

<b>Landeshauptstadt Magdeburg</b> - Der Oberbürgermeister -		Datum 22.01.2021
Dezernat III	Amt Team 1	<b>Öffentlichkeitsstatus</b> öffentlich

**I N F O R M A T I O N**

**I0020/21**

Beratung	Tag	Behandlung
Der Oberbürgermeister	09.02.2021	nicht öffentlich
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Tourismus und regionale Entwicklung	25.02.2021	öffentlich
Stadtrat	18.03.2021	öffentlich

Thema: Teilnahme an der Studie vitale Innenstädte 2020

Bereits zum vierten Mal nahm die Landeshauptstadt Magdeburg an der bundesweit durchgeführten Studie „Vitale Innenstädte“, die im September 2020 in 107 deutschen Städten unterschiedlichster Größe durchgeführt wurde, teil. In der im zweijährigen Rhythmus durchgeführten Erhebung, die durch das Institut für Handelsforschung (IFH Köln) begleitet wird, werden annähernd zeitgleich an einem Donnerstag und Samstag Besucher der jeweiligen Innenstädte hinsichtlich ihrer Qualitätseinschätzung der jeweiligen Innenstadt befragt. Ziel der Untersuchung ist es, den Partner\*innen in Handel und Verwaltung dringend benötigte Informationen über die Positionierung ihrer Stadt aus Sicht der Besucher\*innen als Planungsgrundlage für standortspezifische Maßnahmen liefern zu können. Die Untersuchung liefert sowohl allgemeine Ergebnisse zur Attraktivität von Innenstädten und den Ansprüchen der Innenstadtbesucher\*innen an die Stadtzentren der Zukunft als auch spezifische Erkenntnisse zu einzelnen deutschen Städten aller Größen und Regionen.

Bedingt durch die Corona Pandemie fand die jüngste Erhebung unter besonderen Umständen statt. An den beiden Erhebungstagen im September 2020 wurden durch die Erhebungsteams insgesamt 631 Personen befragt. Im Vergleich zum Gesamtergebnis der letzten Befragung vom September 2018 zeigen sich nur minimale Veränderungen hinsichtlich der Einschätzung der Magdeburger Innenstadt. Mit einer Schulnote von 2,6 schneidet Magdeburg 0,1 Notenpunkte schlechter ab als in der vorherigen Erhebung.

In fast allen Kategorien erreicht die Stadt eine bessere Bewertung als der Durchschnitt der untersuchten Vergleichsstädte mit 200.000 bis 500.000 Einwohner\*innen.

Nach Einschätzung der befragten Personen ist die Magdeburger Innenstadt beim Einzelhandelsangebot gut aufgestellt. In sieben von elf Handelssegmenten ist die Bewertung besser als der Ortsgrößendurchschnitt. Für zwei Bereiche gibt es sogar Bestnoten: „Lebensmittel“ (1,7 vs. Vergleichsklasse 2,4) und „Wohnen/Einrichten/Dekorieren“ (2,4 vs. Vergleichsklasse 2,8). Auch in der Kategorie „Parkmöglichkeiten“ weiß die Magdeburger Innenstadt zu überzeugen. Die Befragten vergeben ihr hierfür die Note 2,5 und somit einen Spitzenwert unter den Vergleichsstädten, deren Durchschnitt bei 3,1 liegt. Zudem sind die Ergebnisse zur Erreichbarkeit per ÖPNV, PKW/Motorrad und dem Fahrrad überdurchschnittlich.

Gute Noten erhält Magdeburg auch für das Ambiente – vor allem aufgrund der attraktiven Sehenswürdigkeiten, Plätze und Grünflächen, Gebäude und Fassaden sowie der Sicherheit und Sauberkeit der Innenstadt. Noch Luft nach oben sehen die Passierenden bei dem Thema Erlebniswert (Schulnote 3).

60 Prozent der Befragten kommt aus Magdeburg. Fast ein Drittel sucht während seines Besuches drei bis fünf Geschäfte auf. Das Durchschnittsalter des Innenstadtbesuchers ist 39,2 Jahre und somit fünf Jahre jünger als in der Ortsgrößenklasse.

Über ein Drittel aller Besucher\*innen nutzt den öffentlichen Nahverkehr für die Fahrt in die Innenstadt (38,3 Prozent) – im Gesamtdurchschnitt aller untersuchten Städte trifft das nur auf jeden Sechsten zu (17,7 Prozent). Der größte Teil (39,9 Prozent) fährt mit dem PKW oder Motorrad in die Stadt. Nur 7,7 Prozent kommt mit dem Fahrrad. Dieser Wert ist niedriger als der Ortsgrößendurchschnitt (11,4 Prozent) und als der Gesamtdurchschnitt aller teilnehmenden Städte (14,7 Prozent). Der Rest kommt zu Fuß in die Innenstadt (14,1 Prozent).

Für über die Hälfte der Befragten ist der Einkaufsbummel der Hauptgrund für den Besuch der City (52,1 Prozent). Erst nachrangig folgen Besuche von Freizeit- und Kultureinrichtungen, Behördengänge, Restaurantbesuche und die Nutzung von Dienstleistungsangeboten. Die Ottostadt überzeugt auch mit ihren Angeboten zum Verweilen und Essen. Für die meisten Besucher\*innen ist die City ein Ort zum Ausgehen wie Restaurant- oder Cafébesuche (78,4 Prozent). Fast genauso viele sehen in ihr ein Ort zum Bummeln und Shoppen (77,9 Prozent). Erfreulich ist, dass sich eine höhere Anzahl an Besucher\*innen mehr als zwei Stunden in der Innenstadt aufhält: Gaben 2018 noch 40,7 Prozent der Befragten eine Verweildauer von mehr als zwei Stunden an, sind es aktuell 43,4 Prozent.

Mehr als jeder Zweite informiert sich mithilfe von Printmedien wie Zeitungen und Prospekte über Angebote in der Innenstadt. Digitale Angebote wie Stadtportale, Online-Marktplätze oder Apps spielen hingegen eine untergeordnete Rolle. Dass die Innenstadt online gut vertreten respektive digital gut aufgestellt ist, sieht nur 39,2 Prozent der Befragten so. Bei den Vergleichsstädten fällt das Ergebnis mit 54,5 Prozent deutlich höher aus. Der Online-Handel hat bei den Befragten eher einen geringen Einfluss auf das Einkaufsverhalten in der Innenstadt: Nur jeder Vierte kauft nach eigener Aussage verstärkt online ein und besucht daher die Innenstadt zum Einkaufen seltener.

Aber: Die Untersuchung nimmt auch das Einkaufsverhalten vor dem Hintergrund der Corona-Krise unter die Lupe. So geben 38 Prozent an, durch die Pandemie verstärkt online einzukaufen. Immerhin kauft in Magdeburg jeder Vierte verstärkt online bei lokalen Händlern oder Marktplätzen ein. Im Gesamtdurchschnitt aller teilnehmenden Städte betrifft dies nur 14,6 Prozent.

Nachdem die Landeshauptstadt in den vergangenen Jahren an allen vier Erhebungen der vitalen Innenstädte Studie teilgenommen hat, ist erkennbar, dass keine gravierenden Veränderungen in den zweijährigen Erhebungszyklen sichtbar werden. Die Stadtverwaltung wird daher auf eine Teilnahme an der voraussichtlich 2022 stattfindenden nächsten Erhebung verzichten und erst wieder 2024 in die Erhebung einsteigen. Die Stadtverwaltung erwartet dadurch eine höhere Kosteneffizienz bei gleichzeitig deutlich werdenden Veränderungen in den Erhebungswerten. Die Ergebnisse der Studie liegen dieser Information als Anlage bei.

Sandra Yvonne Stieger