

VITALE INNENSTÄDTE 2022

AUSWERTUNGSERGEBNISSE FÜR LANDSBERG AM LECH

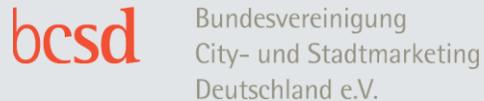
Lokale Partner: Stadt Landsberg am Lech,
Wirtschaftsförderung



Ohne das Engagement der überregionalen Projektpartner hätte die Untersuchung Vitale Innenstädte 2022 nicht durchgeführt werden können



- Im Handelsverband Deutschland haben sich rund 100.000 Mitgliedsunternehmen aller Branchen, Standorte und Größenklassen zusammen-geschlossen.



- Die bcsd vertritt als Bundesverband der City- und Stadtmarketingorganisationen über 500 Mitglieder aus dem gesamten Bundesgebiet.



- Der Deutsche Städte- und Gemeindebund vertritt als kommunaler Spitzenverband in Deutschland und Europa die Interessen der kommunalen Selbstverwaltung kreisangehöriger Gemeinden



- Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) übernimmt als Dachorganisation im Auftrag und in Abstimmung mit den IHKs die Interessenvertretung der gewerblichen deutschen Wirtschaft gegenüber den Entscheidern der Bundespolitik und den europäischen Institutionen.

IFH KÖLN

- Als Schnittstelle von Wissenschaft und Praxis bietet das IFH Köln seit 1929 Forschung und Beratung für den Handel und die Konsumgüterindustrie.

Aachen
 Ahaus
 Arnsberg-Neheim
 Aschaffenburg
 Bad Belzig
 Bad Homburg
 Bad Honnef
 Bad Nenndorf
 Bad Sassendorf
 Baunatal
 Bensheim
 Bergisch Gladbach
 Berlin
 Bielefeld
 Bietigheim-Bissingen
 Bocholt
 Bonn
 Borken
 Braunschweig
 Bremen
 Brilon
 Brühl
 Büdingen
 Butzbach
 Chemnitz
 Cottbus
 Dorsten
 Dortmund
 Düsseldorf
 Eberswalde

Emsdetten
 Erfurt
 Falkensee
 Fellbach
 Frankfurt / Main
 Freiberg (Sachsen)
 Freiburg
 Fulda
 Giessen
 Göttingen
 Goslar
 Greifswald
 Gütersloh
 Hamburg
 Hanau
 Hannover
 Heidelberg
 Heilbronn
 Heinsberg
 Herford
 Hof
 Hofheim am Taunus
 Ibbenbüren
 Iserlohn
 Karlsruhe
 Kassel
 Kempen / Niederrh.
 Kempten
 Koblenz
 Köln



Königs Wusterhausen
 Krefeld
 Landsberg am Lech
 Langenfeld
 Leipzig
 Lippstadt
 Luckenwalde
 Lübeck
 Lüneburg
 Mannheim
 Mayen
 Meschede
 Minden
 Mönchengladbach
 Monheim
 Neuss
 Norden
 Nürnberg
 Oberkirch
 Oranienburg
 Pfarrkirchen
 Pfullendorf
 Prenzlau
 Ravensburg
 Regen
 Rendsburg
 Rhede
 Rostock
 Saarbrücken
 Schramberg

Siegburg
 Soest
 Stade
 Stadtlohn
 Stralsund
 Stuttgart
 Templin
 Trier
 Verden
 Viersen
 Waiblingen
 Warburg
 Warendorf
 Winnenden
 Wismar
 Wolfenbüttel
 Würzburg
 Wuppertal
 Xanten
 Zwickau

 Eupen / Belgien

Aufbau der Studie

- Folgestudie nach 2014, 2016, 2018, 2020 – 3. Befragung in LL
- Befragung der Innenstadtbesucher zu:
 - Besucherstruktur
 - Einkaufsverhalten
 - Bewertung des städtischen Angebots
 - Erreichbarkeit
- Insgesamt 111 teilnehmende Städte – 4 mehr als 2020



Die Beurteilung von Landsberg am Lech durch die Innenstadtbesucher im Überblick



= Schulnote 4 bis 6

= Schulnote 3

= Schulnoten 1 und 2

Die Beurteilung von Landsberg am Lech durch die Innenstadtbesucher im Überblick

	Gesamteindruck der Innenstadt in Bezug auf <u>Aufenthaltsqualität/Ambiente/Flair</u>	
	Gebäude / Fassaden	
	Wege, Plätze, Sitz- und Verweilmöglichkeiten	
	Grünflächen/Stadtbegrünung	
	Sauberkeit	
	Sicherheit	
	Lebendigkeit/ Vitalität	
	Familienfreundlichkeit	
	Erlebniswert (Neues entdecken, inspirieren lassen, Spaß haben)	
	Touristische Attraktivität/ Sehenswürdigkeiten	

 = Schulnote 4 bis 6

 = Schulnote 3

 = Schulnoten 1 und 2

Die Beurteilung von Landsberg am Lech durch die Innenstadtbesucher im Überblick



= Schulnote 4 bis 6

= Schulnote 3

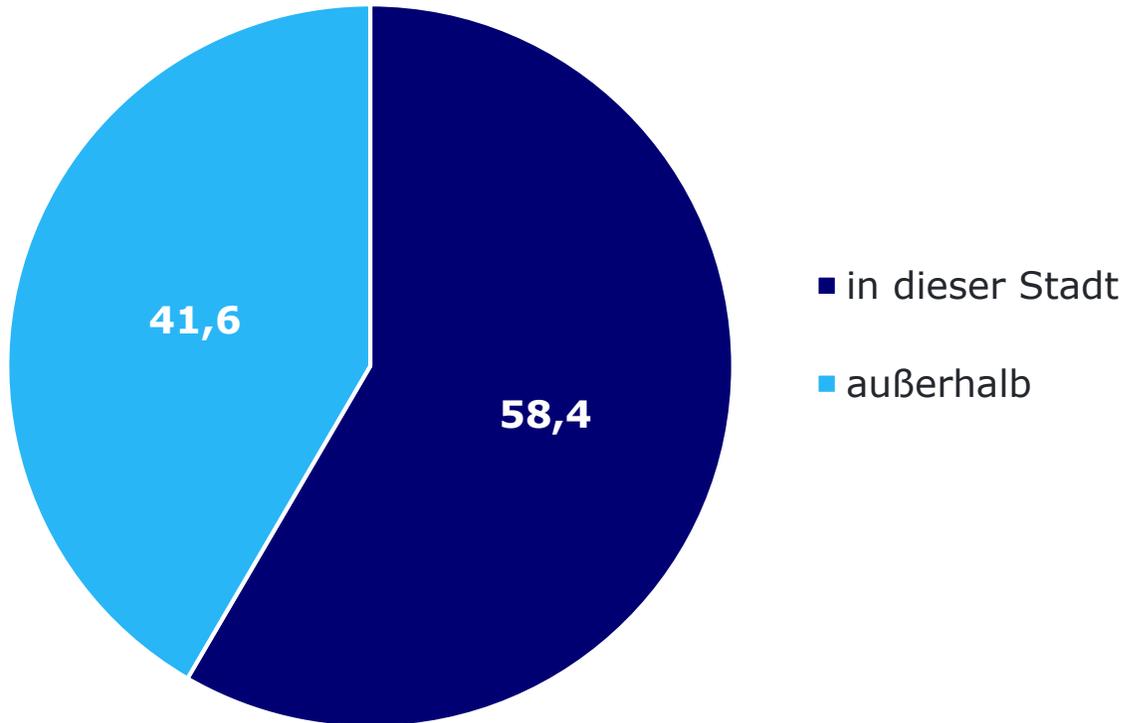
= Schulnoten 1 und 2

Folgendes Besucherprofil ergibt sich für Landsberg am Lech anhand der häufigsten Nennungen:

Merkmale	Donnerstag	Samstag
 Wohnort	Ja, ich wohne in dieser Stadt.	Ja, ich wohne in dieser Stadt.
 Geschlecht	weiblich	weiblich
 Alter	49 Jahre	50 Jahre
 Benutztes Verkehrsmittel	PKW / Motorrad	PKW / Motorrad
 Besuchshäufigkeit	wöchentlich	wöchentlich
 Aufenthaltsdauer	mehr als 2 Stunden	mehr als 2 Stunden
 Bewertung insgesamt: Attraktivität der Innenstadt	Note 1,8	Note 1,8
 TOP Anlass für Aufenthalt	Einkaufen / Einkaufsbummel / Shopping	Gastronomie (z.B. Restaurant, Café, Bar)
	Gastronomie (z.B. Restaurant, Café, Bar)	Einkaufen / Einkaufsbummel / Shopping
 Veränderung Einkaufsverhalten	,Verweilen` / Sightseeing	,Verweilen` / Sightseeing
	Nein, ich kaufe zwar online ein, aber besuche diese Innenstadt zum Einkauf unverändert häufig	Nein, ich kaufe zwar online ein, aber besuche diese Innenstadt zum Einkauf unverändert häufig

Wohnen Sie in dieser Stadt oder außerhalb?

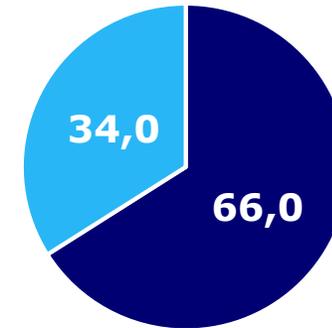
Landsberg am Lech



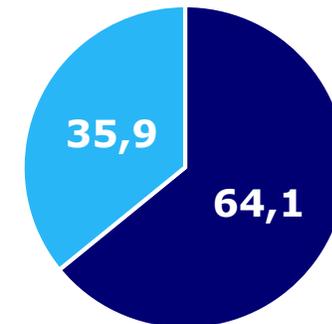
INFO n = 397, Angaben in % der Befragten

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

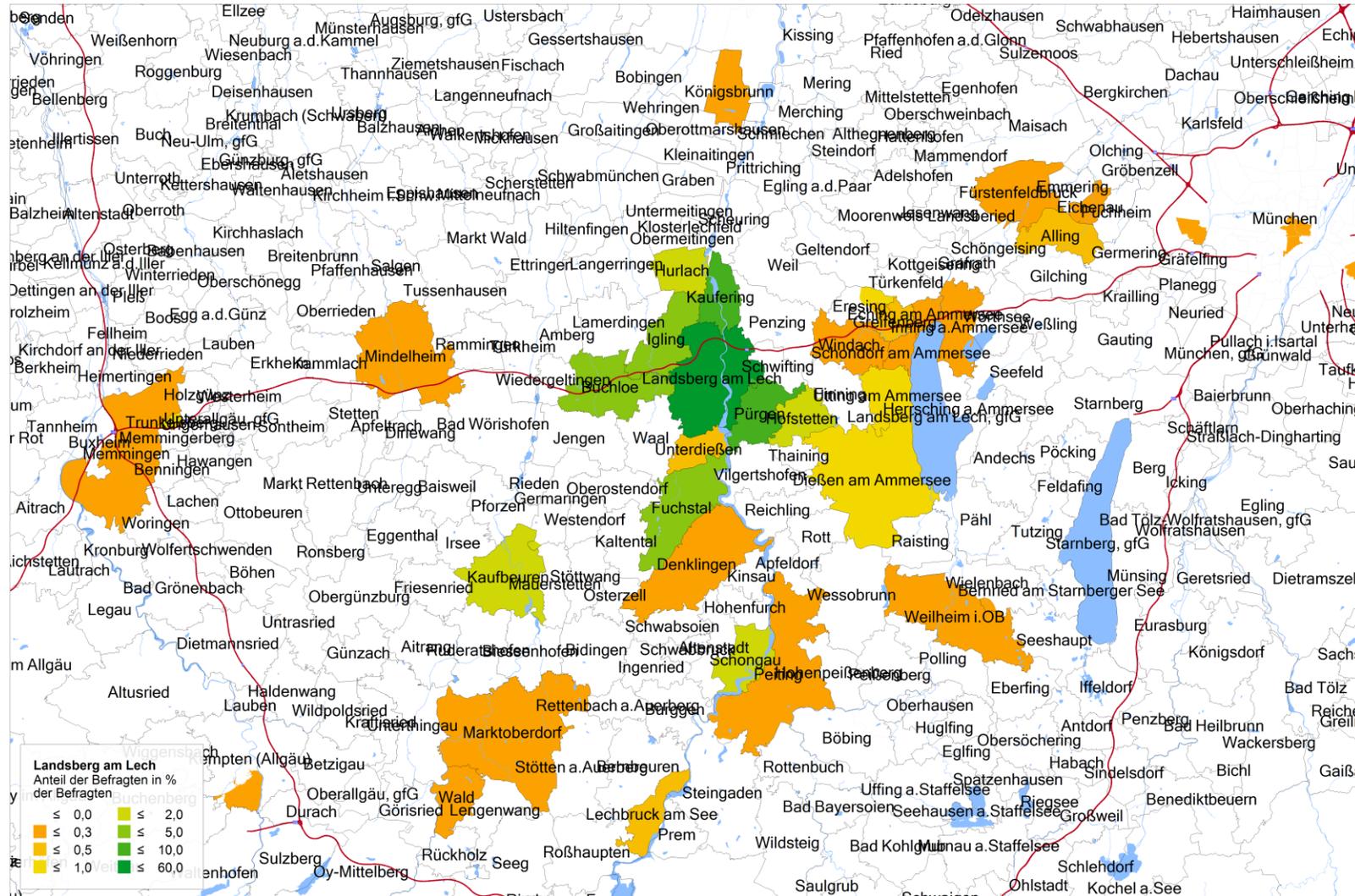
Ortsgrößendurchschnitt



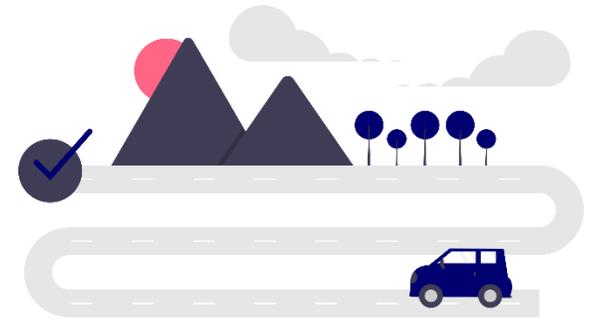
Landsberg am Lech 2020



Einzugsgebiet Landsberg am Lech

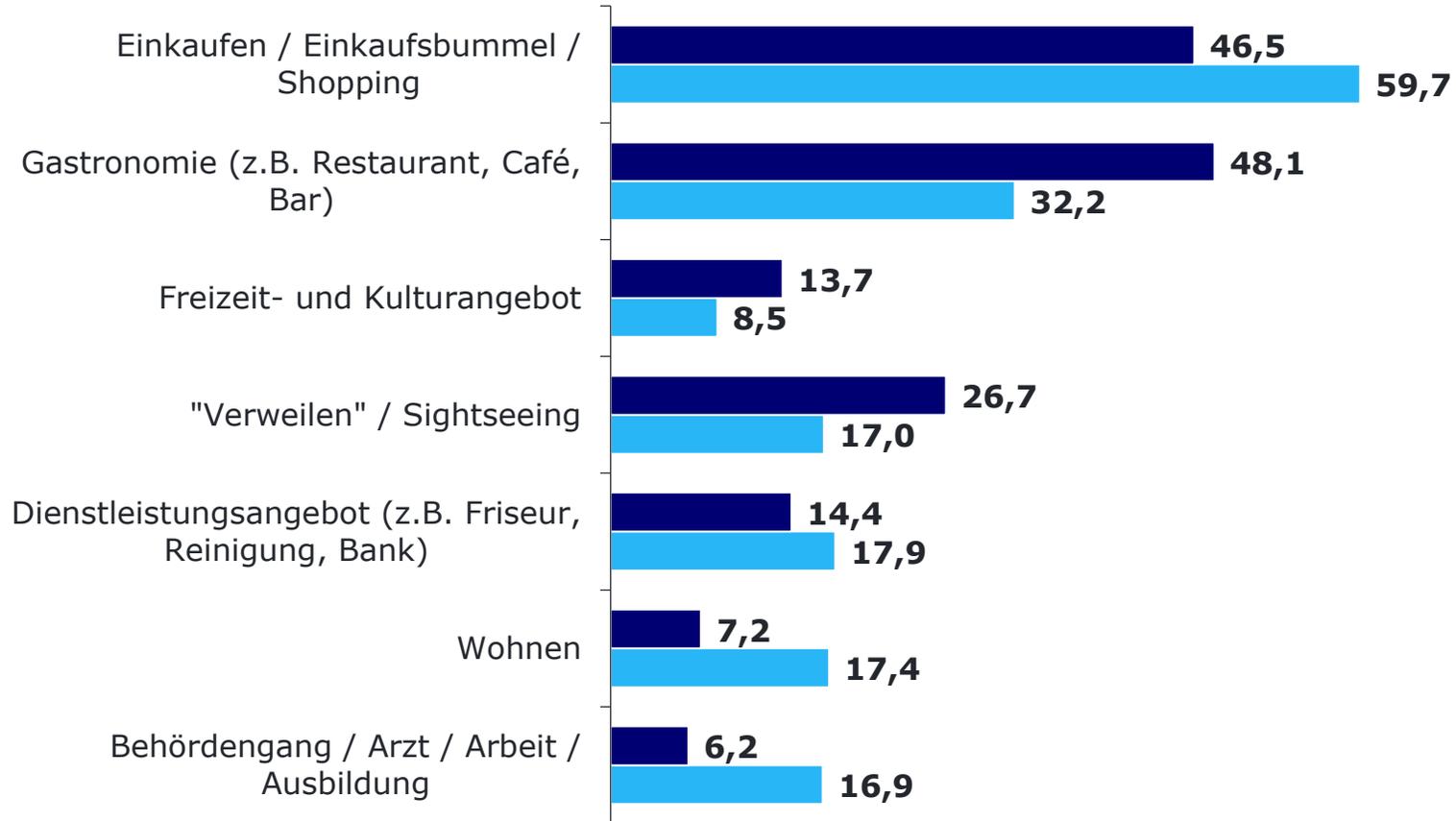


DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE



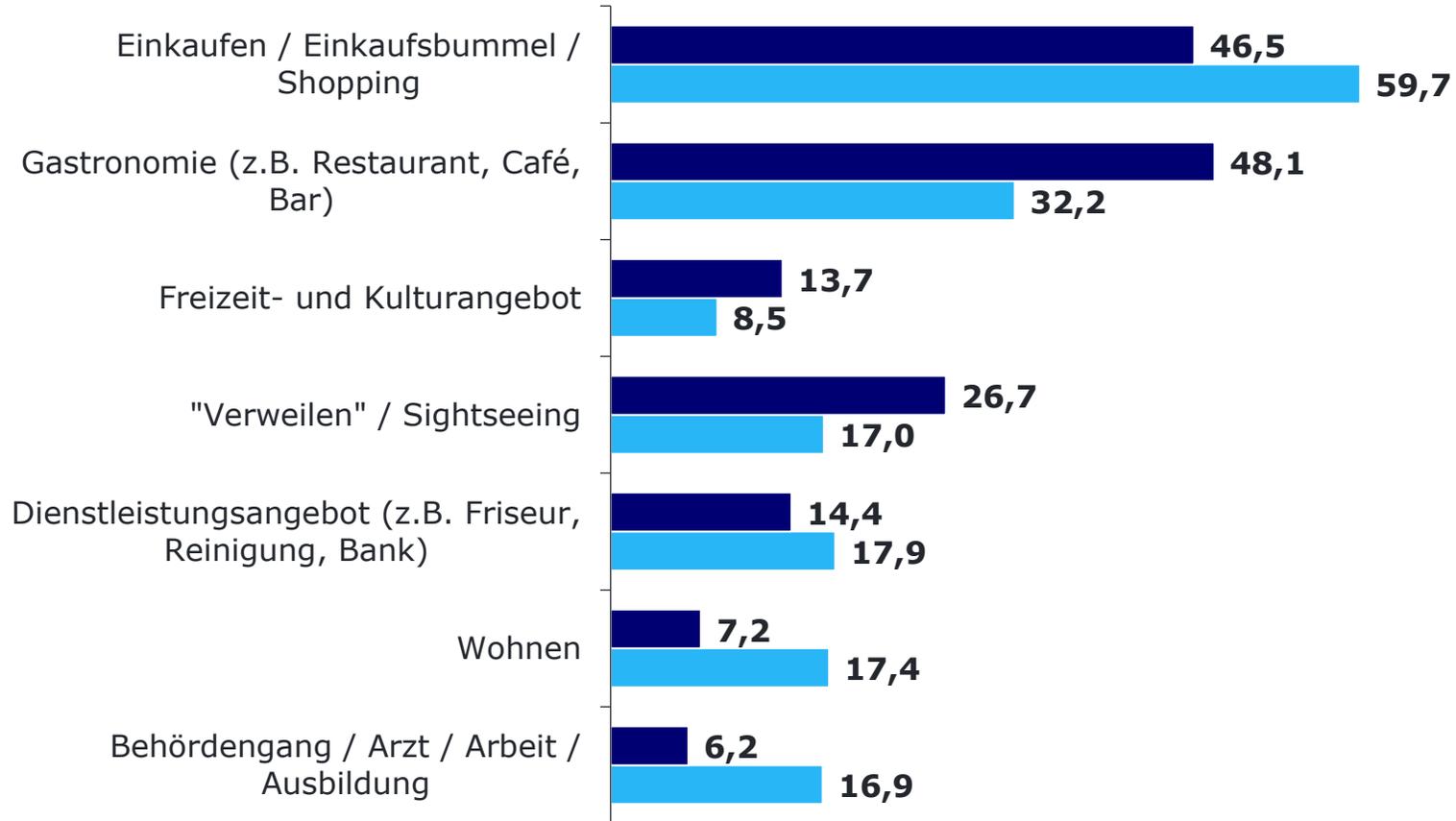
■ Landsberg am Lech
■ Ortsgrößendurchschnitt



INFO n = 397, Angaben in % der Befragten

Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE



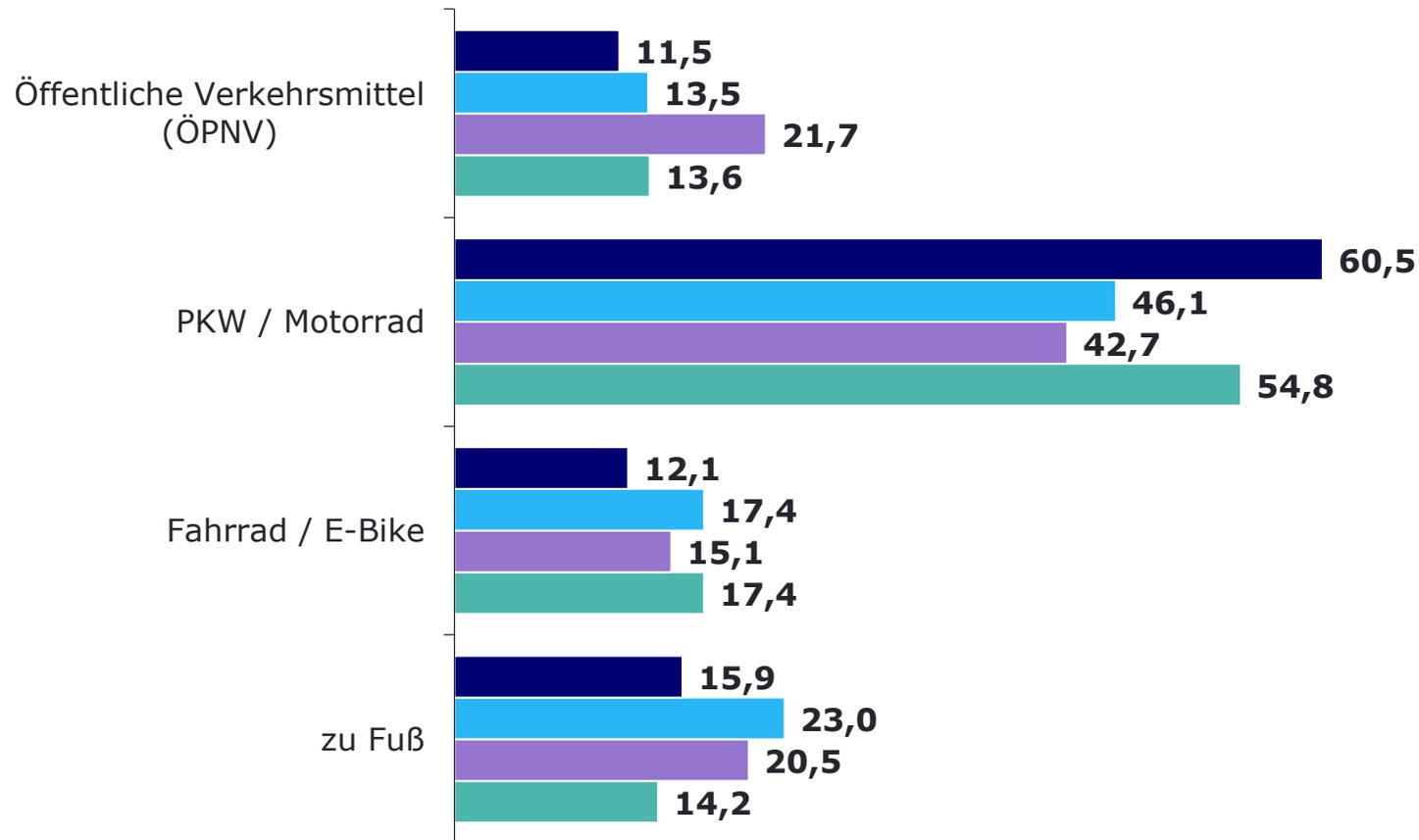
■ Landsberg am Lech
■ Ortsgrößendurchschnitt



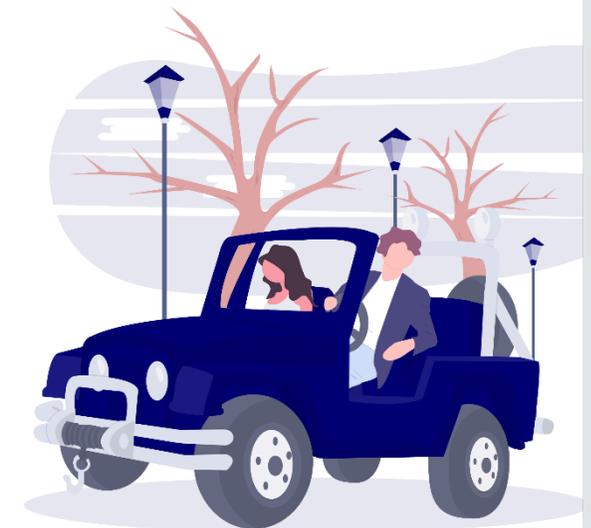
INFO n = 397, Angaben in % der Befragten

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



- Landsberg am Lech
- Ortsgrößendurchschnitt
- Gesamtdurchschnitt aller teilnehmenden Städte
- Landsberg am Lech 2020

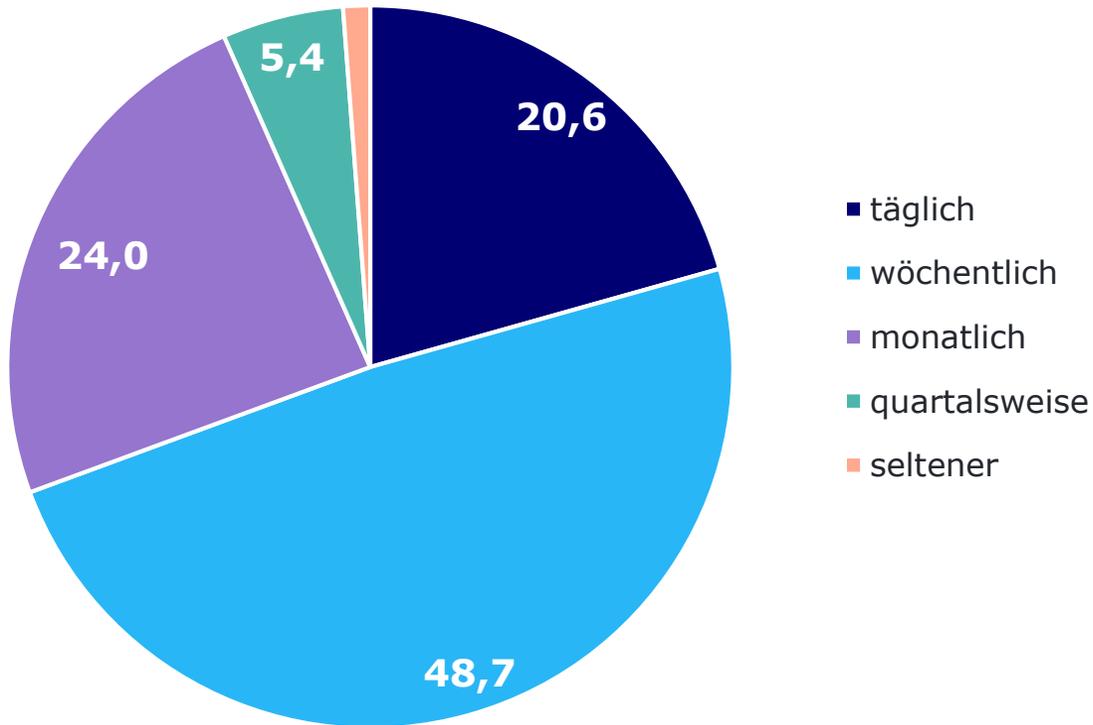


INFO n = 397, Angaben in % der Befragten

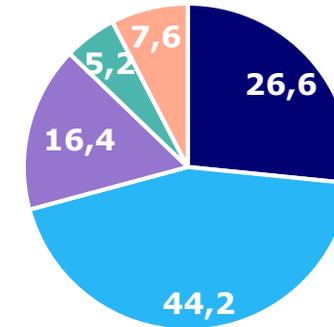
Wie oft besuchen Sie diese Innenstadt in etwa zum Einkaufen?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

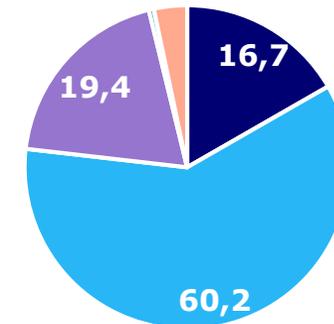
Landsberg am Lech



Ortsgrößendurchschnitt



Landsberg am Lech 2020

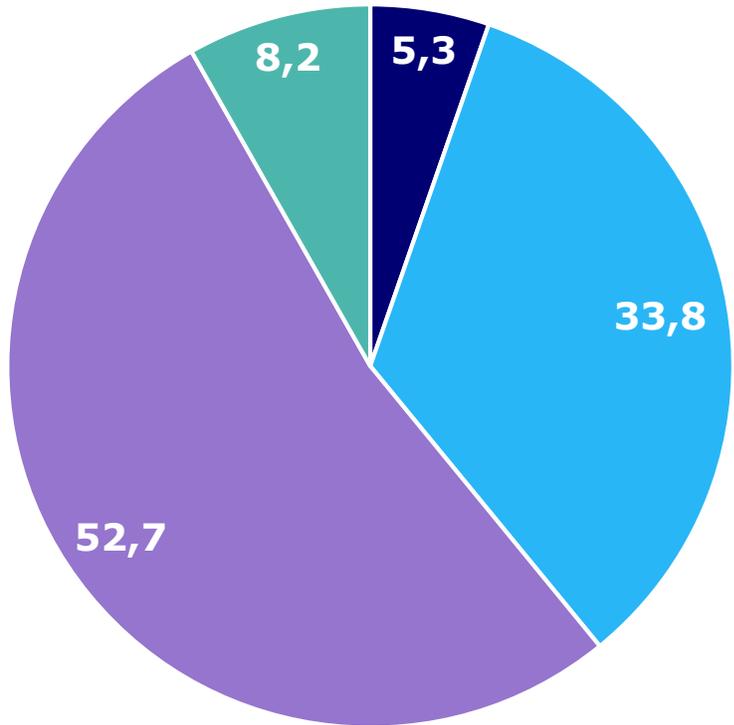


INFO n = 397, Angaben in % der Befragten

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

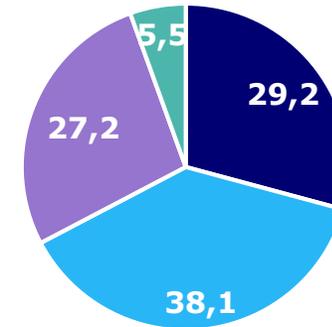
DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

Landsberg am Lech

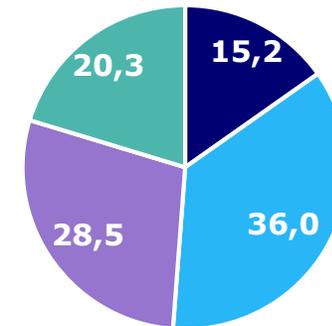


- unter 1 Stunde
- 1 bis 2 Stunden
- mehr als 2 Stunden
- weiß ich noch nicht

Ortsgrößendurchschnitt



Landsberg am Lech 2020

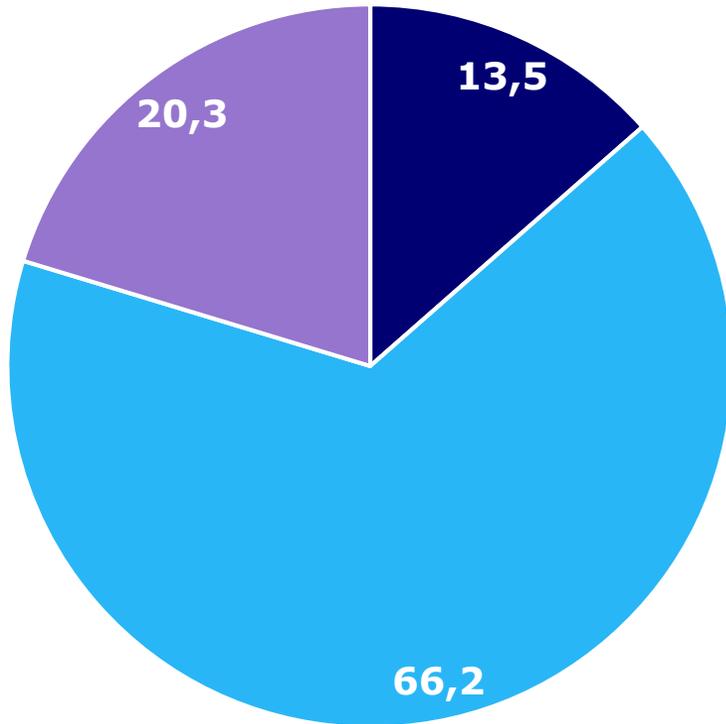


INFO n = 397, Angaben in % der Befragten

Hat sich Ihr Einkaufsverhalten in der Innenstadt durch das Angebot, online einkaufen zu können, in den letzten zwei bis drei Jahren verändert?

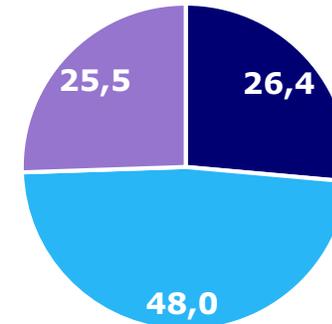
DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

Landsberg am Lech

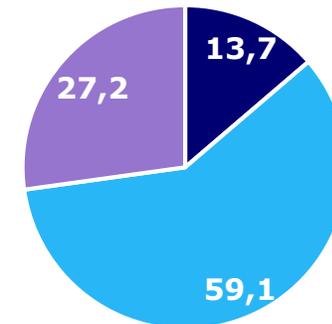


- Ja, ich kaufe verstärkt online ein und besuche daher diese Innenstadt zum Einkaufen seltener.
- Nein, ich kaufe zwar online ein, aber besuche diese Innenstadt zum Einkaufen unverändert häufig.
- Nein, ich kaufe überhaupt nicht online ein.

Ortsgrößendurchschnitt



Landsberg am Lech 2020

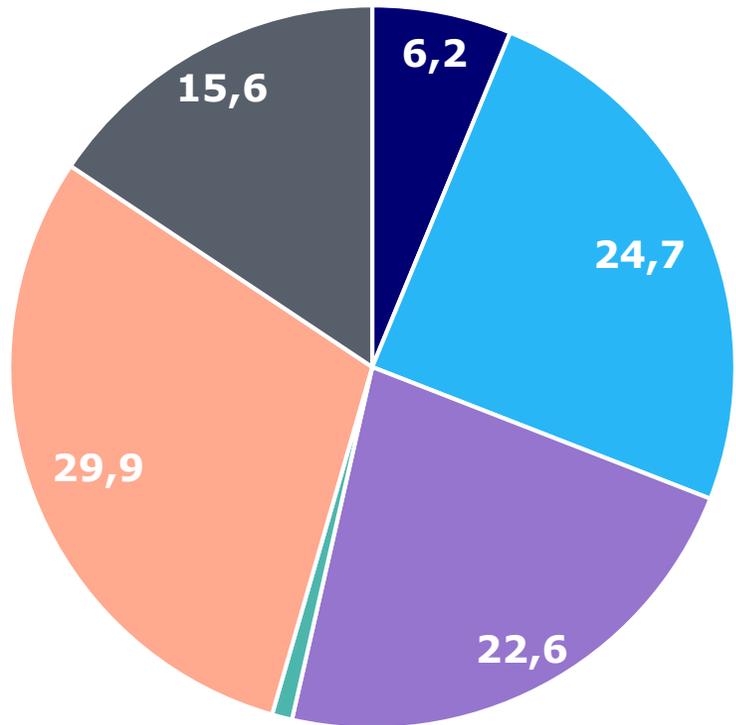


INFO n = 397, Angaben in % der Befragten

Wie viele Einzelhandelsgeschäfte werden Sie heute voraussichtlich besuchen?
(Gesamtzahl)

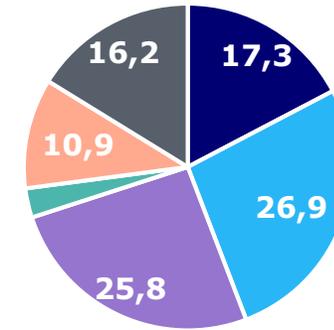
DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

Landsberg am Lech

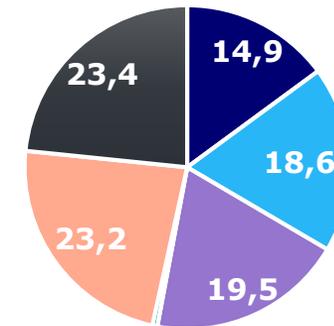


- ein Geschäft
- zwei Geschäfte
- drei bis fünf Geschäfte
- sechs und mehr Geschäfte
- weiß ich noch nicht
- keines

Ortsgrößendurchschnitt



Landsberg am Lech 2020

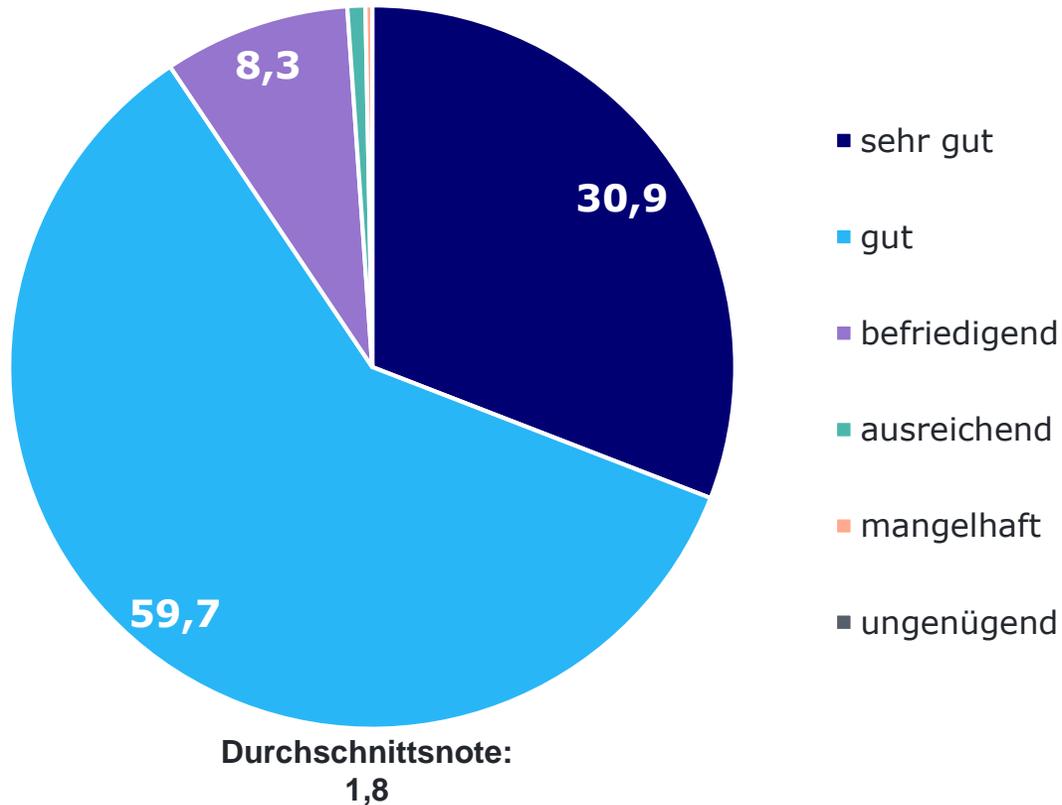


INFO n = 397, Angaben in % der Befragten

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

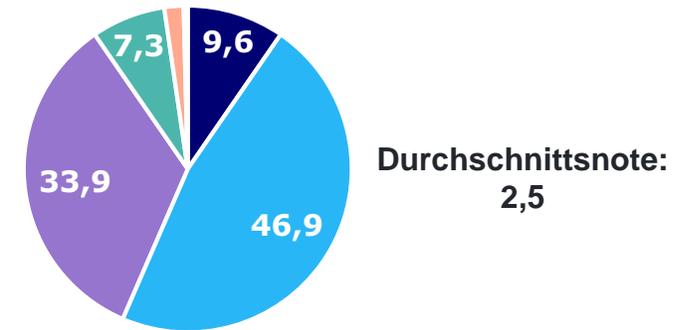
DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

Landsberg am Lech

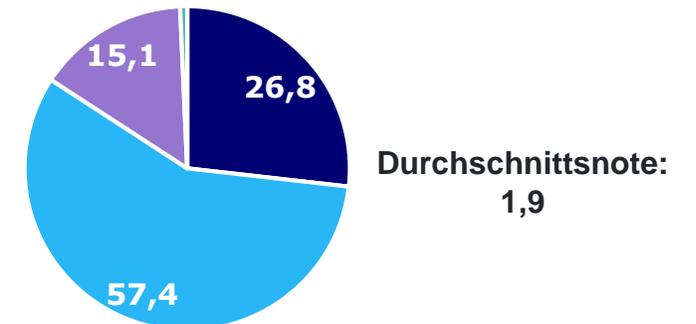


INFO n = 397, Angaben in % der Befragten

Ortsgrößendurchschnitt



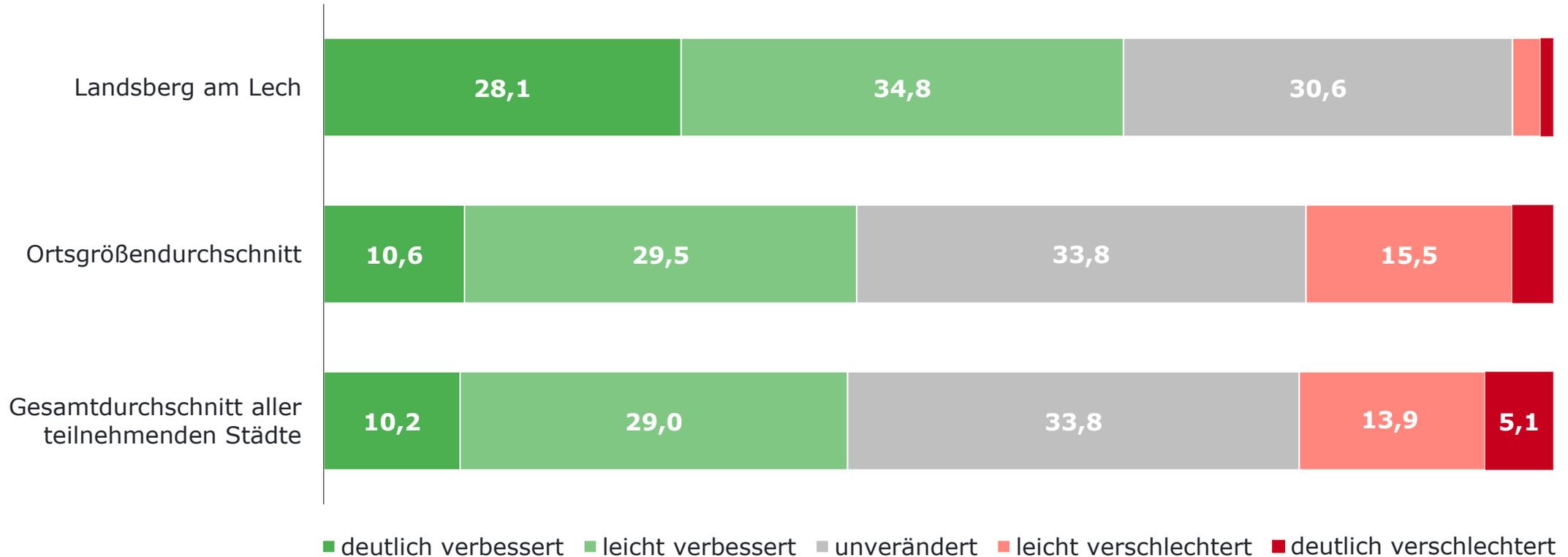
Landsberg am Lech 2020



Wie hat sich Ihrer Meinung nach die Attraktivität dieser Innenstadt insgesamt in den letzten Jahren entwickelt?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

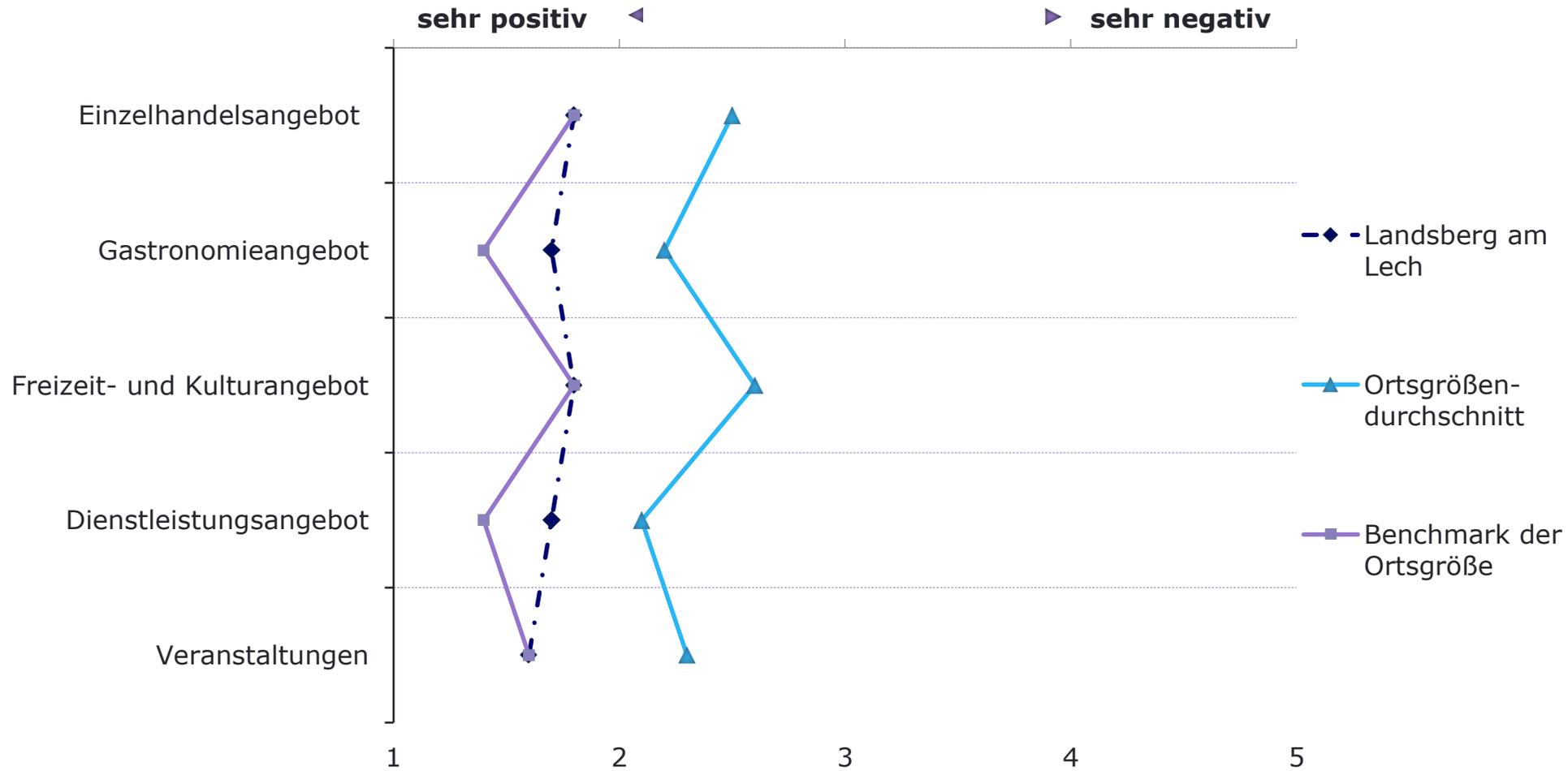
Landsberg am Lech



INFO n = 397, Angaben in % der Befragten

Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf das folgende Angebot?

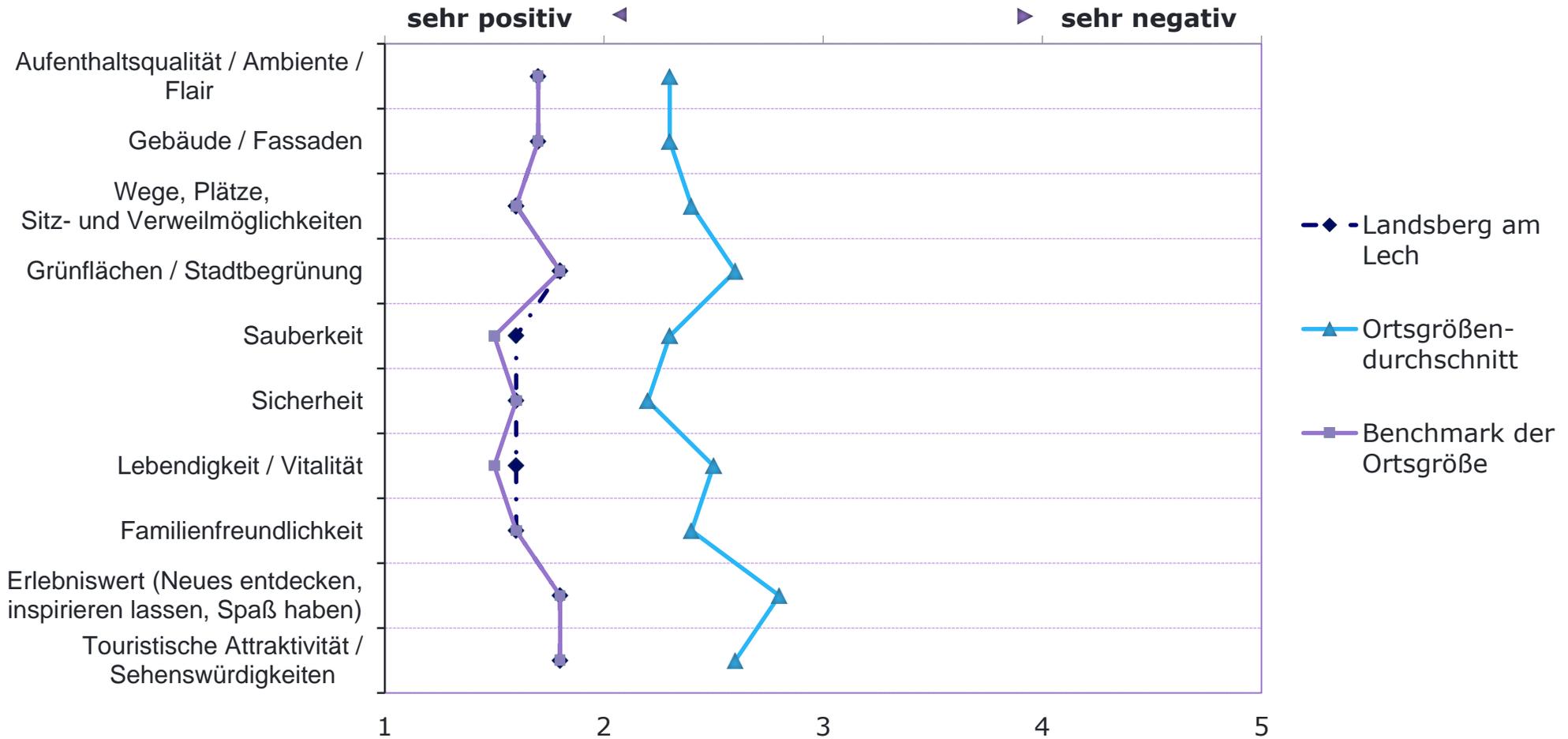
DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



INFO 397 ≥ n ≥ 397, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf Aufenthaltsqualität, Ambiente, Flair und Erlebnis?

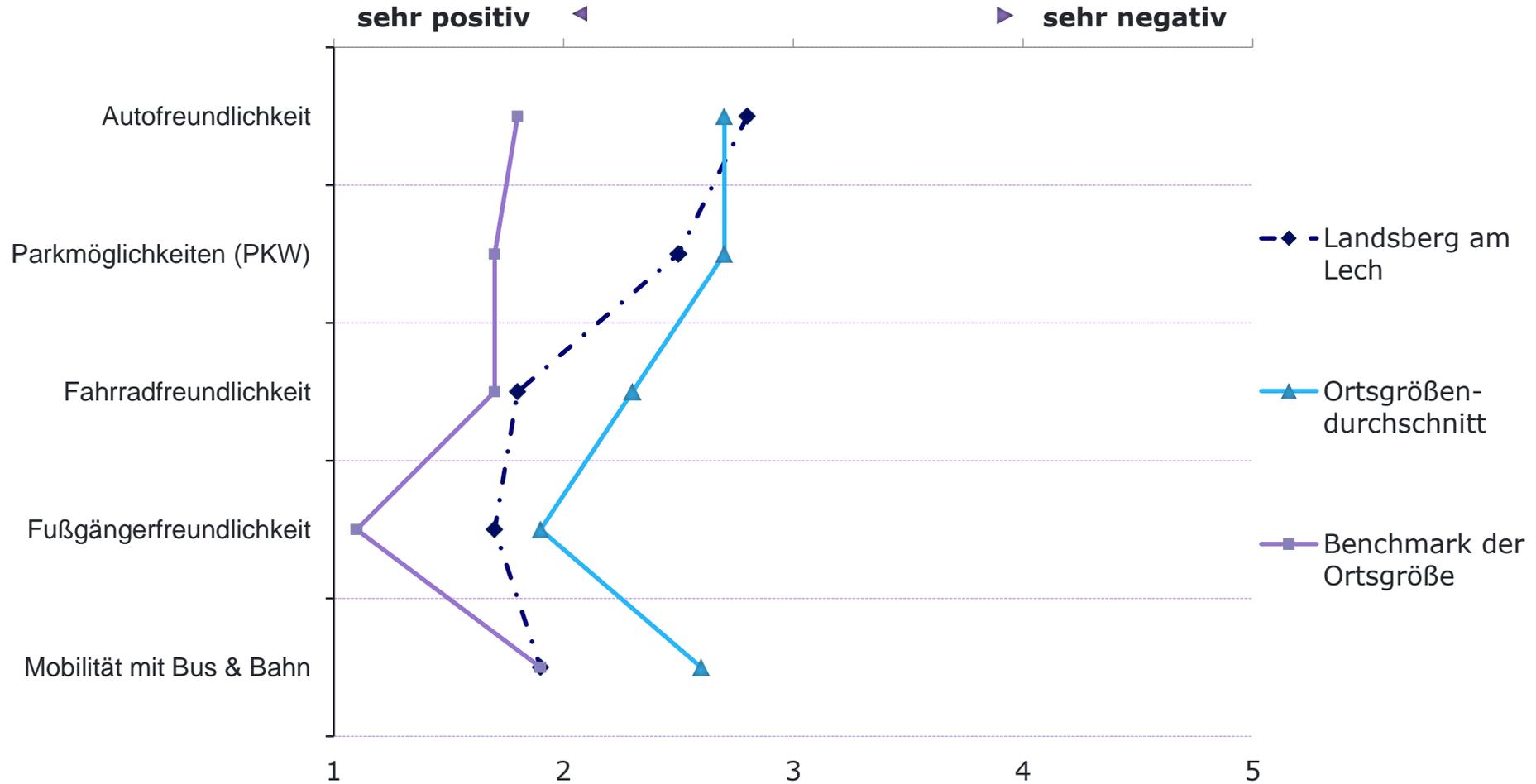
DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



INFO 397 ≥ n ≥ 397, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf Erreichbarkeit und Mobilität?

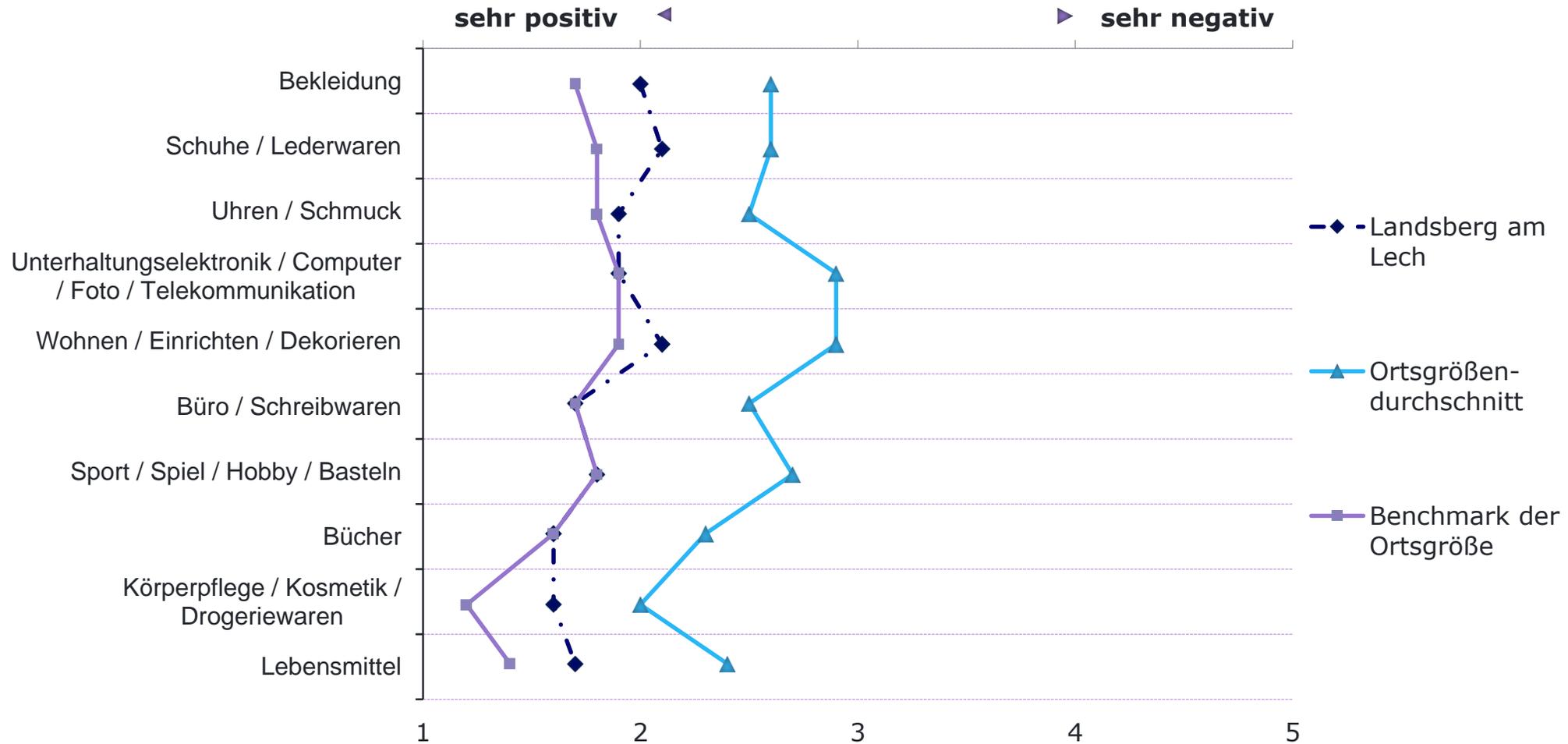
DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



INFO 397 ≥ n ≥ 397, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

Wie bewerten Sie das Einzelhandelsangebot im Detail im Hinblick auf...

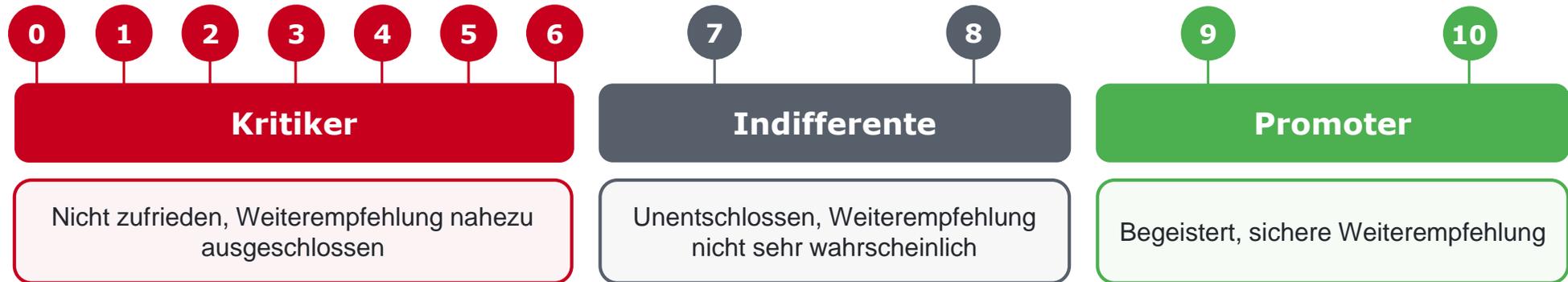
DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



INFO 397 ≥ n ≥ 397, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

Der **Net Promoter Score (NPS)** beschreibt die **Wahrscheinlichkeit, dass die befragten Personen die Innenstadt an Freunde oder Bekannte weiterempfehlen.**

Die Absicht zur Weiterempfehlung wird durch die Befragten auf einer Skala von **0 (geringe Wahrscheinlichkeit)** bis **10 (sehr hohe Wahrscheinlichkeit)** angegeben. In Abhängigkeit von der jeweiligen Antwort werden die Kunden den folgenden drei Kategorien zugeordnet:



Berechnung des NPS:

$$\text{Net Promoter Score} = \text{Promoter (\%)} - \text{Kritiker (\%)}$$

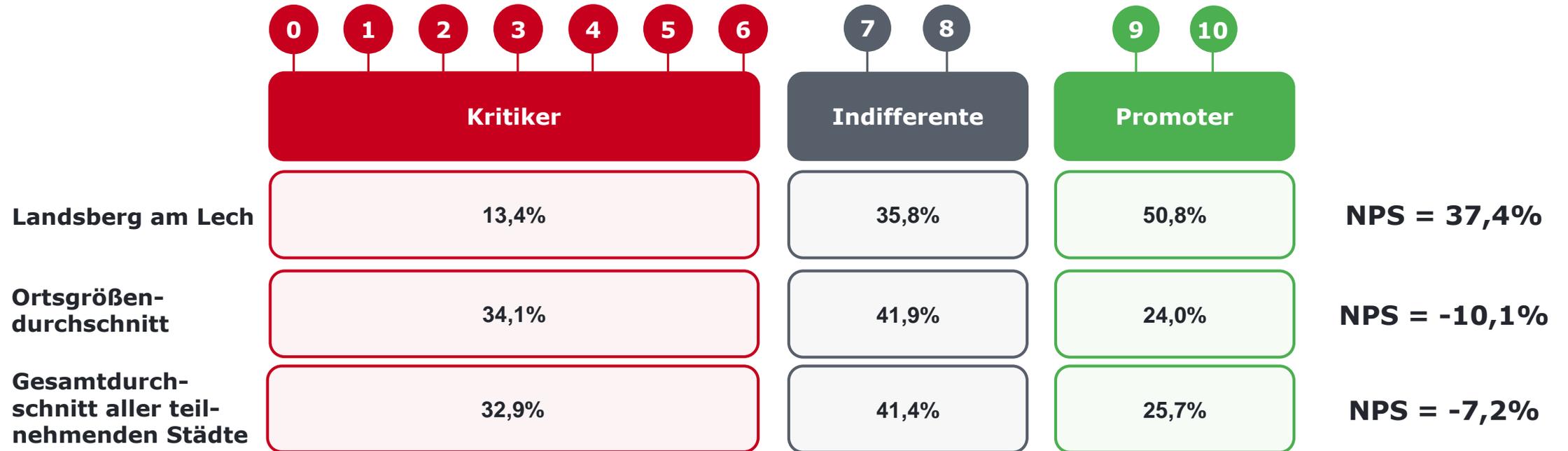
Frage:

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Innenstadt Freunden oder Bekannten weiterempfehlen? Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 0 bis 10. Eine 10 bedeutet dabei „äußerst wahrscheinlich“, eine 0 bedeutet „unwahrscheinlich“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Innenstadt Freunden oder Bekannten weiterempfehlen?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

NPS: Net Promoter Score 2022 = 37,4%



Berechnung des Net-Promoter-Scores:

Promoter (%) - Kritiker (%) = NPS

INFO Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 0 bis 10. Eine 10 bedeutet dabei „äußerst wahrscheinlich“, eine 0 bedeutet „unwahrscheinlich“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen.
n = 397, Angaben in % der Befragten

IFH KÖLN

Erfolgreich im Handeln

Das **IFH KÖLN** ist ein Marktforschungs- und Beratungsunternehmen im Handel.

Mit fundierter Methodik werden Markttrends, Kundenverhalten und Wettbewerbsentwicklung analysiert. Darauf aufbauend erfolgen Entwicklung, Umsetzung und Kontrolle von Vertriebs-, Handels- und Standortstrategien mit dem Ziel, Unternehmen im Handelsumfeld erfolgreicher zu machen.

Wissenstransfer in und für die Branche wird über die eigenen Netzwerke, veröffentlichte Studien, Vorträge und branchenweit anerkannte Events erwirkt.

#verstehen #planen #machen #teilen

