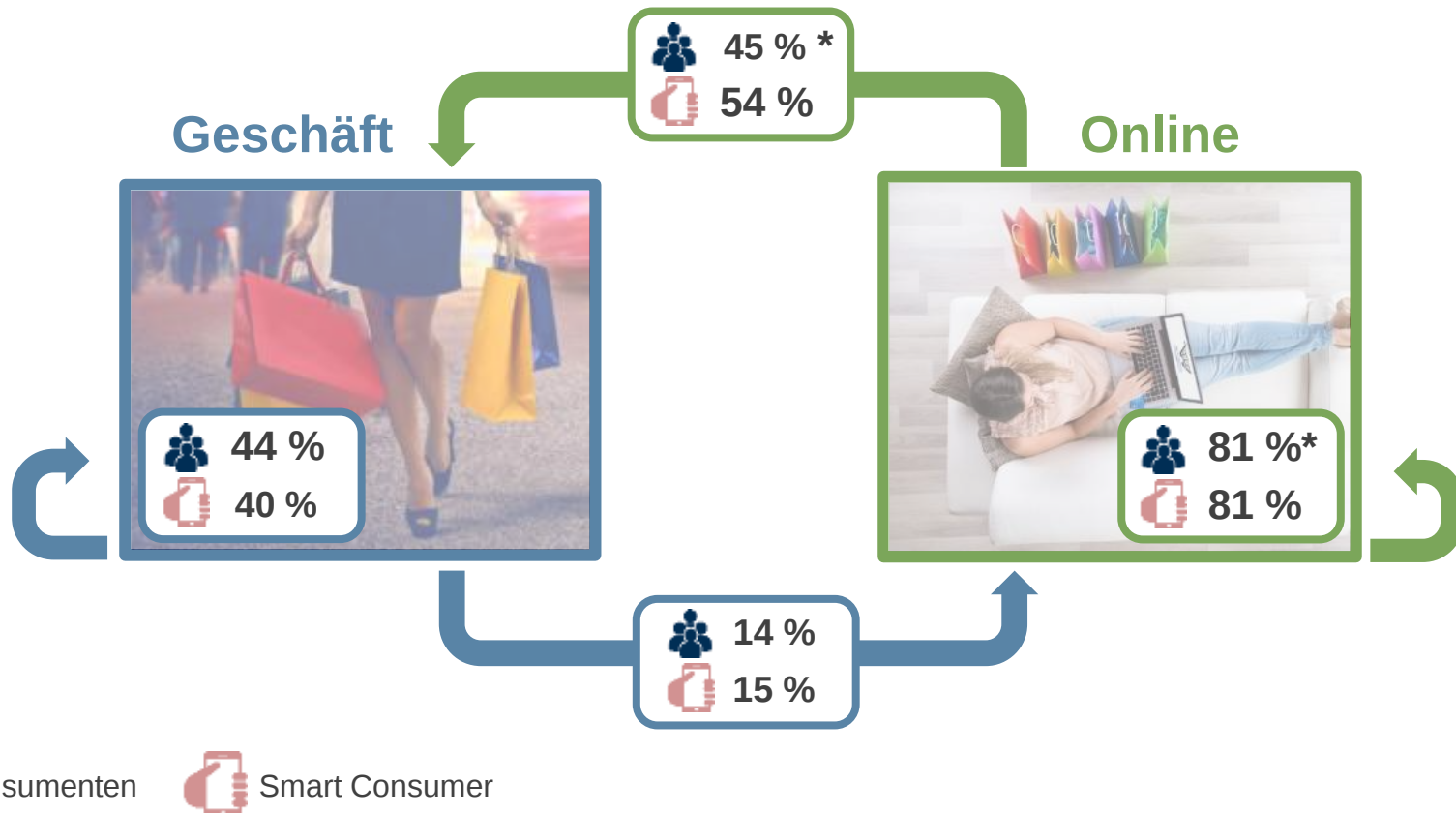
999 >= n >= 993, Angaben in % der Befragten

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

Im stagnierenden Marktumfeld wächst online deutlich (rund 10 Prozent des Einzelhandelsumsatzes bereits online). Absolutes Wachstum bleibt konstant.



Onlineinformation vor stationärem Kauf hochrelevant. Verhalten der Smart Consumer zeigt weiter steigende Relevanz der Kanalverknüpfung.



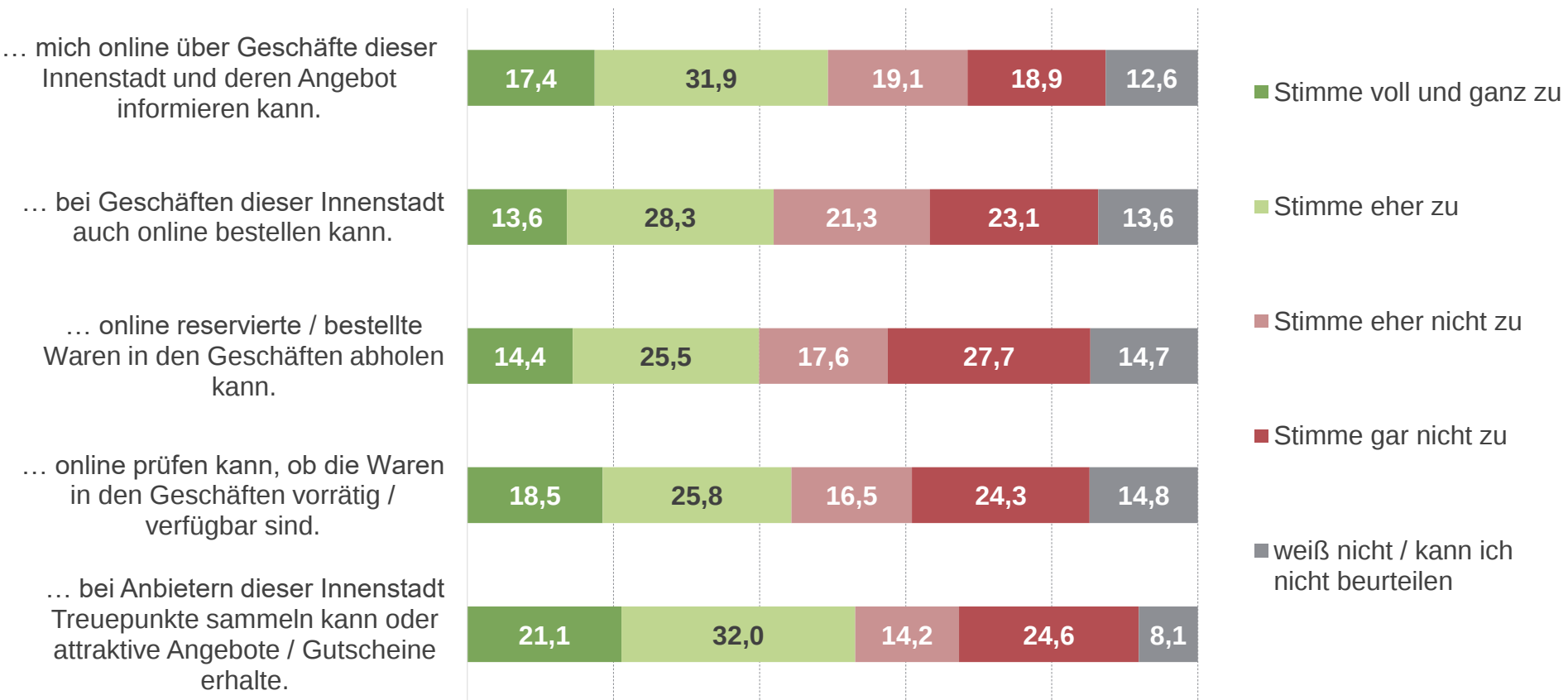
i Konsumenten: $206 \leq n \leq 1.221$, Smart Consumer: $71 \leq n \leq 132$; Lesebeispiel: 45 % der Käufe im Geschäft geht eine Informationssuche im Internet voraus. Bei den Smart Consumern sind es sogar 54 %. Bei 81 % der Onlinekäufe informieren sich Konsumenten ausschließlich online.

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

Durchschnitt
der beiden Tage

100 %

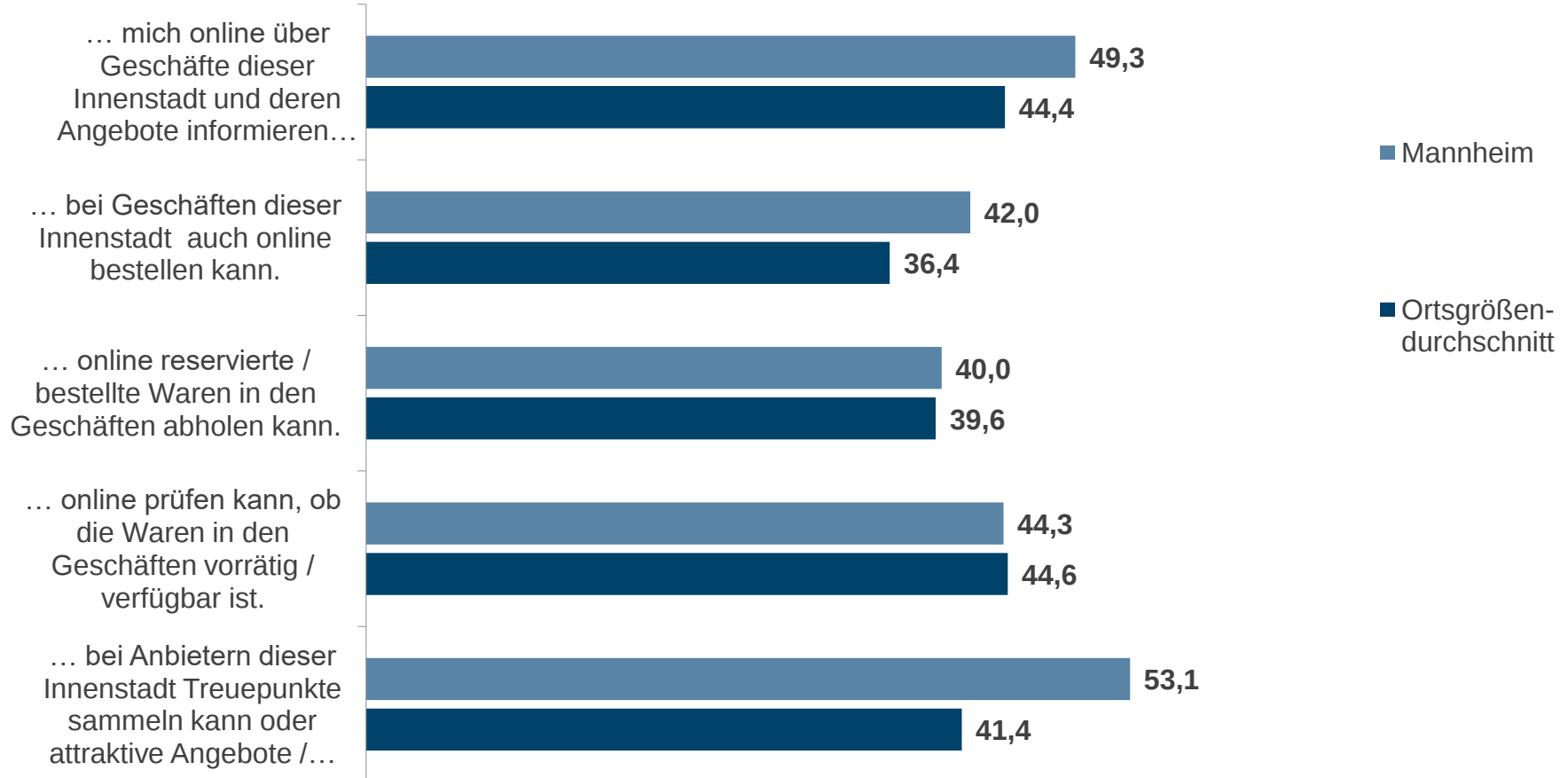
Mannheim



999 >= n >= 993, Angaben in % der Befragten

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

Durchschnitt
der beiden Tage



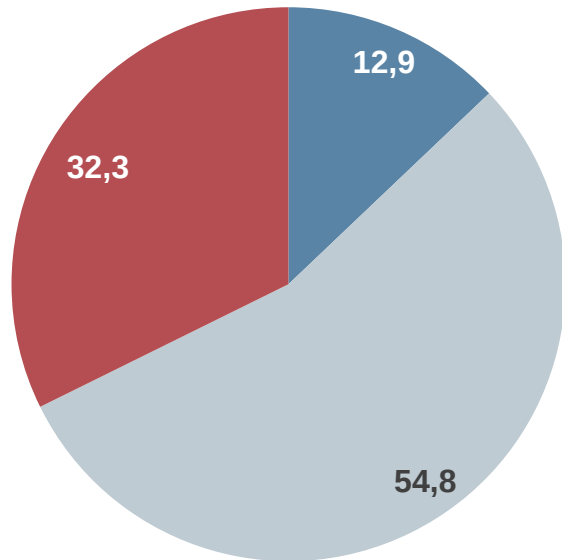
999 >= n >= 993, Angaben in % der Befragten

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

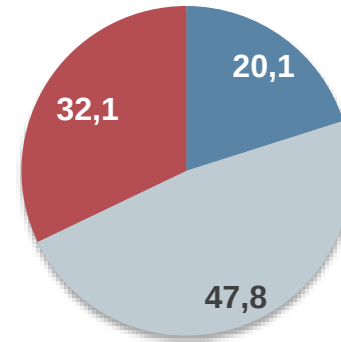
Mannheim



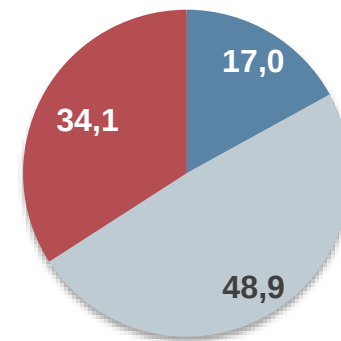
- Ja, ich kaufe verstärkt online ein und besuche daher diese Innenstadt zum Einkaufen seltener.
- Nein, ich kaufe zwar online ein, aber besuche diese Innenstadt zum Einkaufen unverändert häufig.
- Nein, ich kaufe überhaupt nicht online ein.

n = 1.007, Angaben in % der Befragten

Ortsgrößendurchschnitt



Mannheim 2016



Wenn Sie Fragen haben ...



Nicolaus Sonderrmann

Senior Projektmanager

+49 (0) 221 943607-34

n.sonderrmann@ifhkoeln.de

IFH Köln GmbH

Dürener Str. 401 b
50858 Köln

+49 (0) 221 943607-10

www.ifhkoeln.de



Wir sind Markt- und Kundenversteher!

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu vertriebsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Das IFH Köln ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Konzepte, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Mit dem IFH Köln den Vertrieb stärken, vom digitalen Wandel profitieren und Kunden kanalübergreifend bedienen!

www.ifhkoeln.de



Information



Research



Consulting