

„Vitale Innenstädte 2018“ – Ergebnispräsentation zur Cottbuser Innenstadt

Nachfolgend wurden ausgewählte Ergebnisse zu Cottbus zusammengefasst.
Sie zeigen jeweils den Mittelwert beider Tage auf.

1. Zähltag- und zeitraum



- Donnerstag: Wochenmarkt ⇒ **402 Befragte**
- Samstag: Cottbuser Herbstmarkt ⇒ **401 Befragte**
Wochenmarkt = **803 Befragte**

⇒ Sowohl der Wochenmarkt an beiden Tagen als auch der Beginn des Cottbuser Herbstmarktes am Samstag kann als deutlich frequenzsteigernd bewertet werden.

2. Befragungsumfang und Fragebogen

Insgesamt konnten 803 Fragebogen ausgewertet werden, was einem repräsentativen Ergebnis entspricht.

Die Bewertung von Aspekten der Innenstadt erfolgte in Schulnoten (1-5)

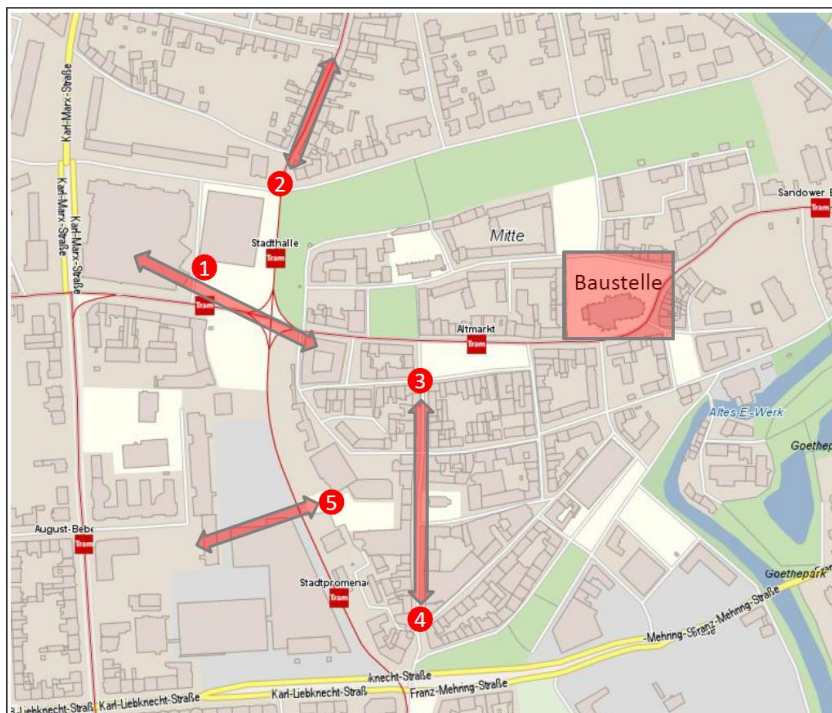
Darüber hinaus wurden auch Cottbus-spezifische Zusatzfragen berücksichtigt.

2. Städte innerhalb der Größenklasse 100.000 – 200.000 Einwohner

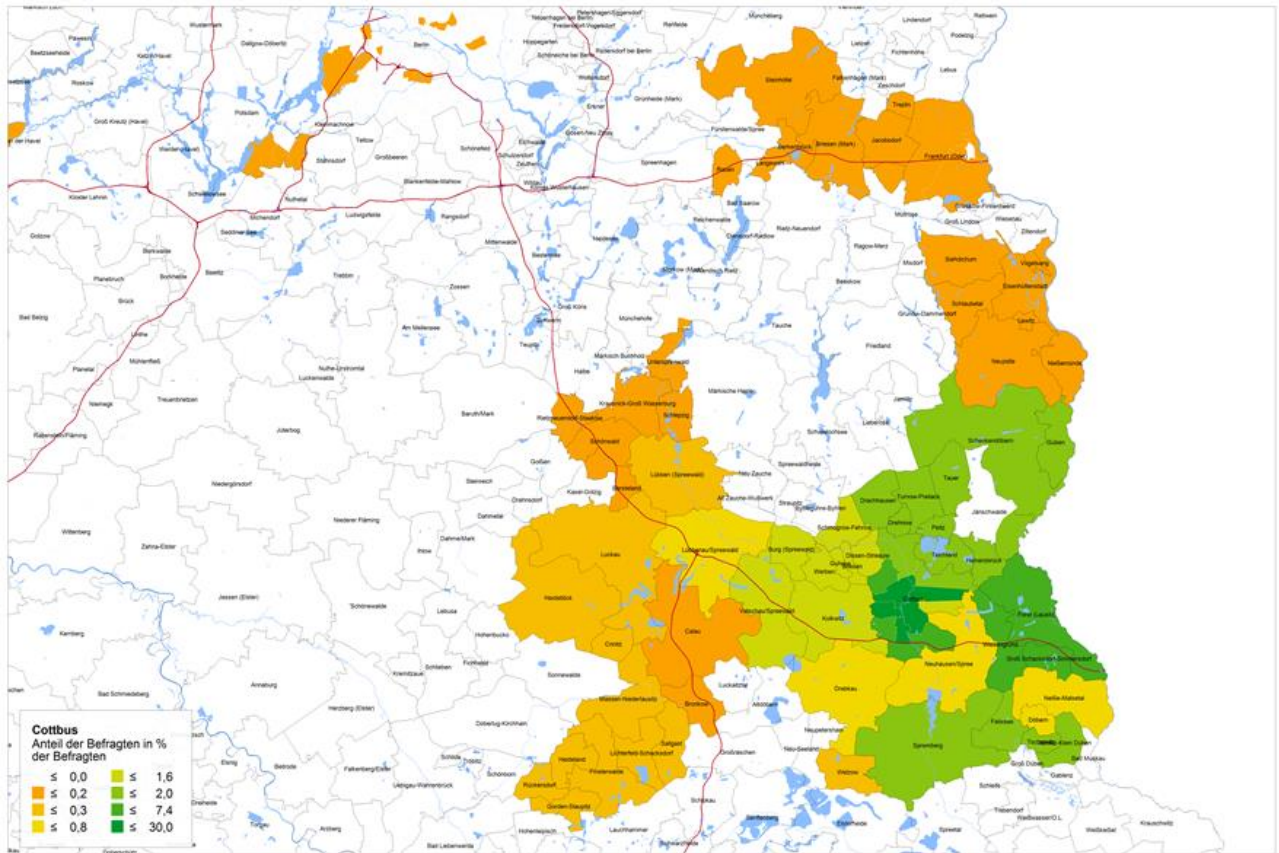
- 1 Bremerhaven
- 2 Heidelberg (Baden-Württemberg)
- 3 Reutlingen (Baden-Württemberg)
- 4 Hildesheim (Niedersachsen)
- 5 Kassel (Hessen)
- 6 Koblenz (Rheinland-Pfalz)
- 7 Trier (Rheinland-Pfalz)
- 8 Paderborn (Nordrhein-Westfalen)
- 9 Solingen (Nordrhein-Westfalen)
- 10 Cottbus (Brandenburg)

3. Befragungsstandorte

- 1 = Ebertstraße / Puschkinpromenade
- 2 = Berliner Platz / SpreeGalerie
- 3 = Altmarkt / Spremberger Straße
- 4 = Spremberger Straße / Burgstraße
- 5 = Platz am Stadtbrunnen / Übergang zum Bleichen Carré

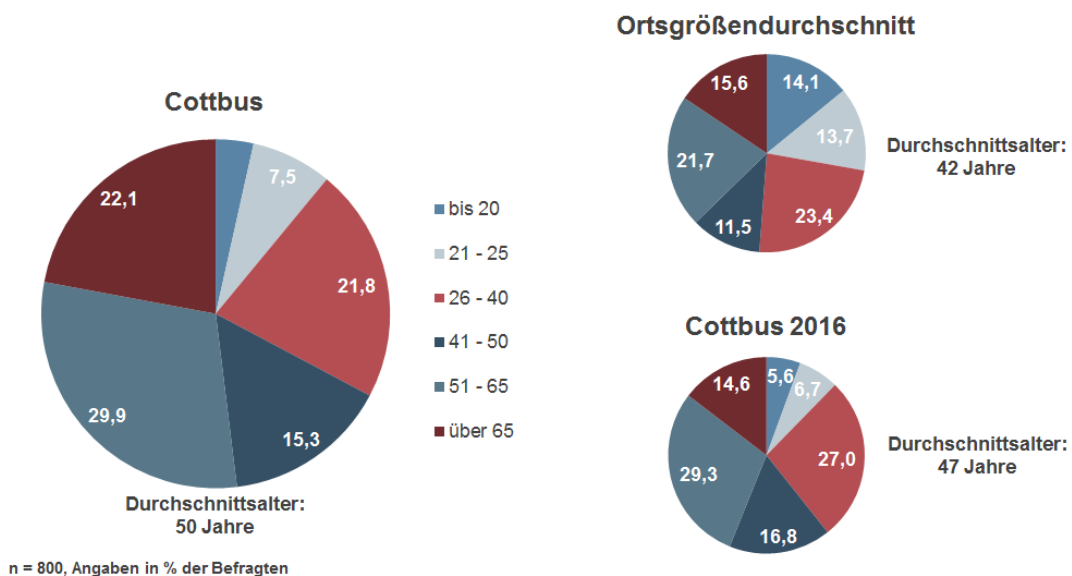


4. Herkunft

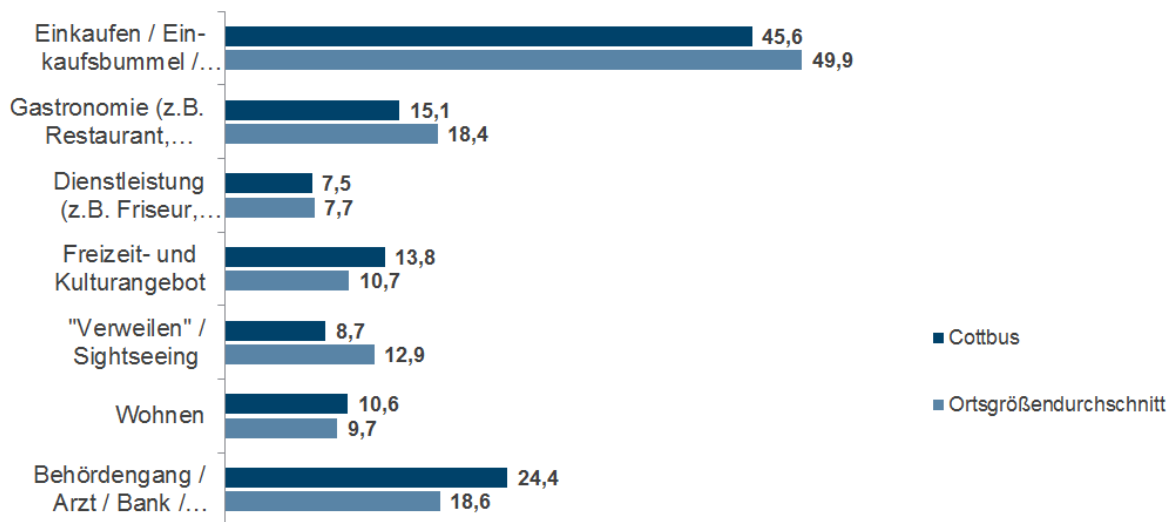


Mehr als drei Viertel der Befragten kommen aus Cottbus. Knapp ein Viertel entfallen auf die Umlandkommunen der benachbarten Landkreise.

5. Alter der Besucher



6. Gründe für einen Besuch in der Cottbuser Innenstadt



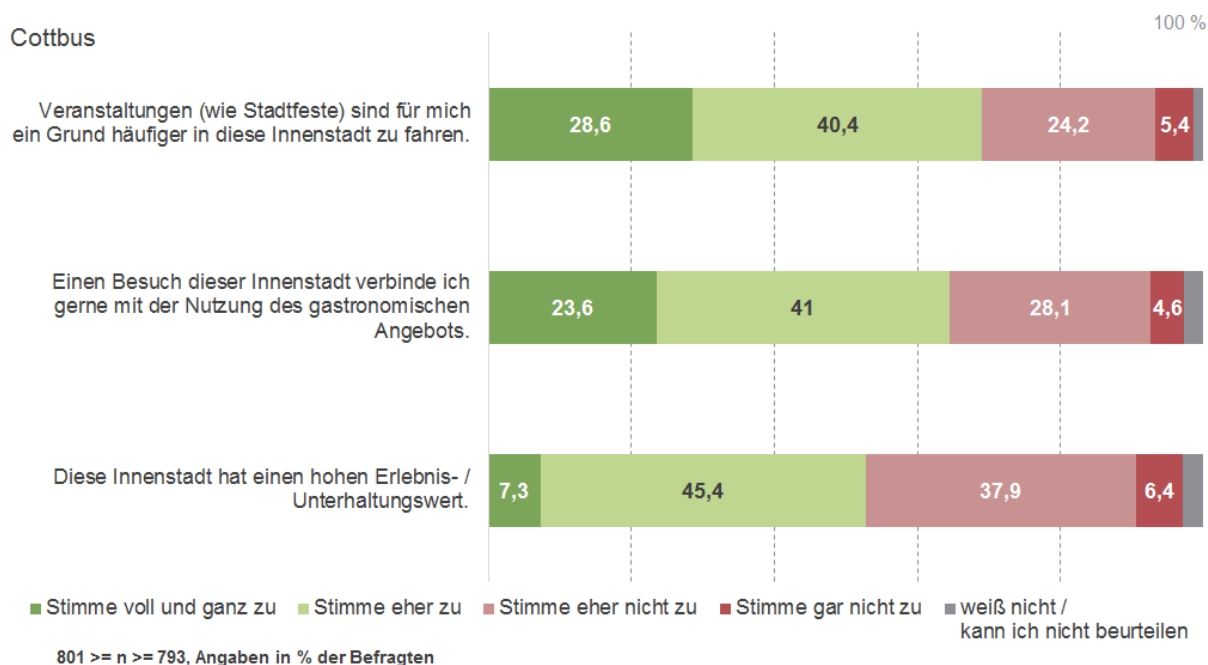
n = 803, Angaben in % der Befragten

Der Einkauf nimmt mit großem Abstand Platz 1 beim Besuchsanlass ein. Dennoch zeigt sich auch in Cottbus, dass Gastronomie, Kultur- und Freizeitangebote, sowie Arzt- und Behördenbesuche (Dienstleistungssektor) ebenfalls wichtige Frequenzbringer für die Innenstadt sind.

Festzustellen ist, dass Besucher von außerhalb verstärkt den Donnerstag (50,4 % der Befragten) für Behördengänge und Arztbesuche favorisieren. Wogegen am Samstag die „Kultur- und Freizeitangebote“ (50% der Befragten) gefolgt von „Einkaufen/ Shoppen“ (38,6% der Befragten) bevorzugte Besuchsgründe sind.

(Zusammenfassung der Befragten von außerhalb der Stadt)

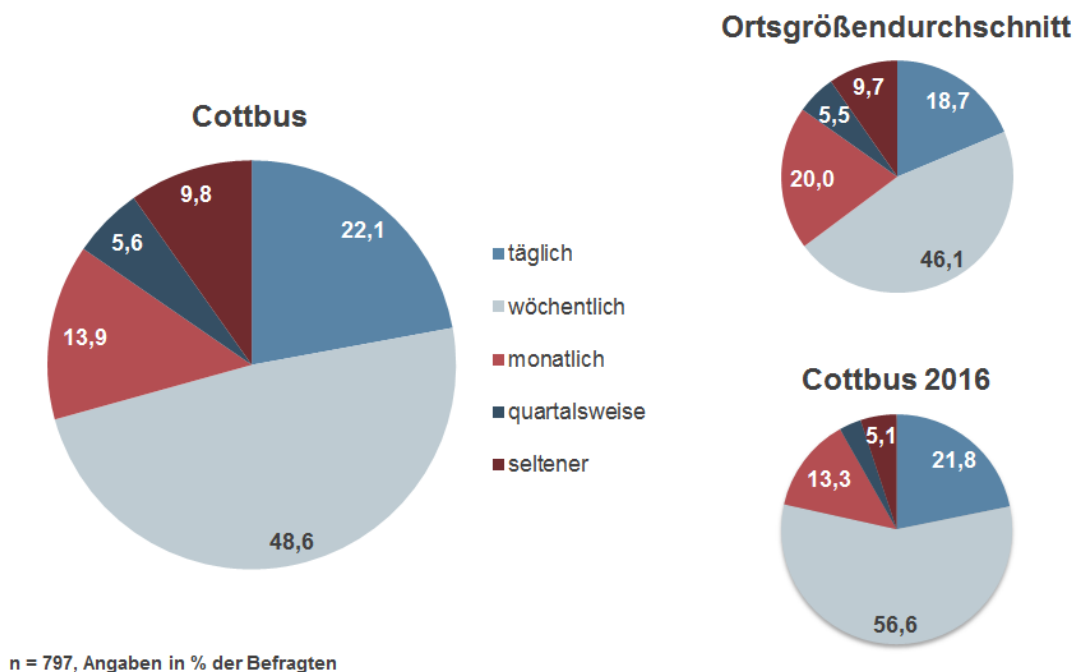
7. Erlebnis- und Unterhaltungswert der Cottbuser Innenstadt



Für 69% der Befragten sind innerstädtische Veranstaltungen häufige Besuchsgründe. 64,6 % verbinden ihren Besuch gern mit der Nutzung gastronomischer Angebote und über die Hälfte der Befragten (52,7%) bescheinigen der Innenstadt von Cottbus einen hohen Erlebnis und Unterhaltungswert. Dieser liegt über dem Ortsgrößendurchschnitt von (49,4%).

(Zusammenfassung der beiden Nennungen „stimme voll und ganz zu“ und „stimme eher zu“.)

8. Einkaufshäufigkeit in der Cottbuser Innenstadt

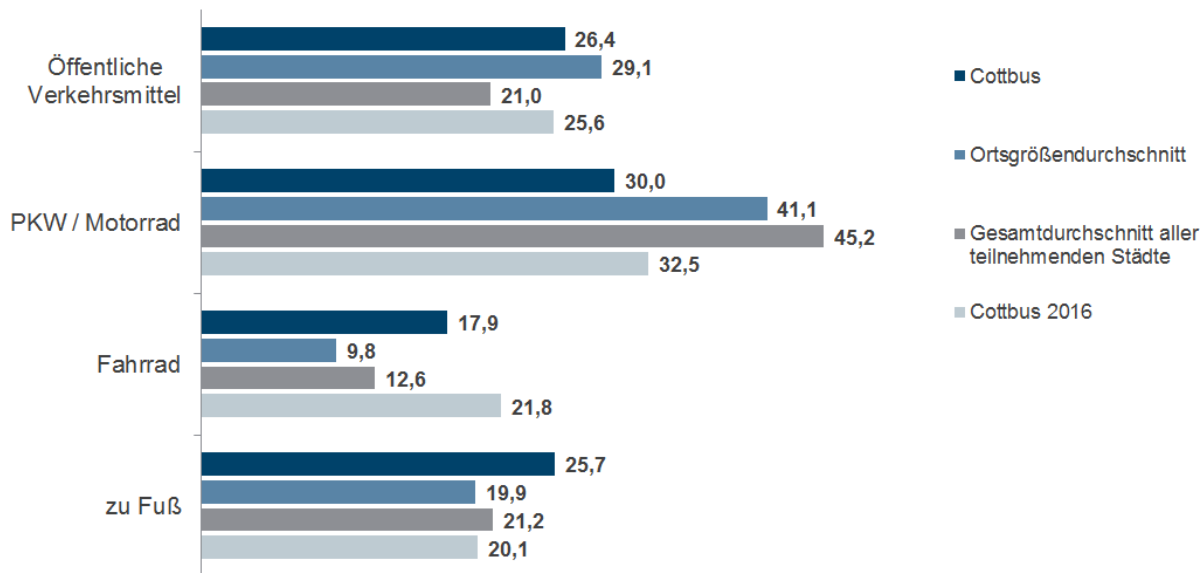


Die Befragung weist einen hohen Anteil an Stammkundschaft (ca. 70,7 %) für die Geschäfte in der Innenstadt (inkl. Wochenmarkt) nach. Dieser liegt über dem Ortsgrößendurchschnitt (64,8 %).

Im Vergleich zur Befragung von 2016 ist aber eine Reduzierung des Anteils an Stammkunden (-7,7 %-Punkte) festzuhalten.

Bezogen auf die Herkunft der Befragten besuchen die Umlandbewohner erwartungsgemäß weniger häufig die Cottbuser Innenstadt als die Cottbuser Bevölkerung. Der Anteil derjenigen, die die Cottbuser Innenstadt mindestens einmal pro Woche aufsuchen, liegt immerhin bei 48,6 %. Dies ist zum einen auf die Arbeitsplatzzentralität, zum anderen und insbesondere auch auf die Attraktivität des Angebots der Cottbuser Innenstadt zurückzuführen.

9. Verkehrsmittelwahl zum Besuch der Cottbuser Innenstadt



n = 791, Angaben in % der Befragten

Insgesamt dominiert das Auto als Verkehrsmittel auf dem Weg in die Innenstadt, unabhängig vom Alter. Dies spiegelt sich auch im Vergleich zum Gesamtdurchschnitt aller teilnehmenden Städte wieder.

Eine Ausnahme stellt die Altersgruppe bis 25 Jahre dar. 62 % der Befragten der Altersgruppe nutzen Bus / Bahn und 46,6 % nutzen das Fahrrad, da diese Altersgruppe z. T. keinen Führerschein besitzt bzw. keinen PKW zur ständigen Verfügung hat.

Ein Zuwachs ist bei den Fußgängern festzuhalten. Hier zeigt sich der Vorteil der Stadt der kurzen Wege. Und auch das Fahrrad ist weiterhin für viele das optimale Verkehrsmittel.

58,7% der ÖPNV Nutzer bewerten die Erreichbarkeit mit 2,0. Über die Hälfte der Fahrradnutzer geben der Erreichbarkeit mit dem Fahrrad sogar die Bestnote.

10. Bewertung verschiedener Aspekte der Gesamtattraktivität

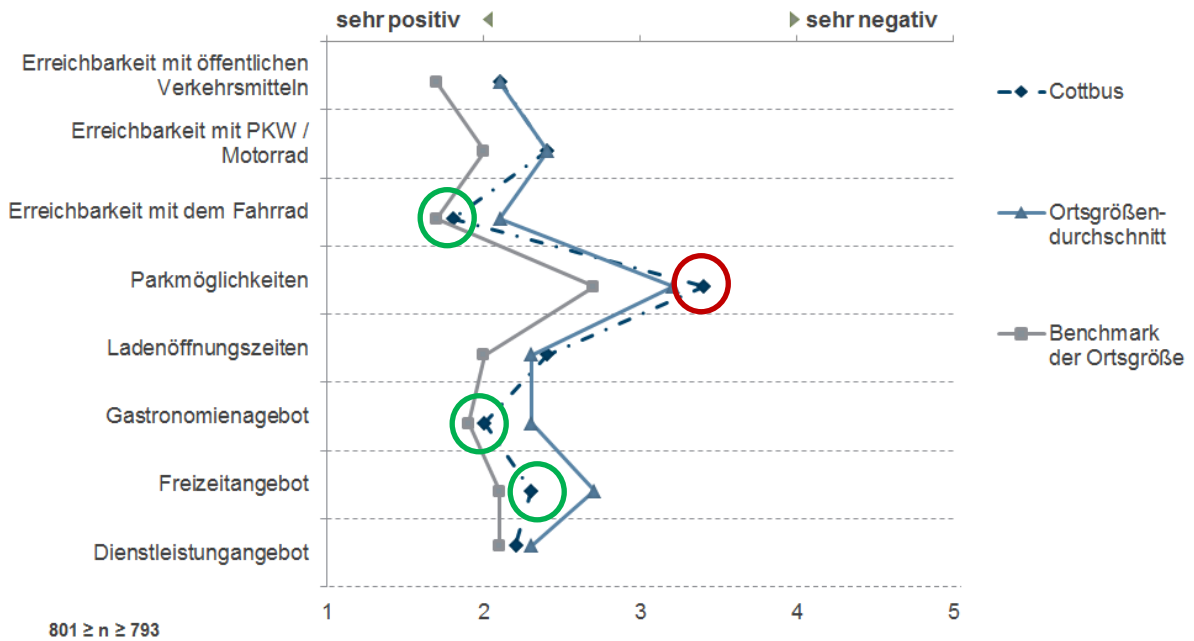
Auswertungsaspekte	Mittelwert aller Befragten in Cottbus	Mittelwerte der Ortsgrößenklasse 100.000-200.000 EW-Städte
Sauberkeit	2,7	2,5
Freizeit- und Kulturangebot	2,3	2,7
Sicherheit	2,8	2,6
Ladenöffnungszeiten	2,4	2,3
Stadtbild / Ambiente	2,6	2,5
Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln	2,1	2,1
Parkmöglichkeiten	3,4	3,2
Gastronomieangebot	2,0	2,4
Einzelhandelsangebot insgesamt	2,3	2,6
Erreichbarkeit mit dem Fahrrad	1,8	2,1
Orientierung	2,1	2,2
Events/Veranstaltungen	2,4	2,4
Gebäude/Fassaden	2,5	2,6
Plätze/Wege/Grünflächen etc.	2,6	2,7
Dienstleistungsangebot	2,2	2,3

Bei der Benotung der Gesamtattraktivität ergibt sich mit 2,5 ein guter Durchschnitt. Die Bewertungen bewegen sich zwischen 1,8 (Erreichbarkeit mit dem Rad) und 3,4 (Parken).

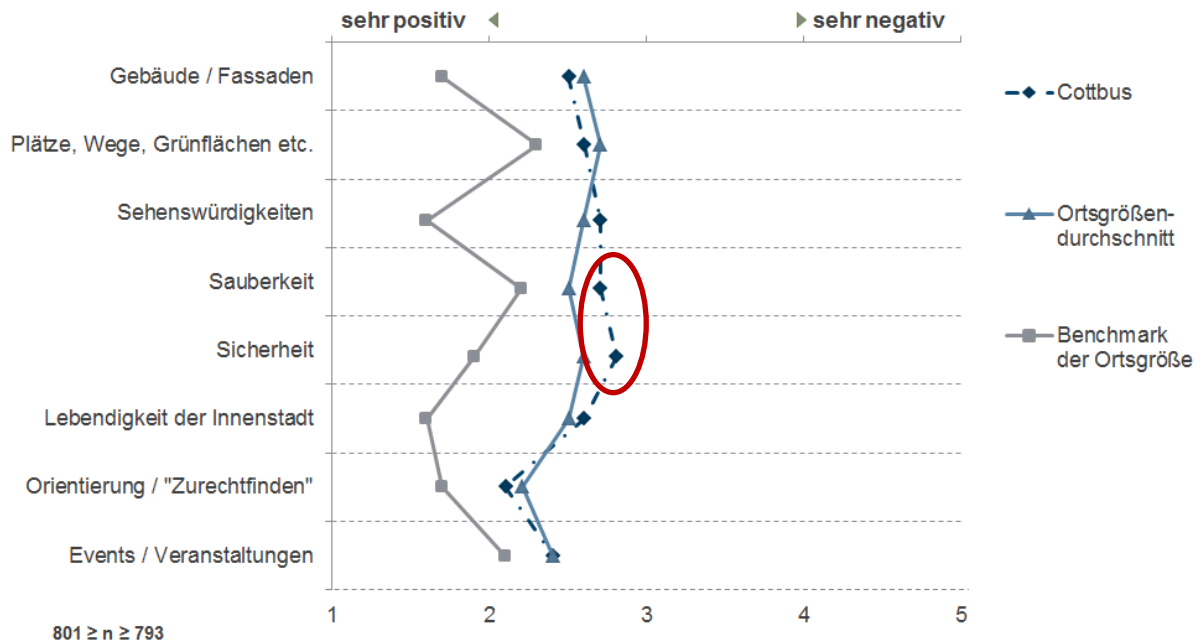
Im Vergleich zum Ortsgrößendurchschnitt anderer Städte (wie z.B. Bremerhaven, Heidelberg, Koblenz und Trier) sowie zum Gesamtdurchschnitt aller teilnehmenden Städte, ergeben sich folgende Einschätzungen:

- Das Thema „Parken“ gehört wie bei den meisten Befragungen zu jenen mit der schlechtesten Bewertung.
- Die „Angebotsvielfalt im Einzelhandel“ wird in der Innenstadt von Cottbus besser bewertet als in anderen Städten gleicher Größenordnung.
- Positiv fallen die Bewertungen für die „Erreichbarkeit mit dem Fahrrad“ (1,8) das „Gastronomieangebot“ (2,0) und das „Freizeit- und Kulturangebot“ (2,3) aus.
- Etwas schlechter fällt dagegen die Bewertung in Bezug auf „Sauberkeit“ (2,7) und „Sicherheit“ (2,8) in der Innenstadt von Cottbus aus. (Wogegen festzustellen ist, dass die Kunden von außerhalb zufriedener sind als die Einheimischen, die die Sauberkeit mit 2,4 und die Sicherheit mit 2,3 bewerten.)

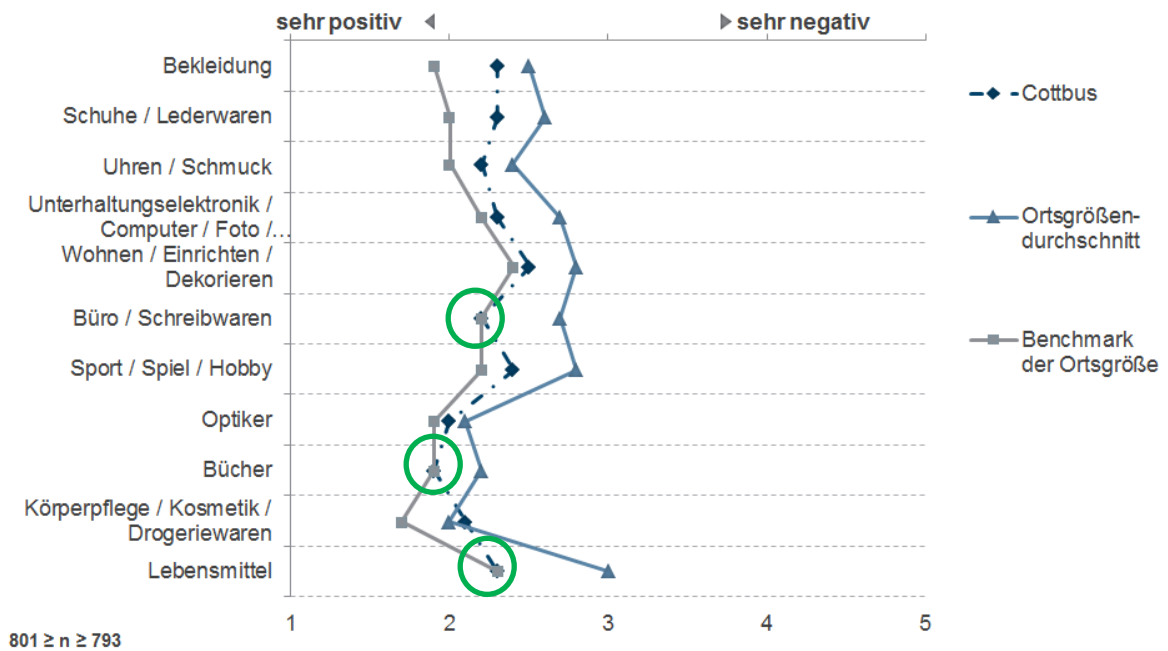
10.1 Attraktivität der Innenstadt – Vergleichsdaten



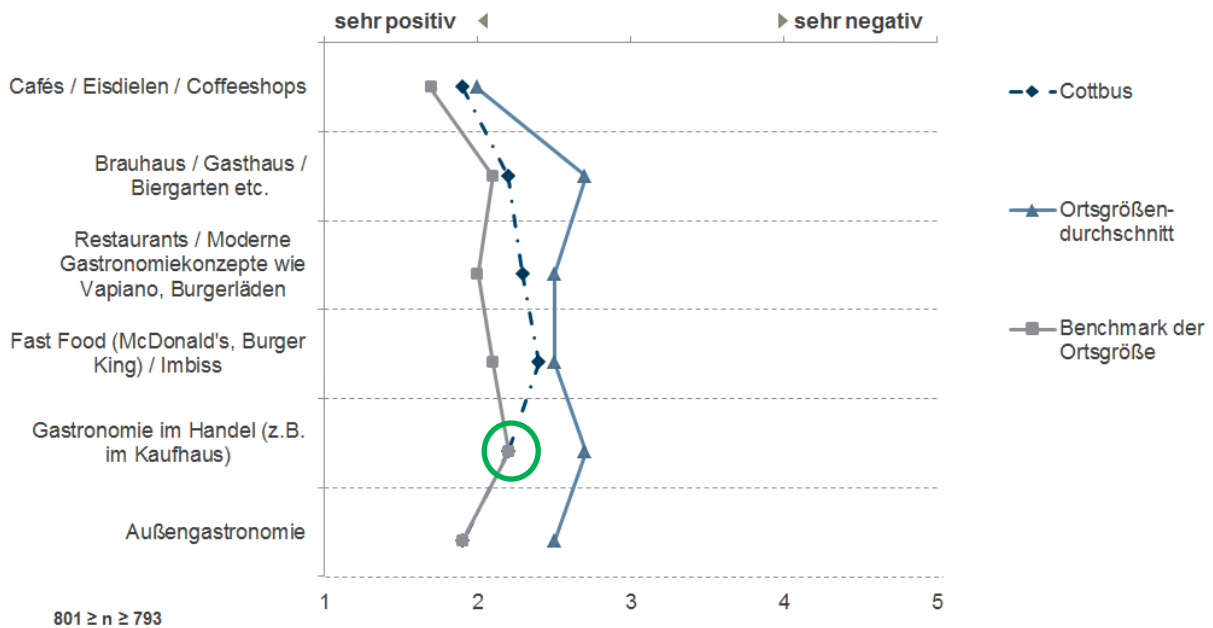
10.2 Allgemeines Ambiente – Vergleichsdaten



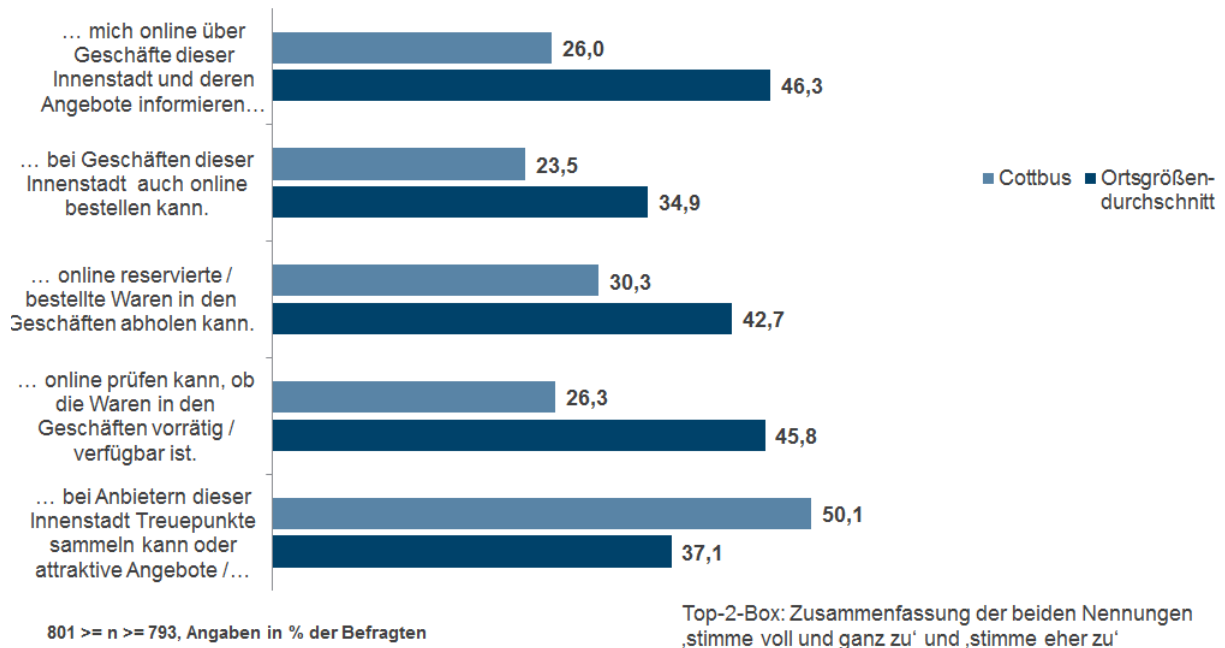
10.3 Einzelhandelsvielfalt – Vergleichsdaten



10.4 Gastronomisches Angebot – Vergleichsdaten



11. Online-Affinität der Besucher der Cottbuser Innenstadt



Internet und online-Versand spielen bei den Befragten eine eher untergeordnete Rolle und entsprechen nicht dem Ortsgrößendurchschnitt.

Lediglich ein Fünftel der Befragten geben an, dass sie verstärkt online kaufen und daher die Innenstadt seltener besuchen. Etwa die Hälfte kauft zwar online ein, besucht die Innenstadt zum Einkaufen aber unverändert häufig.

12. Fazit

Die Entwicklung der Cottbuser Innenstadt in Bezug auf ihre Attraktivität ist mit der Schulnote 2,5 durchaus positiv zu werten. Sie konnte sich gegenüber 2016 (2,6) leicht verbessern. Im Durchschnitt erhielten die 116 teilnehmenden Städte im Rahmen der Untersuchung „Vitale Innenstädte“ die Schulnote 2,6.

Diese gute Zustimmungsrates zeigt, dass die Erfolge der Modellstadtsanierung und die Veranstaltungs- und Eventangebote in der Stadtmitte von den Bewohnern und den Besuchern positiv wahrgenommen werden, von letzteren sogar intensiver.

62,3 % aller Befragten gaben an, dass sie zu gleichen Teilen gern in den Einkaufszentren sowie in der Cottbuser Altstadt „Einkaufen/Bummeln“ gehen. Die Zufriedenheit der Beratungs- und Serviceleistungen in den Innenstadtgeschäften und in den gastronomischen Einrichtungen werden als gut bis zufriedenstellend bewertet (74,6% der Befragten). Dieser Anteil lag in 2016 noch bei 63,4 % (+ 11,2 %) und hat sich somit deutlich verbessert.

Die Nutzung der digitalen Medien zur Online-Vorbereitung, Verfügbarkeitsabfrage, Produktinformation und diverse Bezahlungsmöglichkeiten werden für den Kunden immer wichtiger, befinden sich aber auf einem ausbaufähigen Niveau. Das mag zum einen z. T. auf die noch mangelnde Präsenz der Innenstadtgeschäfte im Internet und zum anderen auf den Altersdurchschnitt der Befragten (50 Jahre) zurückzuführen sein.

Zusammenfassend punktet die Cottbuser Innenstadt mit ihrer Attraktivität, einer hohen Branchenvielfalt und einem guten Gastronomie- sowie Kultur- und Freizeitangebot. Hierzu tragen insbesondere auch die innerstädtischen Wochenmärkte sowie Events und Veranstaltungen bei.

Ansprechpartner

Maik Bethke
Stellv. Hauptgeschäftsführer IHK Cottbus
Leiter Geschäftsbereich Standortpolitik
Tel.: 0355 365 2000
E-Mail: bethke@cottbus.ihk.de

Daniela Paulig
Stadtmarketing im Büro des Oberbürgermeisters
Tel.: 0355 612 2010
E-Mail: Daniela.Paulig@cottbus.de

Auf nachfolgenden Websites sind die Ergebnisse der IFH Untersuchung
„Vitale Innenstädte – 2018“ einsehbar.

www.ihk.de

www.cottbus.de