

IfH-Kundenbefragung

Kurzbeschreibung

In Kooperation mit der bcsd – Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V. hat das IFH – Institut für Handelsforschung die Untersuchung „Vitale Innenstädte“ mit 107 Städten durchgeführt. Die beteiligten Städte haben insgesamt fast 58.000 Innenstadtbesucher*innen befragt. Die Befragungen fanden an Donnerstagen und Samstagen von Ende September bis Mitte Oktober statt. In Braunschweig wurden am 24. und 26. September sowie am 1. und 10. Oktober insgesamt fast 1.000 Menschen befragt. Mit elf weiteren Städten gehört Braunschweig zur Gruppe der Städte mit 200.000 bis 500.000 Einwohner*innen. Zuletzt wurde die Untersuchung 2018 durchgeführt.

Zum Zeitpunkt der Befragung hatten die Geschäfte und die Gastronomie in der Braunschweiger Innenstadt unter Auflagen, bspw. zur Besucherbegrenzung, geöffnet. Zudem mahnten in diesem Zeitraum die Bundes- und Landesregierungen, vor dem Hintergrund wieder steigender Infektionszahlen, zur Vorsicht an Orten mit erhöhtem Besucheraufkommen, zu denen auch die Innenstädte gehören. Diese Rahmenbedingungen beeinflussten das Verhalten der Kund*innen und sind bei der Betrachtung der Ergebnisse zu berücksichtigen. Die Vergleichbarkeit in der Zeitreihe mit vorherigen Untersuchungen ist dadurch eingeschränkt, tragfähige Aussagen zu mittelfristigen Entwicklungen lassen sich daraus nur bedingt ableiten.

Fazit

Trotz der Entwicklungen durch die Corona-Pandemie verdeutlichen die Ergebnisse der IfH-Kundenbefragung, wie stabil die positive Grundhaltung zur Braunschweiger Innenstadt ist.

Die Ergebnisse im Überblick

- 1. Die Braunschweiger Innenstadt wird gern empfohlen.**
 - a. 71,5 Prozent der Befragten und damit rund 25 Prozent mehr als der Durchschnitt anderer Städte würden die Innenstadt Freunden und Bekannten weiterempfehlen (vgl. Folie 50f.)
- 2. Die Braunschweiger Innenstadt ist neben einem Ort zum Bummeln und Einkaufen auch ein Aufenthaltsort, Treffpunkt und Erlebnisraum und somit widerstandsfähig gegenüber Veränderungen im Einzelhandel.**
 - a. Für jeweils rund 90 Prozent der Befragten ist die Braunschweiger Innenstadt ein Ort zum Bummeln, Shoppen, Wohlfühlen, Leute treffen und zum Ausgehen (vgl. Folie 48).

Braunschweig Stadtmarketing GmbH in Kürze

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH ist eine Tochtergesellschaft der Stadt Braunschweig. Die Gesellschaft beschäftigt in den drei Geschäftsfeldern Standort-, Tourismus- und Innenstadtmarketing rund 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mit Unterstützung aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur sowie durch Bürgerinnen und Bürger und die Stadtverwaltung setzt sie Maßnahmen des Stadtmarketings für Braunschweig um. Aufsichtsratsvorsitzender: Dr. Sebastian Vollbrecht, Geschäftsführer: Gerold Leppa.

Ansprechpartner

Tobias Grosch, Braunschweig Stadtmarketing GmbH, Sack 17, 38100 Braunschweig,
Telefon 0531 470-2852, Fax 0531 470-4445, tobias.grosch@braunschweig.de

3. Die Befragten haben ihr Verhalten zwar dem Pandemie-Geschehen angepasst, auf ihre Grundhaltung zur Braunschweiger Innenstadt hat das aber keinen nennenswerten Einfluss.

- a. Hier kommt das aufgrund des Pandemiegeschehens veränderte Besuchsverhalten zum Ausdruck, das sich auch in den deutlich gesunkenen Frequenzzahlen widerspiegelt.
 - b. 40,8 Prozent der Befragten haben angegeben, dass sie in der Innenstadt wohnen oder arbeiten, eine Behörde oder einen Arzt besuchen. (vgl. Folie 32ff.).
 - c. 57,6 Prozent der Befragten besuchen die Braunschweiger Innenstadt wöchentlich (39,9 Prozent) und monatlich (17,7 Prozent). Das sind rund 17,2 Prozent weniger als bei der letzten Befragung 2018. Prozentual gestiegen sind dafür die Befragten, die quartalsweise (1,4 Prozent) und seltener (6,5 Prozent) in die Innenstadt kommen. Um 9,8 Prozent gestiegen ist der Anteil derjenigen, die täglich in der Innenstadt sind, was sich auf den höheren Anteil derjenigen zurückführen lässt, die in der Innenstadt wohnen oder arbeiten (vgl. Folie 37).
 - d. Das Einkaufsverhalten der Befragten hat sich verändert: 23,7 Prozent kaufen häufiger online ein und besuchen die Innenstadt seltener, 49,8 Prozent kaufen ebenfalls häufiger online ein, besuchen die Innenstadt aber unverändert oft. Das sind 6,2 Prozent weniger als noch 2018 (vgl. Folie 38).
 - e. Der Anteil einzelner Geschäftsbesuche und einer kurzen Aufenthaltsdauer der Besucher*innen steigt deutlich, das Niveau an Besuchen von bis zu 5 Geschäften und an einer Aufenthaltsdauer von bis zu 2 Stunden ist aber stabil (vgl. Folie 39f.).
 - f. 73,3 Prozent der Befragten bewerten die Braunschweiger Innenstadt als „sehr gut“ (16 Prozent) und „gut“ (57,3 Prozent). Damit liegt die Gesamtbewertung bei 2,2, nur 0,1 Notenpunkte niedriger als 2018 und nach wie vor 0,4 Notenpunkte höher als der Durchschnitt der Städte vergleichbarer Größe (vgl. Folie 43).
 - g. Das Angebot der Braunschweiger Innenstadt ist durchweg mit „gut“ bewertet und erreicht beim Gastronomieangebot, dem Freizeit- und Kulturangebot, dem Dienstleistungsangebot und dem Veranstaltungsangebot jeweils den Spitzenwert im Vergleich mit Städten vergleichbarer Größe (vgl. Folie 44).
- ➔ Die Ergebnisse machen deutlich, dass die Pandemie-Situation zwar Einfluss auf die aktuelle Nutzung der Braunschweiger Innenstadt hat, nicht aber auf die grundsätzliche Bewertung (vgl. Folie 43) und die Funktionen (vgl. Folie 48) sowie die Bereitschaft, diese weiterzuempfehlen, (vgl. Folie 50f.).

Braunschweig Stadtmarketing GmbH in Kürze

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH ist eine Tochtergesellschaft der Stadt Braunschweig. Die Gesellschaft beschäftigt in den drei Geschäftsfeldern Standort-, Tourismus- und Innenstadtmarketing rund 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mit Unterstützung aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur sowie durch Bürgerinnen und Bürger und die Stadtverwaltung setzt sie Maßnahmen des Stadtmarketings für Braunschweig um. Aufsichtsratsvorsitzender: Dr. Sebastian Vollbrecht, Geschäftsführer: Gerold Leppa.

Ansprechpartner

Tobias Grosch, Braunschweig Stadtmarketing GmbH, Sack 17, 38100 Braunschweig,
Telefon 0531 470-2852, Fax 0531 470-4445, tobias.grosch@braunschweig.de

4. **Die Braunschweiger Innenstadt verfügt über ein vielfältiges Einzelhandelsangebot, das durchweg positiv und überdurchschnittlich bewertet wird, Spitzenpositionen erreichen die Bereiche Schuhe/Lederwaren, Uhren/Schmuck, Unterhaltungselektronik, Sport/Spiel/Hobby und Apotheken (vgl. Folie 47).**
5. **Die Braunschweiger Innenstadt zeigt sich mit nach wie vor einem Drittel auswärtiger Besucher*innen stabil als Oberzentrum der Region (vgl. Folie 25ff.).**
6. **Die Braunschweiger Innenstadt ist mit allen Verkehrsmitteln überdurchschnittlich gut erreichbar (vgl. Folie 46).**
 - a. 30,4 Prozent der Befragten und damit 8,8 Prozent weniger als 2018 sind mit öffentlichen Verkehrsmitteln in die Braunschweiger Innenstadt gekommen, 39,5 Prozent mit dem Pkw (4,5 Prozent mehr als 2018), 12 Prozent mit dem Fahrrad (1,6 Prozent weniger als 2018) und 18 Prozent zu Fuß (5,8 Prozent mehr als 2018). Die Verschiebungen lassen sich auf eine Corona-bedingte Meidung des ÖPNV zurückführen, aber auch auf den höheren Anteil der Bewohner*innen (vgl. Folie 35).
7. **Die Braunschweiger Innenstadt ist nach Bewertung der befragten Innenstadtbesucher*innen online gut vertreten und zukunftsorientiert ausgerichtet (vgl. Folie 49).**
8. **Die Kommunikation des Angebots der Braunschweiger Innenstadt (z. B. Handel, Gastronomie, Veranstaltungen) ist multimedial, die am stärksten genutzten Informationskanäle sind Printmedien und Suchmaschinen sowie soziale Medien (vgl. Folie 53 f.).**

Braunschweig Stadtmarketing GmbH in Kürze

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH ist eine Tochtergesellschaft der Stadt Braunschweig. Die Gesellschaft beschäftigt in den drei Geschäftsfeldern Standort-, Tourismus- und Innenstadtmarketing rund 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mit Unterstützung aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur sowie durch Bürgerinnen und Bürger und die Stadtverwaltung setzt sie Maßnahmen des Stadtmarketings für Braunschweig um. Aufsichtsratsvorsitzender: Dr. Sebastian Vollbrecht, Geschäftsführer: Gerold Leppa.

Ansprechpartner

Tobias Grosch, Braunschweig Stadtmarketing GmbH, Sack 17, 38100 Braunschweig,
Telefon 0531 470-2852, Fax 0531 470-4445, tobias.grosch@braunschweig.de

www.braunschweig.de