Onlinebefragung

Anstoß eines Zentrenmanagements für die Innenstadt von Gütersloh

Auswertung der Online-Befragung

Onlinebefragung zur Gütersloher Innenstadt

Prozess zum Anstoß eines Zentrenmanagements

Wie soll die Gütersloher Innenstadt in Zukunft aussehen und was muss sie alles bieten?

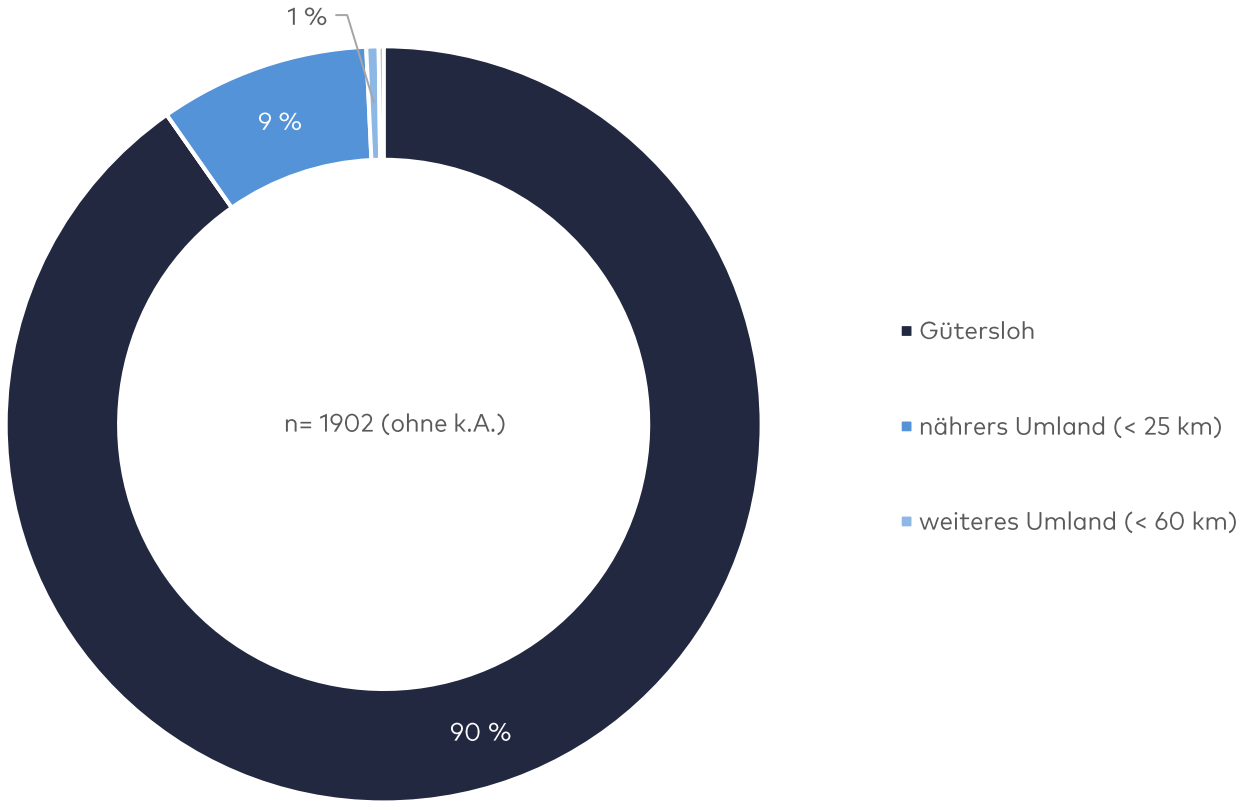
- Das Planungsbüro Stadt + Handel wurde von der Stadt Gütersloh mit dem Anstoßprozess eines Zentrenmanagements für die Gütersloher Innenstadt beauftragt.
- Um die Innenstadt für die Zukunft optimal aufzustellen, galt es die Einschätzung, Wahrnehmung, Wünsche und Vorstellungen der Bevölkerung zu erfragen.
- Eine Teilnahme an der Online Befragung war bis zum 31.01.2023 möglich.

Demografie

Herkunft | Alter | Geschlecht

Herkunft

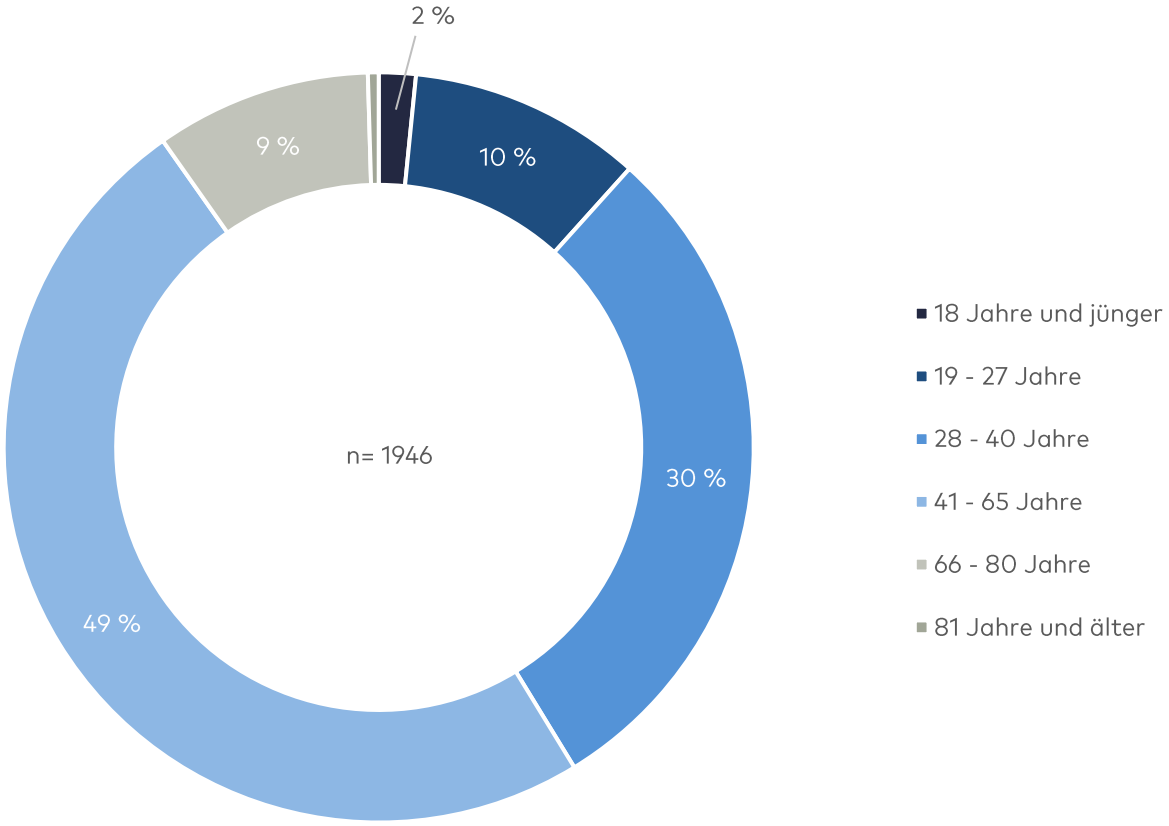
„Wie lautet die Postleitzahl Ihres Hauptwohnsitzes?



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023; n= 1.900 (ohne k.A.).

Alter

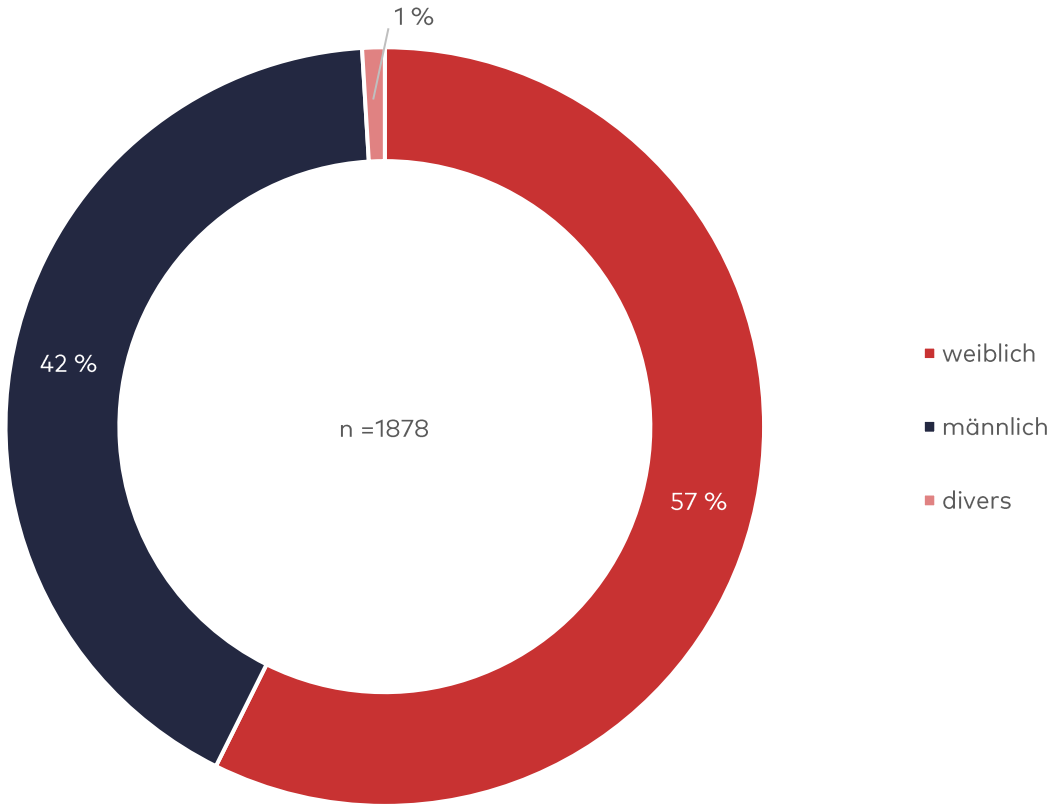
„Welcher Altersgruppe gehören Sie an?“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023; n= 1946 (ohne k.A.).

Geschlecht

„Welches Geschlecht haben Sie?“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023; n= 1878 (ohne k.A.).

Hauptaussagen

Demografie

- Insgesamt haben **über 2000 Personen** an der Online Befragung teilgenommen.
- Der Großteil der Teilnehmenden kommt aus Gütersloh oder dem näheren Umland (**90%** der Befragten).
- Prozentual haben mehr Frauen (**57%**) als Männer (**49%**) die Befragung durchgeführt. Insgesamt ist aufgrund der geringen Differenz von einer gleichmäßigen Verteilung zu sprechen (divers = 1%).
- Knapp die **Hälfte** der Befragten war zwischen **41-65 Jahre alt** (49%), knapp ein **Drittel** war zwischen **28-40 Jahre alt** (30%).

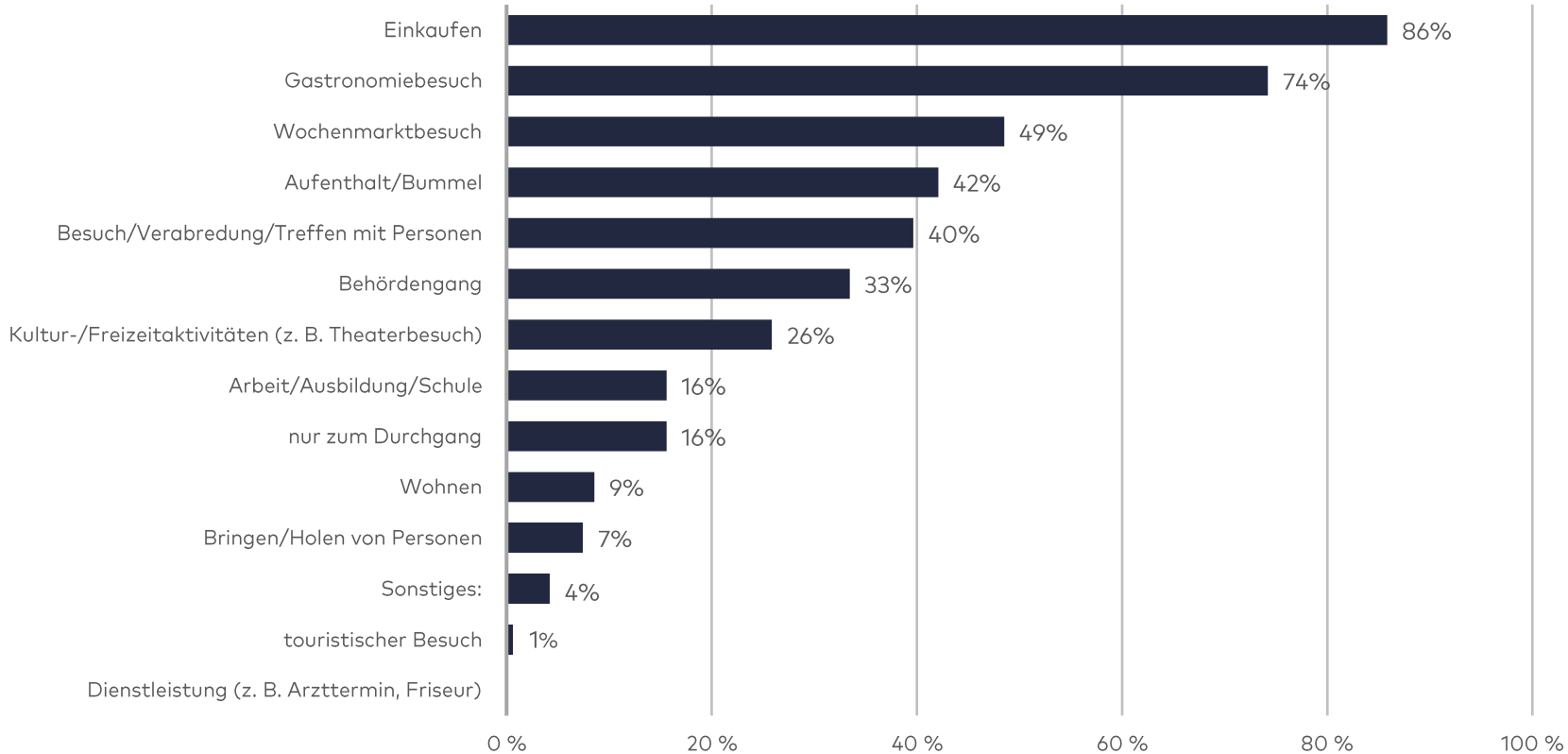
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023;

Innenstadtnutzung

Besuchsgründe | Besonderheiten | Besuchsziele

Besuchsgrund

„Weshalb besuchen Sie üblicherweise die Innenstadt von Gütersloh?“ (Mehrfachantworten möglich)

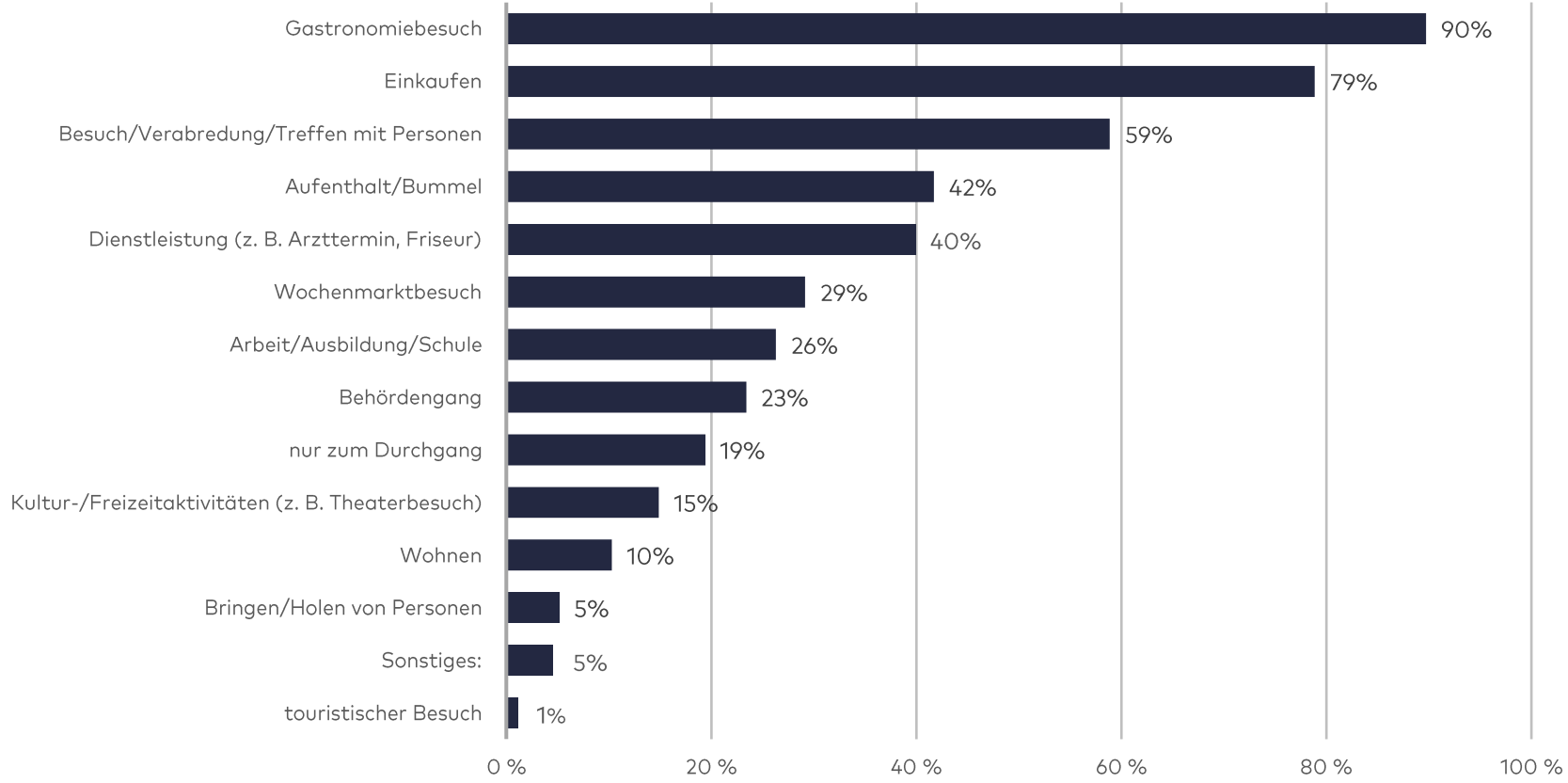


n = 2.000 (Mehrfachantworten möglich)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023; n= 2000 (Mehrfachantworten)

Besuchsgrund <27 Jahre

„Weshalb besuchen Sie üblicherweise die Innenstadt von Gütersloh?“ (Mehrfachantworten möglich)

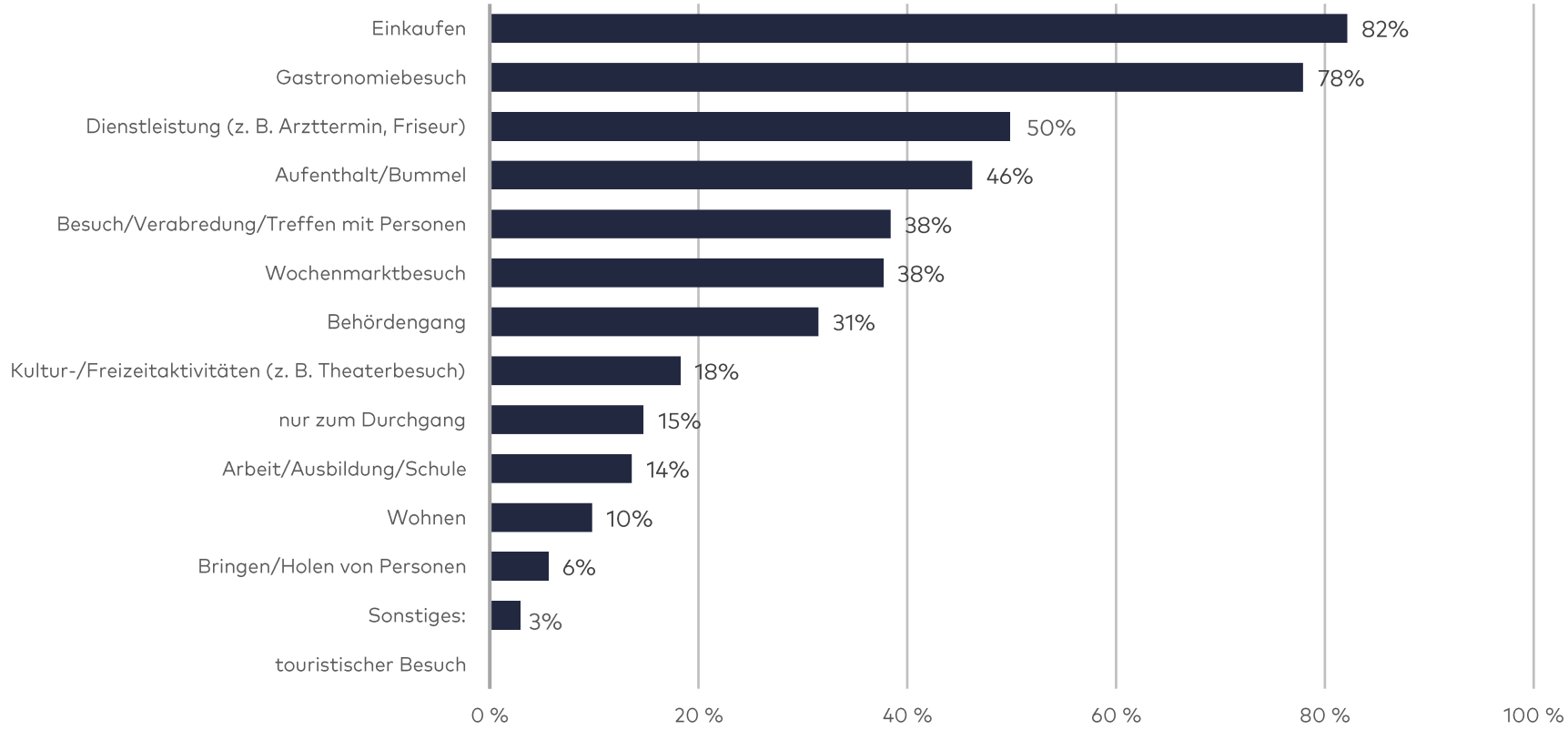


n = 175 (Mehrfachantworten möglich)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023; n= 221 (Mehrfachantworten)

Besuchsgrund 28 - 40 Jahre

„Weshalb besuchen Sie üblicherweise die Innenstadt von Gütersloh?“ (Mehrfachantworten möglich)

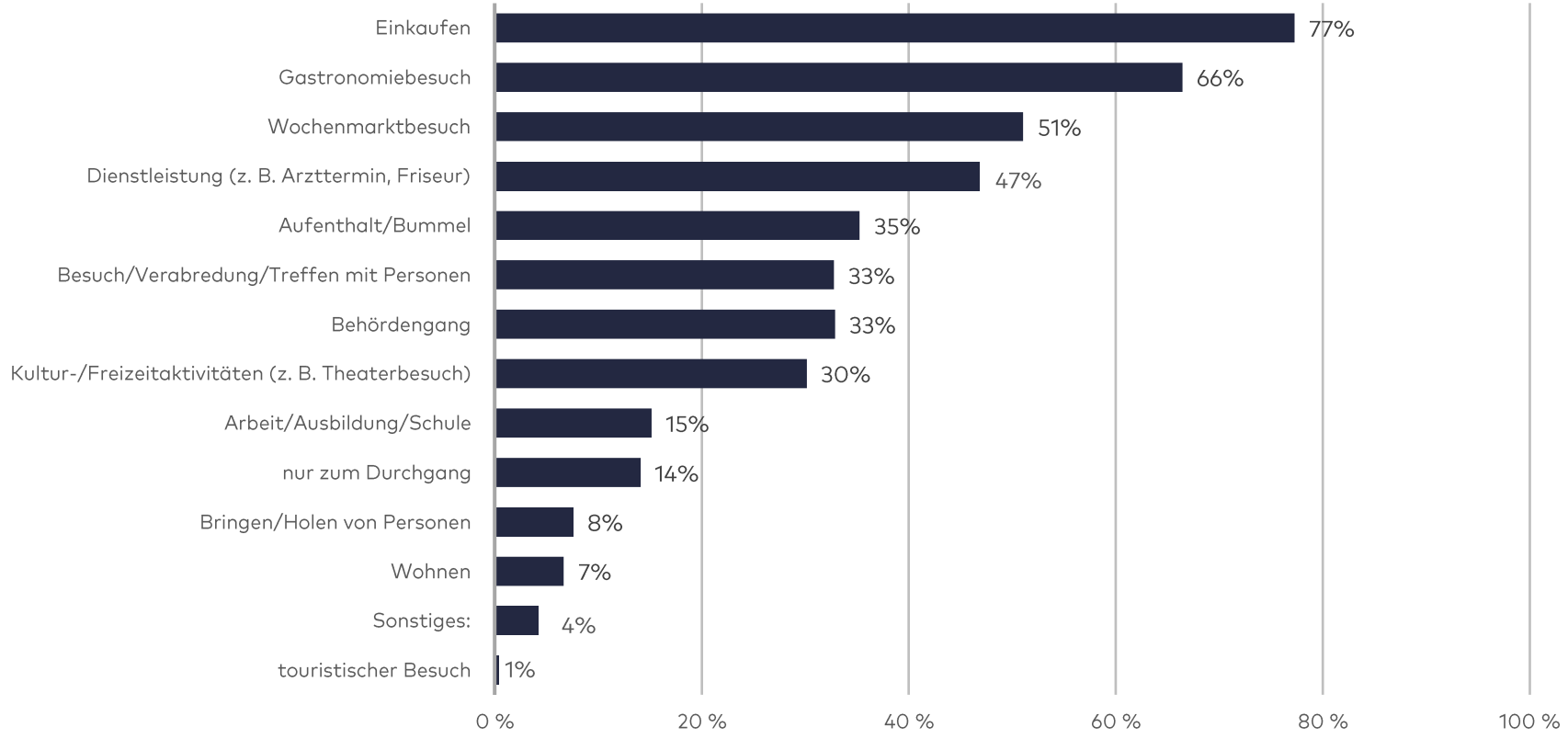


n = 448 (Mehrfachantworten möglich)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023; n= 448 (Mehrfachantworten)

Besuchsgrund 41-65 Jahre

„Weshalb besuchen Sie üblicherweise die Innenstadt von Gütersloh?“ (Mehrfachantworten möglich)

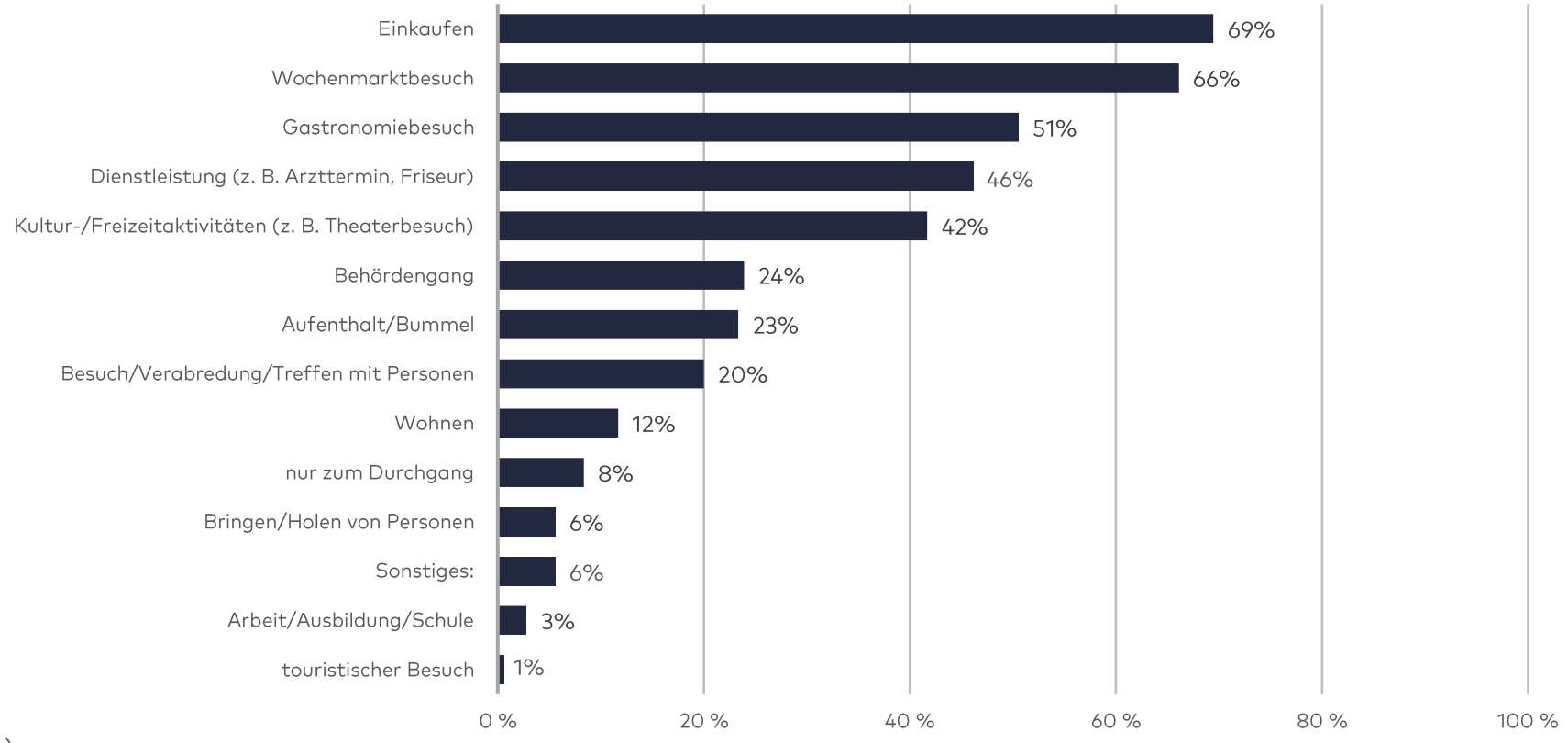


n = 766 (Mehrfachantworten möglich)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023; n= 766 (Mehrfachantworten)

Besuchsgrund 66+ Jahre

„Weshalb besuchen Sie üblicherweise die Innenstadt von Gütersloh?“ (Mehrfachantworten möglich)

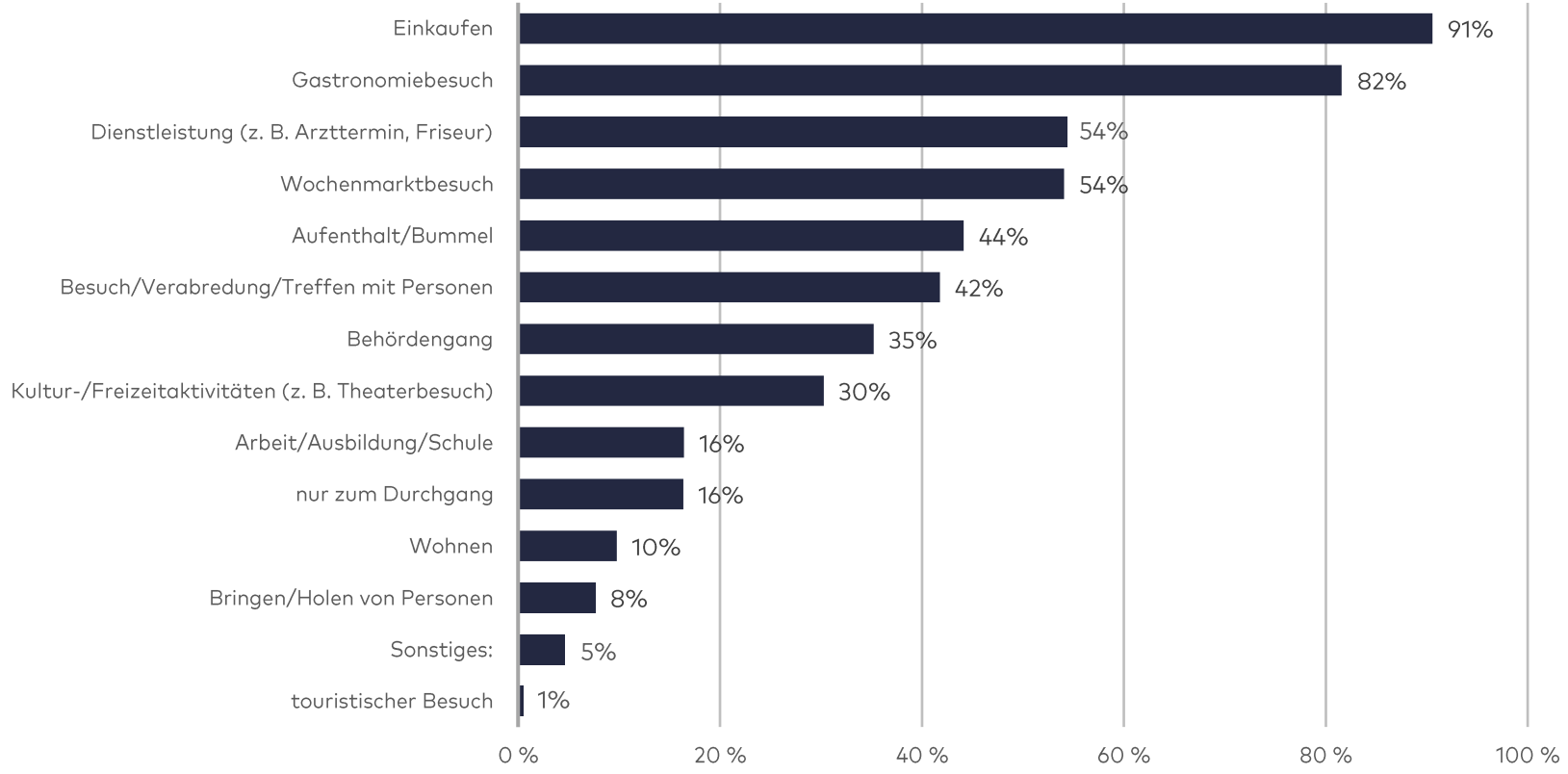


n = 180 (Mehrfachantworten möglich)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023; n= 180 (Mehrfachantworten)

Besuchsgrund (Gütersloher)

„Weshalb besuchen Sie üblicherweise die Innenstadt von Gütersloh?“ (Mehrfachantworten möglich)

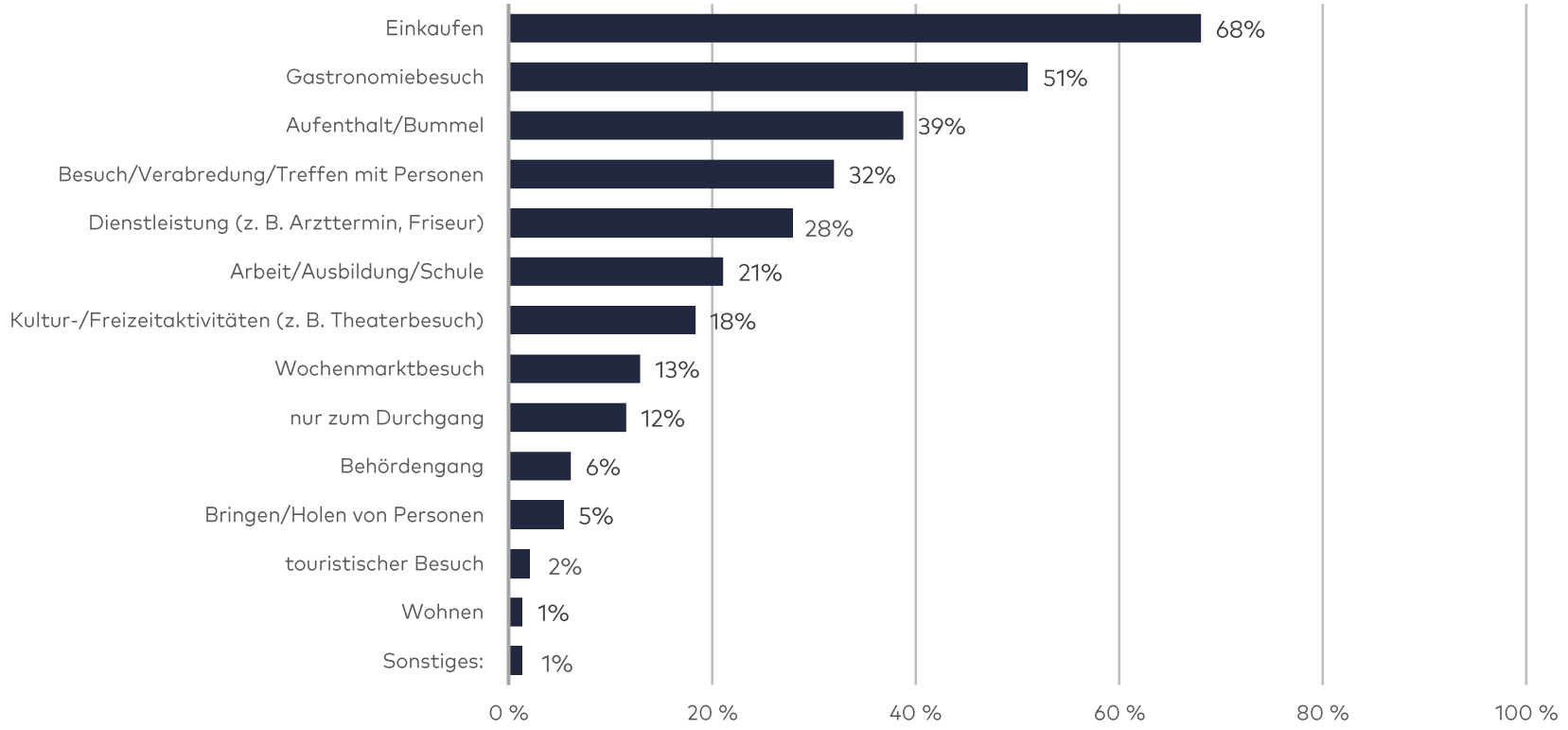


n = 1400 (Mehrfachantworten möglich)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023; n= 1400 (Mehrfachantworten)

Besuchsgrund (Nicht-Gütersloher)

„Weshalb besuchen Sie üblicherweise die Innenstadt von Gütersloh?“ (Mehrfachantworten möglich)

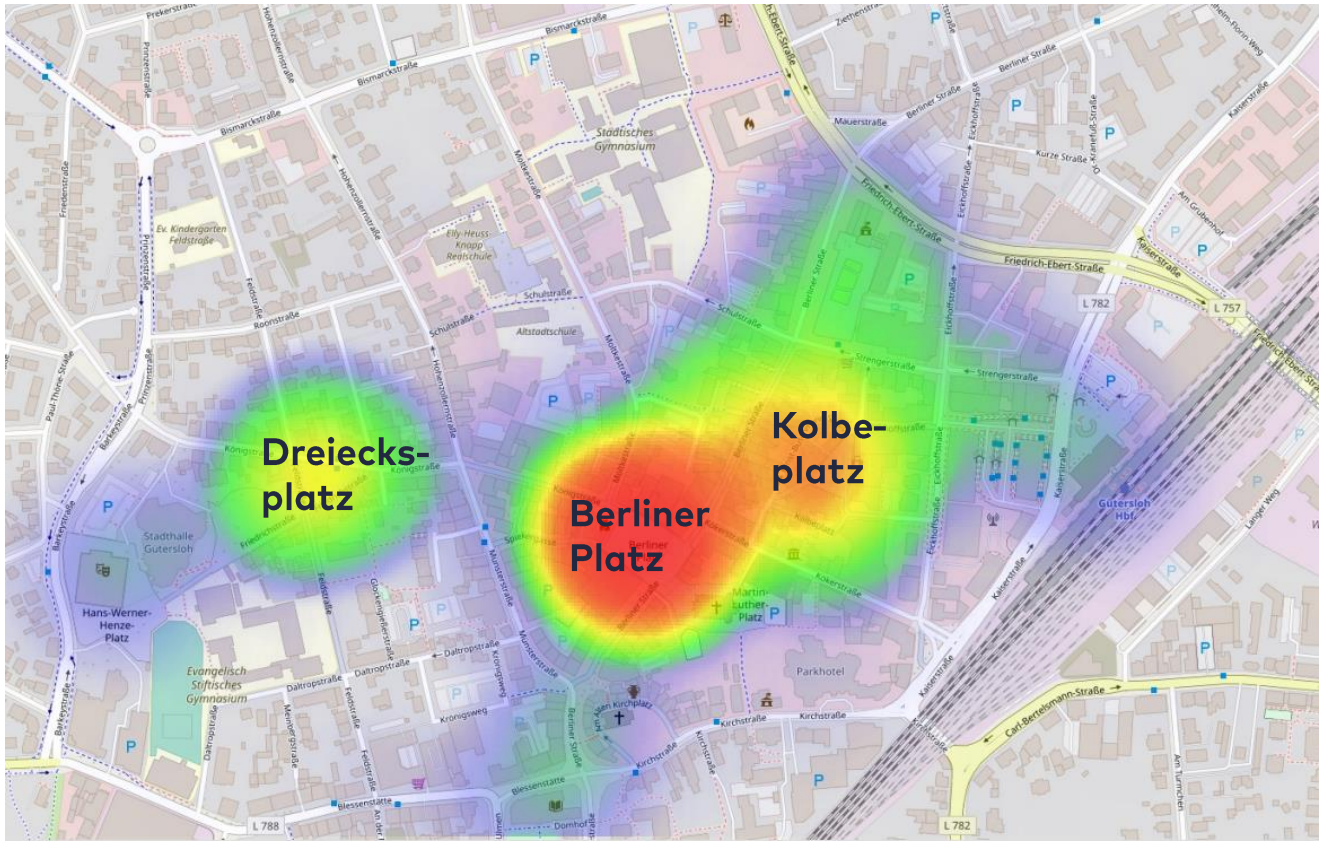


n = 147 (Mehrfachantworten möglich)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023; n= 8032 (Mehrfachantworten)

Besuchsorte

„Welche sind Ihre wesentlichen Ziele, wenn Sie die Gütersloher Innenstadt aufsuchen?“ (max. 3 Orte auswählbar)



geringste Anzahl an Nennungen

höchste Anzahl an Nennungen

n = 4.114

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023; n= 4114

Besonderheiten (Gütersloher)

„Was ist das Besondere an der Gütersloher Innenstadt?“

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023; n= 1900 (Mehrfachantworten)

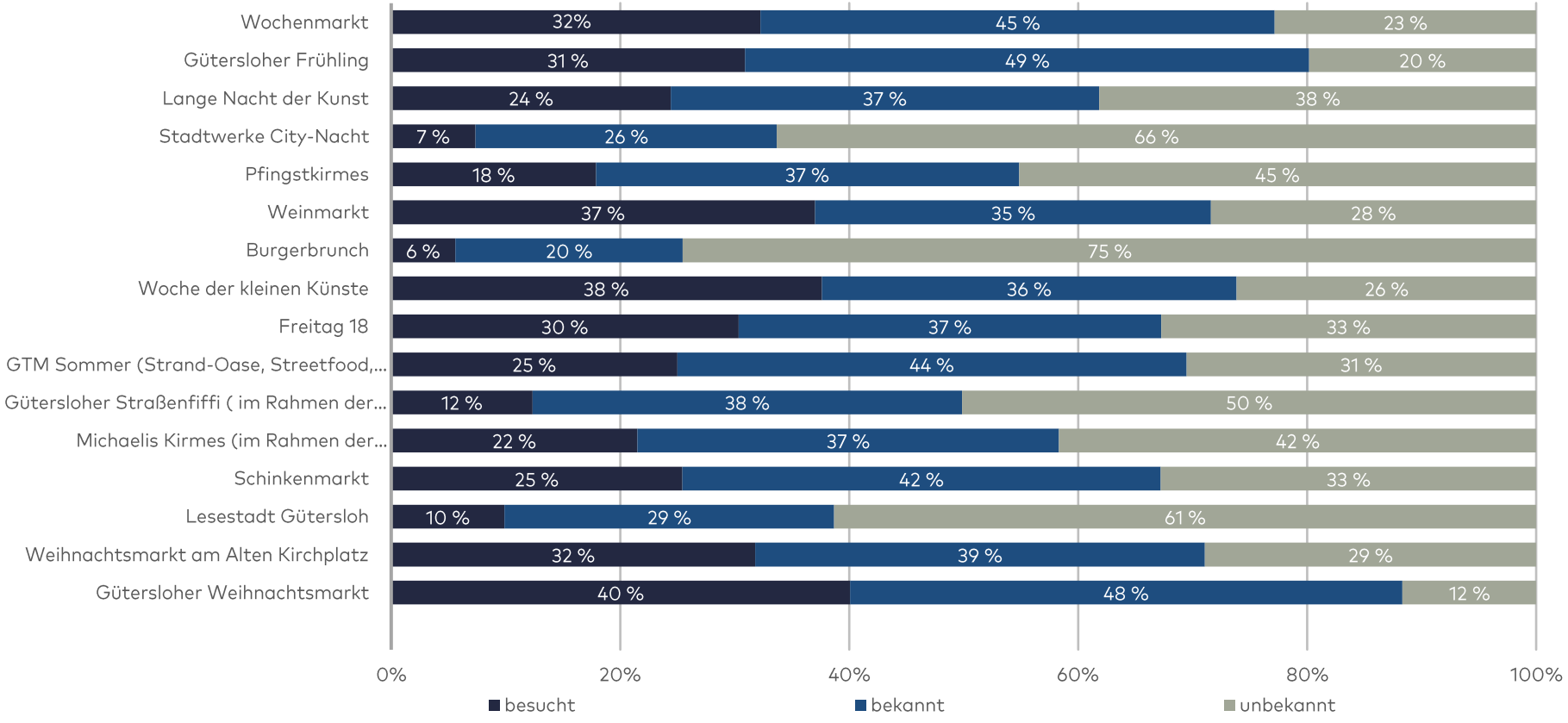
Besonderheiten (Besucher)

„Was ist das Besondere an der Gütersloher Innenstadt?“

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023; n= 171 (Mehrfachantworten)

Besuchsziele und Veranstaltungen

„Welche Veranstaltungen besuchen Sie regelmäßig in der Gütersloher Innenstadt?“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023; n= 2260 (Mehrfachantworten)

Besuchsziele und Veranstaltungen

„Welche Veranstaltungen, die nicht genannt wurden, besuchen Sie außerdem in der Gütersloher Innenstadt?“ (Freie Antwortmöglichkeit)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023; n= 124 (ohne k. A.)

Hauptaussagen

Innenstadtnutzung

- Die Gütersloher Innenstadt wird von den Befragten hauptsächlich zum Einkaufen und für Gastronomiebesuche aufgesucht.
  - Altersspezifische Unterschiede: höhere Bedeutung der Innenstadt als Treffpunkt für jüngere Altersgruppen, zunehmende Bedeutung von Dienstleistungen und Kulturangeboten für ältere Altersgruppen; hohe Bedeutung des Wochenmarktes für über 40jährige, wachsende Bedeutung mit zunehmendem Alter der Befragten.
- Keine eindeutigen Besonderheiten der Innenstadt aus Sicht der Befragten, kurze Wege und Überschaubarkeit und einzelne Orte (Berliner Platz, Dreiecksplatz) werden als Besonderheiten der Innenstadt wahrgenommen.
  - Anteilig weniger Positivnennungen der Befragten aus Gütersloh
- Einige Veranstaltungsformate mit geringer Bekanntheit (z. T. aufgrund enger Zielgruppen / „special-interest-Veranstaltungen“)
- Berliner Platz und der Bereich um den Berliner Platz ist der am häufigsten aufgesuchte Bereich, gefolgt vom Kolbeplatz und dem Dreiecksplatz.

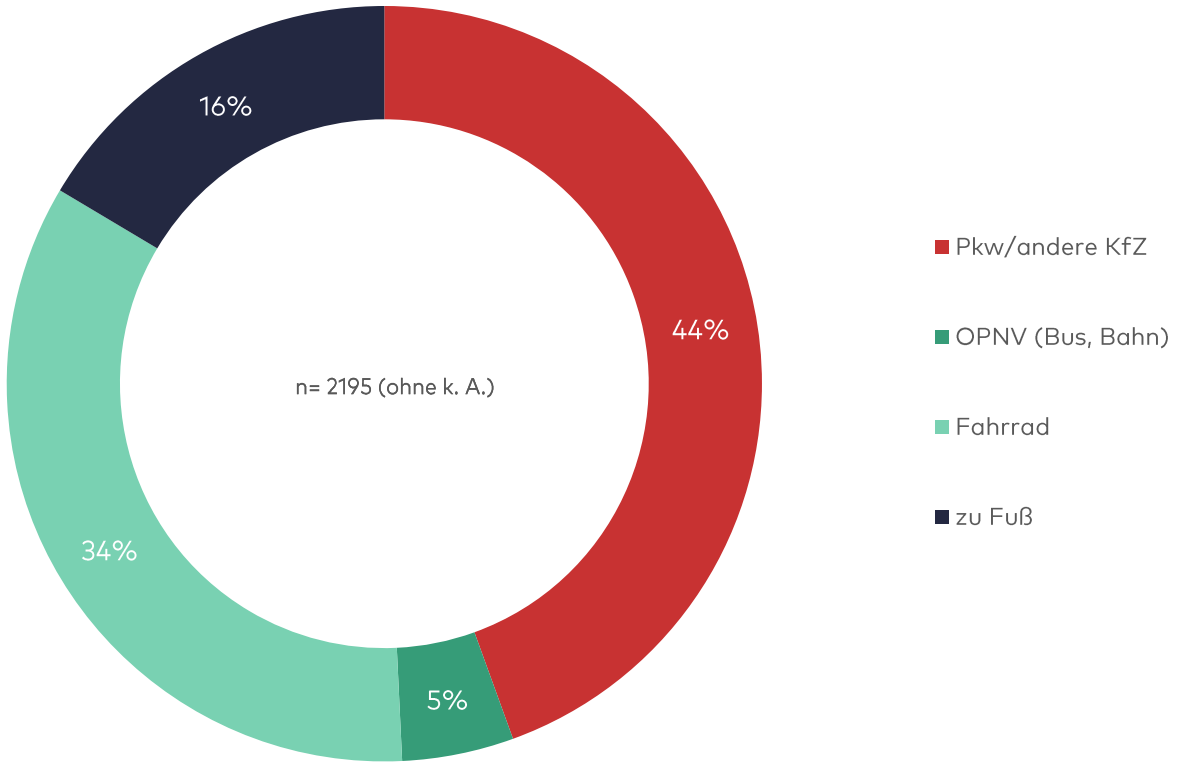
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023;

Fortbewegung

Verkehrsmittel (aktuell und zukünftig)

Verkehrsmittelwahl (heute)

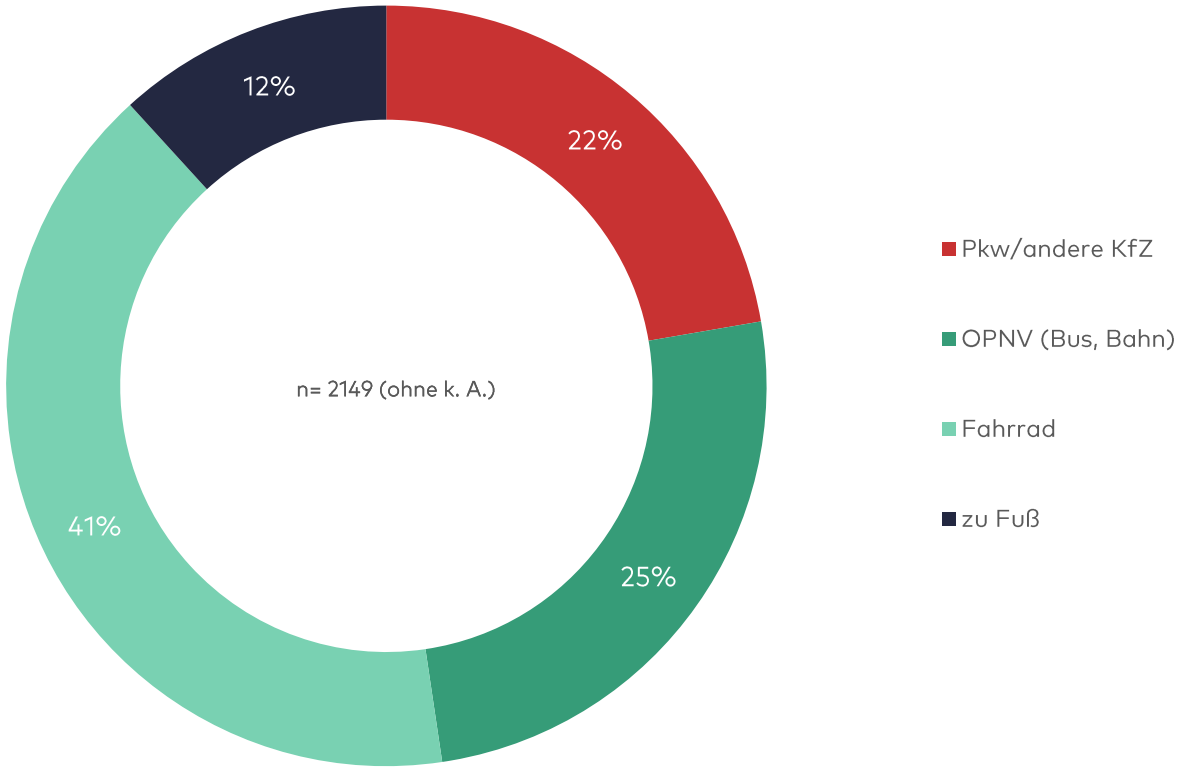
„Welches Verkehrsmittel nutzen Sie am häufigsten, um in die Gütersloher Innenstadt zu gelangen?“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 2035

Verkehrsmittelwahl (Zukunft)

„Ein Blick in die Zukunft: Welches Verkehrsmittel würden Sie gerne am häufigsten nutzen, um in die Gütersloher Innenstadt zu gelangen?“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 2035

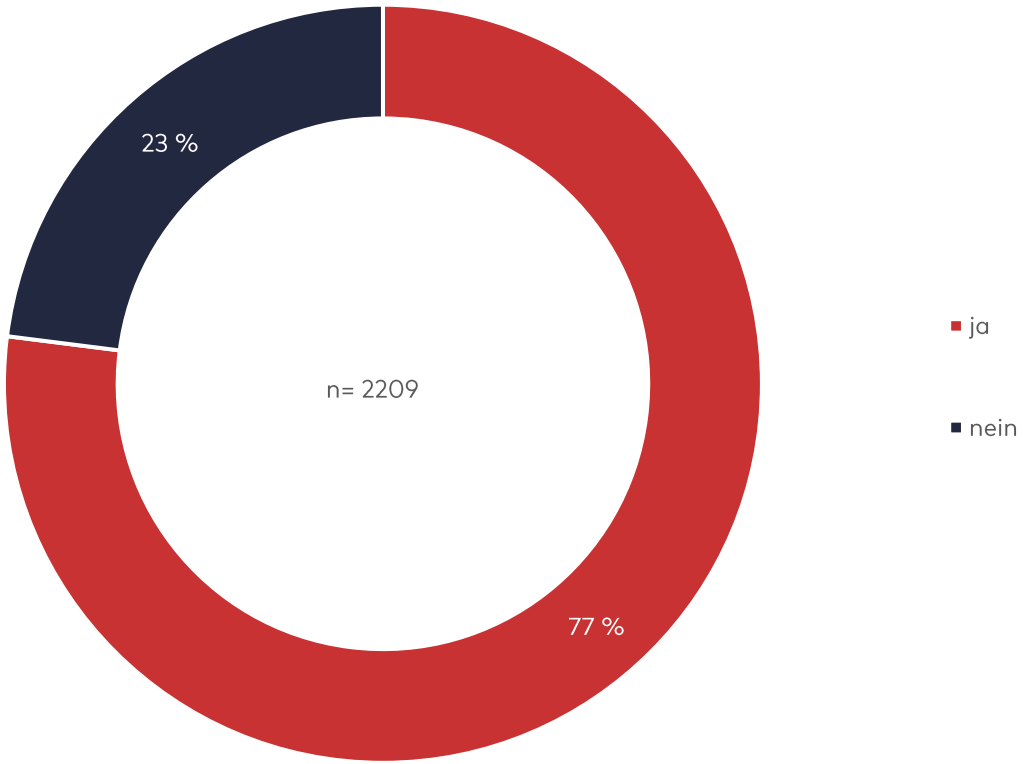
Innenstadtbewertung

+ Ausblick in die Zukunft

Was fehlt | Attribute | Zukunftsthesen

Fehlt was?

„Gibt es Angebote bzw. Nutzungen, die dazu führen würden, dass Sie die Gütersloher Innenstadt häufiger besuchen?“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 2209

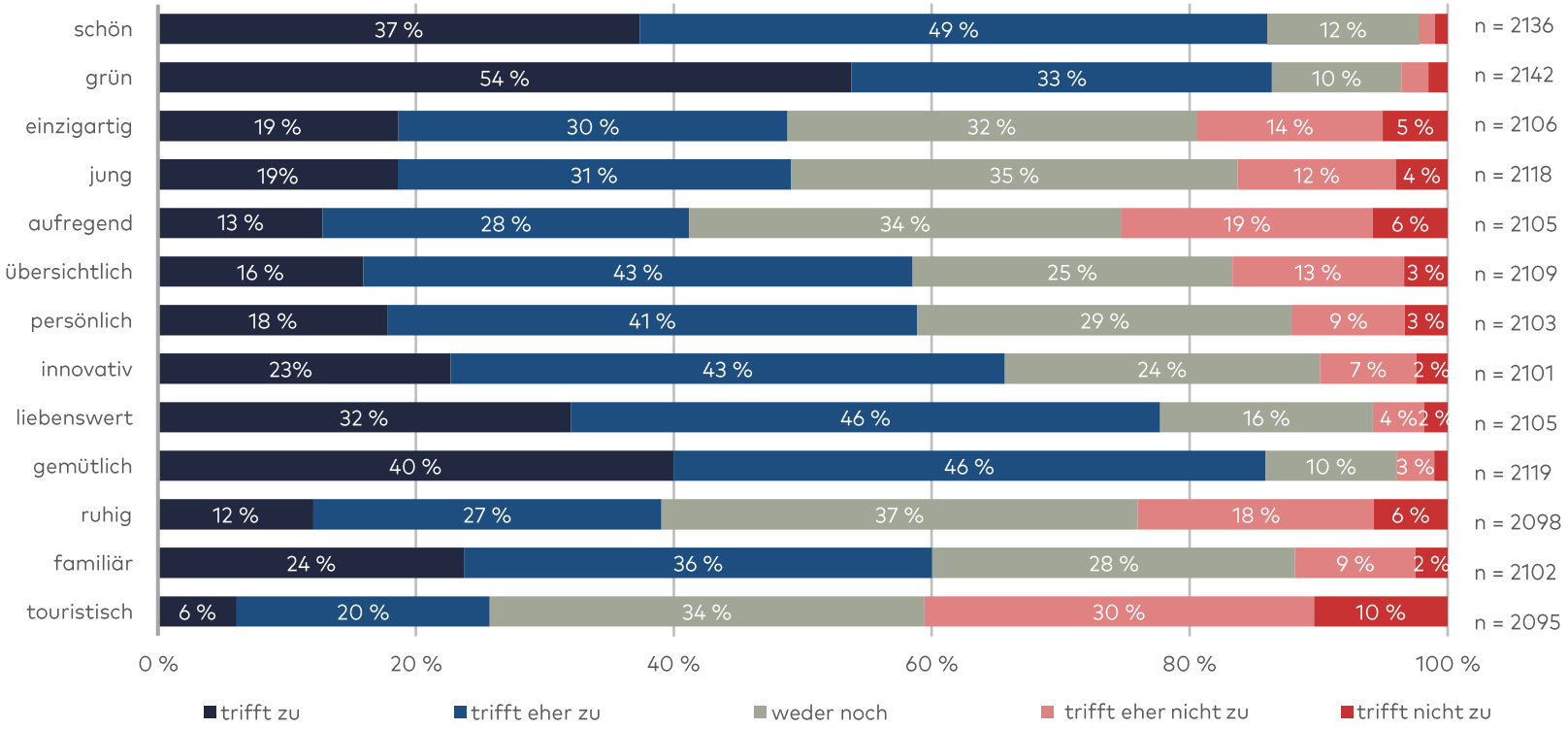
Was fehlt?

„Gibt es Angebote bzw. Nutzungen, die dazu führen würden, dass Sie die Gütersloher Innenstadt häufiger besuchen?“

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 2209

Attribute für die Zukunft

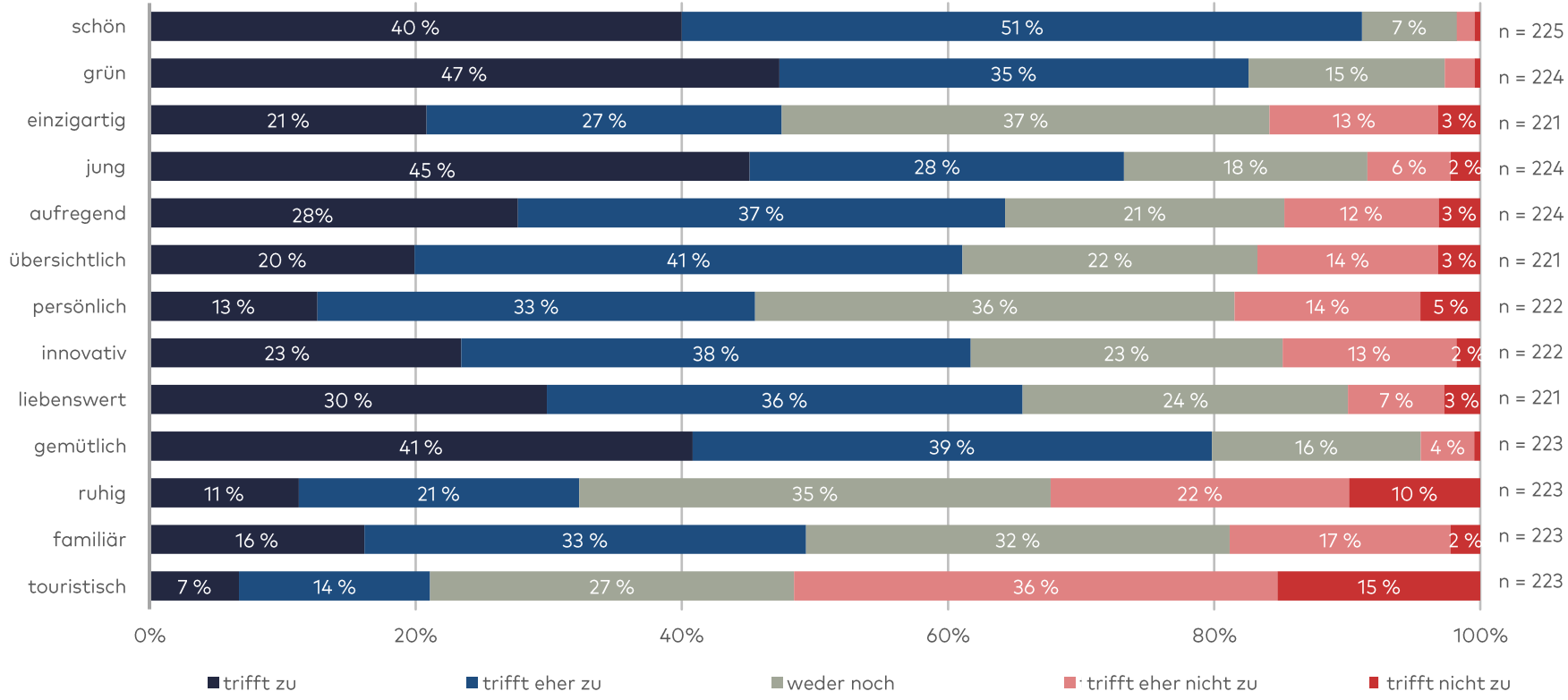
„Wie wichtig sind die folgenden Attribute für die Zukunft der Gütersloher Innenstadt? Bitte kreuzen Sie an.“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 2142

Attribute für die Zukunft (< 27 Jahre)

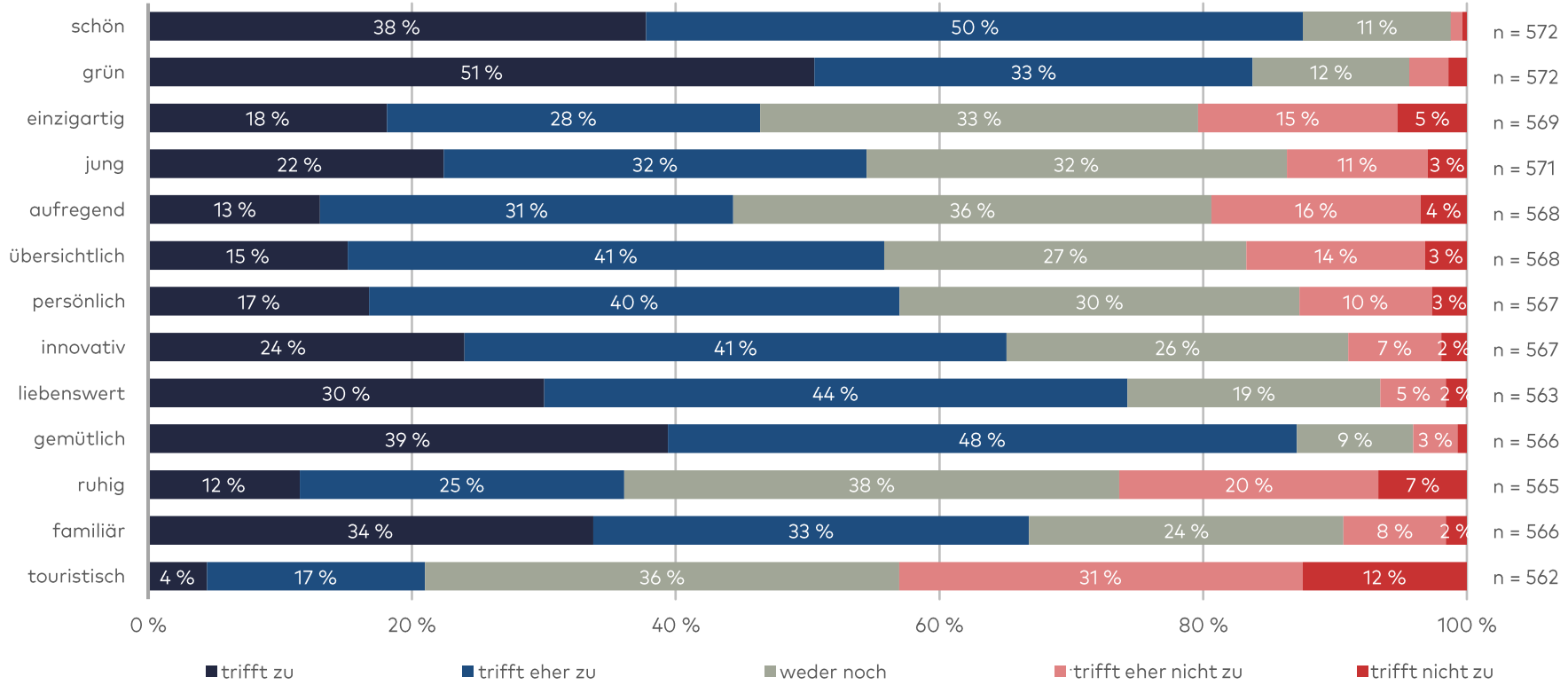
„Wie wichtig sind die folgenden Attribute für die Zukunft der Gütersloher Innenstadt? Bitte kreuzen Sie an.“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 221

Attribute für die Zukunft (28 - 40 Jahre)

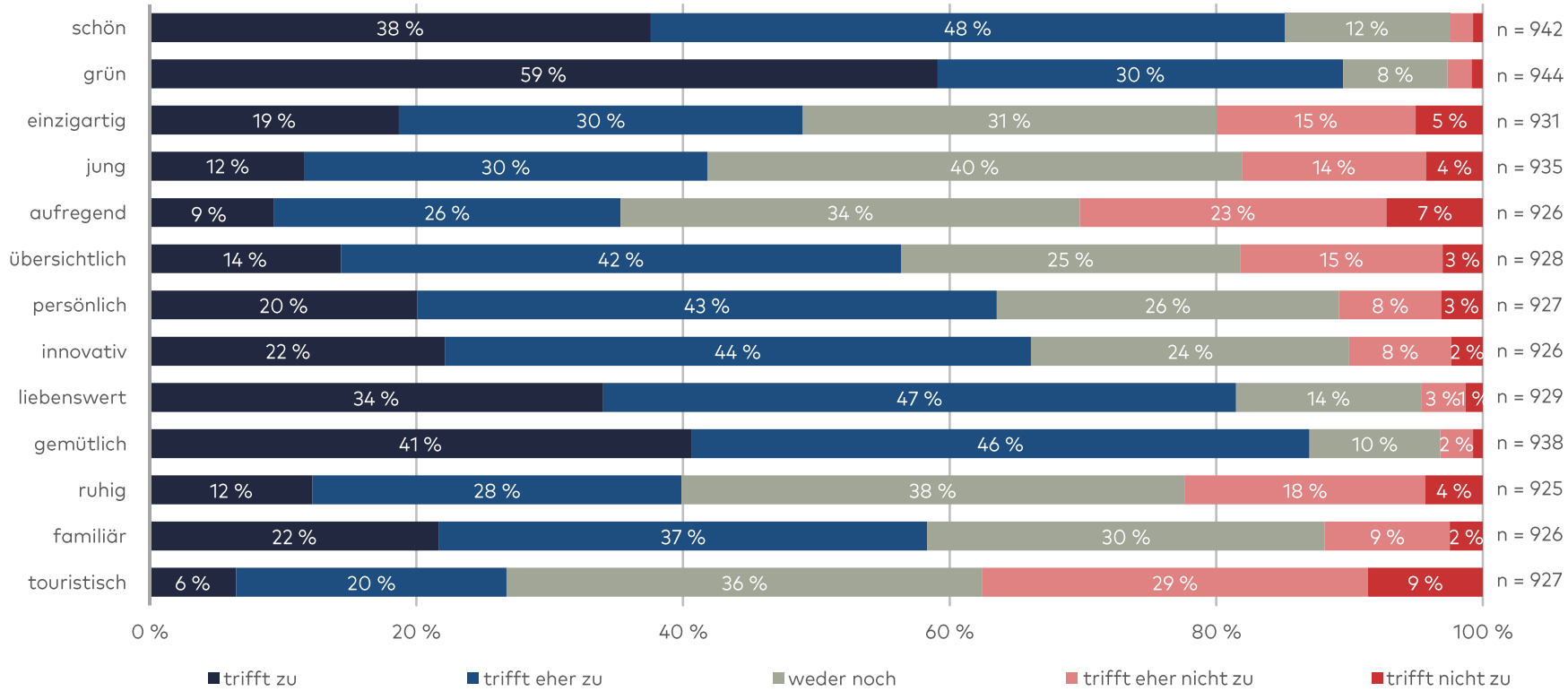
„Wie wichtig sind die folgenden Attribute für die Zukunft der Gütersloher Innenstadt? Bitte kreuzen Sie an.“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 448

Attribute für die Zukunft (41 - 65 Jahre)

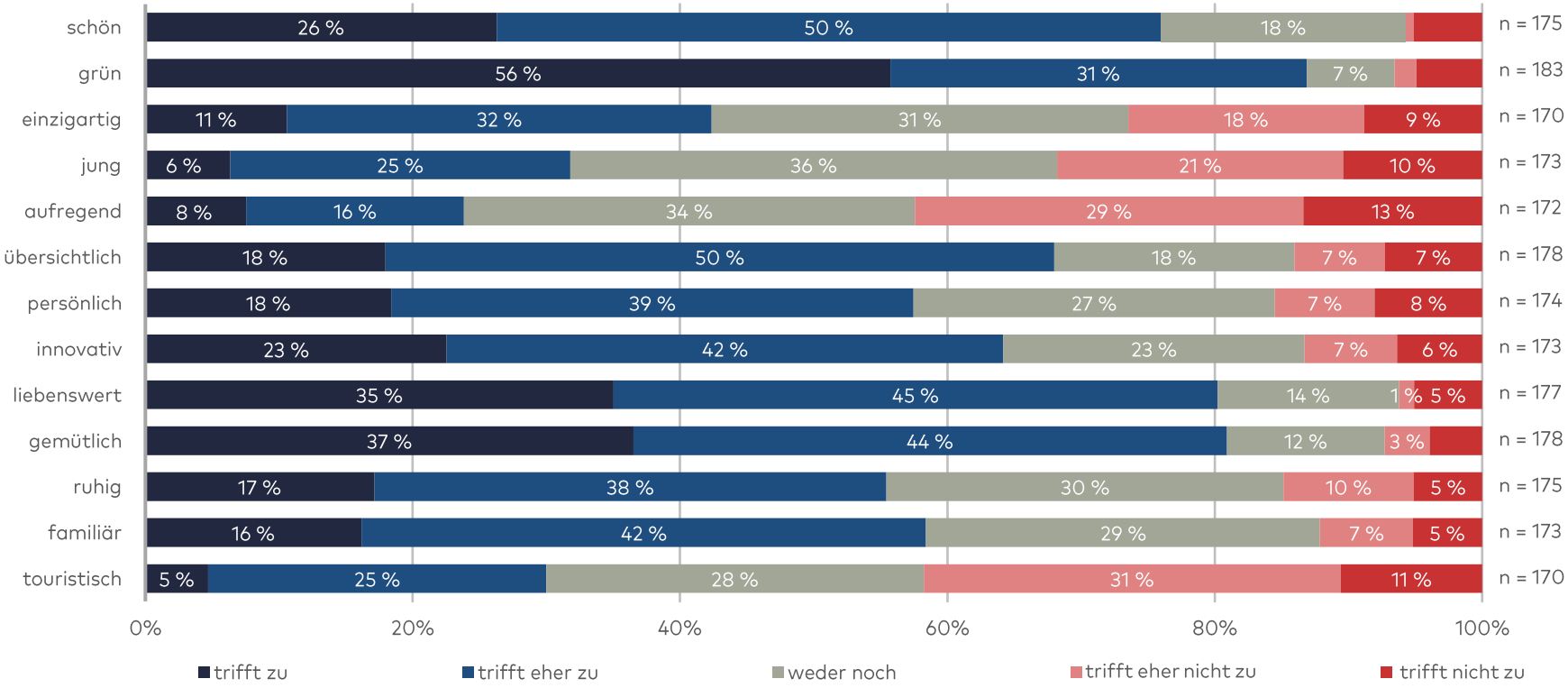
„Wie wichtig sind die folgenden Attribute für die Zukunft der Gütersloher Innenstadt? Bitte kreuzen Sie an.“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 766

Attribute für die Zukunft (66+ Jahre)

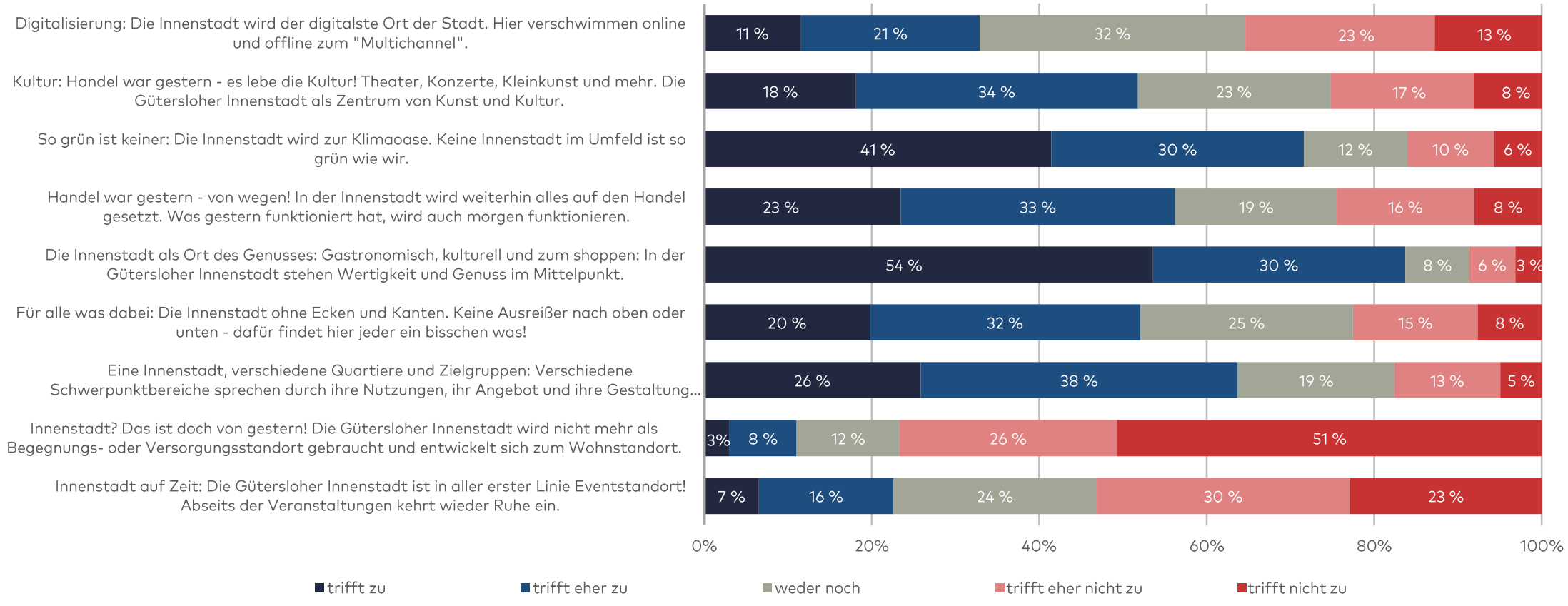
„Wie wichtig sind die folgenden Attribute für die Zukunft der Gütersloher Innenstadt? Bitte kreuzen Sie an.“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 766

Thesen zur Innenstadt der Zukunft

„Hier finden Sie verschiedene Thesen zur Innenstadt der Zukunft. Bitte kreuzen Sie an, inwiefern Sie den Thesen zustimmen."



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 2035

Thesen zur Innenstadt der Zukunft (<27 Jahre)

„Hier finden Sie verschiedene Thesen zur Innenstadt der Zukunft. Bitte kreuzen Sie an, inwiefern Sie den Thesen zustimmen."

Digitalisierung: Die Innenstadt wird der digitalste Ort der Stadt. Hier verschwimmen online und offline zum "Multichannel".

Kultur: Handel war gestern - es lebe die Kultur! Theater, Konzerte, Kleinkunst und mehr. Die Gütersloher Innenstadt als Zentrum von Kunst und Kultur.

So grün ist keiner: Die Innenstadt wird zur Klimaoase. Keine Innenstadt im Umfeld ist so grün wie wir.

Handel war gestern - von wegen! In der Innenstadt wird weiterhin alles auf den Handel gesetzt. Was gestern funktioniert hat, wird auch morgen funktionieren.

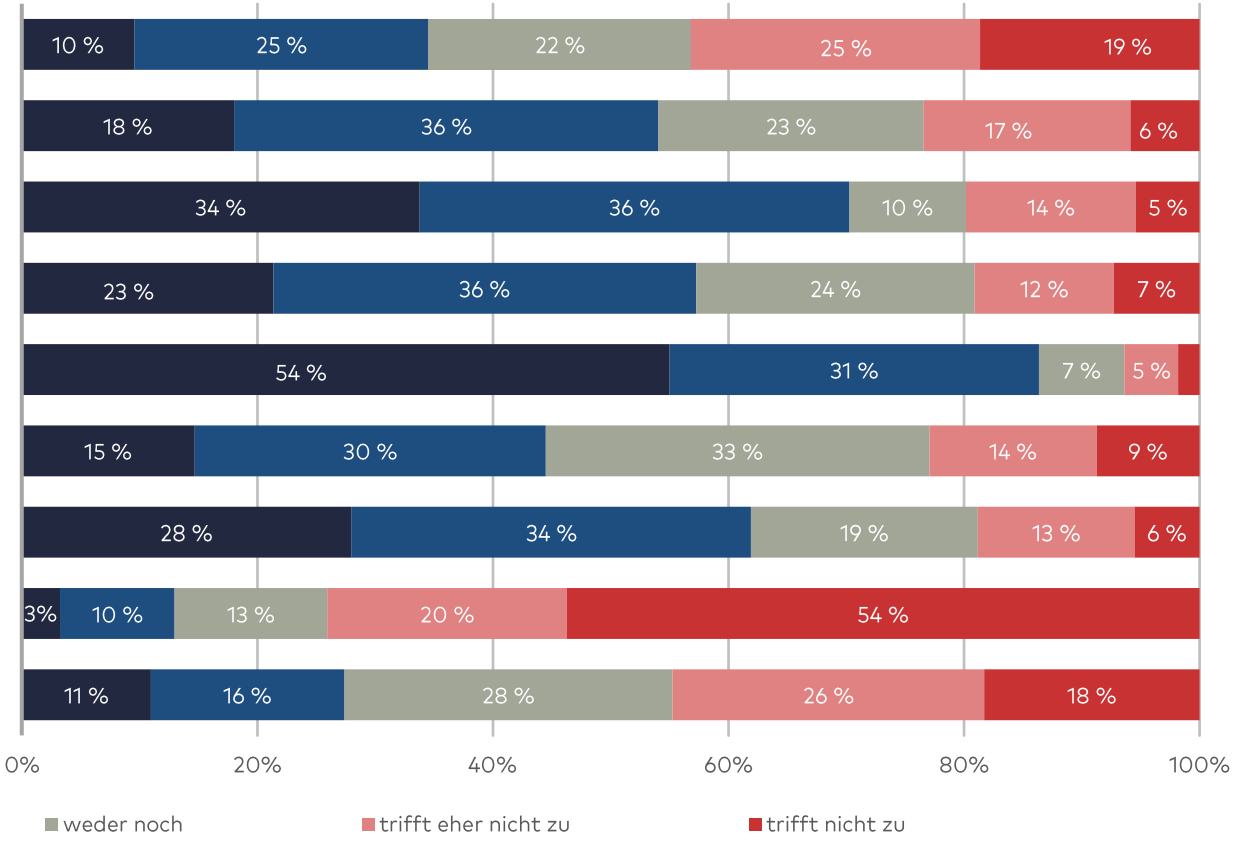
Die Innenstadt als Ort des Genusses: Gastronomisch, kulturell und zum shoppen: In der Gütersloher Innenstadt stehen Wertigkeit und Genuss im Mittelpunkt.

Für alle was dabei: Die Innenstadt ohne Ecken und Kanten. Keine Ausreißer nach oben oder unten - dafür findet hier jeder ein bisschen was!

Eine Innenstadt, verschiedene Quartiere und Zielgruppen: Verschiedene Schwerpunktbereiche sprechen durch ihre Nutzungen, ihr Angebot und ihre Gestaltung ganz spezielle Zielgruppen an - von Bildung über Kultur bis hin zur Versorgung und Shoppingerlebnis.

Innenstadt? Das ist doch von gestern! Die Gütersloher Innenstadt wird nicht mehr als Begegnungs- oder Versorgungsstandort gebraucht und entwickelt sich zum Wohnstandort.

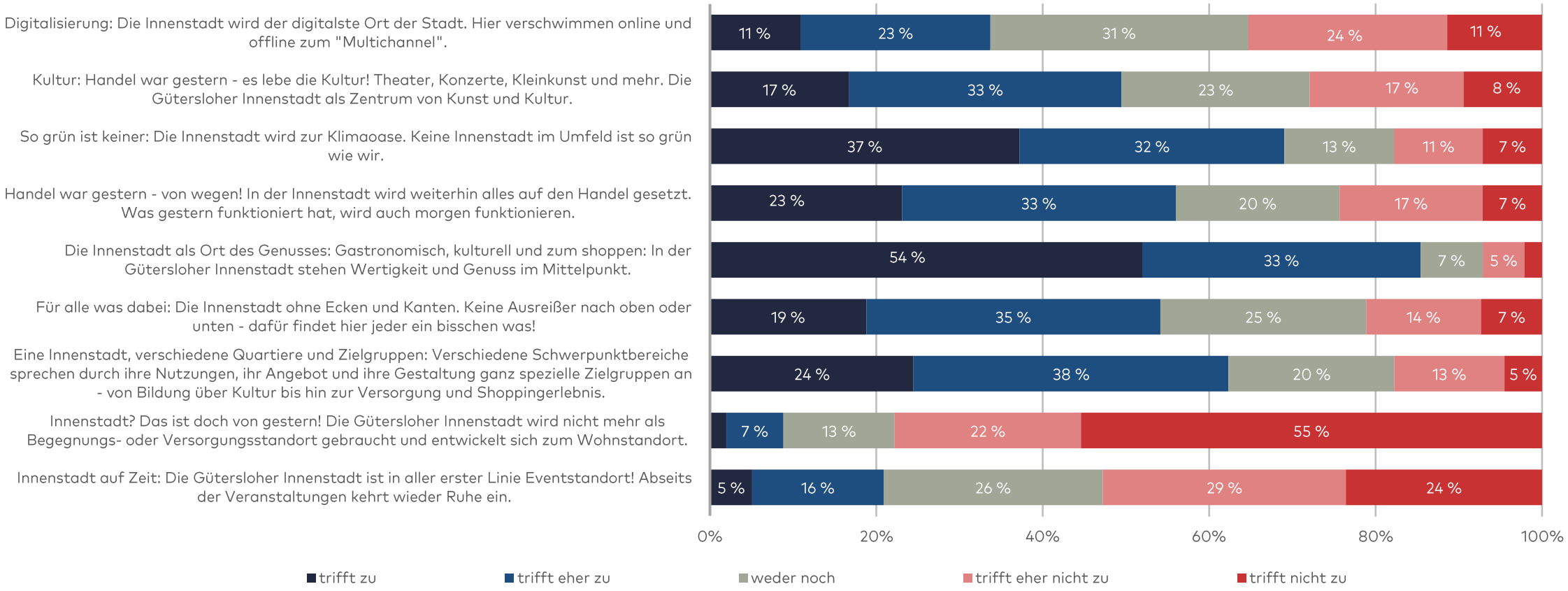
Innenstadt auf Zeit: Die Gütersloher Innenstadt ist in aller erster Linie Eventstandort! Abseits der Veranstaltungen kehrt wieder Ruhe ein.



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 221

Thesen zur Innenstadt der Zukunft (28 - 40 Jahre)

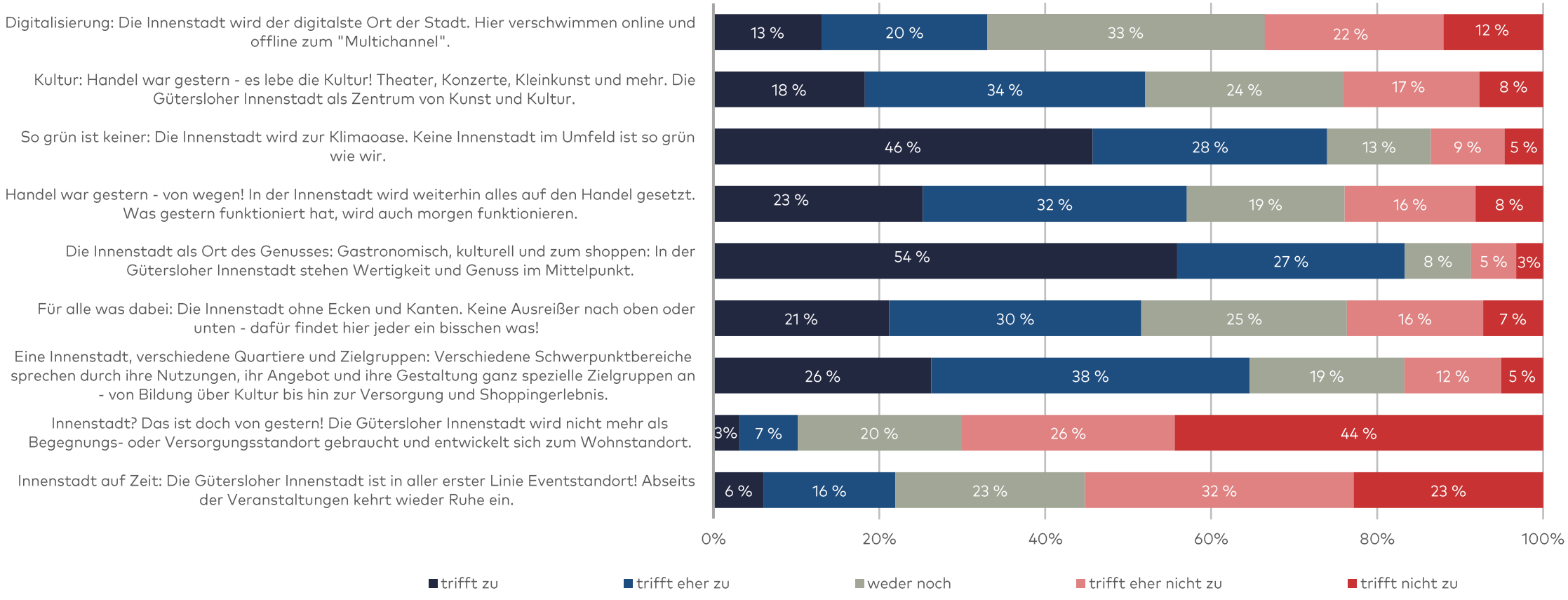
„Hier finden Sie verschiedene Thesen zur Innenstadt der Zukunft. Bitte kreuzen Sie an, inwiefern Sie den Thesen zustimmen."



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 560

Thesen zur Innenstadt der Zukunft (41 – 65 Jahre)

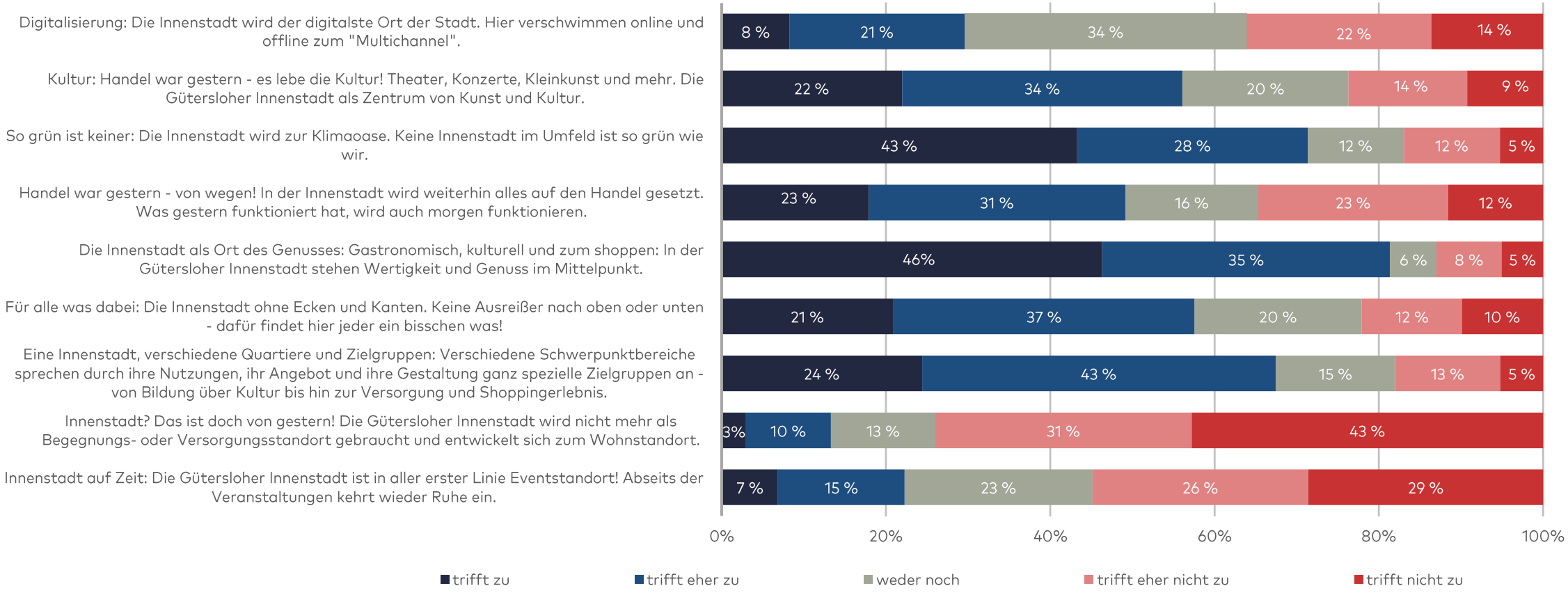
„Hier finden Sie verschiedene Thesen zur Innenstadt der Zukunft. Bitte kreuzen Sie an, inwiefern Sie den Thesen zustimmen."



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 899

Thesen zur Innenstadt der Zukunft (66+ Jahre)

„Hier finden Sie verschiedene Thesen zur Innenstadt der Zukunft. Bitte kreuzen Sie an, inwiefern Sie den Thesen zustimmen."



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 899

Hauptaussagen

Innenstadtbewertung

- (Außen-)Gastronomie, Einzelhandelsvielfalt und Grünflächen werden von den Befragten häufig als ausbaufähig betrachtet
- Altersgruppenübergreifend wird den Attributen schön, grün und gemütlich die höchste Relevanz für die Gütersloher Innenstadt der Zukunft beigemessen
  - Touristisch und einzigartig gelten als weniger relevant
  - Mit zunehmendem Alter: abnehmende Bedeutung der Attribute aufregend, jung und einzigartig; zunehmende Bedeutung der Attribute ruhig und gemütlich
- Die Innenstadt als Ort des Genusses ist die These, der die meisten Befragten zustimmen – altersgruppenübergreifend. Ebenfalls hohe Zustimmung über die Altersgruppen hinweg erhält die Vorstellung einer Innenstadt mit verschiedenen, individuellen Quartieren sowie die Idee der Innenstadt als grüne Oase.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023;

Ausblick – Die Innenstadt 2035

Wünsche für die Gütersloher Innenstadt im Jahr 2035

Ein Blick in die Zukunft

„Die Gütersloher Innenstadt im Jahr 2035 – und Sie haben drei Wünsche frei. Nennen Sie ihre drei Wünsche für die Innenstadt der Zukunft.“

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 2035

Ein Blick in die Zukunft

„Die Gütersloher Innenstadt im Jahr 2035 – und Sie haben drei Wünsche frei. Nennen Sie ihre drei Wünsche für die Innenstadt der Zukunft."

< 27 Jahre	28 - 40 Jahre	41 – 65 Jahre	> 66 Jahre
Ansprechendere Angebote für Jugendliche und junge Erwachsene	Mehr (Außen-) Gastronomie, Restaurants, Bars	(Außen-) Gastronomie, Restaurants, Bars	Arztpraxen, Kultur und Begegnungsort
Kneipen, Bars, Festivals,...	Familienfreundlich	Familienfreundlich, lebendig	Gemütlich, sicher, kurze Wege
Grüner und schöner	Grüner und schöner, Nachhaltig	grün, sicher, barrierefrei, fahrradfreundlich	Grün, barrierefrei
Besseres ÖPNV-Netz / Autofrei	Autofrei / E-Mobilität	Bessere Parkmöglichkeiten	Shuttle Service, besserer ÖPNV Takt
Shoppingmöglichkeiten	Vielfältiger Einzelhandel	Interessanter und hochwertiger Einzelhandel	Hochwertiger Einzelhandel, Grundversorgung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 2035

Exkurs – Vitale Innenstädte 2022

Auswertungsergebnisse für Gütersloh (IFH Köln)

Vitale Innenstädte 2022

Befragung des IFH Köln

- Passant:innenbefragung in der Gütersloher Innenstadt mit insgesamt 596 Befragten
- Deutschlandweite, standardisierte Befragung in 111 Städten verschiedener Größen lässt Vergleichbarkeit zu
- Oberthemen:
  - Wer besucht die Innenstadt?
  - Warum wird die Innenstadt besucht?
  - Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?
  - Wie bewerten die Besucher die Innenstadt und welche Anforderungen haben sie?

Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

Beurteilung Vitale Innenstädte 2022

„Die Beurteilung von Gütersloh durch die Innenstadtbesucher im Überblick“

Handlungsfelder	Merkmal	Bewertung bzw. Abweichung
Gesamtbewertung *(Bewertung der Einzelkriterien auf den Folien 14 bis 16)*	▪ 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.

Quelle: Darstellung IFH Köln; Daten: Vitale Innenstädte 2022, Auswertungsergebnisse Gütersloh 2022

Beurteilung Vitale Innenstädte 2022

„Die Beurteilung von Gütersloh 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 aufgrund des Freizeit- und Kulturangebots aufsuchen	➡
	• Anteil der Besucher, die die Innenstadt zum „Verweilen“/ Sightseeing aufsuchen	➡
	• Anteil der Besucher, die die Innenstadt aufgrund des gastronomischen Angebots aufsuchen	↗
	• Anteil der Besucher, die die Innenstadt wegen eines Behördengangs/Arzt/zur Arbeit/Ausbildung… aufsuchen	↘
Mobilität – Verkehrsmittelwahl	• Anteil der öffentlichen Verkehrsmittel (Bahn und Bus)	↘
	• Anteil der PKW-/Motorrad-Nutzer	↗
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.

Quelle: Darstellung IFH Köln; Daten: Vitale Innenstädte 2022, Auswertungsergebnisse Gütersloh 2022

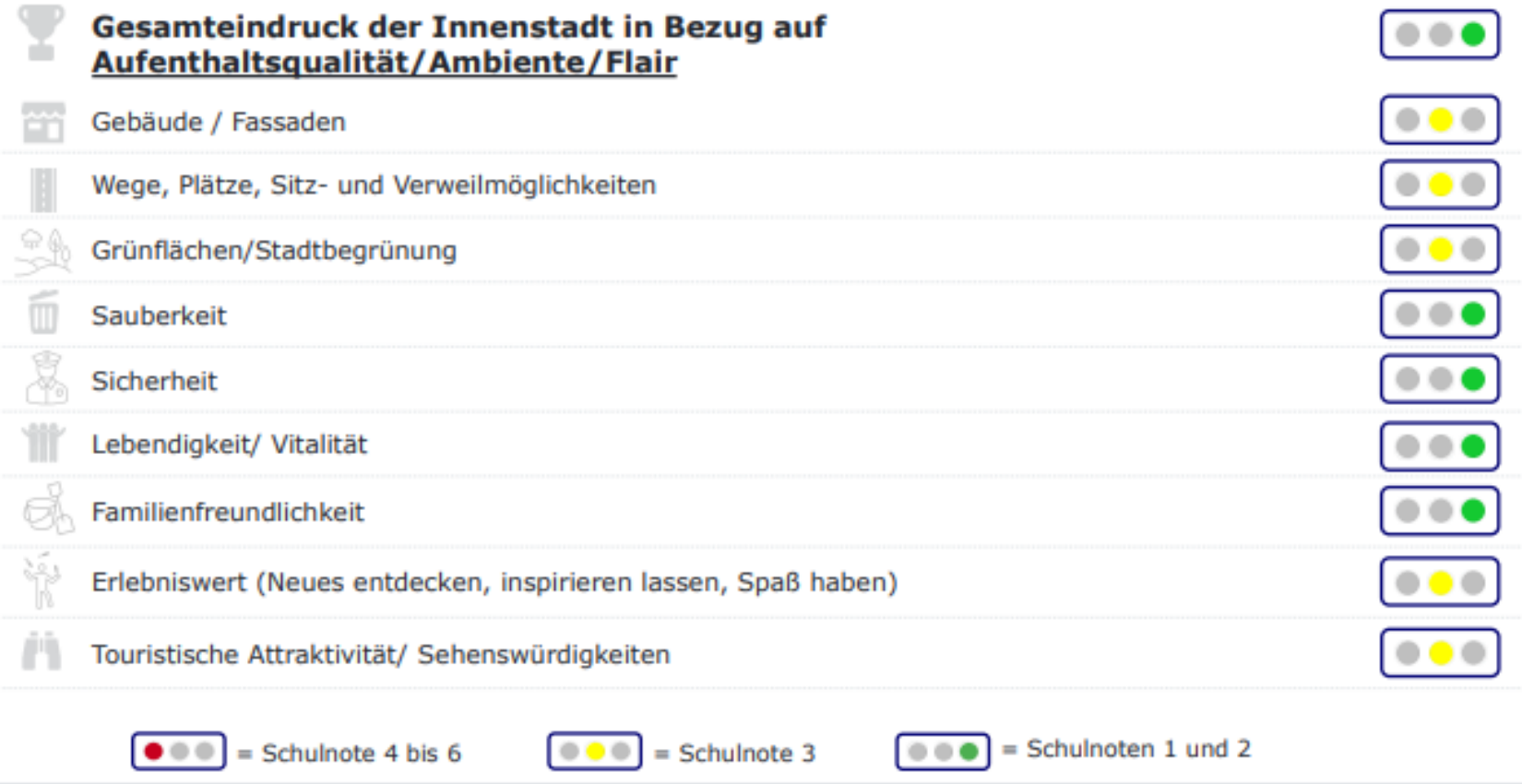
Beurteilung Vitale Innenstädte 2022

„Die Beurteilung von Gütersloh durch die Innenstadtbesucher im Überblick“

Quelle: Darstellung IFH Köln; Daten: Vitale Innenstädte 2022, Auswertungsergebnisse Gütersloh 2022

Beurteilung Vitale Innenstädte 2022

„Die Beurteilung von Gütersloh durch die Innenstadtbesucher im Überblick“



Quelle: Darstellung IFH Köln; Daten: Vitale Innenstädte 2022, Auswertungsergebnisse Gütersloh 2022

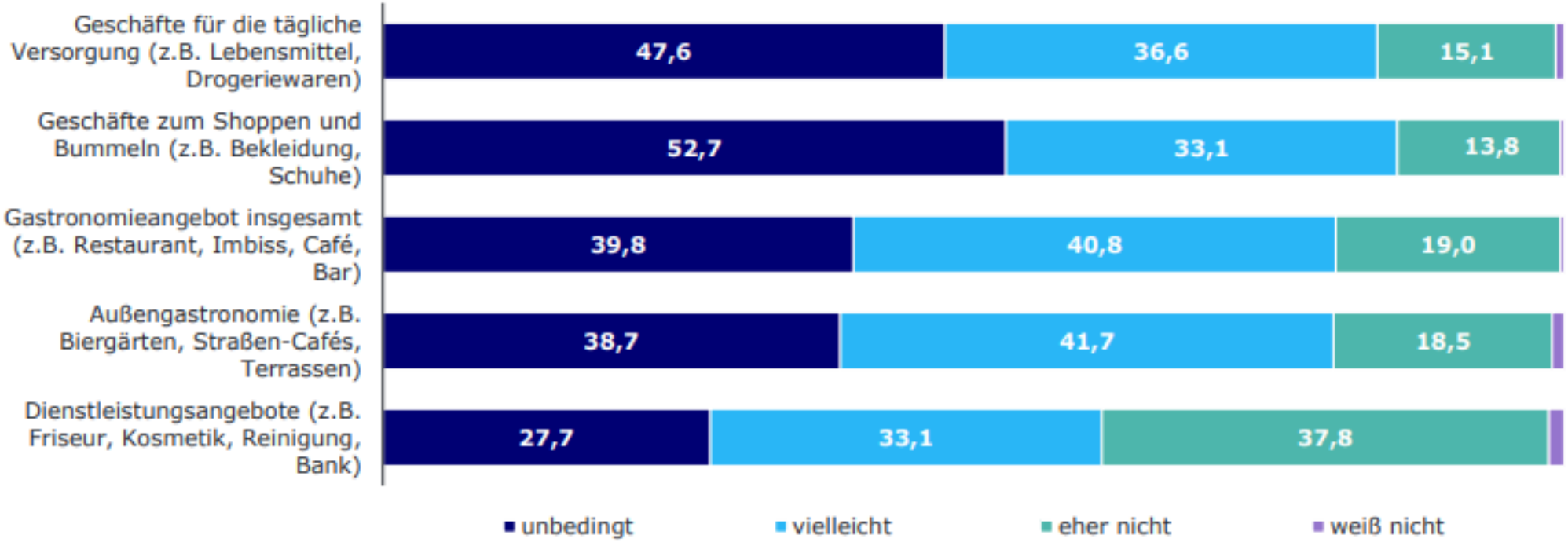
Beurteilung Vitale Innenstädte 2022

„Die Beurteilung von Gütersloh durch die Innenstadtbesucher im Überblick“

Quelle: Darstellung IFH Köln; Daten: Vitale Innenstädte 2022, Auswertungsergebnisse Gütersloh 2022

Was fehlt?

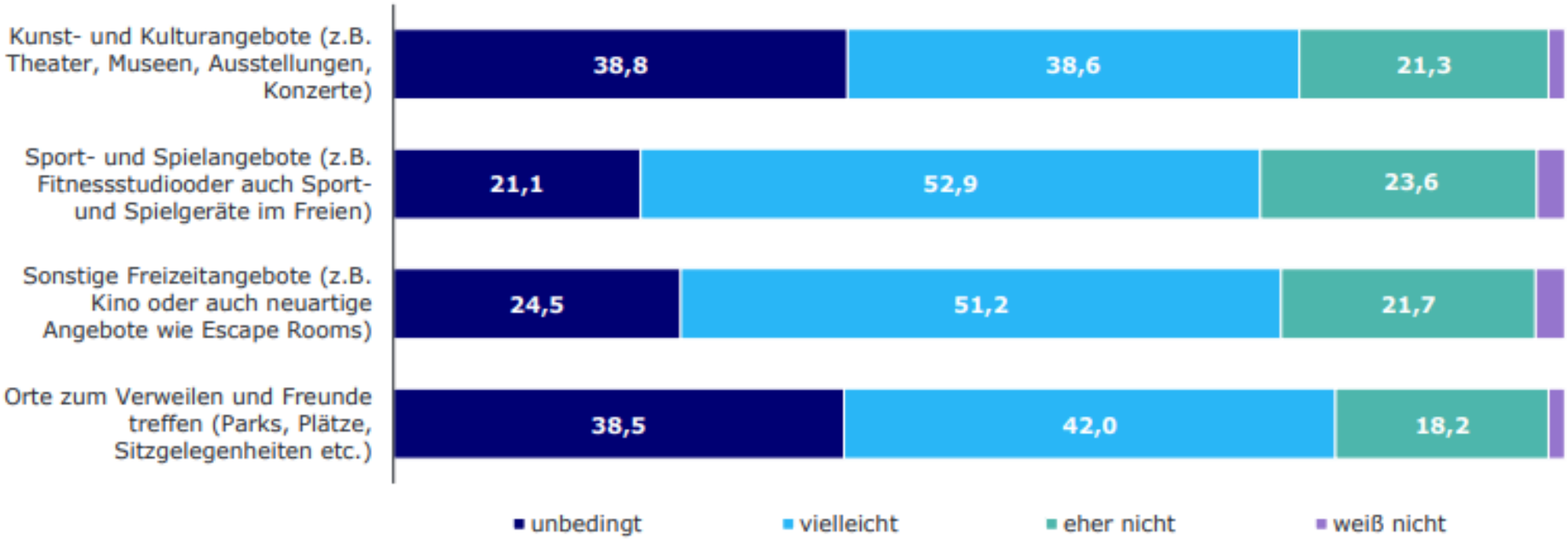
(Zukünftige) Anforderungen an die Innenstadt: „Welche der folgenden Angebote gehören Ihrer Meinung nach in die Innenstadt und sollten ausgebaut werden?“



Quelle: Darstellung IFH Köln; Daten: Vitale Innenstädte 2022, Auswertungsergebnisse Gütersloh 2022

Was fehlt?

(Zukünftige) Anforderungen an die Innenstadt: „Welche der folgenden Angebote gehören Ihrer Meinung nach in die Innenstadt und sollten ausgebaut werden?“



Quelle: Darstellung IFH Köln; Daten: Vitale Innenstädte 2022, Auswertungsergebnisse Gütersloh 2022

Vergleich der Befragungsergebnisse

Gesamteindruck der Gütersloher Innenstadt

Online Befragung Stadt + Handel	Vitale Innenstädte - IFH Köln
Top-Gründe, weshalb die Innenstadt aufgesucht wird: - Einkaufen (Einzelhandel) - Gastronomie - Wochenmarktbesuch - Veranstaltungen **Aufgeführte Besonderheiten der Innenstadt:** - „Leider nichts“ - Gute Erreichbarkeit - Überschaubar, kurze Wege - Fahrradfreundlich und Verkehrsberuhigt - Gemütlich und Sauberkeit	Punkte, die mit der Bestnote bewertet wurden **Gesamtattraktivität**: - Fahrrad-, Fußgängerfreundlich - Veranstaltungen - Gastronomieangebot - Dienstleistungsangebot **Aufenthaltsqualität / Ambiente / Flair:** - Sauberkeit und Sicherheit - Familienfreundlichkeit - Lebendigkeit / Vitalität **Einzelhandelsangebot:** - Bekleidung, Schuhe, Uhren/Schmuck - Bücher - Körperpflege, Kosmetik, Drogerie

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 2035
Darstellung IFH Köln; Daten: Vitale Innenstädte 2022, Auswertungsergebnisse Gütersloh 2022

Vergleich der Befragungsergebnisse

Was fehlt? - Gegenüberstellung der Online Befragung von Stadt + Handel und der Befragung des IFH Köln (Vitale Innenstädte)

Online Befragung Stadt + Handel	Vitale Innenstädte - IFH Köln
Top Begriffe: 1. (Außen-) Gastronomie 2. Einzelhandelsvielfalt 3. Grünflächen 4. Veranstaltungen	1. Geschäfte zum Shoppen und Bummeln (z.B. Schuhe, Bekleidung) 2. Geschäfte für die tägliche Versorgung (z.B. Lebensmittel, Drogeriewaren) 3. Gastronomieangebot insgesamt (z.B. Restaurant, Imbiss, Café, Bar) 4. Außengastronomie

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n= 2035
Darstellung IFH Köln; Daten: Vitale Innenstädte 2022, Auswertungsergebnisse Gütersloh 2022

Vergleich der Befragungen

Fazit

- Positivere Bewertung der Gütersloher Innenstadt in der IFH Studie
  - Möglicher Grund: Befragtenkreis besteht in der IFH Befragung aufgrund der Methodik ausschließlich aus Innenstadtbesucher:innen

- Beide Befragung ergänzen sich sinnvoll.
  - Stärken der IFH Befragung
    - Detaillierter Fokus auf Handels-/Gewerbeangebote
    - Vergleichbarkeit mit anderen Städten
  - Stärken der Stadt + Handel Befragung
    - hohe Teilnehmendenzahl
    - Breites Fragenspektrum, welches sämtliche innenstadtrelevante Aspekte umfasst

Neue Wege.
Klare Pläne.

STADT+HANDEL

Stadt + Handel Beckmann und Föhrer Stadtplaner GmbH
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de
Amtsgericht Dortmund
Handelsregisternummer
HRB 33826
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund
Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg
Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 49
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe
Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig
Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43