



Mitteilung

Amt: Stadtbetriebe Hennef (AöR) - Stadtentwicklung,
Liegenschaften

TOP: _____

Vorl.Nr.: M/2021/0616

Anlage Nr.: _____

Datum: 20.04.2021

Gremium	Sitzung am	Öffentlich / nicht öffentlich
Ausschuss für Digitalisierung, Wirtschaft und Tourismus	04.05.2021	öffentlich

Tagesordnung

Vitale Innenstädte 2020 - Auswertungsergebnisse für Hennef (Sieg)

Mitteilungstext

Das Institut für Handelsforschung Köln hat für die bundesweit erhobene Studie im September und Oktober 2020 insgesamt 415 Passanten in Hennef befragt. Bundesweit beteiligten sich 107 Städte an der Erhebung, fast 58 000 Besucher gaben unter anderem Antwort auf Fragen zu ihrem Einkaufsverhalten und zum städtischen Angebot. Im Bereich der Ortsgröße 25.000 bis 50.000 Einwohner nahmen neben Hennef noch 37 weitere Städte an der Studie teil. Hennef hat bereits zum dritten Mal an dieser Befragung teilgenommen.

Im Fokus der Untersuchung liegt die Innenstadt im Spiegel der Besuchermeinung. Die vorliegenden Ergebnisse für Hennef sollen nachfolgend kurz dargestellt werden. Auf dieser Basis lassen sich im Weiteren Strategien zur dauerhaften Attraktivitätssicherung entwickeln.

Rund zwei Drittel der Besucherinnen und Besucher der Hennefer Innenstadt haben auch ihren Wohnort in Hennef. Das Durchschnittsalter der Befragten liegt mit 47,9 Jahren leicht unter dem Durchschnitt des Ortsgrößendurchschnittes mit 49,4 Jahren.

Die Befragten besuchten die Innenstadt Hennef vor allem aus Gründen des Einkaufens, Wohnens und Arbeitens. Dabei ist auffällig, dass in Hennef 30,6 % der Befragten angab, die Innenstadt zum Wohnen aufzusuchen. Dieser Wert ist im Vergleich zum Ortsgrößendurchschnitt mit 18,2 % sehr hoch.

Die Befragten gaben an, die Innenstadt nicht lange (37,2 Prozent für ein bis zwei Stunden, 27 Prozent unter einer Stunde), dafür aber häufiger zu besuchen (Prozent 33,0 Prozent täglich und 44,3 Prozent wöchentlich).

Das meistgenannte Verkehrsmittel für den Besuch der Hennefer Innenstadt stellte mit 34,4 % ein PKW oder Motorrad dar. Dieser Wert liegt deutlich unter dem Ortsgrößendurchschnitt (47,7 %) und dem Durchschnitt aller teilnehmenden Städte (45,1%).

Auch ist zu erwähnen, dass der Anteil der Besucherinnen und Besucher, die mit dem öffentlichen Personennahverkehr in die Innenstadt gekommen sind mit 20,2 % deutlich über dem Ortsgrößendurchschnitt von 11,5% und sogar über dem Durchschnitt aller teilnehmenden Städte von 17,7 % liegt. Ebenso verhält es sich mit den Angaben zur Anreise mit dem Fahrrad oder zu Fuß. Auch hier weist Hennef überdurchschnittliche Werte auf.

Die Gesamtbewertung der Attraktivität der Hennefer Innenstadt sowie Bewertung des Einzelhandels-Angebots insgesamt wird als befriedigend bewertet. Bei der Befragung 2020 konnte eine Durchschnittsnote für die Attraktivität der Innenstadt von 2,8 erreicht werden. Dieser Wert ist vergleichbar mit den Werten von 2018 (2,9) und 2016 (2,6).

Als „gut“ wird unter dem Aspekt der Attraktivität der Innenstadt der Aspekt der Erreichbarkeit sowohl mit öffentlichen Verkehrsmitteln, mit PKW / Motorrad als auch mit dem Fahrrad bewertet. Die Hennefer Innenstadt wird von den Befragten ebenfalls im Bereich „Orientierung und Wegführung“ und des Dienstleistungsangebotes mit „gut“ bewertet. Die Bereiche Gastronomieangebote, Freizeitangebote und Veranstaltungsangebote sowie die Parkmöglichkeiten konnten bei der Befragung nur ein „befriedigend“ erreichen.

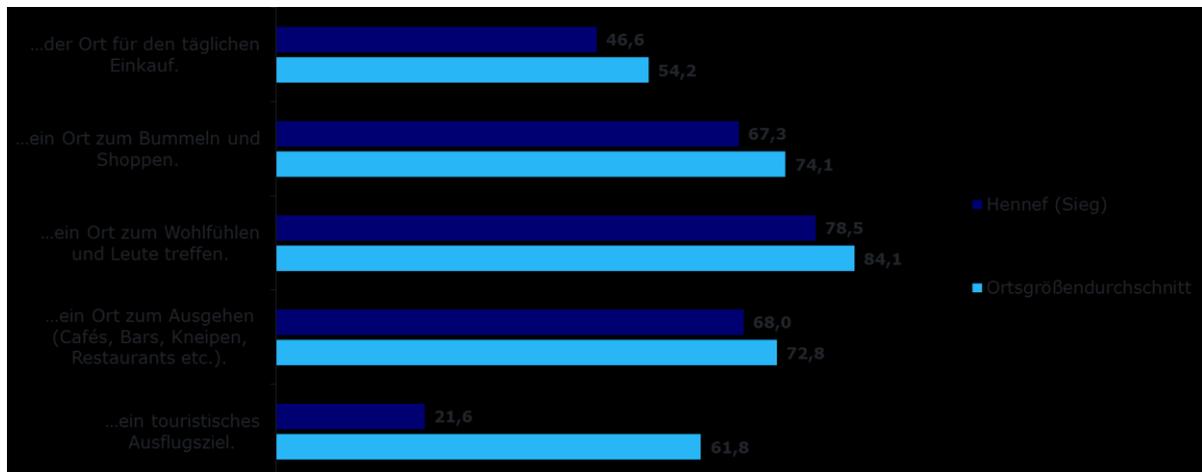
Bei der Betrachtung des Gesamteindrucks der Innenstadt in Bezug auf das Einzelhandelsangebot fällt auf, dass lediglich die Bereiche Lebensmittel, Drogeriewaren, Unterhaltungselektronik und Foto sowie Apotheken als „gut“ bewertet wurden. Alle übrigen Einzelhandelssparten konnten nur eine Bewertung mit „befriedigend“ erreichen.

Die Befragung ergab hinsichtlich des Gesamteindrucks der Hennefer Innenstadt in Bezug auf das Allgemeine Ambiente /Flair/Atmosphäre ebenfalls ein „befriedigendes“ Ergebnis. Hier erzielte lediglich der Bereich des Sicherheitsgefühls eine gute Bewertung.

Bei der Betrachtung der Attraktivität der Innenstadt Hennefs im Hinblick auf das Ambiente und Erlebnis liegen alle Werte zu den Aspekten Allgemeines Ambiente/Flair/Atmosphäre, Gebäude/Fassaden, Plätze, Wege, Grünflächen, Sehenswürdigkeiten, Sauberkeit, Sicherheit, Lebendigkeit und Erlebniswert ebenfalls unter den Ergebnissen des Ortsgrößendurchschnitts.

Auch was die Bedeutung der Innenstadt für die Besucherinnen und Besucher betrifft liegt Hennef in allen abgefragten Punkten mehr oder weniger deutlich hinter dem Ortsgrößendurchschnitt.

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Diese Innenstadt ist für mich persönlich...

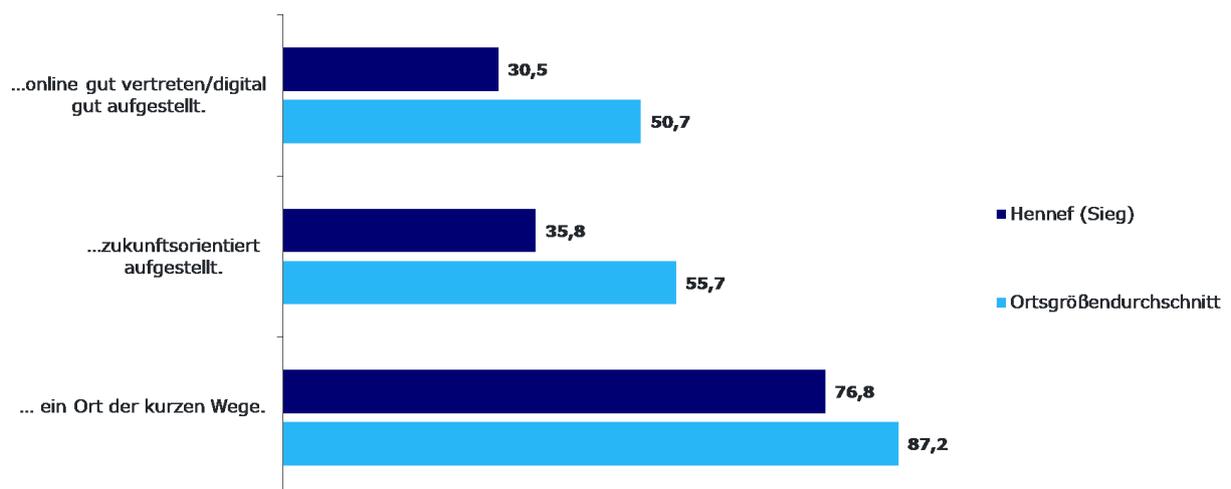


Quelle: IFH Studie Vitale Innenstädte 2020 – Auswertungsergebnisse für Hennef (Sieg)

Das Einkaufsverhalten der Befragten ist hinsichtlich Zahl der besuchten Geschäfte und Aufenthaltsdauer durchschnittlich im Vergleich zum Ortsgrößendurchschnitt. Der Anteil der Besucher, die die Innenstadt täglich oder wöchentlich besuchen ist überdurchschnittlich.

Auch im Vergleich zu anderen Städten mit 25.000 bis 50.000 Einwohnern schneidet die Hennefer Innenstadt in den Bereichen Digitalisierung und Zukunftsorientierung deutlich schlechter ab.

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Diese Innenstadt ist für mich persönlich ...



Quelle: IFH Studie Vitale Innenstädte 2020 – Auswertungsergebnisse für Hennef (Sieg)

Besonders eklatant ist die Antwort auf die Frage „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Innenstadt Freunden oder Bekannten weiterempfehlen?“ ausgefallen. Die Beantwortung wird anhand eines Net Promoter Scores ausgewertet. Dabei wird die Gruppe der Kritiker der Gruppe der Befürworter gegenübergestellt. Der Ortsgrößendurchschnitt erreichte 26,4 %. Bei den

Befragten in Hennef überwog der Anteil der Kritiker, so dass sogar ein negativer Wert mit – 14,1 % als Ergebnis festgestellt werden musste.

Klar positionierten sich die Befragten auch bei der Frage, ob eine vermehrte Sonntags-Öffnung angestrebt werden sollte. 69,9 % der Befragten verneinte dies, weitere 18,4 % antwortete mit „eher nein“.

Auch in Hennef wird die, durch die Corona-Pandemie noch weiter gestärkte, Entwicklung eines wachsenden Online-Handels beobachtet. 32,4 % der Befragten gaben an, vermehrt online zu kaufen. 10,4 % Befragten gaben dabei auch an, verstärkt das Online-Angebot von lokalen Händlern zu nutzen.

Positiv bleibt festzuhalten, dass 53,4 % der Befragten in Hennef angaben, verstärkt in der Corona-Pandemie in Hennef einzukaufen um die lokalen Unternehmen zu fördern. Diese Einstellung ist besonders erwähnenswert, da der Ortsgrößendurchschnitt mit 43,4 % deutlich geringer ausfällt.

Diese Ergebnisse sind gerade im Hinblick auf die Herausforderungen des Handels durch die Entwicklungen des demografischen Wandels, der Digitalisierung und des veränderten Konsumentenverhaltens zu betrachten.

Das Kaufverhalten in der Bevölkerung verändert sich sukzessive in Richtung wohnortnaher Einkauf und Online-Shopping. Neben den 15 Prozent der Befragten, die angibt, wegen des Onlineshoppings seltener die Hennefer Innenstadt zu besuchen, geben gleichzeitig 53,4 Prozent der Befragten an, bewusst lokale Anbieter vor Ort stärken zu wollen. Diese lokale Verbundenheit gilt es zu weiter zu stärken.

Mit der Corona-Pandemie in 2020 kommt ein weiterer Faktor hinzu, der rückläufige Frequenzen, kürzere Verweilzeiten und weniger Wirtschaftlichkeit zur Folge hat.

Die Untersuchung gibt an, dass 2020 aufgrund der Einschränkungen durch Corona eine noch deutlich spürbarere Verschiebung zu Online-Umsätzen zu verzeichnen ist. Bezogen auf die verschiedenen Branchen erreichen besonders die Bereiche Fashion und Accessoires und Consumer Electronics/ hohe Anteile am gesamten Onlineumsatz.

Der stationäre Handel in Hennef steht somit insgesamt vor großen Herausforderungen.

Daher gilt es nun Strategien der lokalen Frequenzerhöhung zu entwickeln und eine Verlängerung der Aufenthaltsdauer zu erreichen. Die Innenstadt muss von den Besucherinnen und Besuchern wieder als attraktiver Ort mit Freizeitwert erlebt werden können. Auf diesem Weg können auch Menschen, die die Hennefer Innenstadt gar nicht mehr aufsuchen, eventuell zurückgewonnen werden.

Hinsichtlich der Funktion des Einzelhandels wurde auch aufgezeigt, dass andere Motive zum Innenstadtbesuch wie Gastronomie, Freizeit und Kultur zwar an Bedeutung gewinnen, aber der Einkauf im Handel weiterhin das bedeutendste Besuchsmotiv ist. Der Einzelhandel ist nach wie vor von großer Wichtigkeit für die Vitalität einer Innenstadt. Um zukünftig auch jüngere Zielgruppen für die Innenstädte zu gewinnen, muss der Faktor Freizeit zunehmend neben die Funktion der Versorgung treten.

Hier sind bei der Ansiedlungspolitik vor Ort neue Strategien gefordert, Vielfalt im innerstädtischen Portfolio zu sichern. Vor diesem Hintergrund und mit dem Willen drohende Leerstände effizient und zeitnah passend nachzubesetzen und einem Trading-Down-Effekt effizient entgegenzusteuern befindet sich die Wirtschaftsförderung gemeinsam mit der IT-Abteilung derzeit in Gesprächen bezüglich der Anschaffung eines aktiven digitalen Ansiedlungsmanagements für Hennef. Dieses wäre auch im Rahmen des Sofortprogramms zur Stärkung der Innenstädte und Zentren in Nordrhein-Westfalen 2021 grundsätzlich förderfähig.

Ebenfalls auszubauen aus Sicht der Besucherinnen und Besucher ist das Thema

„Digitalisierung“. Gerade einmal 30,5 % sieht Hennef diesbezüglich gut aufgestellt. Hier ist Hennef mit dem beschlossenen Digitalisierungskonzept bereits zukunftsweisend unterwegs.

Es sind daher nun Ideen zu entwickeln, die den Erlebniswert der Innenstadt spürbar steigern. Dabei gilt es mehr denn je eine gute Vernetzung der Akteure des Stadtlebens zu fördern. Grundsätzlich leitet sich aus den Angaben der Befragten die Forderung nach neuen „Stadtkonzepten“ ab. Dabei ist zum einen, die Anbieterstruktur zu optimieren. Ein großes Augenmerk muss auch auf die weichen Faktoren, wie der Wunsch nach Orten zum Wohlfühlen und um Leute zu treffen, gelegt werden. Dies erfordert auch eine zielgruppenorientierte und passgenaue Kommunikation mit den Beteiligten.

Bausteine können hierbei Projekte wie das mobile Stadtgrün oder der neue Kinderwanderweg in der Innenstadt sein.

Hennef, den 20.04.2021

Klaus Barth
Vorstand

Hennef (Sieg), den
In Vertretung