

neuwied
HERZLICH WILLKOMMEN

Ergebnispräsentation der Umfrage Vitale Innenstädte 2018

Vitale Innenstädte 2018

Allgemein



Mit der Untersuchung „Vitale Innenstädte 2018“ nimmt das IFH (Institut für Handelsforschung) Köln die **lokale Standortattraktivität** und das **lokale Kaufverhalten** im Rahmen einer groß angelegten Passantenbefragung in den Blick. Die Untersuchung umfasst u. a. **Daten zur Besucherstruktur** der Innenstadt, **Wünsche und Anforderungen** der Innenstadtbesucher, **Einkaufsverhalten, Erreichbarkeit, Digitalisierung, Erlebnis, Rolle der Gastronomie** und **zukünftige Perspektiven**.



neuwied
HERZLICH WILLKOMMEN

Vitale Innenstädte 2018

Allgemein

116 teilnehmende Städte
bundesweit



59.434 geführte
Interviews

Erhebungszeitraum:
Donnerstag, 27. und Samstag
29. September 2018



Ortsgröße 3 – 50.000 bis 100.000 Einwohner
30 teilnehmende Städte*

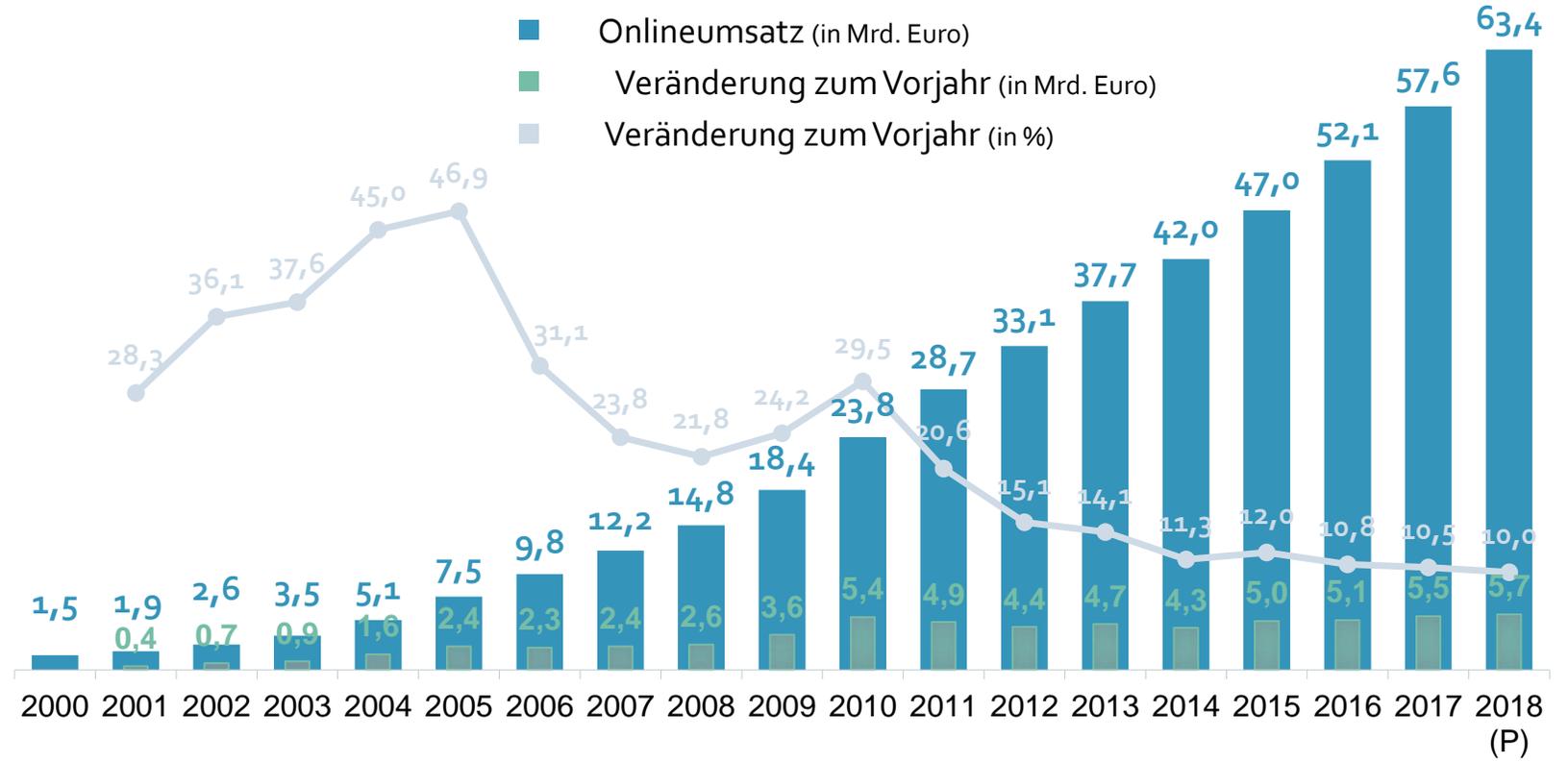
*Arnsberg-Neheim, Bad Kreuznach, Bayreuth, Bocholt, Bonn-Bad Godesberg, Brandenburg an der Havel, Delmenhorst, Düren, Esslingen, Fulda, Göppingen, Greifswald, Gütersloh, Hanau, Herford, Hilden, Ibbenbüren, Iserlohn, Langenfeld, Lippstadt, Minden, Neuwied, Ratingen, Ravensburg, Schweinfurt, Speyer, Stralsund, Viersen, Wetzlar, Zwickau

Vitale
Innenstädte
2018

Handel
Allgemein

Marktvolumen online (brutto)

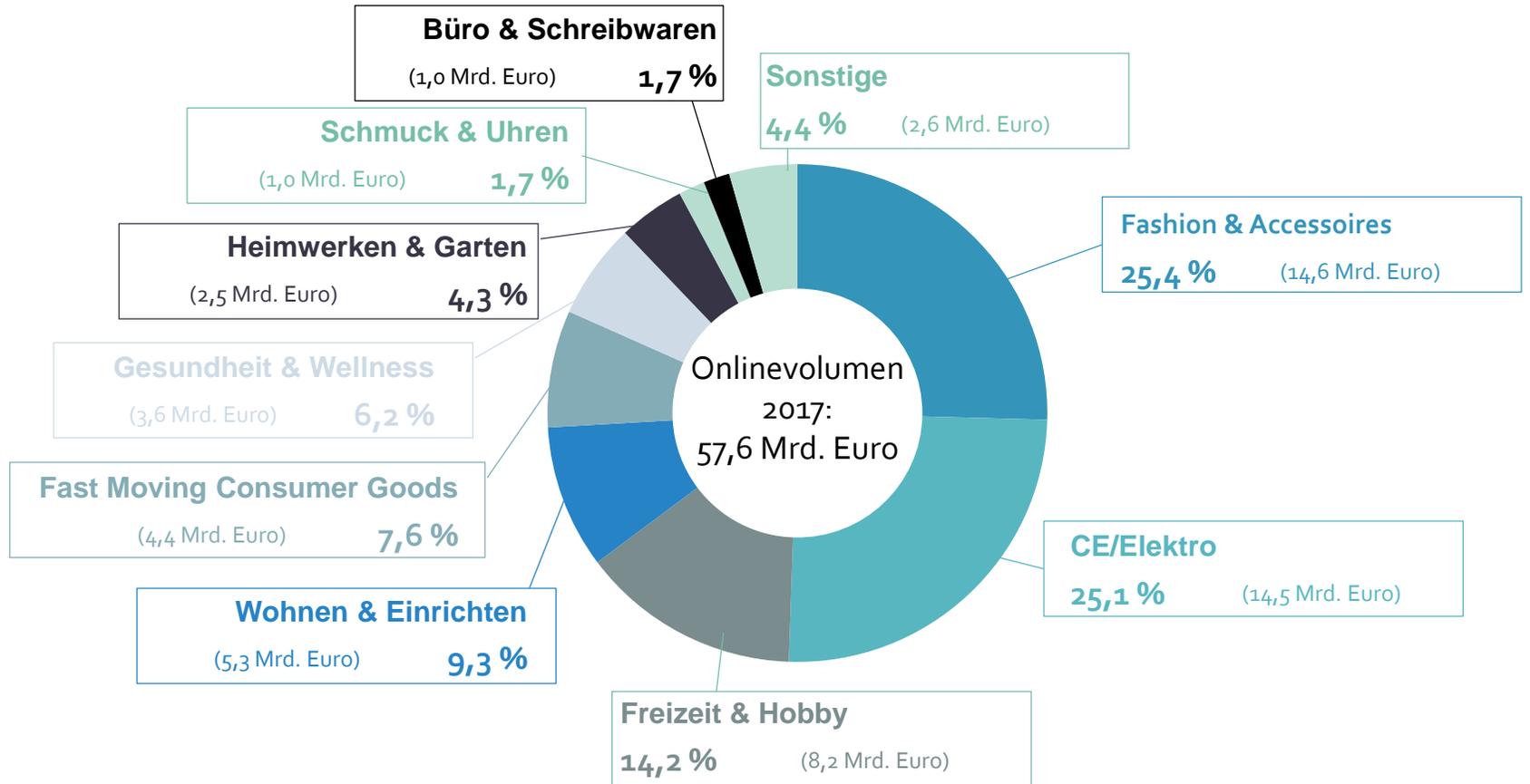
Im stagnierenden Marktumfeld wächst der Online Umsatz deutlich (rund 10 Prozent des Einzelhandelsumsatzes bereits online). Absolutes Wachstum bleibt konstant. **Jeder zehnte Euro im Handel (inkl. FMCG*) wird bereits online ausgegeben** – im Handel ohne FMCG sogar noch mehr.



* FMCG = Fast Moving Consumer Goods wie z.B. Lebensmittel, Körperpflege etc.

Anteil der Branchen am Gesamtonlinevolumen

Non-Food mit Anteil von 92,4 % weiterhin dominierend, Hälfte des Onlineumsatzes entfällt auf Fashion und CE.



i Lesebeispiel: Der Onlineumsatz der Branche Büro & Schreibwaren erreicht 2017 ein Volumen von 1 Mrd. Euro. Das entspricht einem Anteil am Gesamtonlinevolumen von 1,7 Prozent.

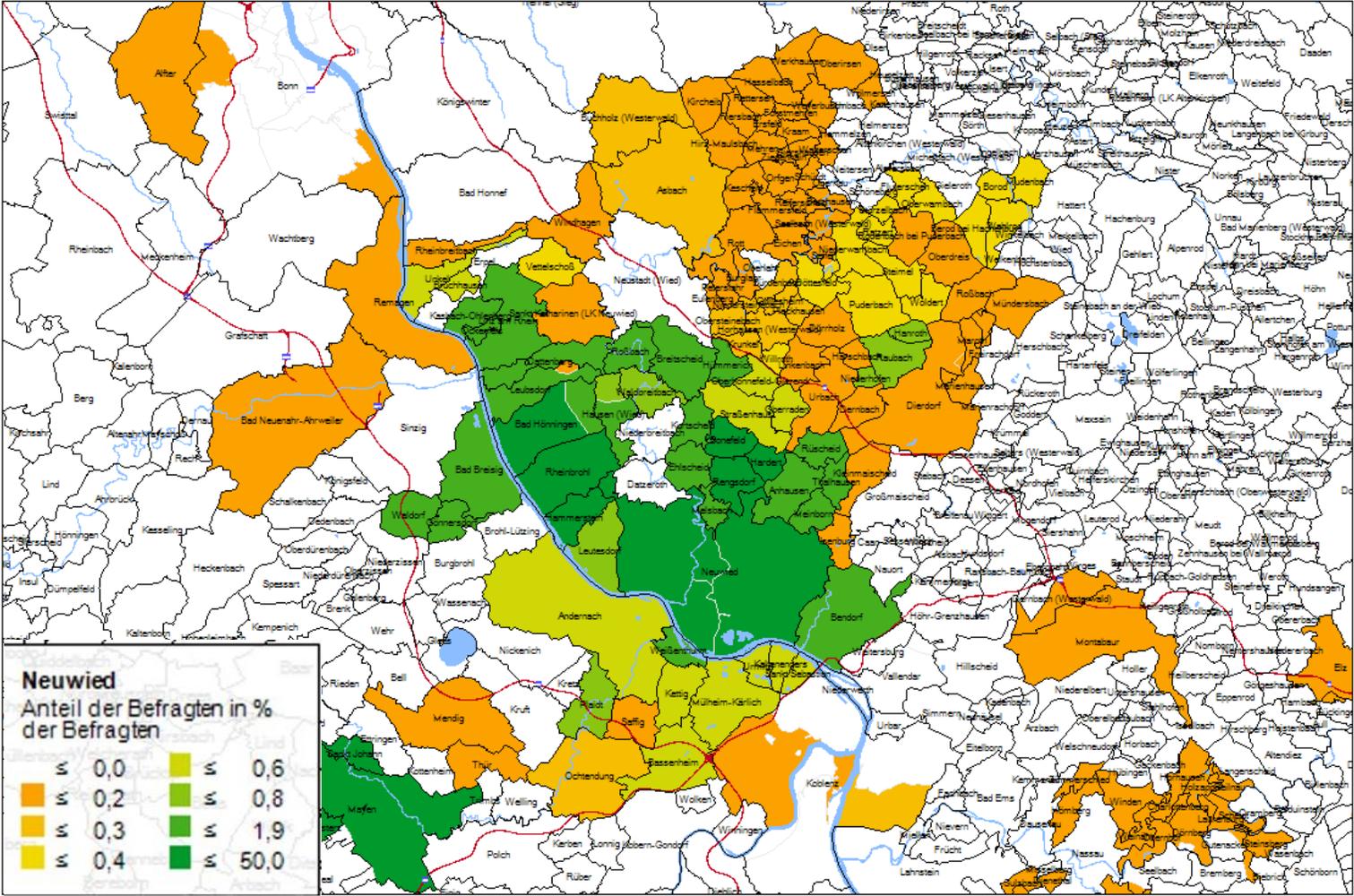
Vitale
Innenstädte
2018

Handel
Allgemein

Einzugsgebiet

Wer besucht die Innenstadt? Wohnort

Durchschnitt der beiden Tage



Einfärbungen in Grüntönen = 0,6% - 50% der Befragten kommen aus diesen Bereichen
keine Färbung/ gelbliche Färbungen = 0,0% - 0,4% der Befragten kommen aus diesen Bereichen

Vitale
Innenstädte
2018

Neuwieder
Ergebnisse

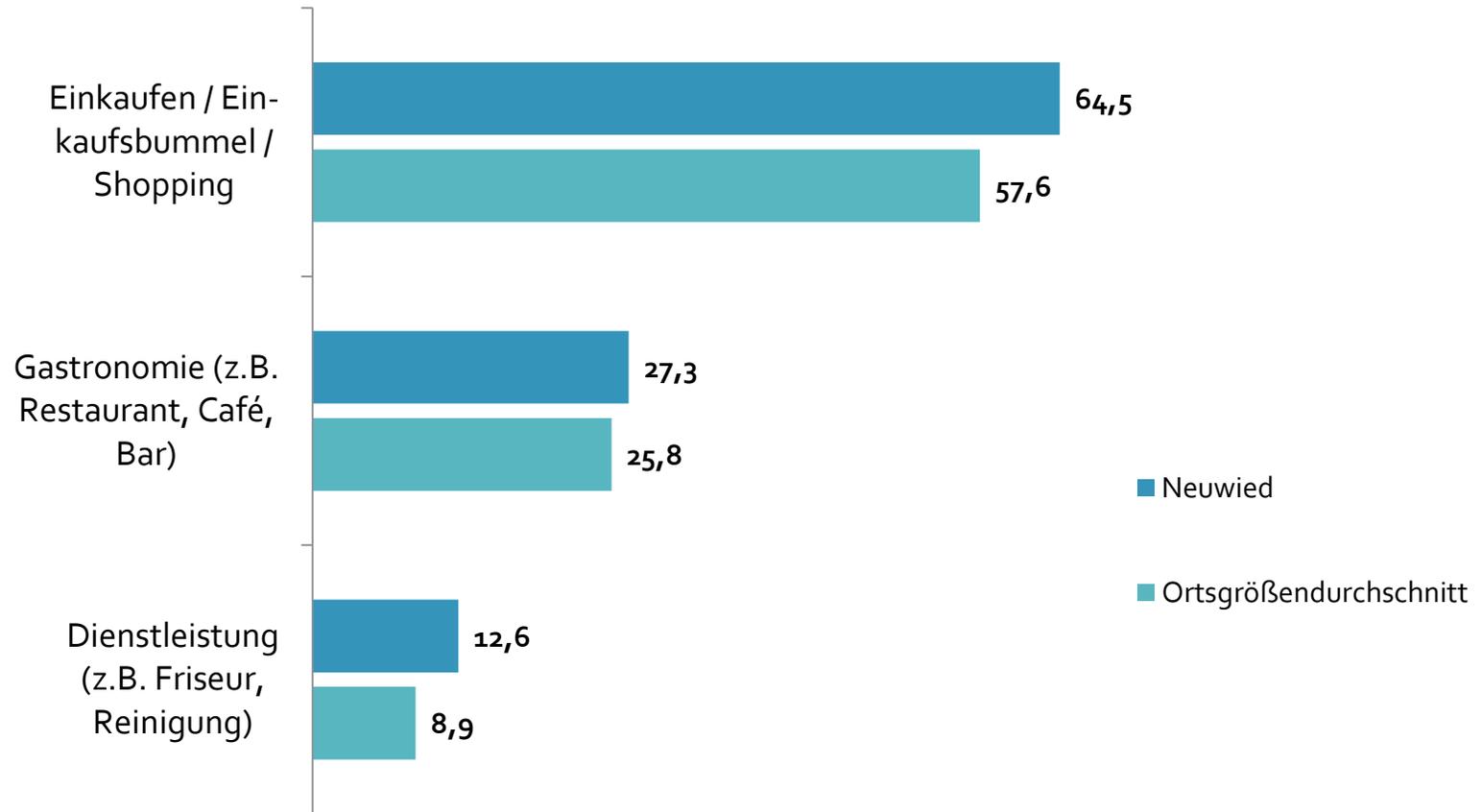
Vitale Innenstädte 2018

Neuwieder Ergebnisse

Besuchsanlass

Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?

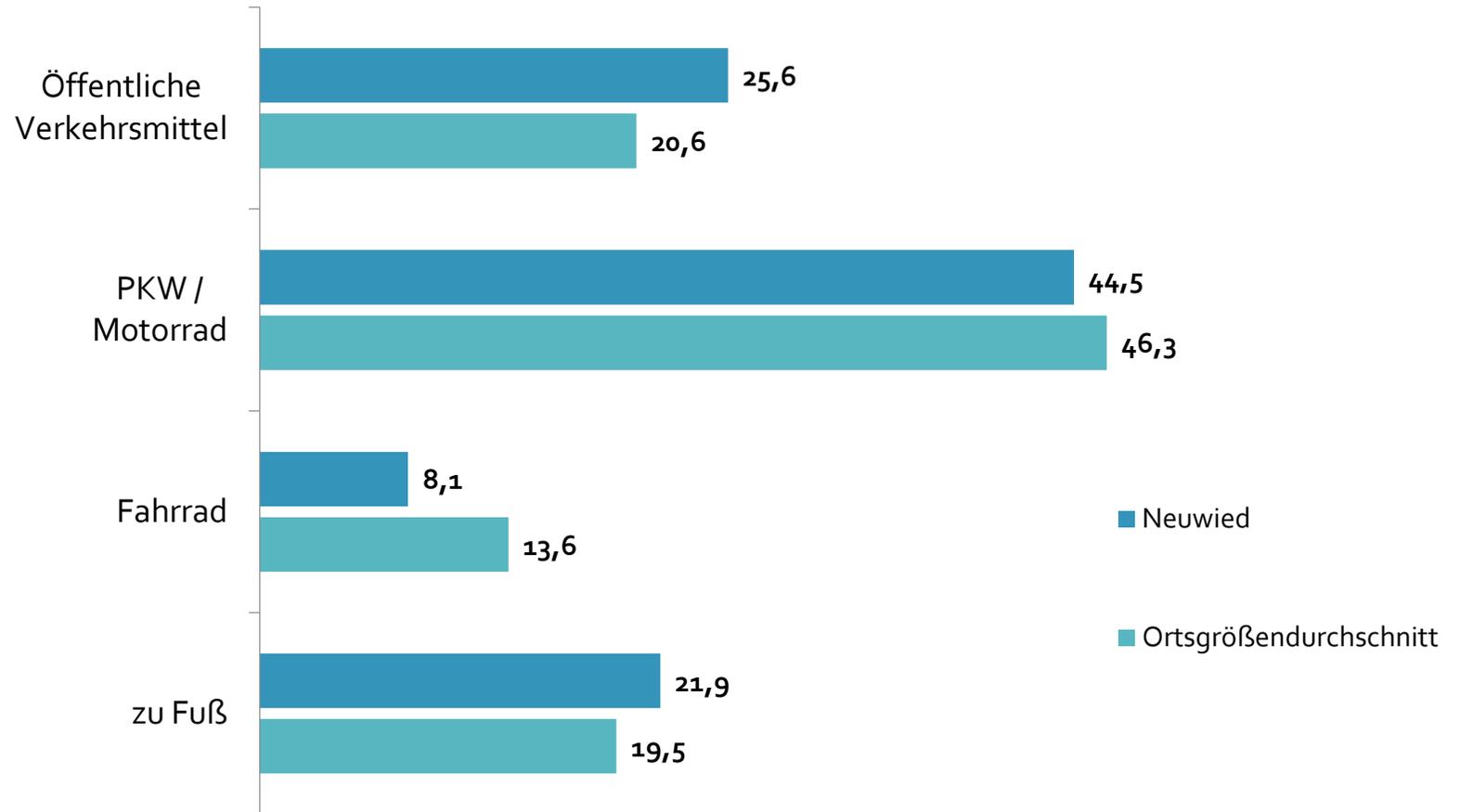
Durchschnitt der beiden Tage



Verkehrsmittel

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

Durchschnitt der beiden Tage



Vitale
Innenstädte
2018

Neuwieder
Ergebnisse

Vitale Innenstädte 2018

Neuwieder Ergebnisse

Aufenthaltsdauer

Wie shoppen die Innenstadtbesucher?

Durchschnitt
der beiden Tage

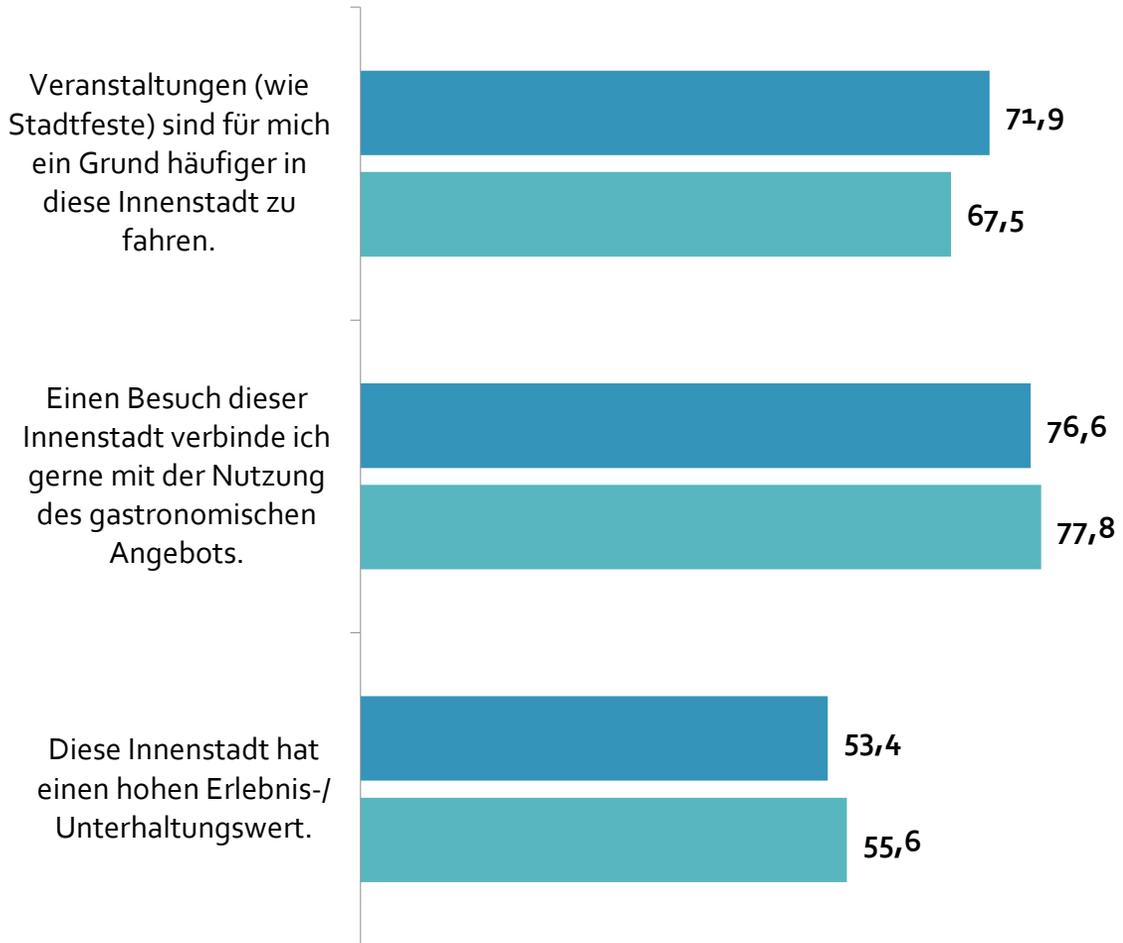
Der durchschnittliche Innenstadtbesucher besucht die Innenstadt wöchentlich (**55,9 %**), besucht zwei Geschäfte (**34,3 %**) und hält sich 1 bis 2 Stunden in der Innenstadt auf (**49,7 %**).



Gastronomisches Angebot und Events

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Durchschnitt
der beiden Tage



- Neuwied
- Ortsgrößendurchschnitt

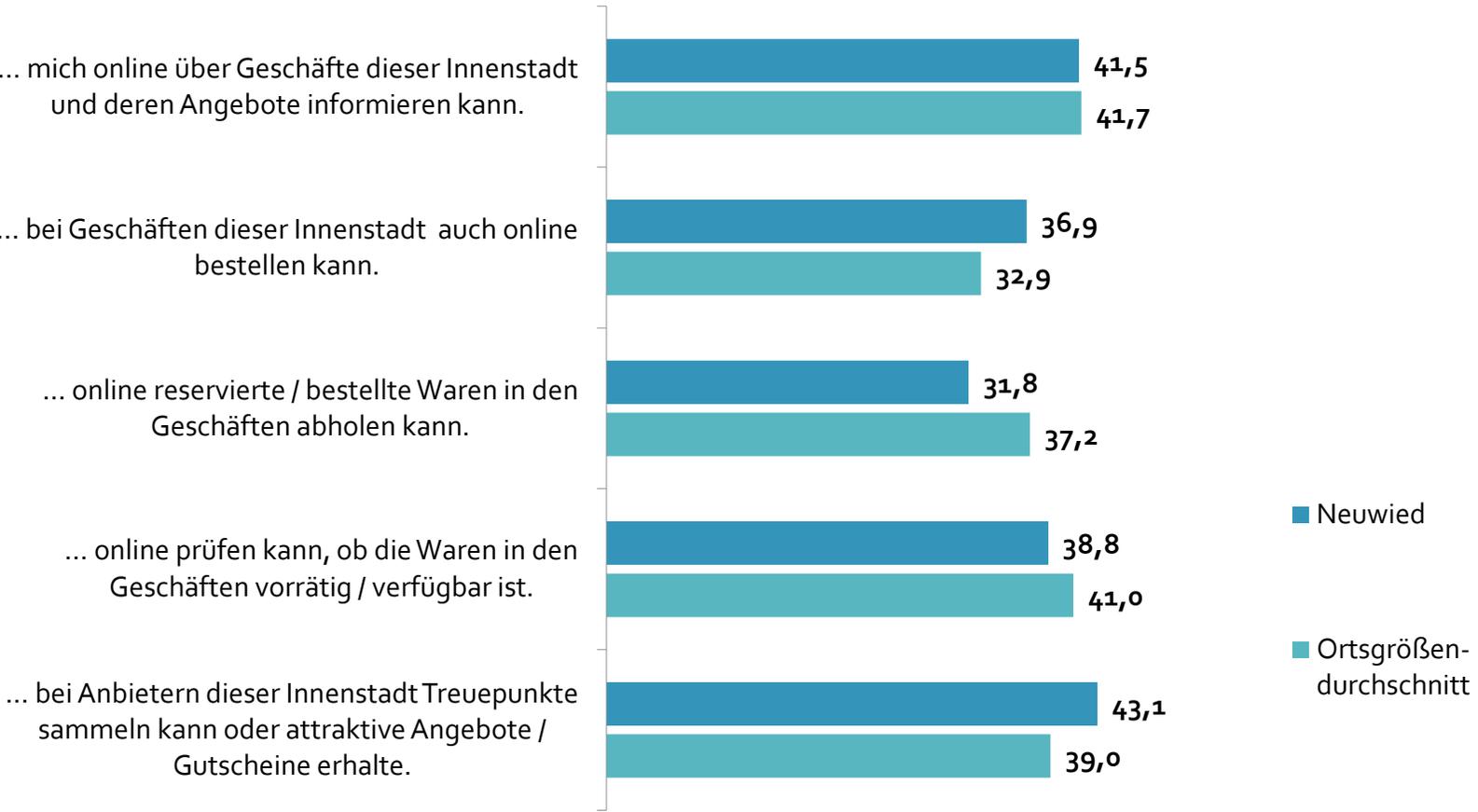
Vitale Innenstädte 2018

Neuwieder Ergebnisse

Online Affinität

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
Für mich ist wichtig, dass ich ...

Durchschnitt
der beiden Tage



Vitale
Innenstädte
2018

Neuwieder
Ergebnisse

Besucherprofil

Folgendes Besucherprofil ergibt sich für Neuwied anhand der häufigsten Nennungen:

Merkmal	Durchschnitt der beiden Tage
 Wohnort	in dieser Stadt
 Geschlecht	weiblich
 Alter	45 Jahre
 Benutztes Verkehrsmittel	PKW / Motorrad
 Besuchshäufigkeit	wöchentlich
 Bewertung insgesamt: Attraktivität der Innenstadt	Note 2,9
 TOP Anlass für Aufenthalt	Einkaufen
	Gastronomie
	Wohnen
 Veränderung Einkaufsverhalten	Nein, ich kaufe zwar online ein, aber besuche diese Innenstadt zum Einkauf unverändert häufig

Vitale
Innenstädte
2018

Neuwieder
Ergebnisse

Vitale Innenstädte 2018

Neuwieder Ergebnisse

Erfolgsfaktoren für die Innenstadt

Hohe Relevanz an Aspekten für die Gesamtwirkung der Innenstadt hat:

- **Ambiente/ Flair**
- **Erreichbarkeit ÖPNV**
- **Gebäude**
- **Sicherheit**
- **Sauberkeit**
- **Einzelhandelsangebot: Lebensmittel,
Wohnen/Einrichten und Bekleidung**

Vitale Innenstädte 2018

Handlungs- ansätze

Was folgt auf die Erkenntnisse?

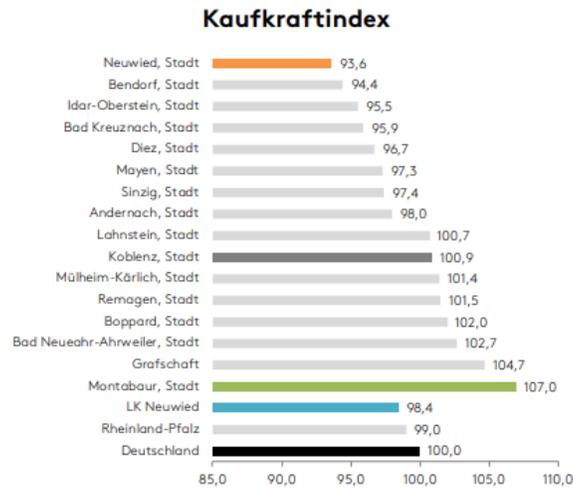
Maßnahmen

- **Einzugsgebiet:**
 - Grundlage zur Werbung von Veranstaltungen
- **Relevanz der Stadtgestalt:**
 - Modernisierungsberatung
 - Gestaltungssatzung
 - Maßnahmen zur Veränderung öffentlicher Plätze (Deichvorgelände, Theatervorplatz, Begrünung Schloßstraße, Gestaltung Luisenplatz,...)
 - Maßnahmen zur Begünstigung der Radverkehrsführung
- **Sicherheit**
 - Stärkung des Sicherheitsgefühls (Sicherheitsspaziergänge)
- **Sauberkeit**
 - Müllvermeidung begünstigen (Becher-Pfand Systeme, ...)
- **Einzelhandelsangebot:**
 - Einzelhandelskonzept
- **Online Affinität**
 - Steigerung der Online Affinität in Kooperation mit dem Gewerbeverein

Ein Großteil der angesprochenen Themen, die ausbaufähig sind, hat das Netzwerk Innenstadt bereits erkannt und arbeitet an Lösungen.

Kaufverhalten in Neuwied

Kaufkraftindex und Zentralitätskennziffer



Der Kaufkraftindex beschreibt die Kaufkraft der Einwohner einer Stadt. Mit einem Wert von 93,6 weist Neuwied eine vergleichsweise niedrige Kaufkraft pro Einwohner für den Einzelhandel auf.



Die Zentralitätskennziffer ist eine Maßzahl, die anzeigt, ob der Einzelhandel überregionale Bedeutung aufweist. Mit einem Wert von 140,8 weist Neuwied, für ein Mittelzentrum, im bundesweiten Vergleich einen unauffälligen Wert auf. Die Zentralitätskennziffer von Mülheim-Kärlich, mit 446,7 ist für ein Grundzentrum und auch im regionalen Vergleich ungewöhnlich hoch. Die hier entstandene ungeordnete Sonderentwicklung wirkt sich auf die umliegenden Standorte aus.

Vitale Innenstädte 2018

Kontakt

Fragen zu dem Thema

Bei weiteren Fragen zu der Umfrage, wenden Sie sich gerne an:

Stadtverwaltung Neuwied
Amt Büro des Oberbürgermeisters
Bereich Citymanagement

Frau Julia Wiederstein
Master of Arts
Tel.: 02631-802 614
E-Mail: jwiederstein@neuwied.de