

# VITALE INNENSTÄDTE 2020

**MARBURGS INNENSTADT ZWISCHEN  
STRUKTURWANDEL, LOCKDOWN  
UND ONLINEHYPE**

Köln, 19. März 2021

Boris Hedde



Aachen  
 Arnsberg-Neheim  
**Aschaffenburg**  
 Bad Honnef  
 Bad Neuenahr-Ahrweiler  
 Bad Sassendorf  
 Baunatal  
 Bayreuth  
 Beckum  
 Bielefeld  
 Bietigheim-Bissingen  
 Bingen  
 Bitterfeld-Wolfen  
 Bocholt  
 Bochum  
 Bonn  
 Brakel  
 Bramsche  
 Braunschweig  
 Bremen  
 Bremen-Vegesack  
 Brilon  
 Brühl  
 Coburg  
 Dorsten  
 Dortmund  
 Dülmen  
 Düren  
 Düsseldorf  
 Eberswalde

Emsdetten  
 Falkensee  
 Freiberg (Sachsen)  
 Friedrichshafen  
**Fulda**  
 Geldern  
 Goslar  
 Haltern  
 Hannover  
 Heidelberg  
 Heilbronn  
 Hennes  
 Herford  
 Herrenberg  
 Hildesheim  
 Hof  
 Hückelhoven  
 Karlsruhe  
 Kassel  
 Kevelaer  
 Köln  
 Königstein im Taun.  
 Krefeld  
 Kronberg im Taunus  
 Landsberg am Lech  
 Langenfeld  
 Leipzig  
 Luckenwalde  
 Lübeck  
 Lüdinghausen



Lüneburg  
 Magdeburg  
 Mainburg  
 Mannheim  
**Marburg**  
 Mayen  
 Meschede  
 Minden  
 Mönchengladbach  
 Monheim  
 Mosbach  
 Naumburg  
 Neuruppin  
 Norden  
 Oberkirch  
 Oranienburg  
 Paderborn  
 Pfarrkirchen  
 Prenzlau  
 Pritzwalk  
 Reutlingen  
 Rhede  
 Rheinbach  
 Rosenheim  
 Rostock  
 Saarbrücken  
 Soest  
 Sonthofen  
 Stade  
 Stadtlohn

Stuttgart  
 Templin  
 Trier  
 Verden  
 Viersen  
 Warburg  
 Warendorf  
 Weingarten  
 Werder / Havel  
 Wermelskirchen  
 Willich  
 Wismar  
 Wittstock  
 Wolfenbüttel  
 Würzburg  
 Zehdenick  
  
 Eupen / Belgien

## Methodik & Ortsgrößen

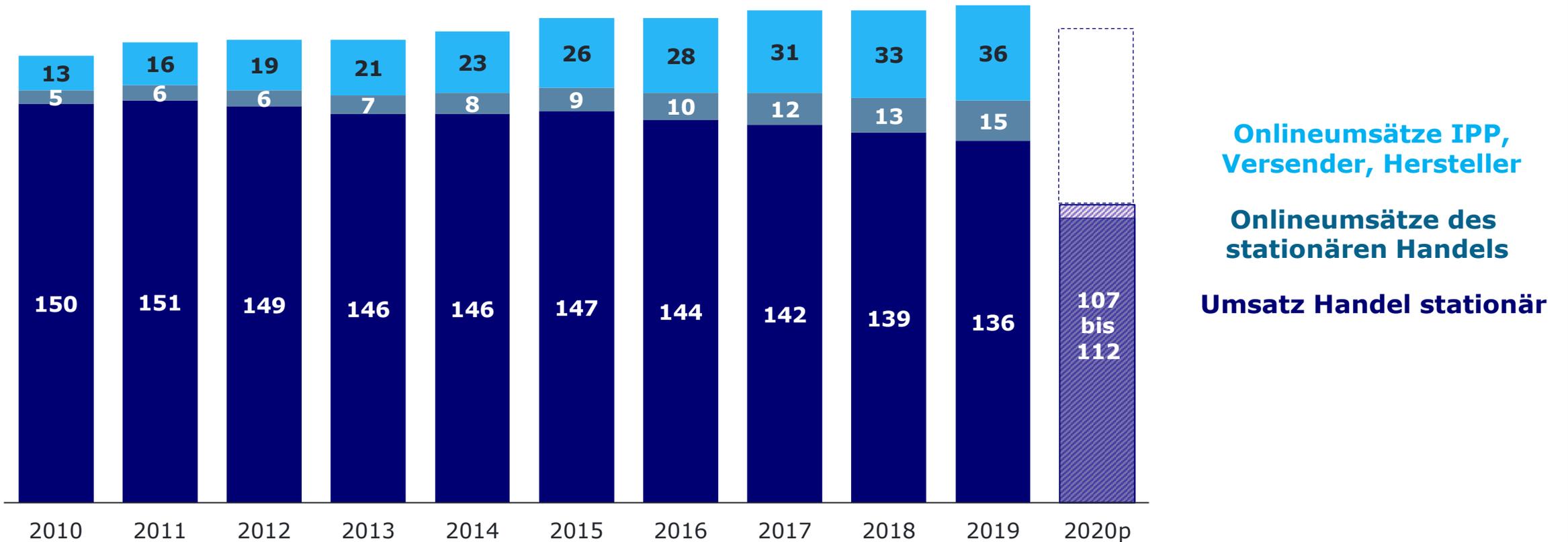
- **Passantenbefragung** in **deutschlandweit 107 Innenstädten**
- **Zwei Befragungstage** (Donnerstag und Samstag) im **September und Oktober 2020**
- **Ganztägige Befragungen an verschiedenen Innenstadtstandorten**
- **57.863 Interviews**
- **Ortsgrößen:**
  - 61 Städte mit bis zu 50.000 Einwohnern
  - 18 Städte mit 50.000 bis 100.000 Einwohnern
  - 8 Städte mit 100.000 bis 200.000 Einwohnern
  - 13 Städte mit 200.000 bis 500.000 Einwohnern
  - 7 Städte mit mehr als 500.000 Einwohnern

## Inhalte

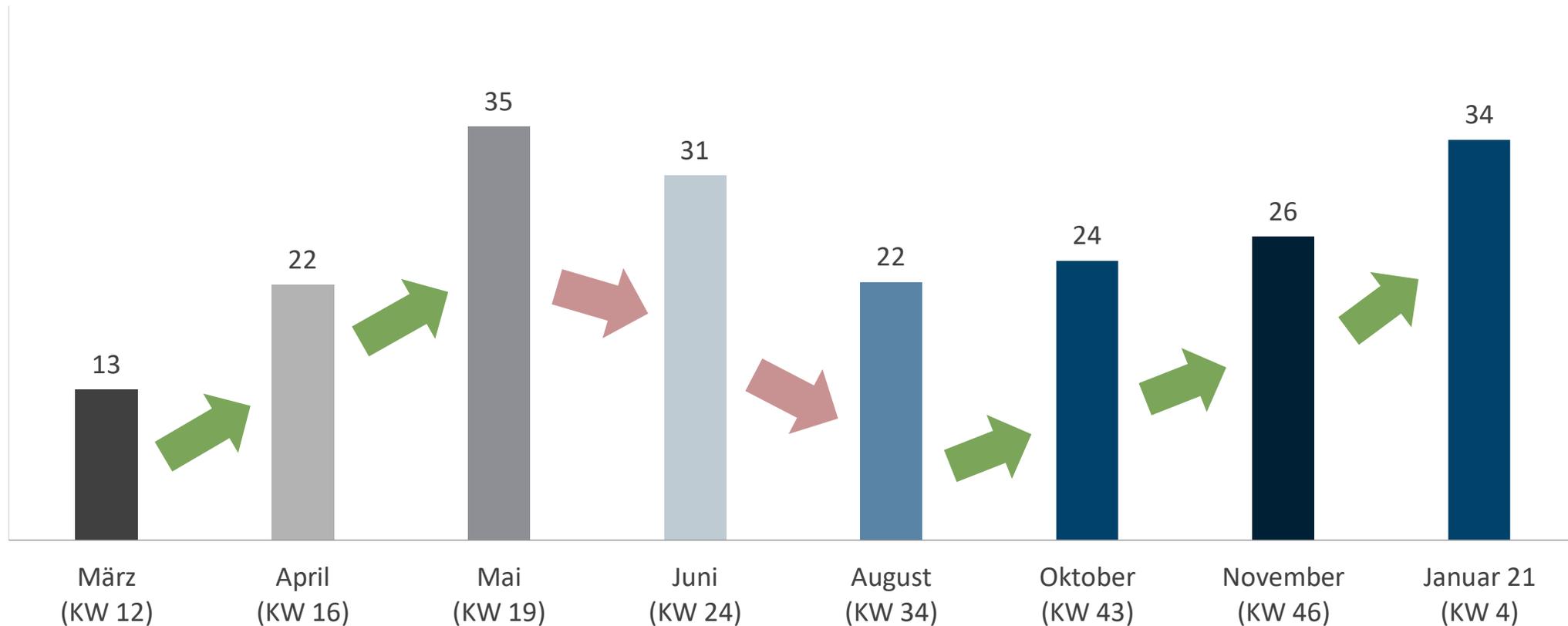
- **Besuchermerkmale**
- **Erreichbarkeit**
- **Besuchsmotive**
- **Onlineaffinitäten**
- **Auswirkungen der Coronapandemie**
- **Wahrnehmungen und Verhaltensweisen entlang der Visitor Journey**
- **Bewertungen auf Schulnotenbasis**

# #1 Effekte im Gesamtmarkt von Handel und Co.

Innenstadtrelevante Handelsbranchen verlieren kontinuierlich stationär. Das wird sich 2020 deutlich verstärken.



„Onlineshift“ folgt Pandemiegesehen. Onlineeinkäufe, die normalerweise im Geschäft erledigt wurden.



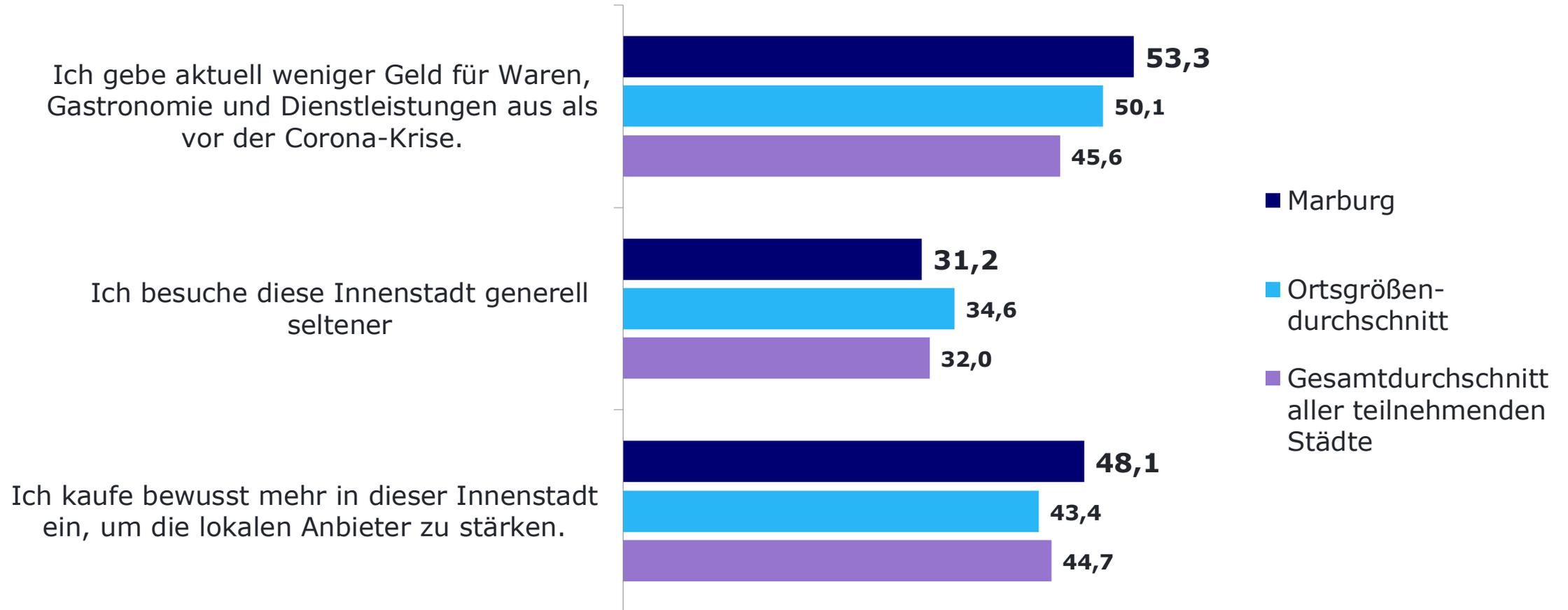
**FRAGE** Haben letzte Woche Einkäufe, die sie normalerweise im Geschäft erledigen, online getätigt?

# Was sagt die Kernzielgruppe der Innenstadt: die Passant\*innen?

# **#2 Nachhaltiger Druck auf die Innenstadt**

Wie hat sich ihr Einkaufsverhalten durch die Corona-Krise generell verändert? Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie zu?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

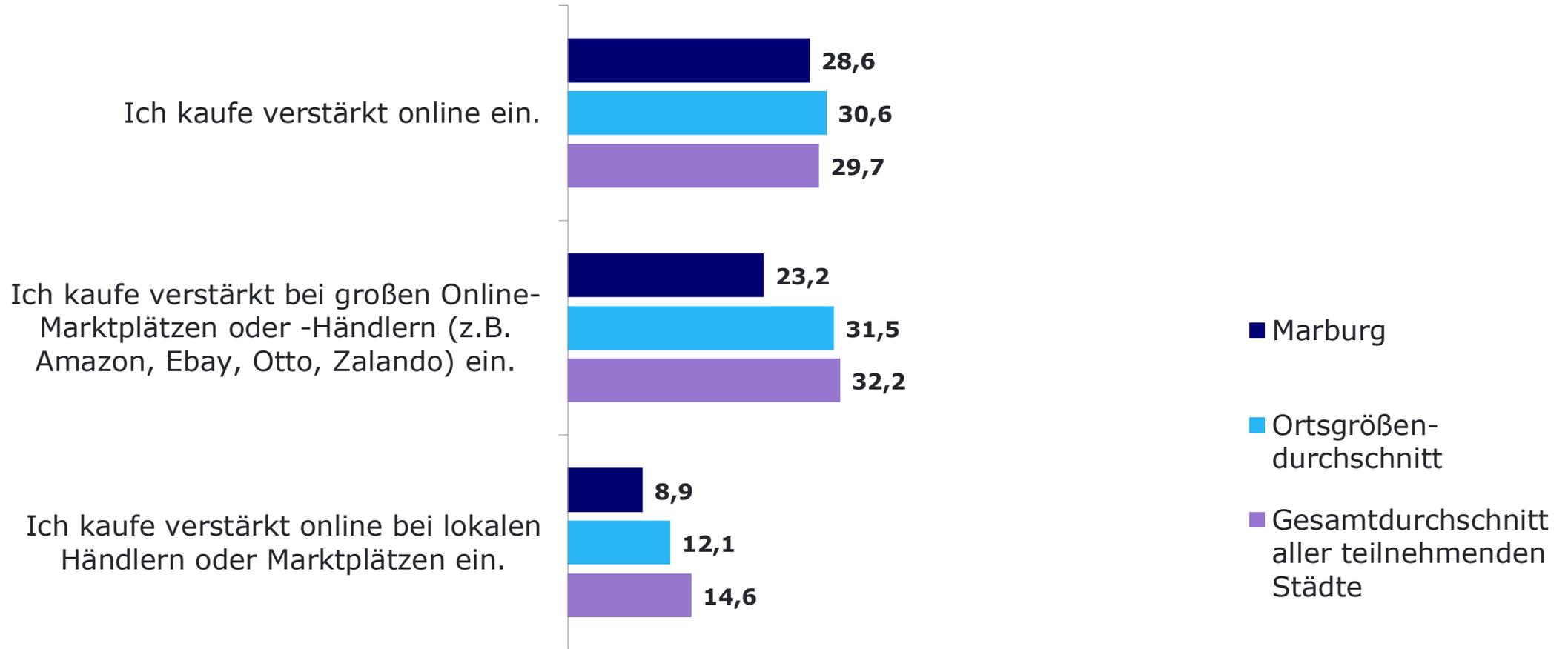


INFO 298 ≥ n ≥ 294

Antworten mit ja

**Wie hat sich ihr Einkaufsverhalten durch die Corona-Krise generell verändert? Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie zu?**

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



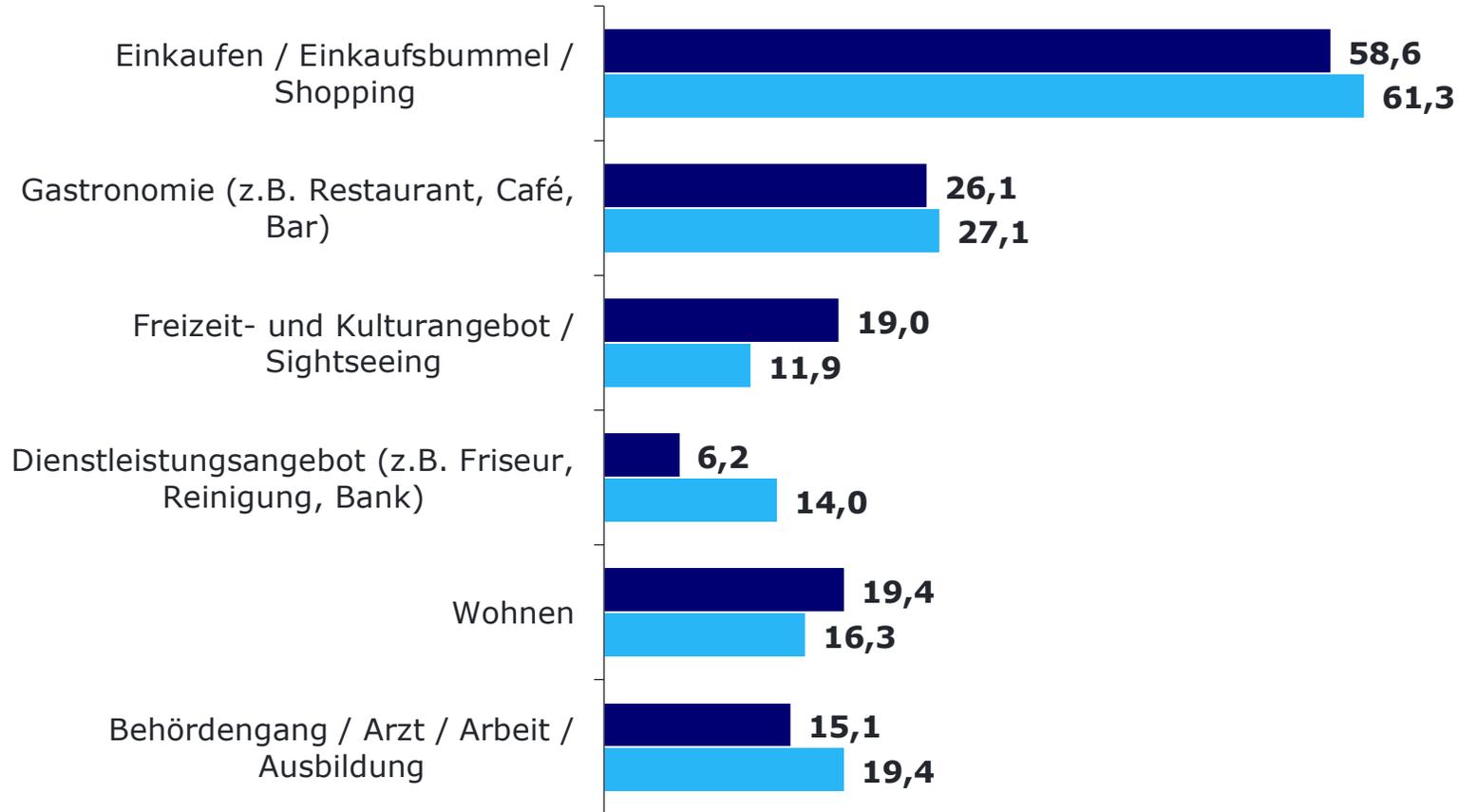
INFO 301 ≥ n ≥ 299

Antworten mit ja

**#3 Ohne attraktiven Handel  
keine attraktiven Innenstädte –  
alleine wird er es aber nicht richten**

## Einkaufen ist Besuchsmotiv Nr. 1.

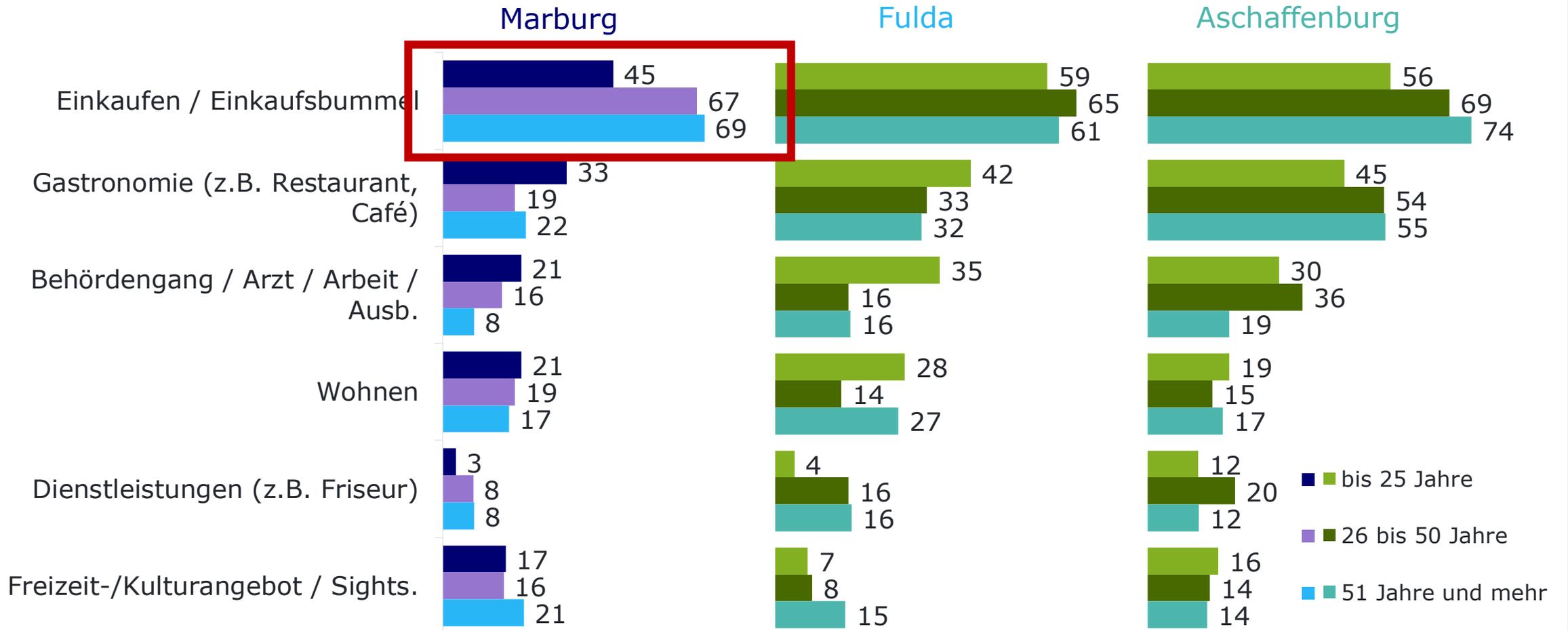
DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE



■ Marburg  
■ Ortsgrößendurchschnitt



**INFO** n = 303, Angaben in % der Befragten



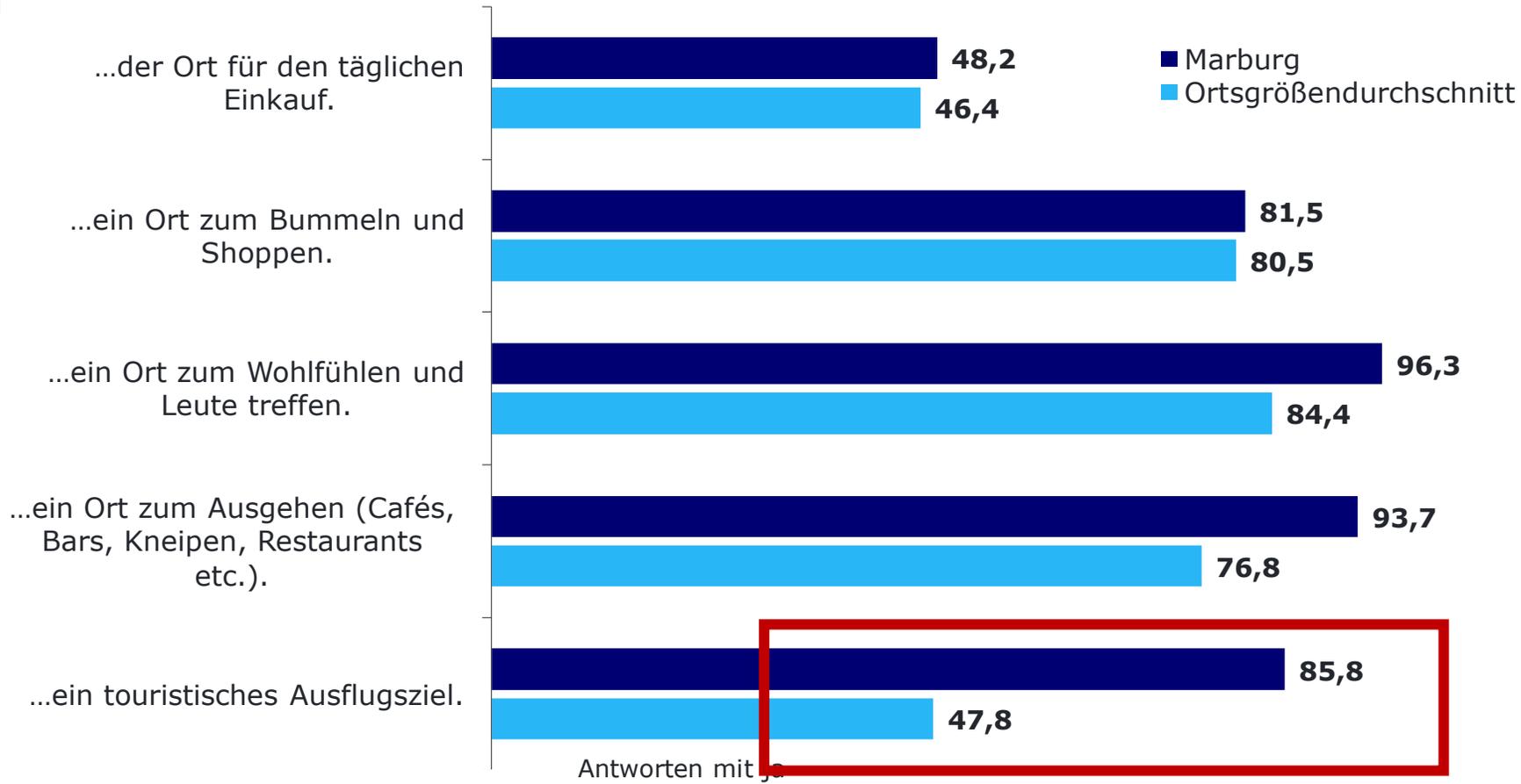
**FRAGE** Warum sind Sie heute in der Innenstadt? Angaben in %

**INFO** Mehrfachnennungen möglich

**Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?  
Diese Innenstadt ist für mich persönlich...**

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

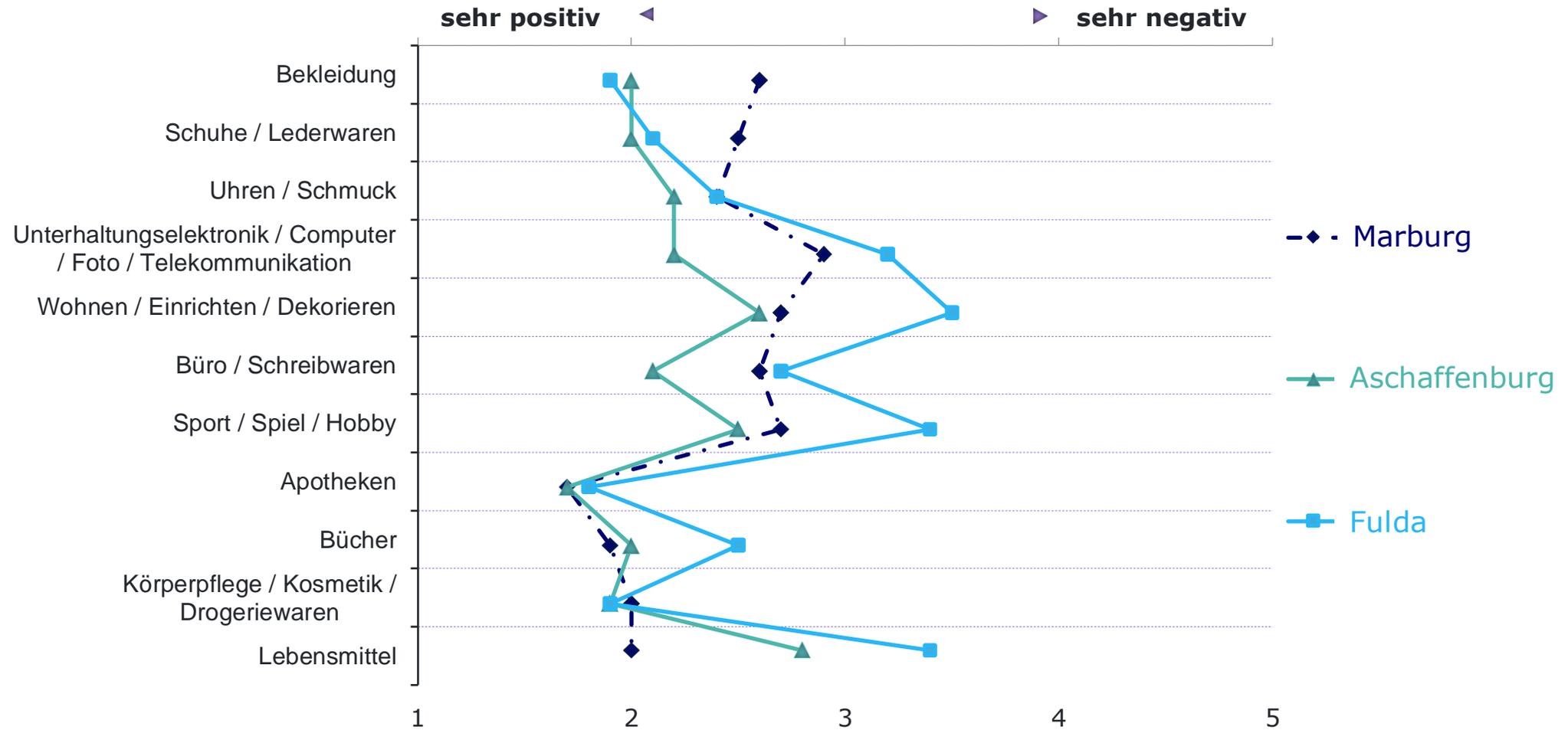
Fulda	Aschaffenburg
32,6	37,6
95,8	97,7
97,5	92,1
98,2	94,1
50,6	64,5



INFO 300 ≥ n ≥ 294

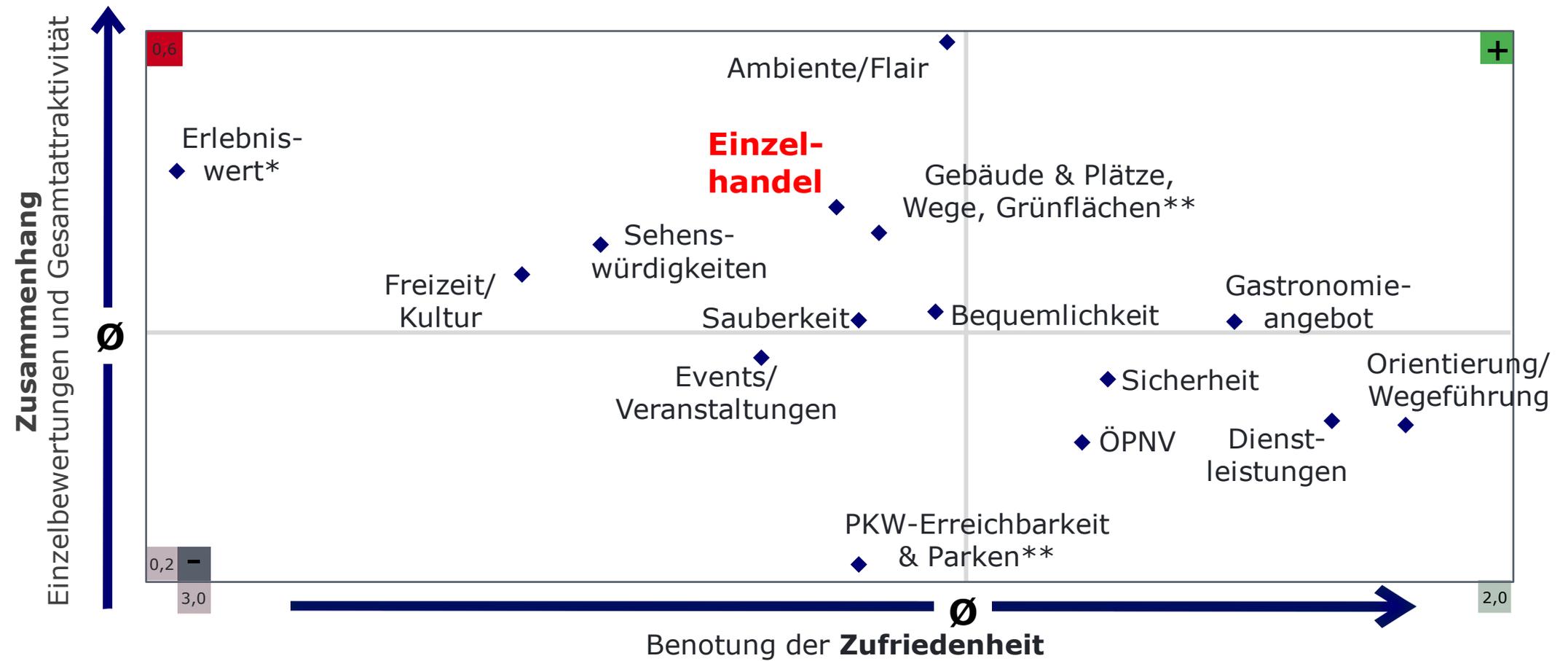
Wie bewerten Sie das Einzelhandelsangebot insgesamt im Hinblick auf ...

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



INFO 299 ≥ n ≥ 292

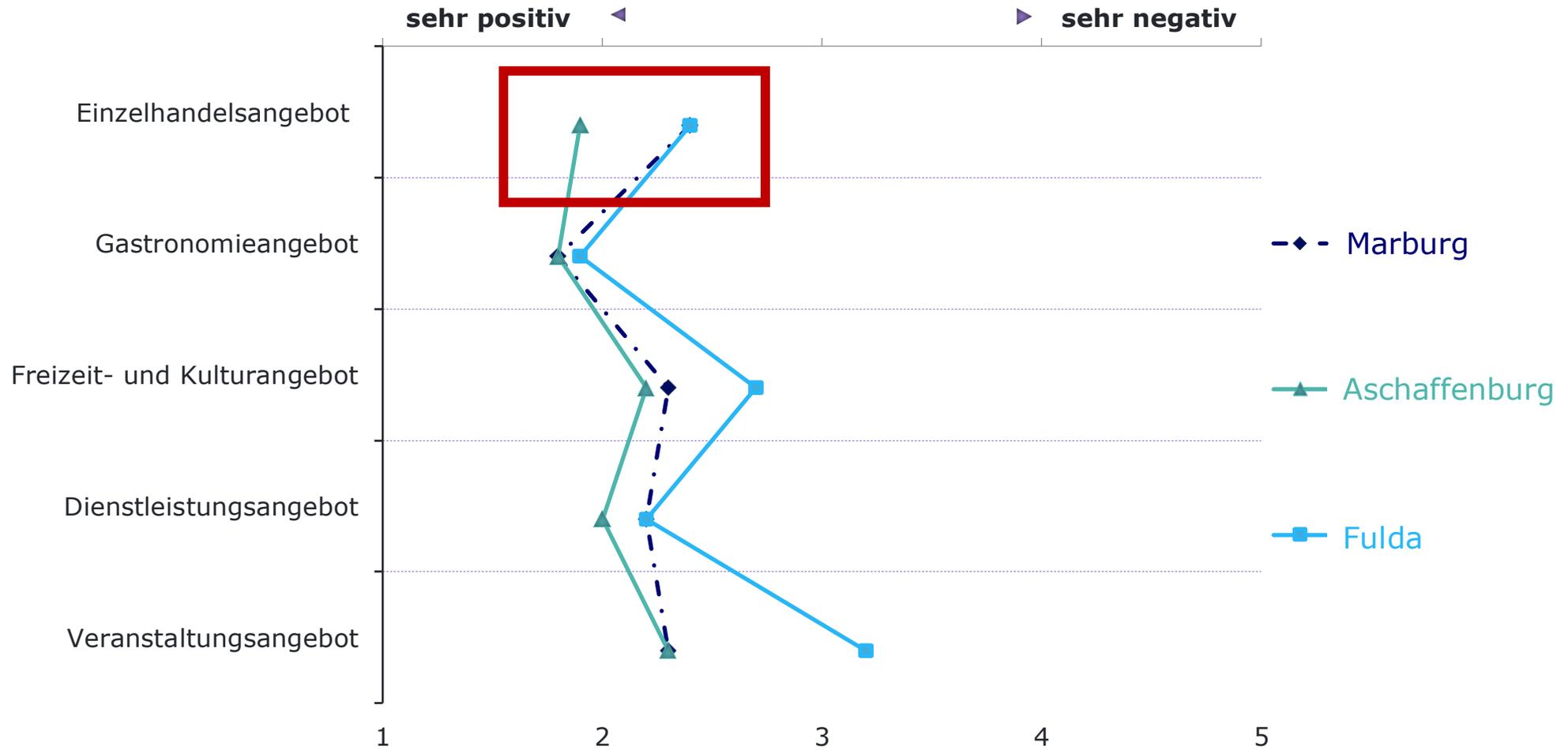
## Bewertung der Innenstadtattraktivität – Einzelhandel mit zentraler Rolle, aber auch verbesserungswürdig.



**Info** Durchschnittliche Benotung der Zufriedenheit (Schulnoten, 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend); Zusammenhänge abgebildet über Korrelationen. Zur besseren Lesbarkeit sind in der Abbildung nur Teile dieser Skalen abgebildet.  
 n = 57.863 in 107 Innenstädten; \*Erlebniswert: „Neues entdecken, inspirieren lassen, Spaß haben“; \*\*Mittelwerte der Einzelmerkmale

Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf das Angebot der Stadt...

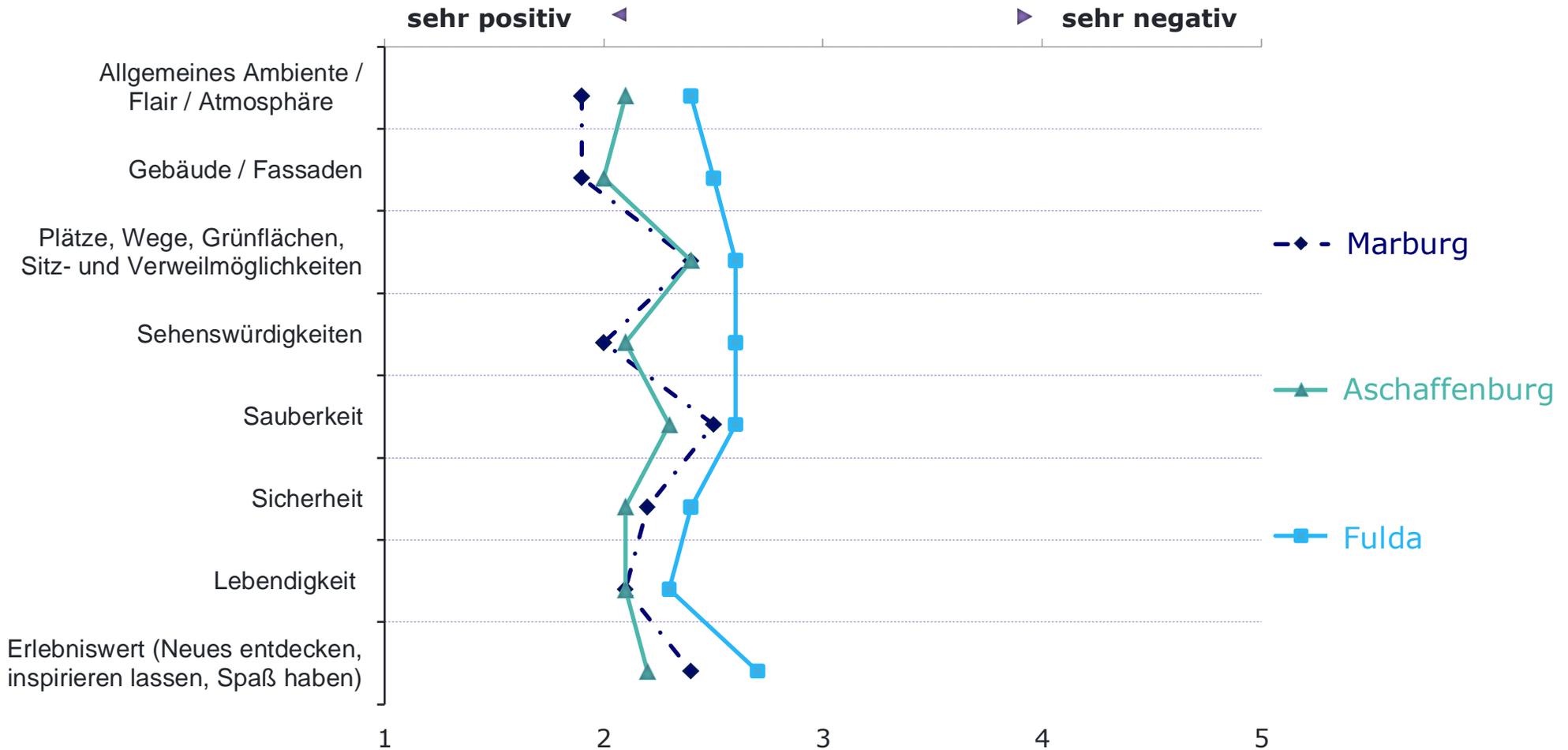
DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



INFO 300 ≥ n ≥ 296

Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf  
Ambiente und Erlebnis ...

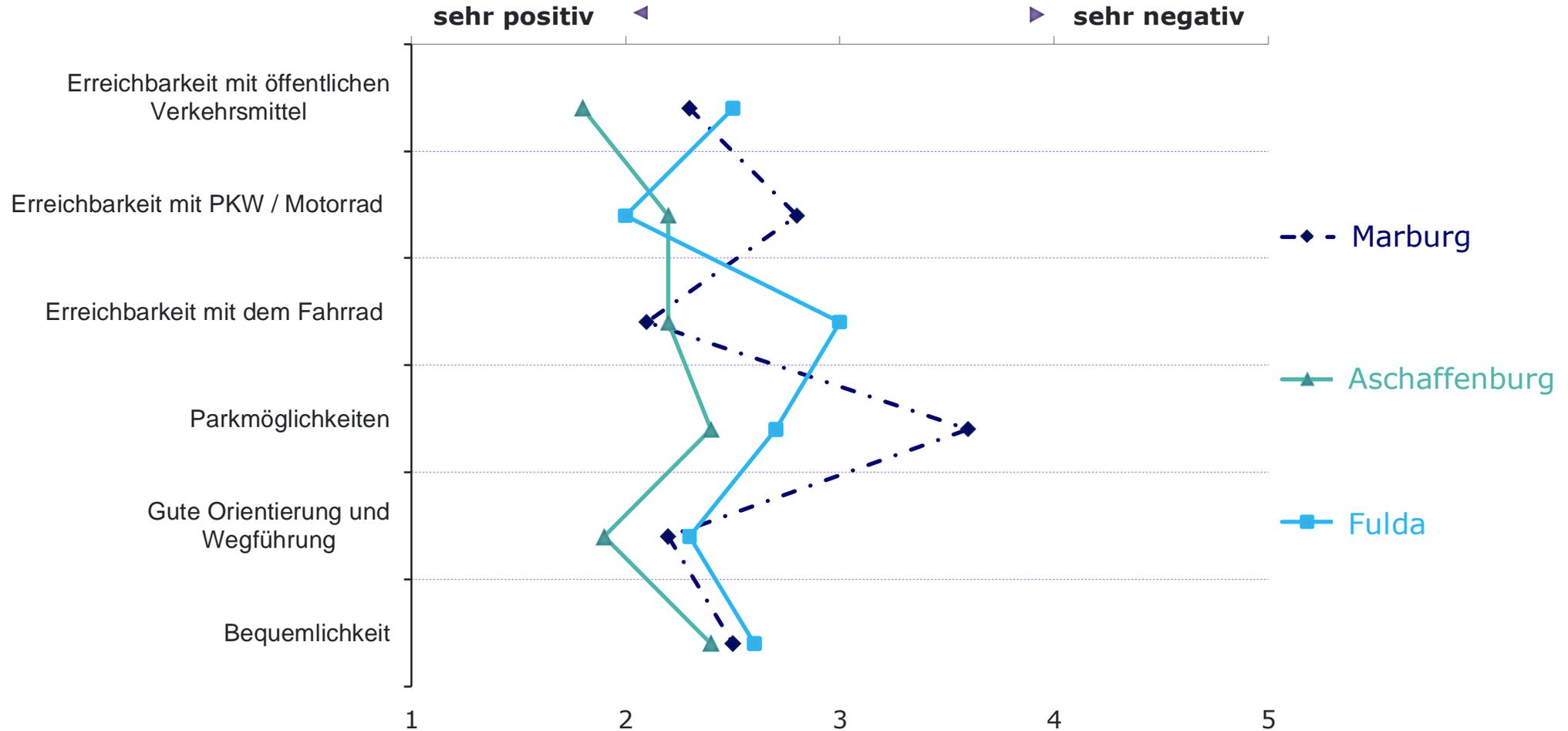
DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE



INFO 301 ≥ n ≥ 296

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

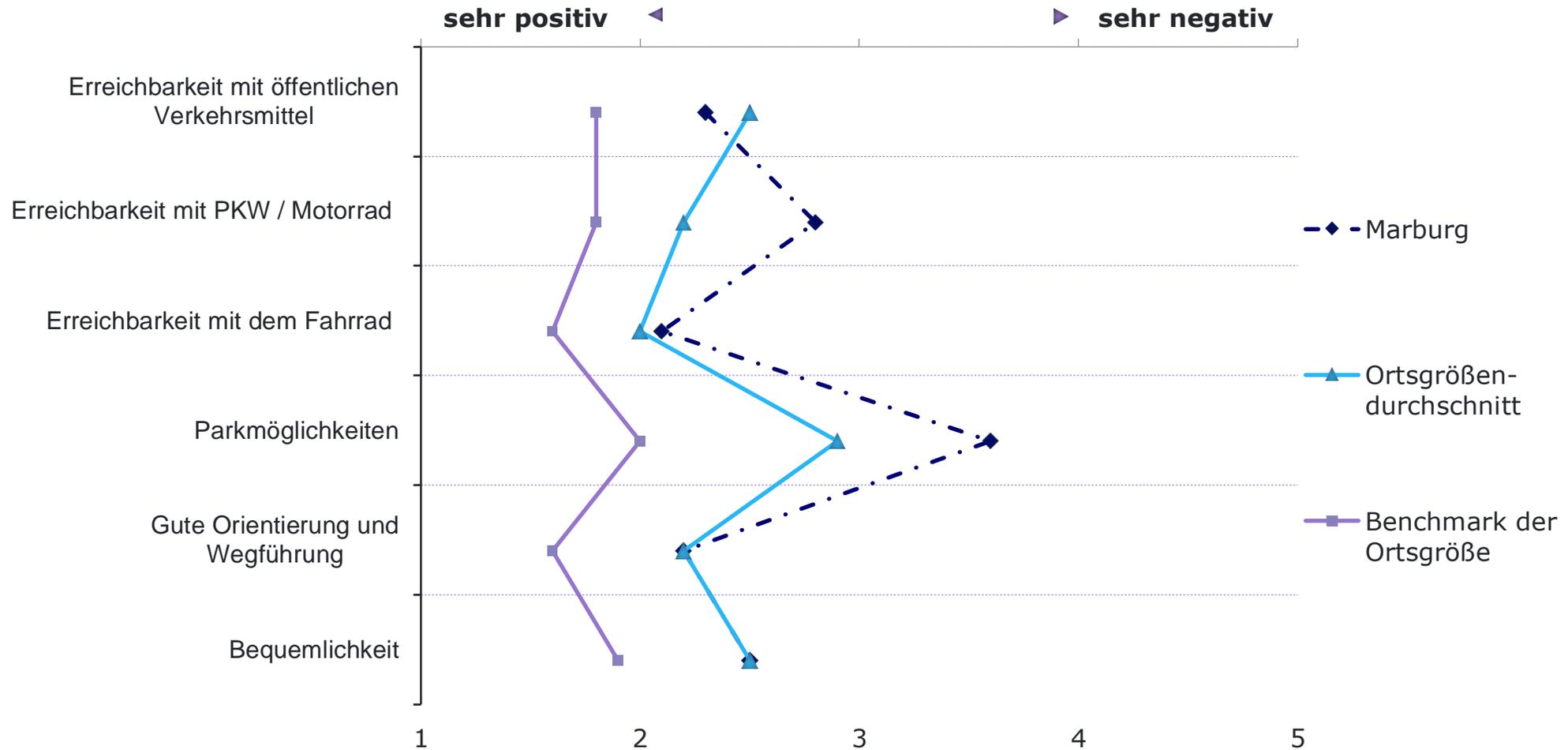
DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



INFO 301 ≥ n ≥ 292

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

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

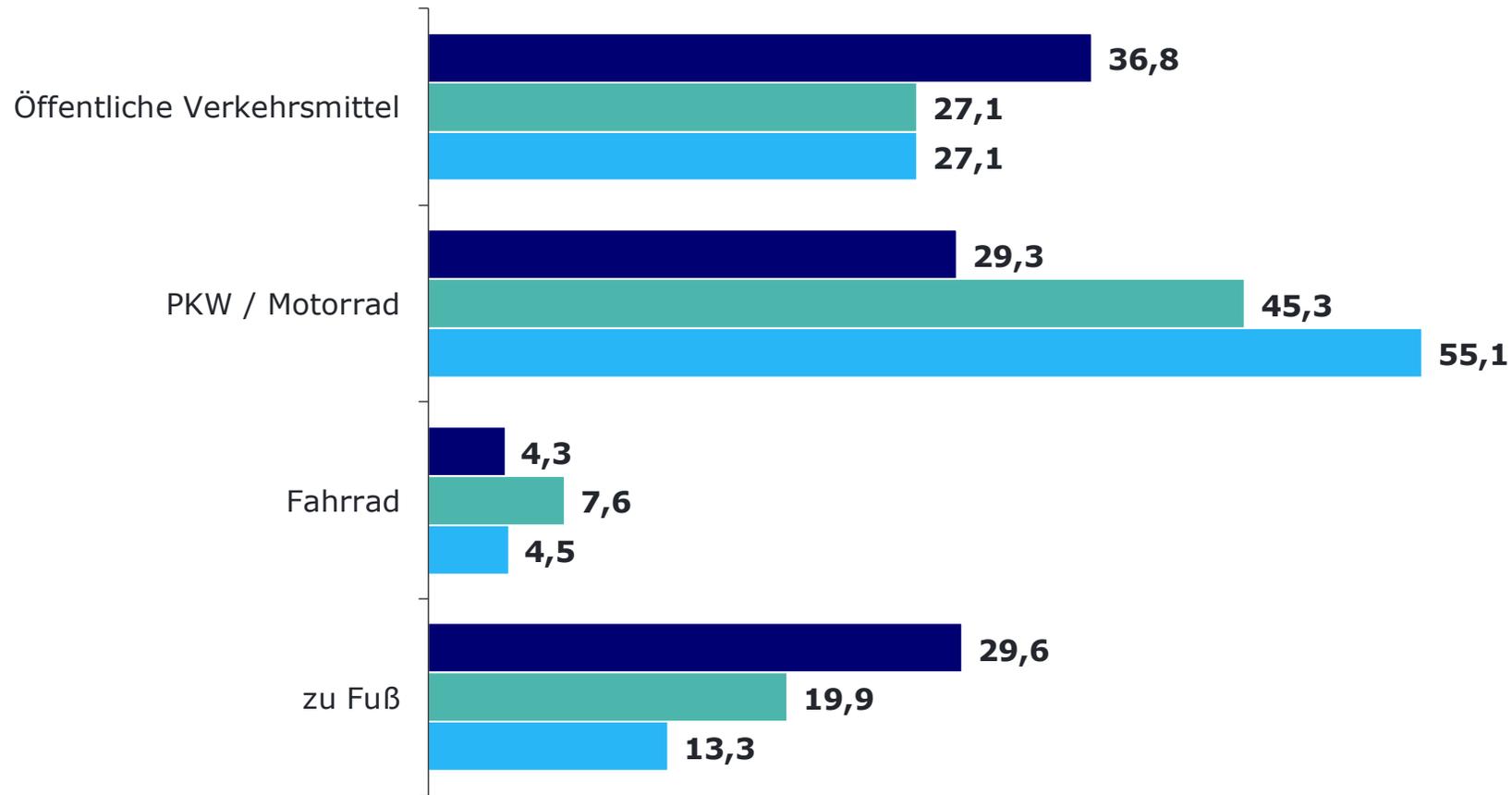


INFO 301 ≥ n ≥ 292

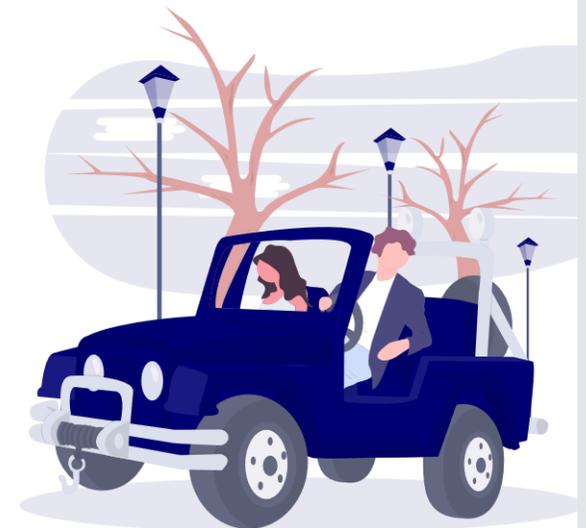
## Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

- Marburg
- Aschaffenburg
- Fulda

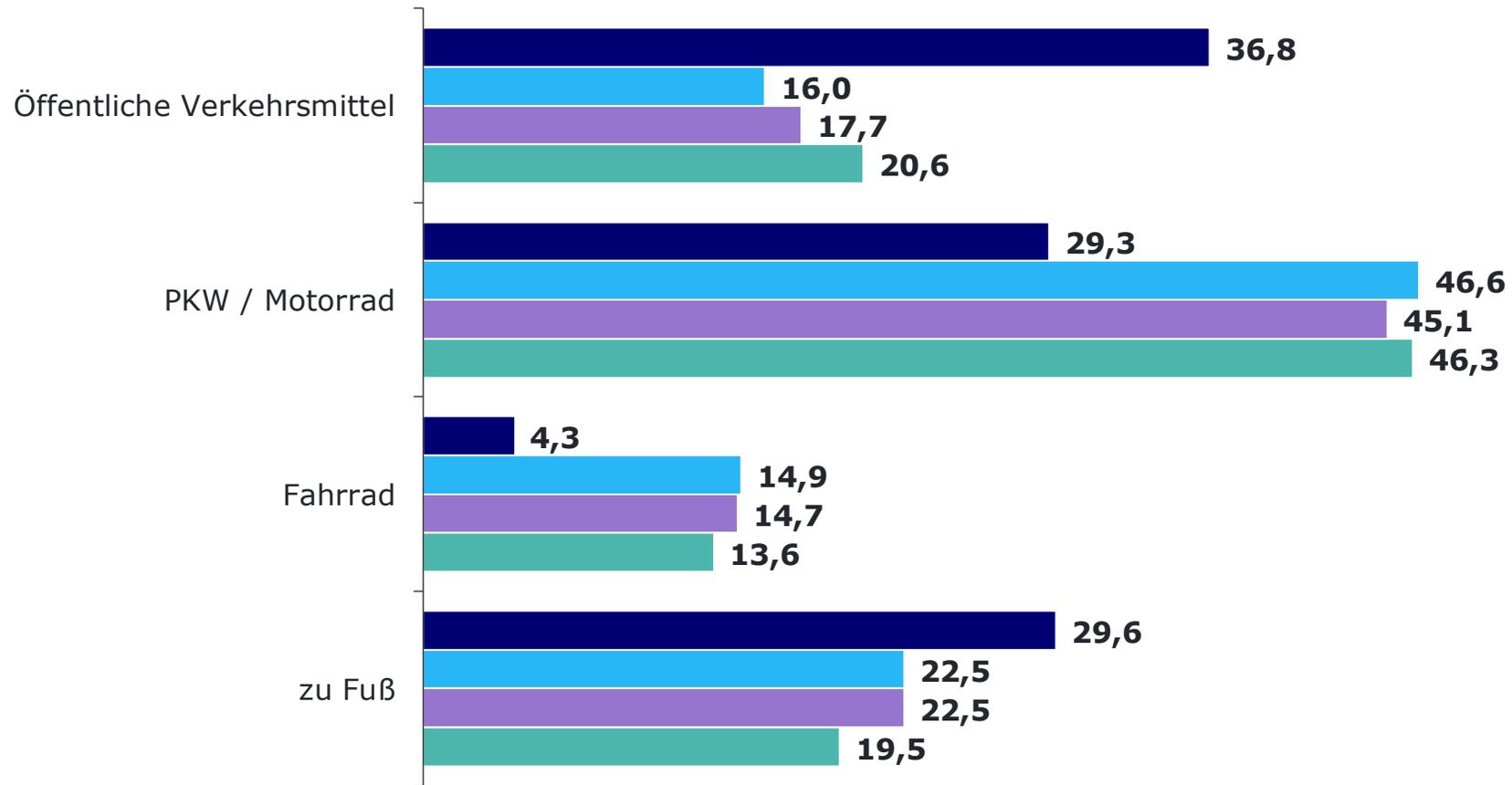


INFO n = 292, Angaben in % der Befragten

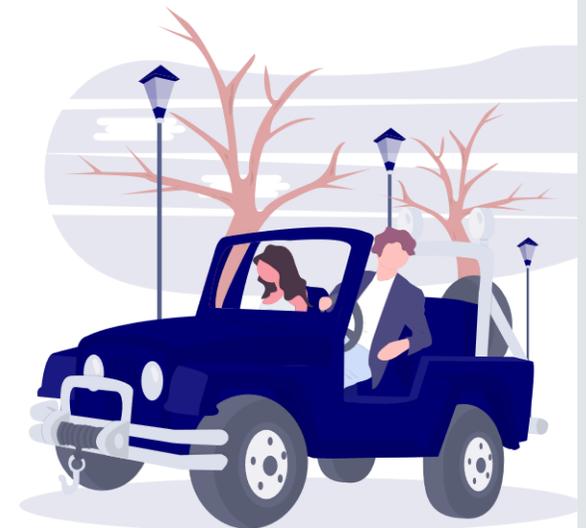


## Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



- Marburg
- Ortsgrößendurchschnitt
- Gesamtdurchschnitt aller teilnehmenden Städte
- Ortsgrößendurchschnitt 2018



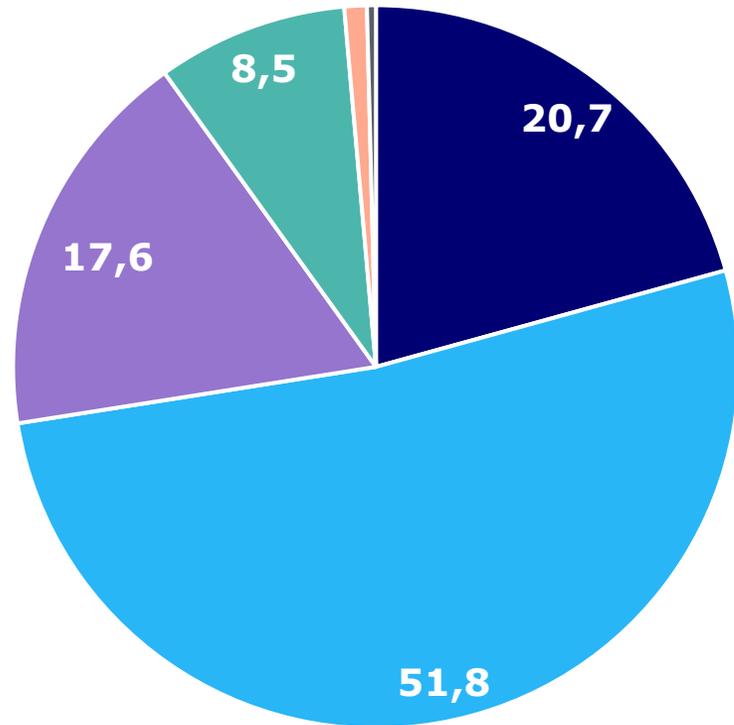
INFO n = 292, Angaben in % der Befragten

# **#4 Gesamtattraktivität, Weiterempfehlungsabsicht, Zukunftsorientierung & digitaler Reifegrad**

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

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

Marburg

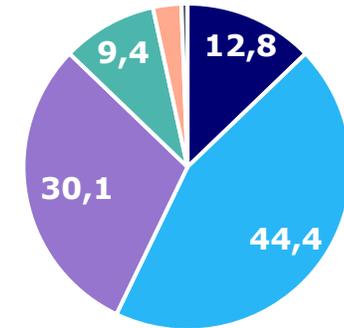


- sehr gut
- gut
- befriedigend
- ausreichend
- mangelhaft
- ungenügend

Aschaffenburg: 2,0    Durchschnittsnote: 2,2    Fulda: 2,4

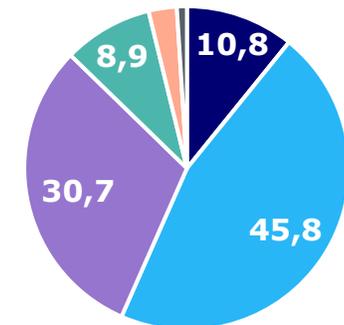
INFO n = 299, Angaben in % der Befragten

Ortsgrößendurchschnitt



Durchschnittsnote: 2,5

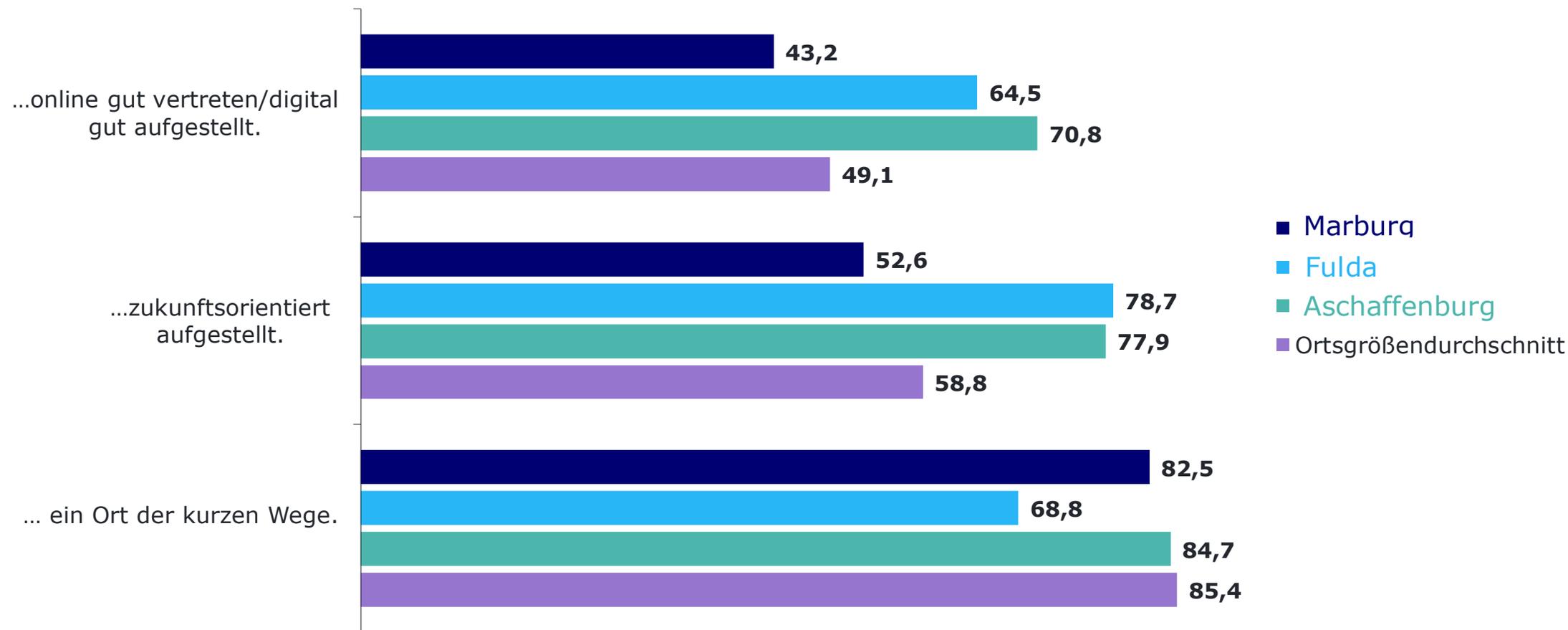
Ortsgrößendurchschnitt 2018



Durchschnittsnote: 2,5

**Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?  
Diese Innenstadt ist für mich persönlich ...**

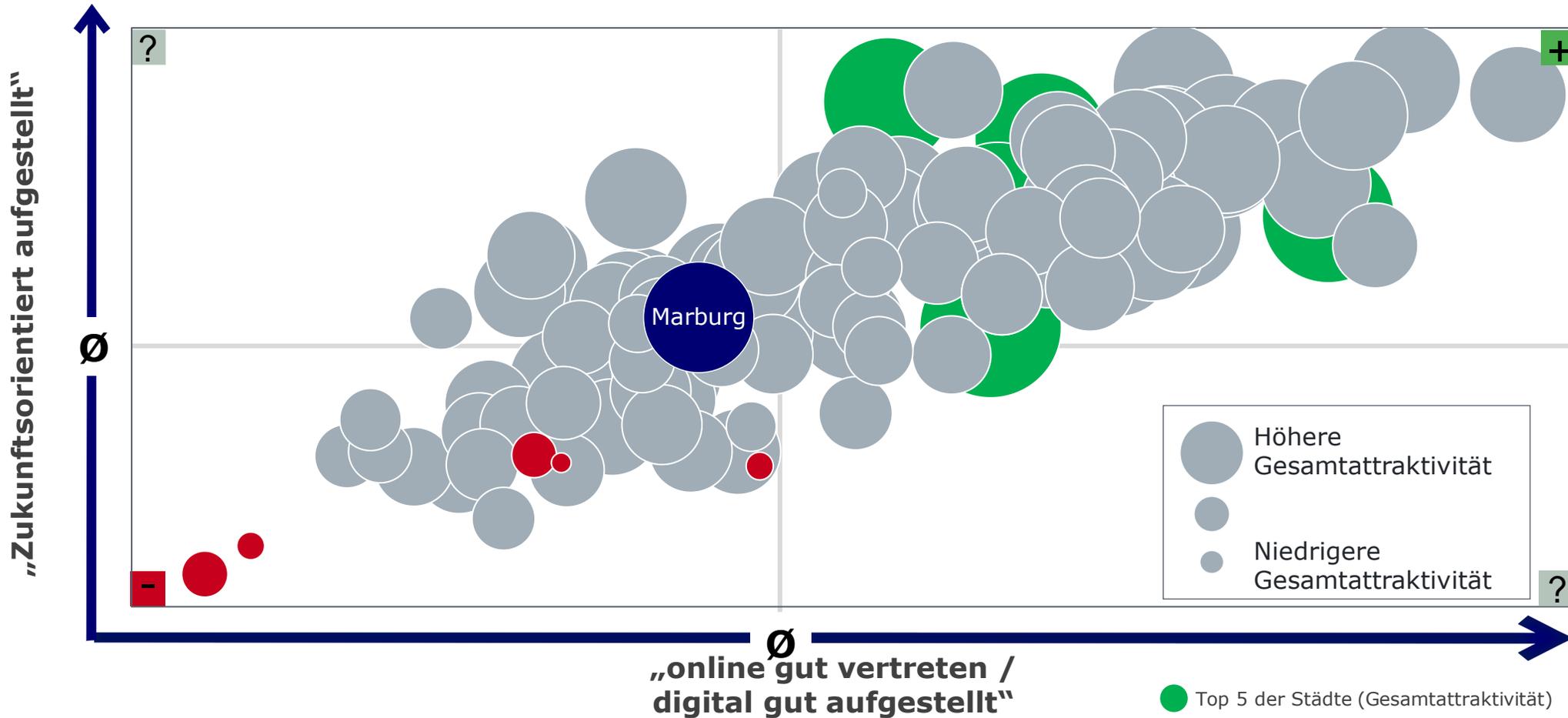
DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE



INFO 290 ≥ n ≥ 222

Antworten mit ja

Digitale Reife und Zukunftsorientierung gehen Hand in Hand.

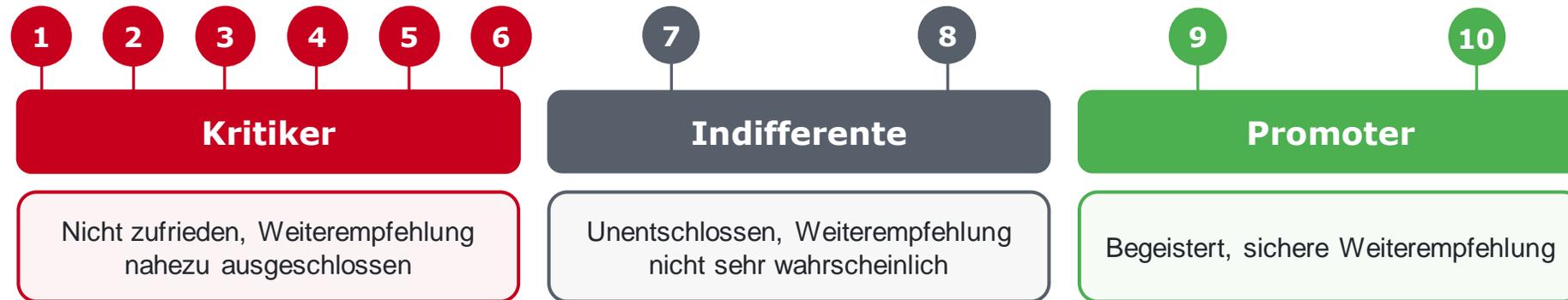


**FRAGE** Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu: Diese Innenstadt ist für mich persönlich...? Angaben in %  
**INFO** n = 57.863 in 107 Innenstädten; Mittelwerte der teilnehmenden Städte

- Top 5 der Städte (Gesamtattraktivität)
- Flop 5 der Städte (Gesamtattraktivität)

Der Net Promoter Score ermittelt 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 **1** (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:

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

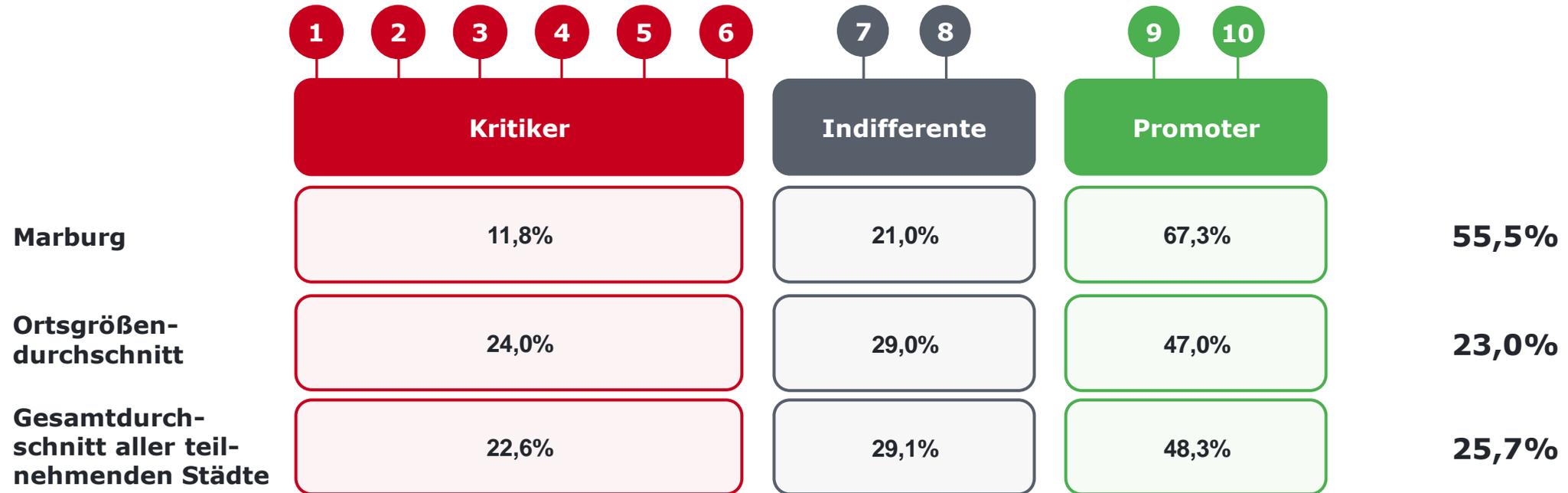
Frage:

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Innenstadt Freunden oder Bekannten weiterempfehlen? Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 1 bis 10. Eine 10 bedeutet dabei „äußerst wahrscheinlich“, eine 1 bedeutet „unwahrscheinlich“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen. Hinweis: Die ursprüngliche Antwortskala im Fragebogen war gedreht, hier erfolgt nun die definitionsgemäß korrekte Auswertung.

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Innenstadt Freunden oder Bekannten weiterempfehlen?

NPS: Net Promoter Score 2020 = 55,5%

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



Berechnung des Net-Promoter-Scores:

Promoter (%) - Kritiker (%) = NPS

**INFO** Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 1 bis 10. Eine 10 bedeutet dabei „äußerst wahrscheinlich“, eine 1 bedeutet „unwahrscheinlich“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen. Hinweis: Die ursprüngliche Antwortskala im Fragebogen war gedreht, hier erfolgt nun die definitionsgemäß korrekte Auswertung.  
n = @, Angaben in % der Befragten

## **Allgemeine Bewertung**

**Marburg mit generell  
guter Ausgangslage  
für eine erfolgreiche  
Zukunft:**

- **Gute Bewertung**
- **Hohe Loyalität**
- **Erlebniswert**
- **Erreichbarkeit**

## **Handlungsfeld Digitalisierung**

- **Im Vergleich mit  
Aschaffenburg und  
Fulda aber auch mit  
Ortsgrößendurch-  
schnitt fällt  
Marburg zurück**
- **Zukunftsfähigkeit**

## **Handlungsfeld Zielgruppen**

- **Junge Zielgruppe  
anders bedienen**
- **Ergänzungen zum  
Handel finden**
- **Parken – digitale  
aus der Not eine  
Tugend machen!**

**Besuchs-  
frequenz**

**Aufenthalts-  
dauer**

**Aufenthalts-  
qualität**

**Was kann dabei (schnell) helfen?**







**VERSTEHEN**  
**(Visitor Journey)**

**PLANEN**  
**(Handelsstrategie)**

**MACHEN**  
**(Projekte)**

**TEILEN**  
**(Community)**

# WENN SIE FRAGEN HABEN ...



## **Boris Hedde**

Geschäftsführer

+49 (0) 221 943607-11

b.hedde@ifhkoeln.de

# **IFH KÖLN**

Erfolgreich im Handeln

## **IFH Köln GmbH**

Dürener Str. 401 b  
50858 Köln

+49 (0) 221 943607-10

**www.ifhkoeln.de**

 @ifhkoeln

 /company/ifh-koeln-gmbh