



# Vitale Innenstädte 2018

Auswertungsergebnisse für Fürstenfeldbruck

Fürstenfeldbruck, 12. Februar 2019

Lokale Partner: Stadt Fürstenfeldbruck

## Eckdaten zur Untersuchung Vitale Innenstädte 2018

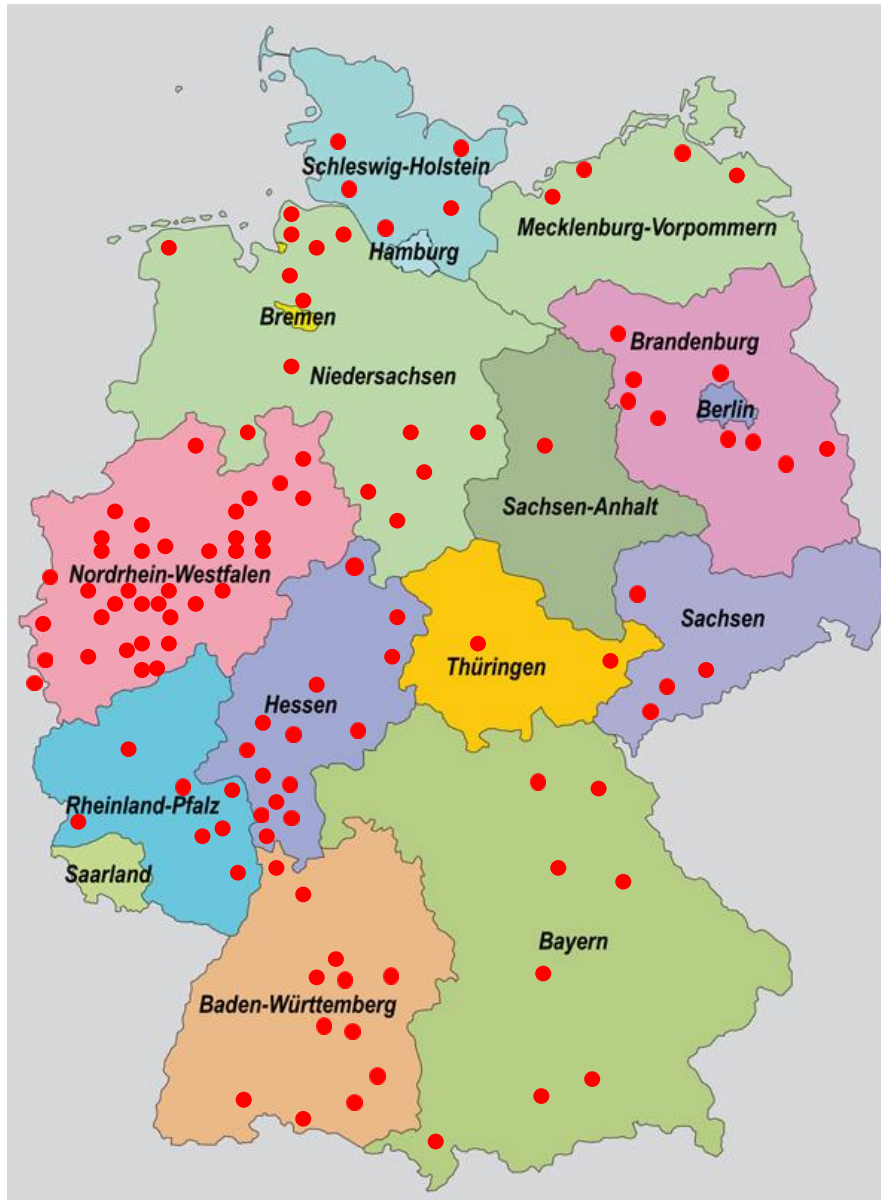
### TEILNEHMER

- 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.

Aachen	Chemnitz
Altenburg	Cottbus
<b>Ansbach</b>	Cuxhaven
Arnsberg-Neheim	Delmenhorst
Backnang	Düren
Bad Camberg	Düsseldorf
Bad Essen	Einbeck
Bad Kreuznach	Eltville
Bad Honnef	Erfstadt
Bad Oldesloe	Erfurt
Bad Pyrmont	Essen
Bad Sassendorf	Esslingen
Bad Sooden-Allendorf	Frankfurt / M
<b>Bayreuth</b>	Freiberg (Sa.)
Bebra	<b>Fürstenfeldbruck</b>
Biberach	Fulda
Bielefeld	Göppingen
Bietigheim-Bissingen	Greifswald
Bingen	Grünberg
Bocholt	Gütersloh
Bonn-Bad Godesberg	Hanau
Brandenburg	Hannover
Braunfels	Hattersheim
Braunschweig	Heide
Bremen	Heidelberg
Bremen-Vegesack	Heinsberg
Bremerhaven	Hennef
Bremervörde	Herford
Butzbach	Herrenberg
	Hilden
	Hildesheim



Ibbenbüren	Paderborn
Iserlohn	Perleberg
Itzehoe	Pinneberg
Kassel	Plön
Koblenz	Pritzwalk
Köln	Ratingen
Königs-Wusterhausen	Ravensburg
Krefeld	Reutlingen
Lampertheim	Rostock
<b>Landsberg am Lech</b>	<b>Schweinfurt</b>
Langen	Singen
Langenfeld	Solingen
Leipzig	<b>Sonthofen</b>
Lippstadt	Speyer
Lübben (Spreew.)	Stade
Ludwigsfelde	Stralsund
Lüdinghausen	Sundern
Magdeburg	Taunusstein
Mannheim	Trier
Mayen	Überlingen
Meschede	Viersen
Minden	Wermelskirchen
Mönchengladbach	Wetzlar
Monheim	Wismar
<b>Neumarkt in der Oberpfalz</b>	Wittenberge
Neuwied	Zwickau
Norden	Eupen / Belgien
<b>Nürnberg</b>	
Oranienburg	

## Die Beurteilung von Fürstfeldbruck durch die Innenstadtbesucher im Überblick



**Gesamteindruck der Innenstadt in Bezug auf ihre Gesamtattraktivität**



**Note: 2,8**



Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln



Erreichbarkeit mit PKW / Motorrad



Erreichbarkeit mit Fahrrad



Parkmöglichkeiten



Ladenöffnungszeiten



Gastronomieangebot  
(Restaurant, Café, Bar, Außengastronomie, Fast Food)



Freizeitangebot  
(Kino, Theater, Museen, Ausstellungen, Sport etc.)



Dienstleistungsangebot  
(Friseure, Reinigung, Änderungsschneiderei etc.)





















= Schulnote 4 bis 6


= Schulnote 3

= Schulnoten 1 und 2

## Die Beurteilung von Fürstentfeldbruck durch die Innenstadtbesucher im Überblick

























	<b>Gesamteindruck der Innenstadt in Bezug auf das <u>Allgemeine Ambiente</u></b>		<b>Note: 2,6</b>
	Gebäude / Fassaden		
	Plätze, Wege, Grünflächen		
	Sehenswürdigkeiten		
	Sauberkeit der Innenstadt		
	Sicherheit der Innenstadt		
	Lebendigkeit der Innenstadt (Besucherzahl, Veranstaltungen etc.)		
	Orientierung / ‚Zurechtfinden‘ in der Innenstadt		
	Events / Veranstaltungen (Stadt- und Straßenfeste, Weihnachtsmärkte)		


 = Schulnote 4 bis 6


 = Schulnote 3

 = Schulnoten 1 und 2

## Die Beurteilung von Fürstentfeldbruck durch die Innenstadtbesucher im Überblick















	<b>Gesamteindruck der Innenstadt in Bezug auf das <u>Einzelhandelsangebot</u></b>		<b>Note: 2,7</b>
	Bekleidung		
	Schuhe / Lederwaren		
	Uhren / Schmuck		
	Unterhaltungselektronik / Computer / Foto / Telekommunikation		
	Wohnen / Einrichten / Dekorieren		
	Büro / Schreibwaren		
	Sport / Spiel / Hobby		
	Optiker		
	Bücher		
	Drogeriewaren etc.		
	Lebensmittel		


 = Schulnote 4 bis 6


 = Schulnote 3

 = Schulnoten 1 und 2

## Die Beurteilung von Fürstfeldbruck durch die Innenstadtbesucher im Überblick

	<b>Gesamteindruck der Innenstadt in Bezug auf das <u>gastronomische Angebot</u></b>		<b>Note: 2,3</b>
	Cafés / Eisdieleen / Coffeeshops		
	Brauhaus / Gasthaus / Biergarten etc.		
	Restaurants / Moderne Gastronomiekonzepte wie Vapiano, Burgerläden		
	Fast Food (McDonald's, Burger King) / Imbiss		
	Gastronomie im Handel (z.B. im Kaufhaus)		
	Außergastronomie		

 = Schulnote 4 bis 6

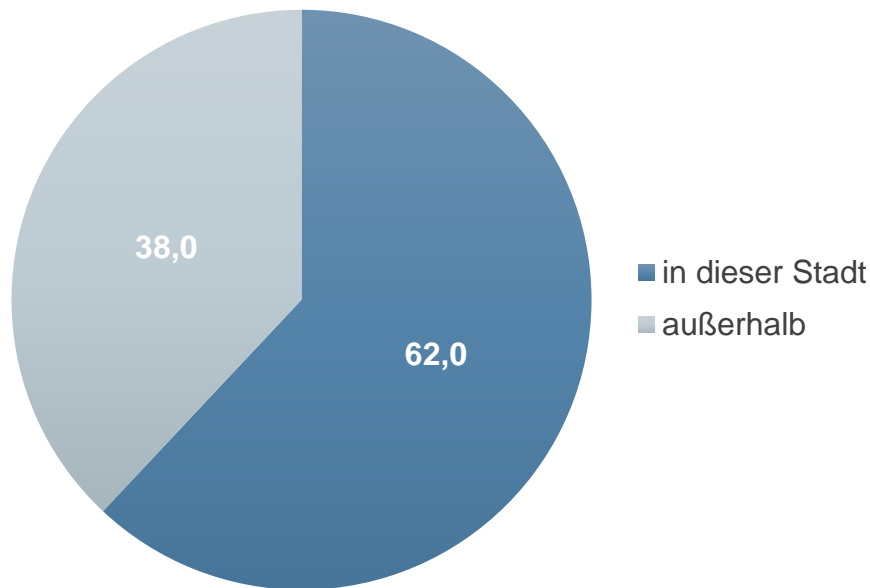
 = Schulnote 3

 = Schulnoten 1 und 2

## Wohnen Sie in dieser Stadt oder außerhalb?

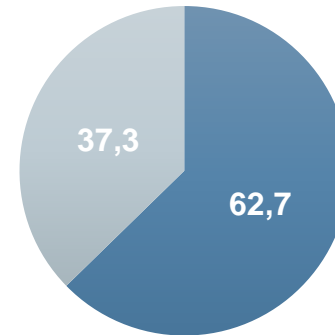
Durchschnitt  
der beiden Tage

### Fürstentfeldbruck

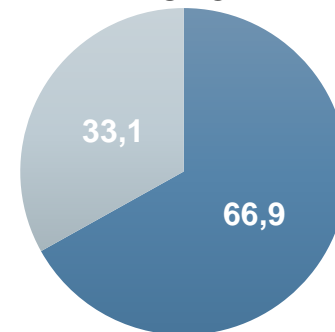


n = 496, Angaben in % der Befragten

### Ortsgrößendurchschnitt



### Ortsgrößendurchschnitt 2016

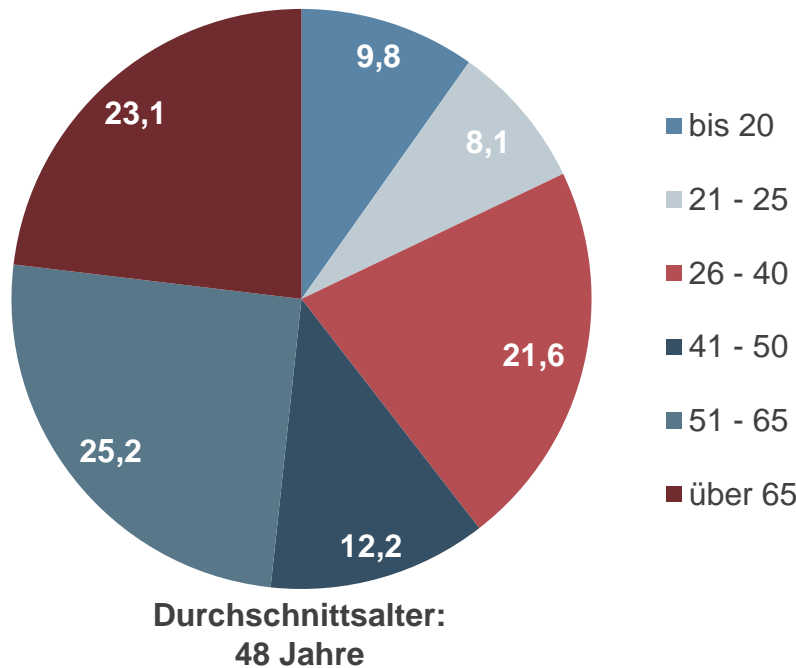




## Alter der Besucher

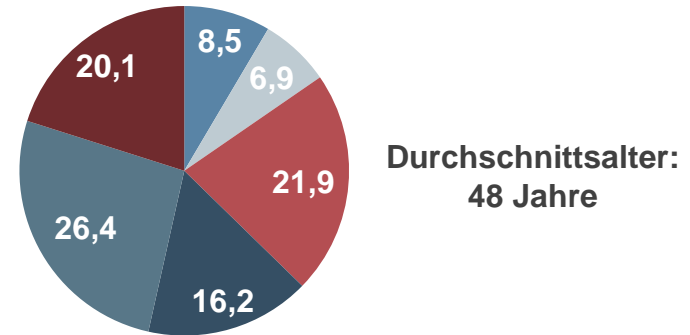
Durchschnitt  
der beiden Tage

### Fürstentfeldbruck

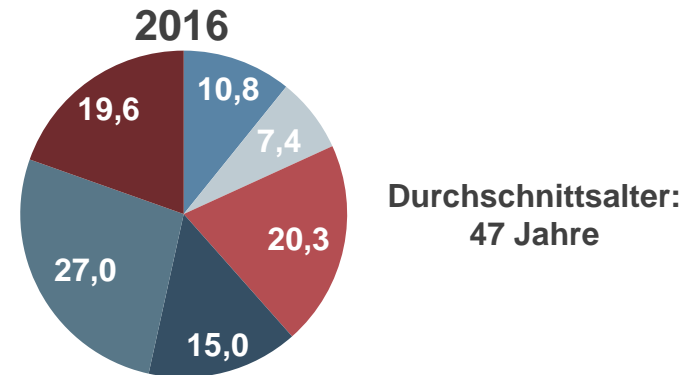


n = 512, Angaben in % der Befragten

### Ortsgrößendurchschnitt

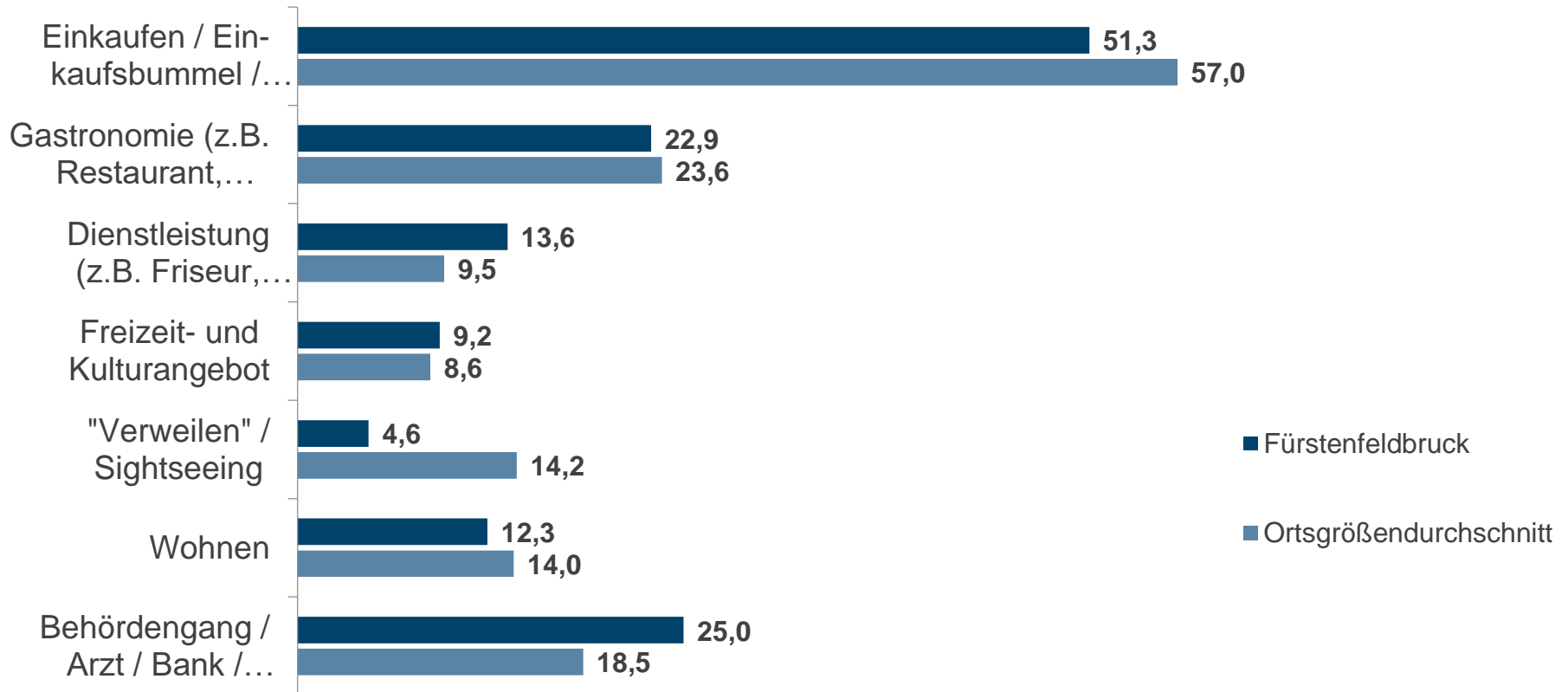


### Ortsgrößendurchschnitt



Durchschnitt  
der beiden Tage

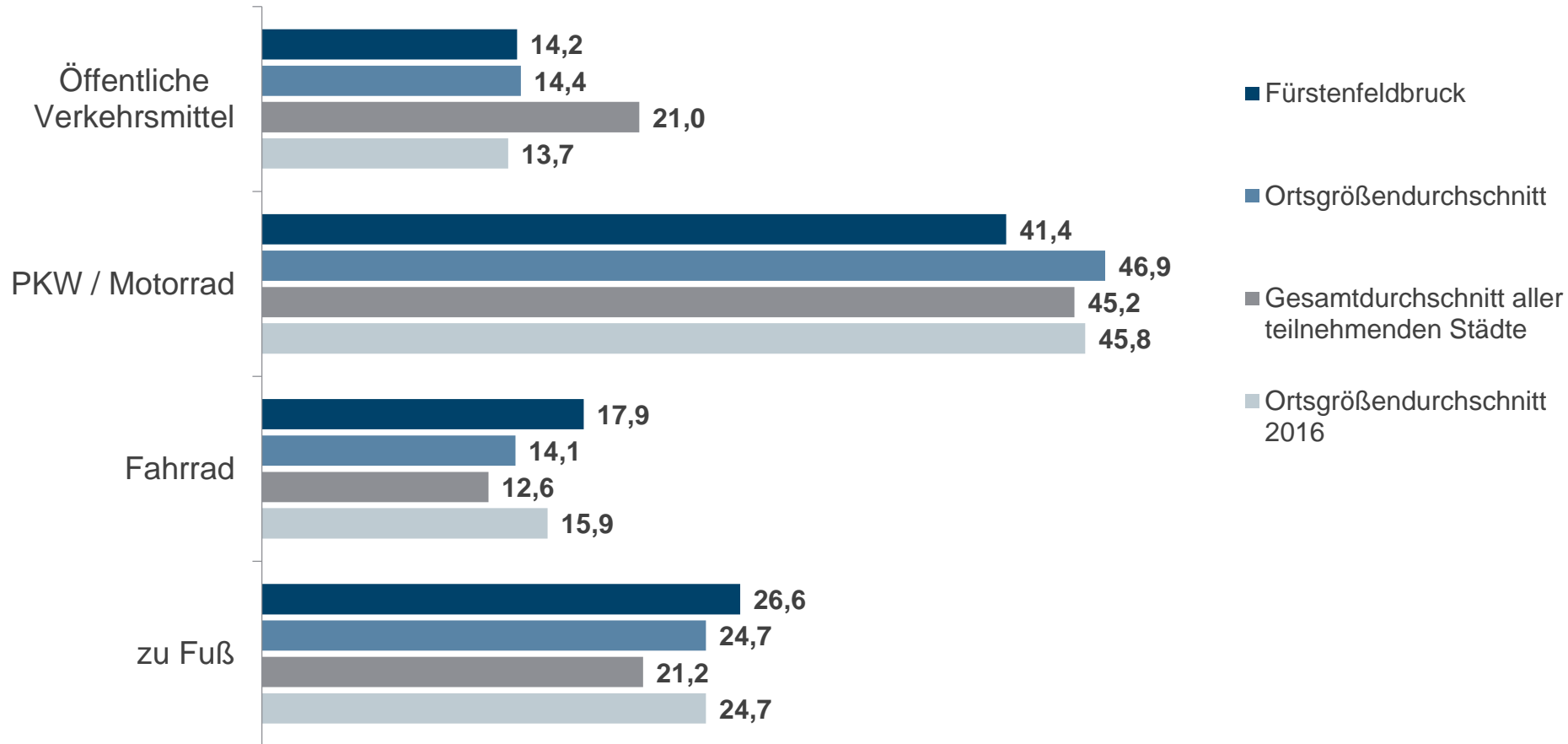
## Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?



n = 514, Angaben in % der Befragten

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

Durchschnitt  
der beiden Tage

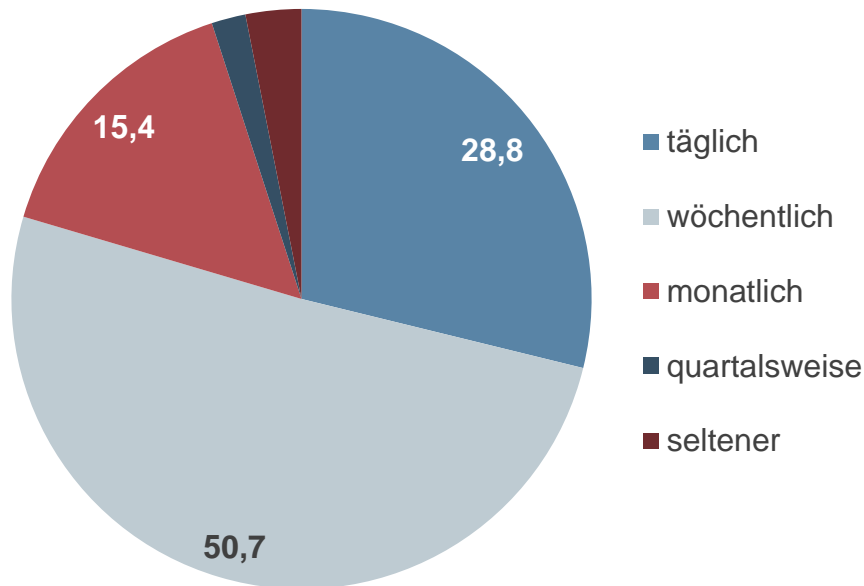


n = 484, Angaben in % der Befragten

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

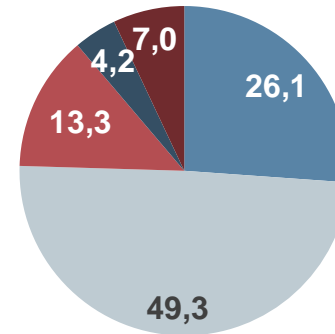
Durchschnitt  
der beiden Tage

### Fürstfeldbruck

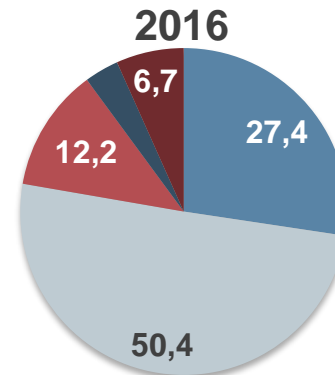


n = 512, Angaben in % der Befragten

### Ortsgrößendurchschnitt

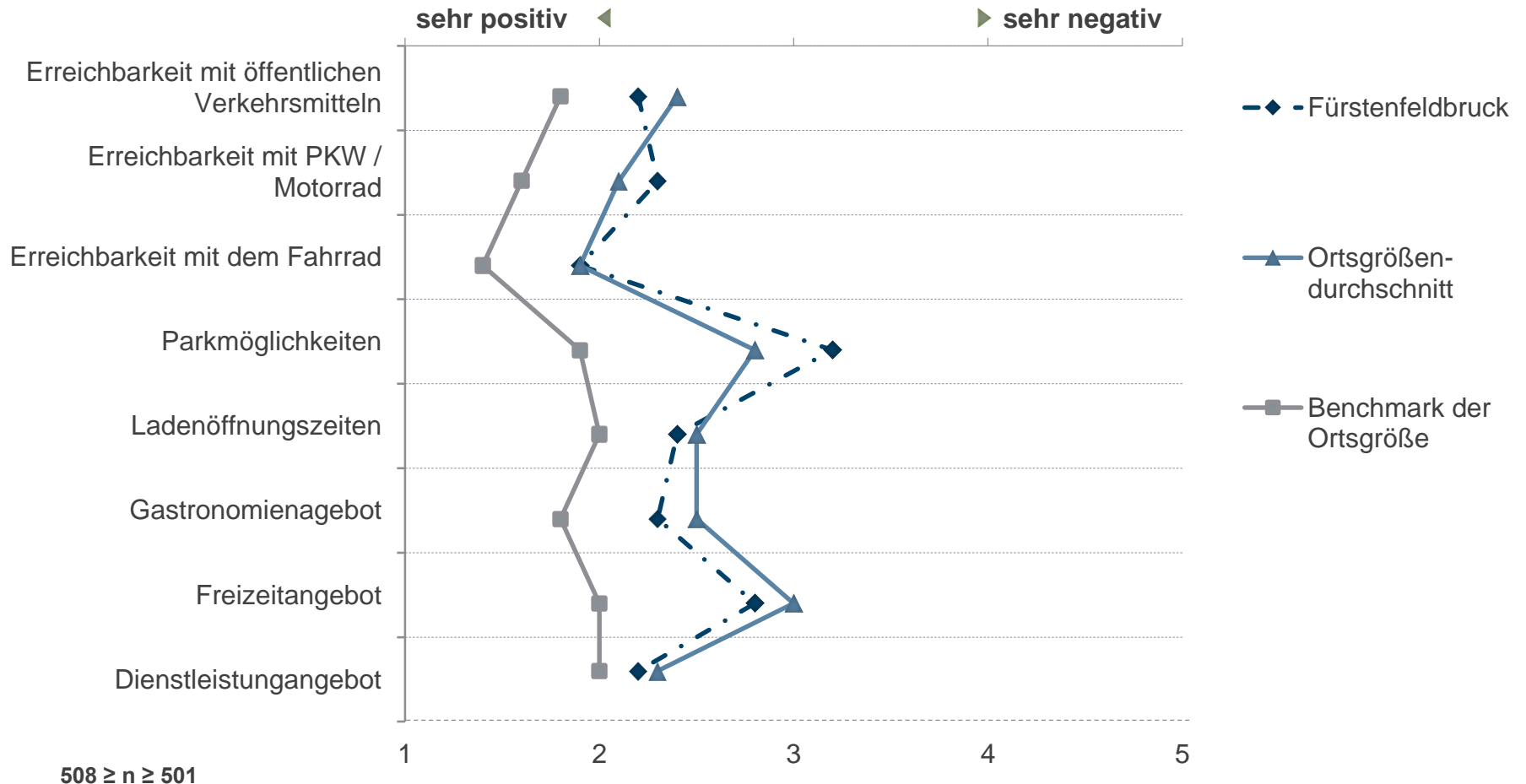


### Ortsgrößendurchschnitt 2016



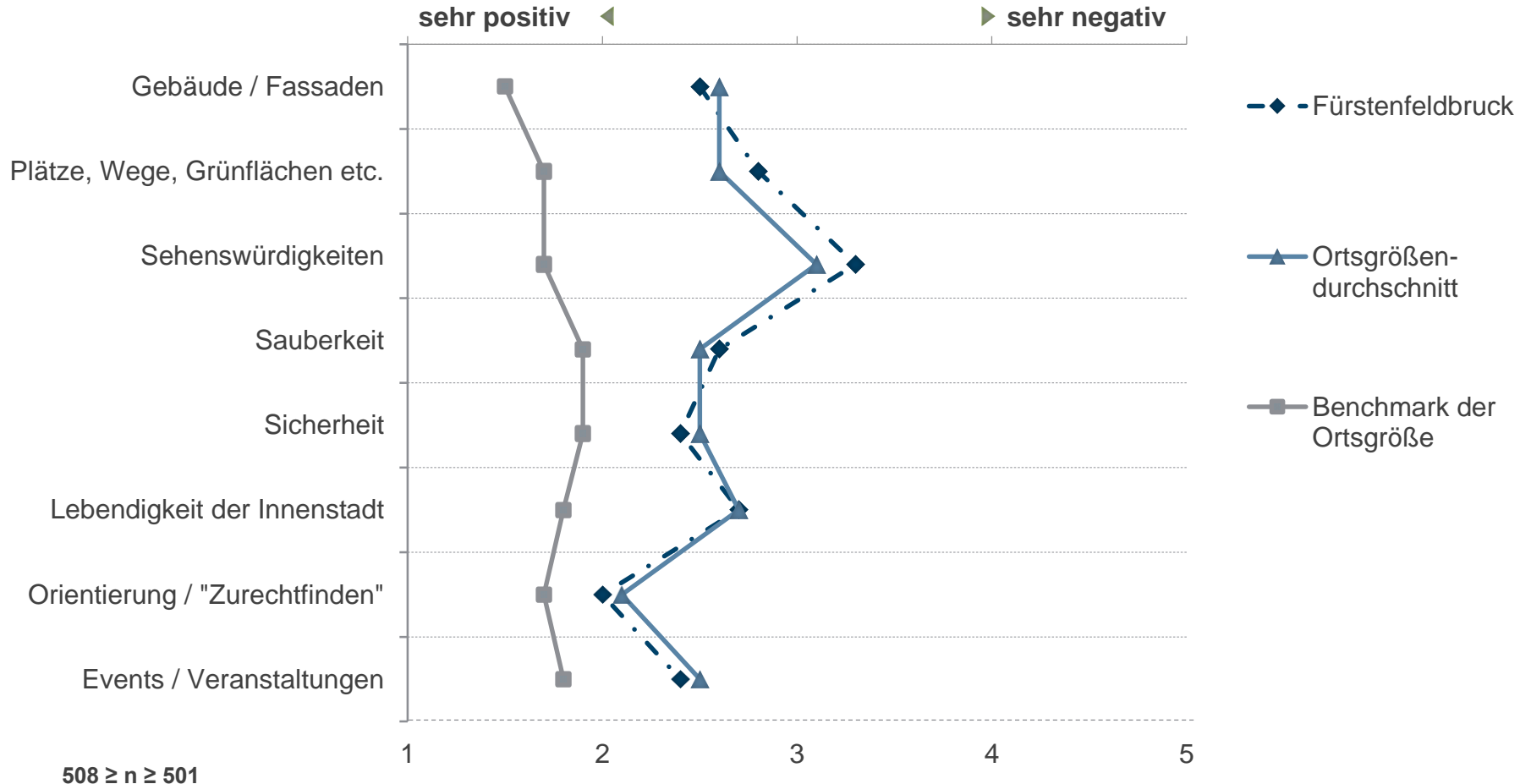
## Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf ...

Durchschnitt  
der beiden Tage



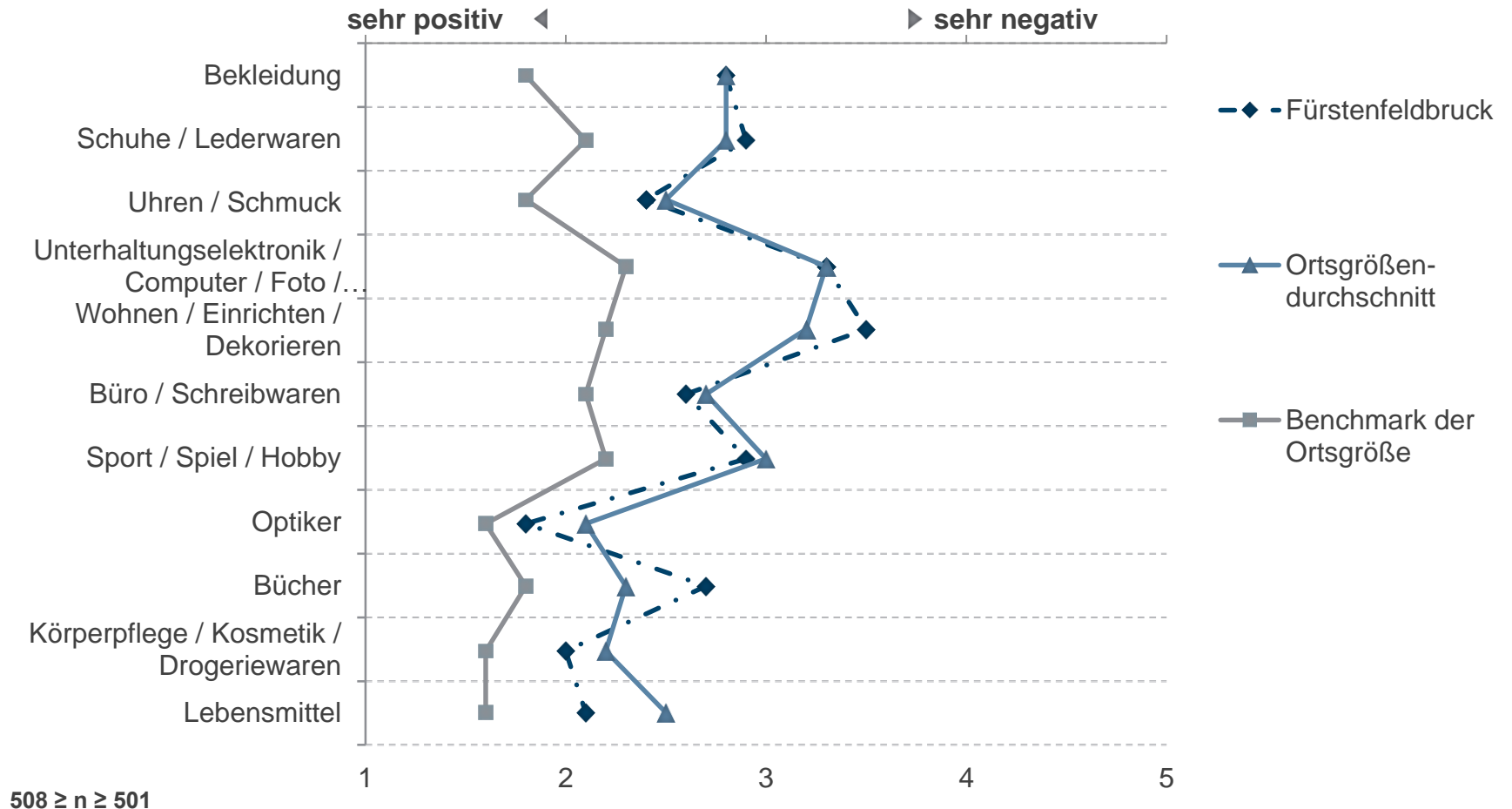
## Wie bewerten Sie das allgemeine Ambiente / Flair der Innenstadt im Hinblick auf ...

Durchschnitt  
der beiden Tage



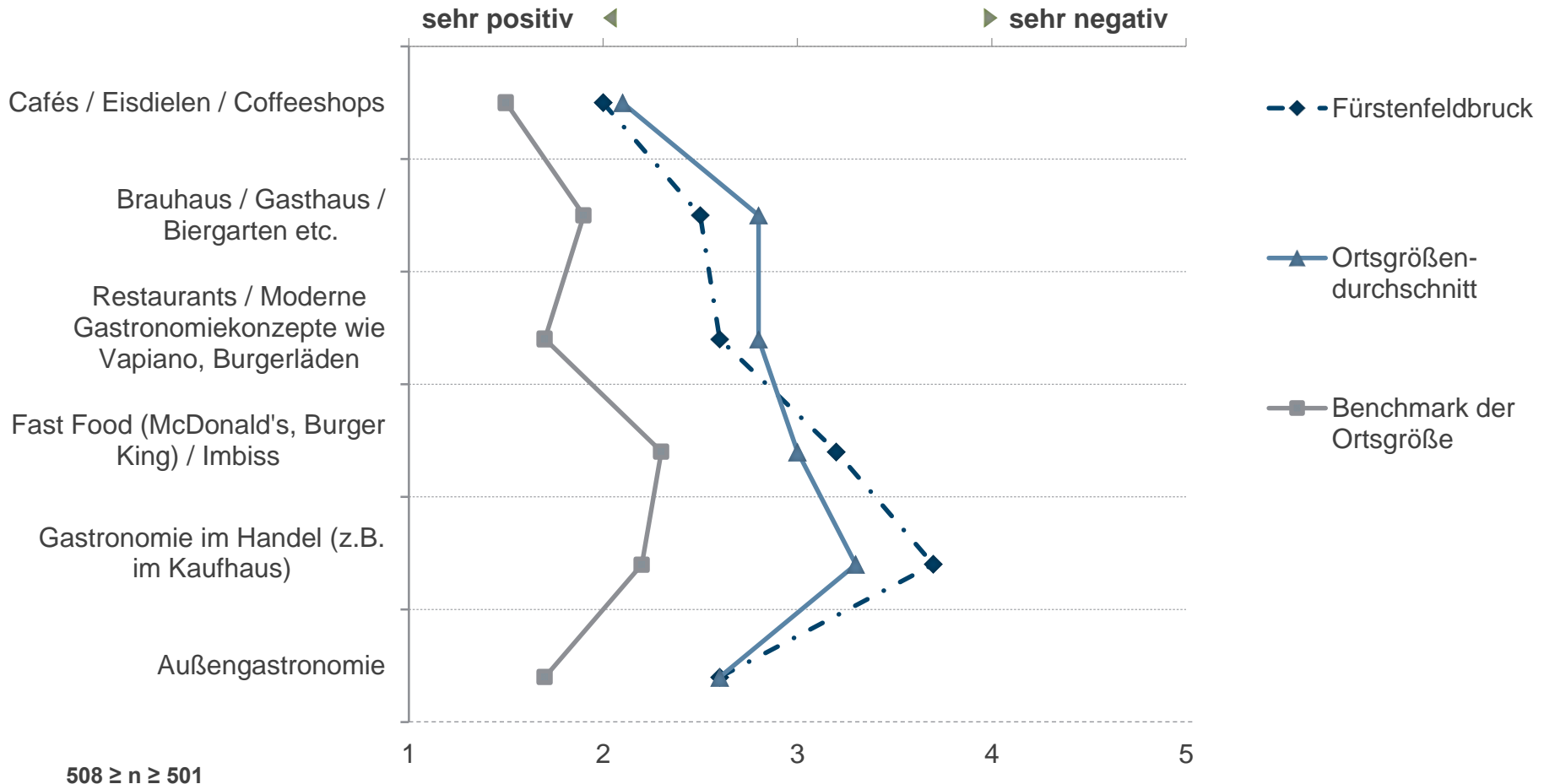
## Wie bewerten Sie das Einzelhandelsangebot insgesamt im Hinblick auf ...

Durchschnitt der beiden Tage



## Wie bewerten Sie das gastronomische Angebot dieser Innenstadt?

Durchschnitt der beiden Tage



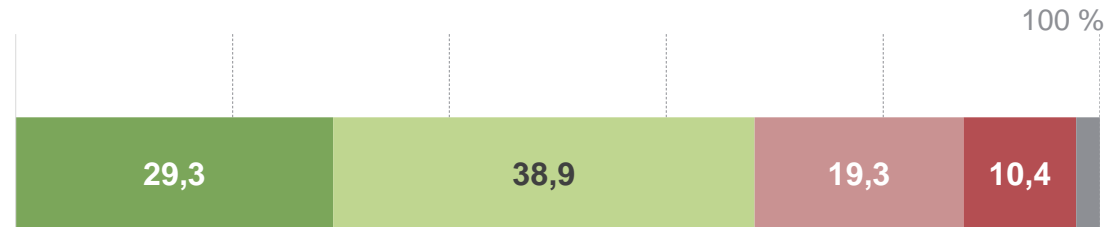


## Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Durchschnitt  
der beiden Tage

### Fürstfeldbruck

Veranstaltungen (wie Stadtfeste) sind für mich ein Grund häufiger in diese Innenstadt zu fahren.



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



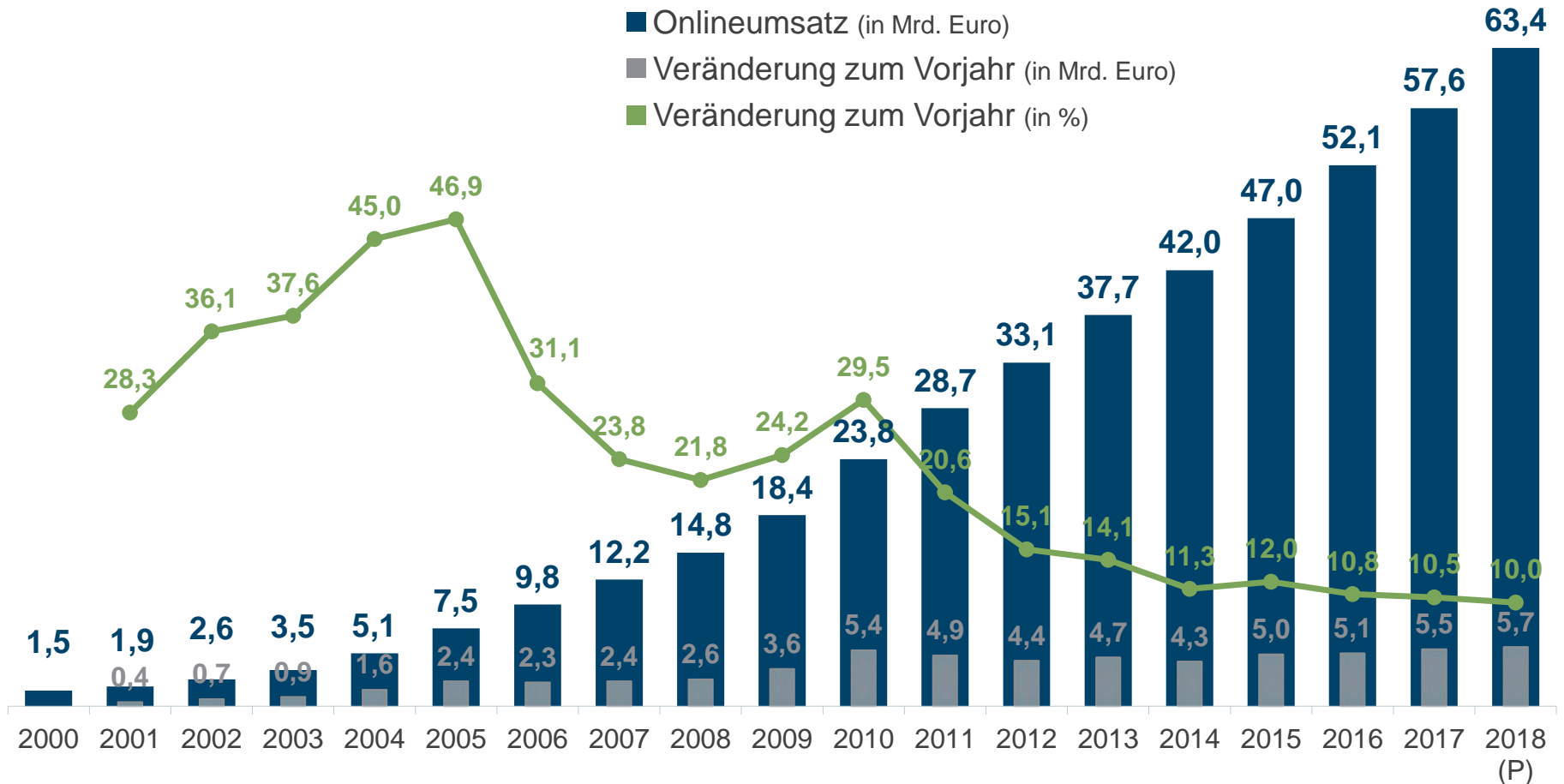
Diese Innenstadt hat einen hohen Erlebnis- / Unterhaltungswert.

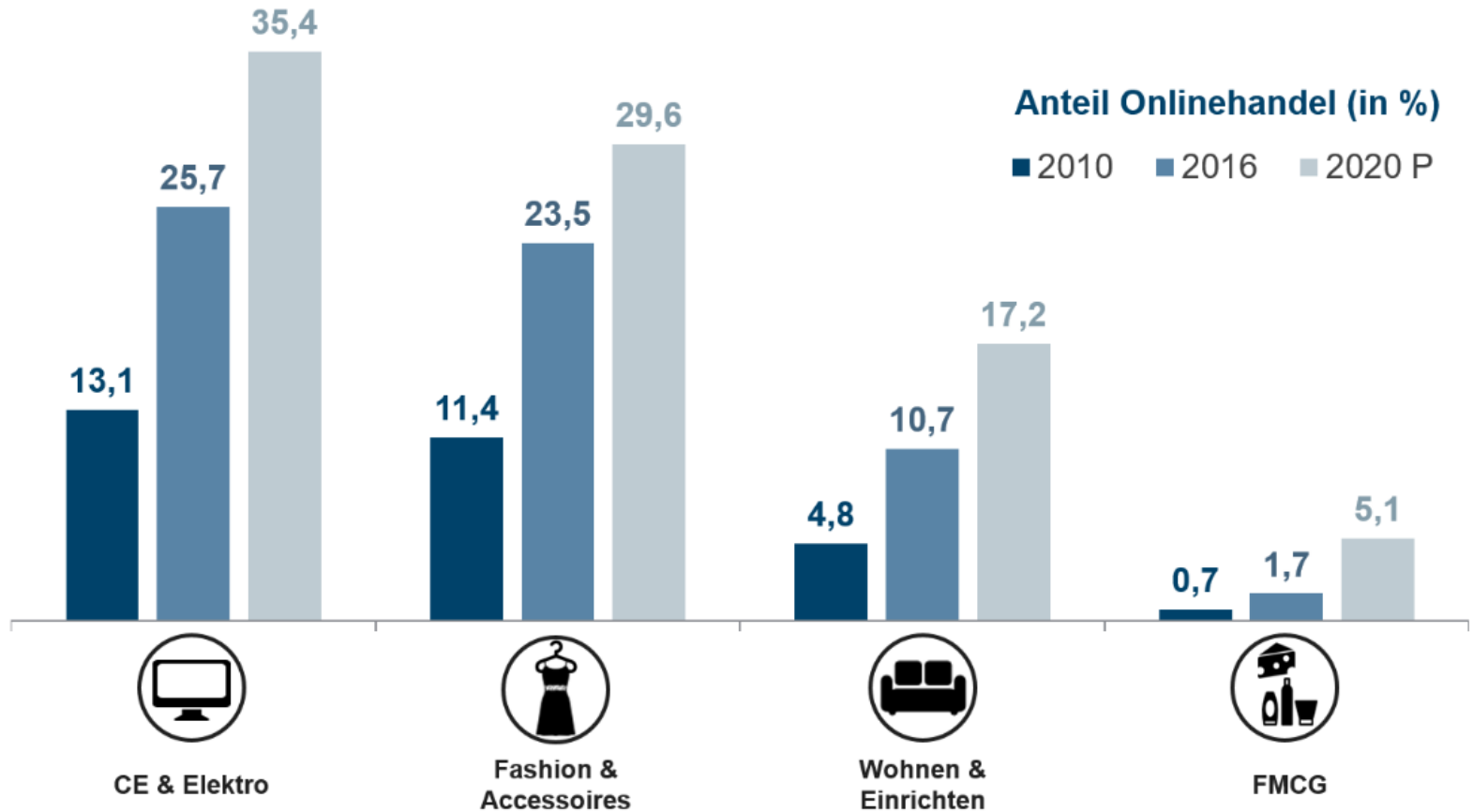


■ Stimme voll und ganz zu ■ Stimme eher zu ■ Stimme eher nicht zu ■ Stimme gar nicht zu ■ weiß nicht / kann ich nicht beurteilen

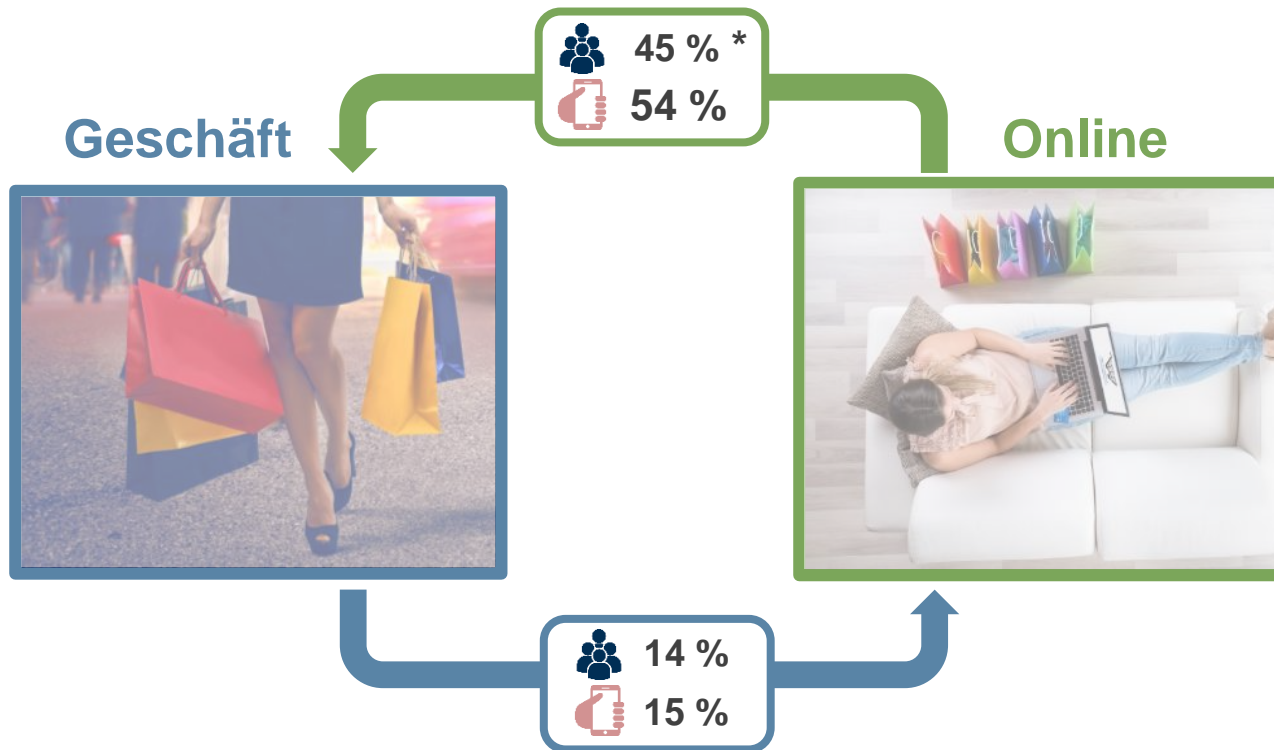
508 >= n >= 501, Angaben in % der Befragten

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.



Konsumenten

Smart Consumer

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.

Bildquelle: © oilly; Fotolia; Andrey Popov; shutterstock

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

**Durchschnitt  
der beiden Tage**

100 %

## Fürstenfeldbruck

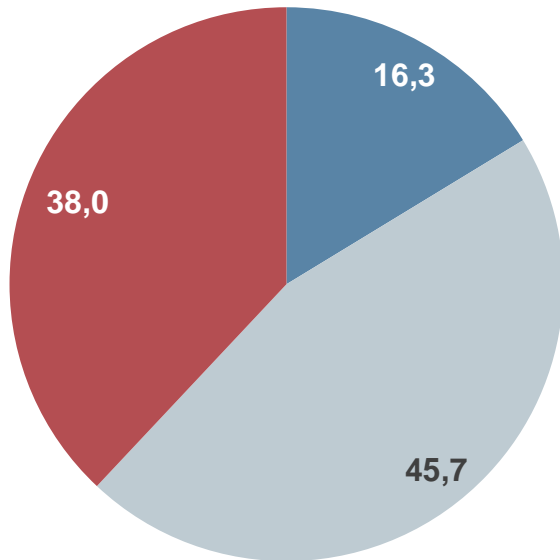


508 >= n >= 501, Angaben in % der Befragten

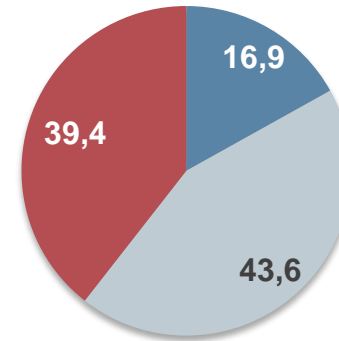
## Hat sich Ihr Einkaufsverhalten in der Innenstadt durch das Angebot, online einkaufen zu können, verändert?

Durchschnitt  
der beiden Tage

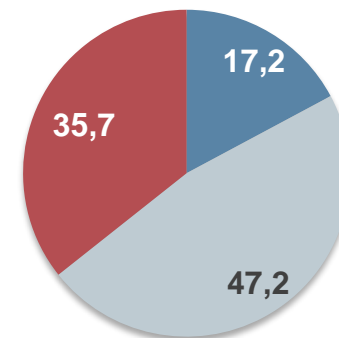
### Fürstentfeldbruck



### Ortsgrößendurchschnitt



### Ortsgrößendurchschnitt 2016

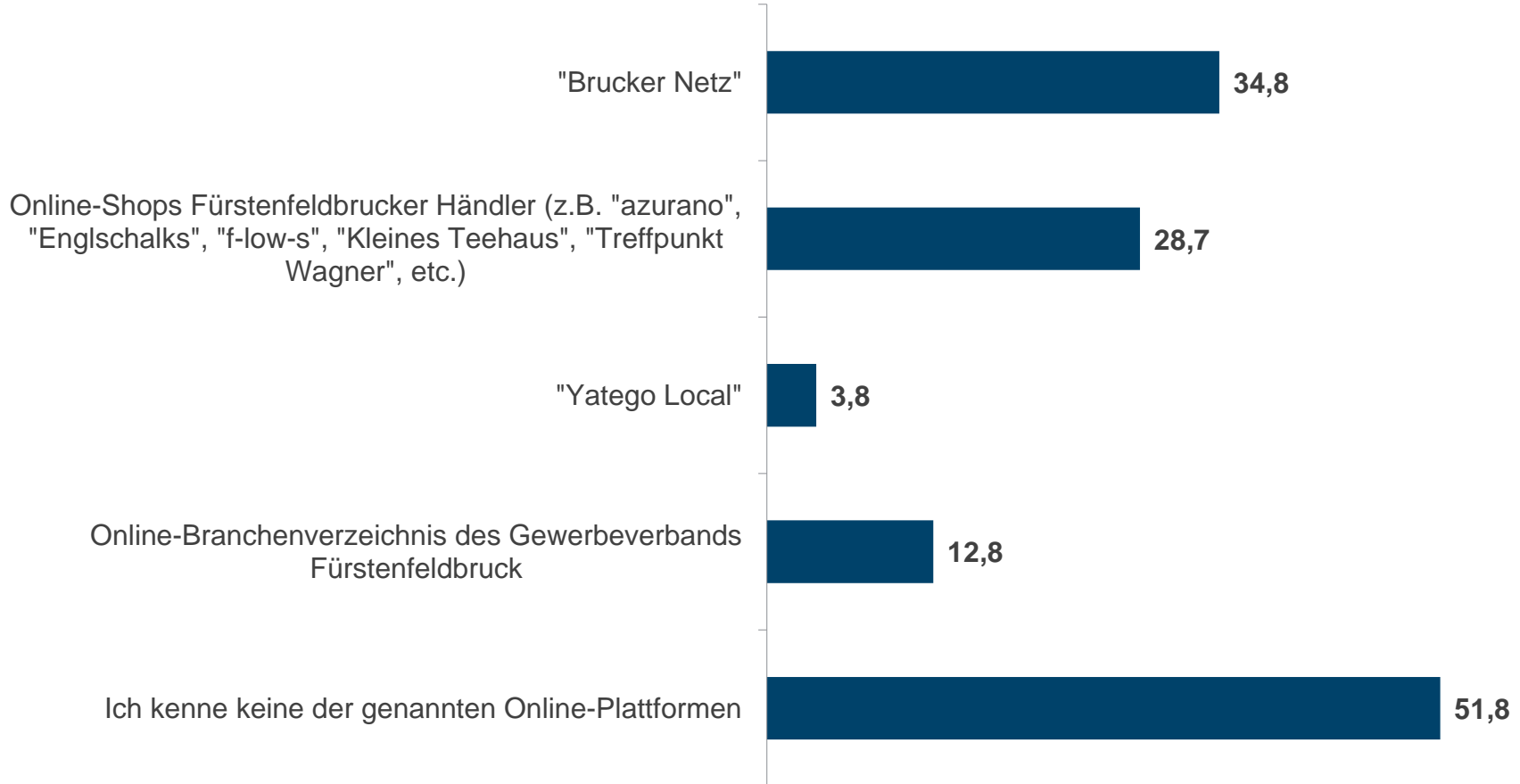


- Ja, ich kaufe verstärkt online ein und besuche daher diese Innenstadt zum Einkaufen seltener.
- Nein, ich kaufe zwar online ein, aber besuche diese Innenstadt zum Einkaufen unverändert häufig.
- Nein, ich kaufe überhaupt nicht online ein.

n = 504, Angaben in % der Befragten

## Kennen Sie die folgenden lokalen Online-Marktplätze, Online-Shops oder Online-Schaufenster?

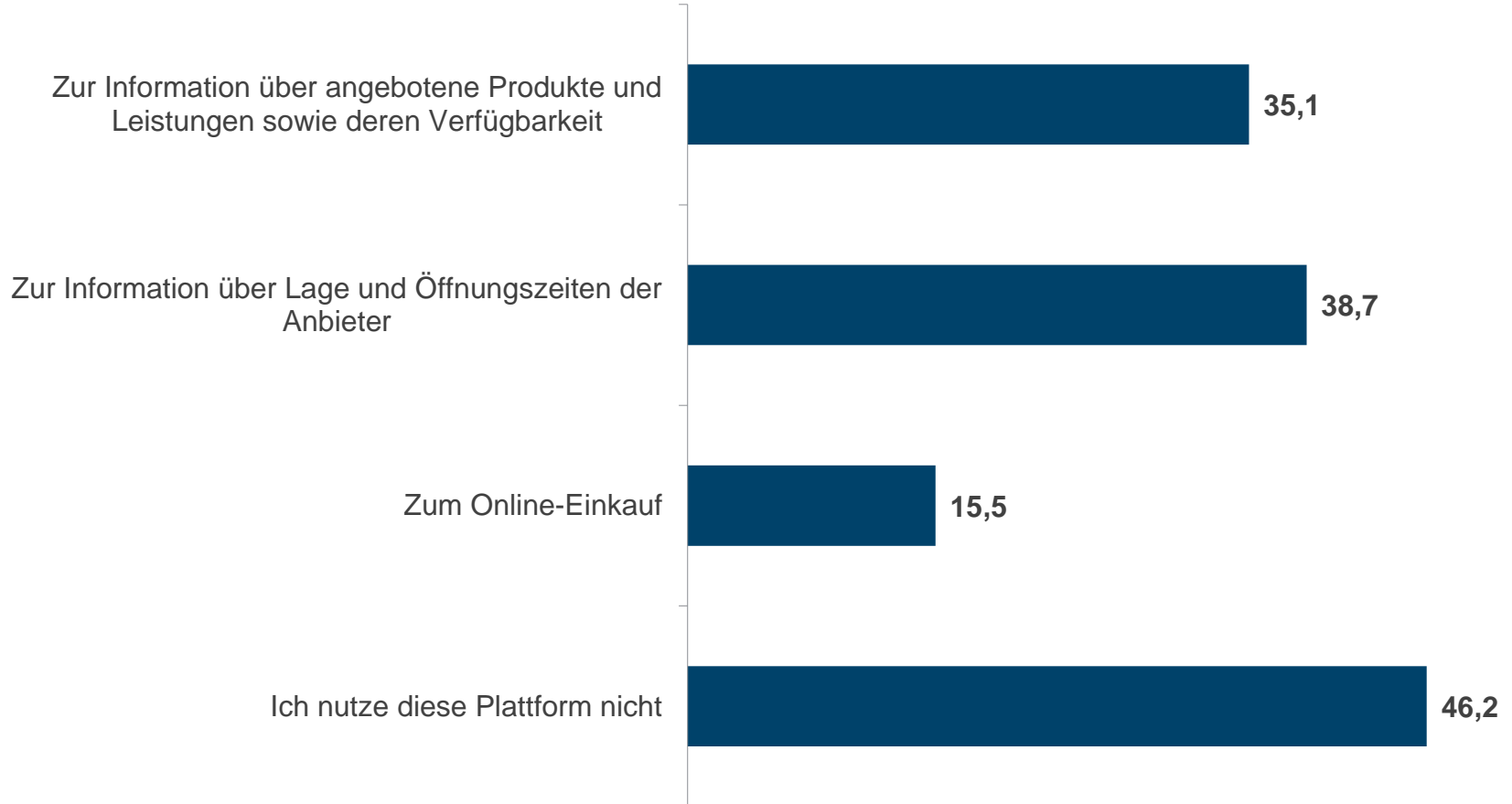
Durchschnitt  
der beiden Tage



n = 484, Angaben in % der Befragten

## Wenn ja: Wie nutzen Sie diese Plattformen?

Durchschnitt  
der beiden Tage



n = 225, Angaben in % der Befragten



Wenn Sie Fragen haben ...



**Dr. Kai Hudetz**

Geschäftsführer

+49 (0) 221 943607-71

k.hudetz@ifhkoeln.de

**IFH Köln GmbH**

Dürener Str. 401 b

50858 Köln

+49 (0) 221 943607-10

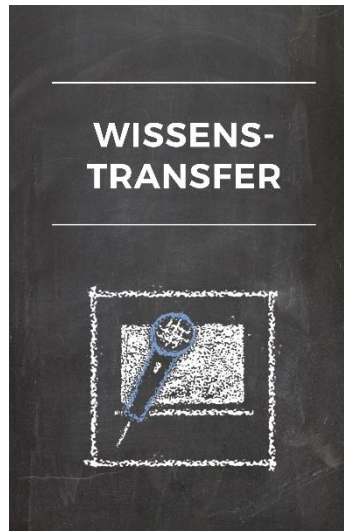
[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)



## Wir sind Markt- und Kundenversther!

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!

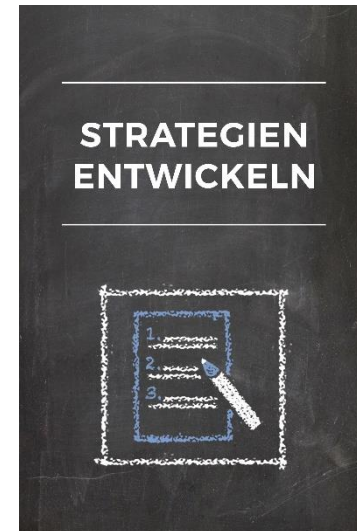
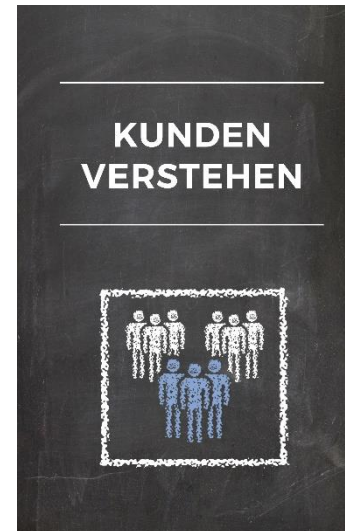
[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)



**Information**



**Research**



**Consulting**