

VITALE INNENSTÄDTE 2022

AUSWERTUNGSERGEBNISSE FÜR HEIDELBERG

Heidelberg, 03. Mai 2023

Dr. Mike Schreiber | IFH Köln GmbH

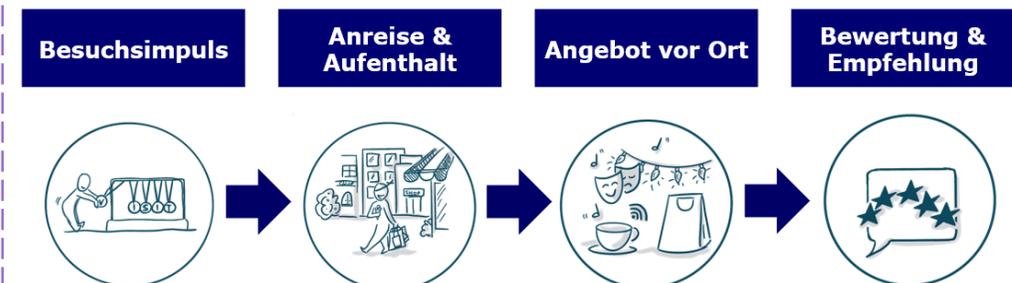


Methodik

- Die Erhebung der Daten erfolgte als **Passantenbefragung** in **111 Innenstädten** mittels eines standardisierten Fragebogens:
 - **Befragungstage und -zeitraum:** jeweils zwei aussagekräftige Befragungstage (Donnerstag und Samstag) zwischen September und November 2022.
 - **Befragungsstandorte:** ganztägige Befragungen an stadtspezifischen Standorten in den jeweiligen Stadtzentren (individuelle Abstimmung).
 - **Interviews:** Insgesamt **68.651 Interviews** mit Innenstadtbesucher:innen in **111 Innenstädten**; Stichprobengröße gestaffelt nach Ortsgröße (bis zu 1.000 Interviews pro Tag in Metropolen).
 - Die **Koordination und Durchführung der Befragungen** vor Ort erfolgte durch IHKs, Einzelhandelsverbände, Stadtmarketing-Organisationen oder Feldinstitute.
 - **Heidelberg:** Durchführung von **730 Interviews mit Passant:innen** am **15. und 17. September** 2022 im Bereich der Heidelberger **Altstadt**.

Inhalte

- **Inhalte** „Vitale Innenstädte 2022“:
 - Besuchsmotive und -verhalten der Innenstadtbesucher:innen
 - Wahrnehmungen, Bewertungen und Verhaltensweisen der Innenstadtbesucher:innen beim Innenstadtbesuch entlang der Visitor Journey
 - Weiterempfehlungsbereitschaft der Innenstadtbesucher:innen
 - Bewertung der Wichtigkeit innerstädtischer Nutzungsarten durch die Innenstadtbesucher:innen



VITALE INNENSTÄDTE 2022 – TEILNEHMENDE STÄDTE

Aachen	Emsdetten
Ahaus	Erfurt
Arnsberg-Neheim	Falkensee
Aschaffenburg	Fellbach
Bad Belzig	Frankfurt / Main
Bad Homburg	Freiberg (Sachsen)
Bad Honnef	Freiburg
Bad Nenndorf	Fulda
Bad Sassendorf	Giessen
Baunatal	Göttingen
Bensheim	Goslar
Bergisch Gladbach	Greifswald
Berlin	Gütersloh
Bielefeld	Hamburg
Bietigheim-Bissingen	Hanau
Bocholt	Hannover
Bonn	Heidelberg
Borken	Heilbronn
Braunschweig	Heinsberg
Bremen	Herford
Brilon	Hof
Brühl	Hofheim am Taunus
Büdingen	Ibbenbüren
Butzbach	Iserlohn
Chemnitz	Karlsruhe
Cottbus	Kassel
Dorsten	Kempen / Niederrh.
Dortmund	Kempten
Düsseldorf	Koblenz
Eberswalde	Köln



Königs Wusterhausen	Siegburg
Krefeld	Soest
Landsberg am Lech	Stade
Langenfeld	Stadtlohn
Leipzig	Stralsund
Lippstadt	Stuttgart
Luckenwalde	Templin
Lübeck	Trier
Lüneburg	Verden
Mannheim	Viersen
Mayen	Waiblingen
Meschede	Warburg
Minden	Warendorf
Mönchengladbach	Winnenden
Monheim	Wismar
Neuss	Wolfenbüttel
Norden	Würzburg
Nürnberg	Wuppertal
Oberkirch	Xanten
Oranienburg	Zwickau
Pfarrkirchen	
Pfullendorf	Eupen / Belgien
Prenzlau	
Ravensburg	
Regen	
Rendsburg	
Rhede	
Rostock	
Saarbrücken	
Schramberg	

Die 111 teilnehmenden Städte nach Ortsgrößen:



Ortsgröße „bis 50.000 Einwohner:innen“

50 teilnehmende Städte: z. B. Mayen, Pfarrkirchen, Butzbach



Ortsgröße „50.000 bis 100.000 Einwohner:innen“

25 teilnehmende Städte: z. B. Aschaffenburg, Greifswald, Herford



Ortsgröße „100.000 bis 200.000 Einwohner:innen“

10 teilnehmende Städte: z. B. Heidelberg, Trier, Koblenz, Würzburg



Ortsgröße „200.000 bis 500.000 Einwohner:innen“

15 teilnehmende Städte: z. B. Lübeck, Bielefeld, Mannheim



Ortsgröße „mehr als 500.000 Einwohner:innen“

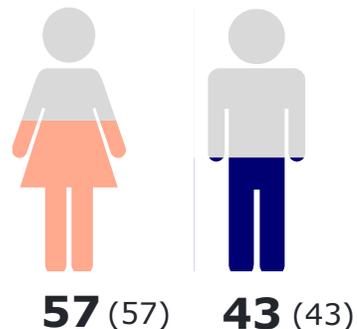
11 teilnehmende Städte: z. B. Hamburg, Düsseldorf, Köln, Stuttgart



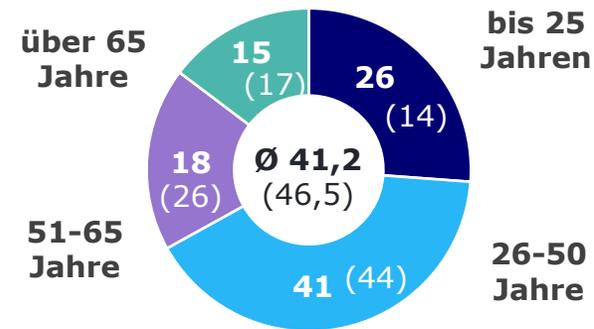
WER BESUCHT DIE HEIDELBERGER INNENSTADT



Geschlecht



Alter



	Bewohner:innen	40 (65)
	Besucher:innen von außerhalb	60 (35)

	Promoter	54 (26)
	Indifferente	33 (41)
	Kritische	14 (33)

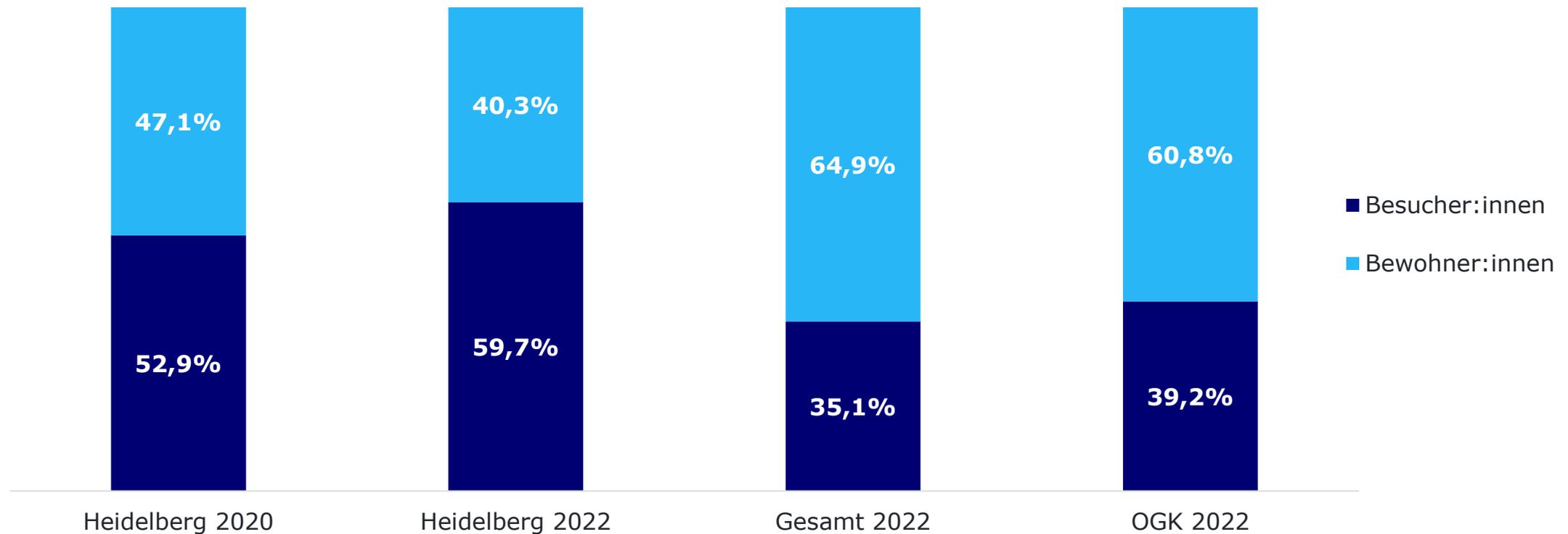
	Aufenthaltsdauer über 2 Stunden	61 (35)
	Aufenthaltsdauer max. 1 Stunde	5 (22)

	Online-Shopper:innen ²⁾	72 (75)
	No Online-Shopper:innen ²⁾	28 (25)

¹⁾ **Online-Shopper:innen:** Personen, die auch online kaufen; **No Online-Shopper:innen:** rein stationäre Käufer:innen

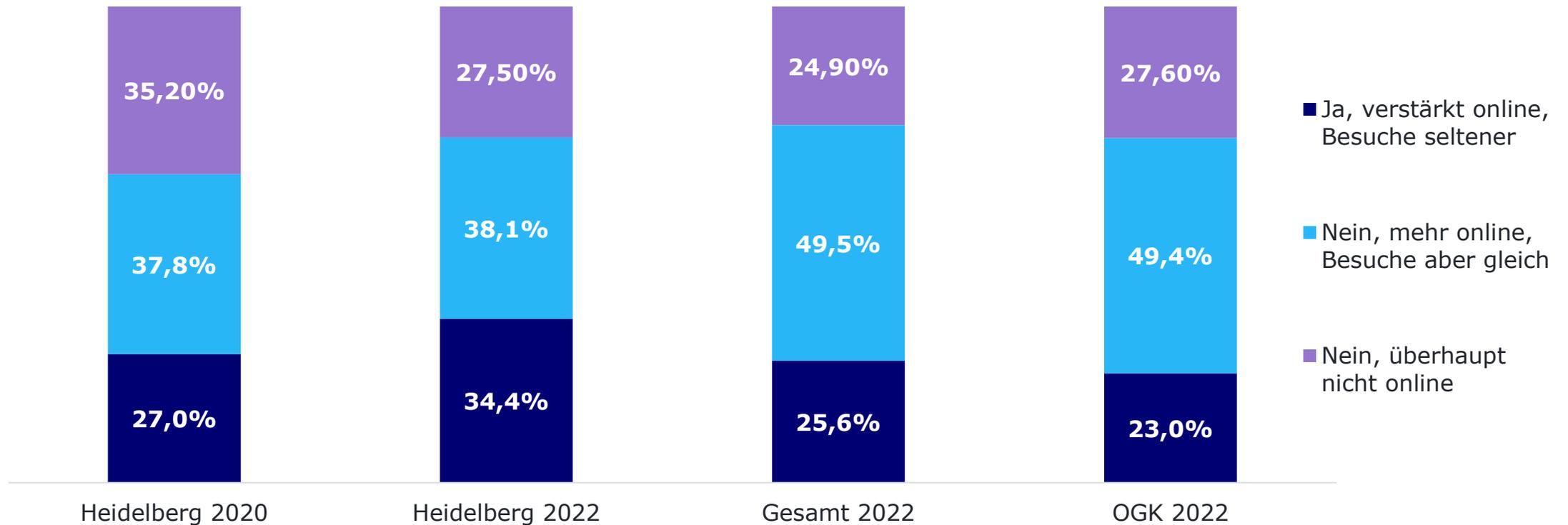
INFO n ≤ 730; Angaben in %, Vergleichswerte über alle 111 teilnehmenden Städte in Klammern

Anteil auswärtiger Besucher:innen im Vergleich zu 2020 gestiegen. Insgesamt deutlich höherer Besucher:innen-Anteil im Vergleich zu allen teilnehmenden Städten bzw. der Ortsgrößenklasse.



FRAGE Wohnen Sie in dieser Stadt? Angaben in %

**Auch in Heidelberg zeigt sich Onlinisierung des Konsums.
Dennoch sind Online-Shopper in der Innenstadt anzutreffen.**



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

WER BESUCHT DIE HEIDELBERGER INNENSTADT

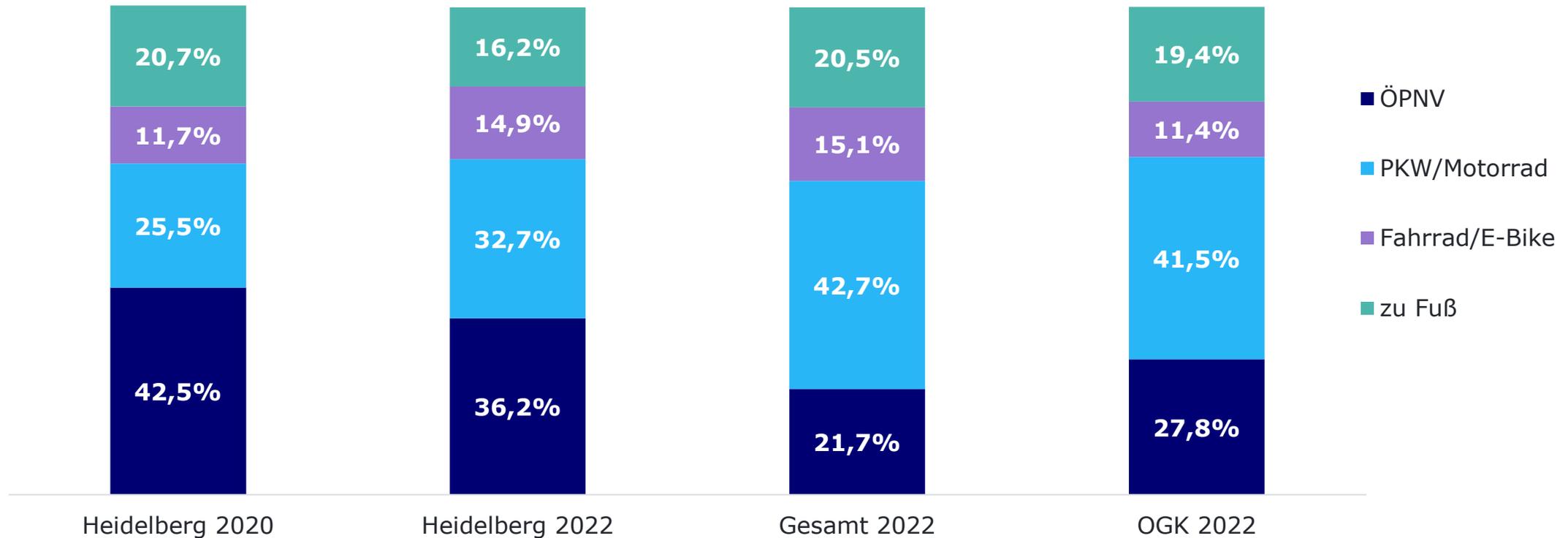
KEY INSIGHTS

- Im Vergleich deutlich jüngeres Publikum in Heidelberg.
- Anteil auswärtiger Besucher:innen in Heidelberg deutlich höher.
- Onlinisierung des Konsums findet auch in Heidelberg statt.
- Online-Shoppende sind aber dennoch in der Innenstadt anzutreffen.

MOTIVE, ANREISE UND AUFENTHALT

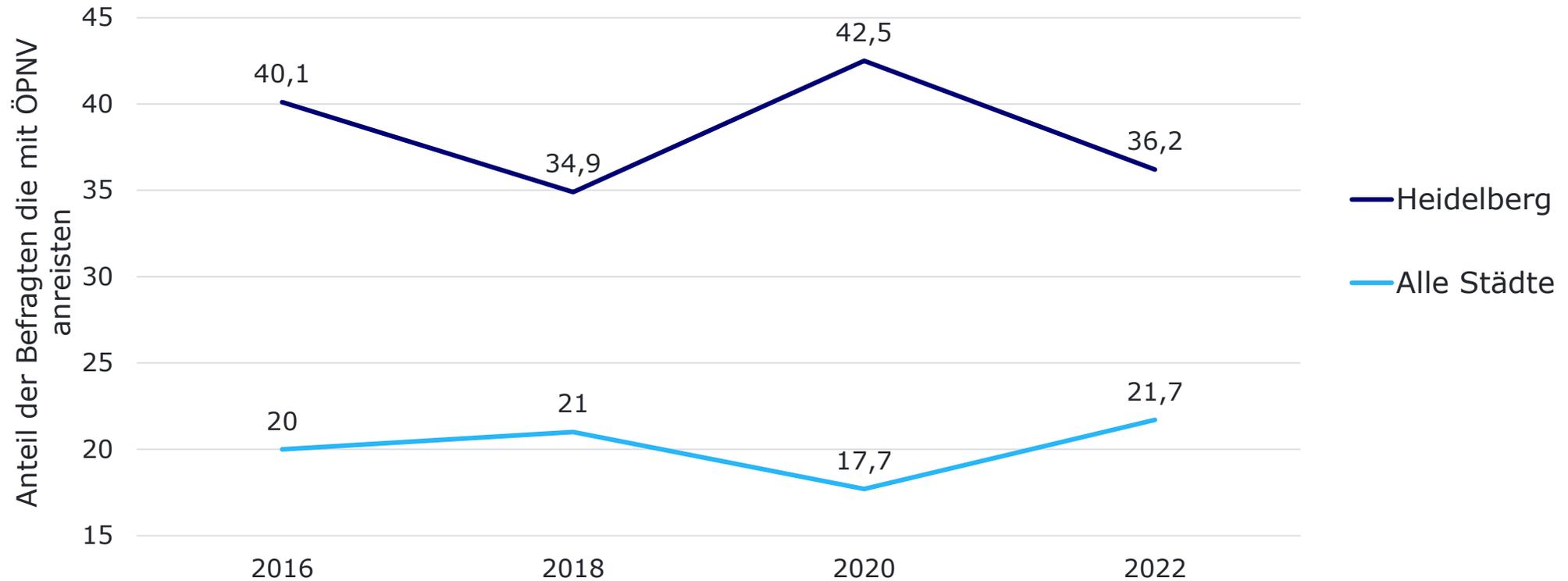


Im Vergleich zu 2020 verstärkt Anreise mit motorisiertem Individualverkehr. Jedoch deutlich geringer im Vergleich zu allen teilnehmenden Städten und der OGK.



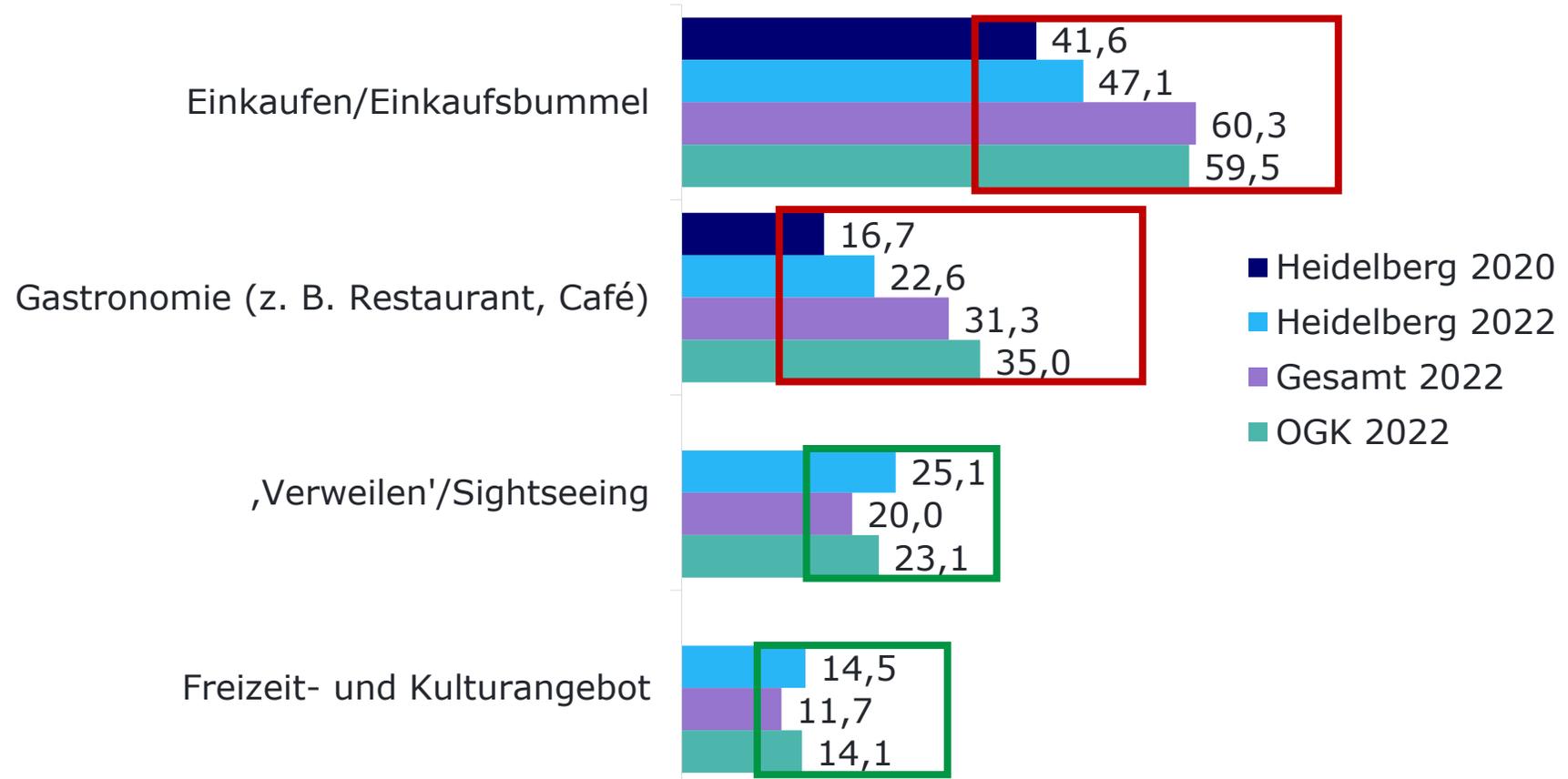
FRAGE Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

Im Zeitverlauf deutlich höhere ÖPNV Nutzung im Vergleich zu allen teilnehmenden Städten. Dabei zeitliche Schwankungen.



FRAGE Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen? Anteil der Befragten, die mit ÖPNV anreisen in %.

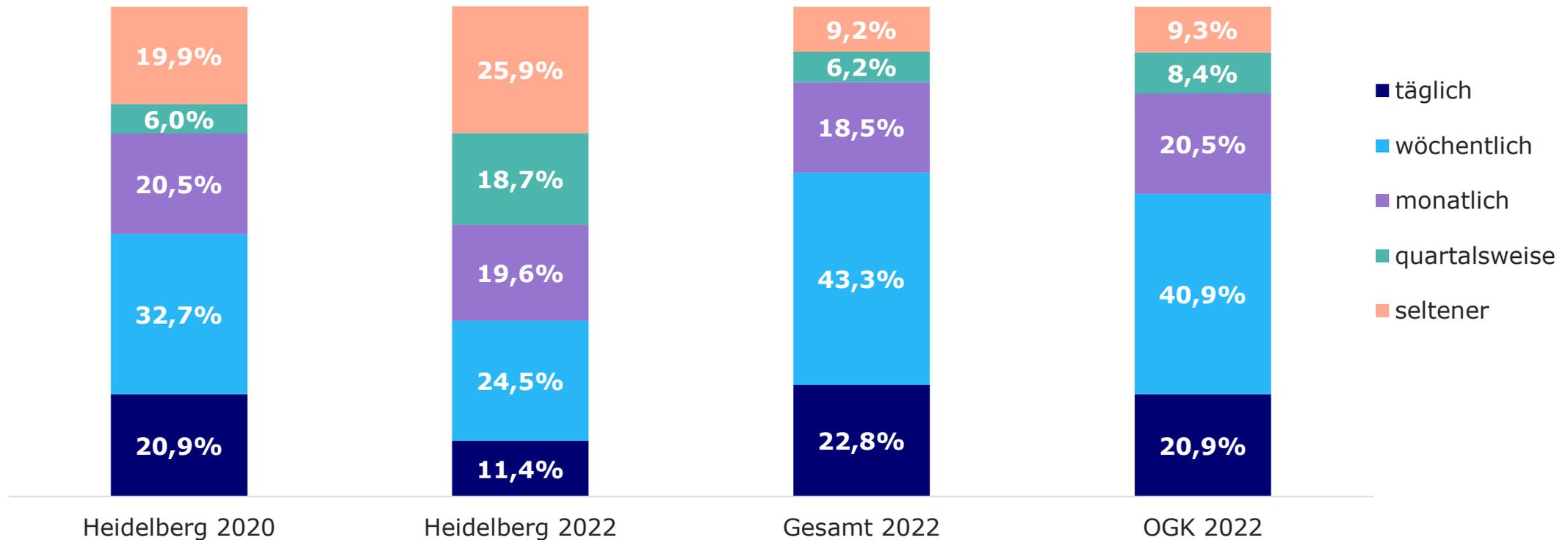
Im Zeitverlauf werden Einkaufen und Gastronomie relevanter, liegen im Vergleich jedoch als Besuchsmotiv zurück. Dafür punktet Heidelberg als Ort zum Sightseeing mit Freizeit-Kulturangeboten.



FRAGE Warum sind Sie heute in der Innenstadt? Angaben in %

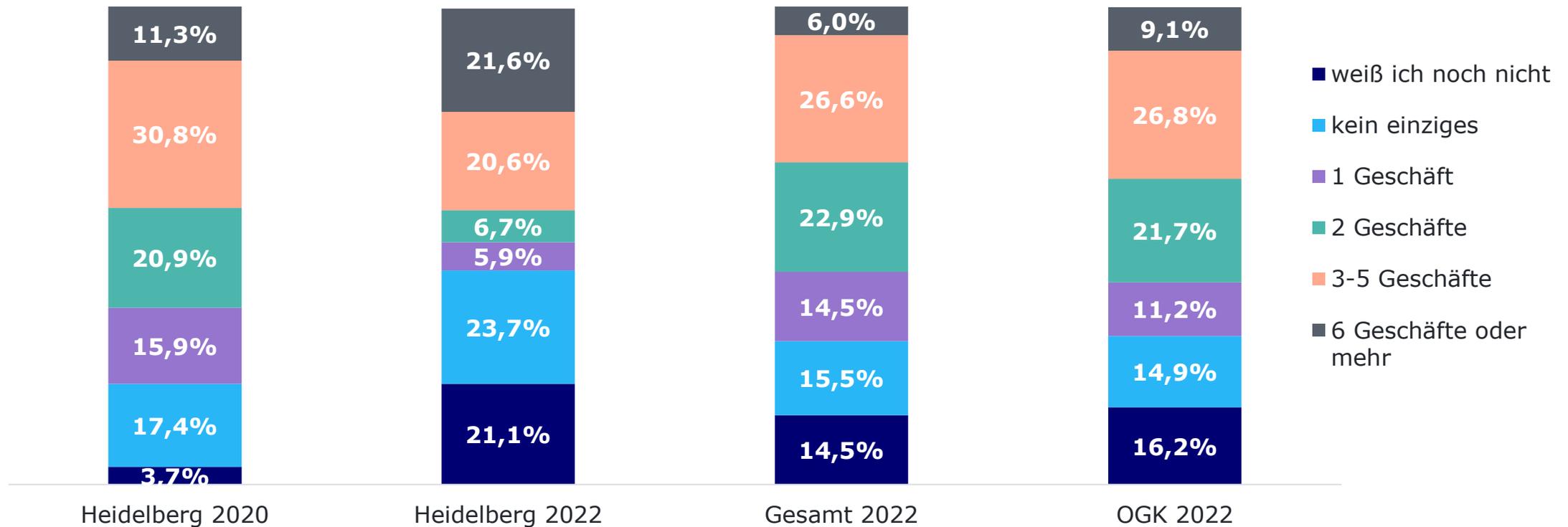
INFO Mehrfachnennungen möglich.

Im Vergleich zu 2020 sowie im Vergleich zur OGK und allen befragten Städten geringere Regelmäßigkeit mit der Heidelberg zum Einkaufen aufgesucht wird.



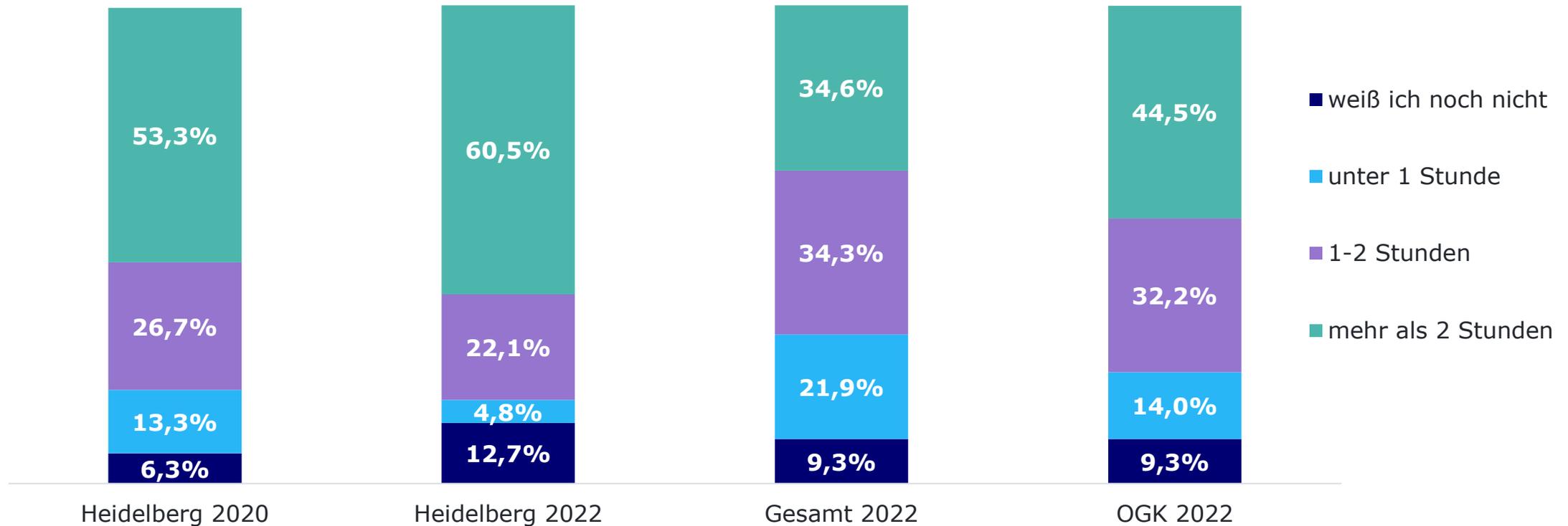
FRAGE Wie oft besuchen Sie diese Innenstadt in etwa zum Einkaufen?

Auch in der Anzahl besuchter Geschäfte spiegelt sich wieder, dass Heidelberg weniger als Shoppingziel aufgesucht wird. Wenn Shopping zentral, dann werden jedoch insgesamt mehr Geschäfte besucht.



FRAGE Wie viele Einzelhandelsgeschäfte werden Sie heute voraussichtlich besuchen (Gesamtzahl)?

**Insgesamt verbringen Besucher:innen deutlich länger Zeit in Heidelberg.
Zwei Drittel der Befragten verweilen länger als 2 Stunden.**



FRAGE Wie lange werden Sie sich heute voraussichtlich in der Innenstadt aufhalten?

MOTIVE, ANREISE UND AUFENTHALT

KEY INSIGHTS

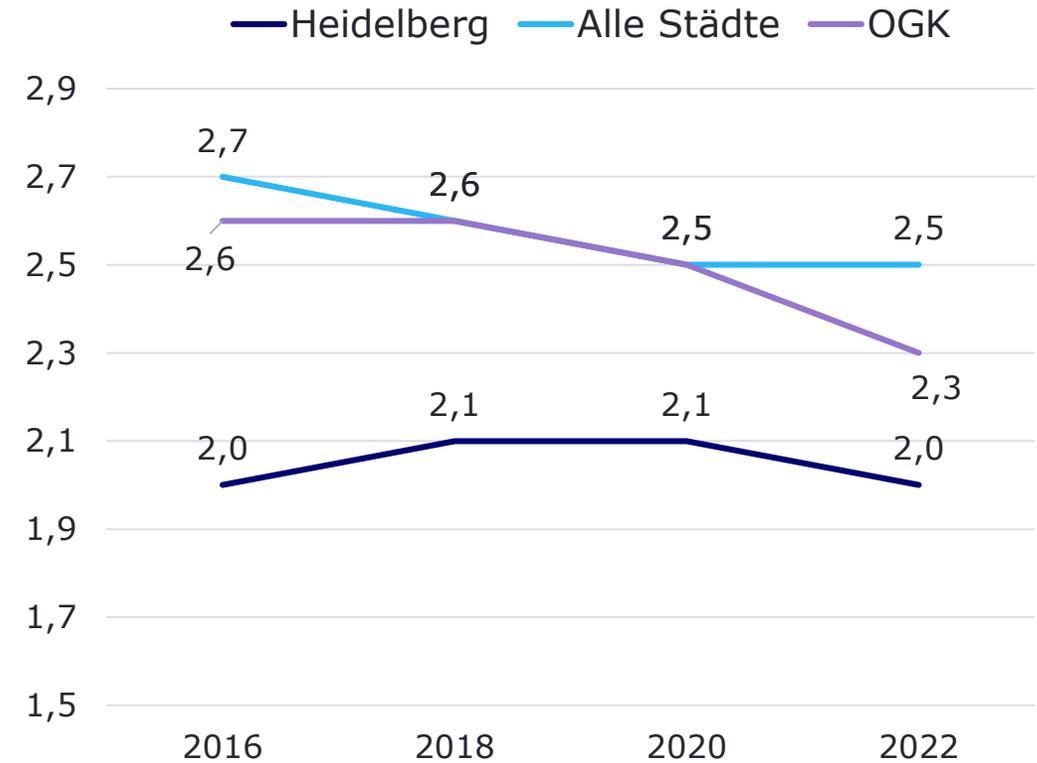
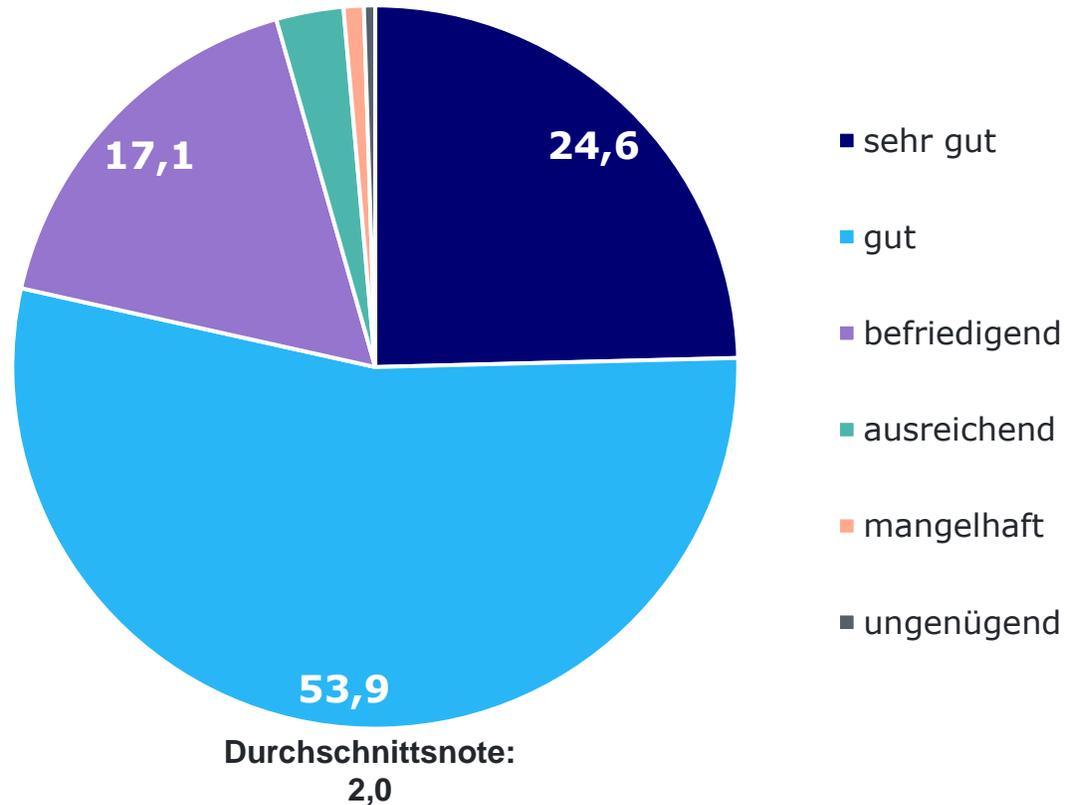
- Im Vergleich zu anderen Städten werden Gastronomie und Einzelhandel seltener als Motive für den Besuch der Heidelberger Innenstadt genannt.
- Heidelberg punktet hingegen als Ort zum Sightseeing und durch das Freizeit- und Kulturangebot.
- Aufgrund der höheren Dichte auswärtiger Besucher:innen geringere Besuchsfrequenz.
- Im Vergleich ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Innenstadt sowie die Anzahl besuchter Geschäfte höher.

BEWERTUNG & WEITEREMPFEHLUNG



Die Heidelberger Innenstadt erzielt über alle Jahre hinweg eine gute und stabile Gesamtbewertung. Mehr als $\frac{3}{4}$ der Befragten vergeben „gut“ oder „sehr gut“

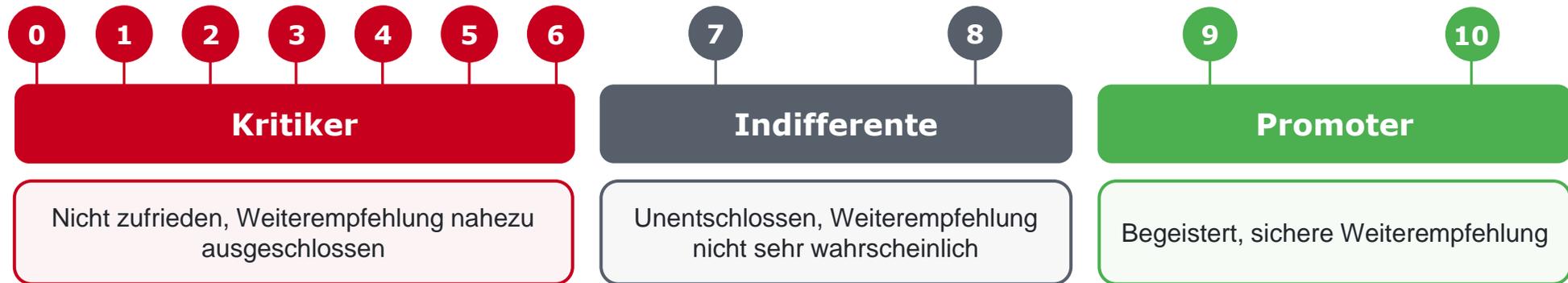
Heidelberg 2022



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

Der **Net Promoter Score (NPS)** beschreibt die **Wahrscheinlichkeit, dass die befragten Personen die Innenstadt an Freunde oder Bekannte weiterempfehlen.**

Die Absicht zur Weiterempfehlung wird durch die Befragten auf einer Skala von **0 (geringe Wahrscheinlichkeit)** bis **10 (sehr hohe Wahrscheinlichkeit)** angegeben. In Abhängigkeit von der jeweiligen Antwort werden die Kunden den folgenden drei Kategorien zugeordnet:



Berechnung des NPS:

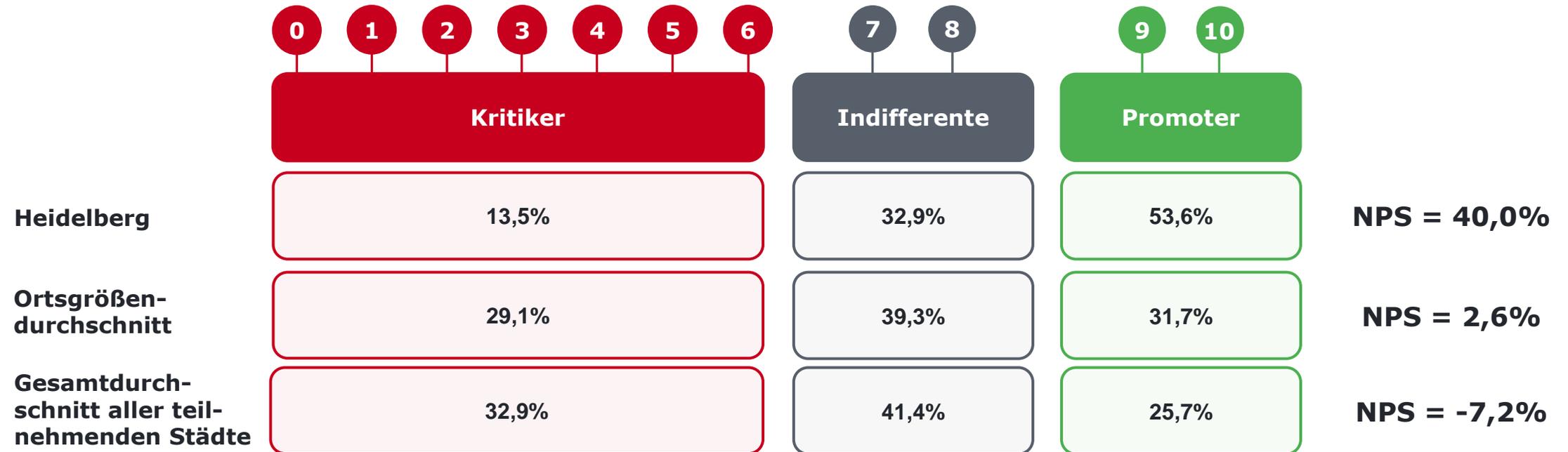
$$\text{Net Promoter Score} = \text{Promoter (\%)} - \text{Kritiker (\%)}$$

Frage:

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Innenstadt Freunden oder Bekannten weiterempfehlen? Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 0 bis 10. Eine 10 bedeutet dabei „äußerst wahrscheinlich“, eine 0 bedeutet „unwahrscheinlich“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

Mit einem Net Promoter Score von 40 ist die Weiterempfehlungsbereitschaft in Heidelberg deutlich höher im Vergleich zum Gesamtdurchschnitt sowie der Ortsgrößenklasse

NPS: Net Promoter Score 2022 = 40,0%

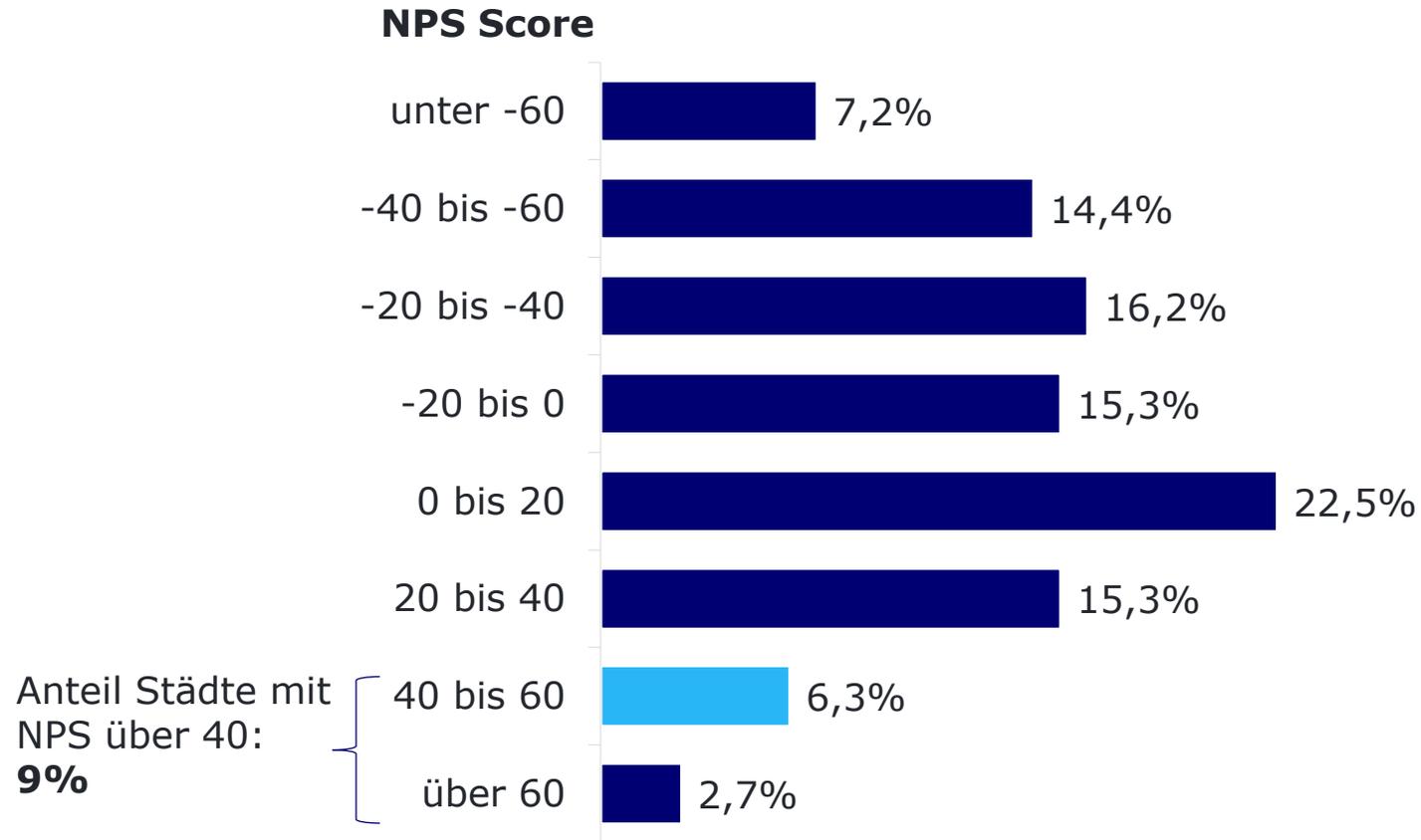


Berechnung des Net-Promoter-Scores:

Promoter (%) - Kritiker (%) = NPS

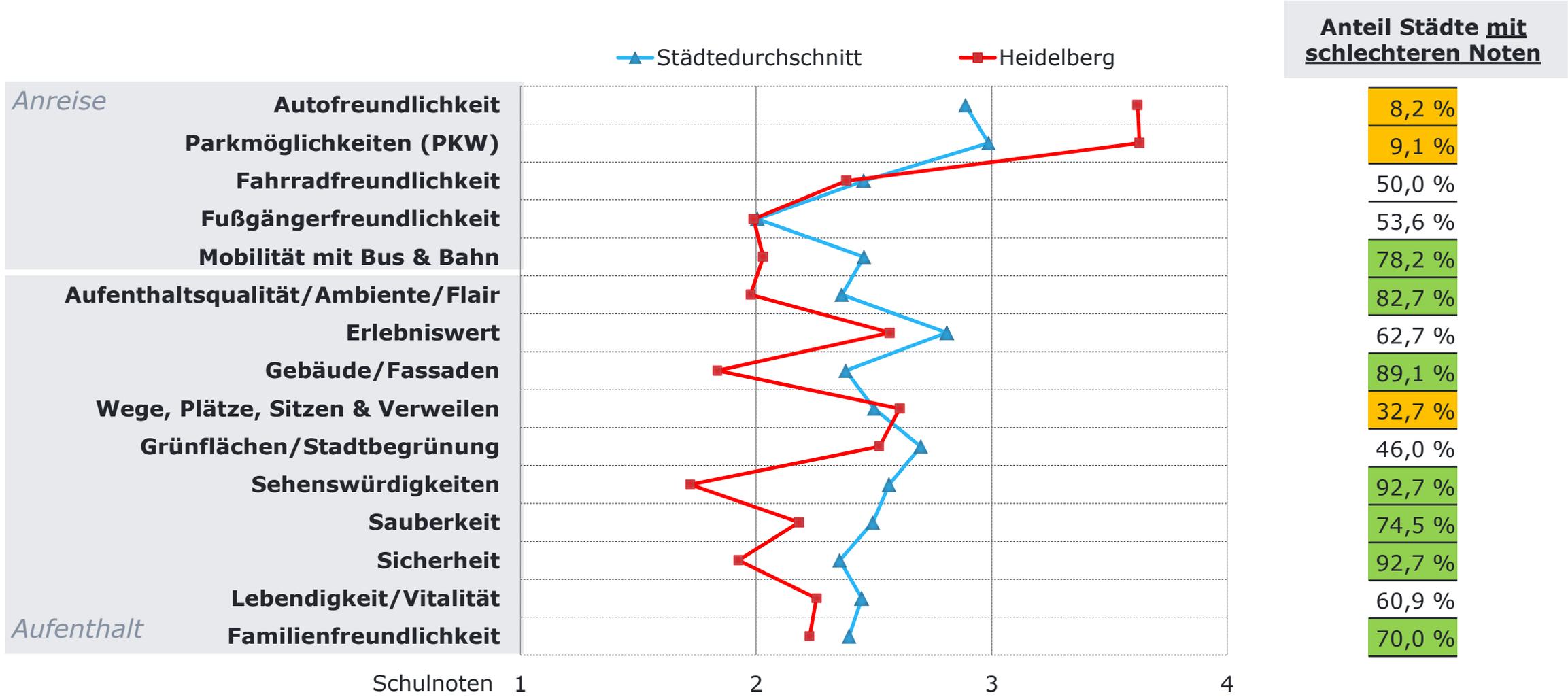
INFO Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 0 bis 10. Eine 10 bedeutet dabei „äußerst wahrscheinlich“, eine 0 bedeutet „unwahrscheinlich“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.
n = 713, Angaben in % der Befragten

In Bezug auf die Weiterempfehlungsbereitschaft gehört Heidelberg mit einem NPS über 40 zu den besten 9% der teilnehmenden Städte.



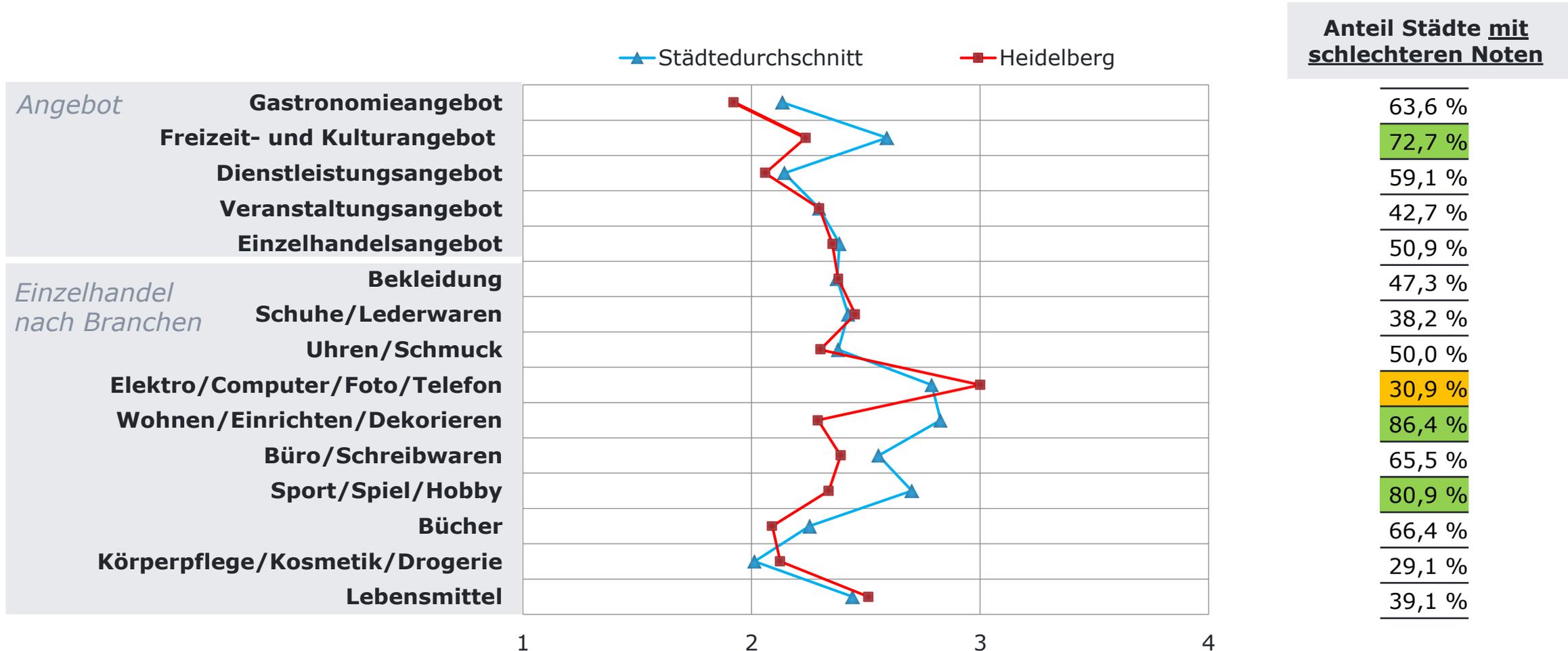
FRAGE Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Innenstadt Freund:innen oder Bekannten weiterempfehlen? (0 = äußerst unwahrscheinlich bis 10 = äußerst wahrscheinlich)

INFO Net Promoter Score = Anteil Promoter in % (Skalenwert > 8) - Anteil Kritische in % (Skalenwert < 7); n = 68.651 in 111 Innenstädten



FRAGE Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf die folgenden Aspekte?

INFO Bewertung anhand von Schulnoten 1 bis 6.



FRAGE Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf die folgenden Aspekte?

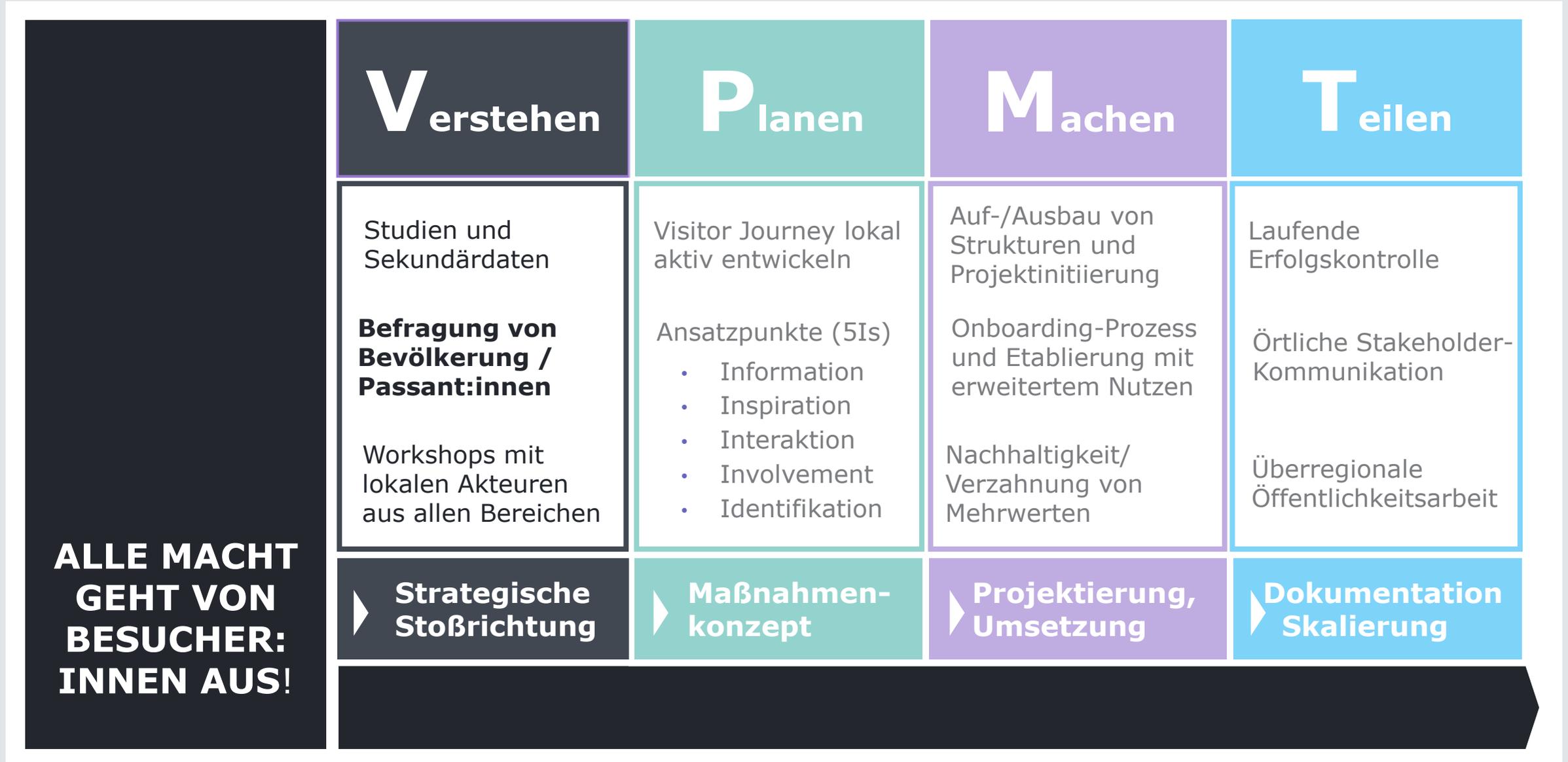
INFO Bewertung anhand von Schulnoten 1 bis 6.

BEWERTUNG & WEITEREMPFEHLUNG

KEY INSIGHTS

- Insgesamt wird die Attraktivität der Heidelberger Innenstadt als „gut“ bewertet.
- Hinsichtlich Weiterempfehlung gehört Heidelberg zu den besten 9%.
- Besondere Stärken im Bereich Ambiente/Aufenthaltsqualität, Touristischer Attraktivität, Sauberkeit und Sicherheit.
- Parken und Autofreundlichkeit sowie das Elektro-Einzelhandelsangebot erhalten vergleichsweise niedrige Bewertungen.

Wie ist zu verfahren?



WENN SIE FRAGEN HABEN ...



Dr. Mike Schreiber

Senior Projektmanager

+49 (0) 221 943607-23
m.schreiber@ifhkoeln.de



Boris Hedde

Geschäftsführer

+49 (0) 221 943607-11
b.hedde@ifhkoeln.de



Dr. Markus Preißner

Wissenschaftlicher Leiter

+49 (0) 221 943607-41
m.preissner@ifhkoeln.de



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

 @ifhkoeln

 /company/ifh-koeln-gmbh

IFH KÖLN
Erfolgreich im Handeln

IFH KÖLN

Erfolgreich im Handeln

Das **IFH KÖLN** ist ein Marktforschungs- und Beratungsunternehmen im Handel.

Mit fundierter Methodik werden Markttrends, Kundenverhalten und Wettbewerbsentwicklung analysiert. Darauf aufbauend erfolgen Entwicklung, Umsetzung und Kontrolle von Vertriebs-, Handels- und Standortstrategien mit dem Ziel, Unternehmen im Handelsumfeld erfolgreicher zu machen.

Wissenstransfer in und für die Branche wird über die eigenen Netzwerke, veröffentlichte Studien, Vorträge und branchenweit anerkannte Events erwirkt.

#verstehen #planen #machen #teilen

