

Vitale Innenstädte 2016

Neustadt am Rübenberge

23.02.2017





NEUSTADT
AM RÜBENBERGE

Uwe Sternbeck

Bürgermeister
Neustadt am Rübenberge



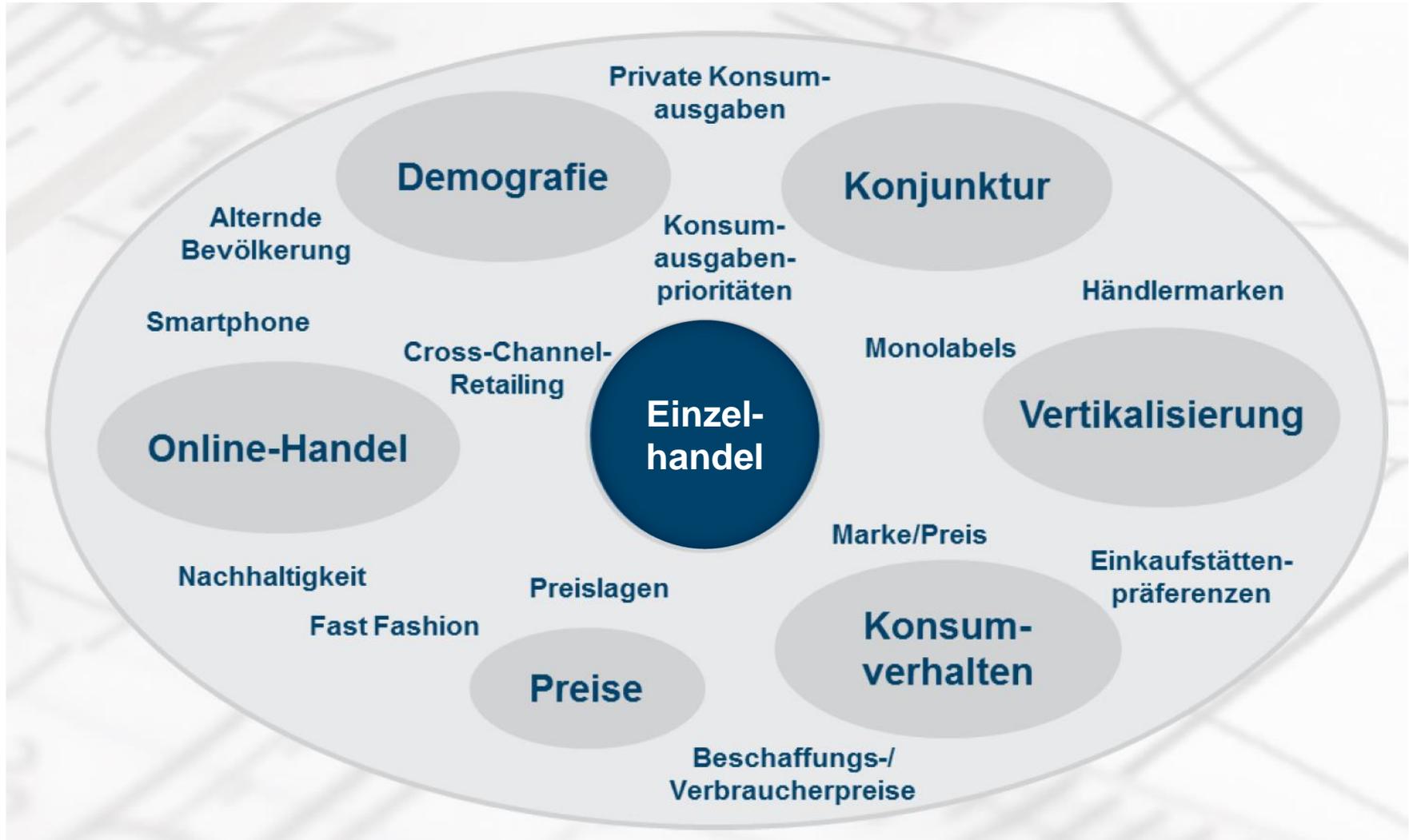
Handelsverband Hannover

Arne Decker

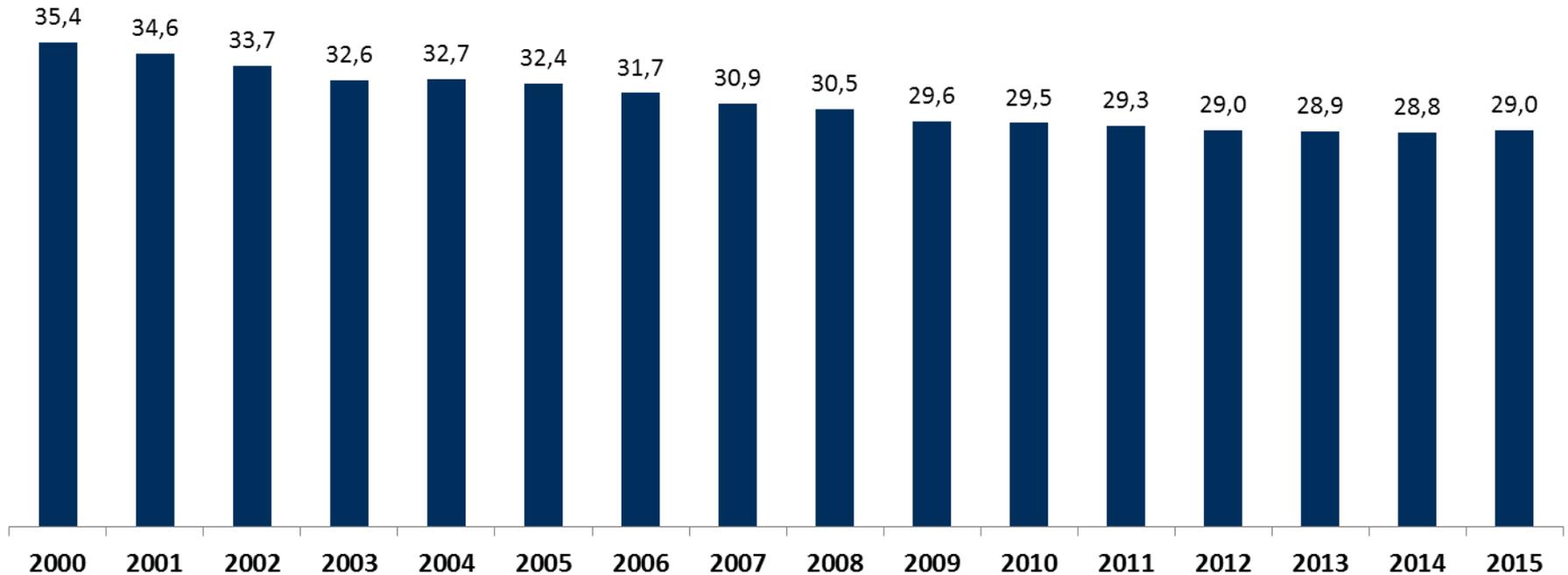
Bereichsleiter

Stadtentwicklung / Standort / Verkehr

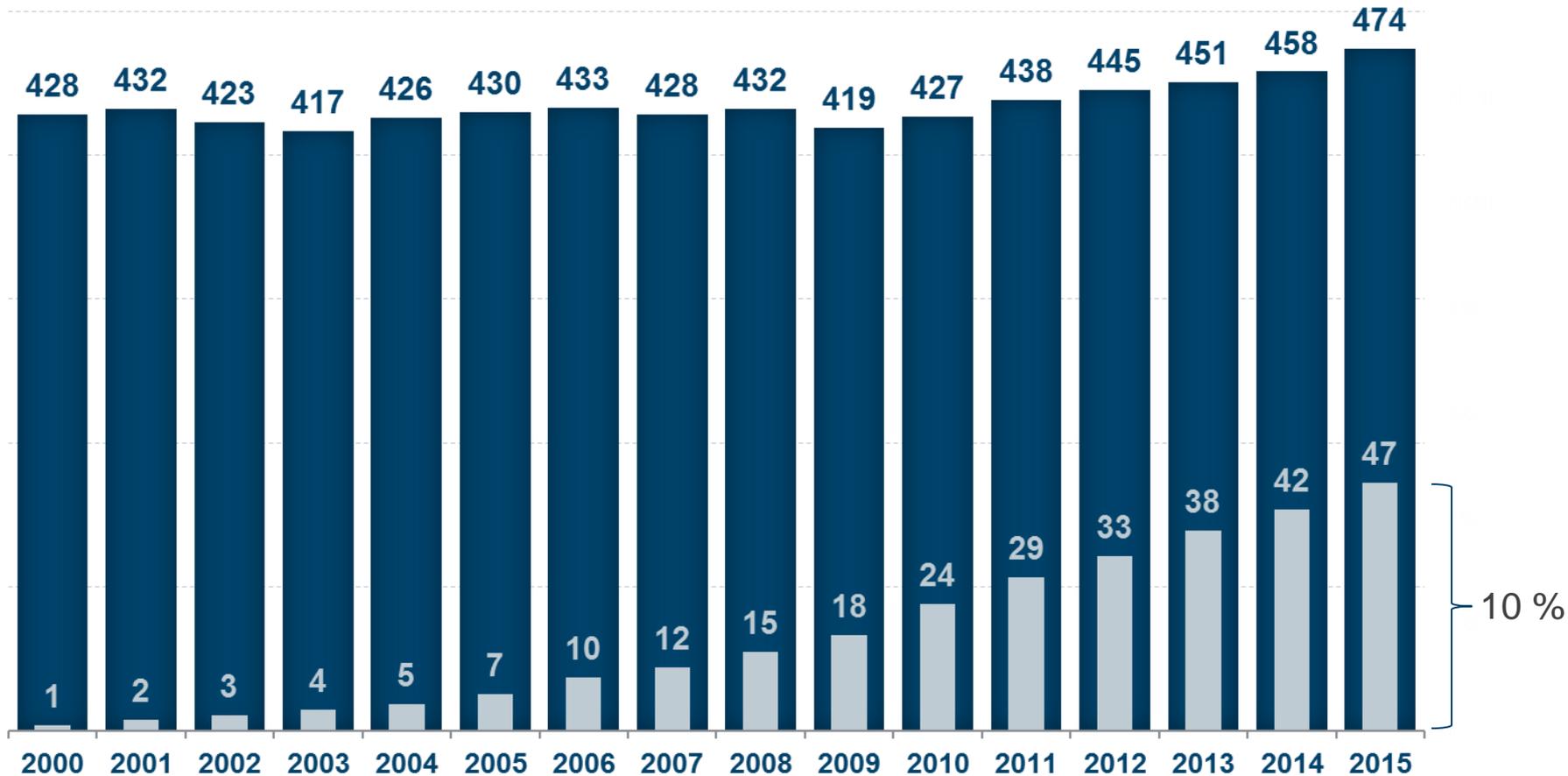
Handelsverband Hannover



Anteil Einzelhandelsumsatz am privaten Konsum in %



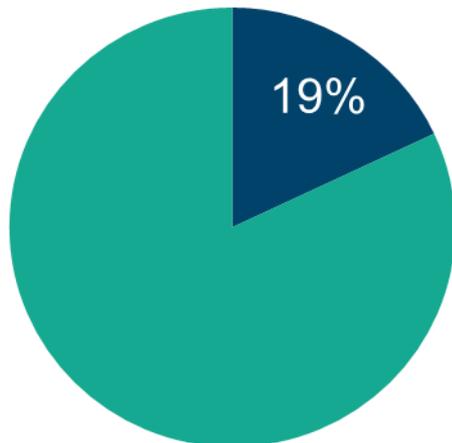
■ Einzelhandel in Mrd. Euro ■ davon: Onlinehandel in Mrd. Euro





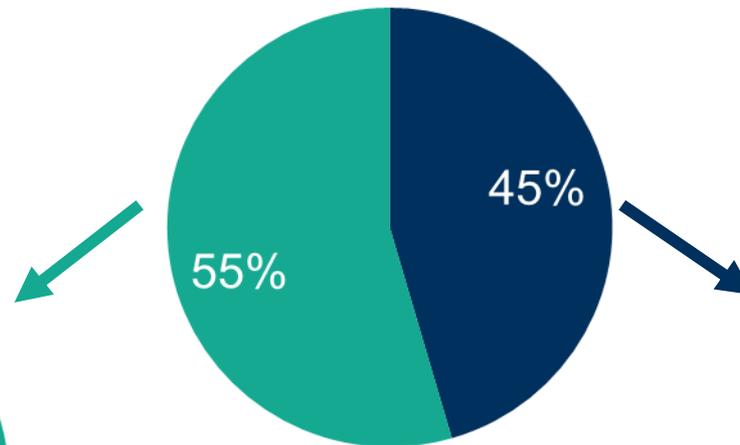
Nonfood

Online-Marktanteil in %



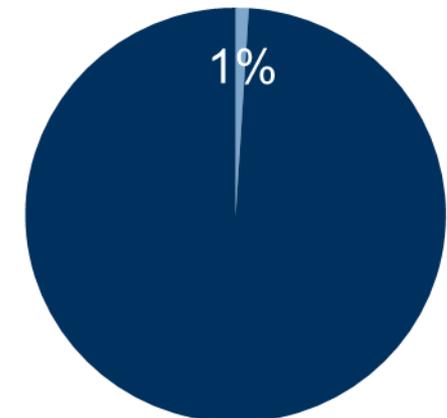
Gesamter Einzelhandel

Umsatzanteile Nonfood und FMCG in %



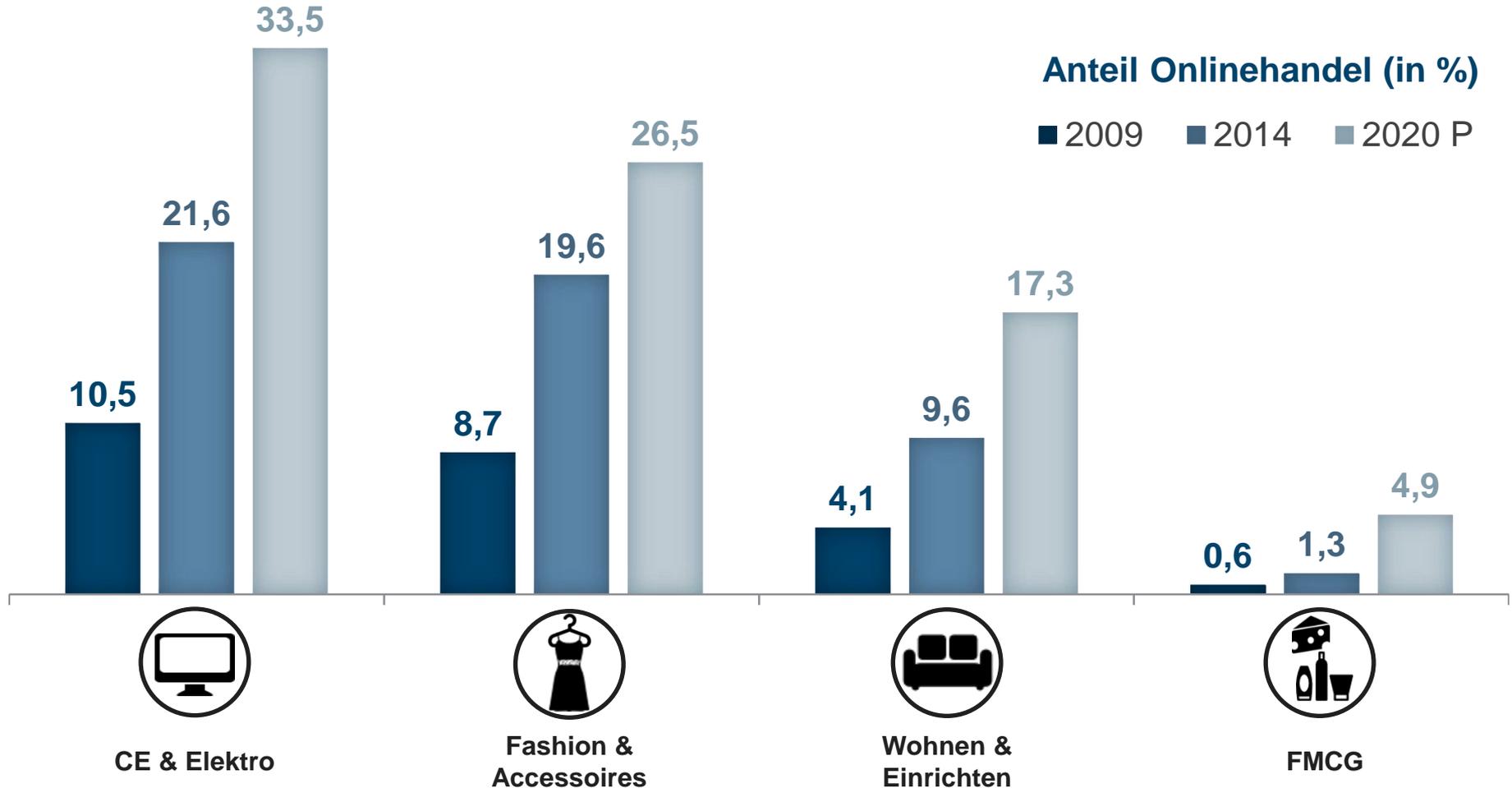
FMCG

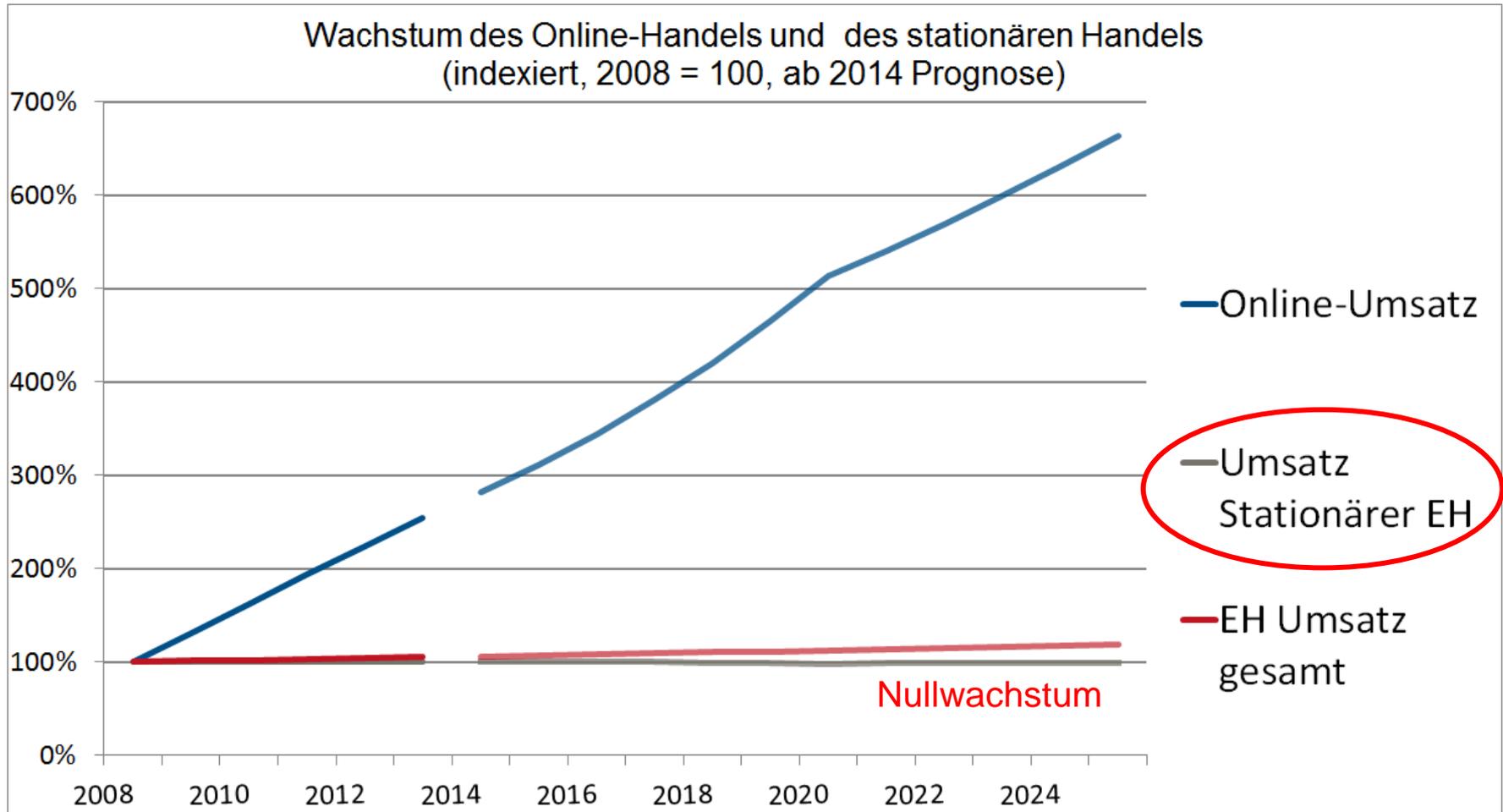
Online-Marktanteil in %



- Niedriger Online-Handel-Anteil bei FMCG drückt Gesamtanteil
- Über die Hälfte des Einzelhandelsvolumens nahezu „internetfrei“

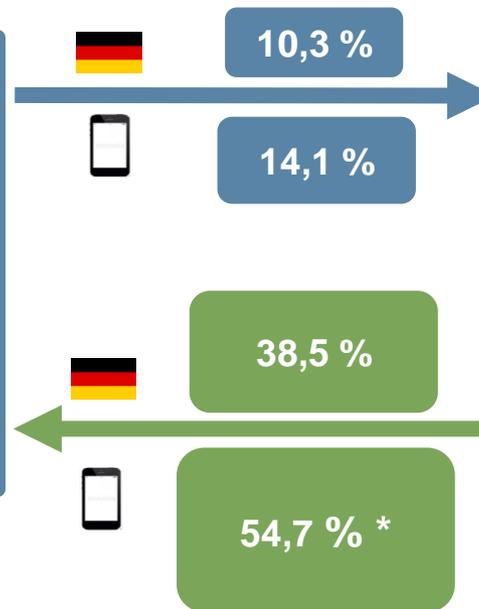
Online-Durchdringung variiert nach Branche





Online ist mittlerweile der Showroom des stationären Handels und wird weiter an Bedeutung gewinnen.

Stationäre Geschäftsstellen



Online-Shop



384 ≤ n ≤ 826

*Lesebeispiel: Bei den Smart Natives gehen 54,7 Prozent der Käufe in stationären Geschäftsstellen eine Informationssuche in Online-Shops voraus. Bei den Deutschen Onlinern sind es lediglich 38,5 Prozent.

Kanalpräferenzen nehmen ab – selektive Kanalwahl dominiert.



Institut für Demoskopie Allensbach: ACTA 2012, Allensbach, 2012. ECC Köln: Cross-Channel 2020 – Smart Natives im Fokus, Köln, 2014. ECC Köln: Cross-Channel im Umbruch – Das Informations- und Kaufverhalten der Konsumenten, Köln, 2015.

1

Einleitung

2

Management Summary

3

Wer besucht die Innenstadt?

4

Was sind die präferierten Einkaufsstätten der Besucher der Innenstadt?

5

Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?

6

Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?

7

Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?

8

Strukturdaten der Stadt unter der Lupe

9

Anhang: weitere Angebote und Kontakt

Teilnehmende Städte nach Ortsgrößen



Ortsgröße 1 – bis 25.000 Einwohner

30 teilnehmende Städte: z.B. Saarburg, Holzminden, Quedlinburg



Ortsgröße 2 – 25.000 bis 50.000 Einwohner

30 teilnehmende Städte: z.B. Verden, Stade, Ravensburg



Ortsgröße 3 – 50.000 bis 100.000 Einwohner

31 teilnehmende Städte: z.B. Ibbenbüren, Bayreuth, Düren



Ortsgröße 4 – 100.000 bis 200.000 Einwohner

12 teilnehmende Städte: z.B. Trier, Darmstadt, Kassel



Ortsgröße 5 – 200.000 bis 500.000 Einwohner

10 teilnehmende Städte: z.B. Erfurt, Wiesbaden, Bochum



Ortsgröße 6 – mehr als 500.000 Einwohner

8 teilnehmende Städte: z.B. Nürnberg, Köln, Hamburg

Befragung

Do. 22.09.

Sa. 24.09.

1

Einleitung

2

Management Summary

3

Wer besucht die Innenstadt?

4

Was sind die präferierten Einkaufsstätten der Besucher der Innenstadt?

5

Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?

6

Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?

7

Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?

8

Strukturdaten der Stadt unter der Lupe

Welche Schulnote würden Sie dieser [der von Ihnen besuchten] Innenstadt in Bezug auf ihre Attraktivität geben?*



Gesamtdurchschnitt über alle 121 teilnehmenden Städte

Durchschnittnoten der Städte in den einzelnen Ortsgrößenklassen

Einwohner Ø nach Ortsgröße

über 500.000 2,3

200.000 bis 500.000 2,5

100.000 bis 200.000 2,6

50.000 bis 100.000 2,6

25.000 bis 50.000 2,8

bis 25.000 2,8

Top-Performer in den einzelnen Ortsgrößenklassen

Leipzig

Erfurt

Heidelberg

Hilden**

Wismar

Quedlinburg

*Bewertung anhand von Schulnoten 1 bis 6, Gesamtdurchschnitte über alle teilnehmenden Städte der entsprechenden Ortsgrößen
**Aufgrund der sehr geringen Anzahl der Befragten des Bestplatzierten in dieser Kategorie, wurde hier der Zweitplatzierte ausgewiesen

1

Einleitung

2

Management Summary

3

Wer besucht die Innenstadt?

4

Was sind die präferierten Einkaufsstätten der Besucher der Innenstadt?

5

Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?

6

Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?

7

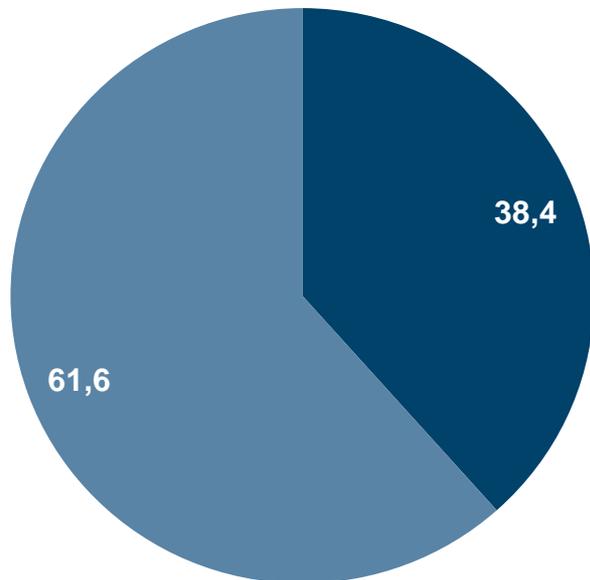
Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?

8

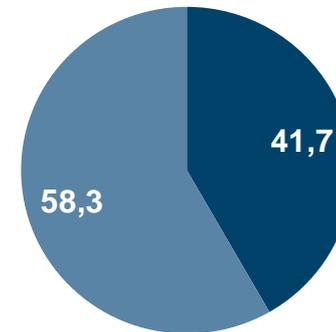
Strukturdaten der Stadt unter der Lupe

Geschlecht der Besucher

Neustadt am Rübberge



Ortsgrößen- durchschnitt



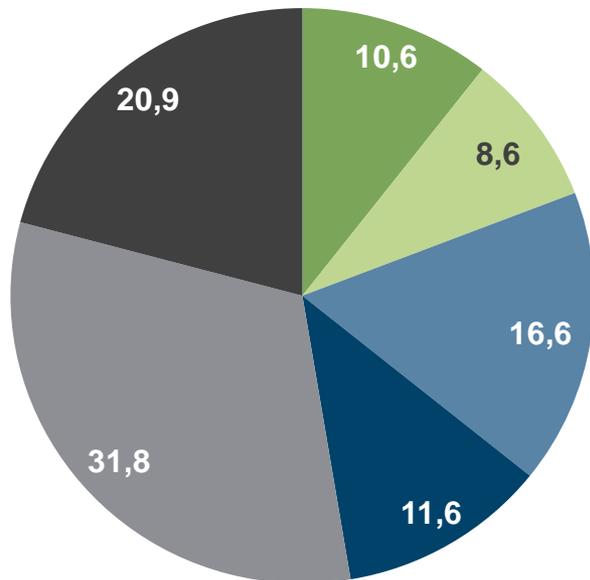
- männlich
- weiblich

n = 413

Angaben in % der Befragten

Alter der Besucher

Neustadt am Rübberge



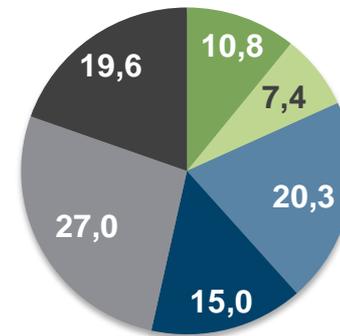
Durchschnittsalter:
48,2 Jahre

n = 391

Angaben in % der Befragten

- bis 20
- 21-25
- 26-40
- 41-50
- 51-65
- über 65

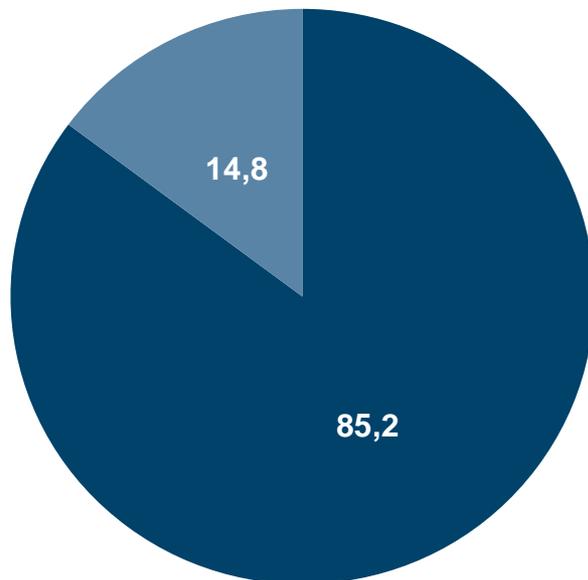
Ortsgrößen- durchschnitt



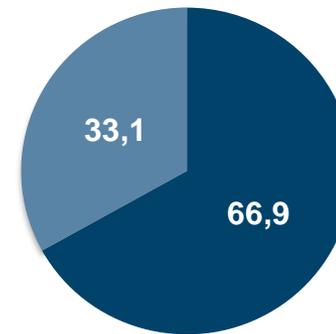
Durchschnittsalter:
47,1 Jahre

Wohnen Sie in dieser Stadt oder außerhalb?

Neustadt am Rügenberge



Ortsgrößen-
durchschnitt



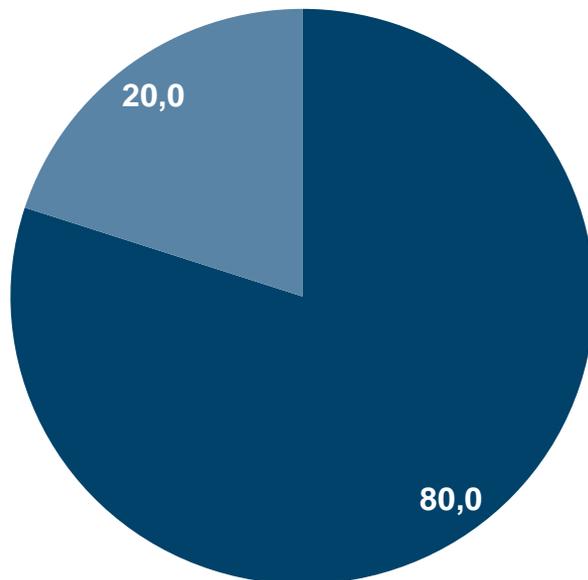
- in dieser Stadt
- außerhalb

n = 411

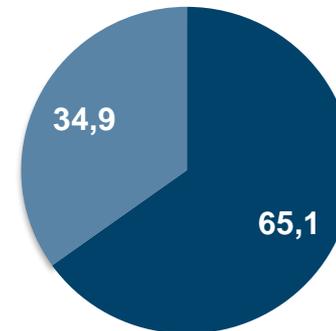
Angaben in % der Befragten

Wohnen Sie in dieser Stadt oder außerhalb?

Neustadt am Rügenberge



Ortsgrößen- durchschnitt



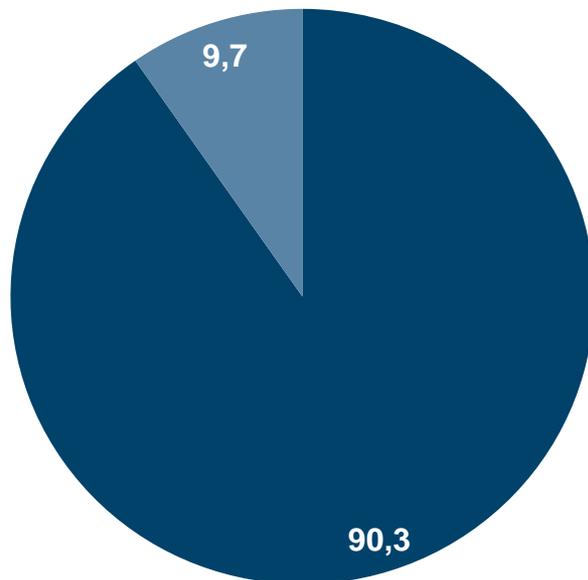
- in dieser Stadt
- außerhalb

n = 215

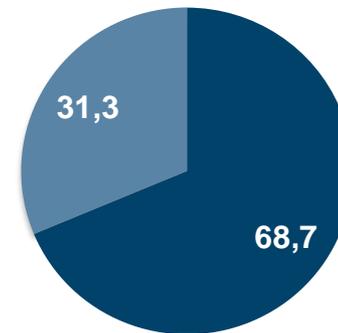
Angaben in % der Befragten

Wohnen Sie in dieser Stadt oder außerhalb?

Neustadt am Rübberge



Ortsgrößen- durchschnitt



- in dieser Stadt
- außerhalb

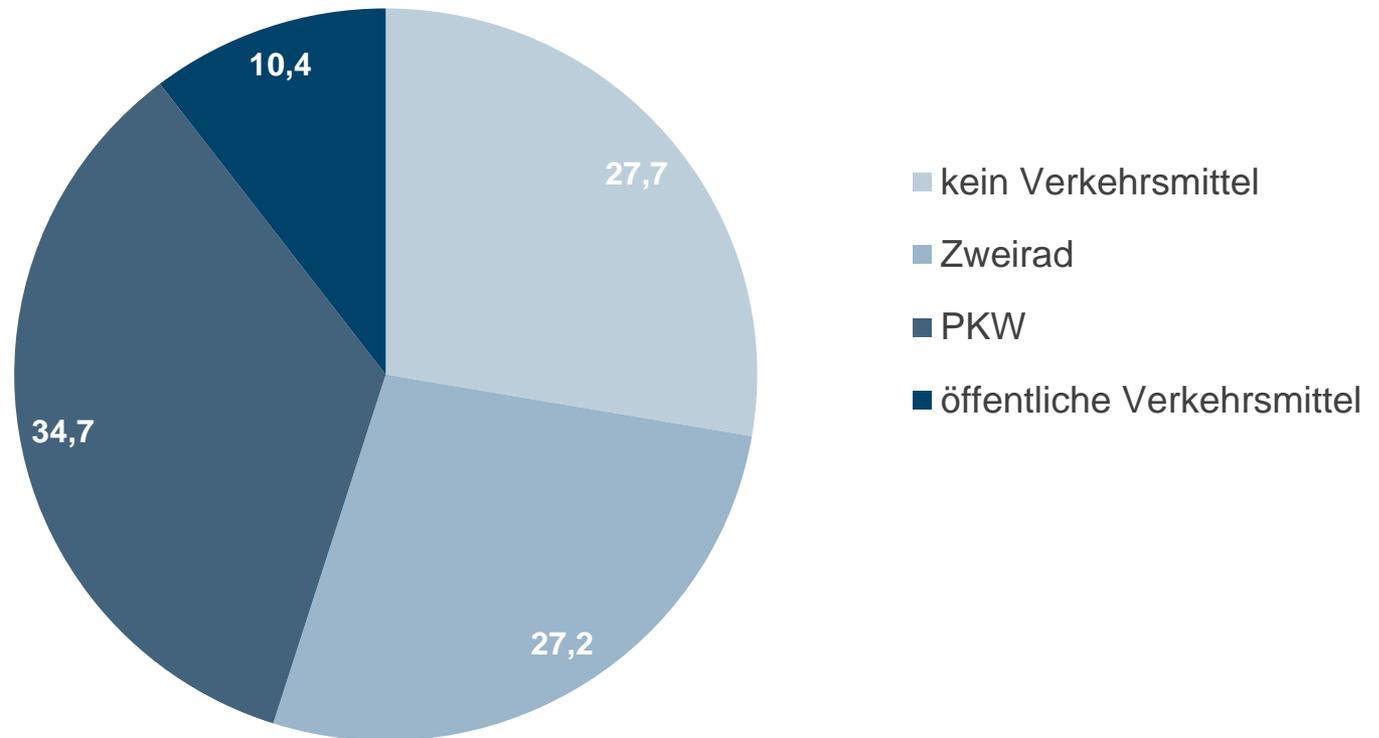
n = 196

Angaben in % der Befragten

Wie wird die Innenstadt besucht?

Durchschnitt
der beiden Tage

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?



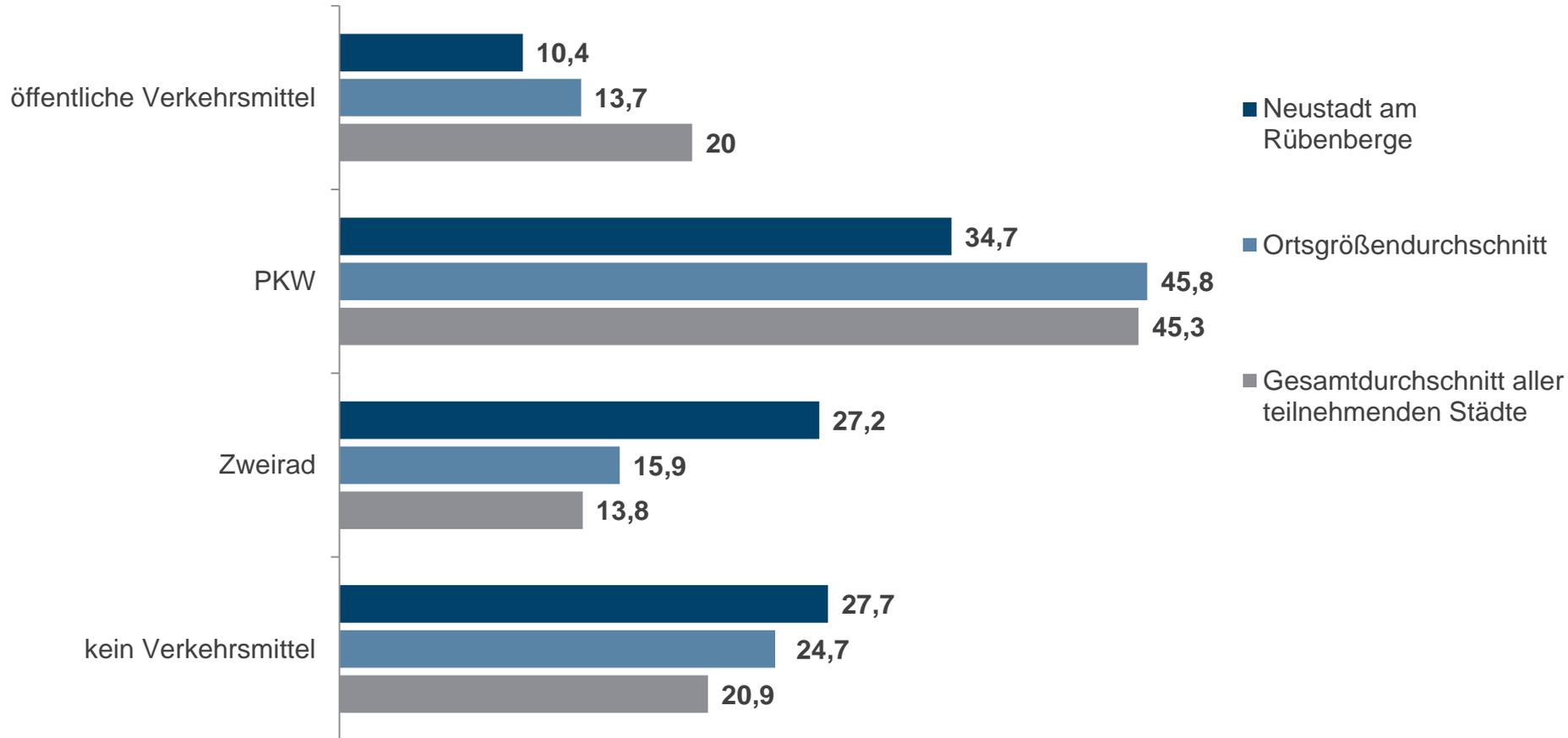
n = 405

Angaben in % der Befragten

Wie wird die Innenstadt besucht?

Durchschnitt
der beiden Tage

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?



n = 405

Angaben in % der Befragten

Profil eines typischen Innenstadtbesuchers in Neustadt am Rübberge

Folgendes Besucherprofil ergibt sich für Neustadt am Rübberge anhand der häufigsten Nennungen:

Merkmal	Donnerstag	Samstag
 Wohnort	in dieser Stadt	in dieser Stadt
 Geschlecht	weiblich	weiblich
 Alter	46 Jahre	50 Jahre
 Benutztes Verkehrsmittel	PKW	PKW
 Besuchshäufigkeit	wöchentlich	wöchentlich

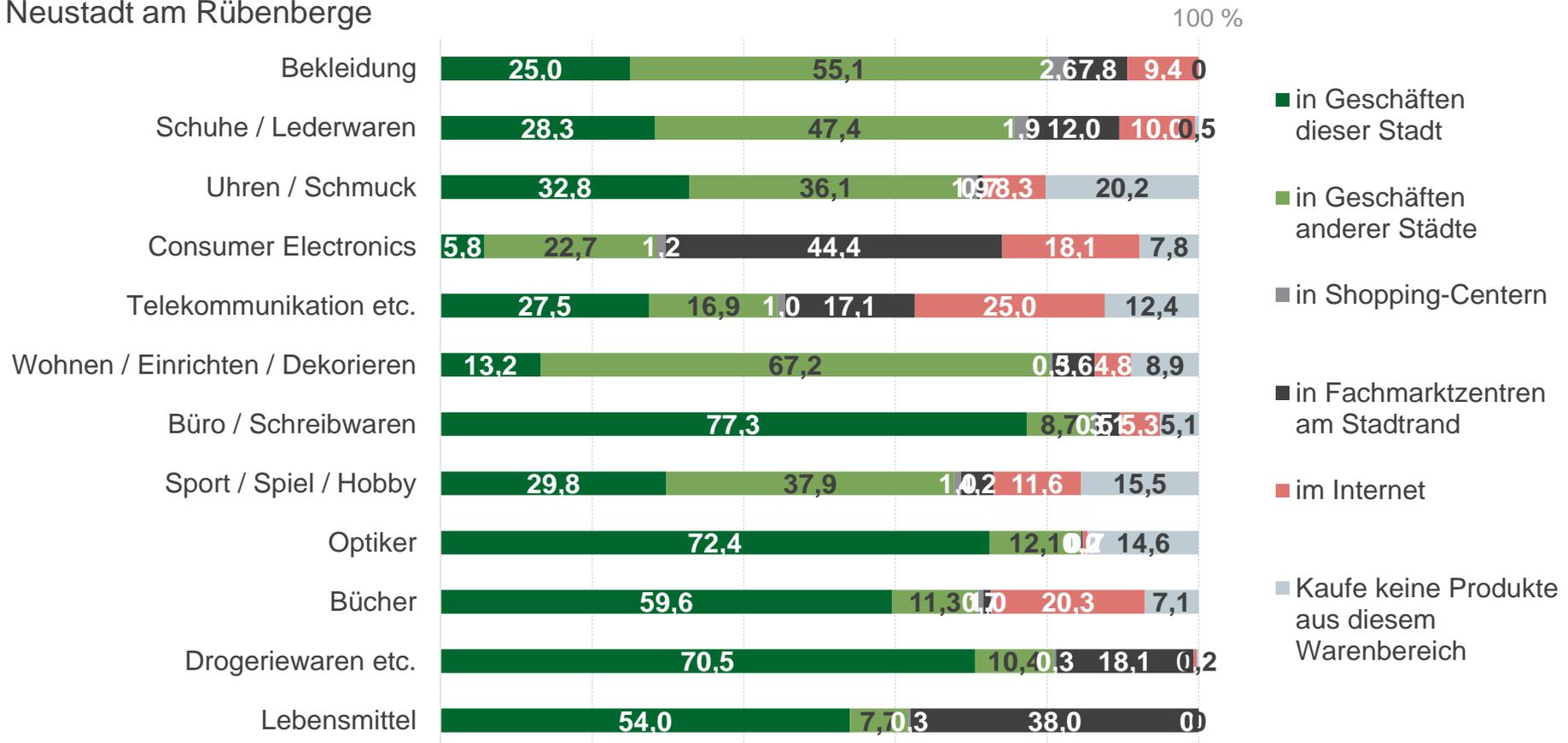
- 1 Einleitung
- 2 Management Summary
- 3 Wer besucht die Innenstadt?
- 4 Was sind die präferierten Einkaufsstätten der Besucher der Innenstadt?**
- 5 Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?
- 6 Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?
- 7 Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?
- 8 Strukturdaten der Stadt unter der Lupe

Was sind die präferierten Einkaufsstätten der Besucher der Innenstadt?

Durchschnitt
der beiden Tage

Wo kaufen Sie hauptsächlich Produkte aus den folgenden Warenbereichen ein?

Neustadt am Rübberge



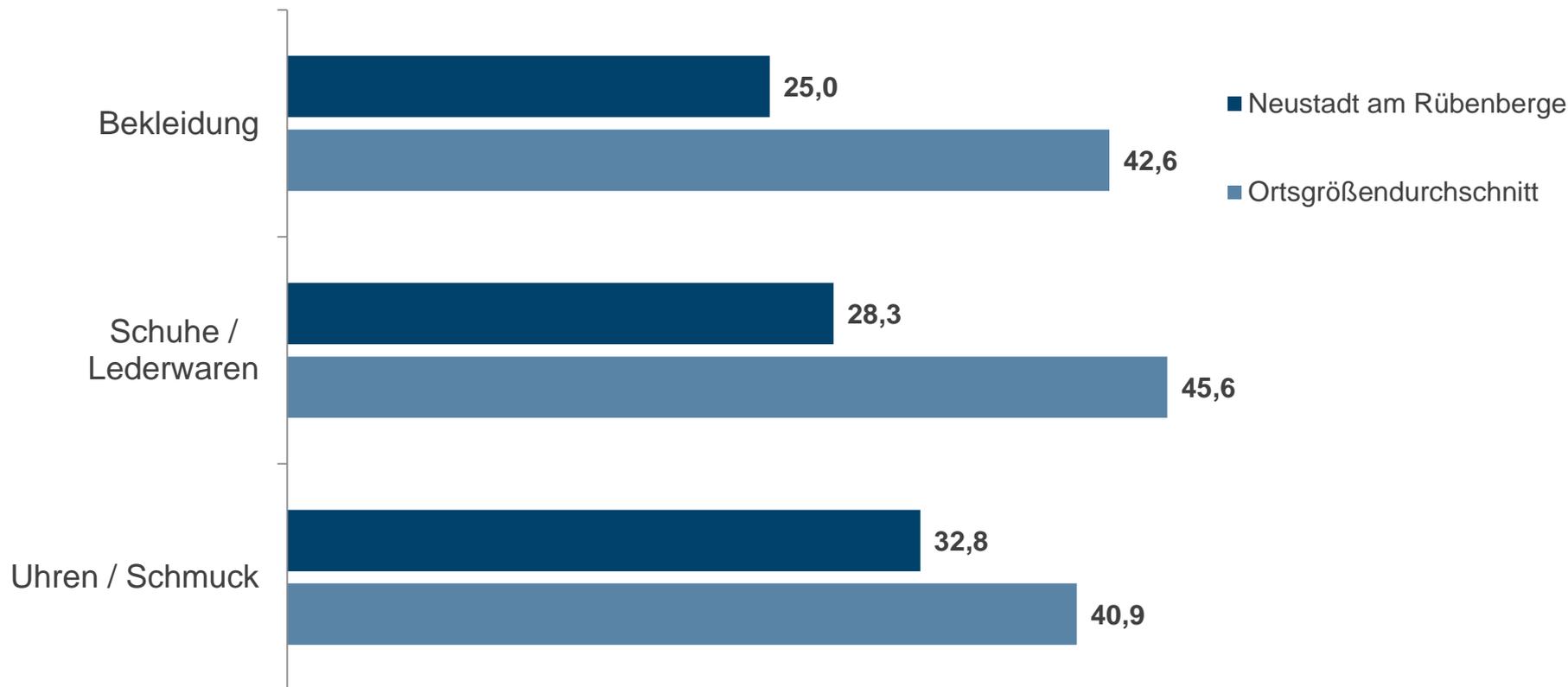
412 ≥ n ≥ 401

Angaben in % der Befragten

Was sind die präferierten Einkaufsstätten der Besucher der Innenstadt?

Durchschnitt
der beiden Tage

Wo kaufen Sie hauptsächlich Produkte aus den folgenden Warenbereichen ein? Anteil der Nennungen „in dieser Stadt“:



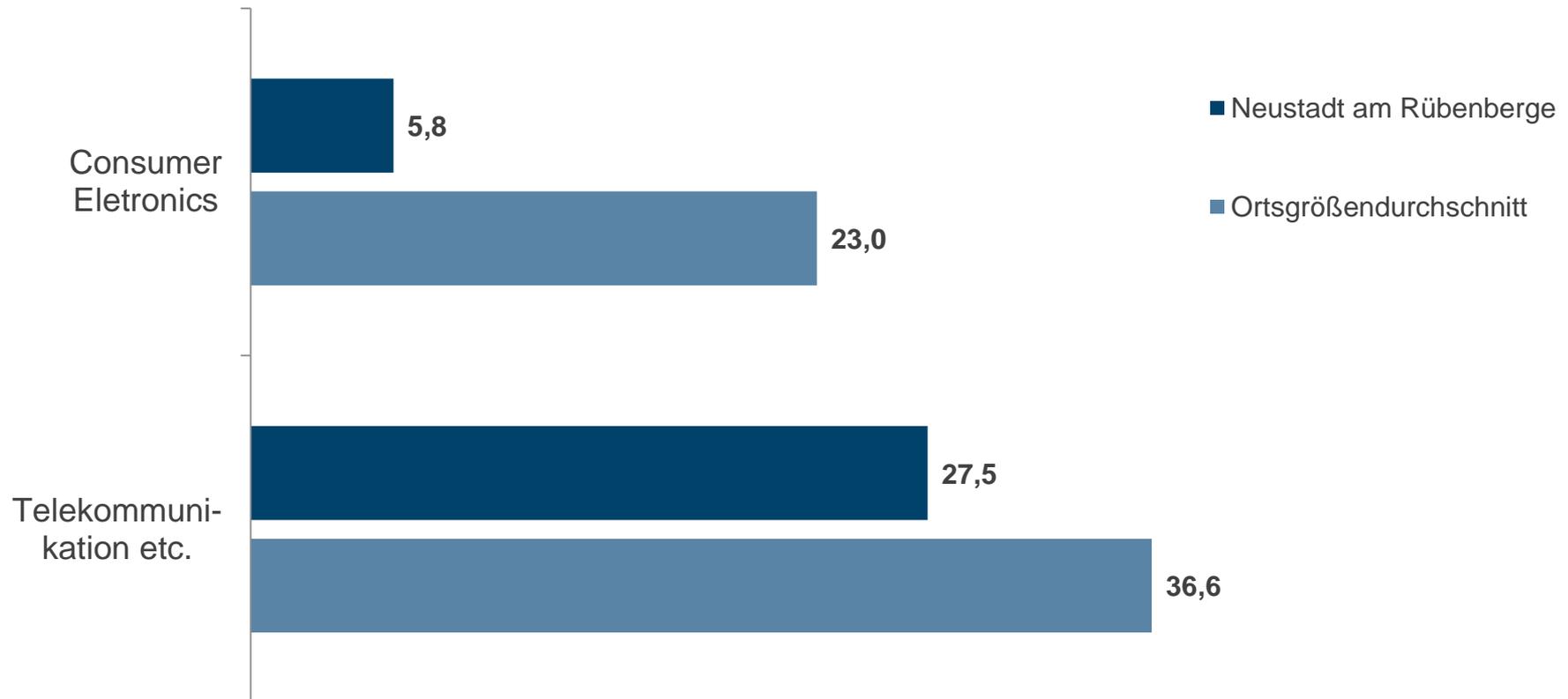
412 ≥ n ≥ 406

Angaben in % der Befragten

Was sind die präferierten Einkaufsstätten der Besucher der Innenstadt?

Durchschnitt
der beiden Tage

Wo kaufen Sie hauptsächlich Produkte aus den folgenden Warenbereichen ein? Anteil der Nennungen „in dieser Stadt“:



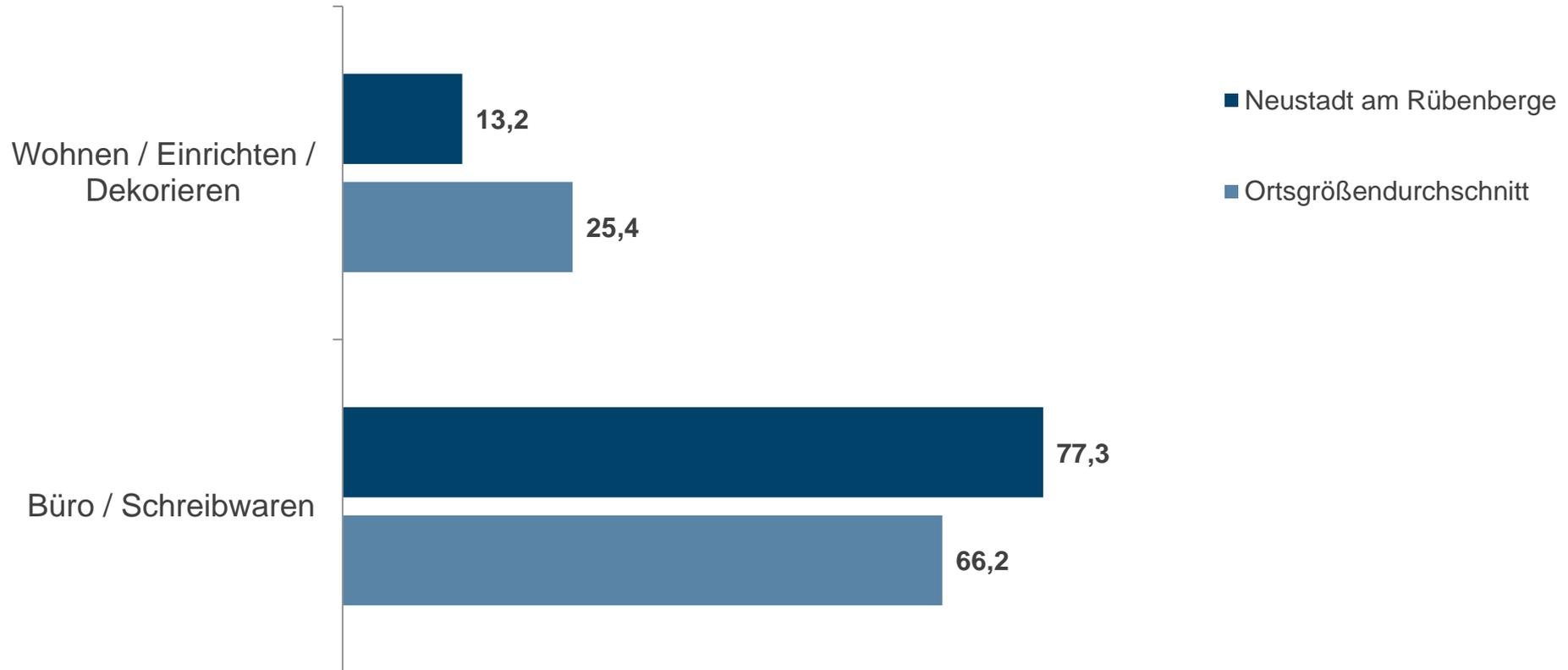
411 ≥ n ≥ 410

Angaben in % der Befragten

Was sind die präferierten Einkaufsstätten der Besucher der Innenstadt?

Durchschnitt
der beiden Tage

Wo kaufen Sie hauptsächlich Produkte aus den folgenden Warenbereichen ein? Anteil der Nennungen „in dieser Stadt“:



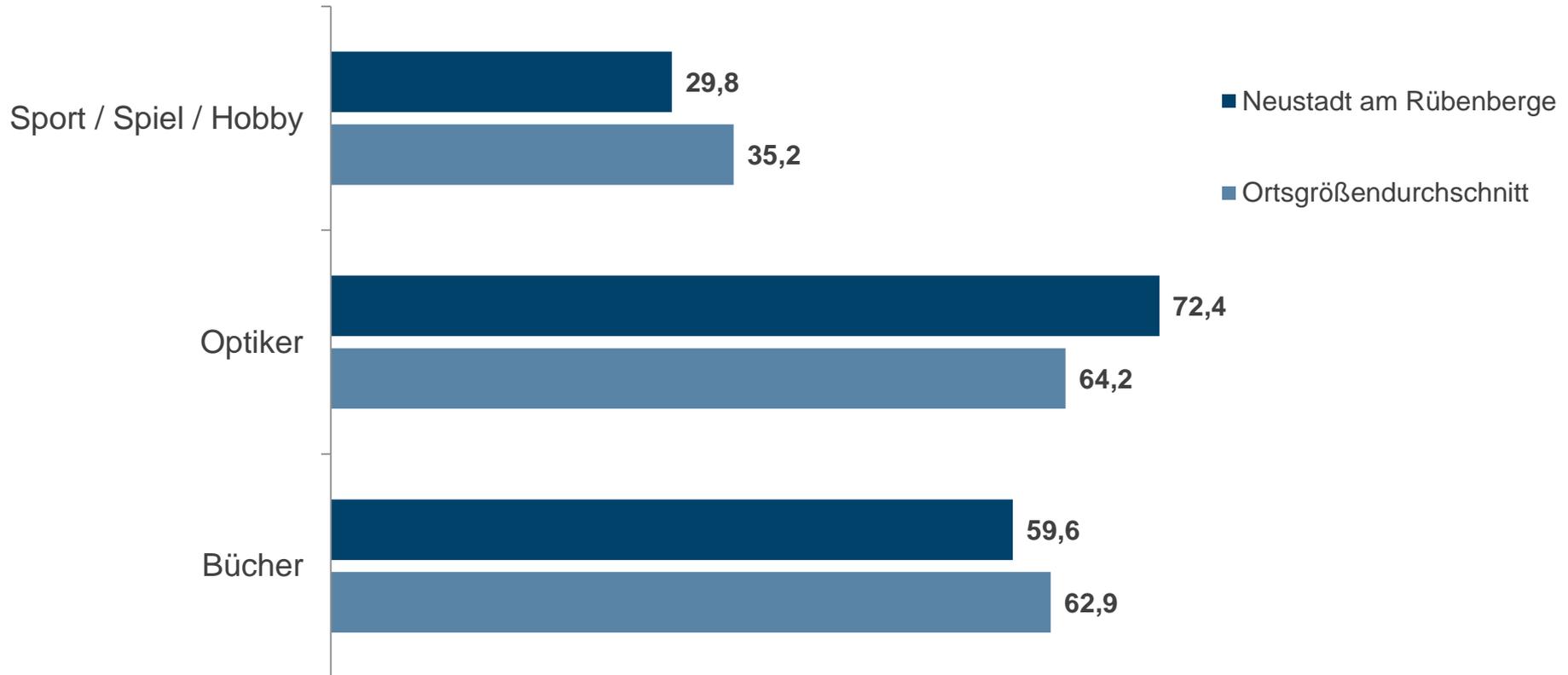
412 ≥ n ≥ 410

Angaben in % der Befragten

Was sind die präferierten Einkaufsstätten der Besucher der Innenstadt?

Durchschnitt
der beiden Tage

Wo kaufen Sie hauptsächlich Produkte aus den folgenden Warenbereichen ein? Anteil der Nennungen „in dieser Stadt“:



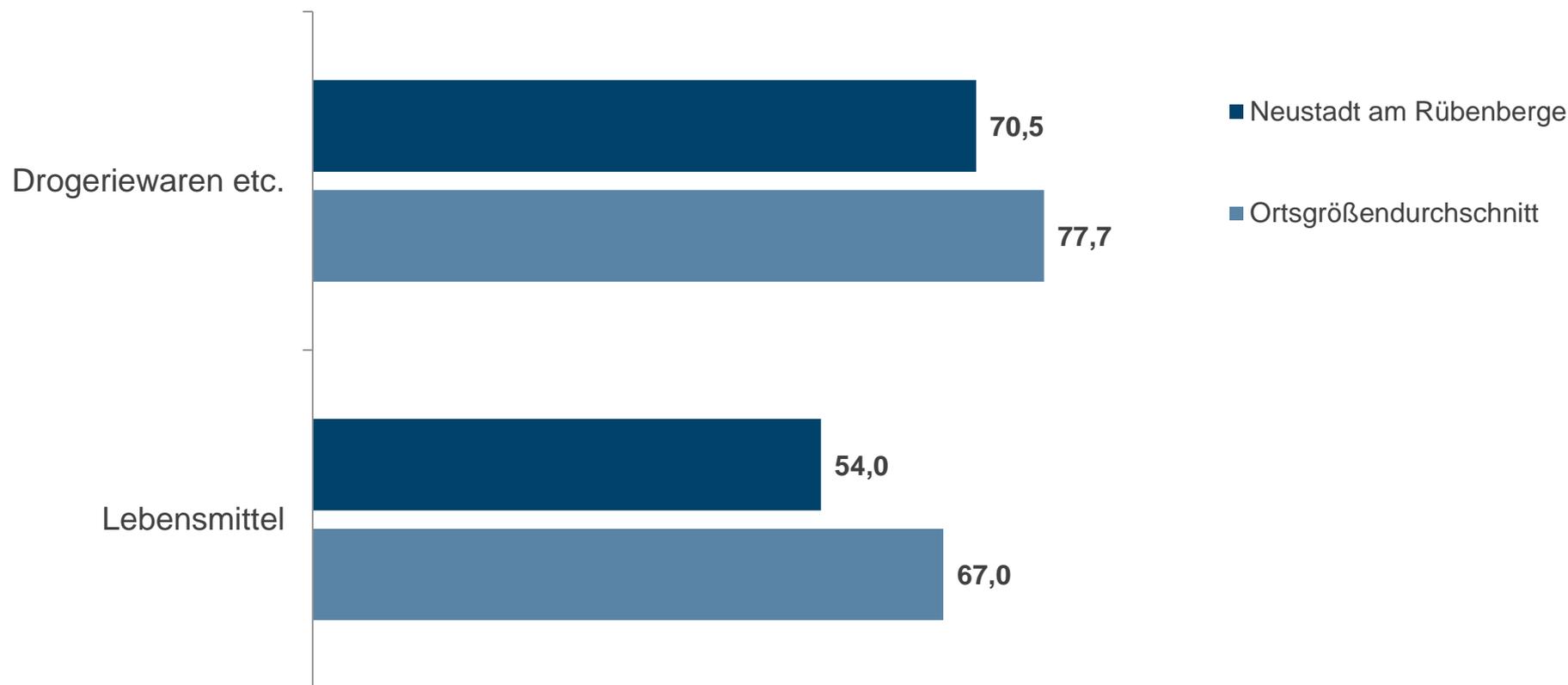
407 ≥ n ≥ 401

Angaben in % der Befragten

Was sind die präferierten Einkaufsstätten der Besucher der Innenstadt?

Durchschnitt
der beiden Tage

Wo kaufen Sie hauptsächlich Produkte aus den folgenden Warenbereichen ein? Anteil der Nennungen „in dieser Stadt“:



411 ≥ n ≥ 410

Angaben in % der Befragten

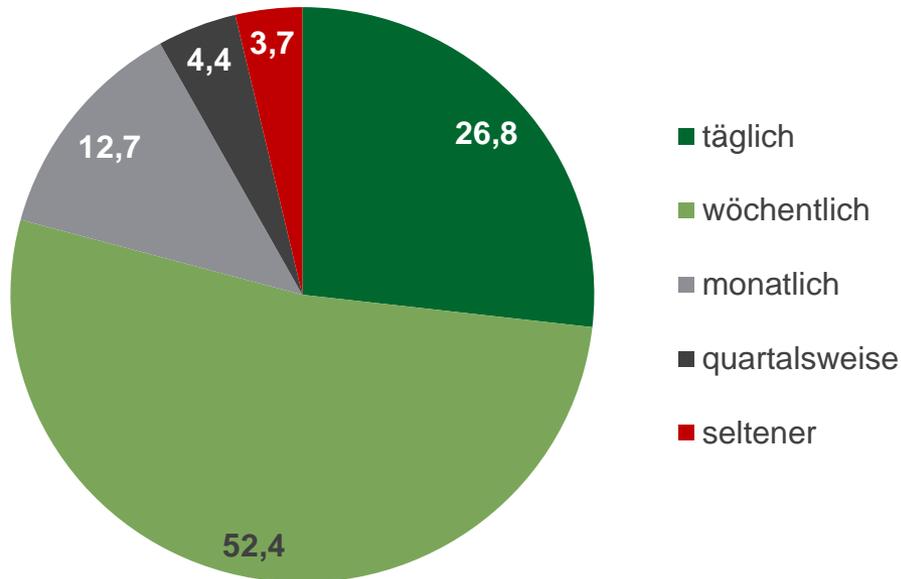
- 1 Einleitung
- 2 Management Summary
- 3 Wer besucht die Innenstadt?
- 4 Was sind die präferierten Einkaufsstätten der Besucher der Innenstadt?
- 5 Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?**
- 6 Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?
- 7 Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?
- 8 Strukturdaten der Stadt unter der Lupe

Wie shoppen die Innenstadtbesucher?

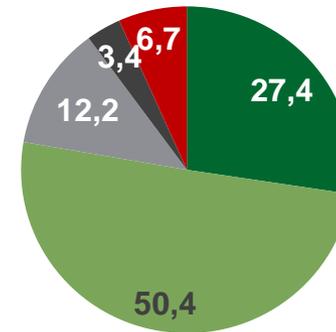
Durchschnitt
der beiden Tage

Wie oft besuchen Sie diese Innenstadt in etwa zum Einkaufen?

Neustadt am Rübberge



Ortsgrößen-
durchschnitt



n = 399

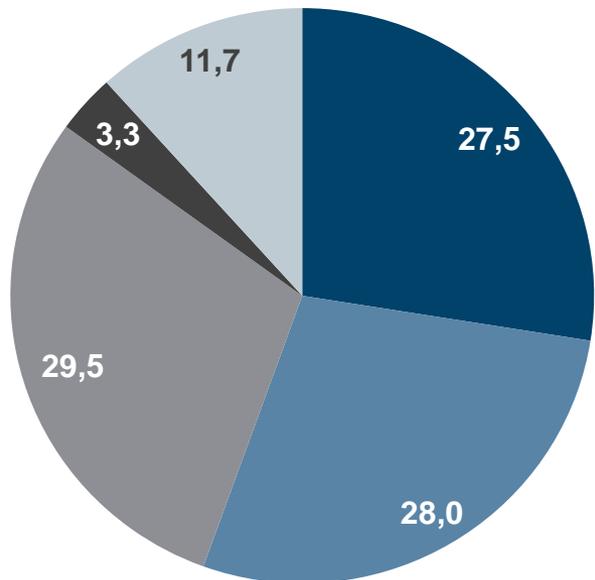
Angaben in % der Befragten

Wie shoppen die Innenstadtbesucher?

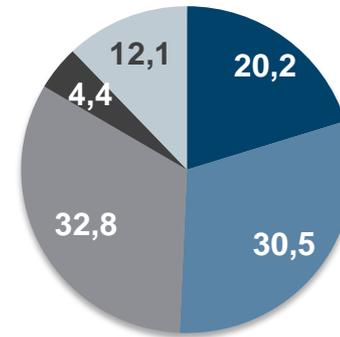
Durchschnitt
der beiden Tage

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

Neustadt am Rübberge



Ortsgrößen- durchschnitt



- 1
- 2
- 3 bis 5
- 6 und mehr
- weiß ich noch nicht

n = 409

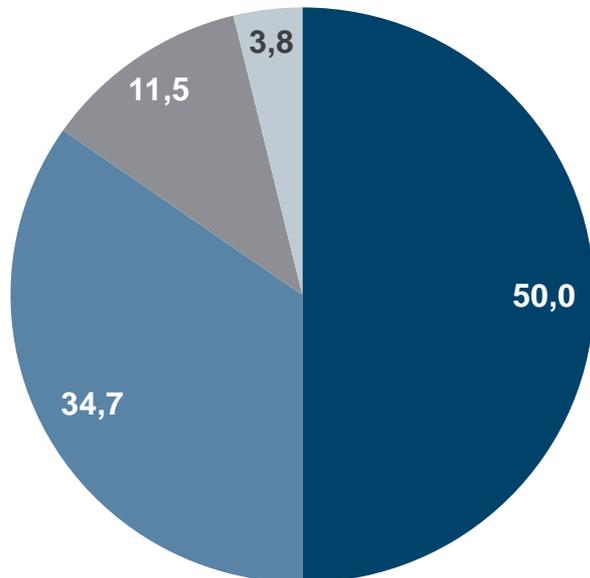
Angaben in % der Befragten

Wie shoppen die Innenstadtbesucher?

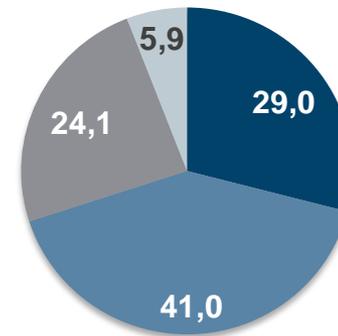
Durchschnitt
der beiden Tage

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

Neustadt am Rübberge



Ortsgrößen-
durchschnitt



- unter 1 Stunde
- 1-2 Stunden
- mehr als 2 Stunden
- weiß ich noch nicht

n = 410

Angaben in % der Befragten

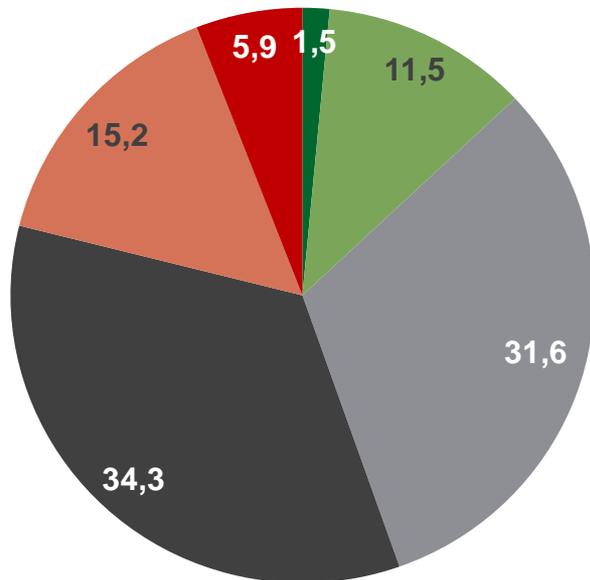
- 1 Einleitung
- 2 Management Summary
- 3 Wer besucht die Innenstadt?
- 4 Was sind die präferierten Einkaufsstätten der Besucher der Innenstadt?
- 5 Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?
- 6 Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?**
- 7 Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?
- 8 Strukturdaten der Stadt unter der Lupe

Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?

Durchschnitt
der beiden Tage

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

Neustadt am Rübberge

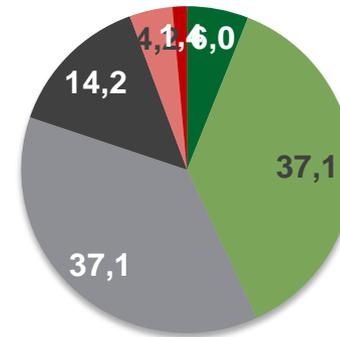


Durchschnittsnote:
3,7

n = 408

Angaben in % der Befragten

Ortsgrößen- durchschnitt



Durchschnittsnote:
2,8

- Note 1
- Note 2
- Note 3
- Note 4
- Note 5
- Note 6

Die Beurteilung von Neustadt am Rübberge durch die Innenstadtbesucher im Überblick

	Gesamteindruck der Innenstadt in Bezug auf ihre <u>Gesamtattraktivität</u>	
	Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln	
	Erreichbarkeit mit PKW	
	Parkmöglichkeiten	
	Ladenöffnungszeiten	
	Verkaufsoffene Sonntage	
	Gastronomieangebot (Trink- und Essmöglichkeiten)	
	Freizeitangebot (Kino, Theater, Museen, Ausstellungen, Fitness etc.)	
	Dienstleistungsangebot (Friseure, Reinigung, Änderungsschneiderei etc.)	

 = Schulnoten 4 bis 6

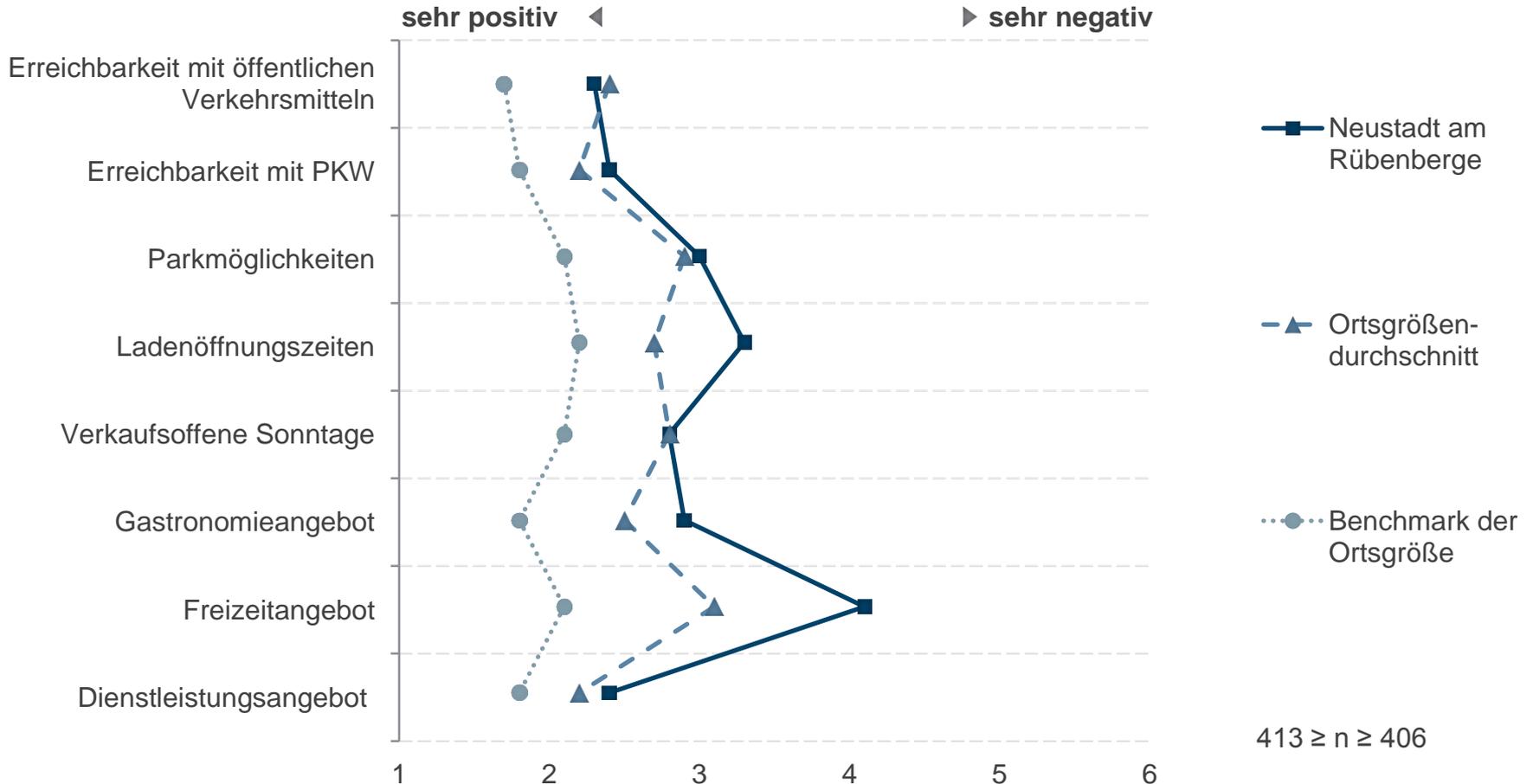
 = Schulnote 3

 = Schulnoten 1 und 2

Wie bewerten die Besucher die Innenstadt? (1/3)

Durchschnitt
der beiden Tage

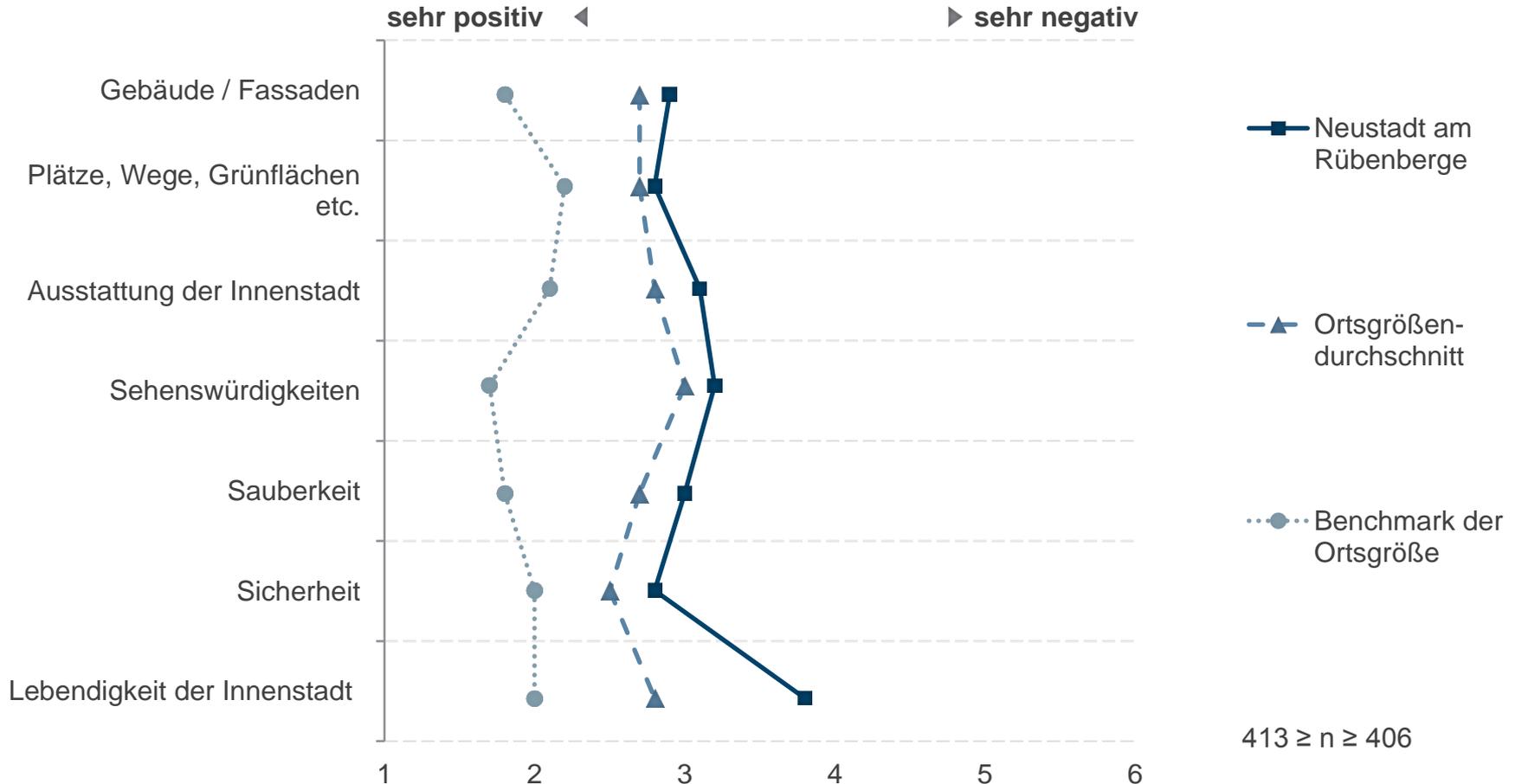
Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf ...



Wie bewerten die Besucher die Innenstadt? (2/3)

Durchschnitt
der beiden Tage

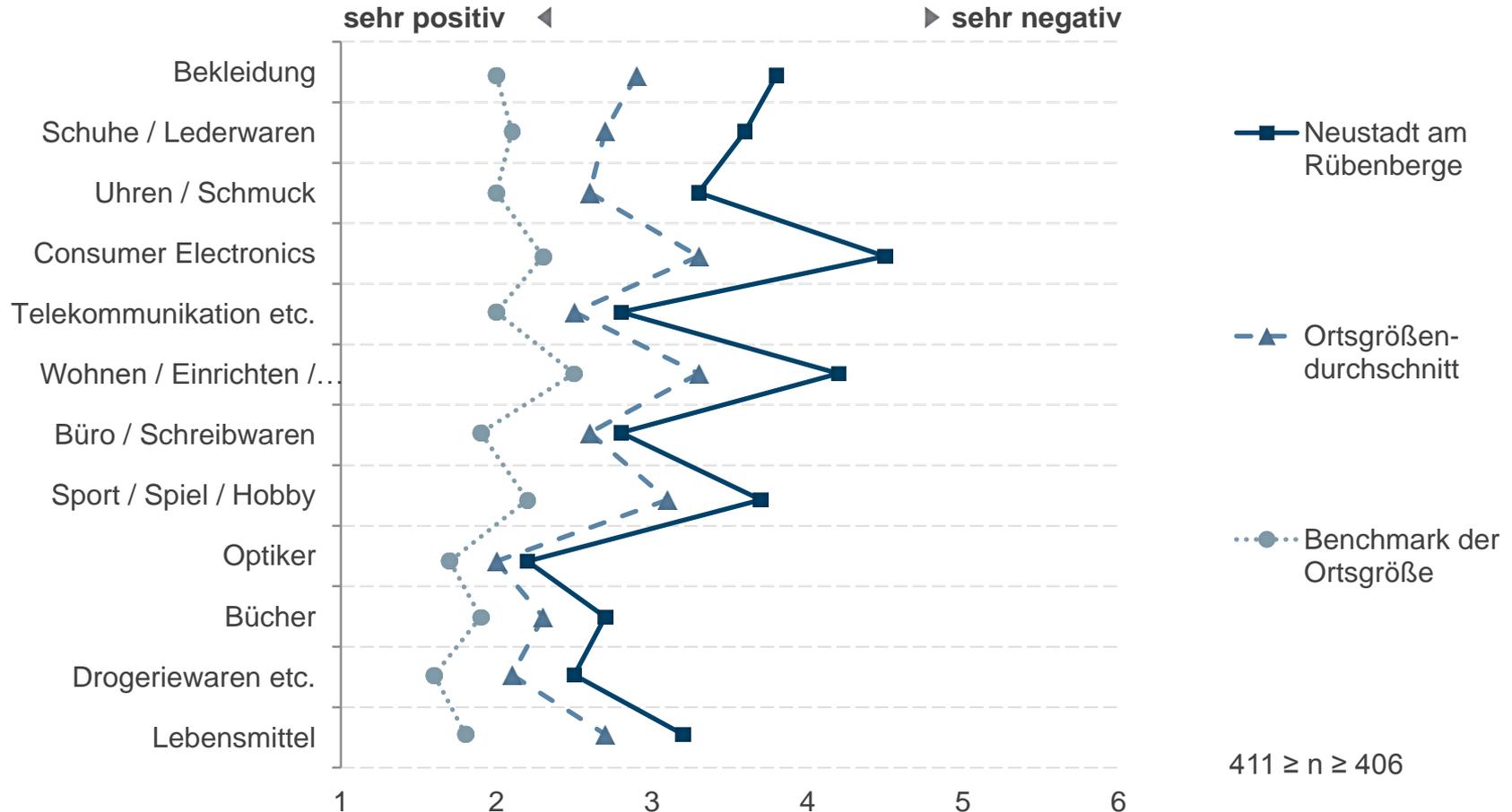
Wie bewerten Sie das allgemeine Ambiente / Flair der Innenstadt im Hinblick auf ...



Wie bewerten die Besucher die Innenstadt? (3/3)

Durchschnitt
der beiden Tage

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



- 1 Einleitung
- 2 Management Summary
- 3 Wer besucht die Innenstadt?
- 4 Was sind die präferierten Einkaufsstätten der Besucher der Innenstadt?
- 5 Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?
- 6 Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?
- 7 Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?**
- 8 Strukturdaten der Stadt unter der Lupe

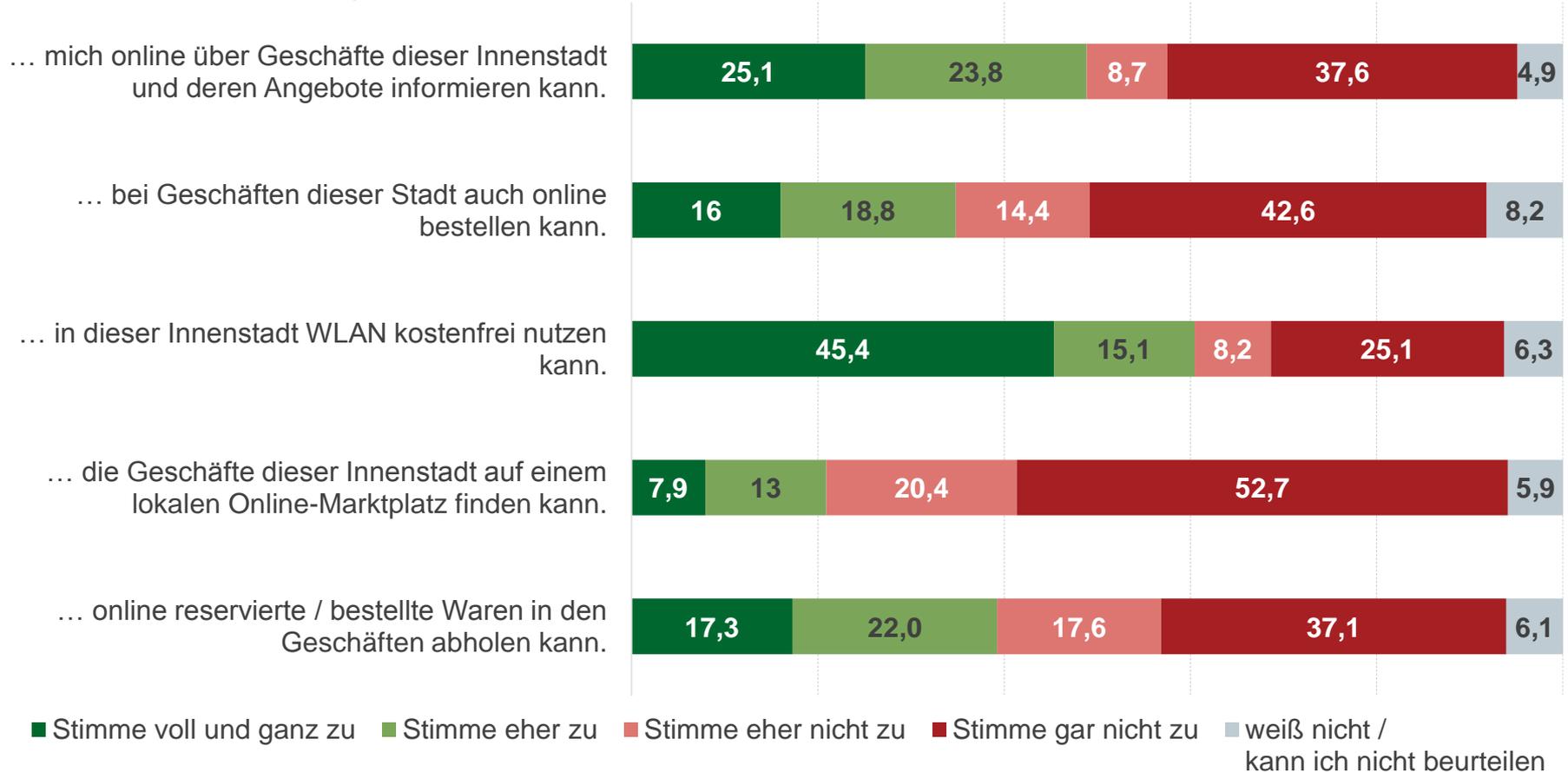
Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?

Durchschnitt
der beiden Tage

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

Neustadt am Rügenberge

100 %



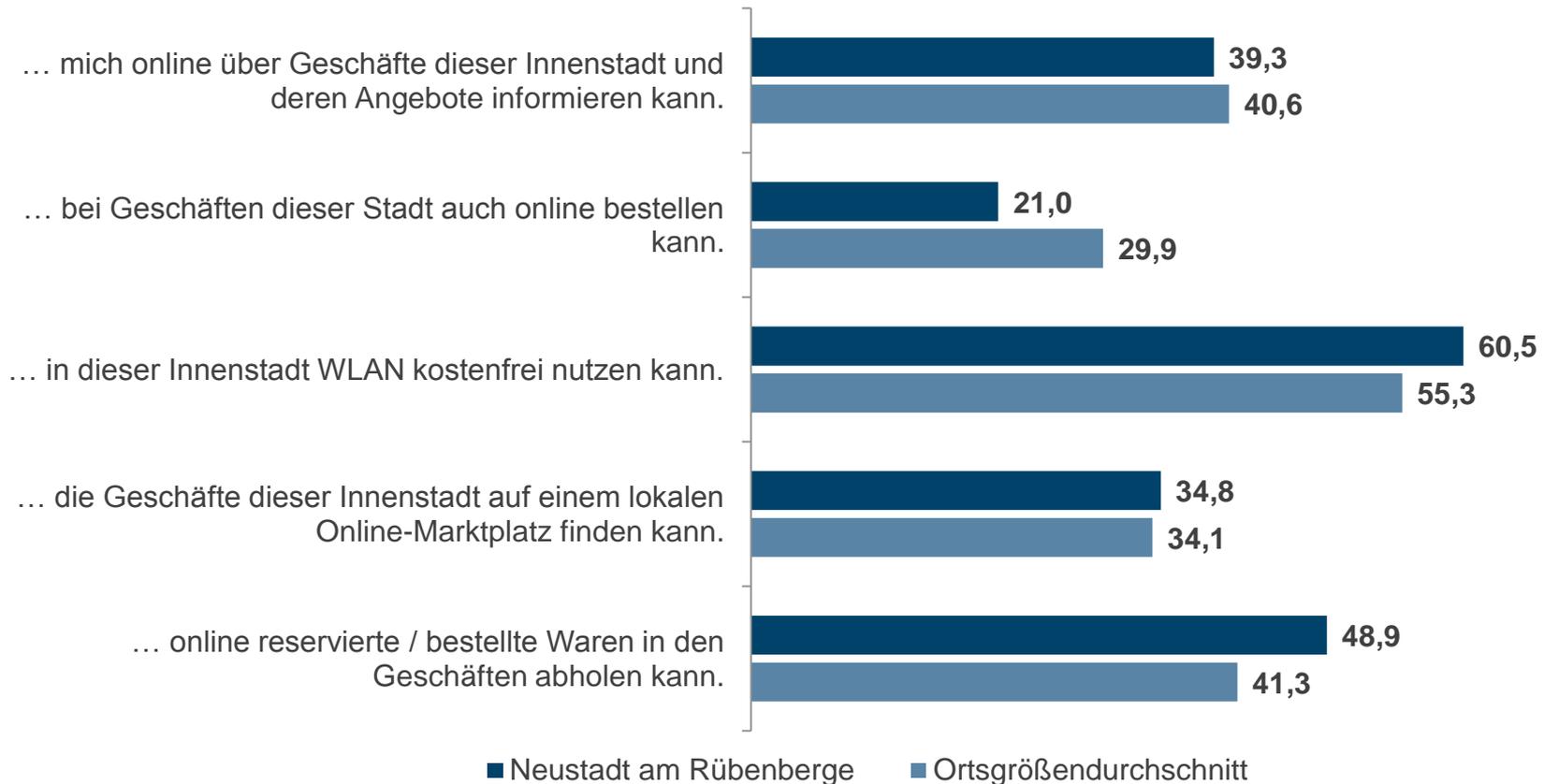
n = 411

Angaben in % der Befragten

Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?

Durchschnitt
der beiden Tage

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



n = 411

Angaben in % der Befragten

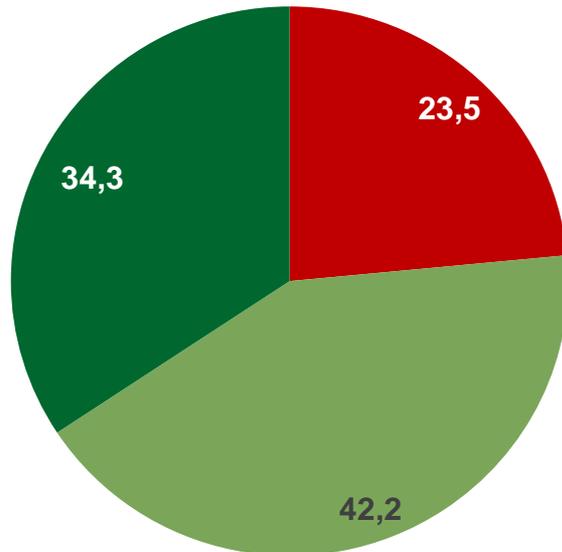
Top-2-Box: Zusammenfassung der beiden Nennungen
,stimme voll und ganz zu' und ,stimme eher zu'

Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?

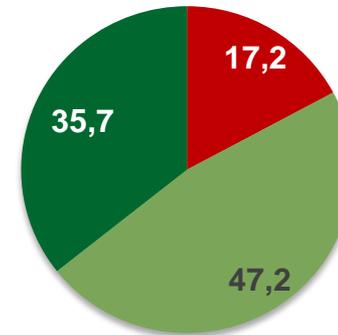
Durchschnitt
der beiden Tage

Hat sich Ihr Einkaufsverhalten in der Innenstadt durch das Angebot, online einkaufen zu können, in den letzten zwei bis drei Jahren verändert?

Neustadt am Rübberge



Ortsgrößen-
durchschnitt



- 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 Einkauf unverändert häufig
- Nein, ich kaufe überhaupt nicht online ein

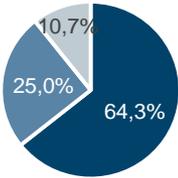
n = 408

Angaben in % der Befragten

- 1 Einleitung
- 2 Management Summary
- 3 Wer besucht die Innenstadt?
- 4 Was sind die präferierten Einkaufsstätten der Besucher der Innenstadt?
- 5 Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?
- 6 Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?
- 7 Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?
- 8 Strukturdaten der Stadt unter der Lupe**

Allgemeine Indikatoren

(bezogen auf die gesamte Stadt)

	Neustadt am Rübenberge	Ortsgrößen- durchschnitt (n = 30)	
 Einwohnerzahl	43.913	39.909	
 Anzahl Einpendler	4.247	14.683	
 Anzahl Auspendler	10.801	8.524	
 Historischer Stadtkern	TEILS, TEILS		 <ul style="list-style-type: none"> ■ Ja ■ Teils, teils ■ Nein
 Öffentliches WLAN in der Innenstadt	NEIN	51,7 %	

Erreichbarkeit der Innenstadt

(einzelhandelsrelevante Bereiche der Innenstadt)

	Neustadt am Rübenberge	Ortsgrößen- durchschnitt
		
Anzahl Parkplätze	880	1.772
Parkleitsystem	NEIN	62,1 %
Ø Höhe der Parkgebühren	0,57 € / Stunde (+ Brötchentaste → 0,5 h kostenlos)	0,76 € / Stunde
 Bahnhof in fußläufiger Entfernung (≤ 15 Minuten)	JA	93,1 %
 Straßenbahn- / U-Bahn-Haltestelle in fußläufiger Entfernung	NEIN	17,9 %



NEUSTADT
AM RÜBENBERGE

Uwe Hemens

Geschäftsführer

Wirtschaftsförderung Neustadt a. Rbge. GmbH



Wirtschaftsförderung Neustadt a. Rbge. GmbH

Ergebnisse „Vitale Innenstädte“ Erste Interpretation

am 23. Februar 2017



Thema „Online-Handel“

1. WLAN-Angebot kostenfrei in der Innenstadt
2. Einkaufsfinder
3. Online-City Neustadt: Online-Darstellung Neustädter Unternehmen und Angebote



Thema „Branchenmix“

1. Bekleidung als Zeigerbranche: Ansiedlung von H&M
2. Zusätzliche Flächenangebote entstehen im Areal „Marktstr. Süd“
3. Stärkung verschiedener Branchen (z.B. Sport, Gesundheit/Pflege, Bio-Supermarkt)



Thema „Attraktivität“

1. Zusätzliche „Erlebnisse“, Erlebnischarakter z.B. durch Events erhöhen
2. Zustand der Infrastruktur weiter verbessern, Aufenthaltsqualität, Eigentümergespräche
3. Workshop Innenstadtentwicklung, Ergebnisse aufrufen



Gestalten Sie mit!

Kontakt:

Wirtschaftsförderung Neustadt a. Rbge. GmbH
Uwe Hemens
Marktstraße 5
31535 Neustadt
Tel. 05032 / 9634-284
hemens@wifoe-neustadt.de