

Haltern am See, 5. Februar 2021

An die örtlichen Redaktionen

Liebe Kolleginnen und Kollegen,
wir bitten Sie, folgenden Text zu veröffentlichen:

Untersuchung „Vitale Innenstädte 2020“: Haltern am See erhält die Durchschnittsnote 1,8

Wie sieht die Zukunft der deutschen Innenstädte aus und was wünschen sich Innenstadtbesucher von ihren Stadtzentren? Diese Fragen liegen der bundesweiten Untersuchung „Vitale Innenstädte 2020“ zugrunde, die das IFH KÖLN im Herbst 2020 bereits zum vierten Mal durchgeführt hat. In 107 deutschen Städten aller Größen und Regionen wurden zeitgleich Innenstadtbesucher zu ihren Einkaufsgewohnheiten und der Attraktivität der Innenstadt befragt. Die Datenerhebung erfolgte zwischen Ende September und Mitte Oktober 2020 anhand eines einheitlichen Fragebogens. Insgesamt sind so rund 60.000 Interviews zusammengekommen.

Ziel der Untersuchung ist es, den Partnern in Handel, Politik und Verwaltung dringend benötigte Informationen über die Positionierung ihrer Stadt aus Sicht der Besucher als Planungsgrundlage für standortspezifische Maßnahmen liefern zu können. Die Untersuchung liefert sowohl allgemeine Ergebnisse zur Attraktivität von Innenstädten und den Ansprüchen der Innenstadtbesucher an die Stadtzentren der Zukunft als auch spezifische Erkenntnisse zu einzelnen deutschen Städten aller Größen und Regionen. Unterstützt wurde die Untersuchung von der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V. (bcsd), dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK), dem Handelsverband Deutschland (HDE) und dem Deutsche Städte- und Gemeindebund (DStGB).

In der Größenklasse der Stadt Haltern am See (25.000 bis 50.000 Einwohner) haben sich 39 Vergleichsstädte beteiligt. Es wurden an Donnerstagen und Samstagen im September und Oktober 400 Interviews in der Halterner Innenstadt geführt.

Danach erhält die Innenstadt von den Besuchern die Durchschnittsnote 1,8 in Bezug auf die Attraktivität (Vergleichsstädte 2,5). Das Einkaufsverhalten der Besucher entspricht in Bezug auf die Zahl der besuchten Geschäfte, die Aufenthaltsdauer und Besuchshäufigkeit dem vergleichbarer Städte.

Unterdurchschnittlich ist allerdings der Anteil der Besucher, die die Innenstadt zum Einkaufen aufsuchen. Hier gaben 58,1 % der Befragten an, zum Einkaufen zu kommen, der Durchschnitt liegt bei 64,9 (Mehrfachnennungen möglich). Allerdings liegt der Anteil der Besucher, die die Gastronomie aufsuchen, mit 32 % etwas über dem Durchschnitt von 28,7. Hierzu passt, dass eine geplante Aufenthaltsdauer von über zwei Stunden von 36,7 % der Besucher angegeben wurde (26,8 %).

Über dem Durchschnitt liegt mit 53,7 Jahren das Alter der Innenstadtbesucher (Durchschnitt 49,4 Jahre).

Unter der Durchschnittsnote von 2,6 schneidet die Seestadt nur bei den Parkmöglichkeiten ab. Hier gibt es in der Bewertung eine 2,8.

Überaus positiv ist, dass in Haltern am See mit 30,1 % fast doppelt so viel Besucher mit dem Fahrrad in die Innenstadt kommen, in den Vergleichsstädten liegt dieser Wert im Durchschnitt bei 16,9 %. Nur 5,7 % kommen mit öffentlichen Verkehrsmitteln (Durchschnitt: 11,5 %).

Besonders erfreulich ist aus Halterner Sicht die Antwort auf die Frage ausgefallen, ob die Innenstadt Freunden und Bekannten weiterempfohlen würde. 84 % würden dies tun, lediglich 3,3 % nicht. Bei den Vergleichsstädten liegen diese Werte bei 48,8 bzw. 22,4 %. Auch im Vergleich mit allen Städten schneidet Haltern am See auch weit über dem Durchschnitt ab. Dieser liegt bei 48,3 bzw. 22,6 %.

Bemerkenswert sind auch die Antworten auf die Frage, wie die Corona-Krise das Einkaufsverhalten verändert hat. 23,4 % der Befragten und damit 3,3 % weniger als in den Vergleichsstädten erklären, dass sie verstärkt online einkaufen. Online-Angebote lokaler Händler werden allerdings weniger genutzt als in den Vergleichsstädten (8,4% Haltern am See, Vergleichsstädte 11,9 %)

In seiner ersten Bewertung der Ergebnisse erklärt Bürgermeister Andreas Stegemann: „Ich halte die Umfrage und die vorliegenden Erkenntnisse für hilfreich. So können wir in der Politik, Verwaltung, im Einzelhandel und in der Gastronomie gut erkennen, wie unsere Innenstadt von den Menschen wahrgenommen wird. Dass gerade die verschiedenen Lokale rund um den Marktplatz großen Zuspruch erleben, stellen wir zu Nicht-Corona-Zeiten immer wieder fest. Das sind natürlich auch wichtige Frequenzbringer für den Einzelhandel. Umso wichtiger ist es, sobald es die Infektionszahlen zulassen, wieder Lockerungen zu bekommen. Gleichzeitig stelle ich erfreut fest, dass gerade unsere Einzelhändler und Gastronomen in dieser schweren Zeit mit pfiffigen und innovativen Ideen auch im Online-Bereich stärker aktiv sind.“