Vitale Innenstädte 2018

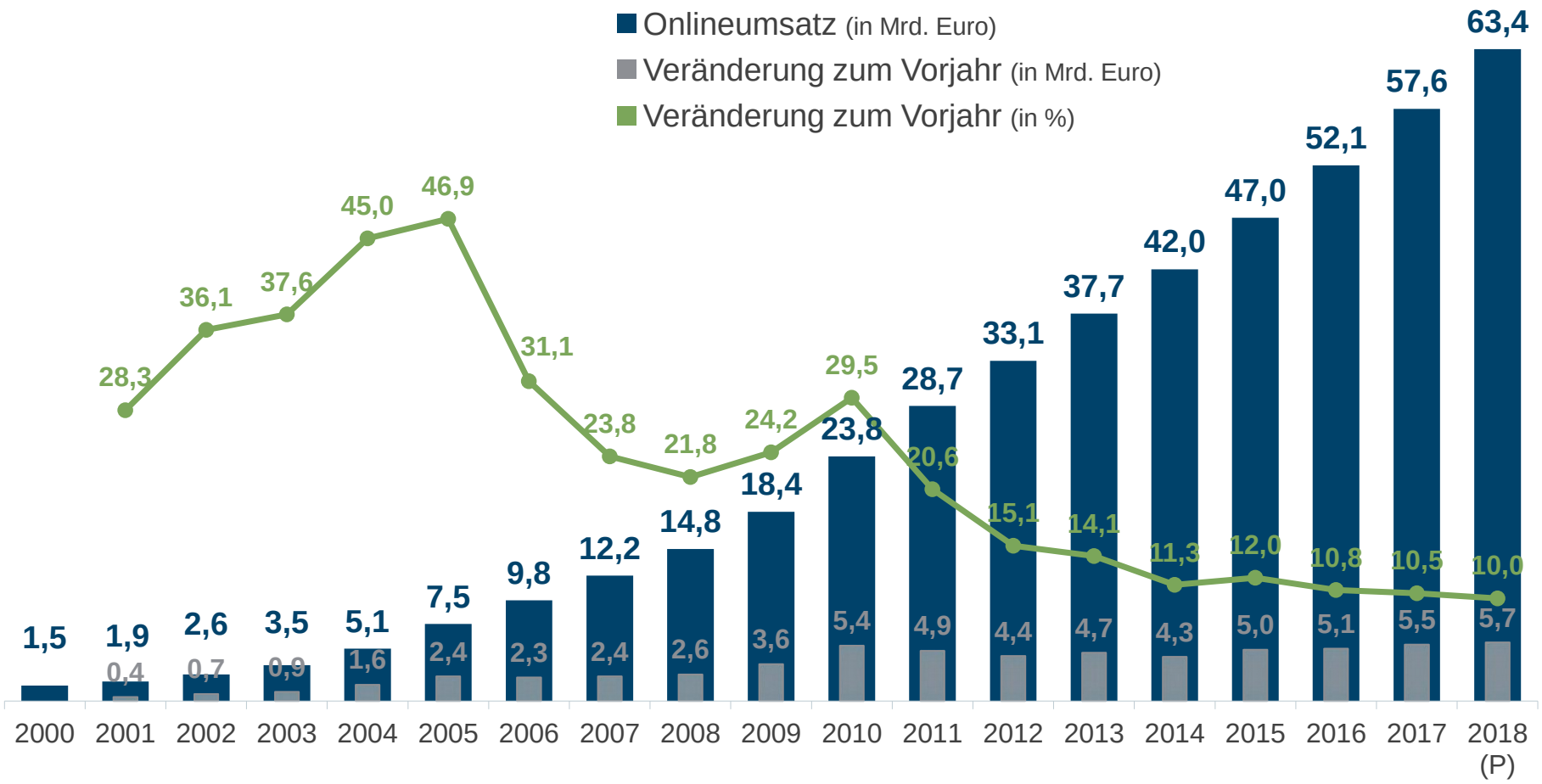
Auswertungsergebnisse für Bocholt

Lokale Partner: Wirtschaftsförderungs- und Stadtmarketing Gesellschaft Bocholt mbH & Co.KG

IFH KÖLN

Marktvolumen online (brutto)

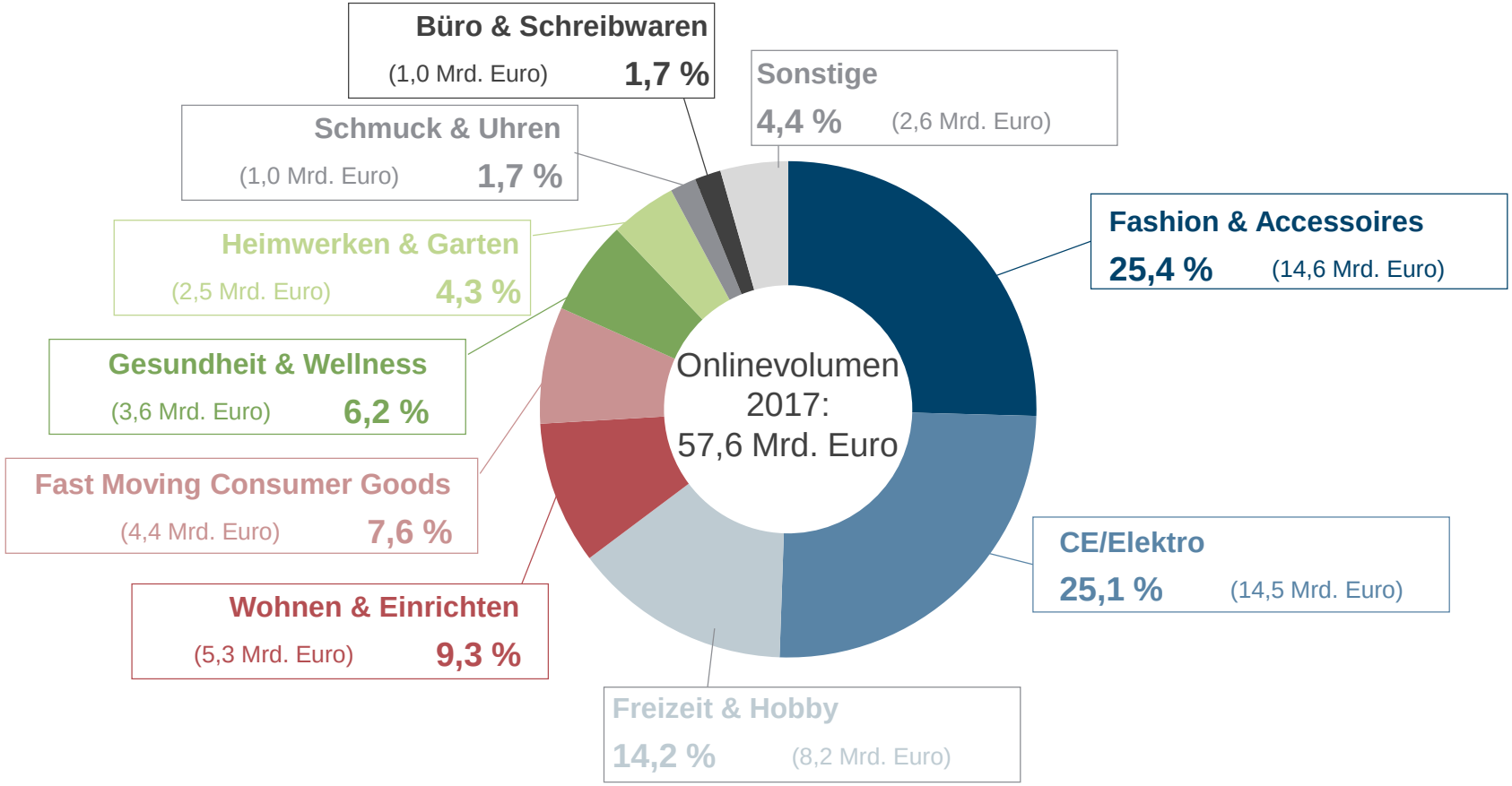
Im stagnierenden Marktumfeld wächst online deutlich (rund 10 Prozent des Einzelhandelsumsatzes bereits online). Absolutes Wachstum bleibt konstant.



HDE Online-Monitor 2018. Prognose 2018: IFH Köln, 2018.
(Dargestellt sind die vom IFH Köln umgerechneten Bruttowerte.)

Anteil der Branchen am Gesamtonlinevolumen

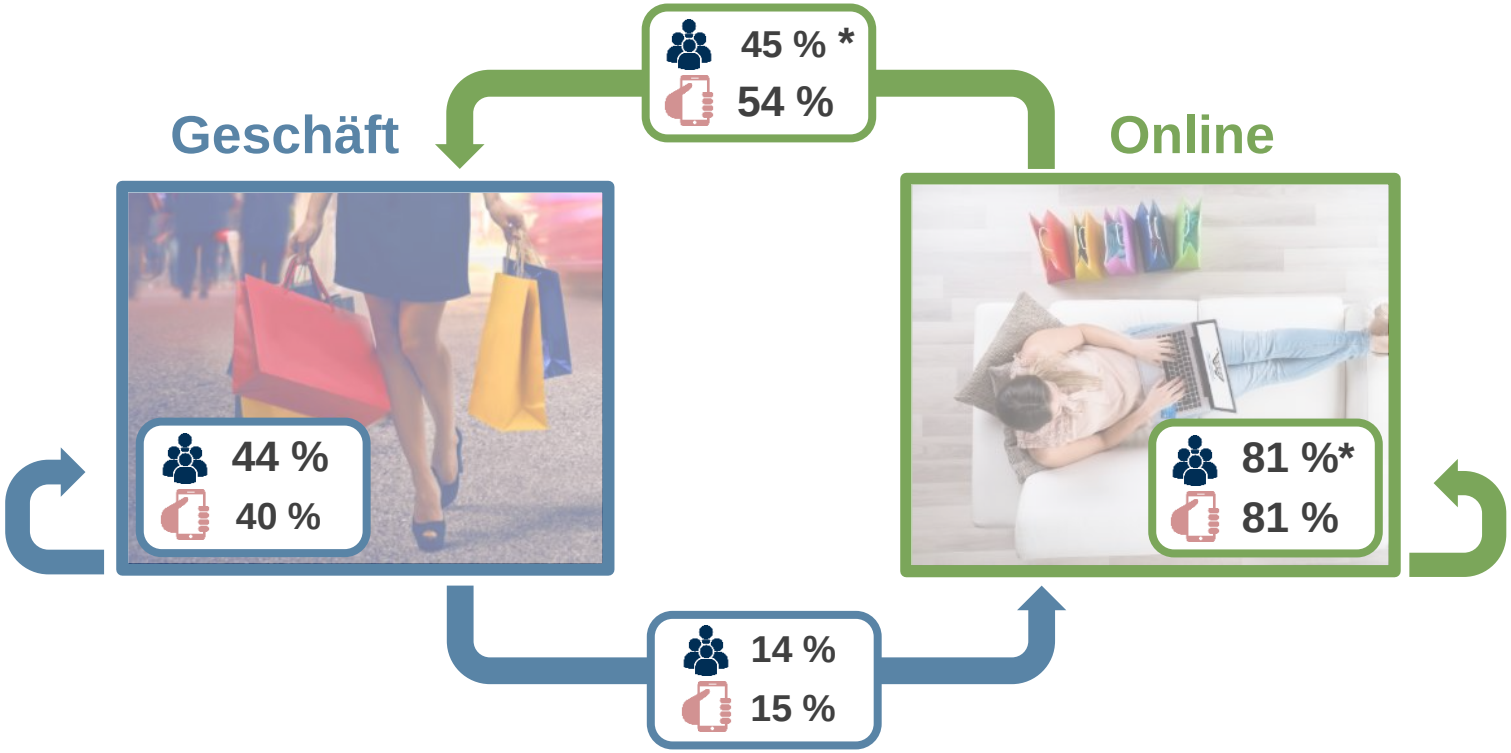
Non-Food mit Anteil von 92,4 % weiterhin dominierend, Hälfte des Onlineumsatzes entfällt auf Fashion und CE.



Lesebeispiel: Der Onlineumsatz der Branche Büro & Schreibwaren erreicht 2017 ein Volumen von 1 Mrd. Euro. Das entspricht einem Anteil am Gesamtonlinevolumen von 1,7 Prozent.

HDE Online-Monitor 2018.
(Dargestellt sind die vom IFH Köln umgerechneten Bruttowerte.)

Onlineinformation vor stationärem Kauf hochrelevant. Verhalten der Smart Consumer zeigt weiter steigende Relevanz der Kanalverknüpfung.



Konsumenten Smart Consumer

Konsumenten: 206 ≤ n ≤ 1.221, Smart Consumer: 71 ≤ n ≤ 132; Lesebeispiel: 45 % der Käufe im Geschäft geht eine Informationssuche im Internet voraus. Bei den Smart Consumern sind es sogar 54 %. Bei 81 % der Onlinekäufe informieren sich Konsumenten ausschließlich online.

Bildquelle: © olly; Fotolia; Andrey Popov; shutterstock

ECC Köln: Cross-Channel – Quo Vadis?, Köln, 2017.

Die Beurteilung von Bocholt durch die Innenstadtbesucher im Überblick

Handlungsfelder	Merkmal	Bewertung bzw. Abweichung
Gesamtbewertung *(Bewertung der Einzelkriterien auf den Folien 19 bis 21)*	▪ Attraktivität der Innenstadt	● ● ●
Bewertung des Einzelhandels-Angebots insgesamt	▪ Attraktivität des Einzelhandels-Angebots in dieser Innenstadt insgesamt	● ● ●
Einkaufsverhalten	▪ Zahl der besuchten Geschäfte: Anteil der Besucher, die nur wenige Geschäfte (1 oder 2) aufsuchen	➡
	▪ Aufenthaltsdauer: Anteil der Besucher, die sich nur kurz (bis zu 2 Stunden) in der Innenstadt aufhalten)	↗
	▪ Besuchshäufigkeit: Anteil der Besucher, die die Innenstadt täglich oder wöchentlich besuchen	↗

Erläuterung: Attraktivität: Schulnote 1 und 2 = grün, 3 = gelb, 4 bis 6 = rot;
andere Merkmale: ↗ bedeutet, dass das Merkmal überdurchschnittlich häufig im Vergleich zur Ortsgrößenklasse genannt wurde,
↘ bedeutet, dass das Merkmal unterdurchschnittlich häufig im Vergleich zur Ortsgrößenklasse genannt wurde,
➡ bedeutet, dass das Merkmal durchschnittlich häufig im Vergleich zur Ortsgrößenklasse genannt wurde.

Die Beurteilung von Bocholt durch die Innenstadtbesucher im Überblick

Handlungsfelder	Merkmal	Bewertung bzw. Abweichung
Anlass des Innenstadtbesuchs	▪ Anteil der Besucher, die die Innenstadt zum Einkaufen aufsuchen	↗
	▪ Anteil der Besucher, die die Innenstadt zum Sightseeing aufsuchen	↘
	▪ Anteil der Besucher, die die Innenstadt aufgrund des gastronomischen Angebots aufsuchen	↘
	▪ Anteil der Besucher, die die Innenstadt aufgrund des Freizeit- und Kulturangebots aufsuchen	→
Mobilität – Verkehrsmittelwahl	▪ Anteil der öffentlichen Verkehrsmittel (Bahn und Bus)	↘
	▪ Anteil der PKW	↘
Demografie	▪ Alter der Innenstadtbesucher	→

Erläuterung: Attraktivität: Schulnote 1 und 2 = grün, 3 = gelb, 4 bis 6 = rot;
andere Merkmale: ↗ bedeutet, dass das Merkmal überdurchschnittlich häufig im Vergleich zur Ortsgrößenklasse genannt wurde,
↘ bedeutet, dass das Merkmal unterdurchschnittlich häufig im Vergleich zur Ortsgrößenklasse genannt wurde,
→ bedeutet, dass das Merkmal durchschnittlich häufig im Vergleich zur Ortsgrößenklasse genannt wurde.

Die Beurteilung von Bocholt durch die Innenstadtbesucher im Überblick

Gesamteindruck der Innenstadt in Bezug auf ihre Gesamtattraktivität

- Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln
- Erreichbarkeit mit PKW / Motorrad
- Erreichbarkeit mit Fahrrad
- Parkmöglichkeiten
- Ladenöffnungszeiten
- Gastronomieangebot (Restaurant, Café, Bar, Außengastronomie, Fast Food)
- Freizeitangebot (Kino, Theater, Museen, Ausstellungen, Sport etc.)
- Dienstleistungsangebot (Friseure, Reinigung, Änderungsschneiderei etc.)

= Schulnote 4 bis 6 = Schulnote 3 = Schulnoten 1 und 2

Die Beurteilung von Bocholt durch die Innenstadtbesucher im Überblick

Gesamteindruck der Innenstadt in Bezug auf das Allgemeine Ambiente

- Gebäude / Fassaden
- Plätze, Wege, Grünflächen
- Sehenswürdigkeiten
- Sauberkeit der Innenstadt
- Sicherheit der Innenstadt
- Lebendigkeit der Innenstadt (Besucherzahl, Veranstaltungen etc.)
- Orientierung / ‚Zurechtfinden' in der Innenstadt
- Events / Veranstaltungen (Stadt- und Straßenfeste, Weihnachtsmärkte)

= Schulnote 4 bis 6 = Schulnote 3 = Schulnoten 1 und 2

Die Beurteilung von Bocholt durch die Innenstadtbesucher im Überblick

Gesamteindruck der Innenstadt in Bezug auf das <u>Einzelhandelsangebot</u>

- Bekleidung
- Schuhe / Lederwaren
- Uhren / Schmuck
- Unterhaltungselektronik / Computer / Foto / Telekommunikation
- Wohnen / Einrichten / Dekorieren
- Büro / Schreibwaren
- Sport / Spiel / Hobby
- Optiker
- Bücher
- Drogeriewaren etc.
- Lebensmittel

= Schulnote 4 bis 6 = Schulnote 3 = Schulnoten 1 und 2

Die Beurteilung von Bocholt durch die Innenstadtbesucher im Überblick

Gesamteindruck der Innenstadt in Bezug auf das gastronomische Angebot

Cafés / Eisdielen / Coffeeshops

Brauhaus / Gasthaus / Biergarten etc.

Restaurants / Moderne Gastronomiekonzepte wie Vapiano, Burgerläden

Fast Food (McDonald‘s, Burger King) / Imbiss

Gastronomie im Handel (z.B. im Kaufhaus)

Außengastronomie

= Schulnote 4 bis 6

= Schulnote 3

= Schulnoten 1 und 2

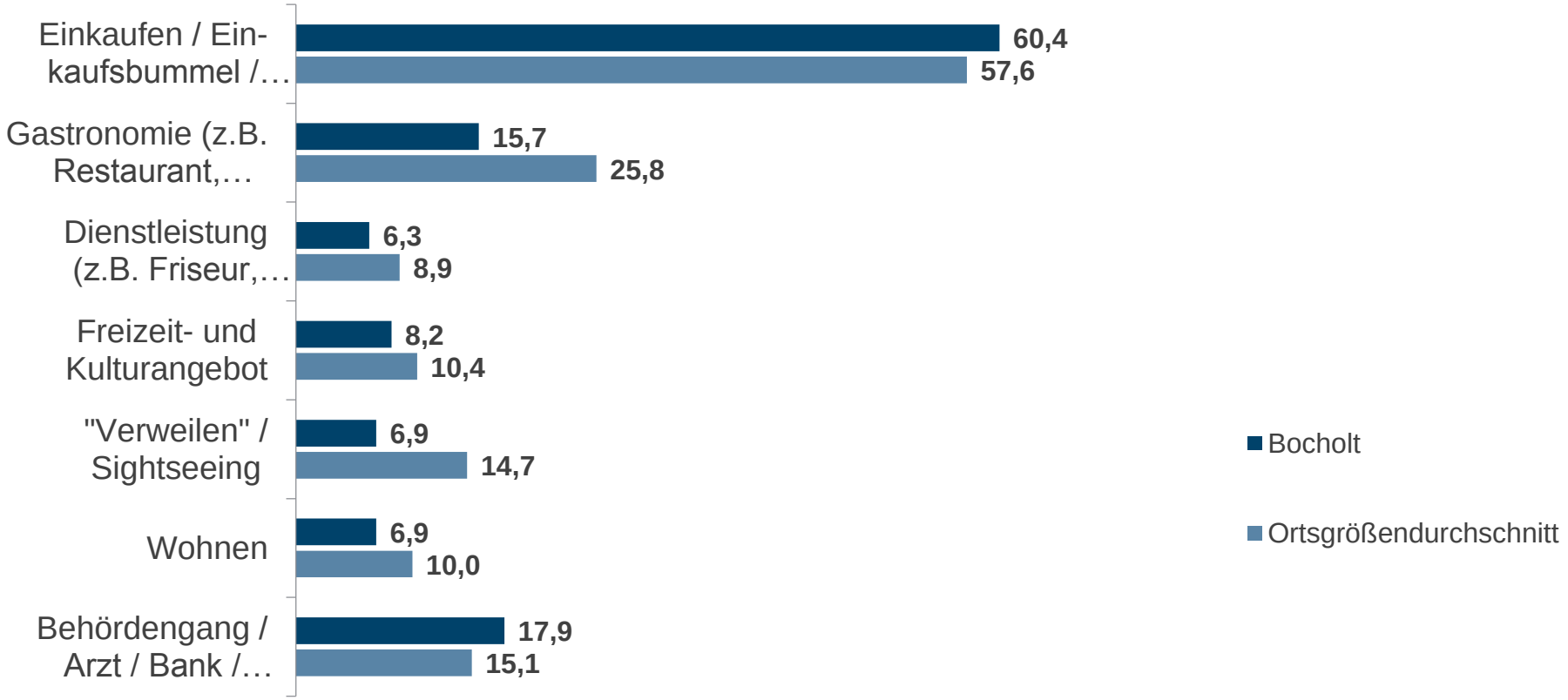
Profil eines typischen Innenstadtbesuchers in Ihrer Stadt

Folgendes Besucherprofil ergibt sich für Bocholt anhand der häufigsten Nennungen:

Merkmal	Donnerstag	Samstag
Wohnort	in dieser Stadt	in dieser Stadt
Geschlecht	weiblich	weiblich
Alter	47 Jahre	43 Jahre
Benutztes Verkehrsmittel	Fahrrad	PKW / Motorrad
Besuchshäufigkeit	wöchentlich	wöchentlich
Bewertung insgesamt: Attraktivität der Innenstadt	Note 2,7	Note 2,7
TOP Anlass für Aufenthalt	Einkaufen	Einkaufen
	Behördengang / Arzt / Arbeit	Gastronomie
	Gastronomie	Behördengang / Arzt / Arbeit
Veränderung Einkaufsverhalten	Nein, ich kaufe überhaupt nicht online ein	Nein, ich kaufe zwar online ein, aber besuche diese Innenstadt zum Einkauf unverändert häufig

Durchschnitt der beiden Tage

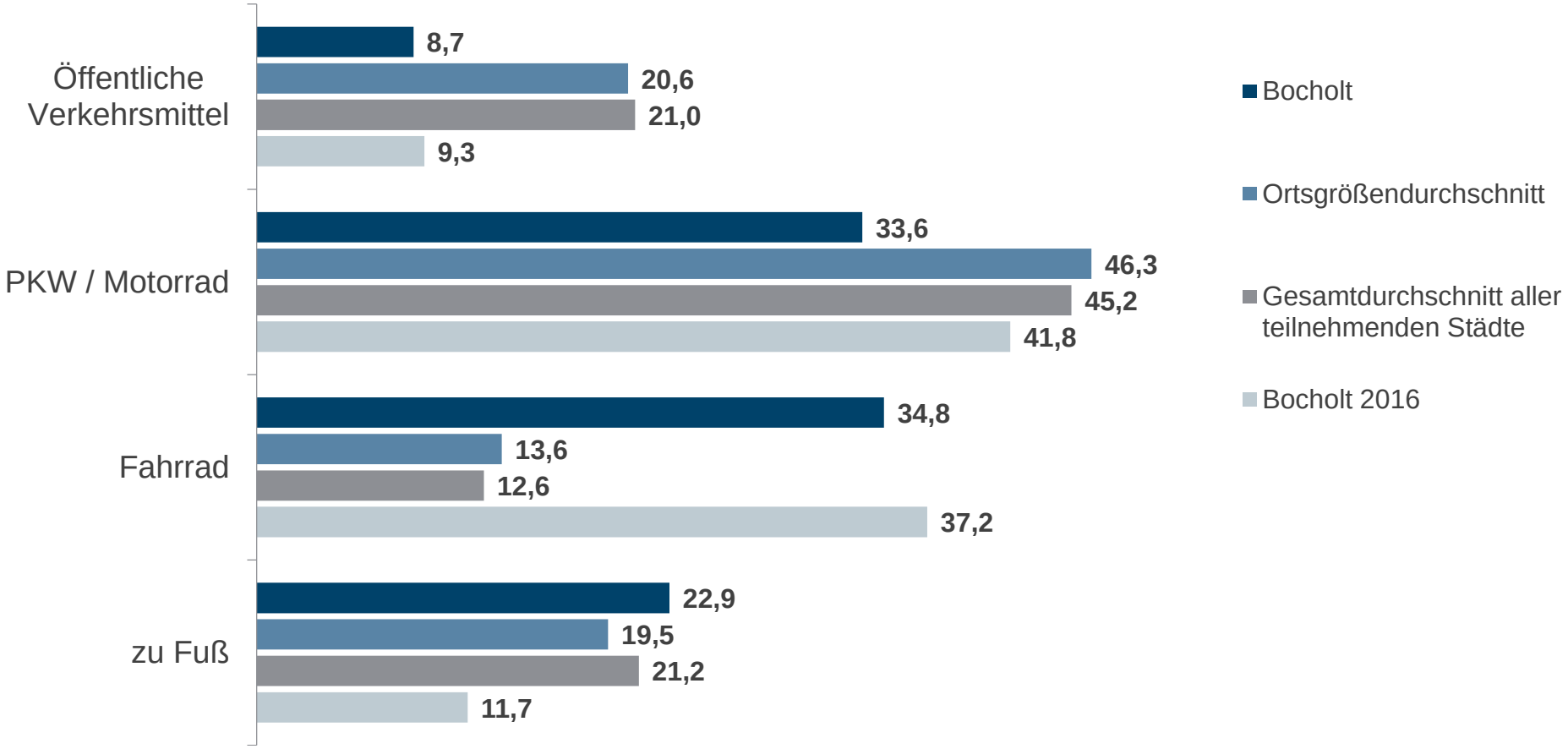
Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?



n = 598, Angaben in % der Befragten

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

Durchschnitt der beiden Tage

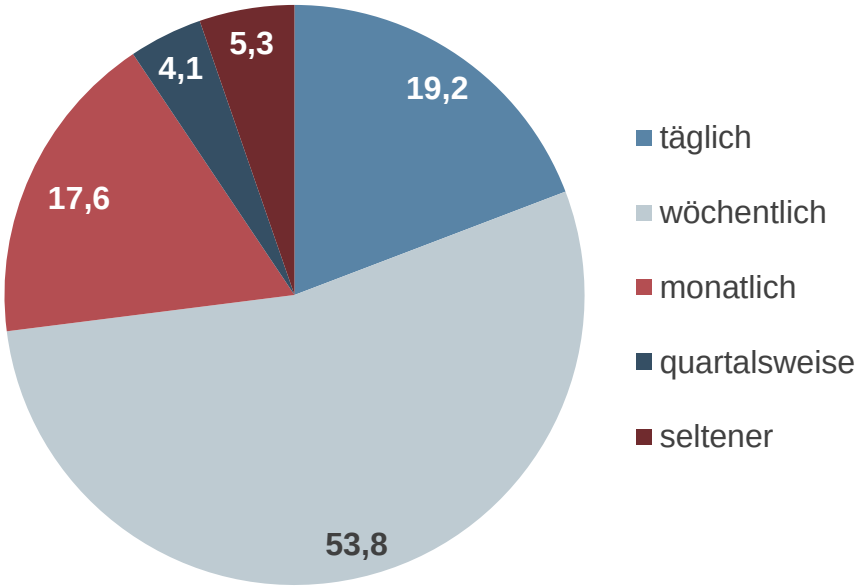


n = 571, Angaben in % der Befragten

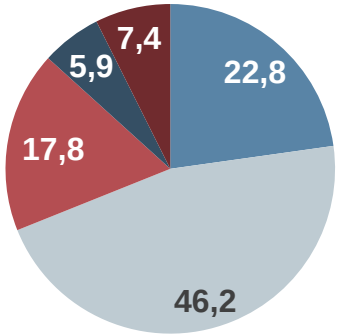
Wie oft besuchen Sie diese Innenstadt in etwa zum Einkaufen?

Durchschnitt der beiden Tage

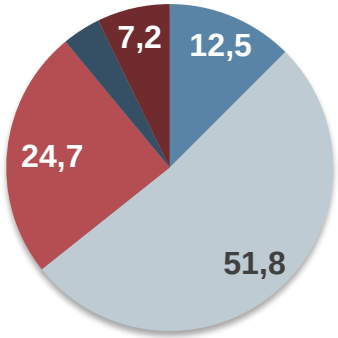
Bocholt



Ortsgrößendurchschnitt



Bocholt 2016

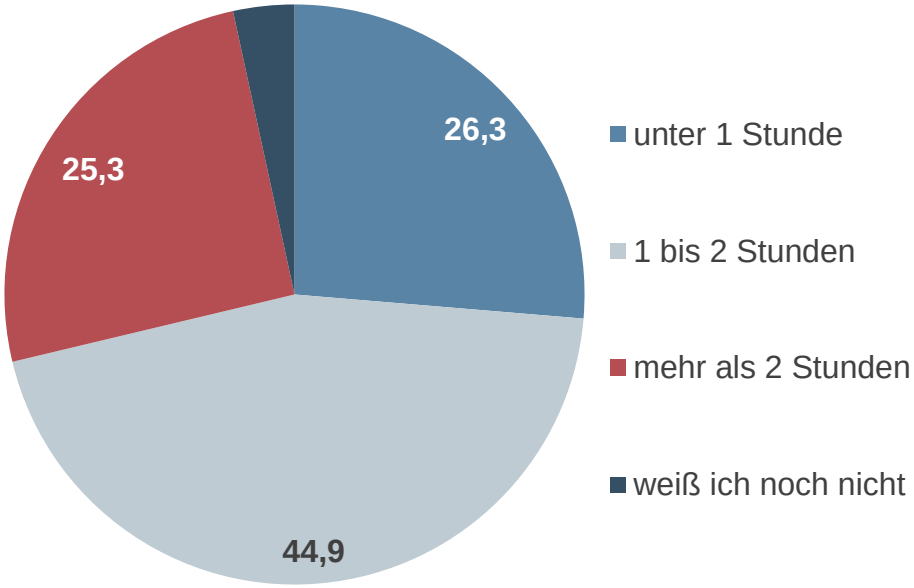


n = 595, Angaben in % der Befragten

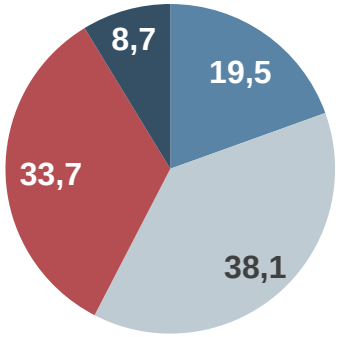
Wie lange werden Sie sich heute voraussichtlich in dieser Innenstadt aufhalten?

Durchschnitt der beiden Tage

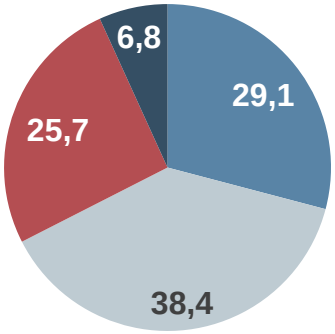
Bocholt



Ortsgrößendurchschnitt



Bocholt 2016



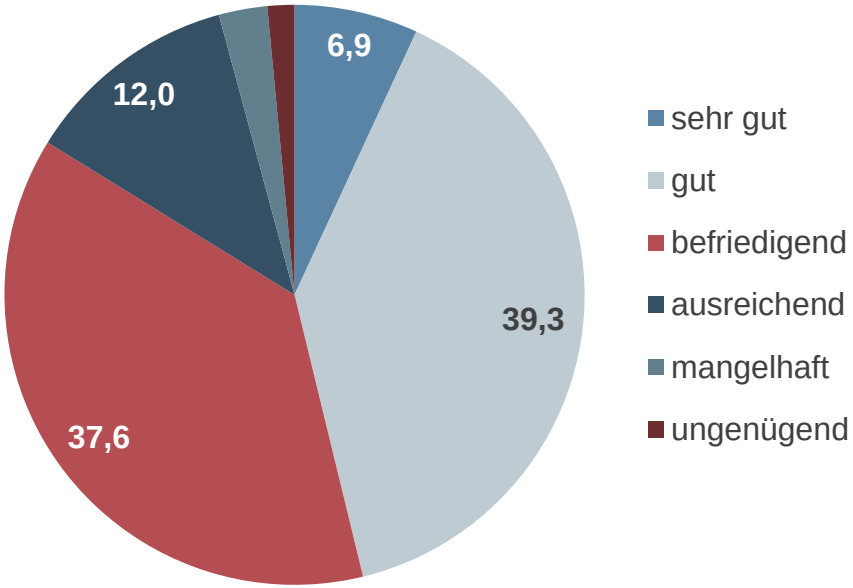
n = 592, Angaben in % der Befragten

Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?

Welche Schulnote würden Sie dieser Innenstadt in Bezug auf ihre Attraktivität geben?

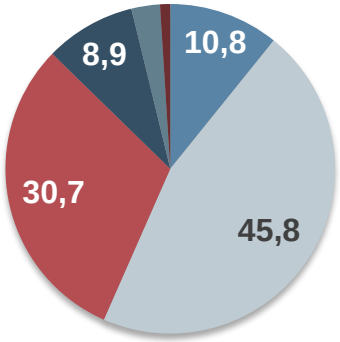
Durchschnitt der beiden Tage

Bocholt



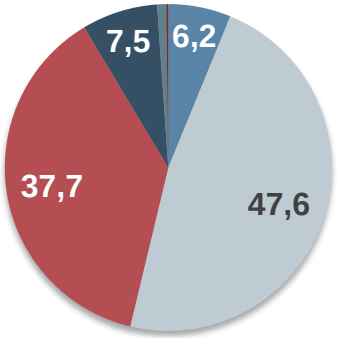
Durchschnittsnote: 2,7

Ortsgrößendurchschnitt



Durchschnittsnote: 2,5

Bocholt 2016



Durchschnittsnote: 2,5

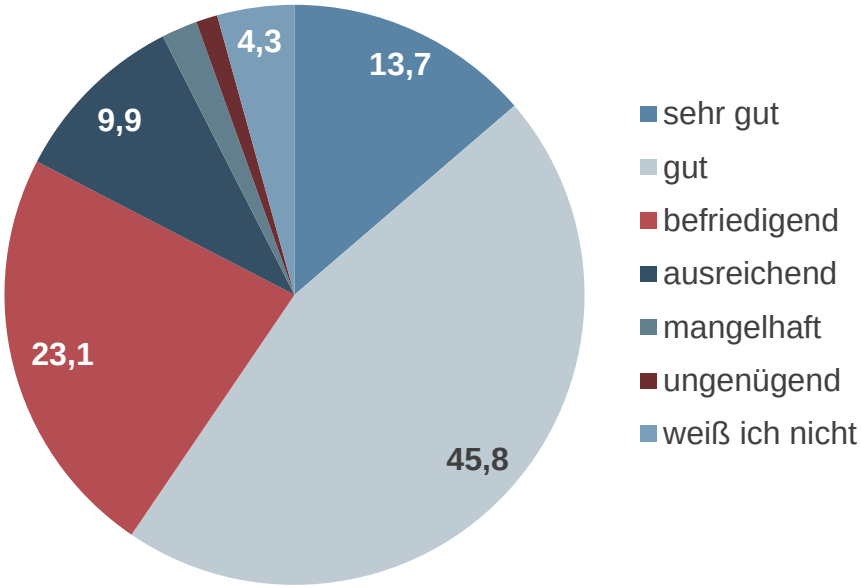
n = 595, Angaben in % der Befragten

Wie bewerten die Besucher die Gastronomie in der Innenstadt?

Welche Schulnote würden Sie dieser Innenstadt in Bezug auf das gastronomische Angebot geben?

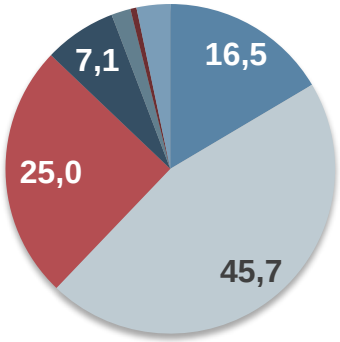
Durchschnitt der beiden Tage

Bocholt



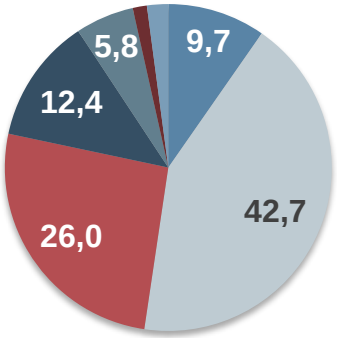
Durchschnittsnote: 2,4

Ortsgrößendurchschnitt



Durchschnittsnote: 2,3

Bocholt 2016



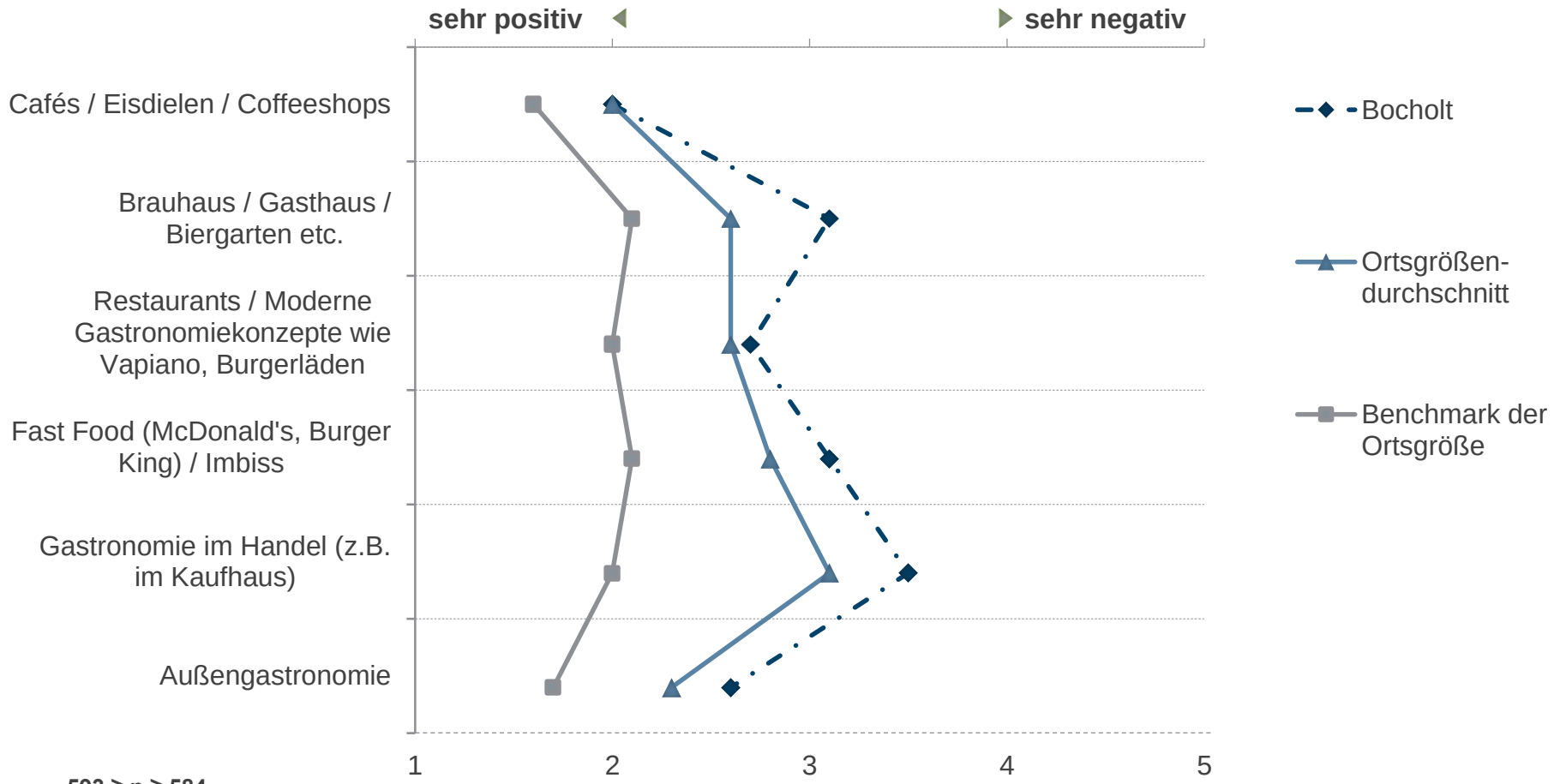
Durchschnittsnote: 2,7

n = 589, Angaben in % der Befragten

Wie bewerten die Besucher das gastronomische Angebot und Events?

Wie bewerten Sie das gastronomische Angebot dieser Innenstadt?

Durchschnitt der beiden Tage

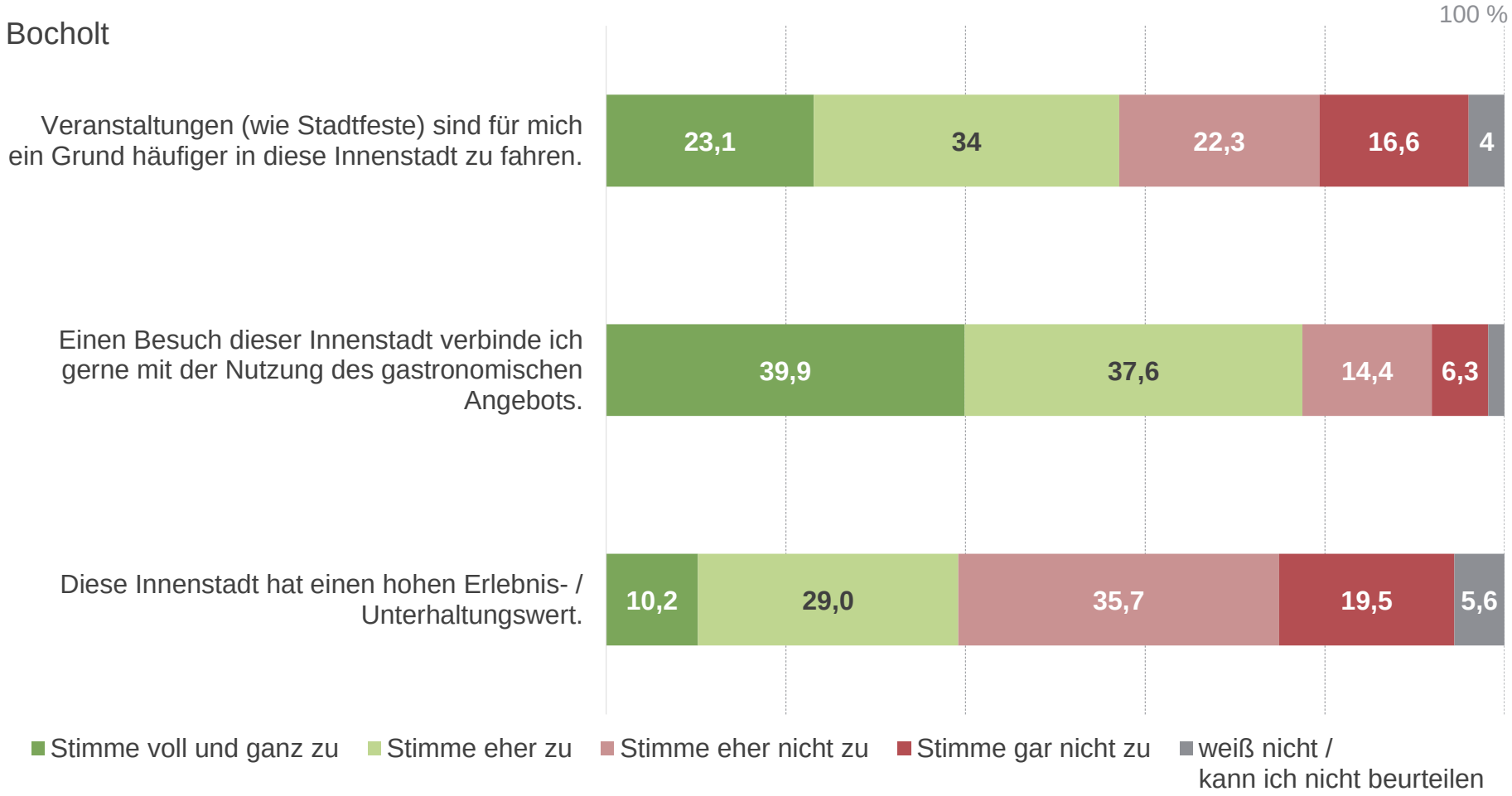


593 ≥ n ≥ 584

Wie bewerten die Besucher das gastronomische Angebot und Events?

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Durchschnitt der beiden Tage



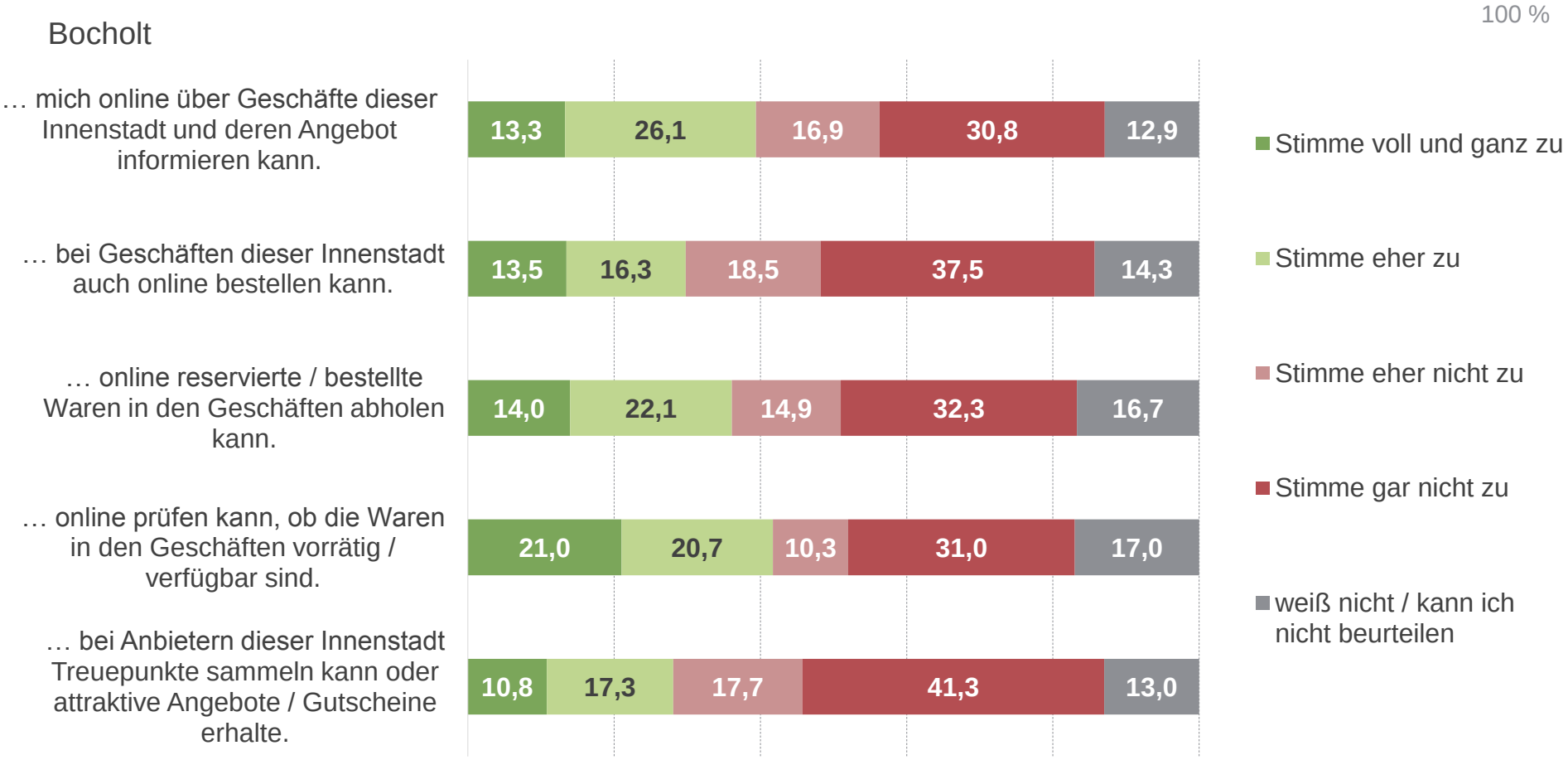
593 >= n >= 584, Angaben in % der Befragten

Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?

Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen
Für mich ist wichtig, dass ich …

Durchschnitt der beiden Tage

Bocholt



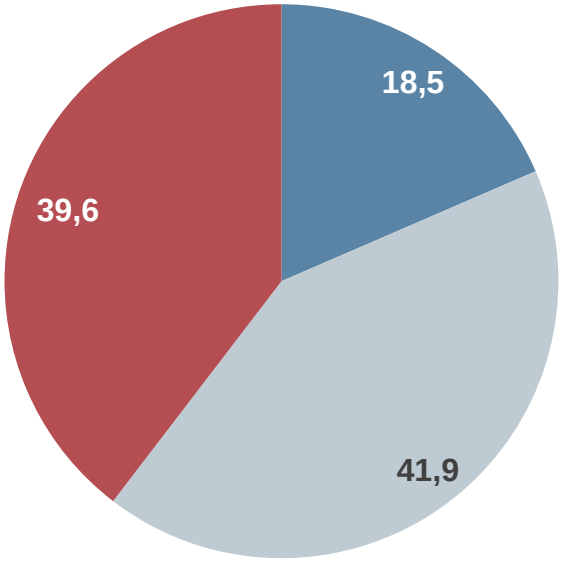
593 >= n >= 584, Angaben in % der Befragten

Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?

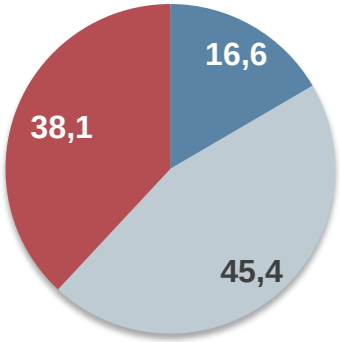
Hat sich Ihr Einkaufsverhalten in der Innenstadt durch das Angebot, online einkaufen zu können, verändert?

Durchschnitt der beiden Tage

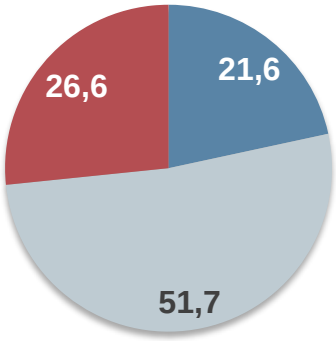
Bocholt



Ortsgrößendurchschnitt



Bocholt 2016



- Ja, ich kaufe verstärkt online ein und besucher daher diese Innenstadt zum Einkaufen seltener.
- Nein, ich kaufe zwar online ein, aber besuche diese Innenstadt zum Einkaufen unverändert häufig.
- Nein, ich kaufe überhaupt nicht online ein.

n = 578, Angaben in % der Befragten