



Standortcheck Innenstadt Offenburg

Gemeinderat / City Partner am 1. Juli 2019

Dipl. Geogr. Gerhard Beck

Einzelhandelsbestand in der Innenstadt

Frequenzanalyse

Passanten- und Kundenbefragung

Projekttablauf des „Standortchecks Innenstadt“

| | Erfassung der Ausgangssituation | |
|---|---|---|
| Oktober 2016 | Vor der Realisierung der Handelsnutzungen in der nördlichen Innenstadt sind die wesentlichen Daten aufzubereiten. | ✓ |
| | Auswirkungen während der Bauphase | |
| September 2018 | Während der Realisierung des Projektes können sich abzeichnende Veränderungen aufgegriffen werden. | ✓ |
| | Evaluierung | |
| Abhängig von der Eröffnung des Rée-Carrés | Nach der Fertigstellung und nach einer Anlaufphase können die tatsächlichen Auswirkungen aufgezeigt werden. | |

Einzelhandelsbestand in der Innenstadt

Frequenzanalyse

Passanten- und Kundenbefragung

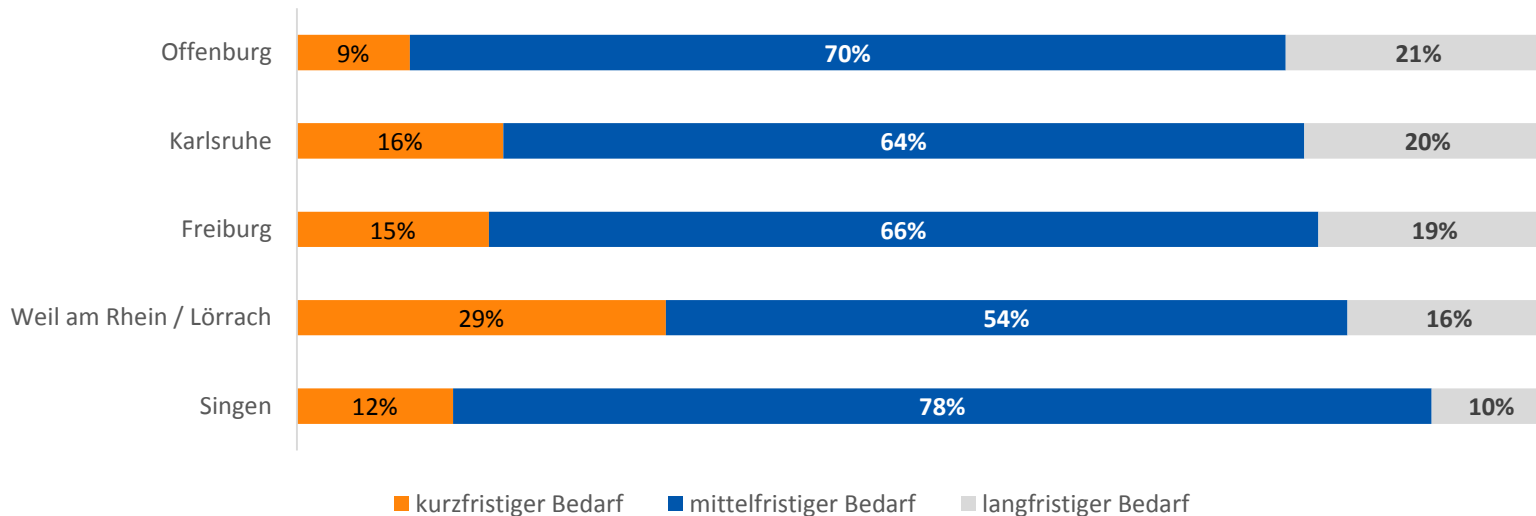
Bewertung des Einzelhandelsbestandes in der Innenstadt – Gesamtdarstellung

| | Anzahl Betriebe | VK in m ² | Umsatz in Mio. € |
|------------------------|-----------------|----------------------|------------------|
| Kurzfristiger Bedarf | 36 | 3.620 | 23,7 |
| Mittelfristiger Bedarf | 70 | 28.105 | 93,1 |
| Langfristiger Bedarf | 66 | 8.520 | 26,2 |
| insgesamt | 172 | 40.255 | 143,0 |

➔ keine signifikanten Veränderungen beim gesamten Bestand sowie bei der Branchenverteilung zu 2016

Bewertung des Einzelhandelsbestandes in der Innenstadt im interkommunalen Vergleich

Verteilung des Innenstadtbestandes (Verkaufsflächen) nach Bedarfsbereichen im interkommunalen Vergleich



Einzelhandelsbestand in der Innenstadt

Frequenzanalyse

Passanten- und Kundenbefragung

Frequenzanalyse Methodik – Zähltag und -zeitraum

Dienstag
18.09.2018

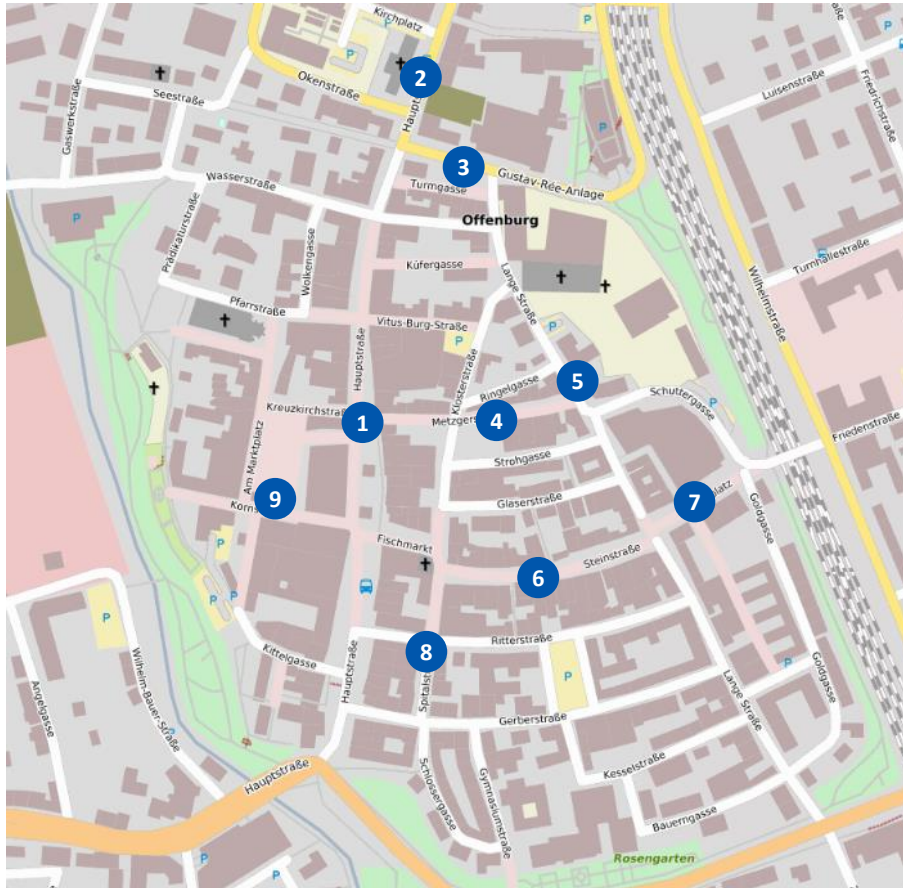
Donnerstag
20.09.2018

Samstag
22.09.2018

Dienstag und Donnerstag
8 – 20 Uhr

Samstag
8 – 16 Uhr

Frequenzanalyse Methodik – Zählstandorte



Legende

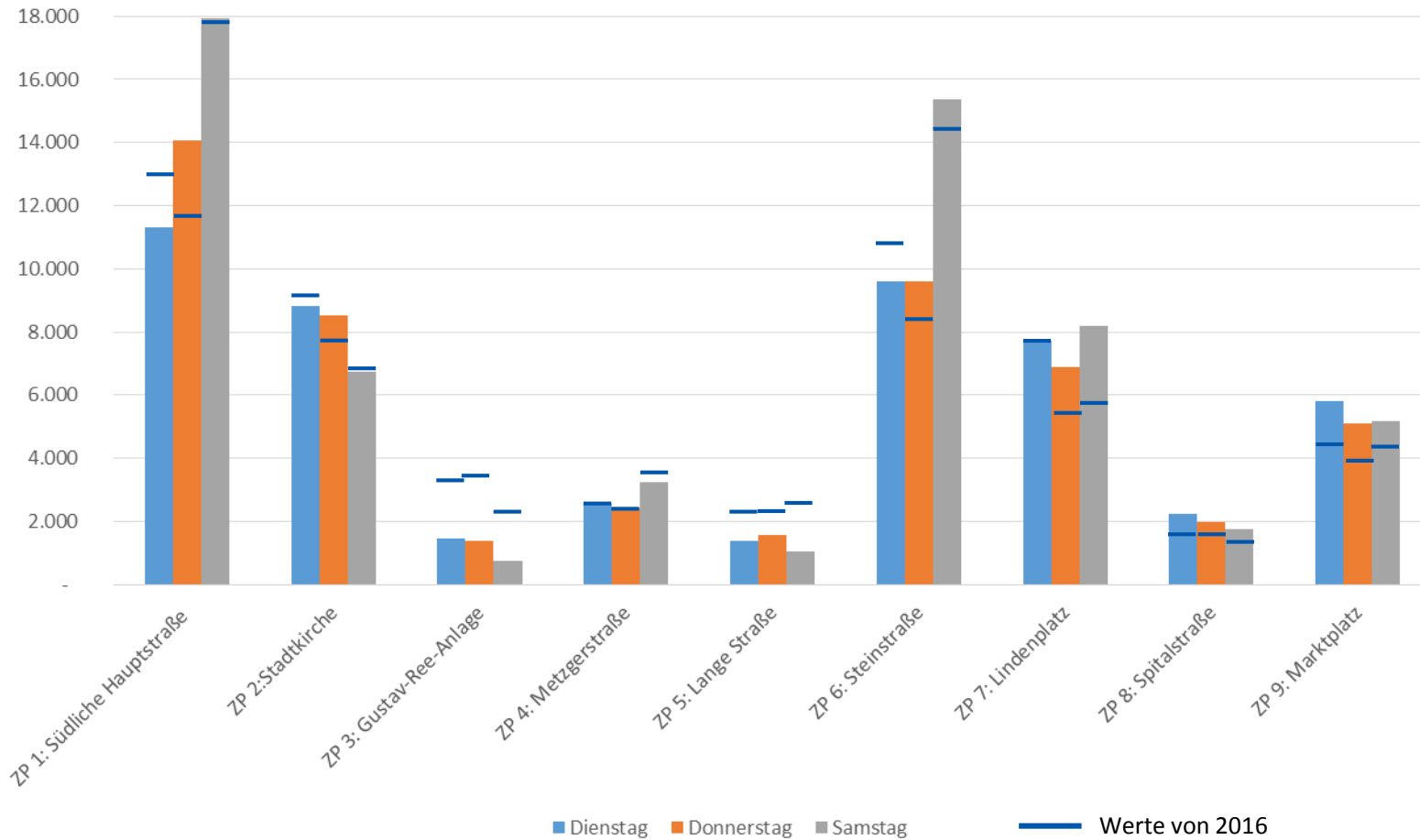
- **Zählstandorte**
 - 1 = **südliche Hauptstraße** (Höhe Metzgerstraße)
 - 2 = **Stadtkirche**
 - 3 = **Gustav-Rée-Anlage** (zw. den geplanten Eingängen des Rée-Carrés)
 - 4 = **Metzgerstraße** (Zwischen Lange Straße und Klosterstraße)
 - 5 = **Lange Straße** (Höhe Betten Leitermann)
 - 6 = **Steinstraße** (Höhe Bäcker-gasse)
 - 7 = **Lindenplatz** (Narrenbrunnen)
 - 8 = **Spitalstraße** (Zwischen Ritterstraße und Gerberstraße)
 - 9 = **Marktplatz**

Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende

Frequenzanalyse

Absolute Passantenfrequenz pro Tag

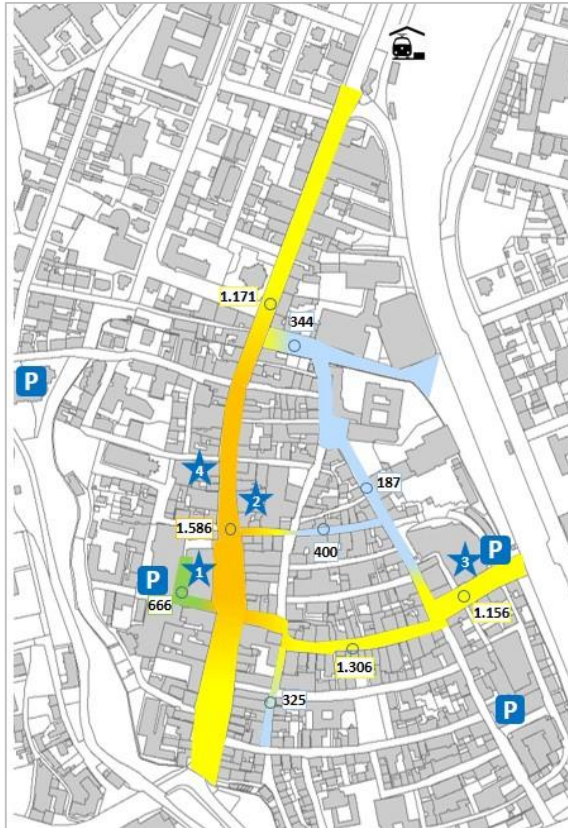
im Vergleich mit 2016



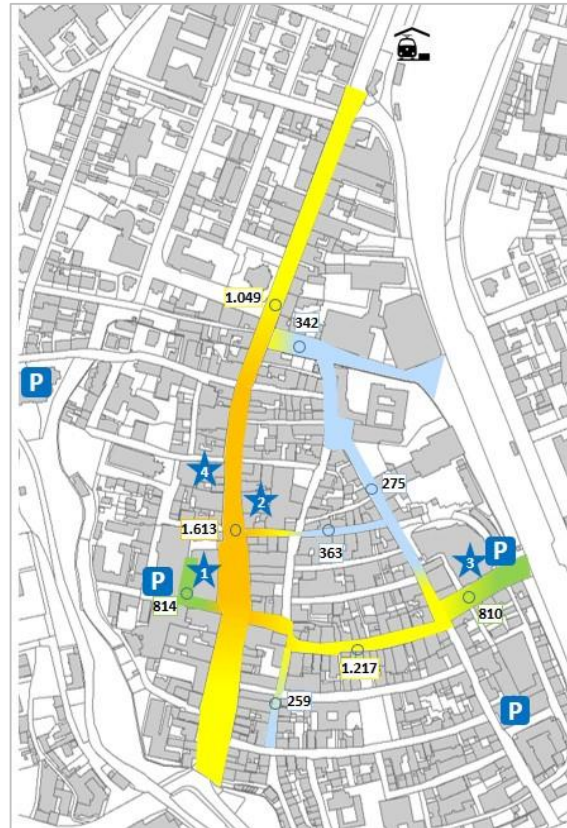
Quelle: Passantenzählung Offenburg GMA 2016/18

Frequenzanalyse Spitzenwerte im Tagesvergleich 2018

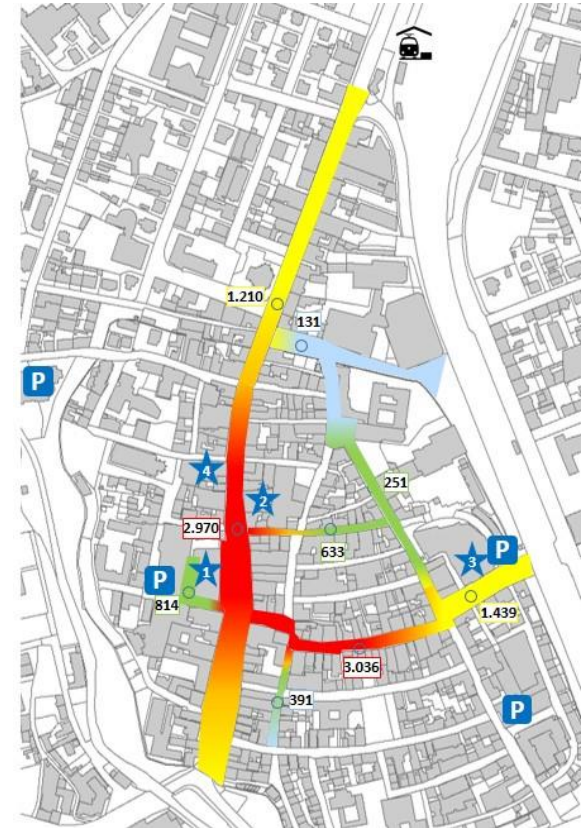
Dienstag



Donnerstag



Samstag



Legende

Spitzenwert pro Stunde
(beide Laufrichtungen)

Magnetbetriebe ★



> 2.000 Passanten

1.500 – 2.000
Passanten

1.000 – 1.500
Passanten

500 – 1.000 Passanten

< 500 Passanten

1 = H&M

2 = Zinser

3 = Karstadt

4 = Müller

Zählpunkt mit Passantenzahl

- **stabile Entwicklung seit 2016**
- **Samstag auch weiterhin frequenzstärkster Tag**
- **Wochenmarkt ist auch weiterhin Frequenzbringer**
- **nur die unmittelbar betroffenen Lagen haben durch die Baumaßnahmen verloren**
- **Sanierung Lindenplatz führt zu positiven Effekten**

Einzelhandelsbestand in der Innenstadt

Frequenzanalyse

Passanten- und Kundenbefragung

Passantenbefragung Methodik – Tage und -zeiträume

Dienstag
18.09.2018

Mittwoch
19.09.2018

Donnerstag
20.09.2018

Samstag
22.09.2018

Dienstag - Donnerstag
9 – 19 Uhr

Samstag
8:30 – 16 Uhr

Passantenbefragung Methodik – Befragungsstandorte



Legende

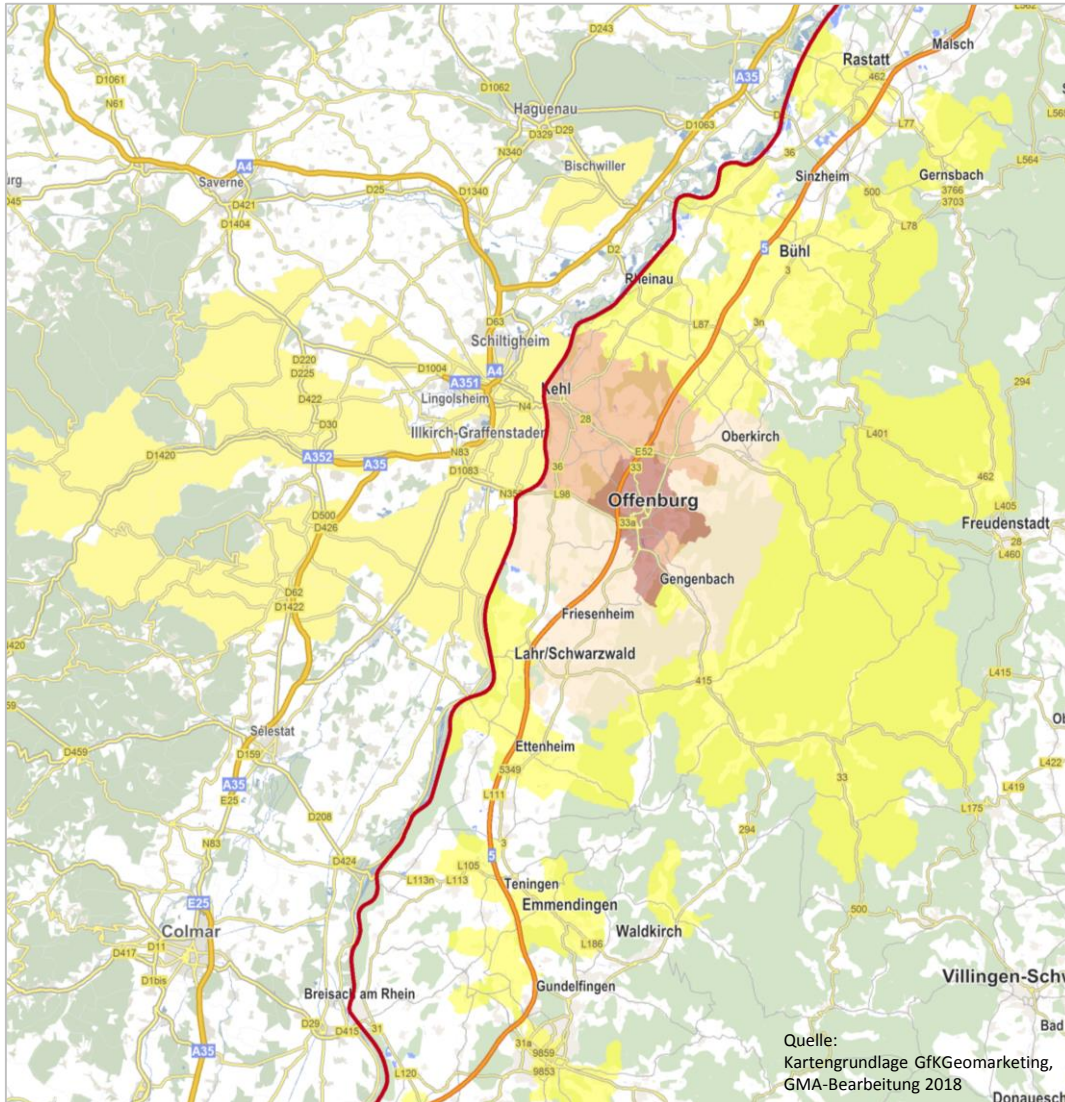
 **Befragungsstandorte**

A = Fischmarkt

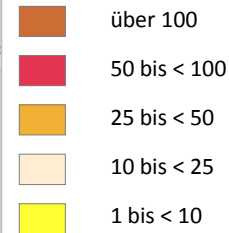
B = Hauptstraße / Höhe Metzgerstraße



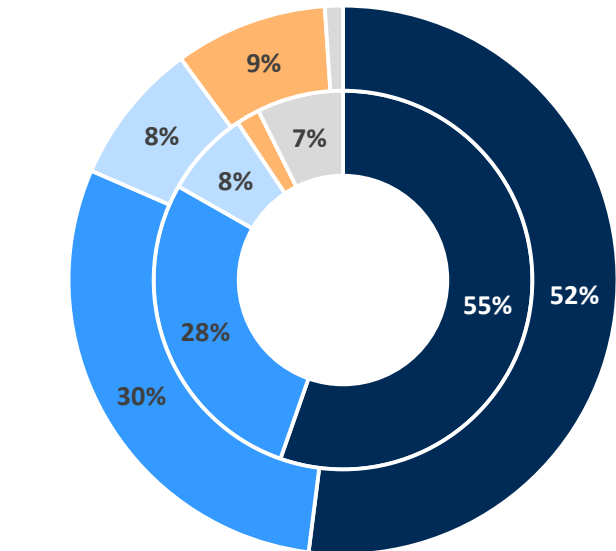
Passantenbefragung Herkunft



Legende Häufigkeiten (n=1.210)



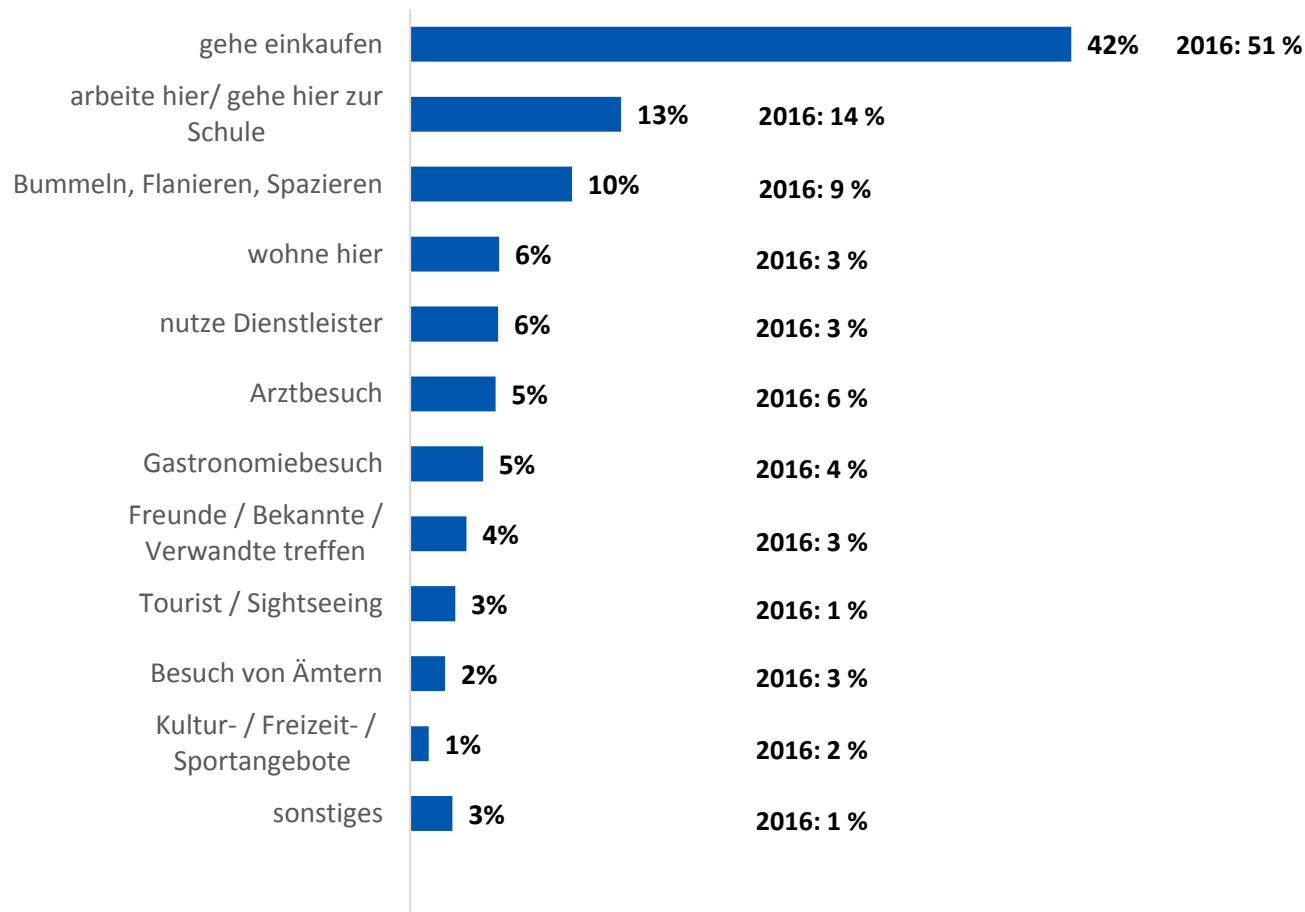
innerer Ring: 2016
äußerer Ring: 2018



- Offenburg
- Ortenau
- restl. Deutschland
- Frankreich
- keine Angaben

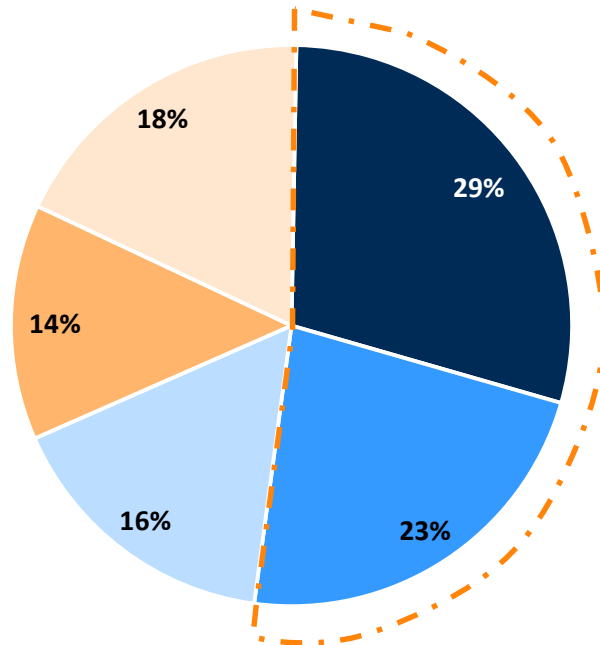
Gründe für einen Besuch in der Offenburger Innenstadt -Hauptgrund-

Folgende Hauptgründe wurden durch die Befragten genannt: (n = 1.213 Nennungen; in % der Nennungen)

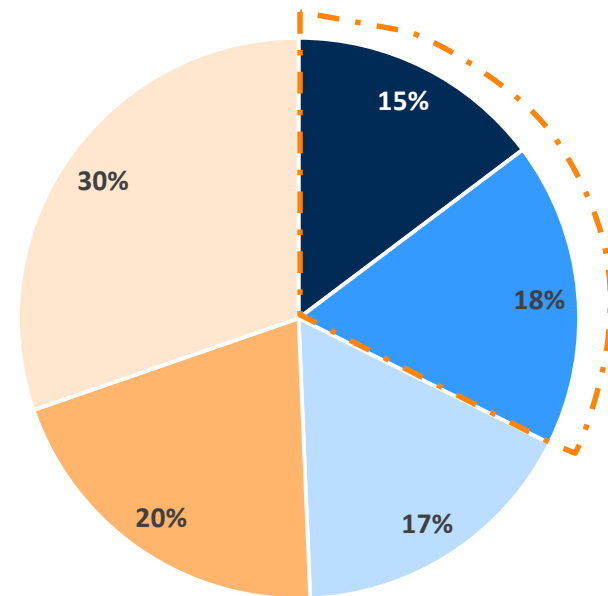


Einkaufshäufigkeit in der Offenburger Innenstadt

Einkaufshäufigkeit gesamt 2018



Differenzierung Einkaufshäufigkeit Auswärtige



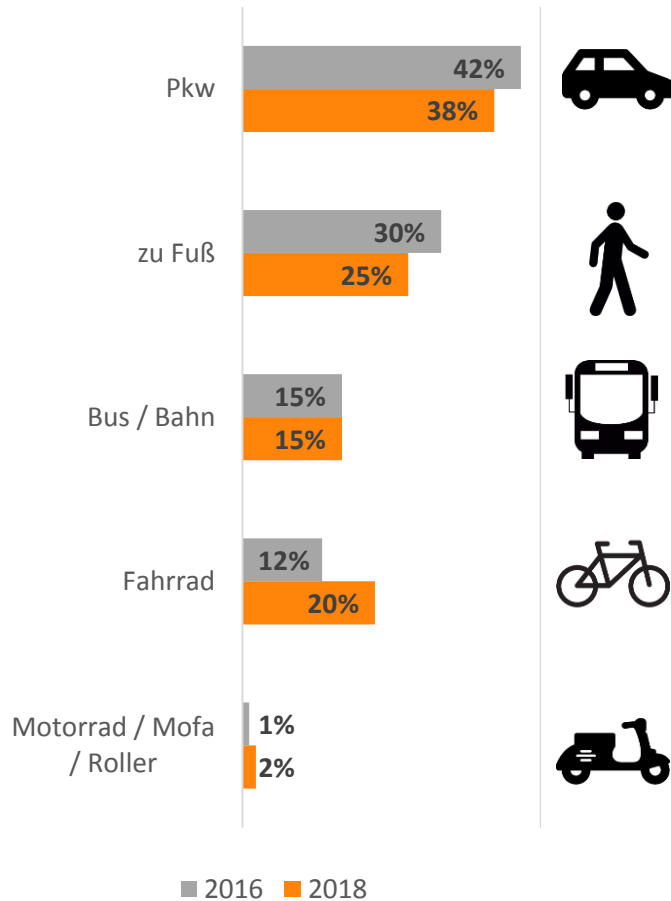
- täglich / mehrmals pro Woche
- einmal wöchentlich
- mehrmals pro Monat
- einmal pro Monat
- seltener

--- Stammkundenanteil*

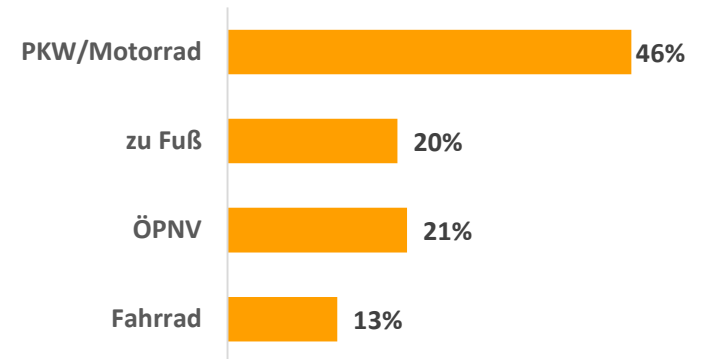
* Stammkunden: Personen, die mindestens einmal wöchentlich in die Offenburger Innenstadt kommen

Verkehrsmittelwahl zum Besuch der Innenstadt

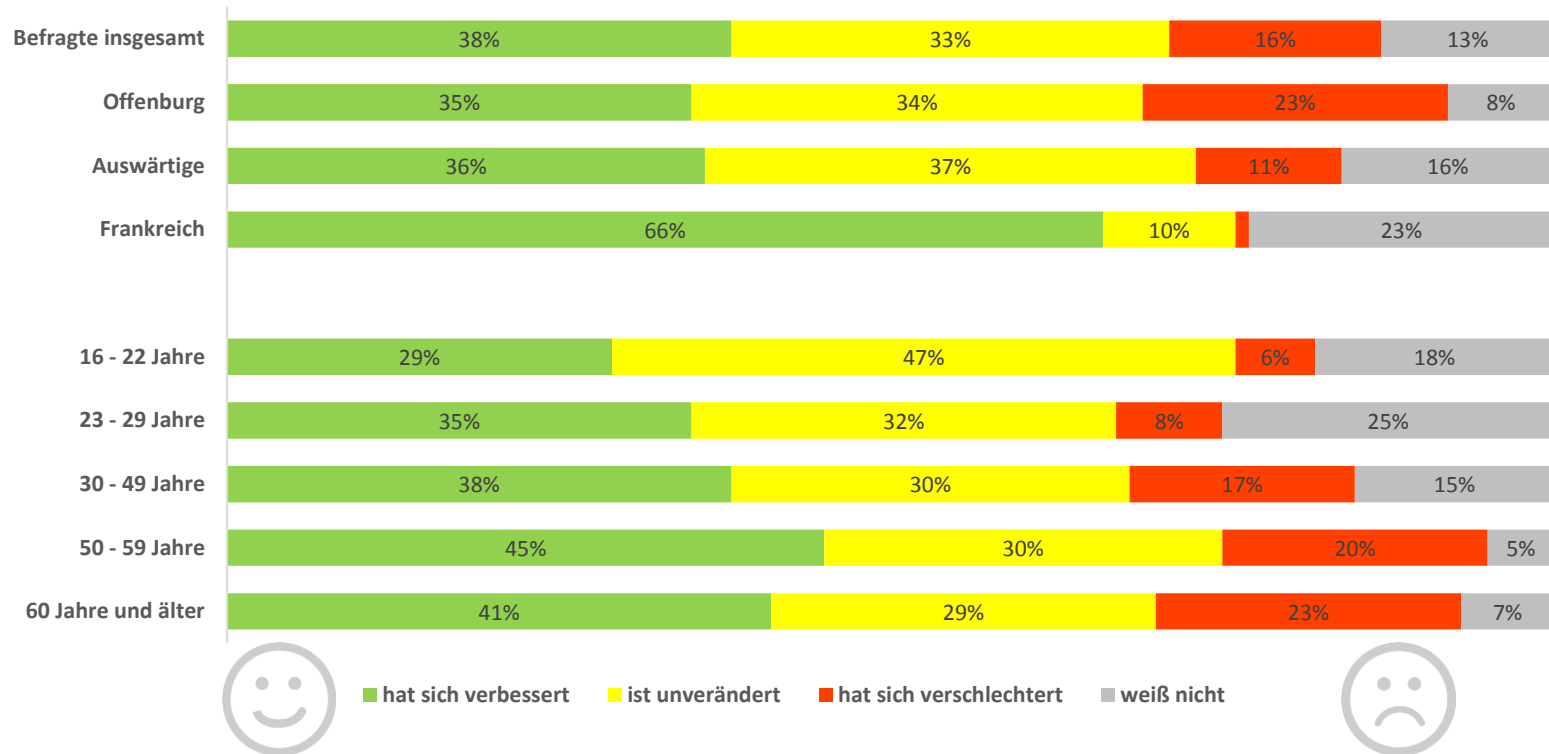
Vergleich der Verkehrsmittelwahl 2016 / 2018



zum Vergleich: IFH Studie „Vitale Innenstädte“ 2018 Ortsgrößendurchschnitt (50. – 100.000 EW)



Entwicklung der Innenstadt aus Kundensicht in den letzten Jahren



Bewertung verschiedener Aspekte der Innenstadt

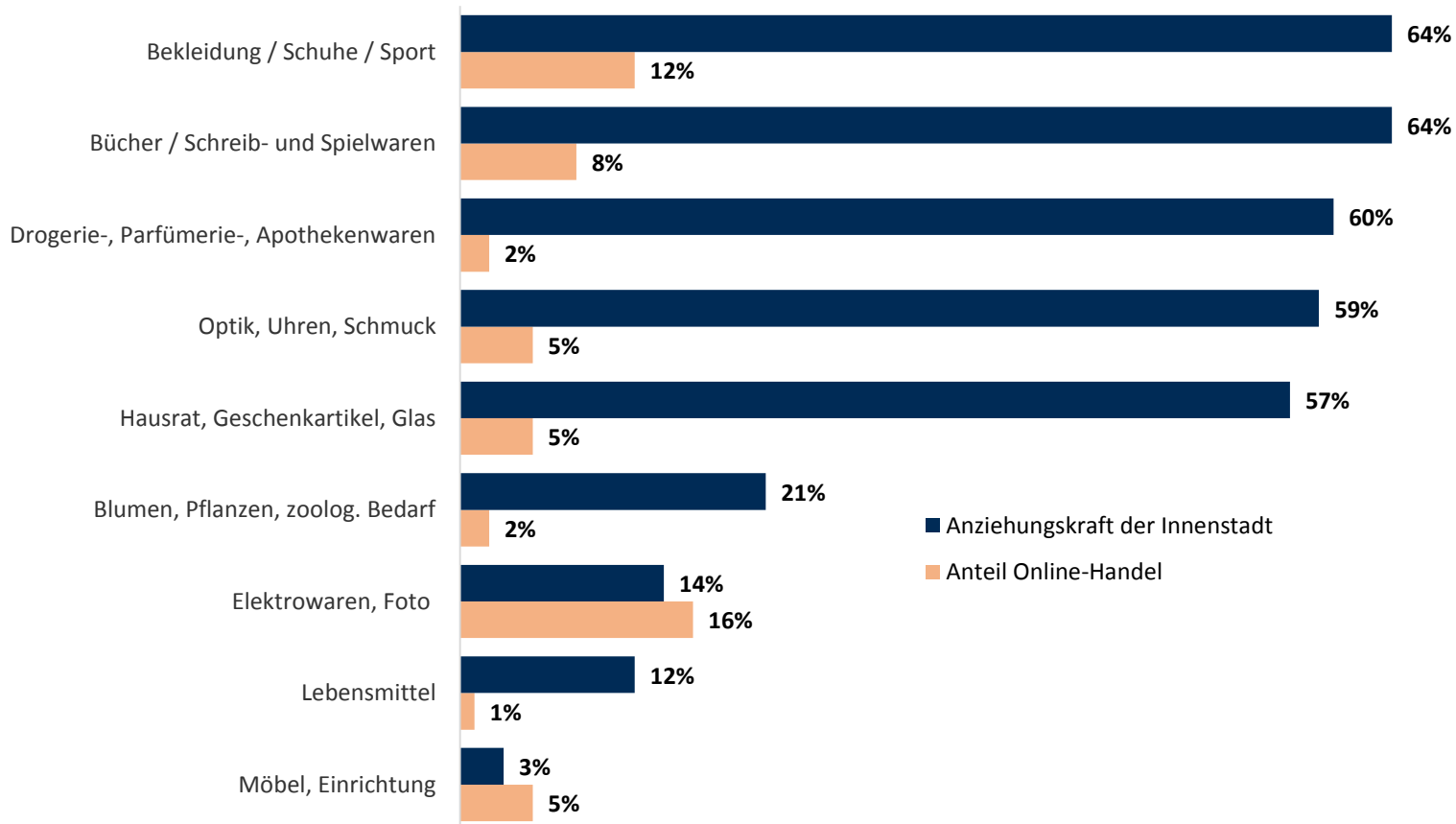
Differenzierung der Bewertung nach Alter und Herkunft – Darstellung der signifikanten Abweichungen

| Aspekte | Mittelwert aller Befragten in Offenburg | | IFH-Befragung „Vitale Innenstädte 2018“ Ortsgrößendurchschnitt 50. – 100.000 EW-Städte* (30 Städte) |
|-------------------------------|---|------|--|
| | 2016 | 2018 | |
| Stadtbild / Flair | 2,4 | 2,3 | 2,5 |
| EH-Angebotsvielfalt | 2,8 | 2,6 | k.A. |
| EH-Öffnungszeiten | 2,4 | 2,3 | 2,3 |
| Gastronomieangebot | 2,6 | 2,4 | 2,3 |
| Freizeit- und Kulturangebot | 2,5 | 2,5 | 2,7 |
| Parken | 3,1 | 2,9 | 3,0 |
| Erreichbarkeit mit Bus / Bahn | 2,3 | 2,3 | 2,3 |
| Erreichbarkeit mit Rad | 1,8 | 1,8 | 2,0 |
| Barrierefreiheit | 2,7 | 2,5 | k.A. |
| Sauberkeit | 2,4 | 2,3 | 2,5 |
| Sicherheit | 2,4 | 2,5 | 2,6 |

Quelle: Passanten- und Kundenbefragung Offenburg GMA 2018 und Instituts für Handelsforschung (IFH): „Vitale Innenstädte 2018“

* Vergleichsstädte wie z.B. Bayreuth, Esslingen, Fulda, Stralsund, Brandenburg (Havel), Greifswald, Göppingen, Ravensburg, Speyer, Zwickau

Anziehungskraft der Offenburger Innenstadt im Vergleich zur Bedeutung des Online-Handels in Offenburg



Ausgewählte Ansatzpunkte für die Offenburger Innenstadt

- /// Die Offenburger Innenstadt muss auf ihre Nutzungsvielfalt bauen. Neben dem Einzelhandel, der nicht mehr alleiniger Frequenzbringer sein wird, sind die weiteren Säulen einer attraktiven Innenstadt zu fördern.
- /// Ausbau der weiteren innenstadtbezogenen Kompetenzfelder (Gastronomie, Dienstleistungen, Veranstaltungen) zur Erhöhung der Attraktivität
- /// Der Einzelhandel muss sich vor dem Hintergrund des allgemeinen Strukturwandels ebenfalls besser aufstellen. Dabei sind u. a.
 - die Nutzung aller Vertriebswege (Verbindung Online & Offline) sowie
 - die Stärkung der Kernkompetenzen wie z. B. ein inspirierendes Sortiment, freundliche, kompetent-individuelle Beratung, ansprechende Ladengestaltung, Warenpräsentation und Schaufensterdekoration vorzunehmen.



Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit

Gesellschaft für Markt-und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Hohenzollernstraße 14

71638 Ludwigsburg



Telefon: +49 7141 9360-0

Telefax: +49 7141 9360-10

E-Mail: info@gma.biz

Internet: www.gma.biz