



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)

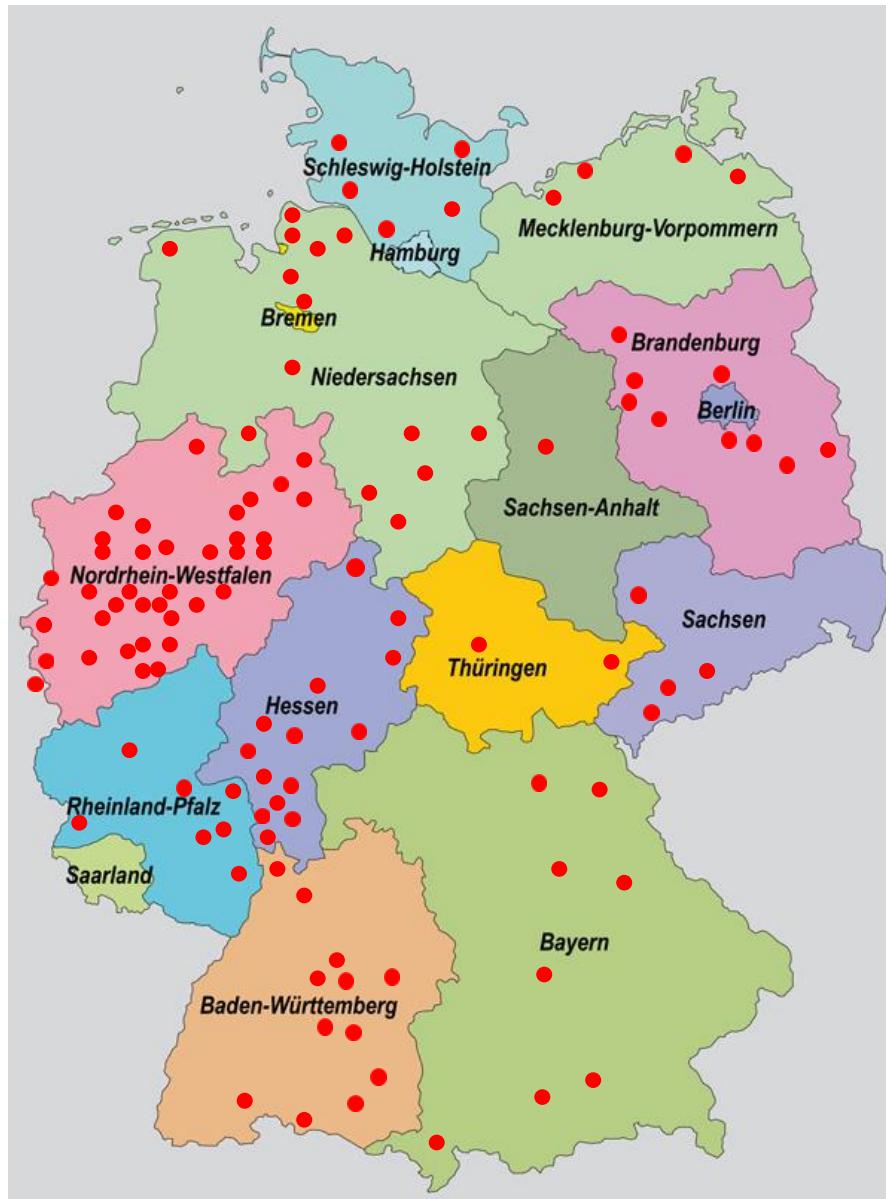
METHODIK

- 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.

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
Hennet
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

In dieser Ortsgröße haben sich 10 Städte beteiligt:

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

**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

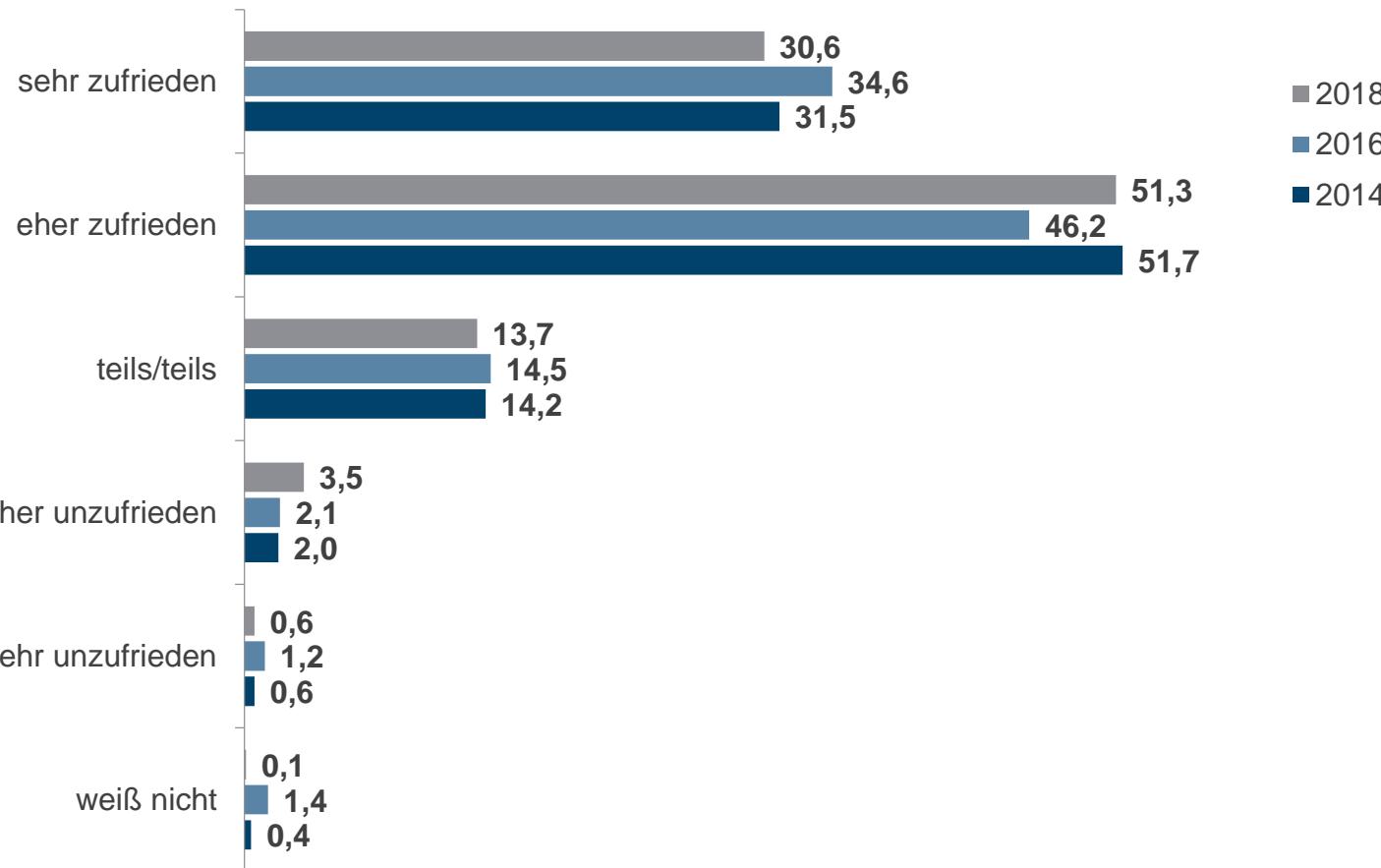


Mannheim

*Bewertung anhand von Schulnoten 1 bis 6

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

Durchschnitt
der beiden Tage

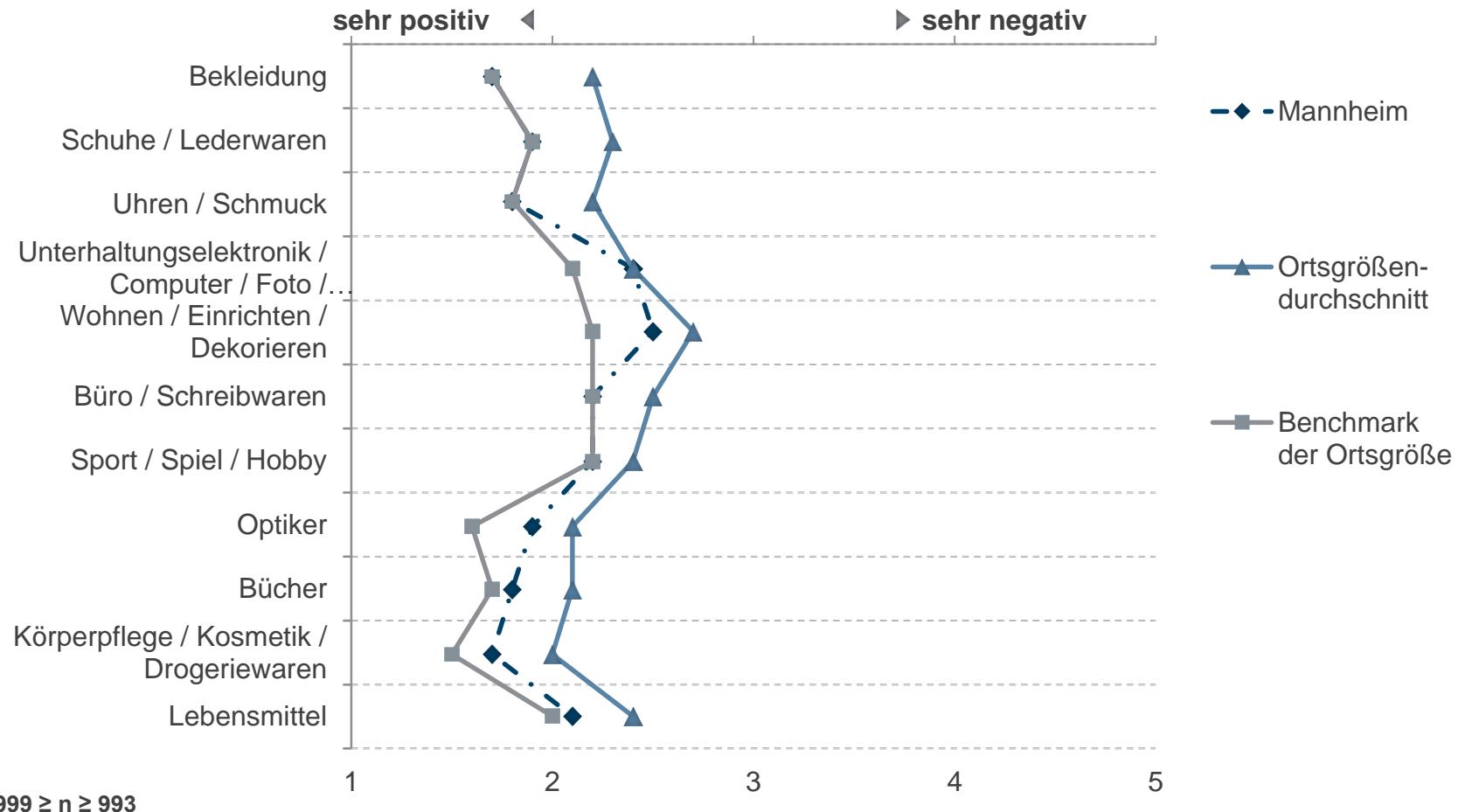


n = 1021 (2018); n = 1.201 (2016); n = 1.048 (2014)

Angaben in % der Befragten

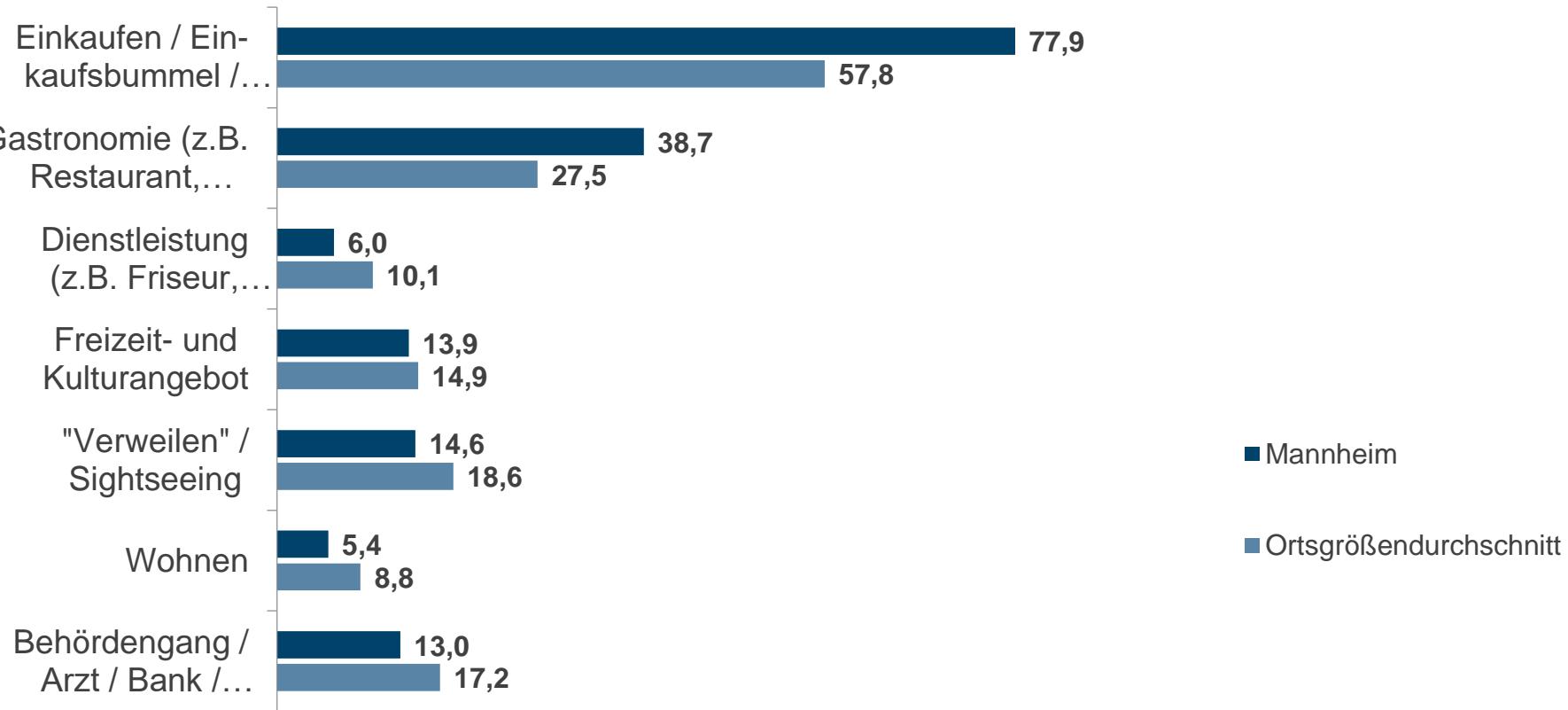
Wie bewerten Sie das Einzelhandelsangebot insgesamt im Hinblick auf ...

Durchschnitt
der beiden Tage



Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?

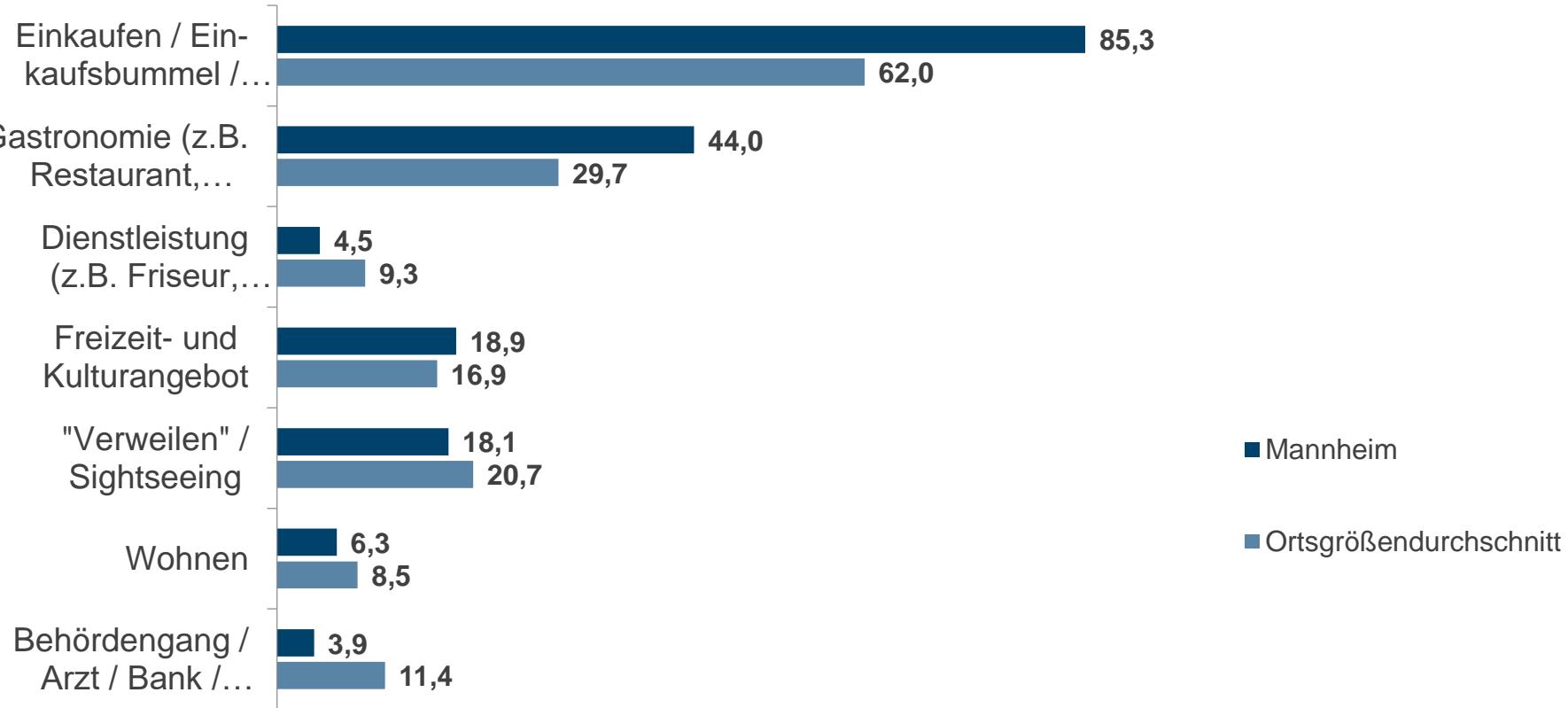
Durchschnitt
der beiden Tage



n = 1.013, Angaben in % der Befragten

Samstag

Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?

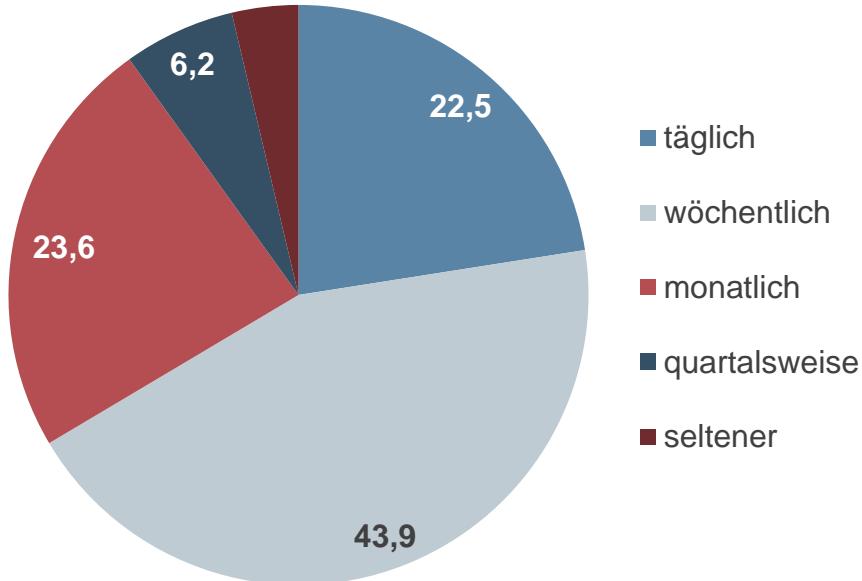


n = 509, Angaben in % der Befragten

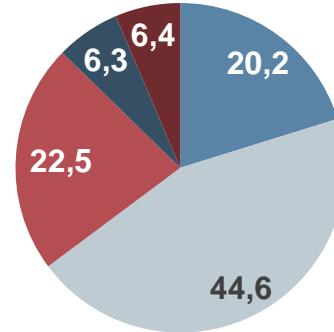
Wie oft besuchen Sie diese Innenstadt in etwa zum Einkaufen?

Durchschnitt
der beiden Tage

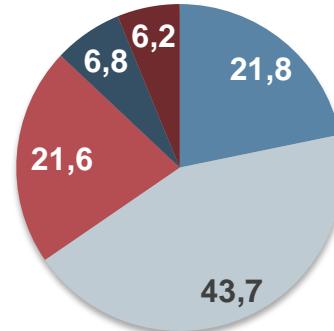
Mannheim



Ortsgrößendurchschnitt



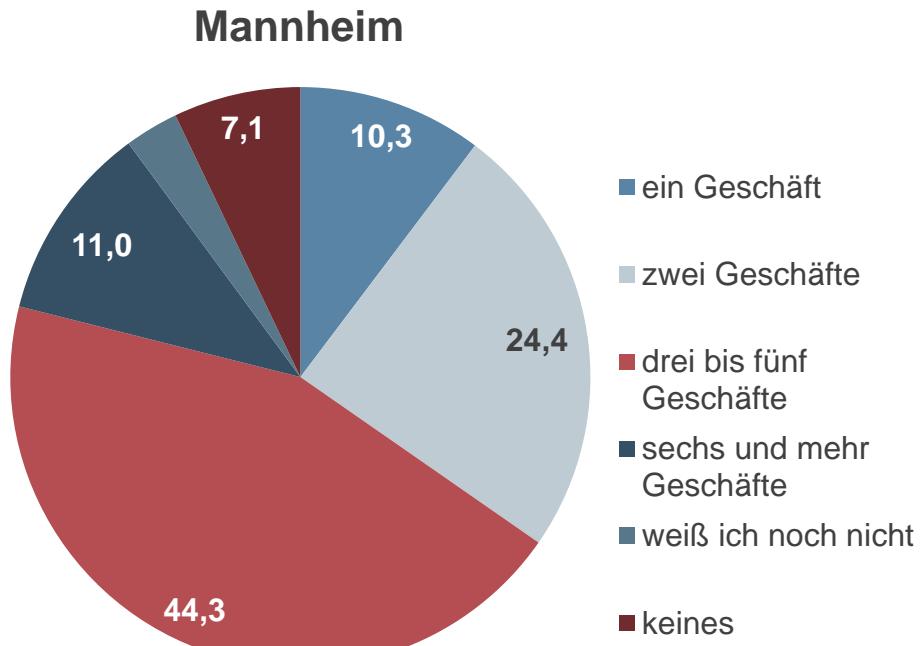
Mannheim 2016



n = 1.013, Angaben in % der Befragten

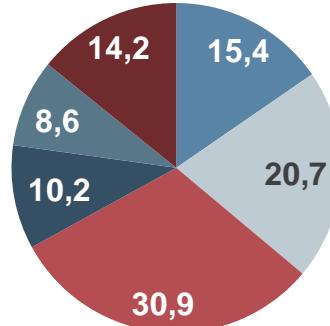
Wie viele Geschäfte haben Sie heute bereits aufgesucht oder planen Sie noch zu besuchen (Gesamtzahl)?

Durchschnitt
der beiden Tage

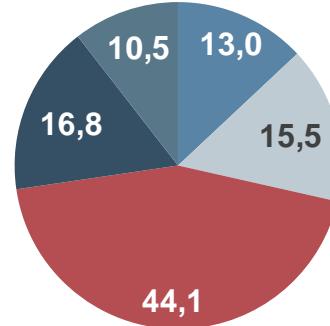


n = 1.003, Angaben in % der Befragten

Ortsgrößendurchschnitt



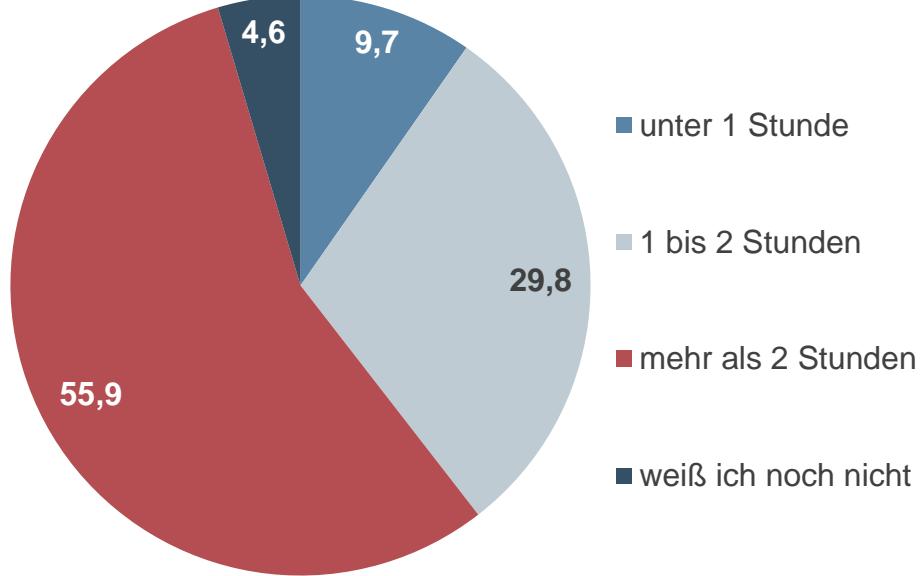
Mannheim 2016



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

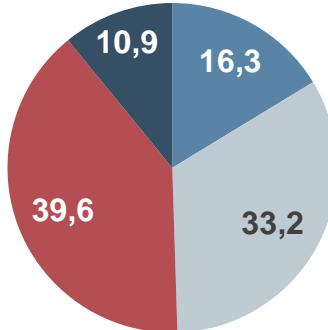
Durchschnitt
der beiden Tage

Mannheim

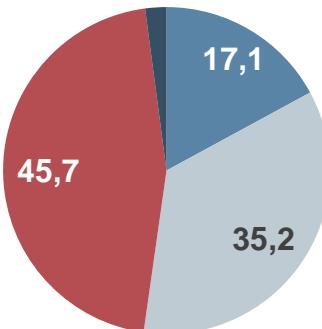


n = 1.008, Angaben in % der Befragten

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

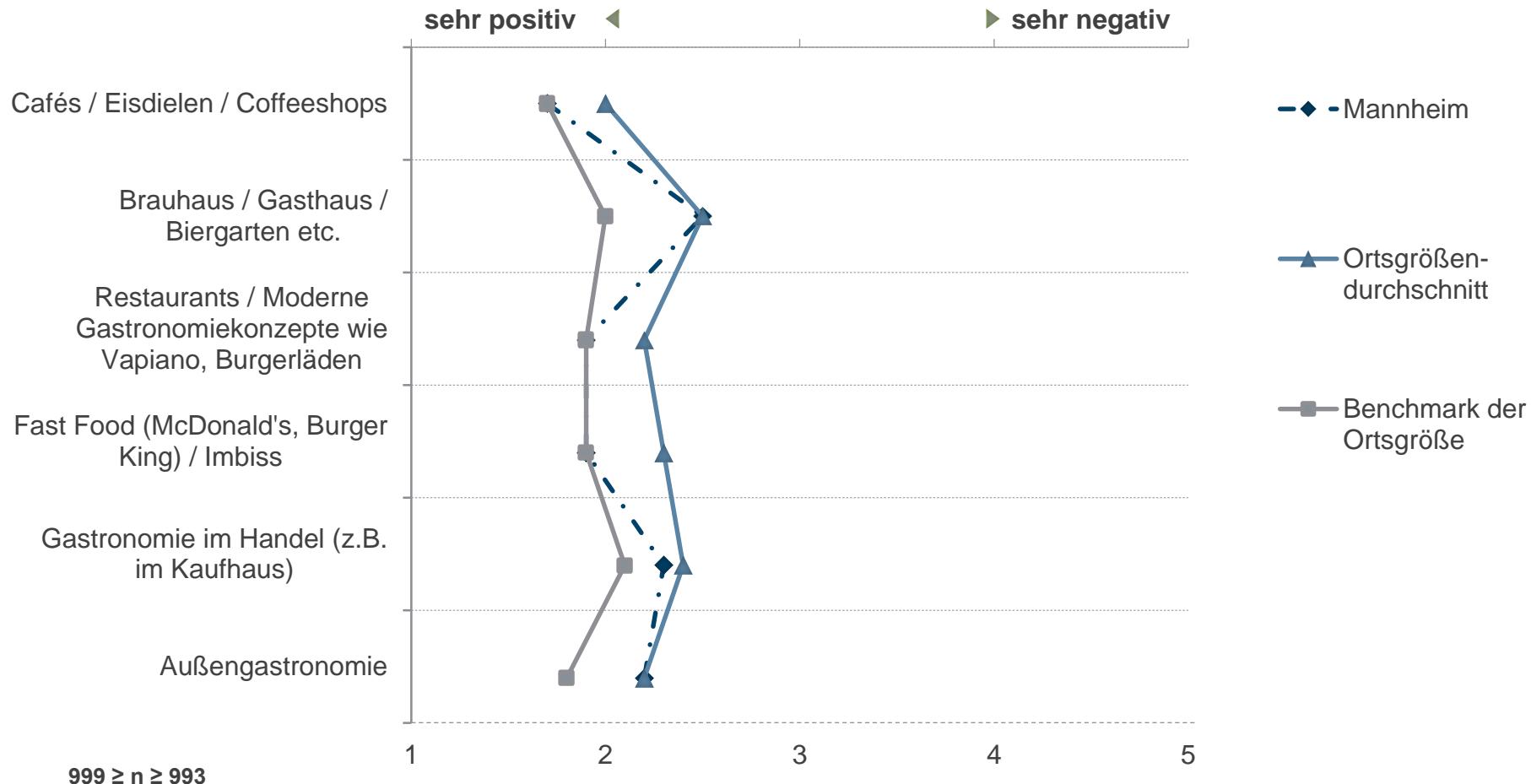
Mannheim

1,9

*Bewertung anhand von Schulnoten 1 bis 6

Wie bewerten Sie das gastronomische Angebot dieser Innenstadt?

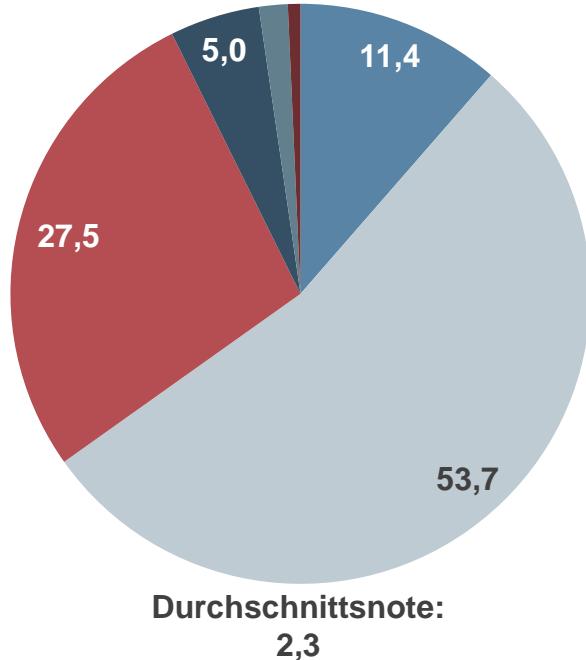
Durchschnitt
der beiden Tage



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

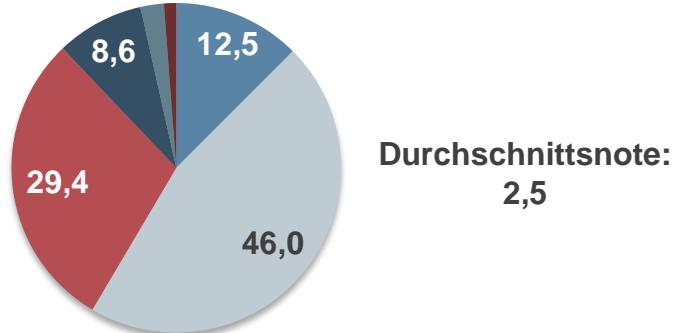
Durchschnitt
der beiden Tage

Mannheim

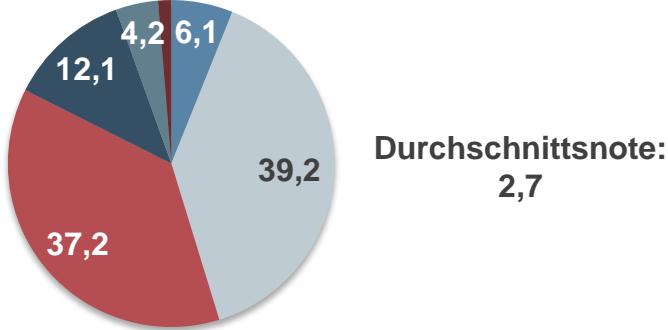


n = 1.001, Angaben in % der Befragten

Ortsgrößendurchschnitt



Mannheim 2016



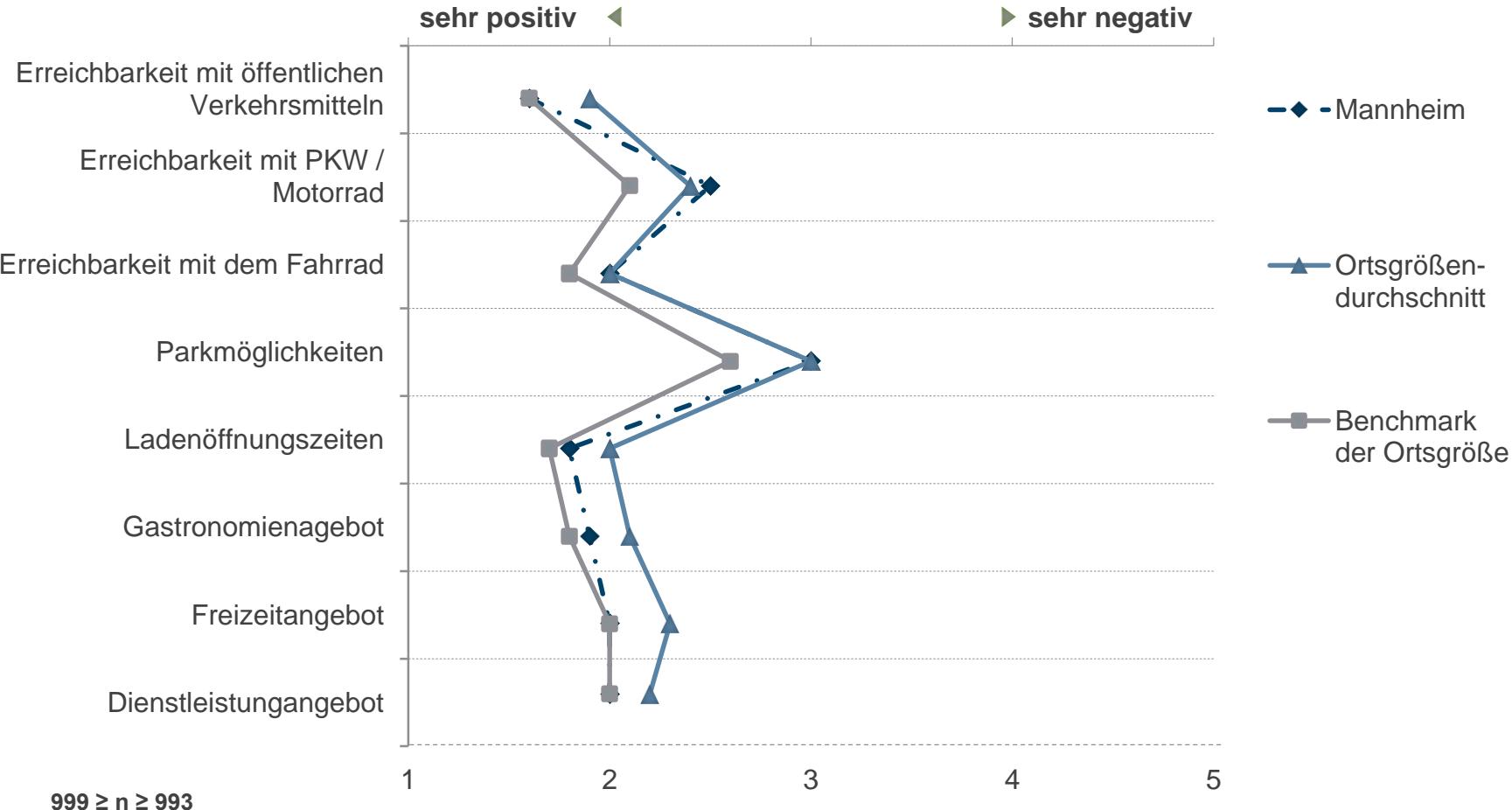
Die Beurteilung von Mannheim nach Schulnoten im Zeitvergleich

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)

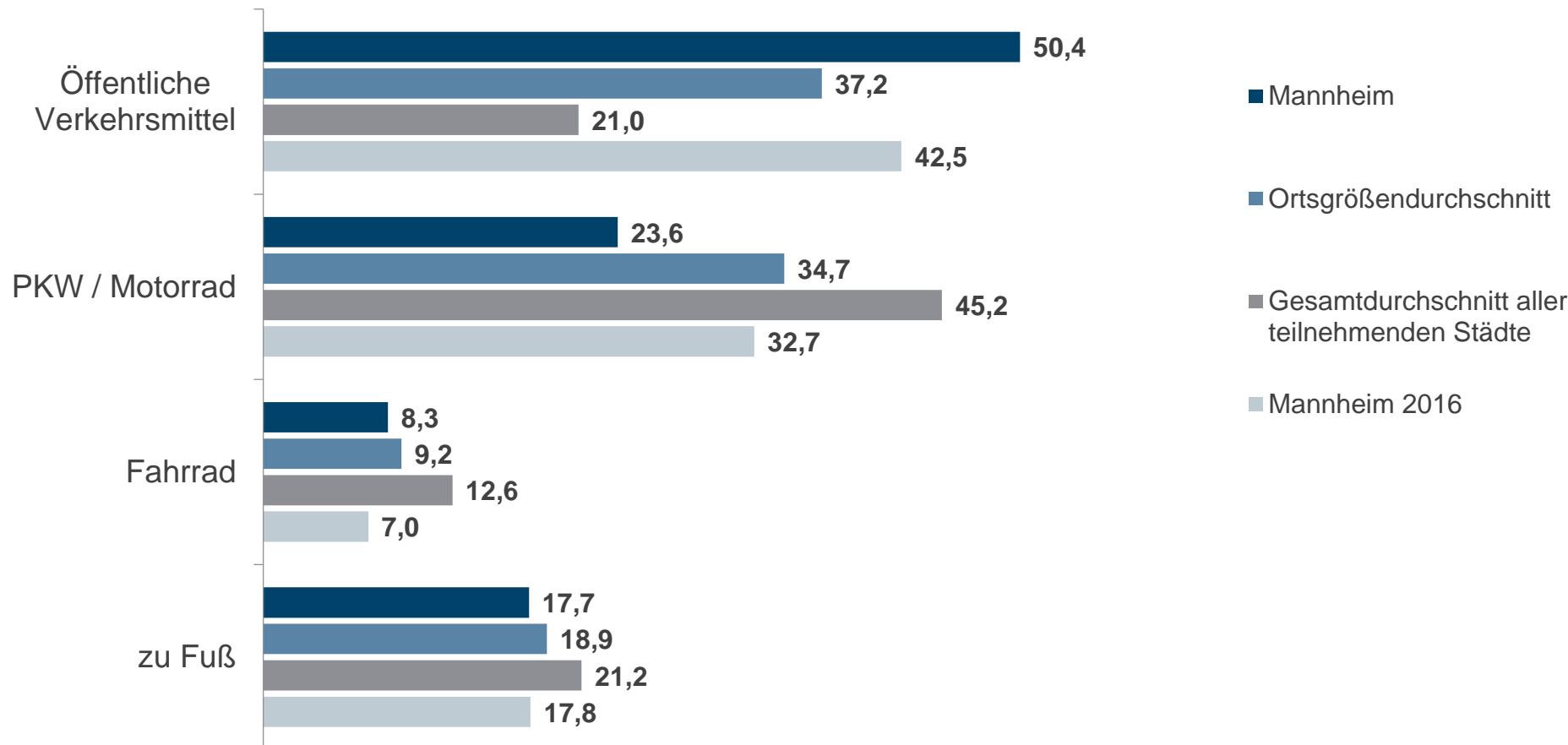
Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf ...

Durchschnitt
der beiden Tage



Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

Durchschnitt
der beiden Tage

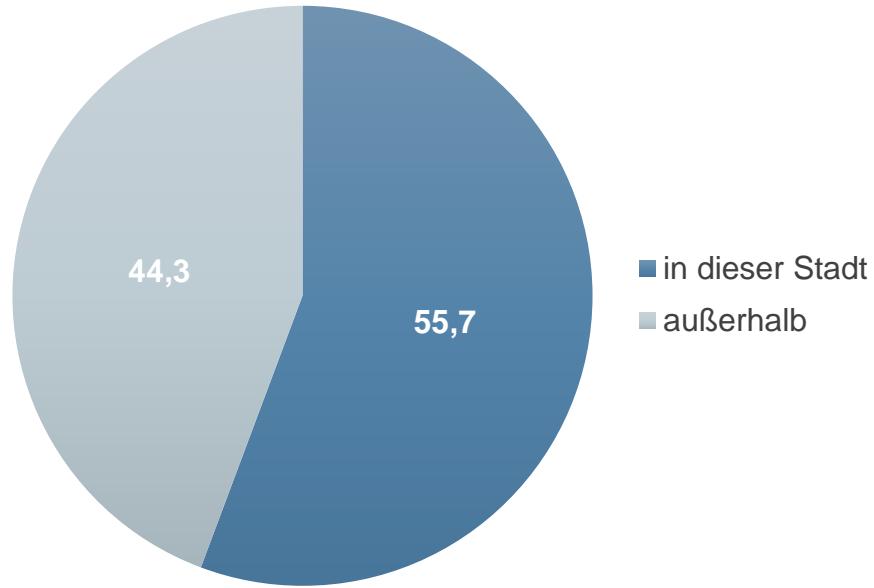


n = 989, Angaben in % der Befragten

Wohnen Sie in dieser Stadt oder außerhalb?

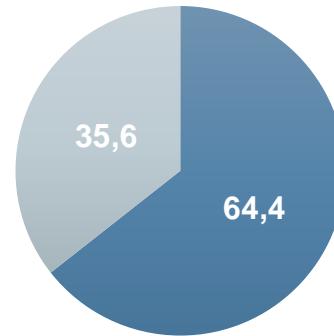
Durchschnitt
der beiden Tage

Mannheim

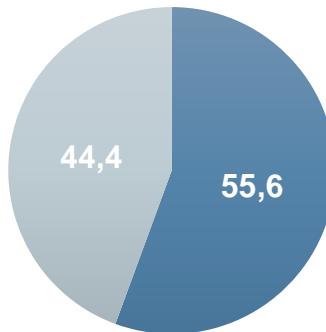


n = 999, Angaben in % der Befragten

Ortsgrößendurchschnitt

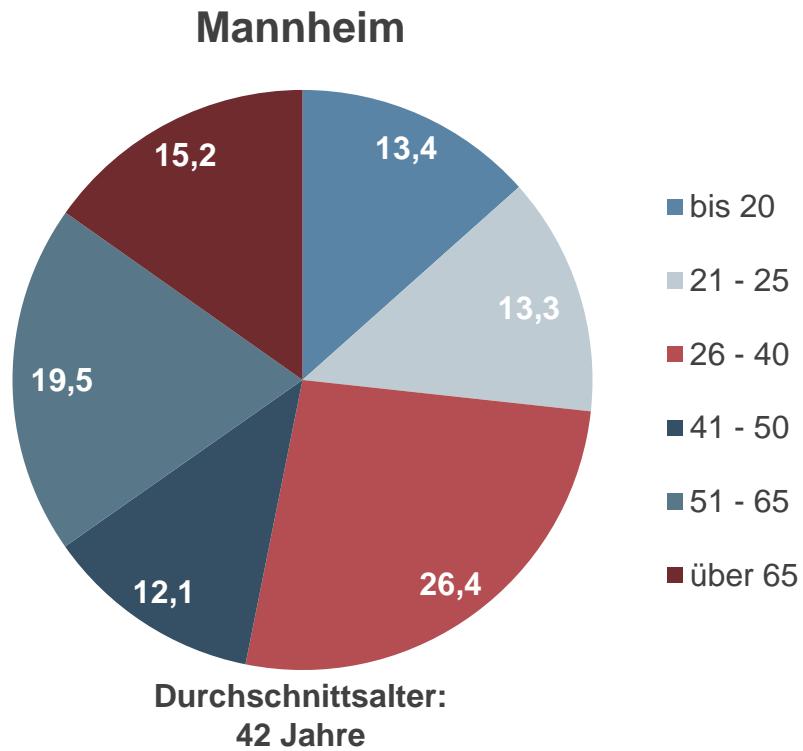


Mannheim 2016



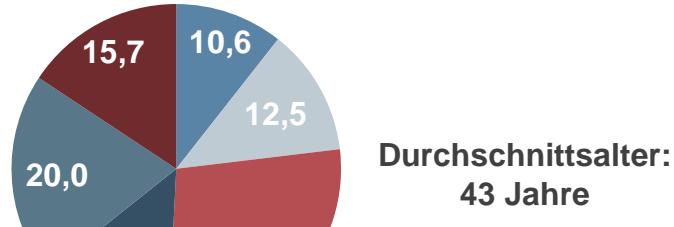
Alter der Besucher

Durchschnitt
der beiden Tage

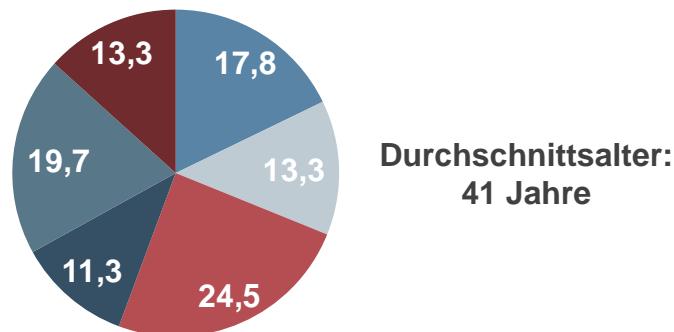


n = 999, Angaben in % der Befragten

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.

33,9 34,8 18,2 11,9

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

43,4 40,1 11,6 4,1

Diese Innenstadt hat einen hohen Erlebnis- / Unterhaltungswert.

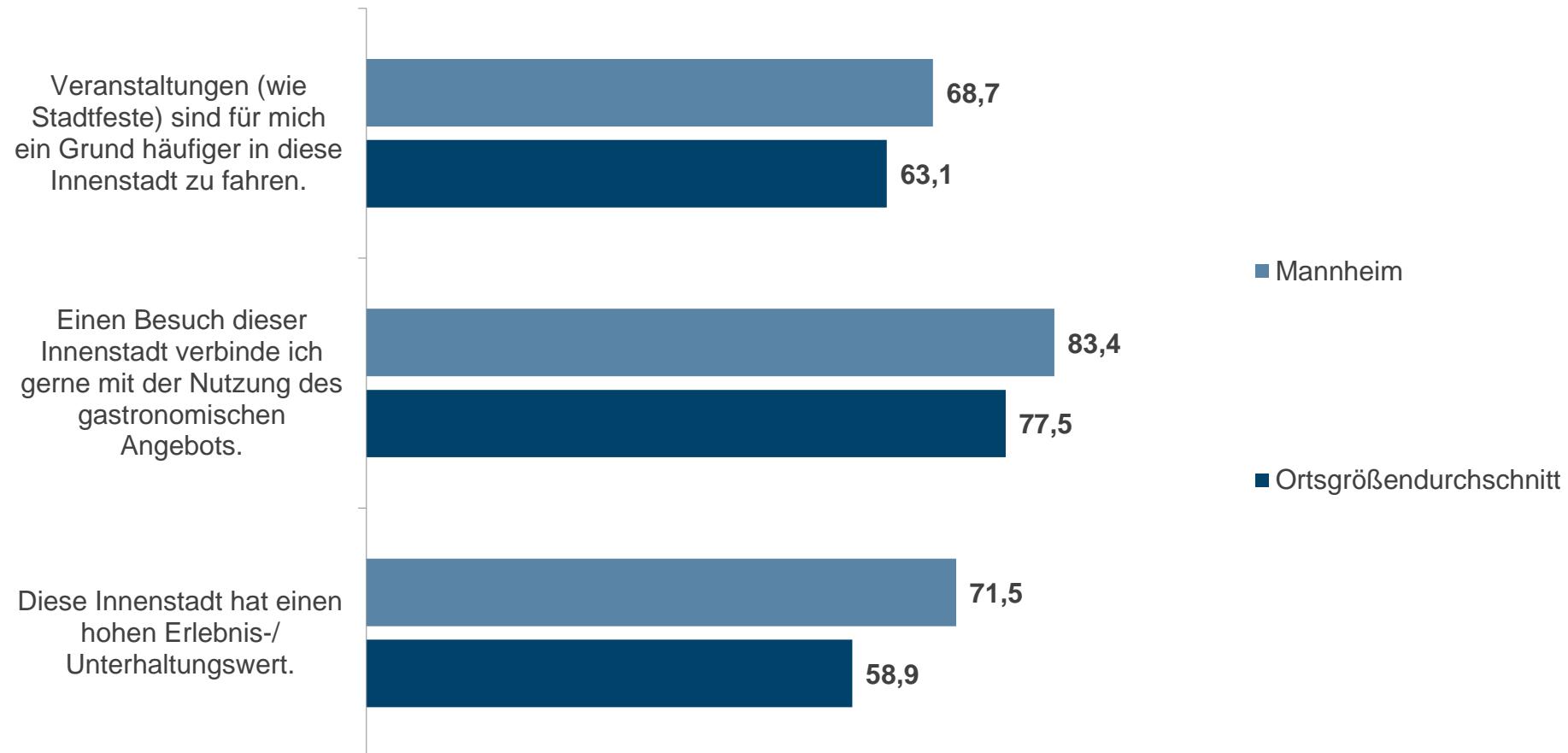
18,2 53,3 22,0

- 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?

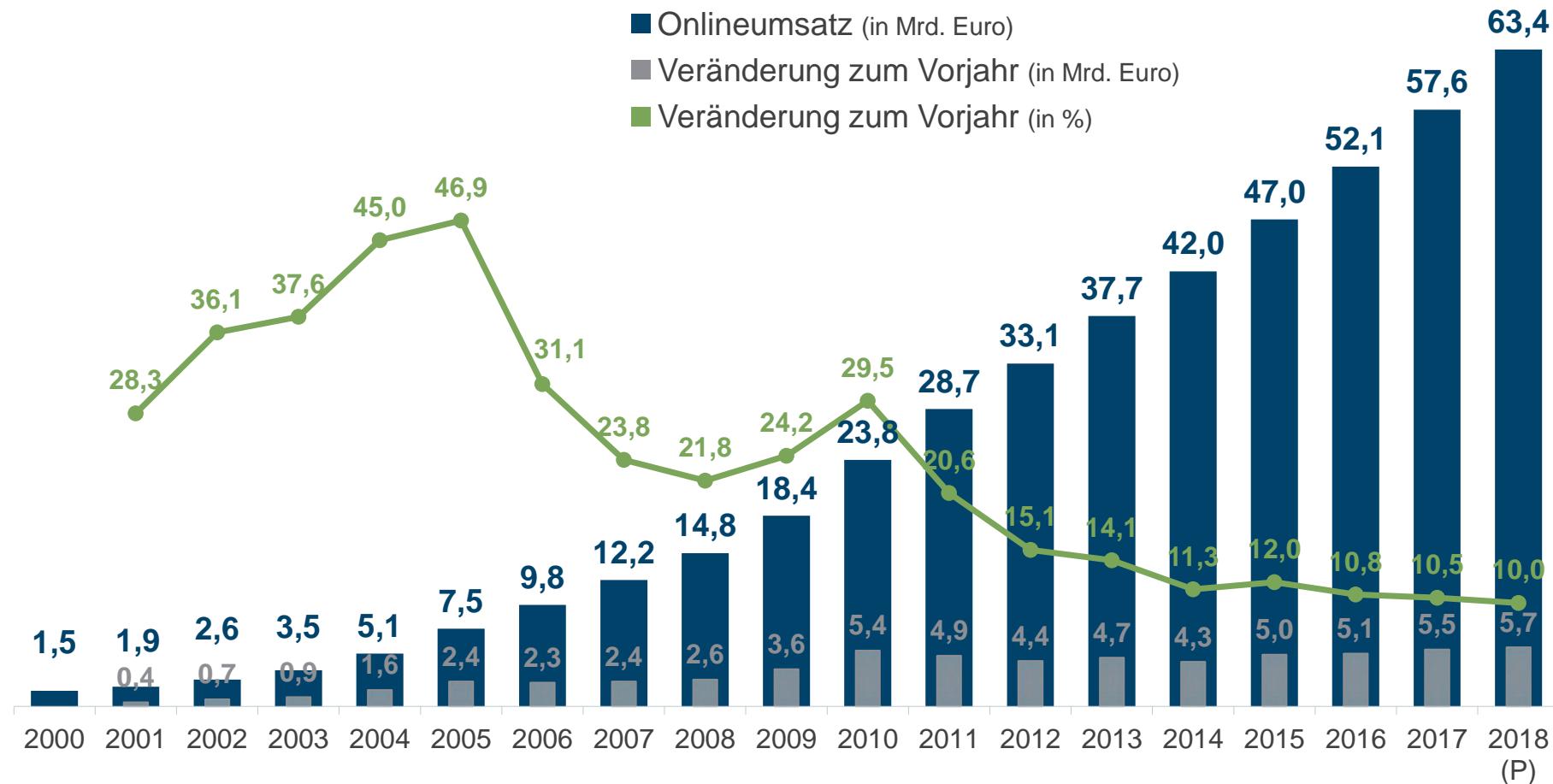
Durchschnitt
der beiden Tage



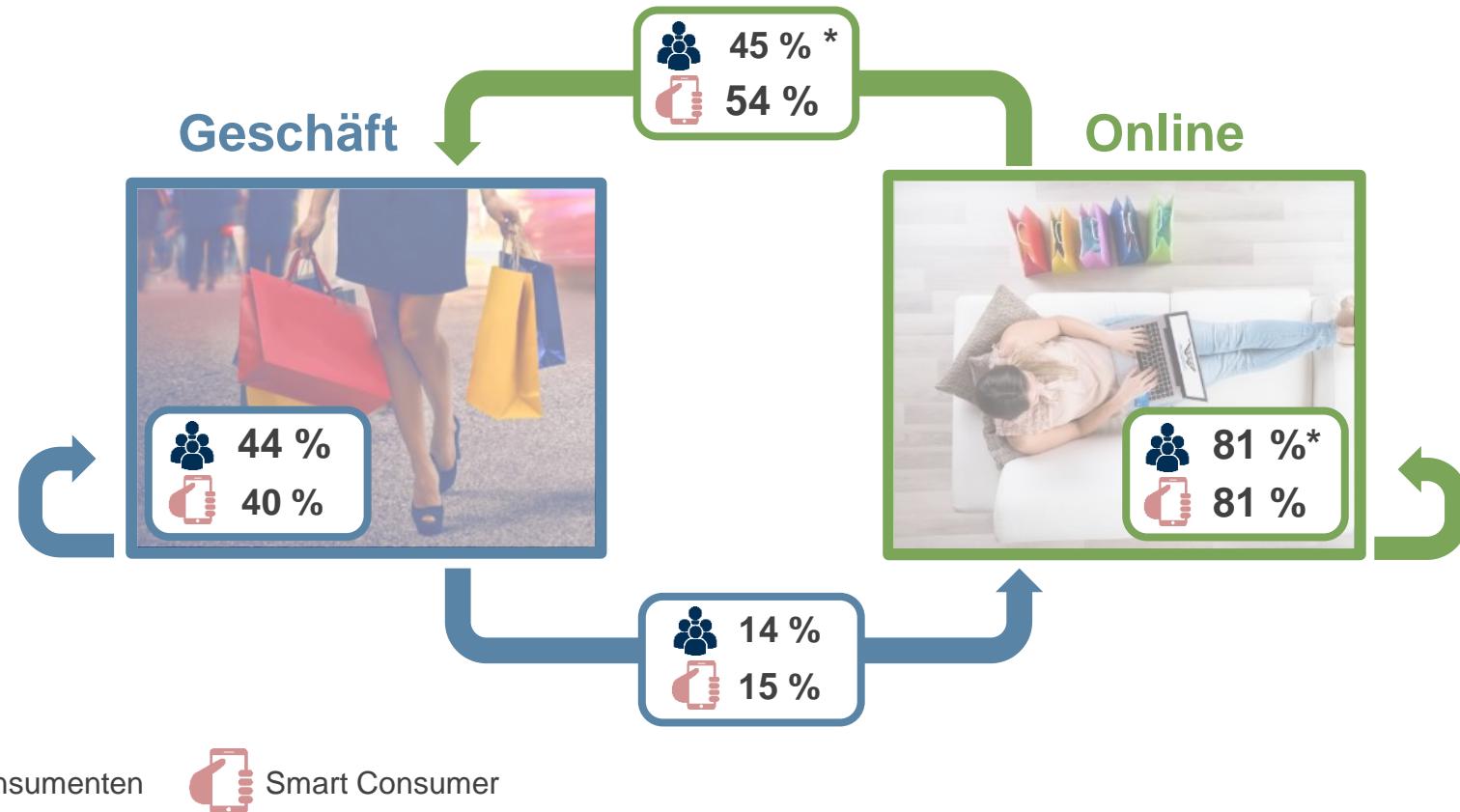
999 >= n >= 993, Angaben in % der Befragten

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.



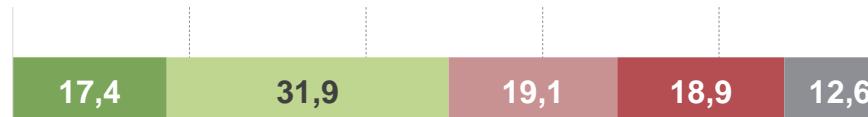
i Konsumenten: $206 \leq n \leq 1.221$, Smart Consumer: $71 \leq n \leq 132$; Lesebeispiel: 45 % der Käufe im Geschäft geht eine Informationssuche im Internet voraus. Bei den Smart Consumern sind es sogar 54 %. Bei 81 % der Onlinekäufe informieren sich Konsumenten ausschließlich online.

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

Durchschnitt
der beiden Tage

Mannheim

... mich online über Geschäfte dieser Innenstadt und deren Angebot informieren kann.



100 %

■ Stimme voll und ganz zu

■ Stimme eher zu

■ Stimme eher nicht zu

■ Stimme gar nicht zu

■ weiß nicht / kann ich nicht beurteilen

... bei Geschäften dieser Innenstadt auch online bestellen kann.



... online reservierte / bestellte Waren in den Geschäften abholen kann.



... online prüfen kann, ob die Waren in den Geschäften vorrätig / verfügbar sind.



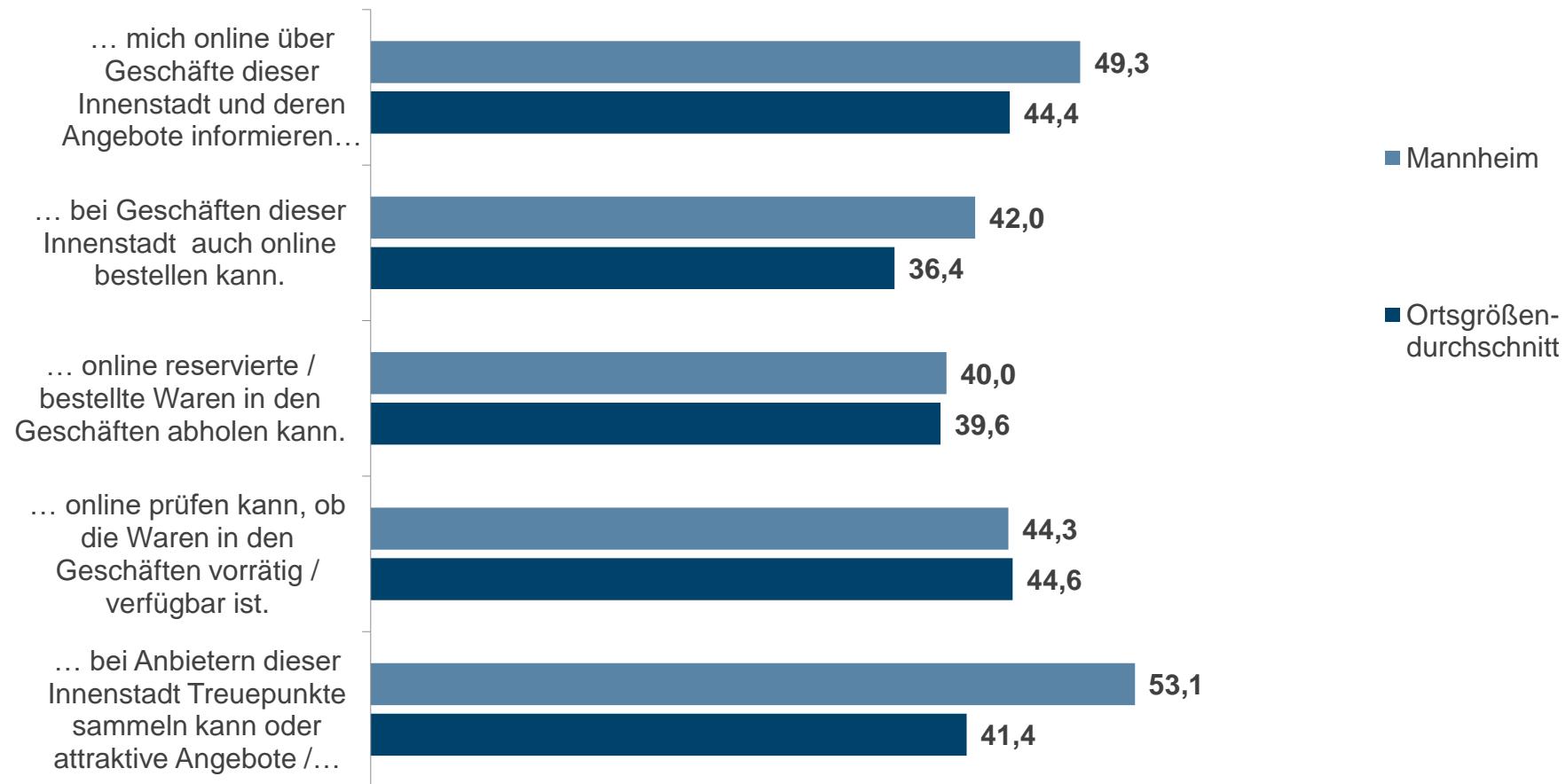
... bei Anbietern dieser Innenstadt Treuepunkte sammeln kann oder attraktive Angebote / Gutscheine erhalte.



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

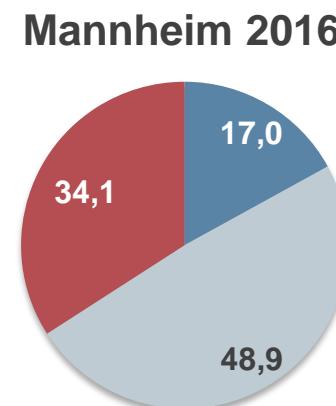
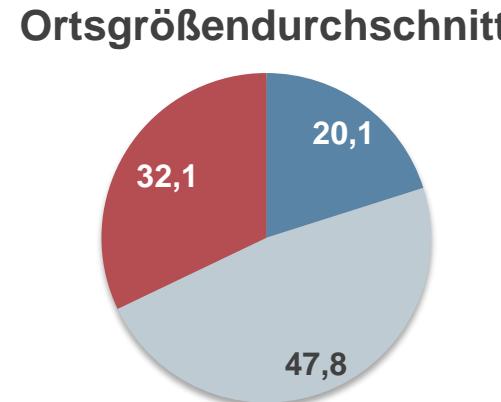
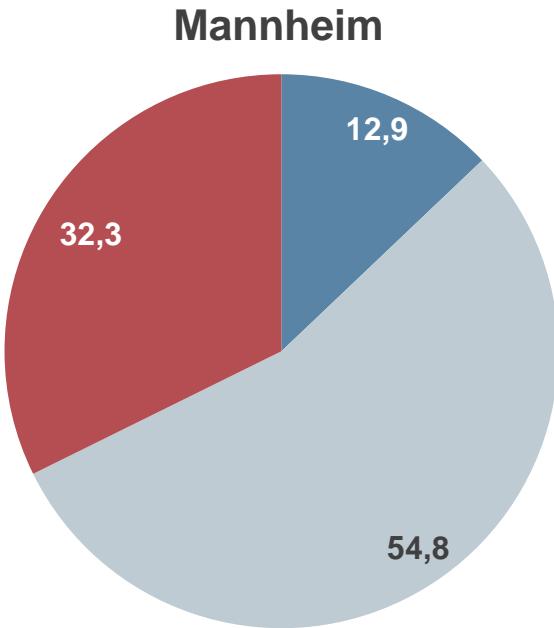


999 >= n >= 993, Angaben in % der Befragten

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



n = 1.007, Angaben in % der Befragten

Wenn Sie Fragen haben ...



Nicolaus Sondermann

Senior Projektmanager

+49 (0) 221 943607-34

n.sondermann@ifhkoeln.de

IFH Köln GmbH

Dürener Str. 401 b
50858 Köln

+49 (0) 221 943607-10

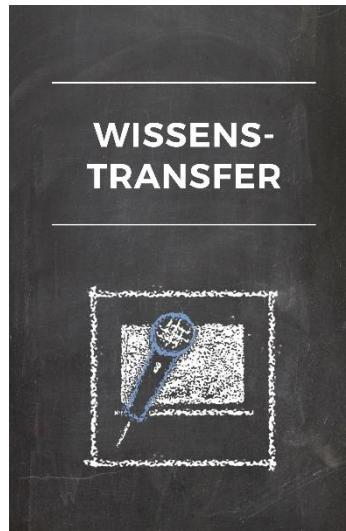
www.ifhkoeln.de



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!

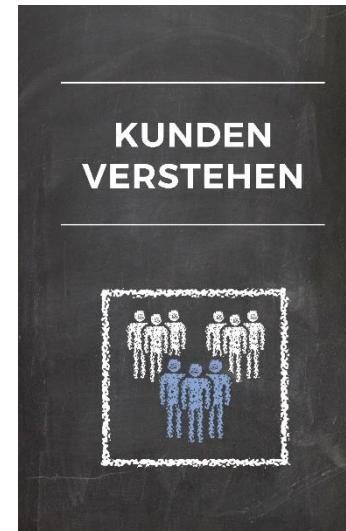
www.ifhkoeln.de



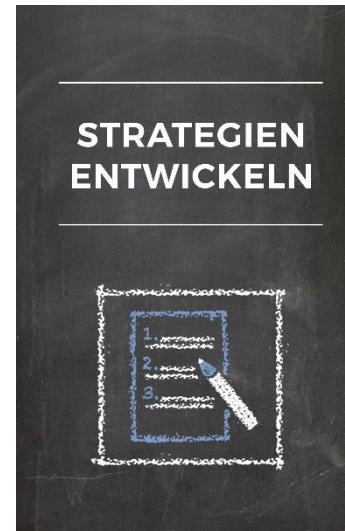
**WISSENS-
TRANSFER**



**MÄRKTE
(ER)KENNEN**



**KUNDEN
VERSTEHEN**



**STRATEGIEN
ENTWICKELN**

Information

Research

Consulting