omniphon

gesellschaft für dialogmarketing
und marktforschung mbh

Die Augsburger Innenstadt aus Sicht ihrer Besucher und der Bevölkerung

zentrale Ergebnisse repräsentativer
Passanten- und Haushaltsbefragungen
Vortrag am 29.11.03

Konzeption und Durchführung: Prof. Dr. Rolf Monheim/omniphon

omniphon gmbh · prager str. 15 · d-04103 leipzig
fon: +49-(0)341-91 35 0 · fax: +49-(0)341-91 35 100 · info@omniphon.de · www.omniphon.de

Inhaltsverzeichnis

1 Die Augsburger Innenstadt aus Sicht ihrer Besucher und der Bevölkerung	23 Begründung, warum man nicht in PH parkt
2 Inhaltsverzeichnis	24 Kenntnis der Parkkosten
3 Datengrundlagen	25 Qualität des Innenstadt-Parkangebots (Noten)
4 Möglichkeiten und Grenzen der Umfragen	26 Bewertung Anzahl Parkplätze in PH/TG
5 Wohnorte der Passanten	27 Gewünschte PH/TG-Standorte
6 Hauptbesuchszweck	28 Innenstadtbewohner: Normalerweise genutzer Parkplatz
7 Alle Freizeitzwecke	29 Innenstadtbewohner: Probleme beim Finden eines Parkplatzes
8 Freizeit-Hauptzwecke	30 Bewertung der Innenstadt zum Einkaufen und zum Verweilen und Entspannen
9 Bevorzugter Einkaufsstandort	31 Bewertung der Gastronomie
10 Warum nicht in der Innenstadt eingekauft wird	32 Bewertung der Innenstadt als Ort der Kunst und Kultur
11 Änderung der Einkaufshäufigkeit	33 Bewertung des Fußweges
12 Warum jetzt seltener in der Innenstadt eingekauft wird	34 Vergleich Aufenthaltsqualität: Besucher zu Bevölkerungsbefragung
13 Bevorzugter Ort für abendliche Unternehmungen	35 Aufenthaltsqualität in der Maximilianstraße
14 Warum nicht in der Innenstadt abends ausgegangen wird	36 Warum der Aufenthalt in der Maximilianstraße unangenehm ist
15 Genutzte Verkehrsmittel	37 Falls Maxstraße insgesamt angenehm: Was ist trotzdem unangenehm?
16 Vergleich Verkehrsmittelwahl (alle Besucher in %)	38 Innenstadtbewohner: Bedeutung der Innenstadt zum Bummeln und Ausgehen am Abend
17 Vergleich Verkehrsmittelwahl (Besucher aus Augsburg in %)	39 Innenstadtbewohner: Störung durch Lärm und unangenehmes Publikum
18 Genutzte Parkgelegenheit	40 Meinung zu den Autokorsos
19 Präferenz von Parkplatz-Arten	41 Anteil der Innenstadtbesucher, die bisher für Autos zugängliche Einkaufsstraßen lieber als Fußgängerstraßen hätten
20 Parkplatzsuchstrategie	42 Gewünschte Entwicklung Maxstraße (besucherrepräsentativ)
21 Parkplatzsuchdauer	43 Gewünschte Entwicklung Maxstraße (bevölkerungsrepräsentativ)
22 Wichtigster Auswahlgrund für das am Befragungstag am häufigsten genutzte PH	44 Gewünschte Entwicklung ausgewählter Merkmale
	45 Gewünschte Entwicklung, falls Merkmal besonders wichtig

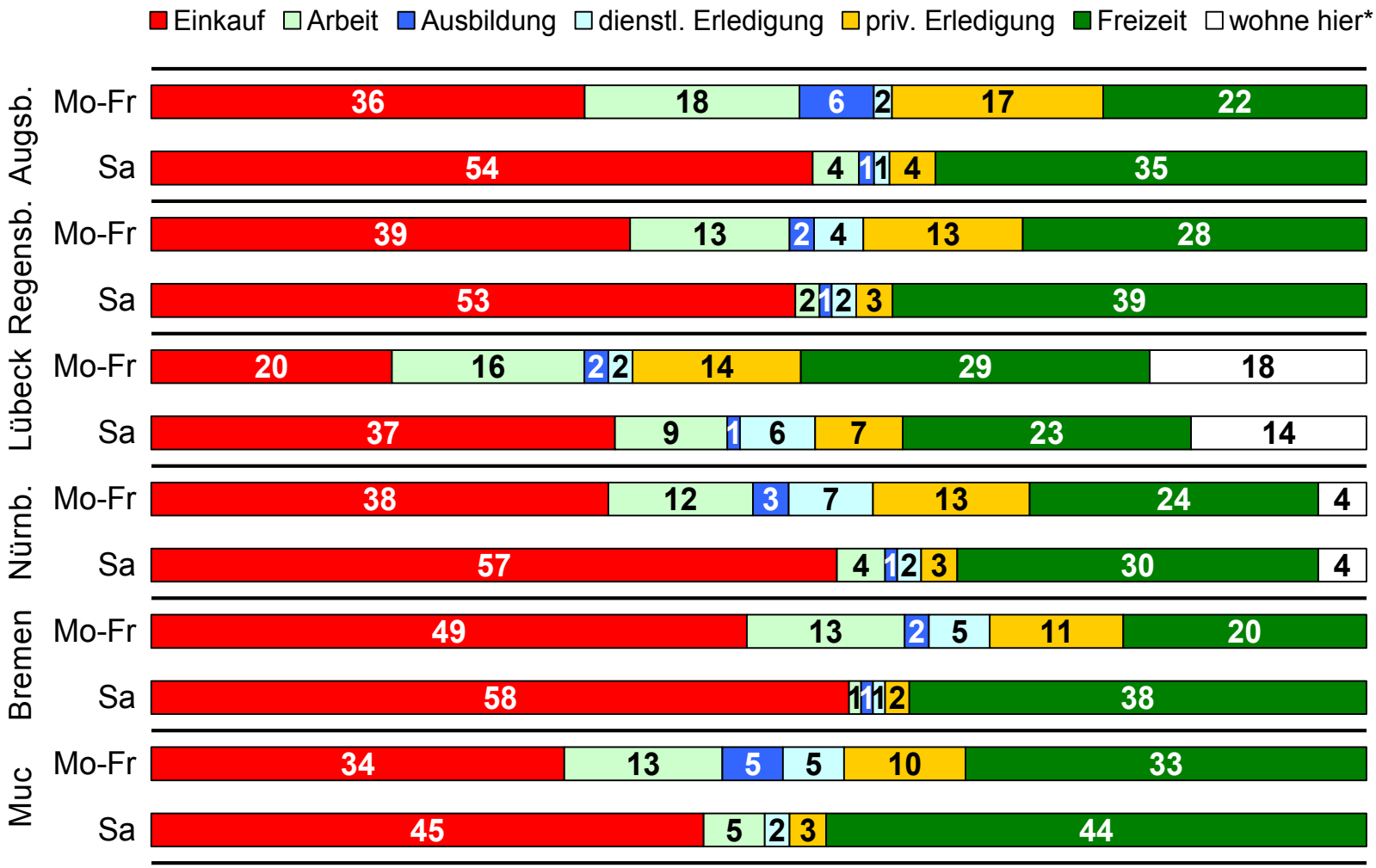
Datengrundlagen

- Passantenbefragung durch omniphon/Prof. Monheim (Juli 2003):
  - 542 Besuchern der Innenstadt
  - Ergebnisse repräsentativ für die Besucher des Kernbereichs (Fußgängerzone, Bahnhof-, Maximilian-, Karolinenstraße)
- Haushaltsbefragung durch omniphon/Prof. Monheim (November 2003):
  - 1.000 Bewohner von Stadt und Umland
  - Ergebnisse repräsentativ für die Bevölkerung im Einzugsbereich der Innenstadt mit folgenden Einschränkungen:
    - Höhere Antwortbereitschaft bei regelmäßigen Besuchern -> Ergebnisse sind positiv verzerrt
    - Ergebnisse nicht immer direkt zur Passantenbefragung vergleichbar, da Innenstadt weiter gefasst ist
    - Abweichungen zwischen Stichtag und letztem Besuch
- Weitere Untersuchungen:
  Lehrveranstaltungen der Uni Bayreuth, infas, BAG, Uni Augburg

Möglichkeiten und Grenzen der Umfragen

- Die Befragungen der Besucher bzw. der Bevölkerung beschreiben deren Verhalten und (spontane) Meinungen
- Im Rahmen einer Umfrage ist es unmöglich, eine gesicherte Meinung zu komplexen Sachverhalten zu ermitteln, weil
  - sich die Mehrheit vorher damit nicht auseinandergesetzt hat
  - nur wenige Sekunden zum Erläutern und Überlegen zur Verfügung stehen
  - die Meinungen oft in sich widersprüchlich sind (Wünsche schließen sich wechselseitig aus)
  - immer nur Stimmungen ermittelt werden können
- Umfragen können bestenfalls herausfinden, wie stark, welche Erwartungen erfüllt sind. Unbewusste bzw. unterdrückte Bedürfnisse (oder Resignation) sind kaum zu erfassen
- Umfragen können dem Innenstadtforum/der Politik nicht die Entscheidungen abnehmen
- Sie bieten aber eine Datengrundlage:
  - Wer von welchen Maßnahmen betroffen ist
  - Wie Maßnahmen kommuniziert werden müssen, um auf eine möglichst hohe Akzeptanz zu stoßen

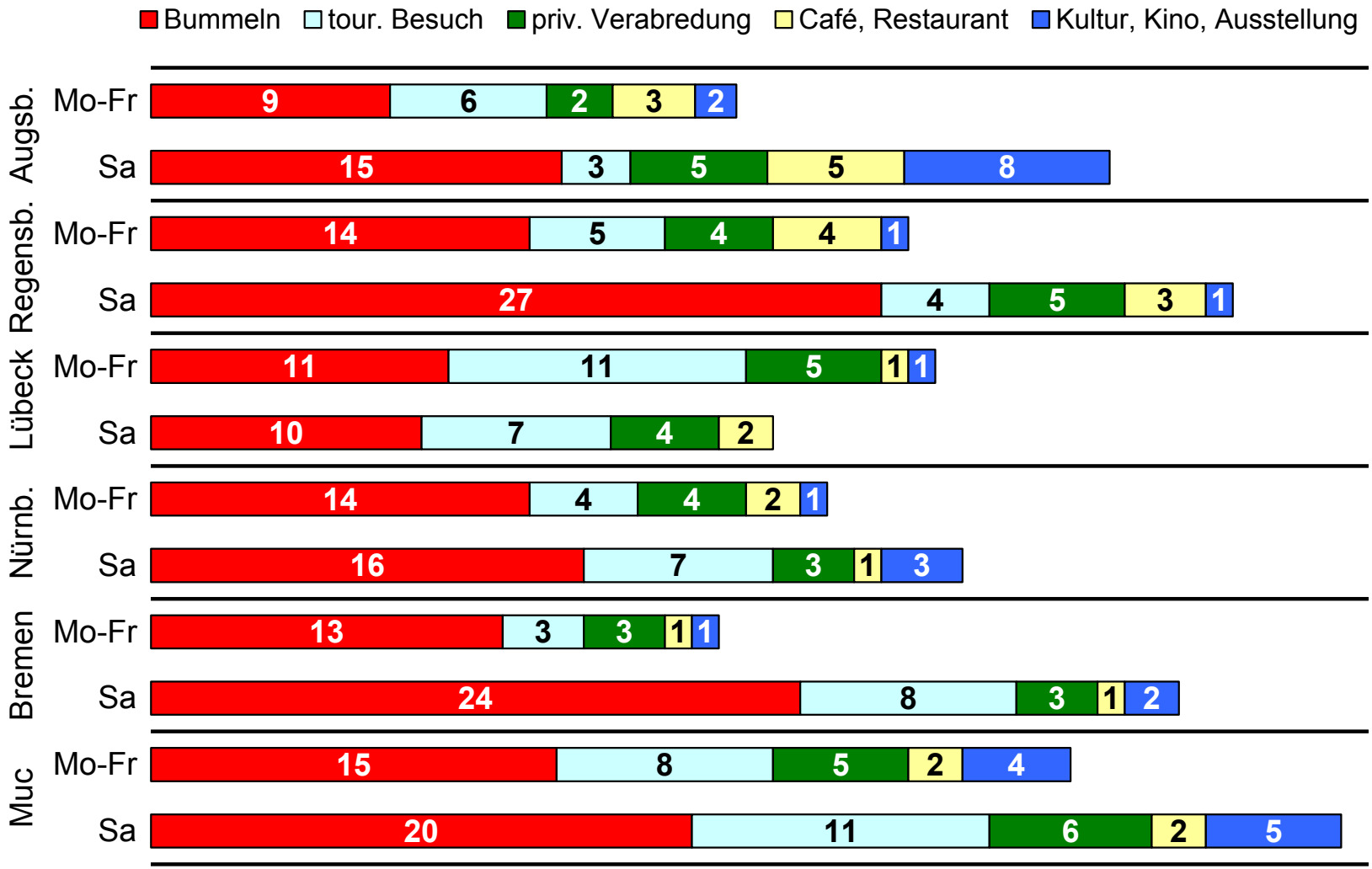
Hauptbesuchszweck (Passantenbefragung)



*Nur in Lübeck und Nürnberg erfasst

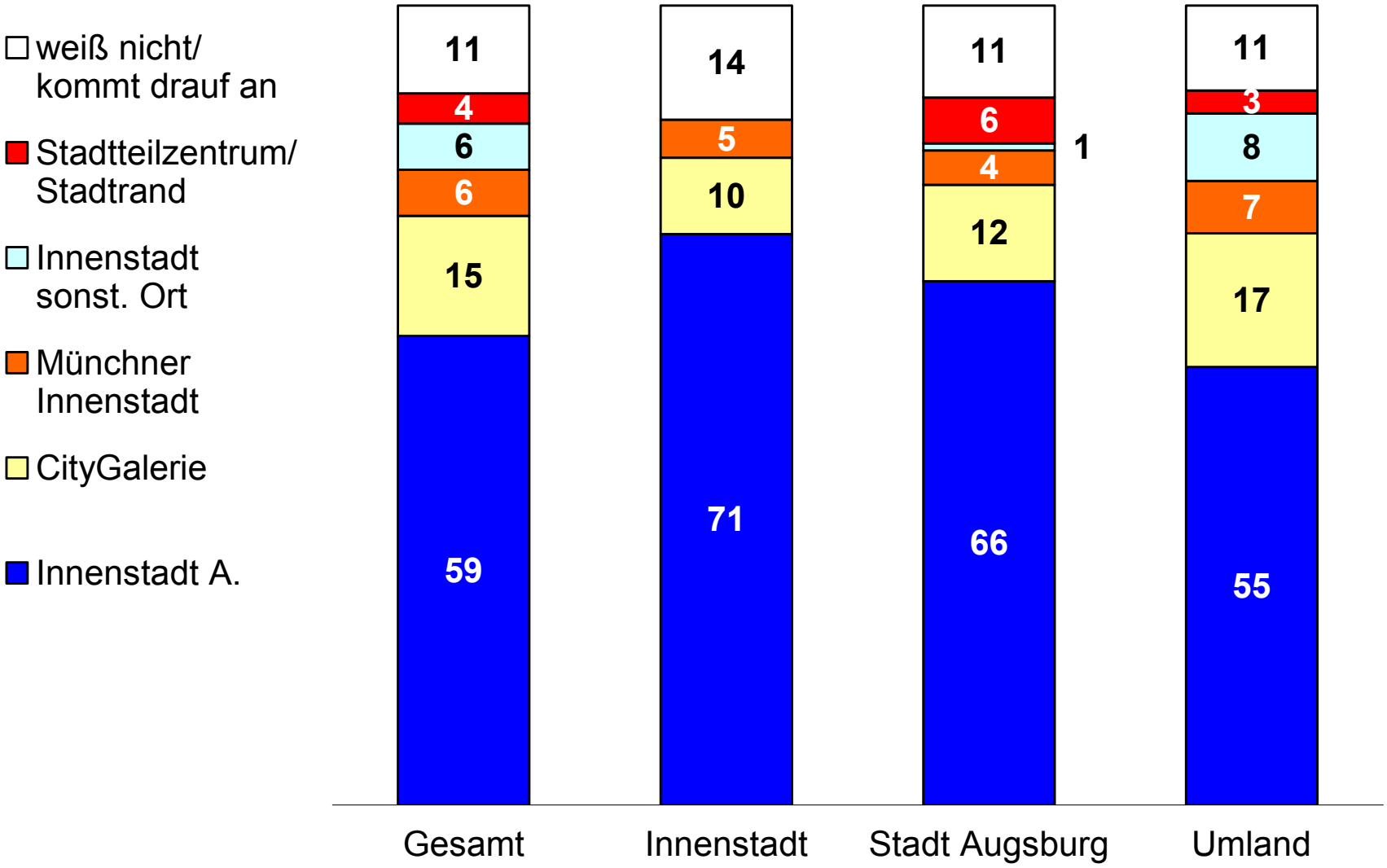
Freizeit-Hauptzwecke

(Passantenbefragung)



Bevorzugter Einkaufsstandort

(Haushaltsbefragung)



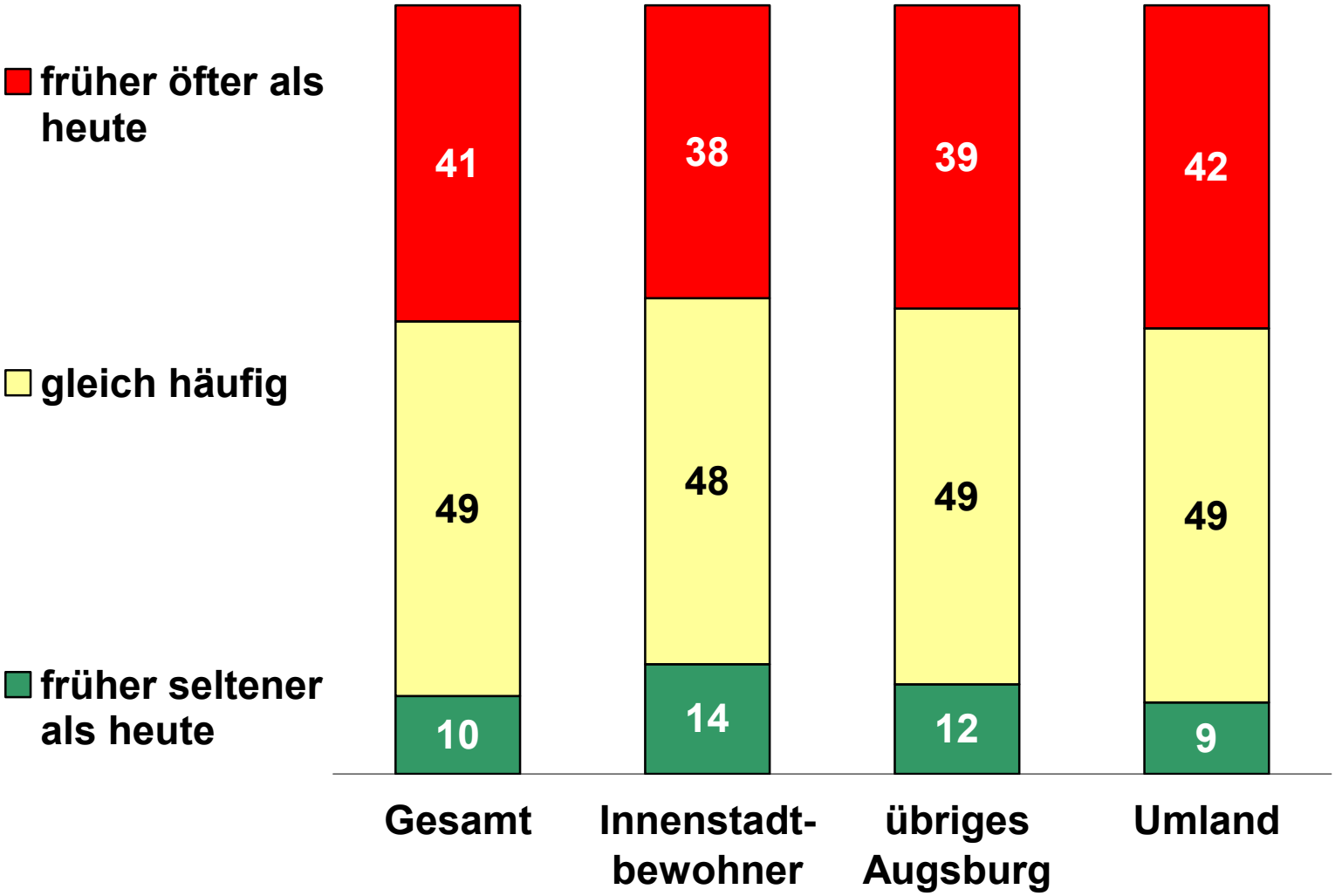
Warum nicht in der Innenstadt eingekauft wird

(Haushaltsbefragung; Mehrfachnennungen; in %)

	Gesamt	Stadt	Umland
schlechtes Angebot	32	40	29
kein Bedarf	11	6	14
zu teuer	5	6	5
zu stressig	1	-	2
Internet/Versandhandel bequemer	1	3	0
zu weit weg	26	20	28
schlecht erreichbar	14	3	18
zu zeitaufwändig	1	0	1
Parkplätze zu teuer	14	12	14
zu wenig Parkplätze	11	13	10
zu weitläufig	8	9	7
sonstiges	10	15	9
n	403	125	278

Änderung der Einkaufshäufigkeit

(Haushaltsbefragung)



omniphon

Warum jetzt seltener in der Innenstadt eingekauft wird

(Haushaltsbefragung; Mehrfachnennungen; Angaben in %)

Persönliche Gründe	**78**
früher mehr Zeit/keine Kinder	20
Altersgründe	13
jetzt weniger Geld/muss sparen	13
Wechsel Arbeits-/Wohnort	12
gesundheitliche Gründe	4
habe jetzt ein Auto	2
habe jetzt kein Auto mehr	1
sonst. persönliche Gründe	14
Angebotsqualität/Konkurrenzsituation	**42**
jetzt schlechteres Einzelhandelsangebot	16
gehe jetzt häufiger in CG	8
jetzt im eig. Stadtteil/Wohnort besseres Angebot	8
früher attraktivere/bessere Atmosphäre	6
jetzt in and. Innenstadt besseres Angebot	2
jetzt in Großbetrieb am Stadtrand besseres Angebot	2
Erreichbarkeit	**14**
früher bessere Erreichbarkeit m. Auto/Parkmögl.	11
früher bessere Erreichbarkeit mit ÖV	3
sonstiges	13
n	377

Bevorzugter Ort für abendliche Unternehmungen (Haushaltsbefragung)

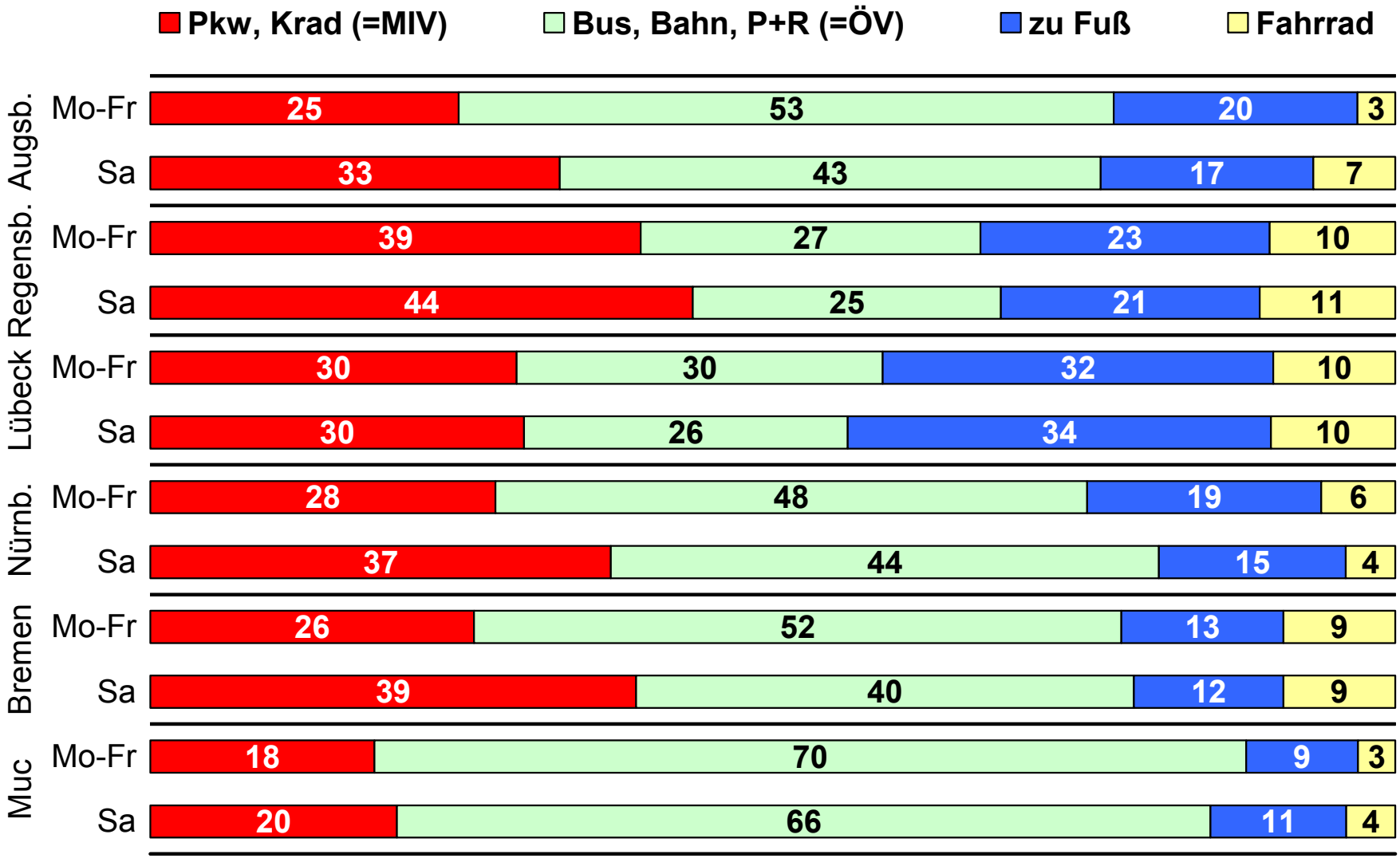
	Gesamt	Innenstadt-bewohner	übriges Augsburg	Umland
Augsburger Innenstadt	41	69	48	32
CityGalerie	2	4	3	1
Münchner Innenstadt	3	2	1	5
sonstige Innenstadt	12	1	4	19
sonstiger Bereich	12	5	11	15
gehe abends nicht aus	22	15	27	20
w.n./kommt drauf an	7	4	7	8

Warum nicht in der Innenstadt abends ausgegangen wird

(Haushaltsbefragung)

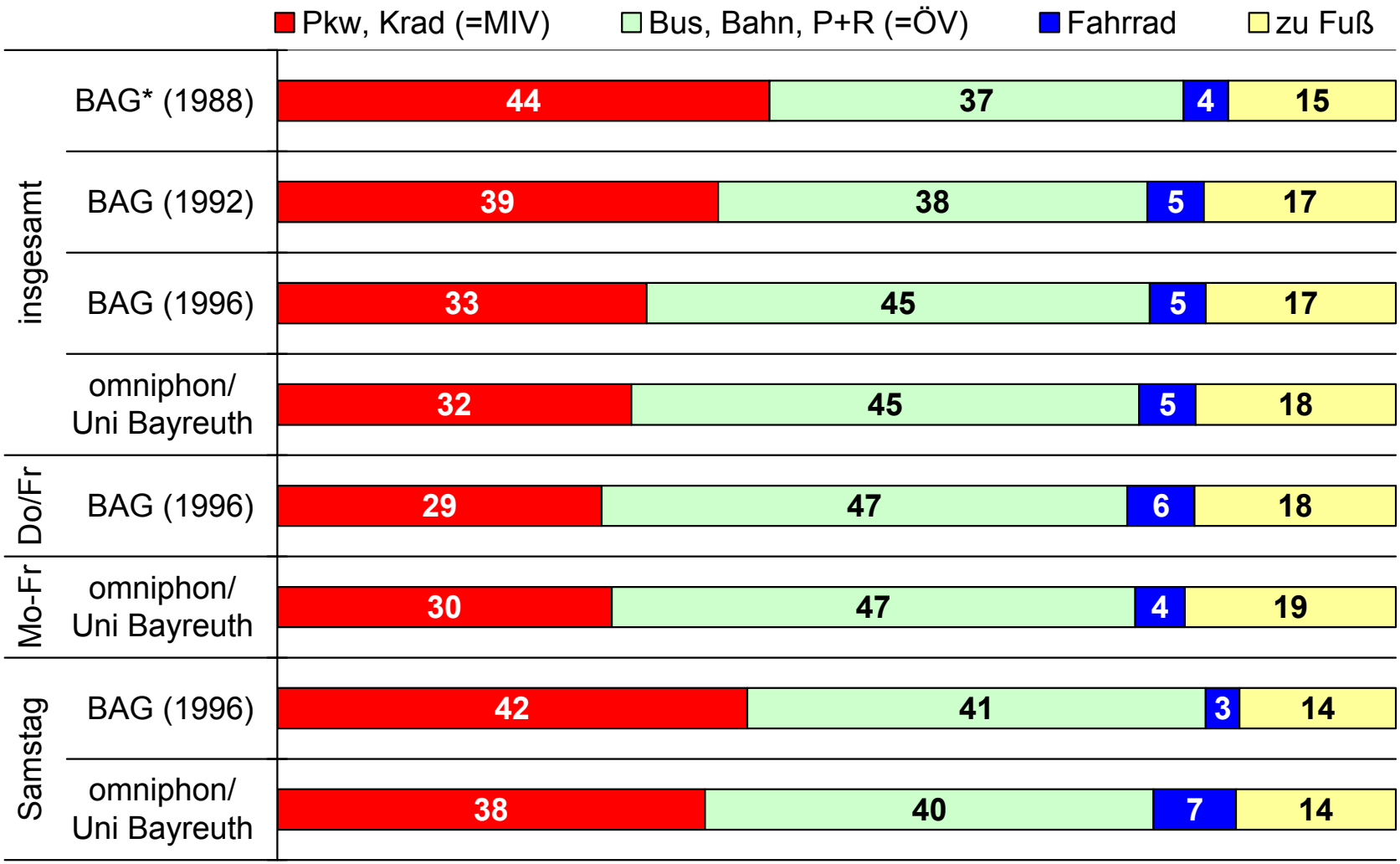
	Gesamt	Stadt	Umland
nicht mein Geschmack/keine Lust	14	15	14
zu teuer	9	11	8
nichts los	7	9	6
unpassendes Publikum	3	11	1
schlechte Pkw-Erreichbarkeit/Parkplatzsituation	24	29	23
schlechte Erreichbarkeit mit ÖV	12	4	14
zu weit weg/keine Zeit	11	11	11
zu unbequem, zu umständlich	3	-	3
Bekanntenkreis nicht in Augsburg	5	2	6
sonst. pers. Gründe	8	5	8
sonstiges	5	4	5
n	275	63	212

Genutzte Verkehrsmittel (Passantenbefragung)



Vergleich Verkehrsmittelwahl (alle Besucher in %)

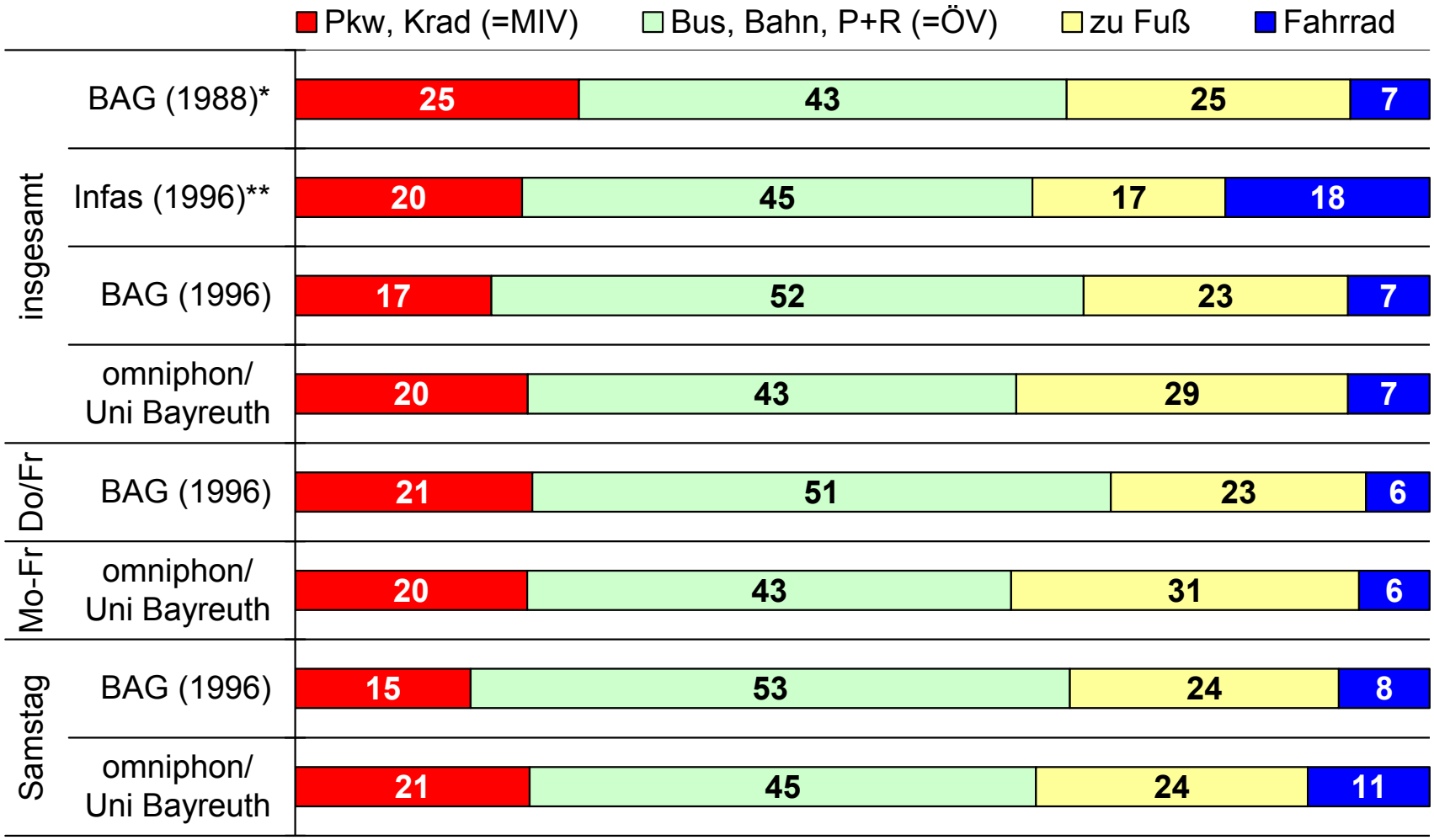
(Passantenbefragung)



*BAG: Besucherbefragung in 5 Mittel-/Großbetrieben des Einzelhandels

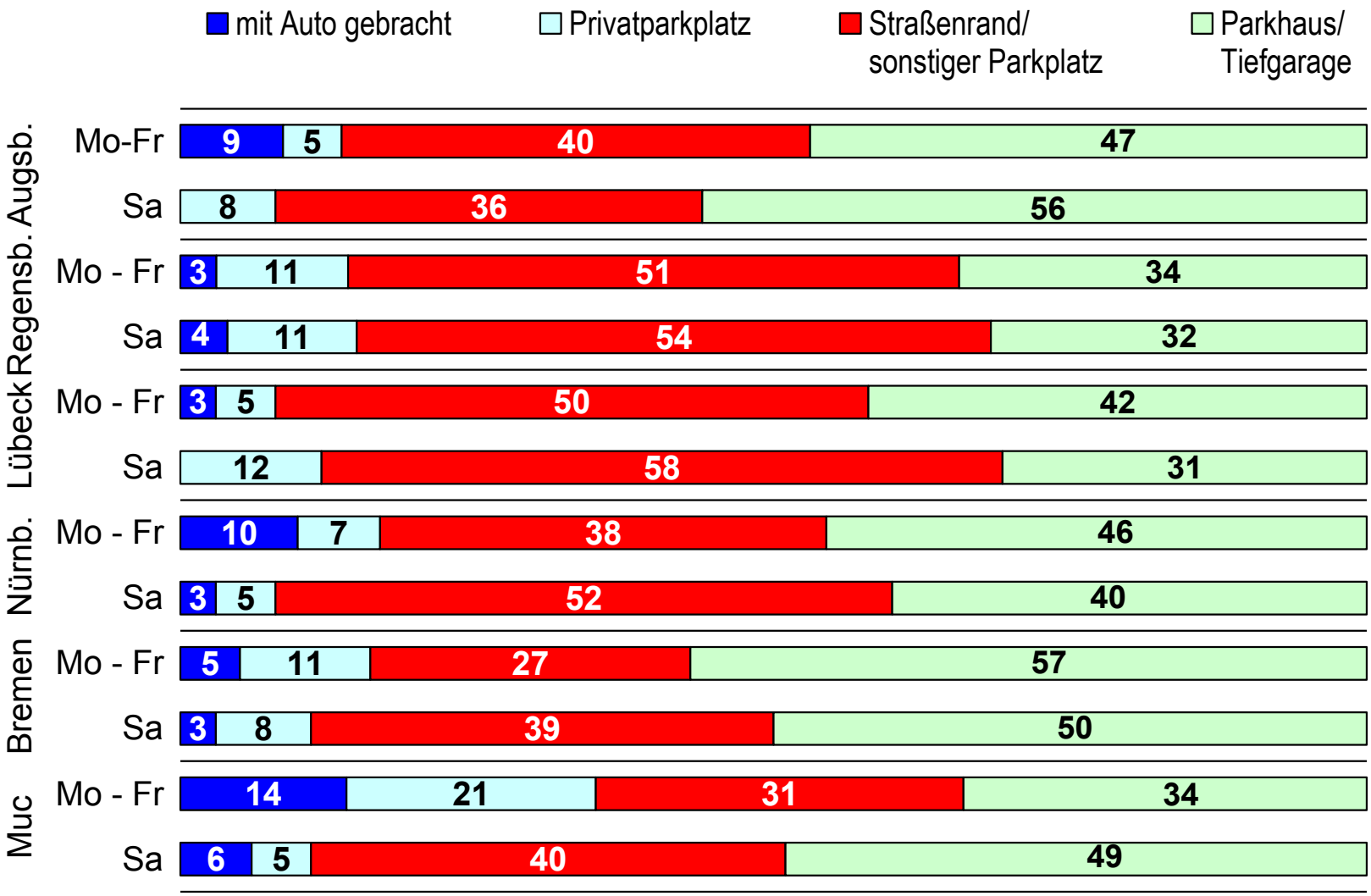
Vergleich Verkehrsmittelwahl (Besucher aus Augsburg in %)

(Passantenbefragung)



* Besucherbefragung in 5 Mittel-/Großbetrieben des Einzelhandels
** Haushaltbefragung, meist genutztes Verkehrsmittel

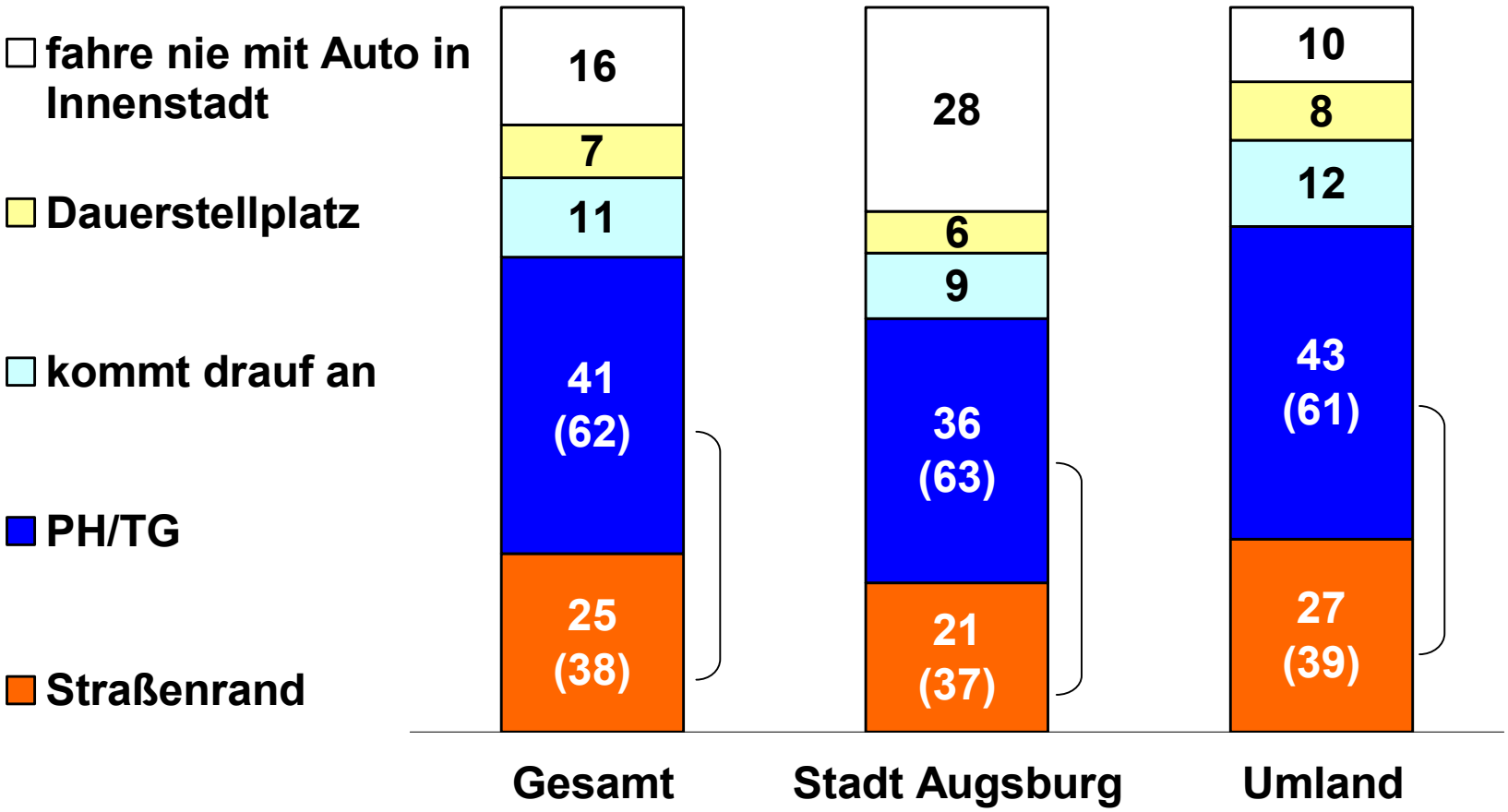
Genutzte Parkgelegenheit (Passantenbefragung)



omniphon

Präferenz von Parkplatz-Arten (Haushaltsbefragung)

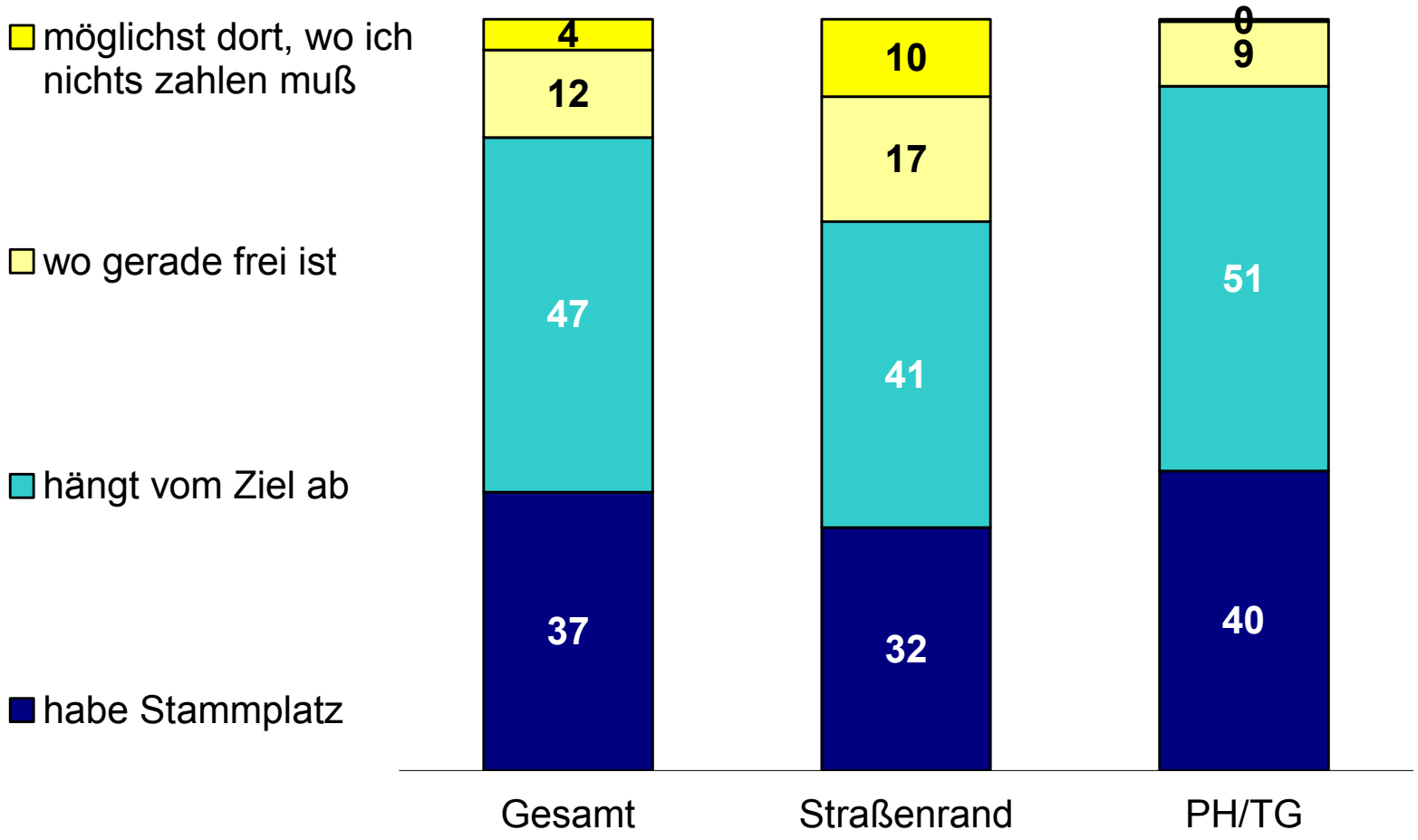
falls beim letzten Besuch Pkw genutzt oder Pkw möglich und letzter Besuch vor maximal 1/4 Jahr und kein Innenstadtbewohner:
"Wenn Sie mit dem Auto in die Innenstadt fahren, versuchen Sie da zunächst am Straßenrand einen Stellplatz zu finden, fahren Sie gleich in ein Parkhaus oder haben Sie einen eigenen Dauerstellplatz (z.B. am Arbeitsplatz)?"



Parkplatzsuchstrategie

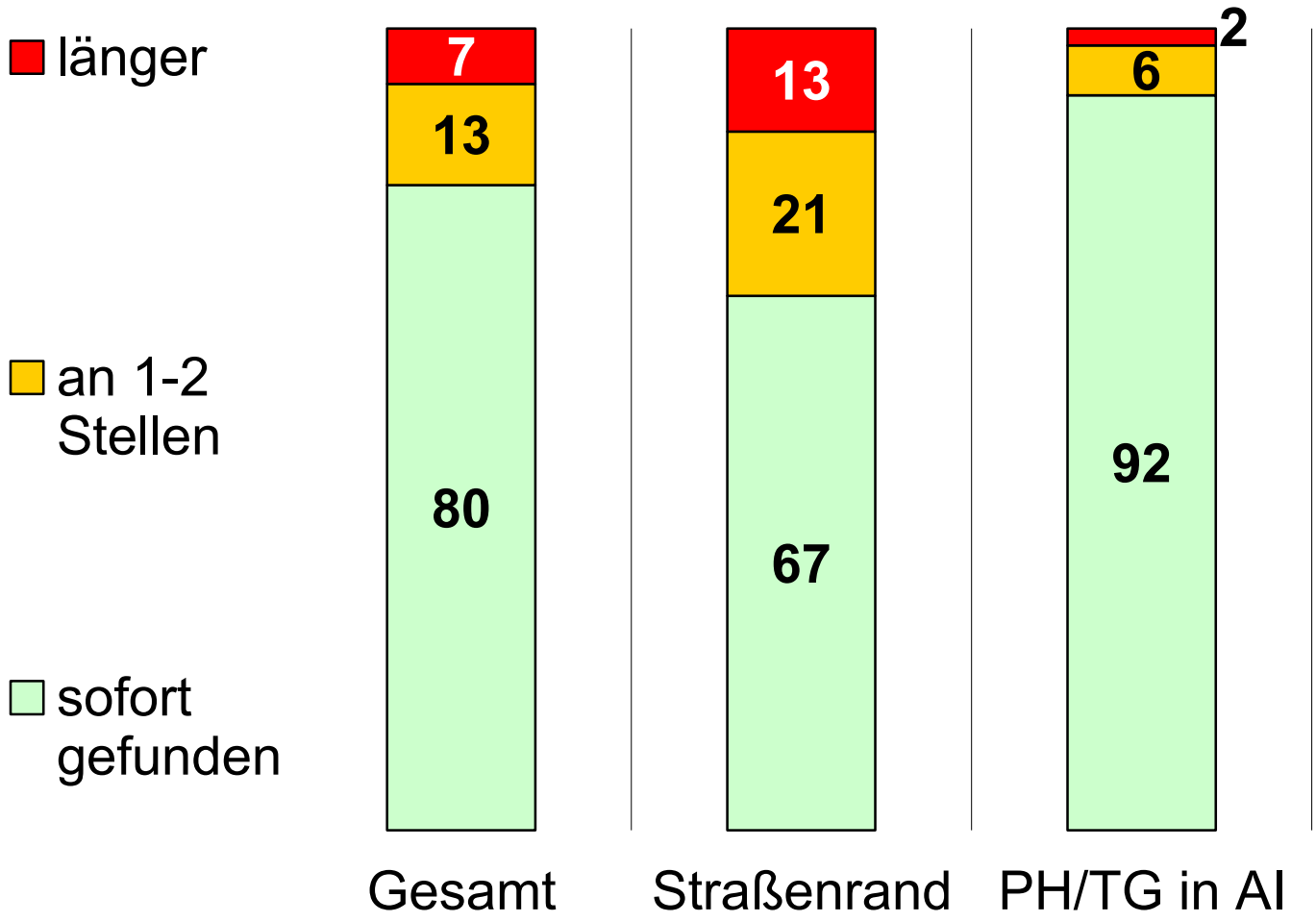
(Haushaltsbefragung)

falls Straßenrand oder PH/TG bevorzugte Parkmöglichkeit:
Parken Sie dann meistens an der selben Stelle, hängt das von Ihrem Ziel ab oder parken Sie dort wo gerade frei ist oder wo Sie nichts zahlen müssen?



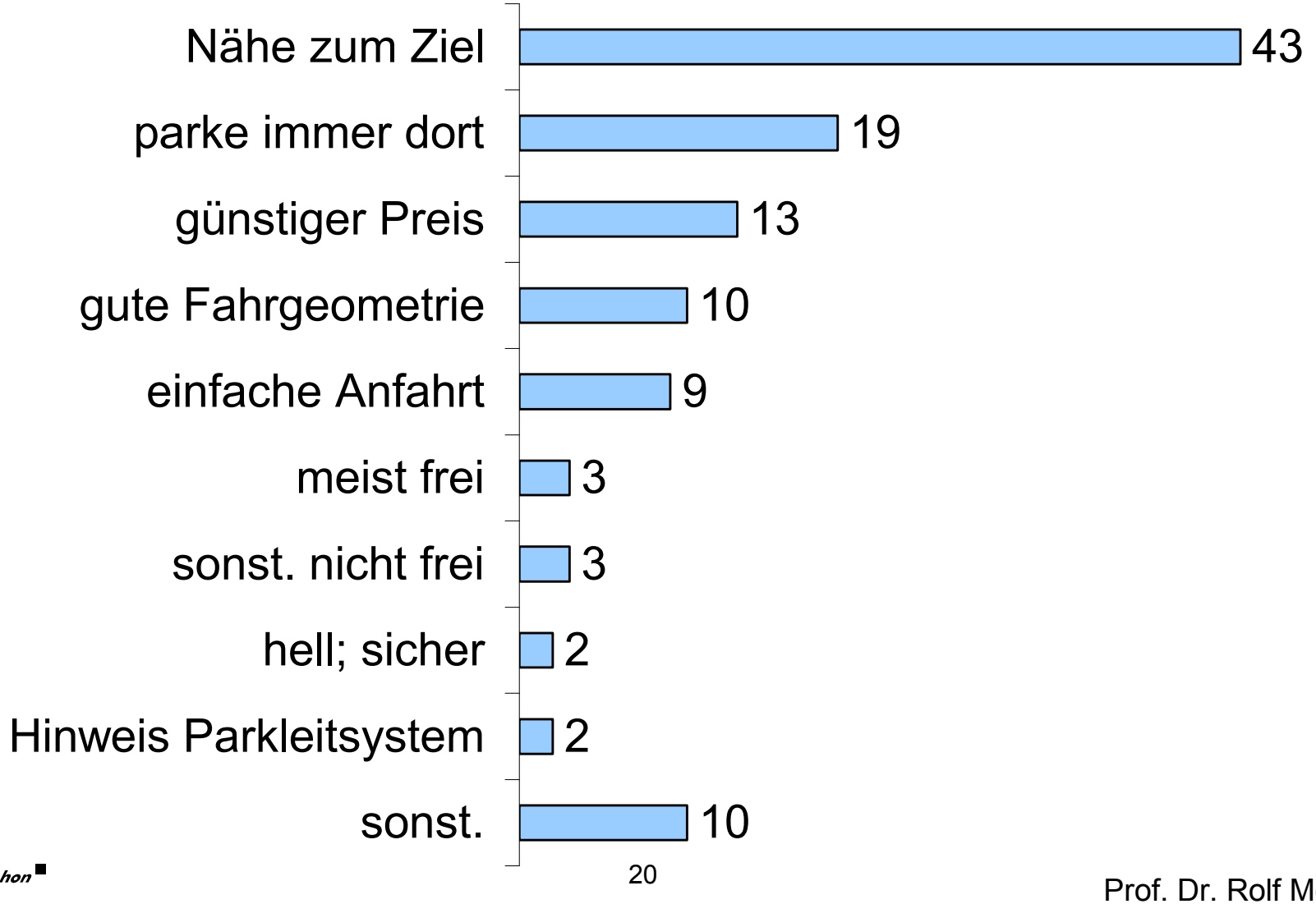
Parkplatzsuchdauer

(Passantenbefragung)



Wichtigster Auswahlgrund für das am Befragungstag am häufigsten genutzte PH

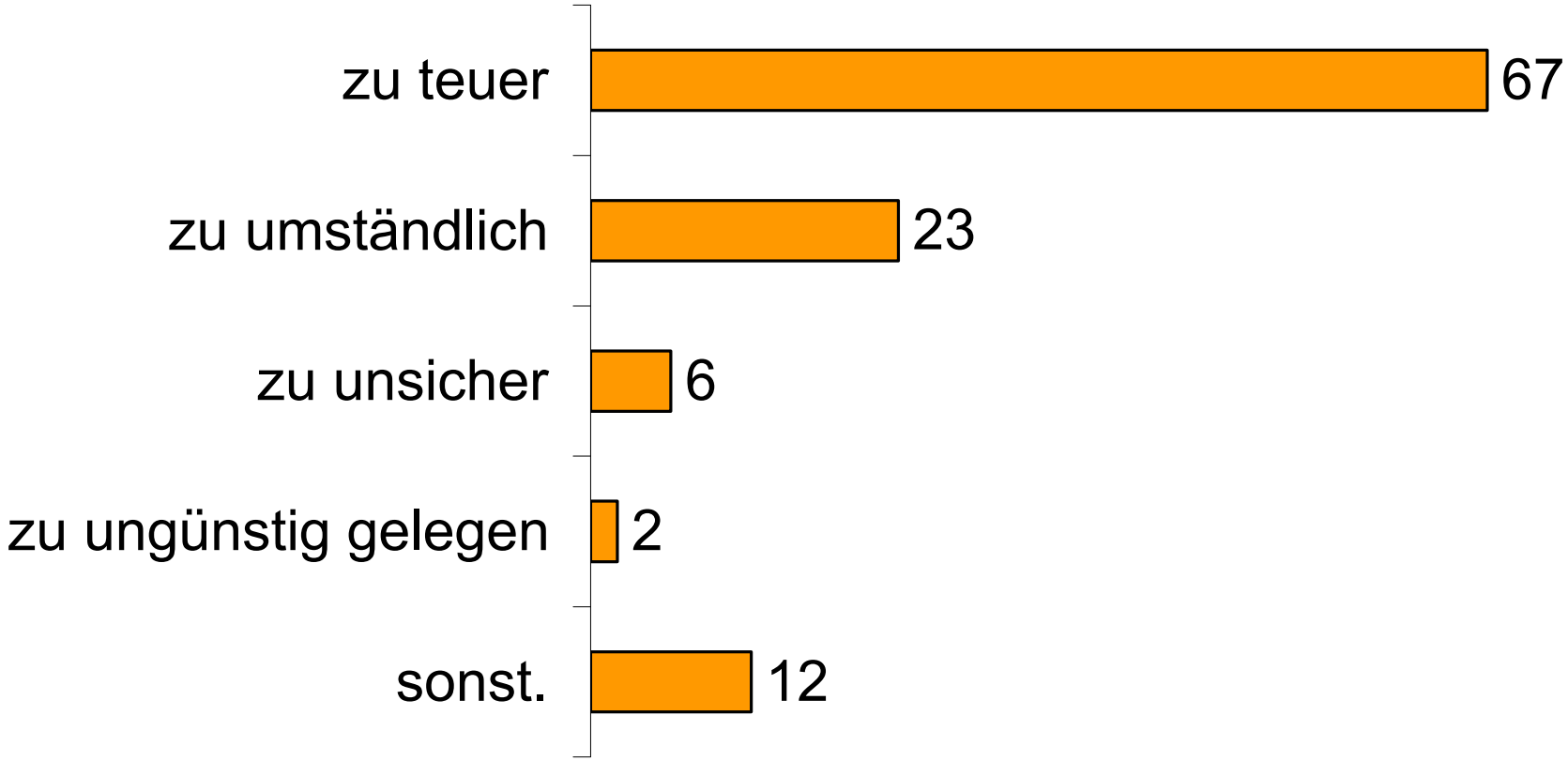
(Passantenbefragung; Herbst 2003; Uni Bayreuth; max. 2 Antworten, Durchschnit 1,15 Antworten



omniphon

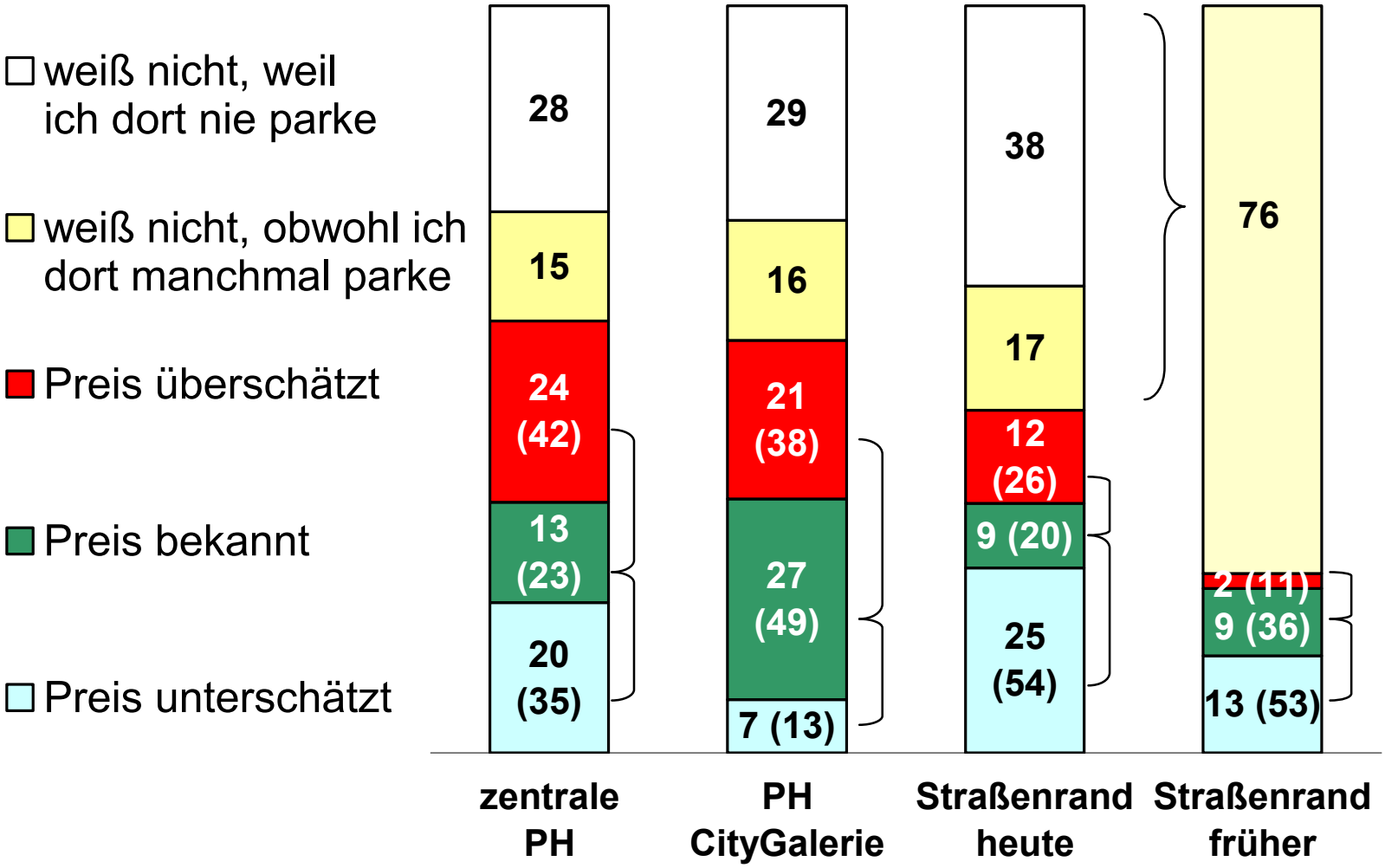
Begründung, warum man nicht in PH parkt

(Passantenbefragung; Herbst 2003; Uni Bayreuth; max. 2 Antworten, Durchschnit 1,1 Antworten



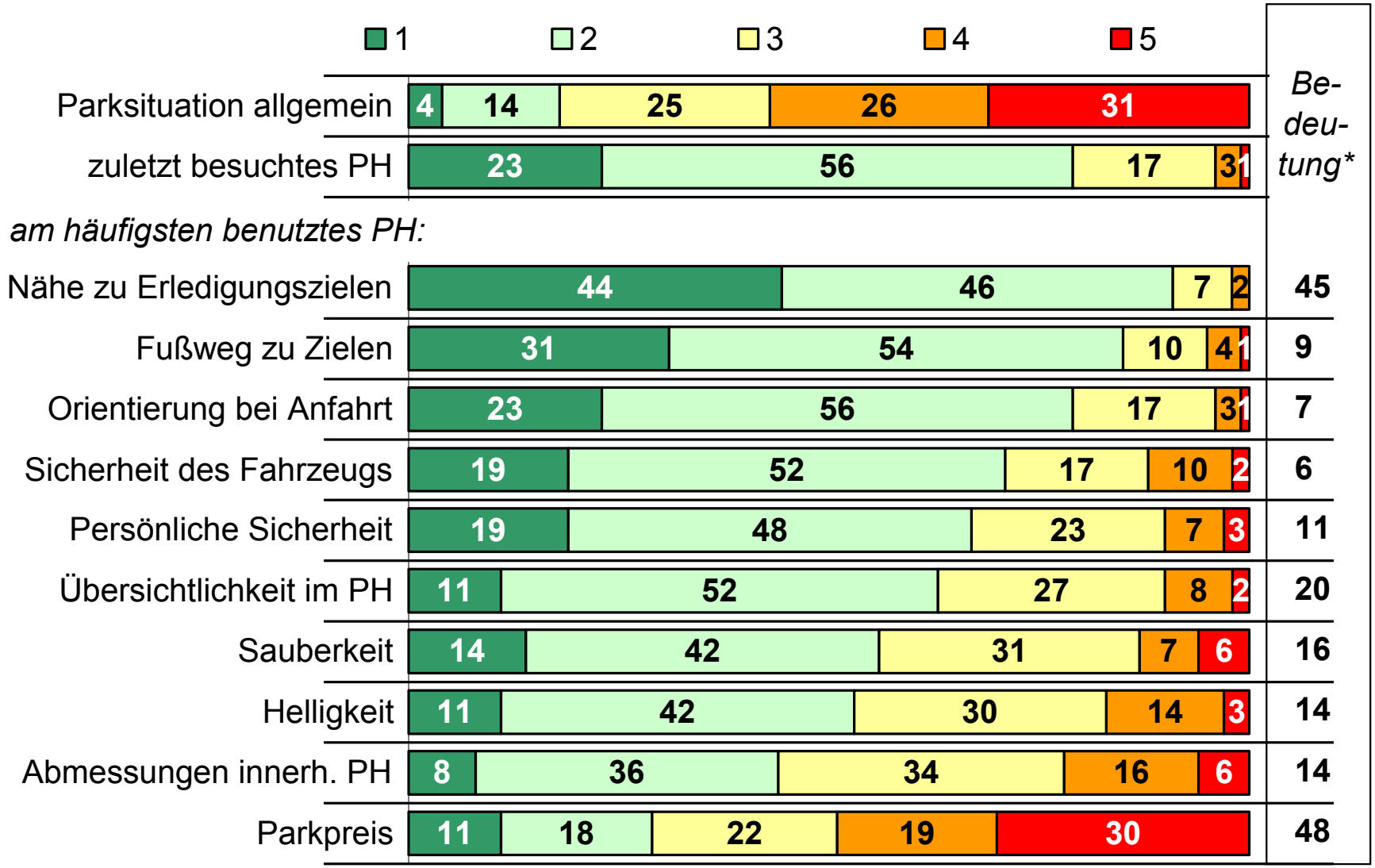
Kenntnis der Parkkosten

Haushaltsbefragung; außer: „Straßenrand früher“ Passantenbefragung



Qualität des Innenstadt-Parkangebots (Noten)

(Passantenbefragung; Herbst 2003; Uni Bayreuth)



* Anteil von Befragten, denen das Merkmal am wichtigsten/zweitwichtigsten ist

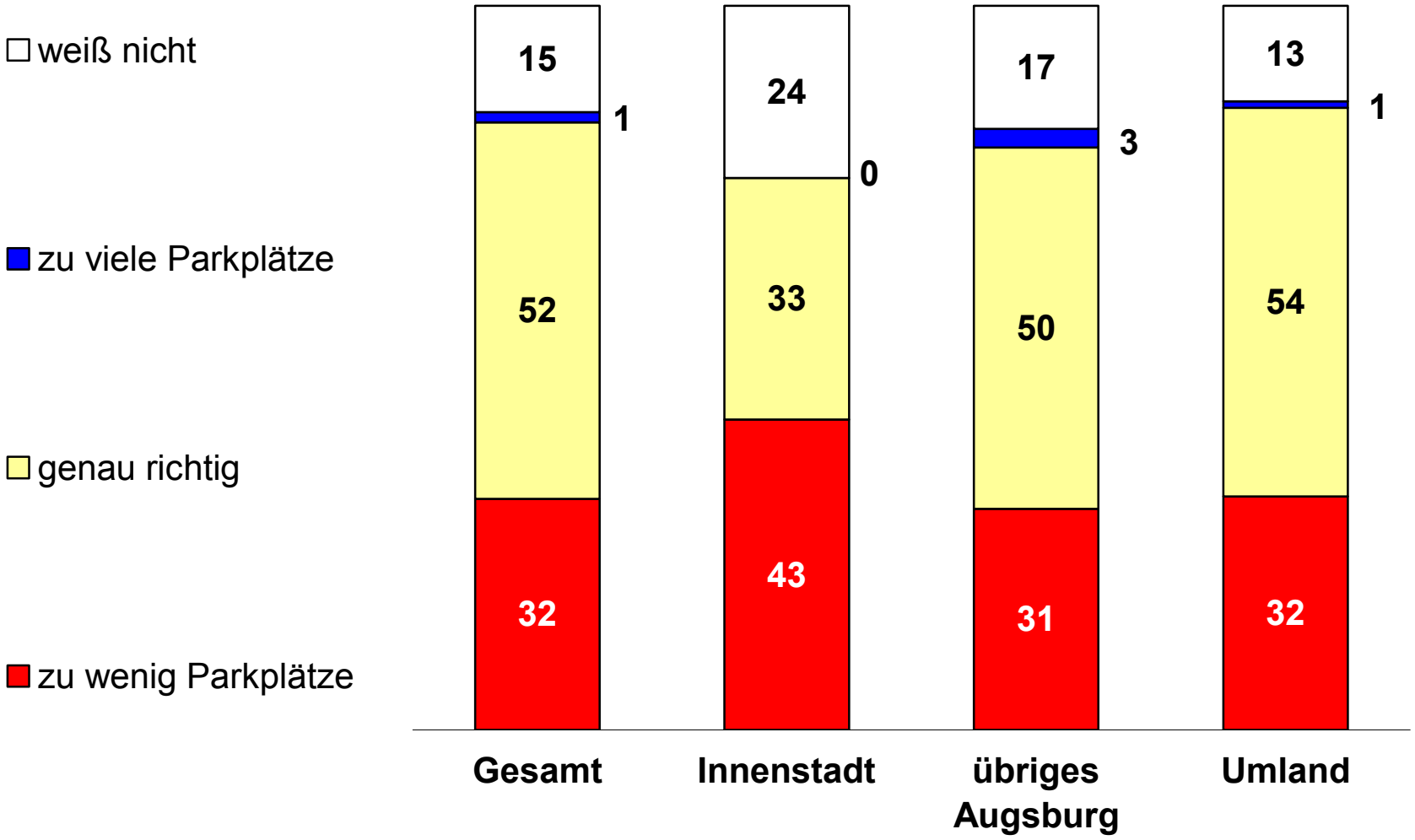
omniphon

Prof. Dr. Rolf Monheim

Bewertung Anzahl Parkplätze in PH/TG

(Haushaltsbefragung)

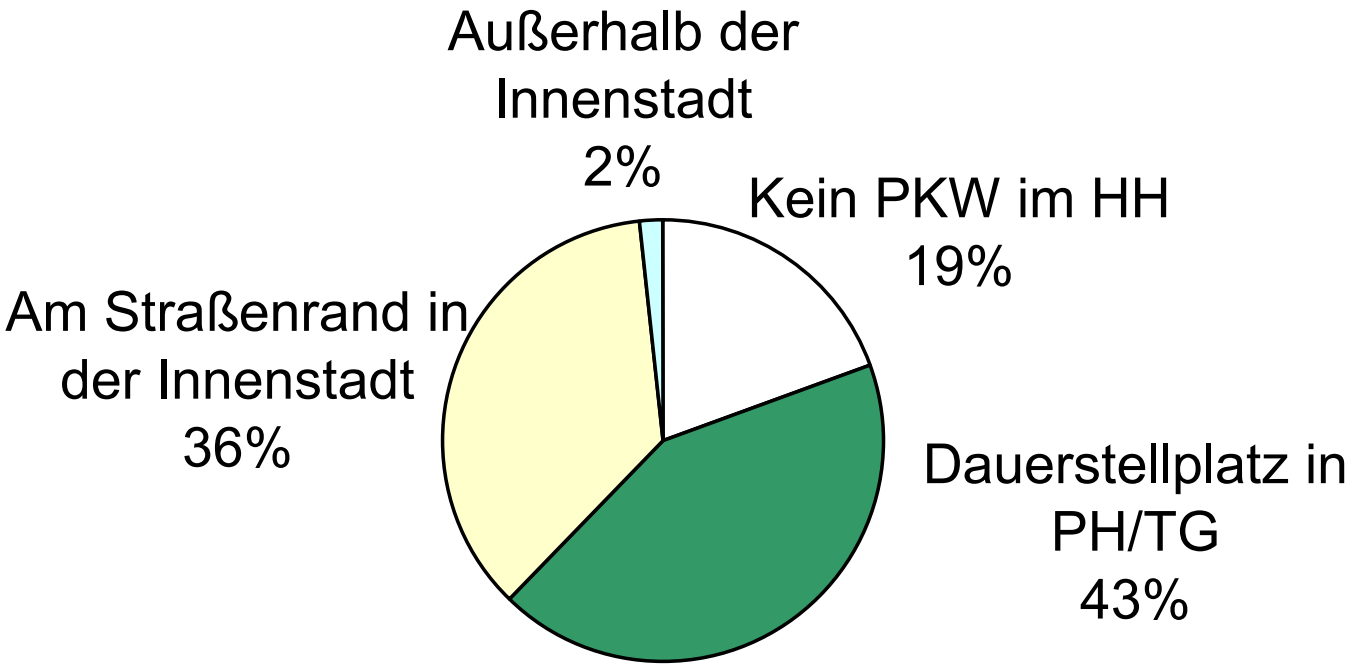
Gibt es in der Augsburger Innenstadt Ihrer Meinung nach zu wenig, ausreichend oder zu viele Abstellmöglichkeiten in Parkhäusern und Tiefgaragen?



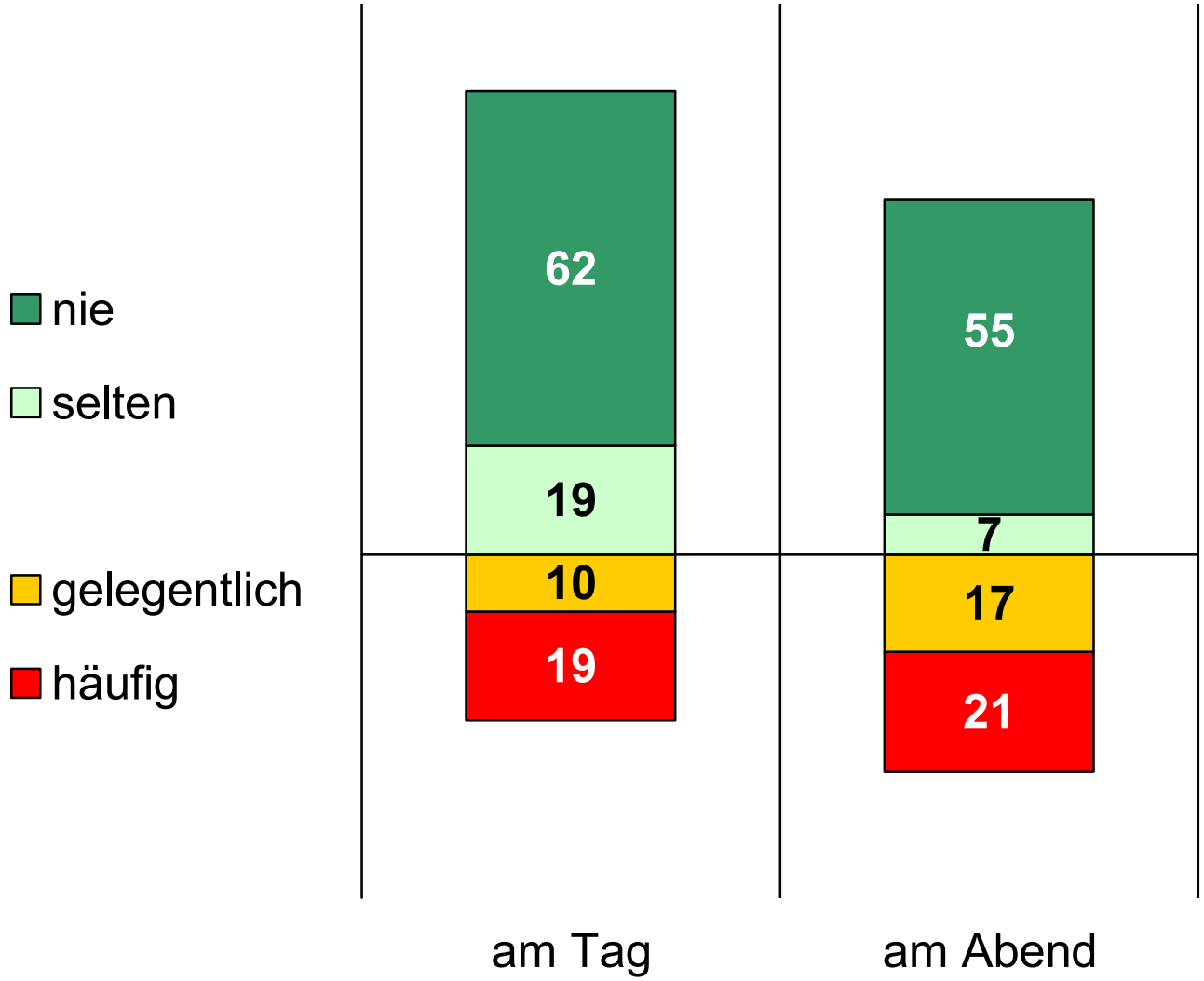
Gewünschte PH/TG-Standorte (Haushaltsbefragung)

	Gesamt	Innen-stadt	übriges Augsburg	Um-land
zu wenig Parkplätze	32	43	31	32
Wo sollte ein zusätzliches PH/TG errichtet werden?				
weiß nicht/egal	15	12	15	15
in der Maximilianstraße	8	17	5	9
Fuggerstr./Königspl./Theater	4	5	5	3
außerhalb Innenstadt	1	1	1	1
Nähe Bahnhof	1	0	0	1
in der Fußgängerzone	1	2	1	0
E-Reuther-Platz	0	1	1	0
am Predigerberg	0	-	0	0
möglichst zentral	0	4	-	0
Rathausplatz	0	1	-	0
sonstiger Standort	2	1	2	2

Innenstadtbewohner: Normalerweise genutzer Parkplatz (Haushaltsbefragung)

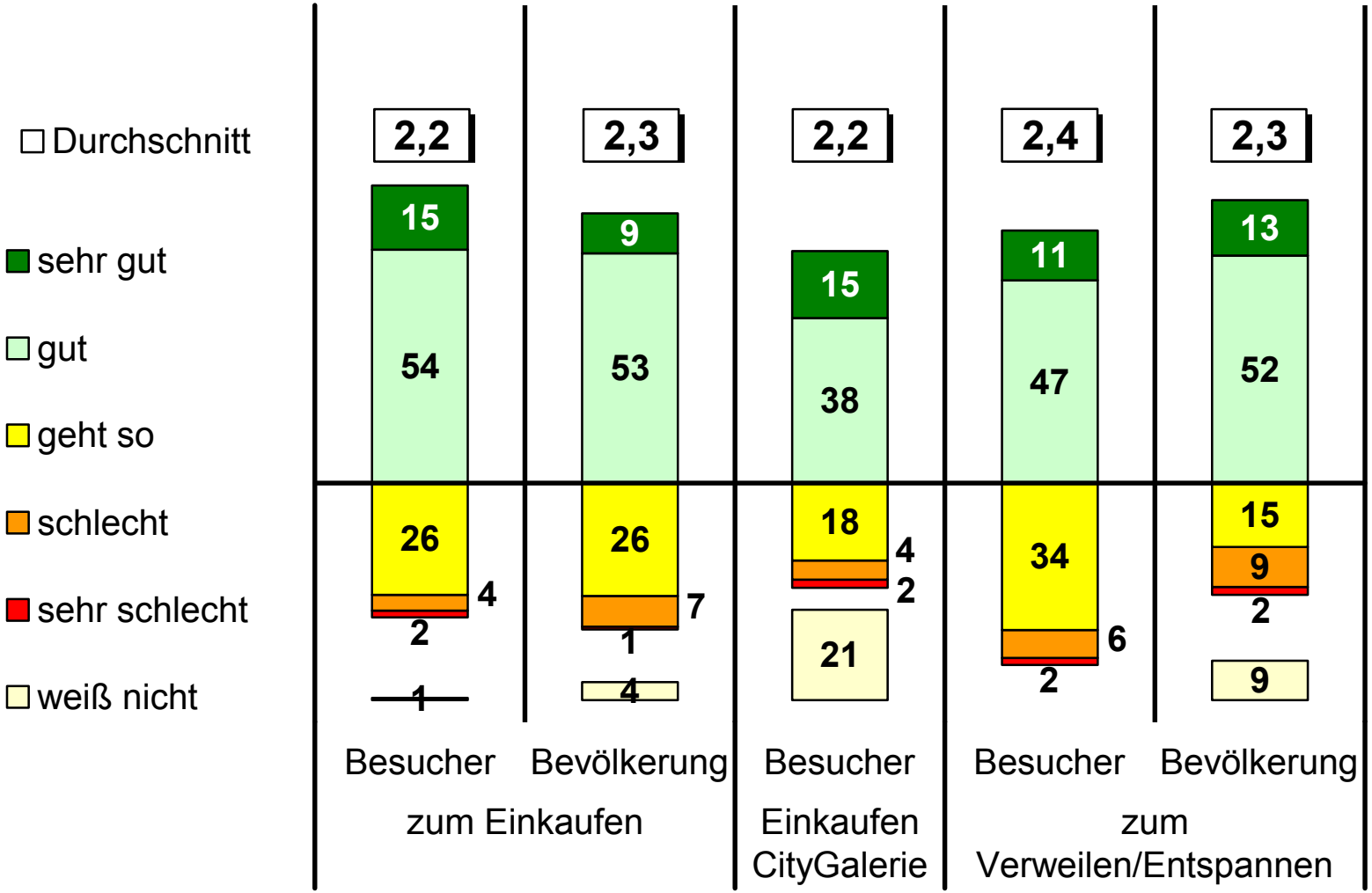


Innenstadtbewohner: Probleme beim Finden eines Parkplatzes (Haushaltsbefragung)



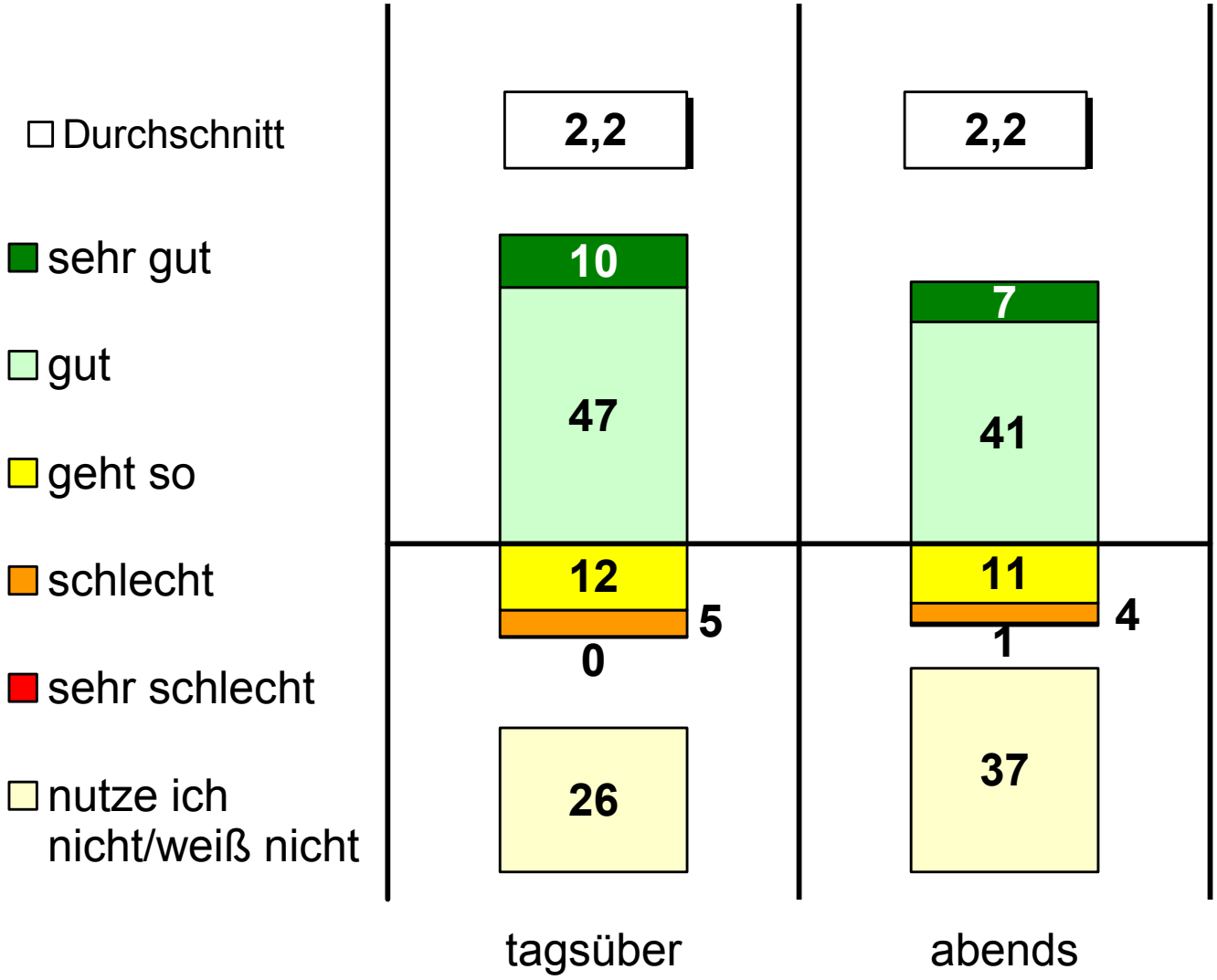
Bewertung der Innenstadt/CityGalerie zum Einkaufen und zum Verweilen und Entspannen

(Haushalts- und Passantenbefragung)

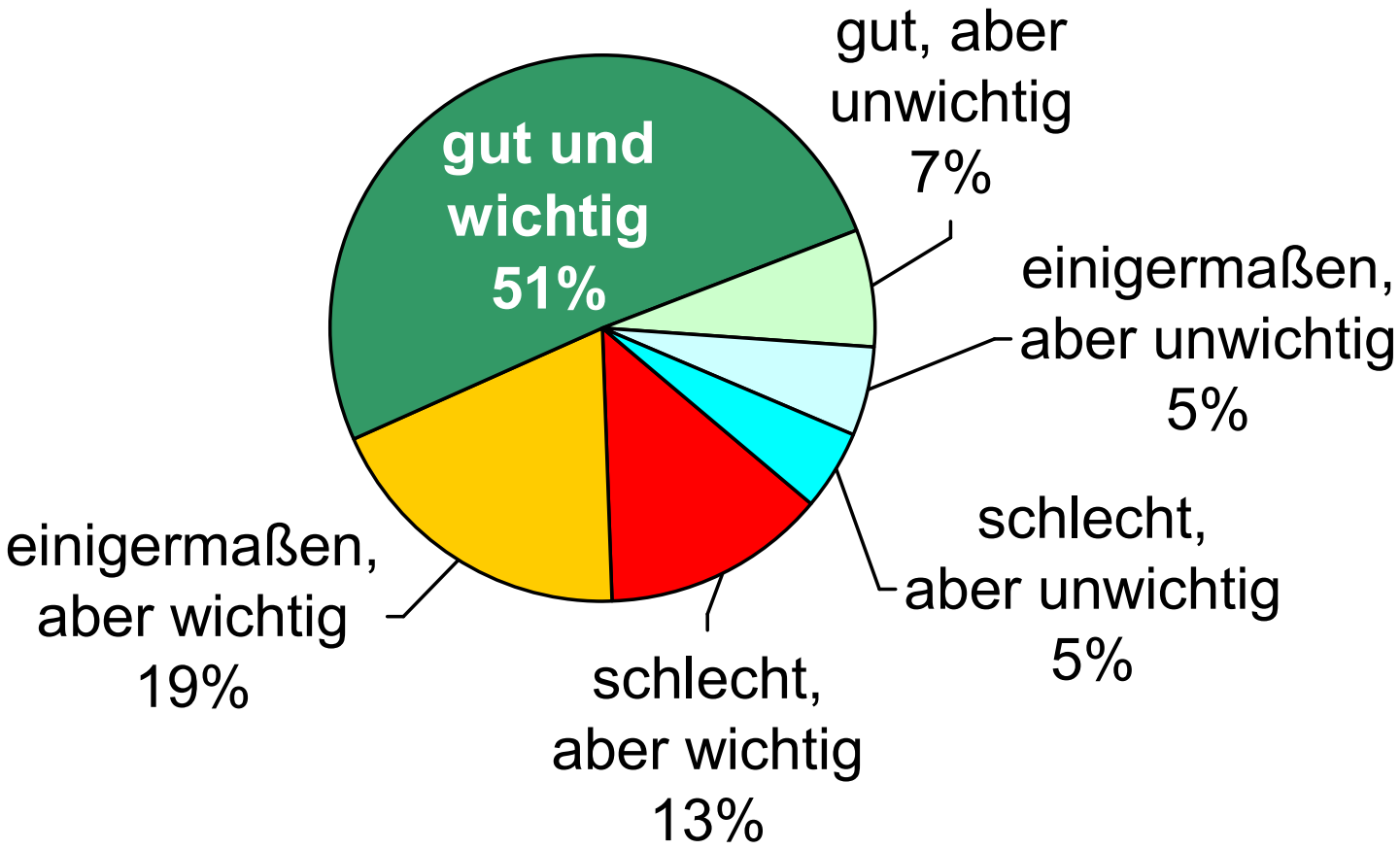


Bewertung der Gastronomie

(Haushaltsbefragung)



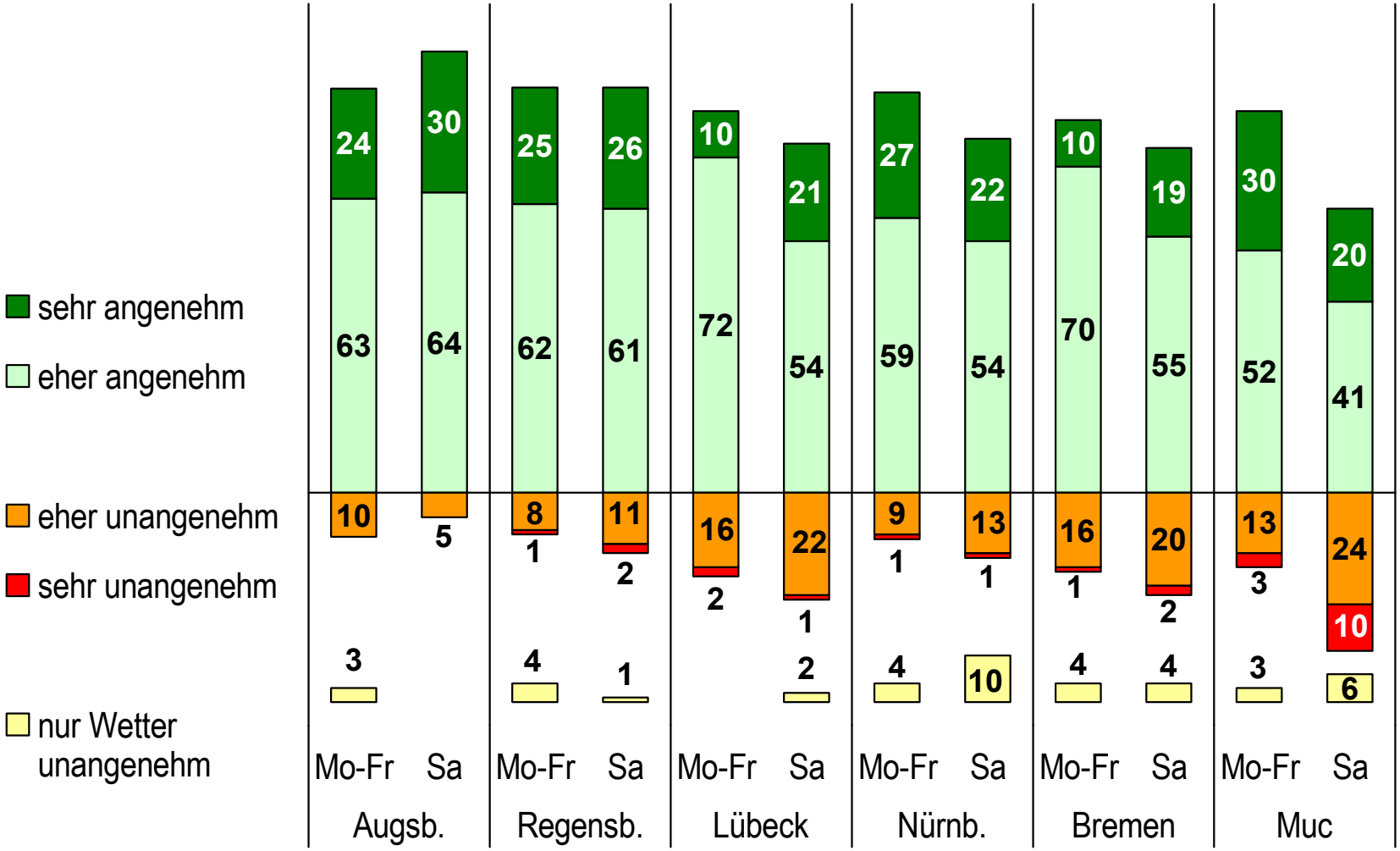
Bewertung der Innenstadt als Ort der Kunst und Kultur



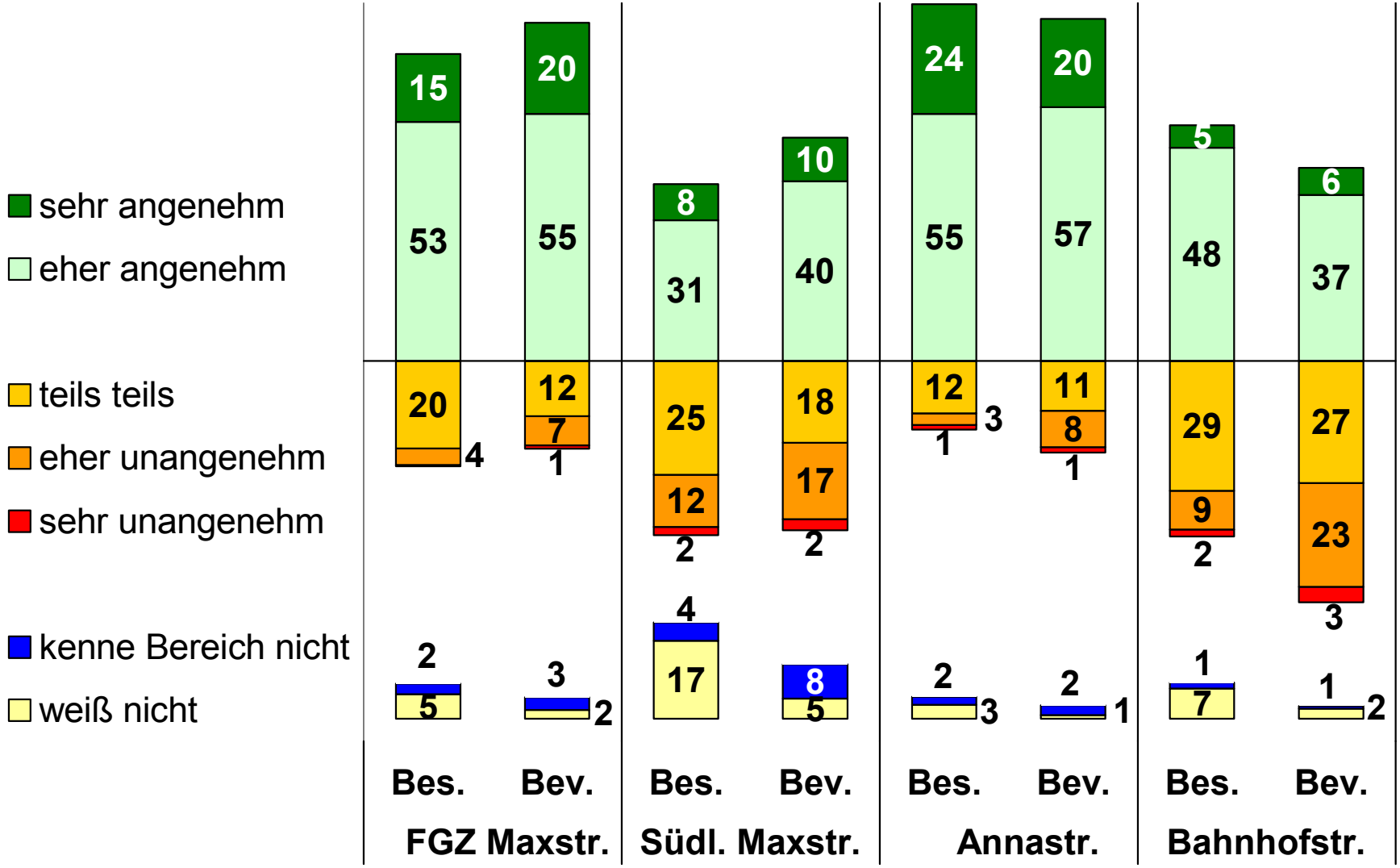
Haushaltsbefragung: Finden Sie, dass die Augsburger Innenstadt historisches Flair ausstrahlt u. sich als Stadt der Kunst & Kultur präsentiert? Ist es Ihnen eher wichtig oder unwichtig, dass sich die Augsburger Innenstadt als Kunst- und Kulturstadt präsentiert?

Bewertung des Fußweges

(Passantenbefragung)

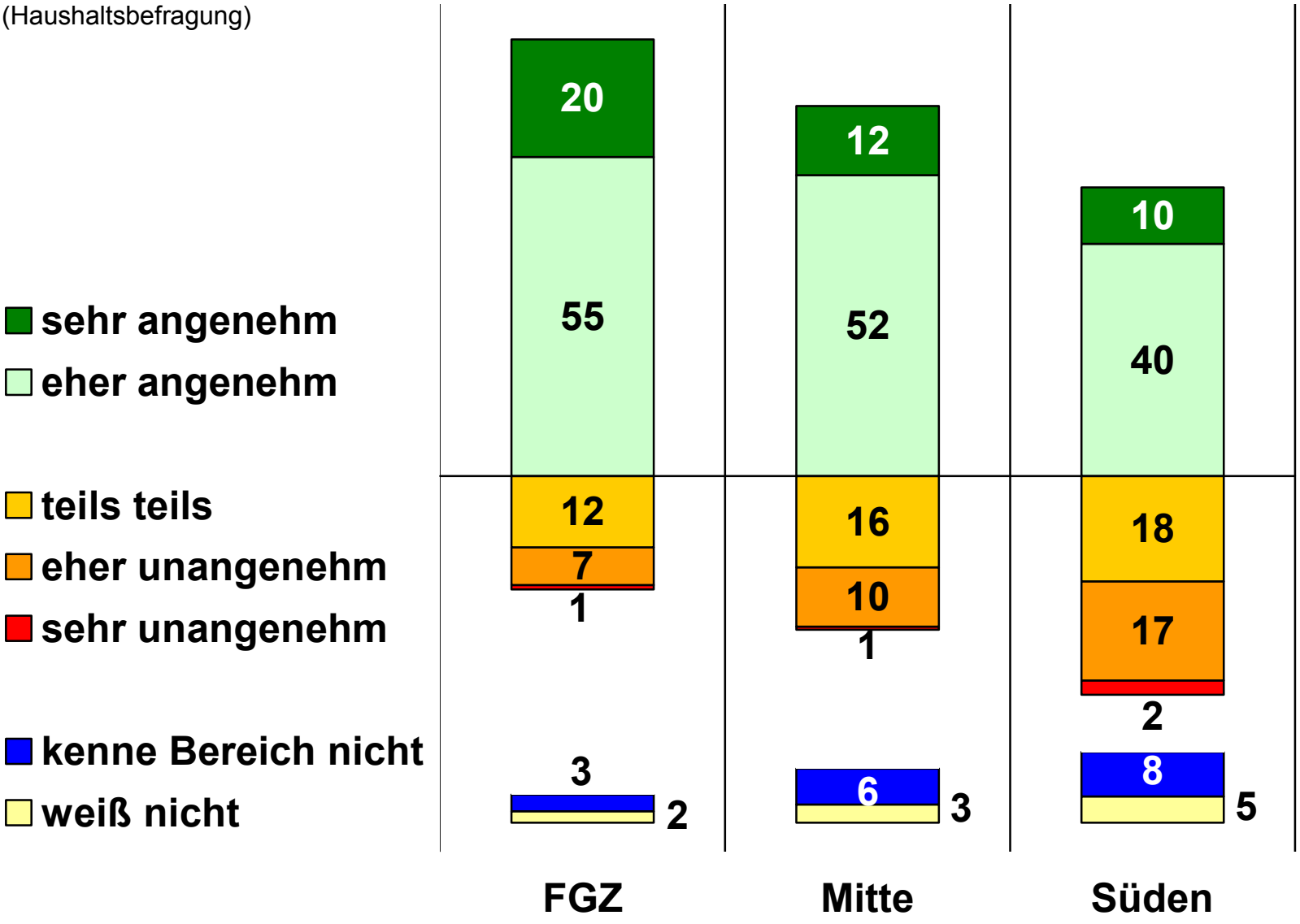


Vergleich Aufenthaltsqualität: Besucher zu Bevölkerungsbefragung



Aufenthaltsqualität in der Maximilianstraße

(Haushaltsbefragung)



Warum der Aufenthalt in der Maximilianstraße unangenehm ist

(Haushaltsbefragung)

	FGZ	Mitte	Süden
Autoverkehr	31	54	38
zu weitläufig, öde, nichts los, zugig	25	26	43
unattraktiver Einzelhandel	19	16	23
Atmosphäre	11	16	11
Straßenbahn	13	10	4
zu wenig Grün	8	7	6
Lärm	5	6	8
Gedränge	12	3	4
unattraktive Gastronomie	4	5	7
bauliches Erscheinungsbild	6	3	2
allg. Publikum	3	4	2
keine Sitzgelegenheiten	2	3	3
Penner, Drogenabhängige	3	2	1
ungepflegt/schmutzig	2	1	1
Radler	1	1	0
sonstiges	6	4	5
weiß nicht	3	1	4

Falls Maxstraße insgesamt angenehm: Was ist trotzdem unangenehm?

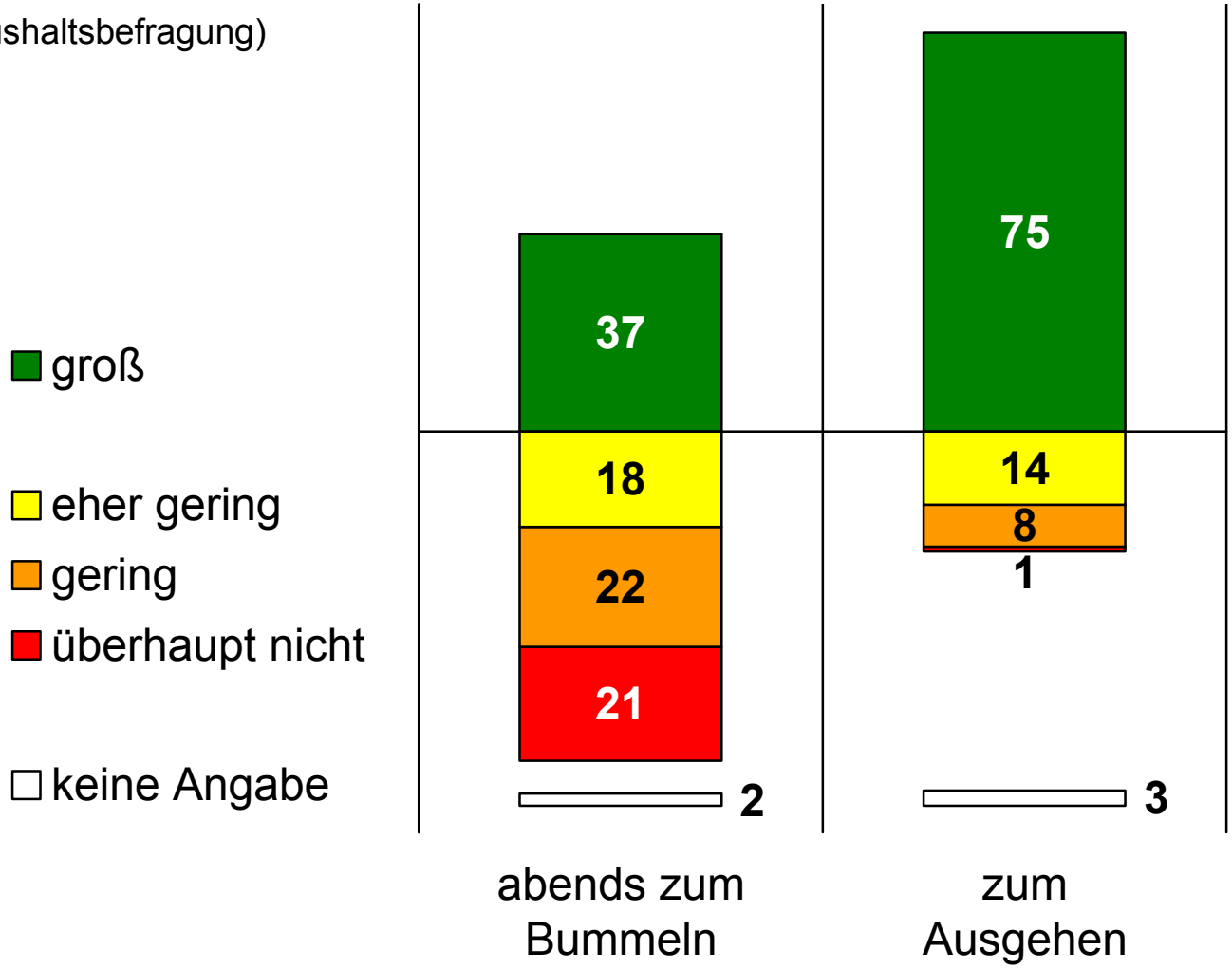
nichts/weiß nicht	61
Autoverkehr	15
zu wenig Grün	5
keine Sitzgelegenheiten	3
unattraktive Gastronomie	2
ungepflegt/schmutzig	2
unattraktiver Einzelhandel	2
Straßenbahn	1
bauliches Erscheinungsbild	1
zu weitläufig, öde, nichts los	1
Gedränge	1
Lärm	1
Atmosphäre	1
allg. Publikum	1
sonstiges	3

Haushaltsbefragung, falls mittlere Maxstraße angenehm:

Gibt es auch Dinge, die Ihnen in der mittleren Maximilianstraße unangenehm sind und verbessert werden sollten?

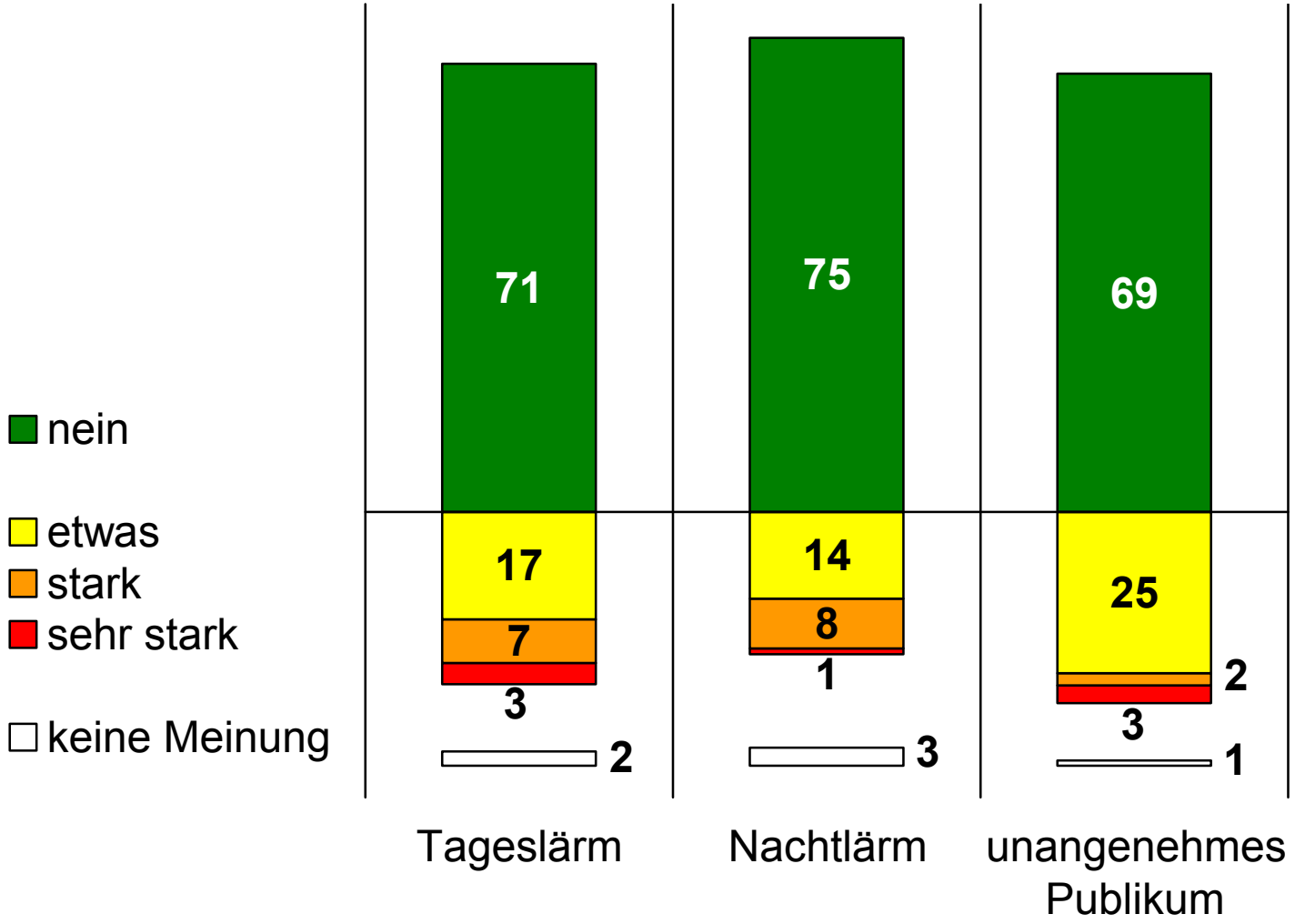
Innenstadtbewohner: Bedeutung der Innenstadt zum Bummeln und Ausgehen am Abend

(Haushaltsbefragung)



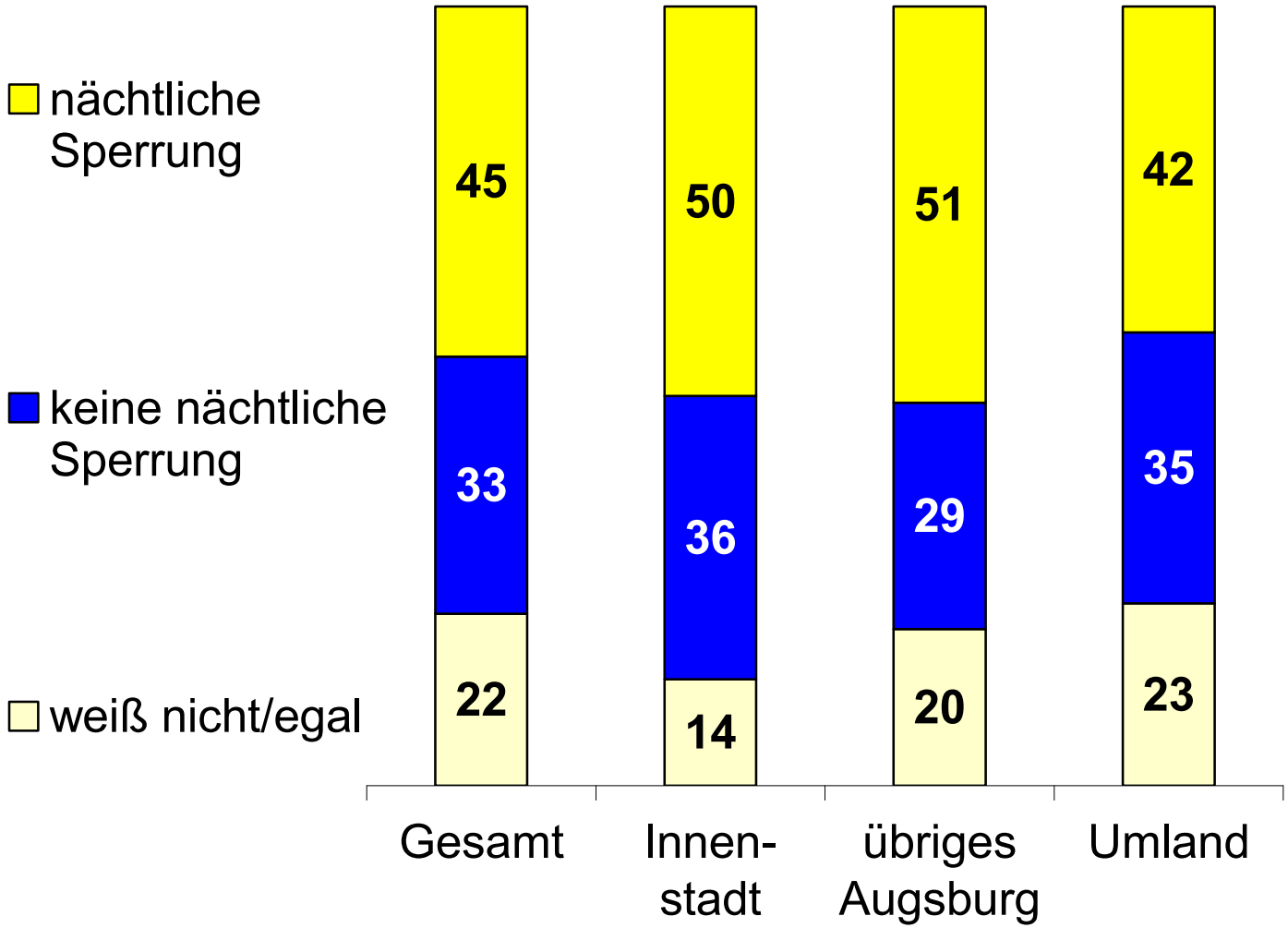
Innenstadtbewohner: Störung durch Lärm und unangenehmes Publikum

(Haushaltsbefragung)



Meinung zu den Autokorsos

In der Maximilianstraße fanden im Sommer Autokorsos durch Jugendliche statt. Eine Zeitlang durften deshalb nach 22.00 Uhr nur noch Anwohner in die Maximilianstraße fahren. Anwohner wurden dadurch nicht mehr durch Lärm belästigt. Einzelne Gastronomen klagten jedoch seitdem über Umsatzeinbußen. Welche Regelung würden Sie in Zukunft bevorzugen? (Haushaltsbefragung)

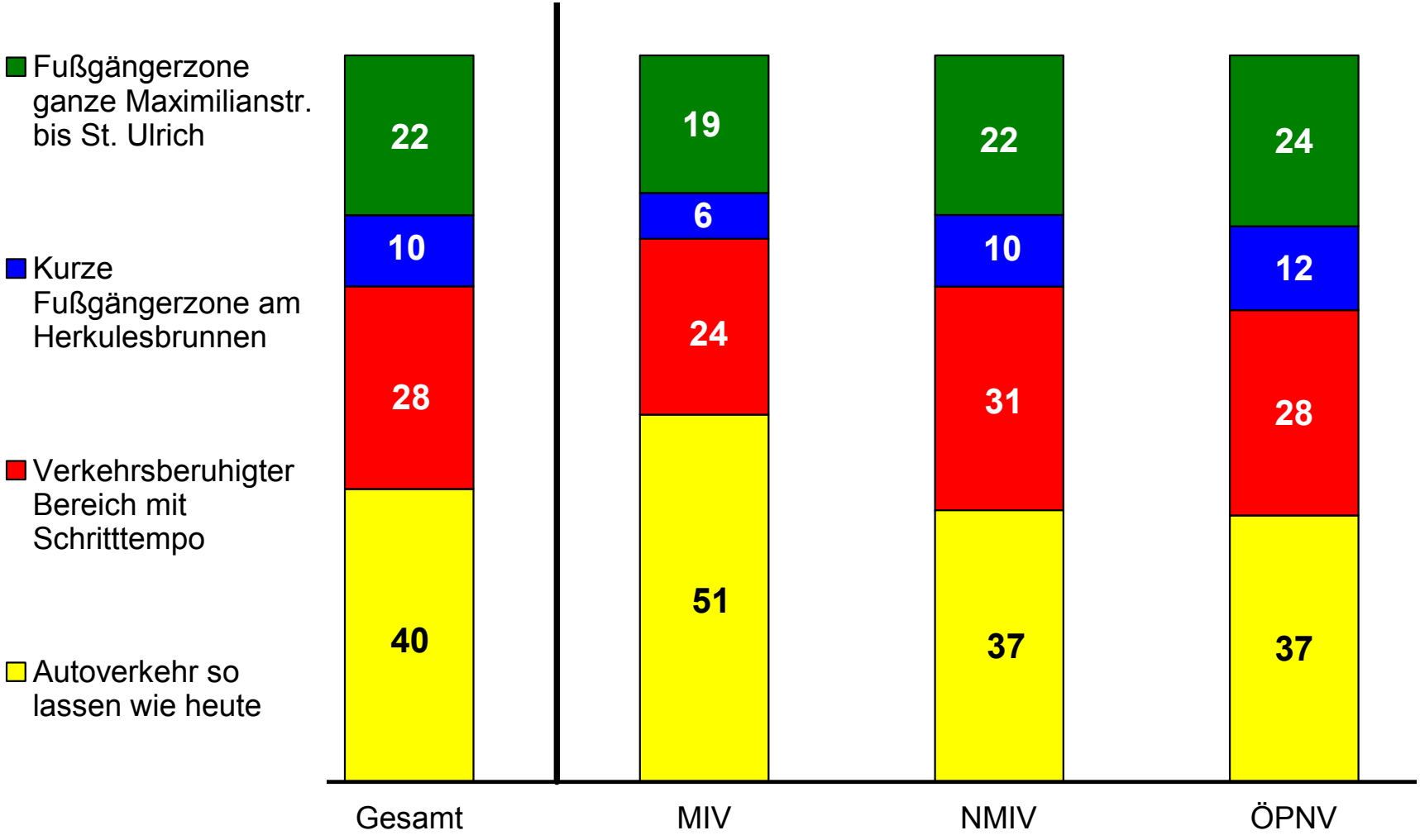


Anteil der Innenstadtbesucher, die bisher für Autos zugängliche Einkaufsstraßen lieber als Fußgängerstraßen hätten

	gesamt	Wohnort		
		Augsburg	Umland	Sonstige
Innenstadt allgemein	65	67	61	62
Bahnhofstraße	45	49	41	41
Karolinenstraße	52	56	43	51
Mittlere Maximilianstr.	52	56	47	49

Befragung der Besucher der Großbetriebe Okt./Nov. 2003
durch Uni Bayreuth

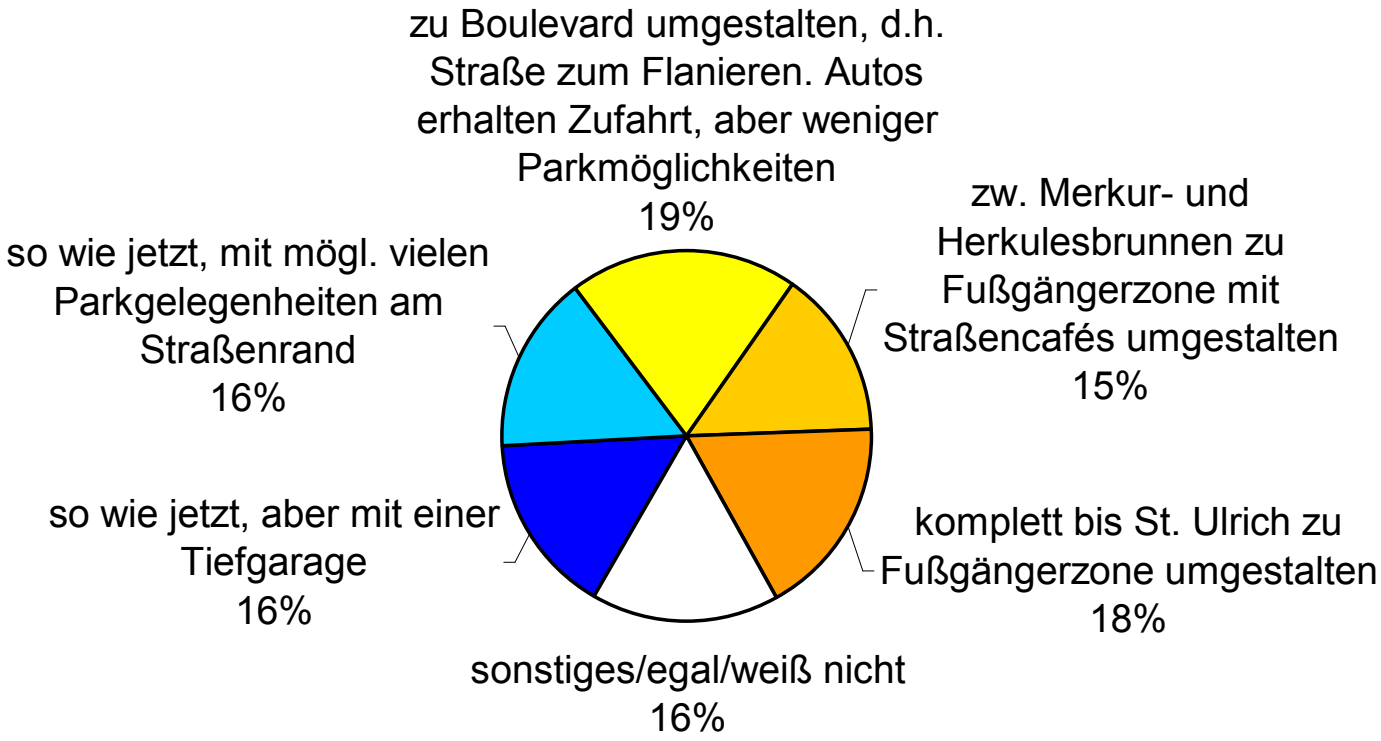
Gewünschte Entwicklung Maxstraße (besucherrepräsentativ)



omniphon

Prof. Dr. Rolf Monheim

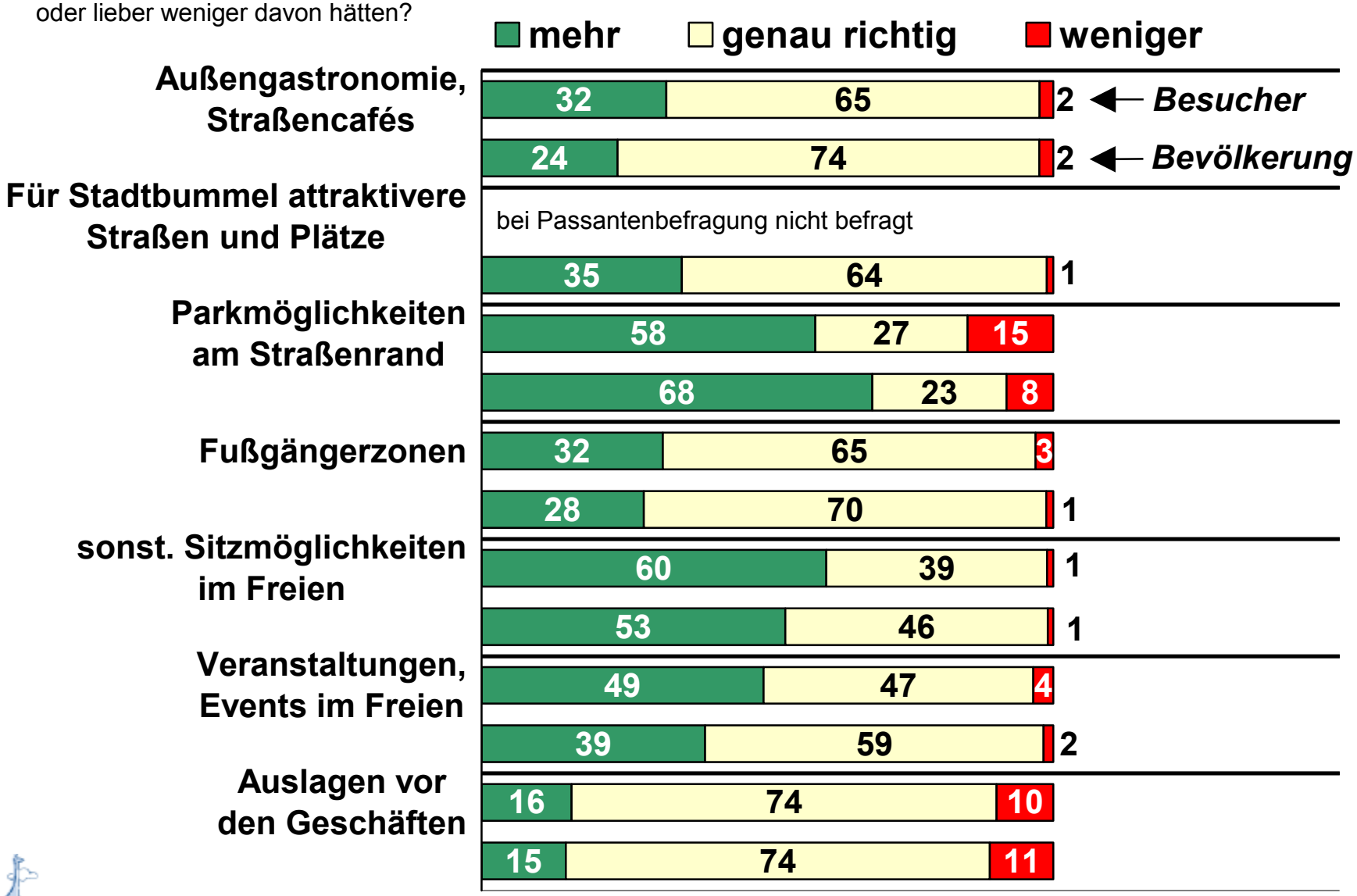
Gewünschte Entwicklung Maxstraße (bevölkerungsrepräsentativ)



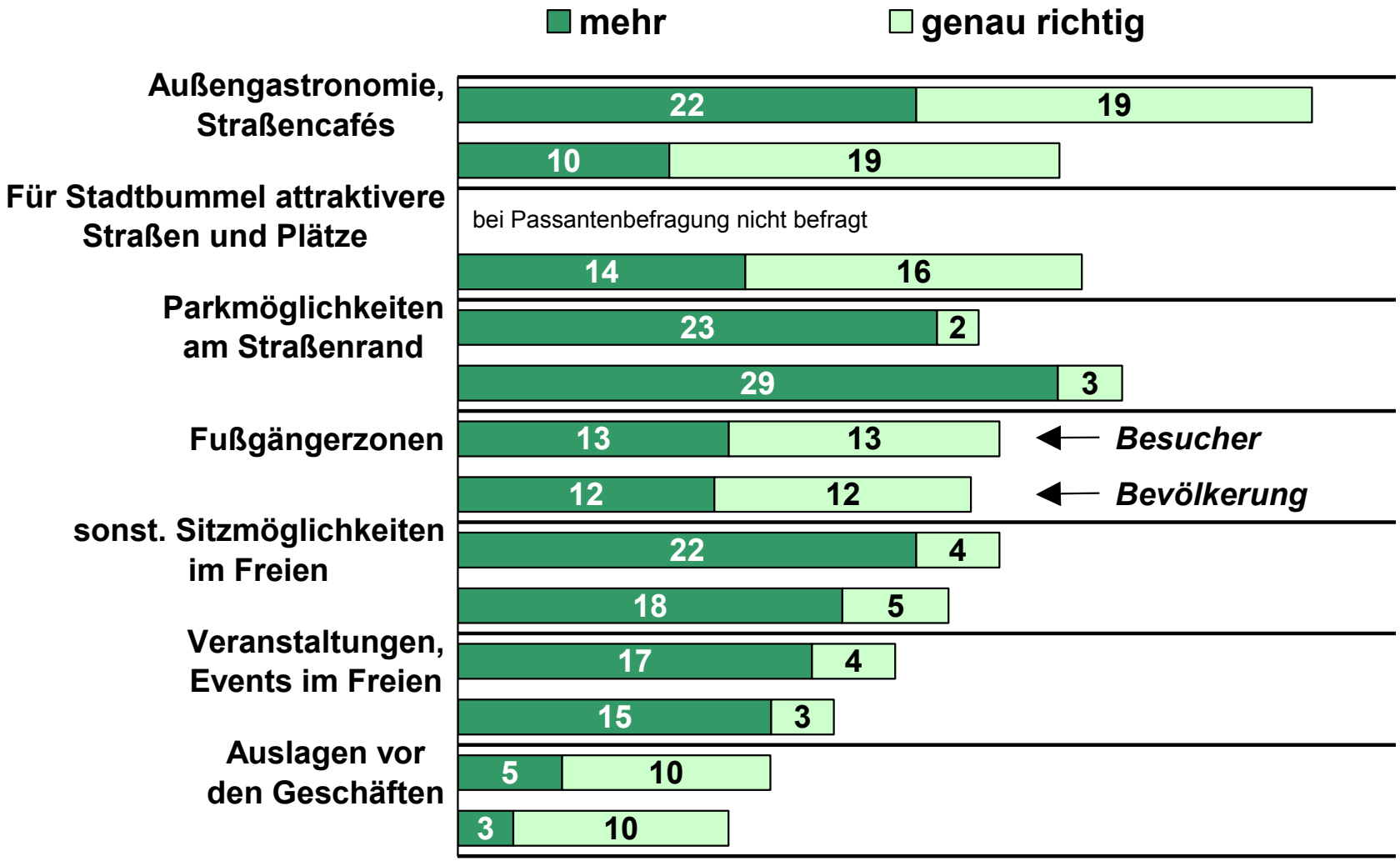
möglichst viele Parkplätze weniger/keine Parkplätze

Gewünschte Entwicklung ausgewählter Merkmale

Die Attraktivität der AI für ihre Besucher wird durch verschiedene Dinge beeinflusst. Können Sie mir bitte für einige Gesichtspunkte sagen, ob diese in ihrer jetzigen Form Ihren persönlichen Wünschen entsprechen, ob Sie lieber mehr oder lieber weniger davon hätten?



omniphon

Gewünschte Entwicklung, falls Merkmal besonders wichtig

(Haushalts- und Passantenbefragung)