

29.01.2019 - documenta-Stadt Kassel

Befragung „Vitale Innenstädte“: Kassels City ist gut aufgestellt

Kassels Innenstadt ist überdurchschnittlich gut mit dem öffentlichen Nahverkehr erreichbar und verfügt über ein gutes Freizeit-, Kultur- und Gastronomieangebot, so das Ergebnis der bundesweiten Untersuchung „Vitale Innenstädte 2018“, die das Institut für Handelsforschung Köln (IFH Köln) im Herbst 2018 bereits zum dritten Mal durchgeführt hat. In 116 deutschen Städten wurden zeitgleich Innenstadtbesucher zu ihren Einkaufsgewohnheiten und der Attraktivität der Innenstadt befragt. Die Datenerhebung erfolgte an zwei ausgewählten Tagen (Donnerstag und Samstag) im September 2018 anhand eines einheitlichen Fragebogens. Insgesamt sind bundesweit so fast 60.000 Interviews zusammengekommen.

Ziel der Untersuchung ist es, den Partnern in Handel 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.

In Kassel wurde die Untersuchung durch Kassel Marketing, das Citymanagement der Stadt Kassel und die Citykaufleute umgesetzt. Auszubildende und Praktikantinnen und Praktikanten aus Stadtverwaltung, Handel und Wirtschaft befragten an den beiden Tagen mehr als 600 Personen nach ihrer Einschätzung zur Kasseler Innenstadt.

„Wir sind mit dem Ergebnis sehr zufrieden“, so äußert sich Christof Nolda, Stadtbaurat der Stadt Kassel. „Die Besucherinnen und Besucher sind überdurchschnittlich zufrieden mit der Erreichbarkeit der Innenstadt mit dem öffentlichen Nahverkehr. Sie schätzen das Freizeit- und Kulturangebot im Herzen Kassels und bewerten das Gastronomieangebot der Innenstadt positiv.“

Wie auch vor zwei Jahren beurteilen die Besucherinnen und Besucher die Parkmöglichkeiten in der Innenstadt und deren Kosten kritisch. Die Erreichbarkeit des Stadtzentrums mit dem Fahrrad wurde bei der diesjährigen Befragung weitgehend positiv empfunden.

„Den Befragten ist es wichtig, dass es Anlässe gibt, um in die Innenstadt zu kommen. Shoppen allein ist nicht mehr ausreichend um die Kunden in die Stadt zu holen,“ so äußert sich Andreas Bilo, Geschäftsführer von Kassel Marketing. „Hier sehen wir uns auf dem richtigen Weg. Kleine und große Aktionen machen den Besuch der Innenstadt zu einem Erlebnis. Dies gepaart mit einer leistungsfähigen und innovativen Gastronomie schafft ein Gesamterlebnis, das den Besuch der Innenstadt lohnenswert macht“, führt er weiter aus.

Während die Besucherinnen und Besucher unter der Woche als Beweggründe in die Innenstadt zu kommen Arbeit, Arzt- oder Behördenbesuche oder Einkaufen, Freizeit und Kulturinteresse angaben,

ist das Einkaufen am Wochenende das wichtigste Argument die Innenstadt zu besuchen. Gefolgt wird diese Nennung vom Argument „Freizeit und Kultur“ und um die Gastronomie aufzusuchen.

Die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs hat im Vergleich zu 2016 noch einmal zugenommen. Gaben 2018 51,9 % die Auskunft, mit öffentlichen Verkehrsmitteln in die Innenstadt gekommen zu sein, so waren es 2016 47,9%. Es kamen auch mehr Menschen mit dem Fahrrad in die attraktive Innenstadt. 2018 geben 5,3 % der Befragten an, mit dem Fahrrad in die Innenstadt gekommen zu sein, 2016 waren es 5% der Besucherinnen und Besucher.

"Die Innenstadt ist ein bedeutender Standortfaktor - sie macht die Stadt lebenswert. Kassel überzeugt mit einem attraktiven Zentrum, das Kunden zum Einkaufen und Verweilen einlädt. Die Vitalität der Innenstadt ist deutlich spürbar. Ein jeder von uns hat es auch selbst in der Hand, wie sich sein persönliches Lebensumfeld entwickelt. Durch den Einkauf vor Ort leisten wir alle dafür einen wichtigen Beitrag.", Oliver Stöhr, Handelsreferent bei der IHK Kassel-Marburg.

Im Vergleich mit den anderen Städten konnte Kassel weniger in Bezug auf Ambiente und Flair überzeugen. Bei dem Aspekt der Sicherheit wurde Kassel etwas schlechter bewertet als die Vergleichsstädte. Den Besucherinnen und Besuchern gefiel besonders das Freizeitangebot in Kassel. Die Erreichbarkeit der Innenstadt mit öffentlichen Verkehrsmitteln wurde besonders gut bewertet. Das Einzelhandelsangebot wurde bei den Vergleichsstädten ähnlich bewertet wie in Kassel.

Die Besucherinnen und Besucher Kassels kommen gern anlassbezogen in die Innenstadt. Sie nehmen das deutlich mehr in Anspruch als in den Vergleichsstädten. Man nutzt dann auch das gastronomische Angebot Kassels häufiger als in den anderen Städten. Der Erlebniswert Kassels wird dennoch unterdurchschnittlich hoch bewertet.

Die Gäste informieren sich zunehmend online über das Warenangebot und es ist ihnen auch wichtig, online in den Geschäften der Innenstadt bestellen zu können. Das Angebot, online bestellte Waren in den Geschäften abholen zu können, wird viel mehr (55,9%) genutzt als in den Vergleichsstädten (42,7%). Es ist den Kunden wichtig sehen zu können, ob die Ware aktuell im Laden verfügbar ist und Treuepunkte werden gern gesammelt.

In Kassel konnte der Effekt, dass die Leute wegen des Online-Handels von zu Hause aus weniger in die Innenstadt kommen, nicht bestätigt werden. Im Gegensatz zu 2016 ist der Trend in Kassel eher rückläufig. Gaben 2016 noch 26,6% der Befragten an, verstärkt online einzukaufen und dadurch die Innenstadt weniger zu besuchen, so verhielten sich 2018 nur 21,7% der Befragten entsprechend.

„Die Innenstadt als lebendiges Zentrum zu erleben, die ein breit aufgestelltes Warenangebot und Zeitgeist folgenden Offerten wie der Online-Bestellung und Abholung im Geschäft ist für die Besucherinnen und Besucher der Innenstadt ein überzeugendes Argument. Hier sind wir gut aufgestellt“, freut sich Alexander Wild, Vorsitzender der Citykaufleute. „Dass die Befragung trotz der Modernisierungsmaßnahmen und den damit verbundenen Einschränkungen auch in diesem Jahr durchgeführt wurde und wir trotzdem gute Ergebnisse erzielen konnten freut uns natürlich besonders.“

Die Gesamtauswertung der Befragung „Vitale Innenstadt“ für Kassel sind unter www.citymanagement-kassel.de abrufbar.

Zum Hintergrund:

Mit der Untersuchung „Vitale Innenstädte 2018“ nimmt das Institut für Handel Köln die lokale Standortattraktivität und das lokale Kaufverhalten im Rahmen einer groß angelegten Passantenbefragung in den Blick. Die Untersuchung umfasst u. a. Daten zur Besucherstruktur der Innenstadt, Wünsche und Anforderungen der Innenstadtbesucher, Einkaufsverhalten, Erreichbarkeit, Digitalisierung, Erlebnis, Rolle der Gastronomie und zukünftige Perspektiven.

2018 haben 116 Städte die Befragung durchgeführt am 27. und 29. September 2018 wurden 59.434 Interviews geführt.

Kassel wurde mit den Städten Bremerhaven, Cottbus, Heidelberg, Hildesheim, Koblenz, Paderborn, Reutlingen, Solingen und Trier (Städte mit 100.000 bis 200.000 Einwohnern) verglichen.

Pressekontakt: Michael Schwab

Kontaktdaten:

Stadt Kassel

Kommunikation, Presse und Öffentlichkeitsarbeit

Rathaus / Obere Königsstraße 8

34112 Kassel

Telefon: 0561 / 787-1231 oder 0561 / 787-1232

Telefax: 0561 / 787-87

E-Mail: presse@kassel.de

Pressesprecher Claas Michaelis

Pressesprecherin für Kultur: Petra Bohnenkamp

Kassel und die Region im Internet: www.kassel.de

Die Stadtverwaltung im Internet: www.stadt-kassel.de