



Stadt Friedrichshafen

Auswertung der Bürgerbefragung „Unsere Innenstadt“

*Kurzbericht der Befragung zur zukünftigen Gestaltung der
Innenstadt Friedrichshafens*

Stand: 14. Juni 2019



Marc Schäfer, MA | David Zimmermann, BA

wer denkt was GmbH | Robert-Bosch-Str. 7 | 64293 Darmstadt

T: +49 6151 62915-50

www.werdenktwas.de

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Soziodemografische Merkmale	4
3. Deskriptive Befragungsergebnisse	9
3.1 Besuchshintergründe und -modus (Frage 1 - 3 (b)).....	9
3.2 Attraktivität der Innenstadt (Frage 4 / 5).....	12
3.3 Friedrichshafens Innenstadt im Vergleich (Frage 6 (b)).....	20
3.3 Innenstadt im Zeitalter des Online-Shoppings (Frage 7 / 8).....	21
3.4 Ideen, Anregungen und Wünsche der Befragten (Frage 9).....	23
4. Zusammenfassung	24
Anhang	24
Papierfragebogen.....	25

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Geschlechtsverteilung.....	4
Abbildung 2: Altersgruppen.....	5
Abbildung 3: Lebenssituation der Befragten.....	5
Abbildung 4: Familienstand der Befragten.....	7
Abbildung 5: Rolle der Befragten als InnenstadtbesucherInnen.....	7
Abbildung 6: Anlass des letzten Besuchs der Friedrichshafener Innenstadt.....	9
Abbildung 7: Am meisten genutzte Verkehrsmittel.....	10
Abbildung 8: Besuchsfrequenz der Friedrichshafener Innenstadt.....	11
Abbildung 9: Beweggründe für seltene oder ausbleibende Besuche der Innenstadt.....	12
Abbildung 10: Beurteilung Attraktivität Innenstadt (allgemein).....	14
Abbildung 11: Beurteilung Attraktivität Innenstadt (InnenstadtbewohnerInnen).....	15
Abbildung 12: Beurteilung Attraktivität Innenstadt (LadenbesitzerInnen / -betreiberInnen).....	16
Abbildung 13: Beurteilung Attraktivität Innenstadt (InnenstadtbesucherInnen aus Friedrichshafen).....	17
Abbildung 14: Beurteilung Attraktivität Innenstadt (InnenstadtbesucherInnen von auswärts).....	19
Abbildung 15: Häufig besuchte Innenstädte.....	20
Abbildung 16: Onlineshopping vs. Innenstadtbesuch.....	21
Abbildung 17: Onlineshopping vs. Innenstadtbesuch im Bezug zum Geschlecht.....	21
Abbildung 18: Online-Shopping (altersgruppenspezifisch).....	22

1. Einleitung

Für die Gestaltung eines städtebaulichen Wettbewerbs zur attraktiven Innenstadtentwicklung wurde vom 11. April bis 24. Mai 2019 über einen Zeitraum von sechs Wochen eine offene Umfrage¹ zum Thema „Unsere Innenstadt“ auf den Seiten von „mach mit!“ auf www.sags-doch.de durchgeführt. Insgesamt haben dabei 590 Häflerinnen und Häfler an der Befragung teilgenommen, davon 586 Personen online und 4 Personen offline mittels Papiervariante des Fragebogens, die vor Ort im Rathaus abgeholt und ausgefüllt werden konnte.

Mit der Befragung wurden Erfahrungen, Ideen und Einschätzungen der Bürgerinnen und Bürger gesammelt, auf deren Grundlage zukünftig ein städtebaulicher Wettbewerb zur attraktiven Innenstadtentwicklung ausgelobt werden kann. Auf diesem Wege soll die Bevölkerung bereits frühestmöglich in die Planung und Ausgestaltung miteinbezogen werden.

Im Folgenden werden die zentralen Ergebnisse der Befragung zusammenfassend dargestellt.

¹ Die Umfrage wird als *offen* bezeichnet, da eine Teilnahme prinzipiell allen Interessierten ohne Zugangsbeschränkung offen stand. Manipulationen in Form von Mehrfachteilnahmen durch einzelne Nutzende wurden mittels der Vergabe einer eindeutigen, aber datenschutzrechtlichen pseudonymisierten Session-ID sowie Setzen eines Cookies verhindert.

2. Soziodemografische Merkmale

Nachfolgend werden die Ergebnisse der soziodemografischen Fragen (Fragenummern 10 bis 16) und somit die Zusammensetzung der Stichprobe vorgestellt, die im offenen Rahmen der Befragung realisiert werden konnte. Insgesamt haben 590 Personen an der Befragung teilgenommen: 489 Personen (82,6 %) haben den Fragebogen online vollständig, 99 Personen (16,7 %) *teilweise* ausgefüllt. Der Fragebogen wurde online insgesamt 586 mal aufgerufen, wobei nach Bereinigung der unplausiblen sowie unvollständigen Datensätze² insgesamt 505 vollständig oder teilweise ausgefüllte Online-Fragebögen für die Auswertung berücksichtigt werden konnten. Zusätzlich haben vier Personen (0,7 %) von der Möglichkeit, den Fragebogen in Papierform auszufüllen und postalisch zurückzuschicken, Gebrauch gemacht, sodass insgesamt 509 Fragebögen in die Auswertung einfließen.

Mit großen Abstand gaben die meisten Befragten an, ihren Hauptwohnsitz in Friedrichshafen zu haben. Insgesamt lag der Anteil bei 20,43 %, gefolgt von 5,89 % der Befragten, die direkt aus Fischbach kommen und schließlich 3,73 %, welche aus Manzell stammen. Insgesamt haben 247 Frauen, 233 Männer und drei Personen, welche als Geschlecht „di-

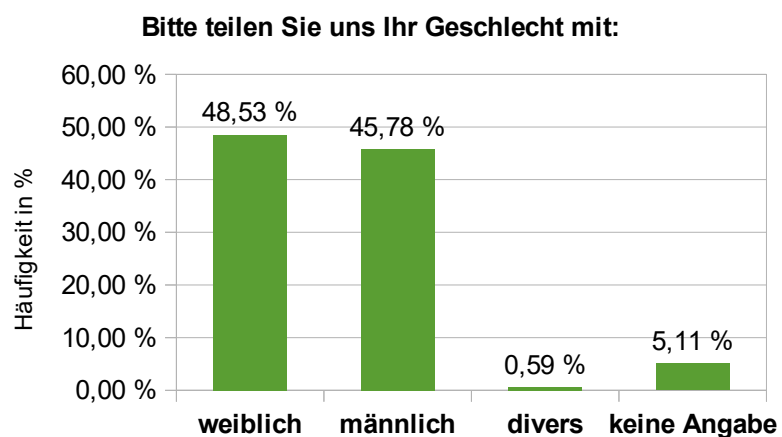


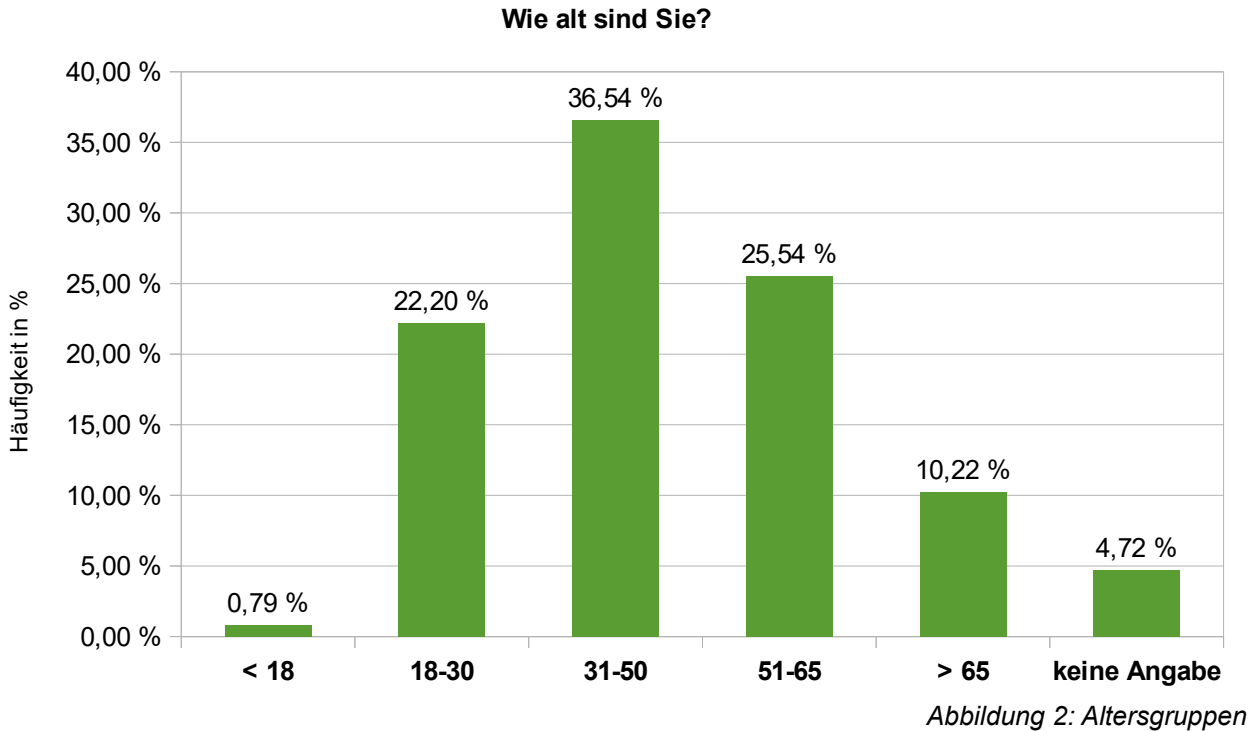
Abbildung 1: Geschlechtsverteilung

vers“ angegeben haben, ihre Meinung zur Innenstadt Friedrichshafens geäußert (26 Teilnehmende haben entweder vorher abgebrochen oder sich bei der freiwilligen Frage nach dem Geschlecht enthalten).

Die altersgruppenspezifische Verteilung der Teilnehmenden erinnert an die Normalverteilung in der Gesamtbevölkerung, wobei sich sogar Ansätze der klassischen Struktur der *Alterspyramide* in den Befragungsdaten wiederfindet: Der Großteil der Befragten ist zwischen 31 und 50 Jahren alt (186 Personen, 36,54 %). 130 Personen sind zwischen 51 bis 65 Jahren (25,54 %) und 113 Personen zwischen 18 und 30 Jahren alt (22,2 %). 52 Befragte sind älter als 65 (10,22 %). 4,72 % der Be-

² Unplausible Datensätze sind i.d.R. das Resultat von Manipulationsversuchen, wobei im vorliegenden Fall keine solchen nachgewiesen werden konnten. Unvollständige Datensätze entstehen i.d.R. durch das vorzeitige Verlassen des Fragebogens (Benutzerabbruch) und müssen einzeln auf ihre Verwertbarkeit geprüft werden. Hartes Prüfungskriterium für die unvollständigen Datensätze war ein Ausfüllen des Fragebogens zu mindestens 50 %.

fragten haben zu ihrem Alter keine Angabe gemacht. Der Anteil der unter 18-Jährigen lag lediglich bei 0,79 %.



Der überwiegende Teil der Befragten ist in *Vollzeit* (51,28 %), lediglich 12,18 % in *Teilzeit* erwerbstätig und 9,63 % der Befragten sind *selbstständig*. Insgesamt befinden sich 11,2 % der befragten Bürgerinnen und Bürger in *Altersteilzeit bzw. im Vor- bzw. Ruhestand*, und die verbleibenden Lebenssituationen bzw. restlichen Antwortoptionen verteilen sich im marginalen Bereich < 5 %.

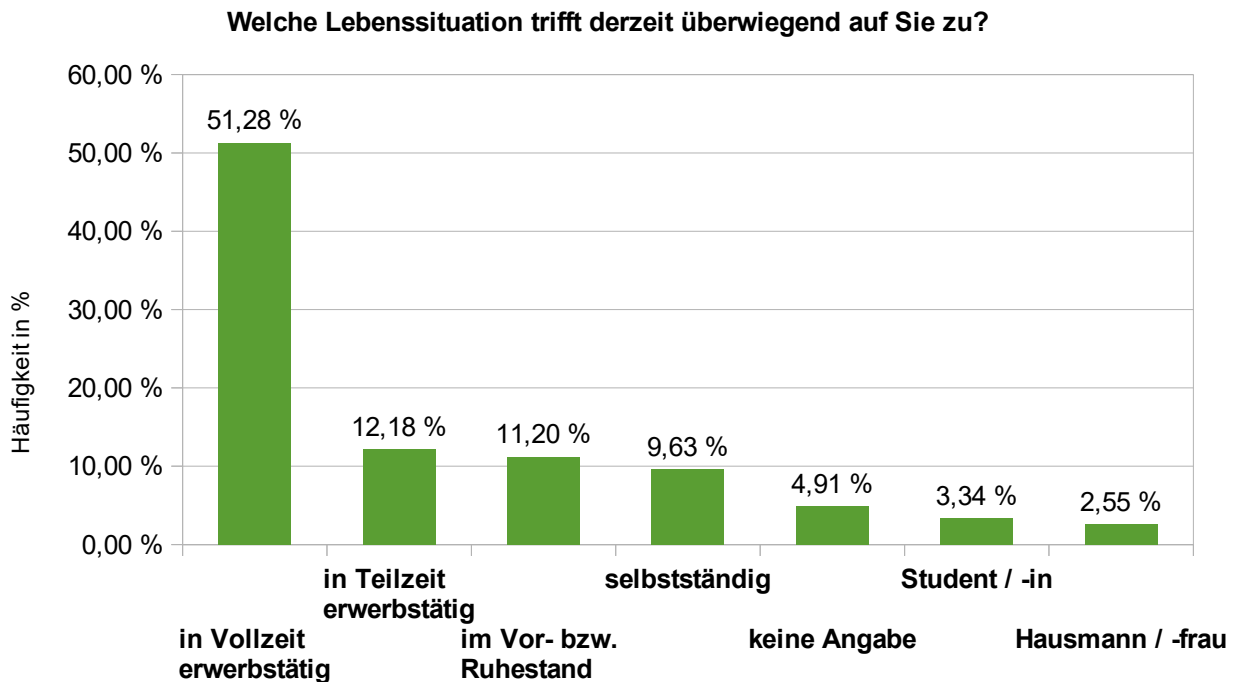
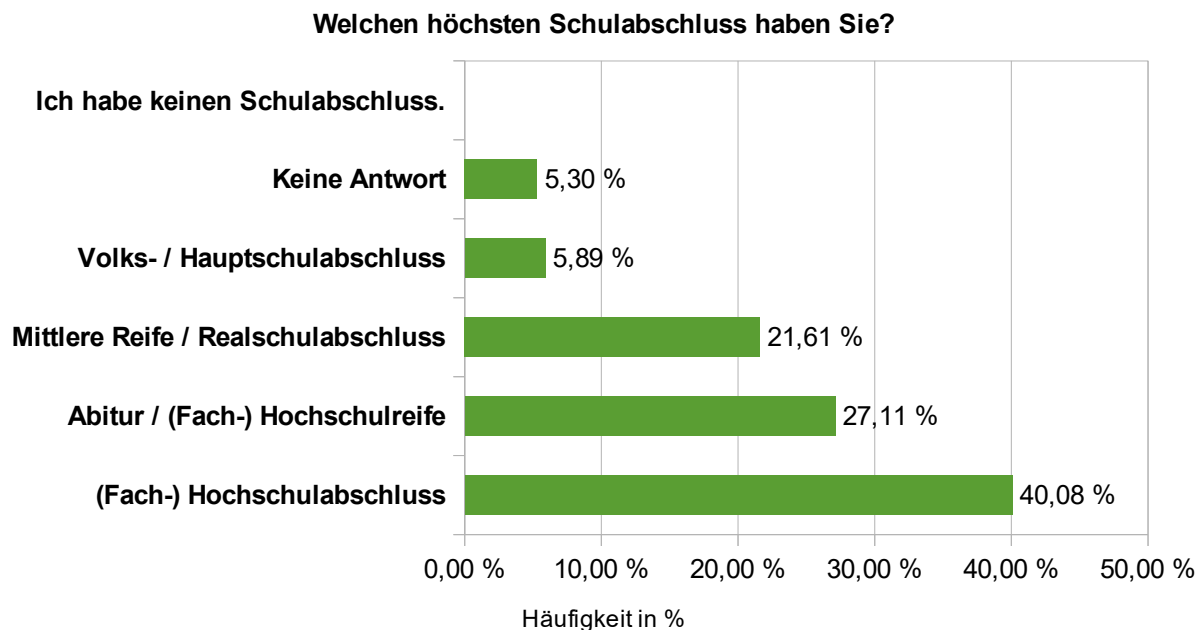


Abbildung 3: Lebenssituation der Befragten



In Hinblick auf das Bildungsniveau ist anzumerken, dass innerhalb der Befragungsdaten – wie bereits bei den Teilnehmenden bei der Befragung zur „Kultur in Friedrichshafen“ – eine Verzerrung in Richtung eines allgemeinen überdurchschnittlich hohen Bildungsniveaus besteht. So verfügen insgesamt über 67 % der Befragten (342 Personen) mindestens über das *Abitur* bzw. die *(Fach-)*

Hochschulreife; 40,08 % der befragten Bürgerinnen und Bürger verfügen über einen (*Fach-*) *Hochschulabschluss*, 27,11 % der Teilnehmenden haben ein/e *Abitur / (Fach-) Hochschulreife*, 21,61 % die *mittlerer Reife / Realschulabschluss* und 5,89 % haben einen *Volks- / Hauptschulabschluss*. 5,3 % der Teilnehmenden haben die Frage nach dem höchsten Schulabschluss nicht beantwortet.

In Bezug auf andere demografische Daten zeigen sich keine offensichtlichen Verzerrungen innerhalb der Gruppe der Befragten: 50,49 % aller Teilnehmenden leben in einer Partnerschaft, 36,35 % sind ledig, 6,29 % geschieden / in Trennung und neun Personen (1,77 %) gaben an, verwitwet zu sein.

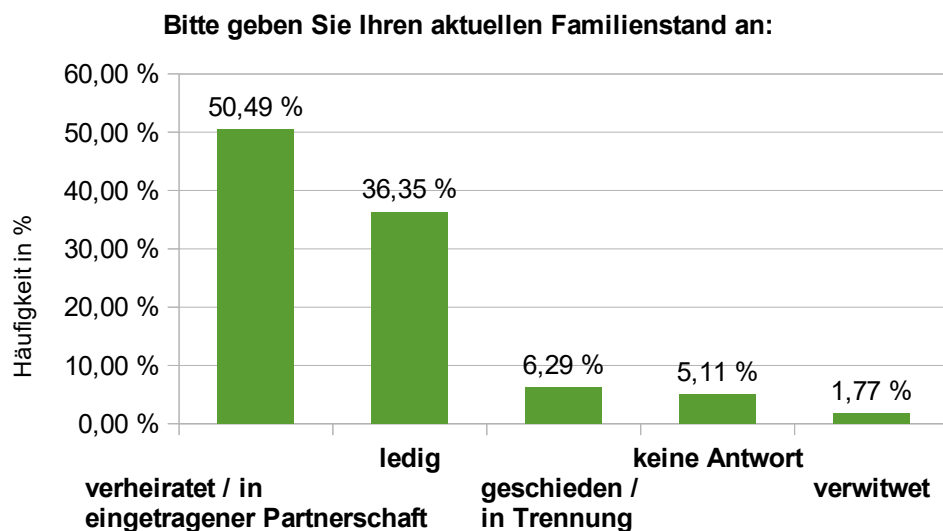


Abbildung 4: Familienstand der Befragten

Besonders interessant ist der Hintergrund der Befragten in Hinblick auf ihre Rolle als Besucherinnen und Besucher der Innenstadt. So gibt die große Mehrheit der Befragten in Form von 336 Personen an, *InnenstadtbesucherIn aus Friedrichshafen* (66,01 %) zu sein. Mit großen Abstand folgen die *InnenstadtbewohnerInnen* mit 15,13 % (77 Personen), die *InnenstadtbesucherInnen von auswärts* mit 11,39 % (58 Personen) und die *LadenbesitzerInnen* mit 3,54 % (18 Personen). Insgesamt 20 Personen (3,54 %) haben bei dieser Frage keine Antwort gegeben.

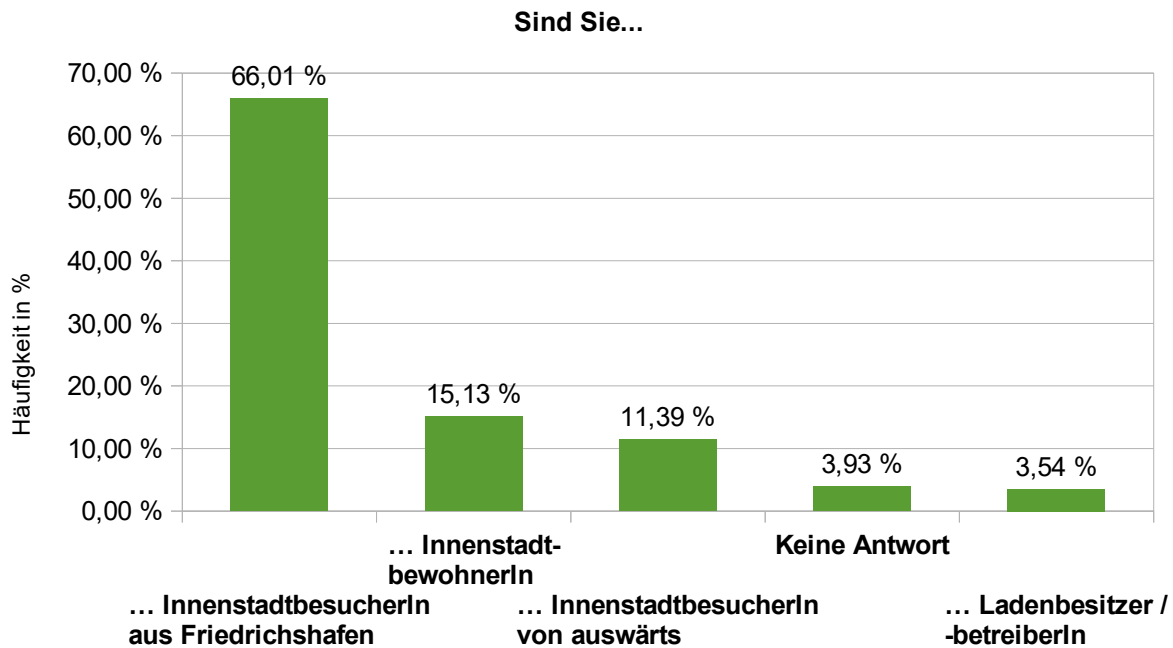


Abbildung 5: Rolle der Befragten als InnenstadtbesucherInnen

Im Vergleich zur Befragung zur „Kultur in Friedrichshafen“ zeigt sich der größte Unterschied beim Antwortverhalten der Befragten: diese zeigen sich allgemein bereitwilliger, Auskunft über sich zu erteilen. In der Kulturbefragung machten 25,96 % der Befragten keine Angaben dazu, welches *Geschlecht* sie haben. In der vorliegenden Umfrage zur Innenstadt lag dieser Anteil bei lediglich 5,11 % – obwohl bei beiden Umfragen die soziodemografischen Angaben am Ende abgefragt wurden, sodass hinsichtlich der Fragebogenstruktur eine grundsätzliche Ähnlichkeit bestand. Ähnlich verhielten sich die Befragten der Kulturbefragung bei der Frage nach ihrem *Alter*. Hier lag der Anteil der Teilnehmenden bei der Befragung zur Kultur in Friedrichshafen, welche keine Auskunft über ihr Alter gemacht haben, bei 25 %. Im Gegensatz dazu liegt der Anteil bei der vorliegenden Umfrage bei nur 4,72 %. Eine solche Diskrepanz ist auch bei der Frage nach dem höchsten *Schulabschluss* zu beobachten. Bei der Kulturbefragung lag der Anteil bei 29,61 % im Vergleich zu lediglich 5,3 % bei der Innenstadtbefragung. Die restliche Angaben sind dadurch nur schwer vergleichbar.

3. Deskriptive Befragungsergebnisse

Im folgenden Abschnitt werden die zentralen deskriptive Ergebnisse der Umfrage „Unsere Innenstadt“ vorgestellt.

3.1 Besuchshintergründe und -modus (Frage 1 - 3 (b))

Anlass des letzten Besuchs (Frage 1)

Über zwei Drittel der Befragten geben als letzten Anlass für den Besuch der Friedrichshafener Innenstadt *gezielter Einkauf* (170 Personen, 33,4 %), *Gastronomiebesuch* (101 Personen, 19,84 %) oder *Stadtbummel* (77 Personen, 15,13 %) an. Weitere 11,79 % (60 Personen) geben hier den Anlass *Arbeitsort / Ausbildungsstätte* an. Die restlichen Anlässe (*andere Freizeitaktivitäten*, *Behördengang*, *Arztbesuch*) liegen bei deutlich unter 10 %. Keiner der Teilnehmenden hat angegeben, selbst in der Innenstadt zu wohnen.

Wenn Sie an Ihren letzten Besuch der Friedrichshafener Innenstadt zurückdenken, was war der Anlass Ihres Besuchs?

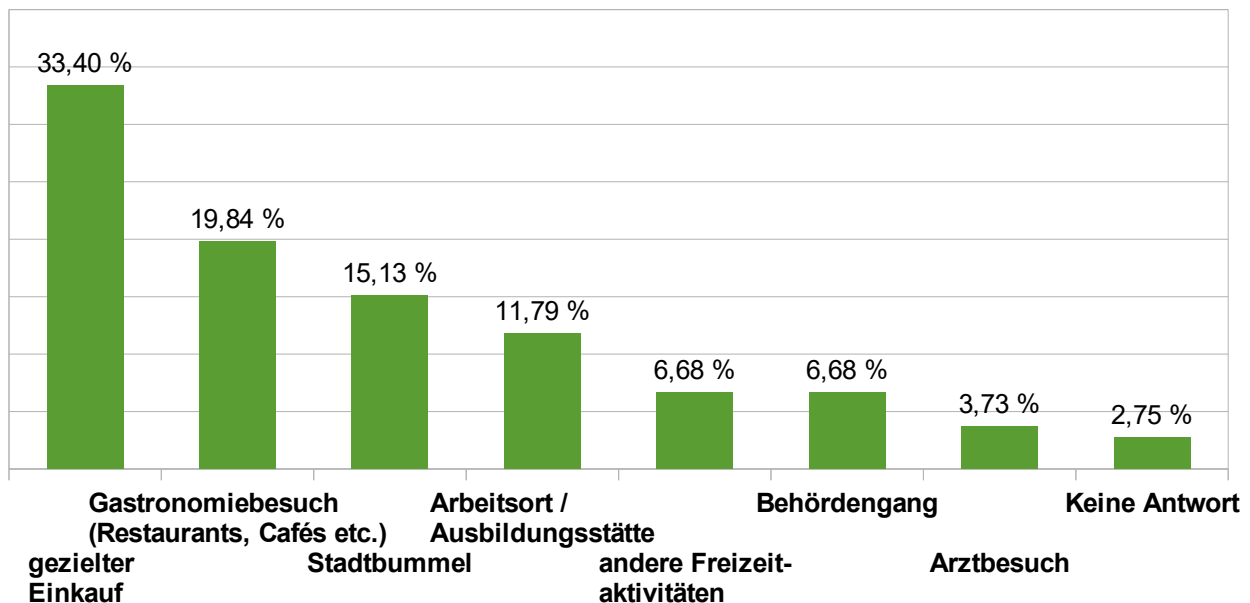


Abbildung 6: Anlass des letzten Besuchs der Friedrichshafener Innenstadt

Häufigst genutztes Verkehrsmittel (Frage 2)

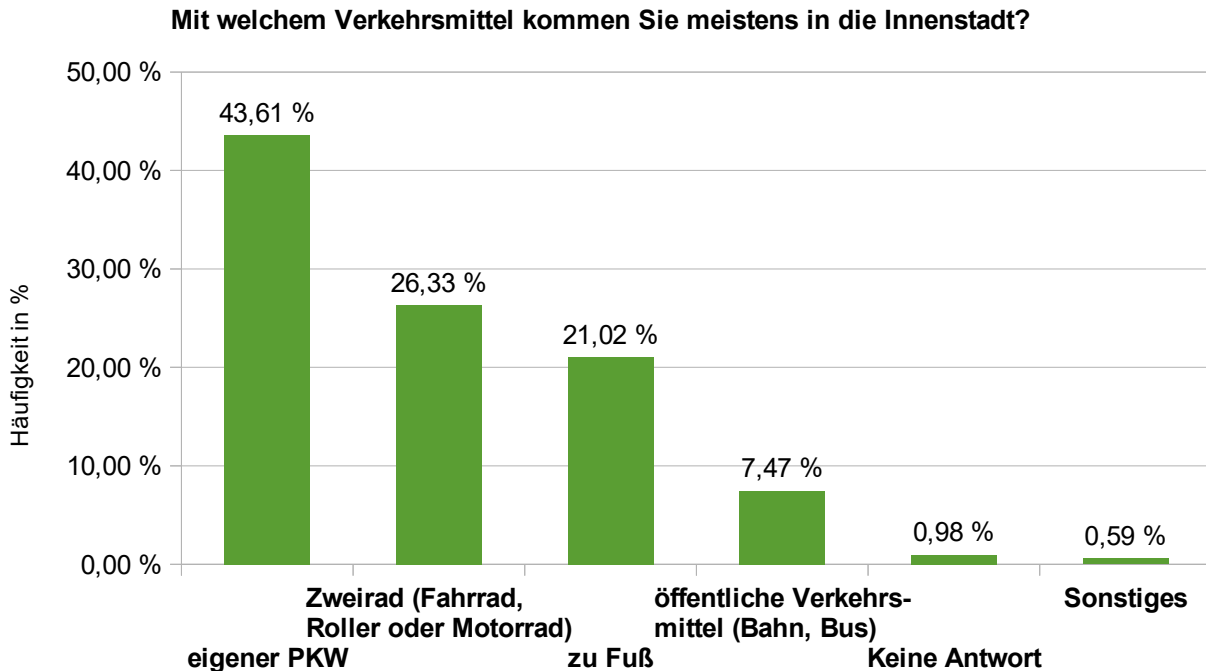


Abbildung 7: Am meisten genutzte Verkehrsmittel

Mit 43,61 % (222 Personen) bevorzugt der Großteil der Befragten den *eigenen PKW* als Verkehrsmittel, um in die Innenstadt zu gelangen. Das zweitliebste Verkehrsmittel ist das *Zweirad* (Fahrrad, Roller oder Motorrad) mit 26,33 % (134 Personen), dicht gefolgt vom *zu Fuß* gehen 21,02 % (107 Personen). Mit großen Abstand geben nur 7,47 % (38 Personen) der Befragten an, mit öffentlichen Verkehrsmittel die Innenstadt zu besuchen.

Besuchsfrequenz (Frage 3 / Frage 3b)

Bei der Besuchsfrequenz der Friedrichshafener Innenstadt fallen die Antworten sehr unterschiedlich aus. So gibt jeweils ca. ein Fünftel der Befragten an, dass sie die Innenstadt etwa *mehrmals pro Woche* (21,61 %, 110 Personen), etwa *einmal pro Woche* (20,83 %, 106 Personen) und etwa *alle zwei Wochen* (19,25 %, 98 Personen) besuchen. Immer noch 13,95 % (71 Personen) geben an, dass sie die Innenstadt *täglich besuchen*. Weitere 12,97 % (66 Personen) der Befragten besuchen die Innenstadt etwa *einmal im Monat*. Lediglich 10,81 % (55 Personen) besuchen die Innenstadt *selten* und drei Personen (0,59 %) gaben an, die Innenstadt *nie* zu besuchen. Bei diesem Antwortverhalten entsteht eine Plausibilitätslücke – immerhin machten auch diese drei Personen Angaben zum Grund ihres *letzten* Innenstadtbesuchs.

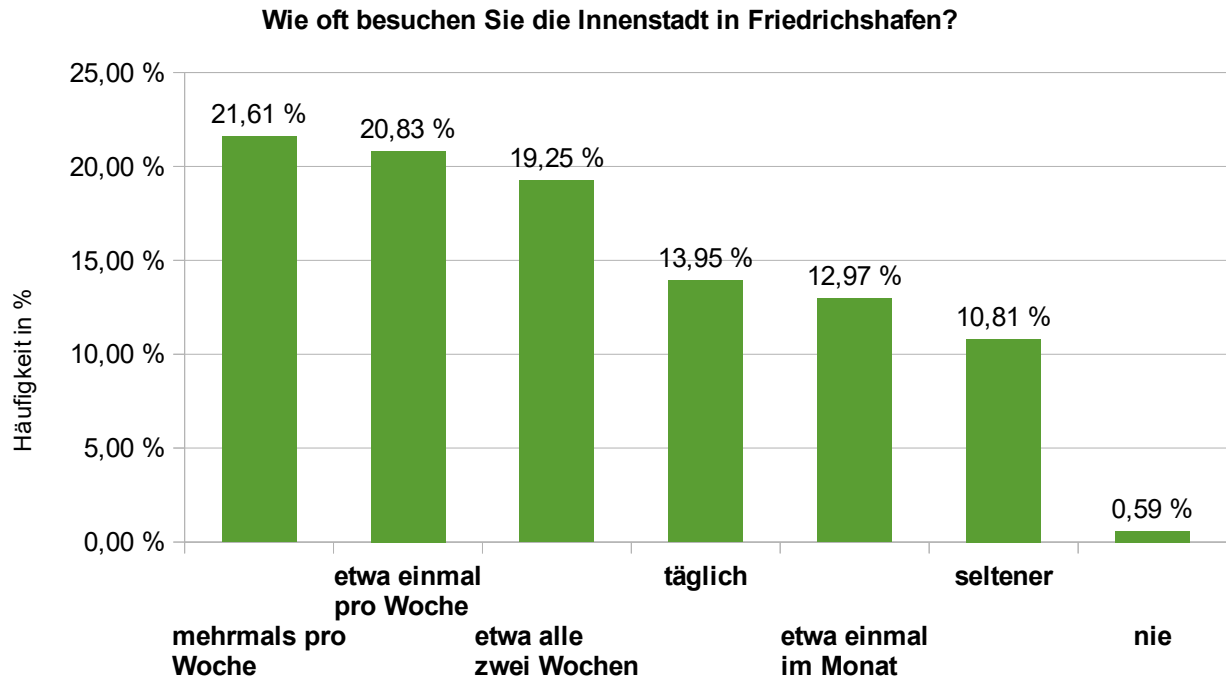


Abbildung 8: Besuchsfrequenz der Friedrichshafener Innenstadt

Im Folgenden wurden ausschließlich Personen, die *selten* oder *nie* die Innenstadt besuchen gefragt, warum sie dies nicht öfter machen. Insgesamt gaben 58 Personen an, *selten* oder *nie* die Innenstadt zu besuchen.

Der am häufigsten genannte Grund für das seltene Besuchen der Innenstadt ist aus Sicht derjenigen Befragten vor allem das *Ambiente / Flair* (34 Personen). Auf den zweiten Platz liegen mit 25 Personen jeweils die *Verkehrssituation* und allgemein *fehlendes Interesse am Angebot*. Weitere zehn Personen geben *fehlende Freizeit* als Grund für das Meiden der Innenstadt an. Lediglich zwei Personen geben *fehlende Informationen* über das Angebot als solches an. Mit Blick auf die Zurverfügungstellung von Informationen zur Innenstadt scheinen die Befragten entsprechend zufrieden zu sein.

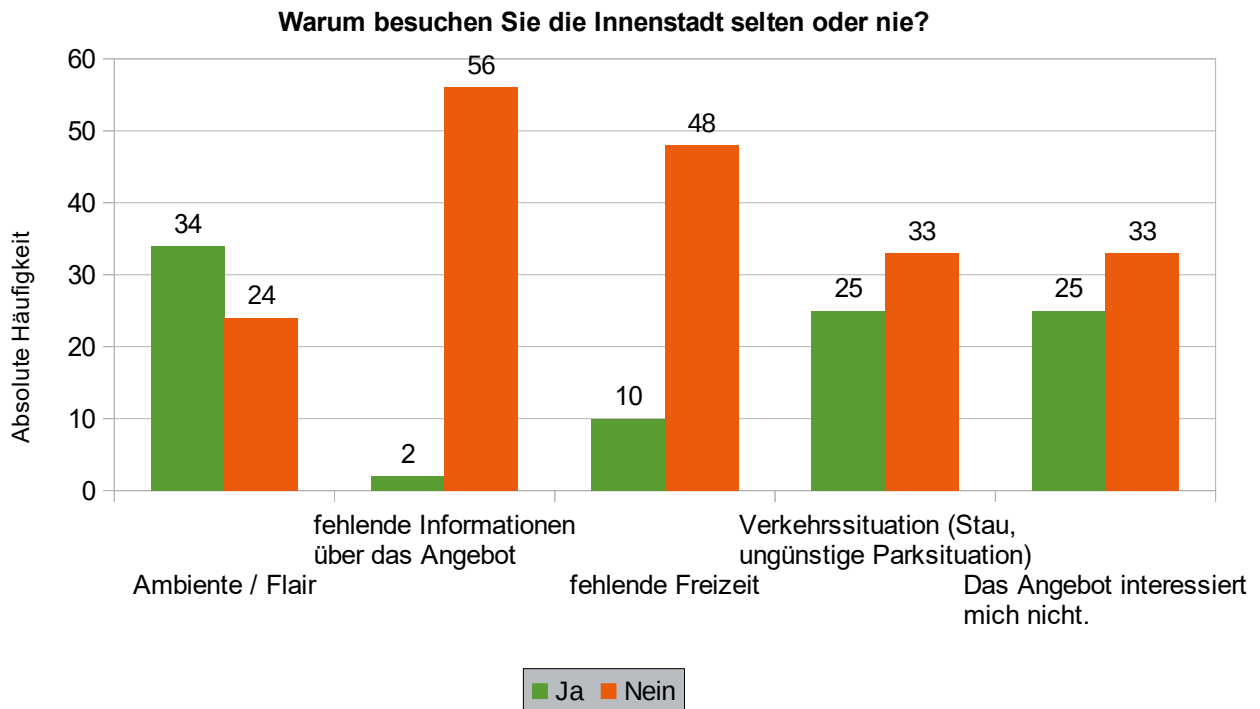


Abbildung 9: Beweggründe für seltene oder ausbleibende Besuche der Innenstadt

3.2 Attraktivität der Innenstadt (Frage 4 / 5)

Bei der Beantwortung der Frage nach der Attraktivität der Friedrichshafener Innenstadt in Hinblick auf verschiedene Aspekte zeigen sich die Häflerinnen und Häfler zwiegespalten (vgl. Abbildung 10). Die *Sauberkeit und Sicherheit* der Innenstadt werden überwiegend als *sehr gut* bzw. *gut* (beide ca. 64 % Zustimmung bei sehr gut bzw. gut). Lediglich knapp über 7 % erachten die beiden Aspekte als *schlecht* bzw. *sehr schlecht*. Anders sieht es bei den Kategorien *Gestaltung der Innenstadt, Ambiente / Atmosphäre / Flair, Vielfalt und Angebot der Geschäfte und Freizeitangebote* aus. Hier drückt sich deutlich der Unmut der Befragten aus: So werden die obigen Kategorien von den Befragten mit 40 % bis knapp über 50 % als schlecht bzw. sehr schlecht bewertet. Vor allem die *Vielfalt und das Angebot der Geschäfte* wird als *schlecht* (32,61 %) bzw. *sehr schlecht* (19,45 %) bewertet. Bei den restlichen Kategorien liegt eine ausgeglichene Bewertung vor.

Nachfolgend wird die Frage zur Bewertung der Attraktivität der Innenstadt in Hinblick auf die verschiedenen Subgruppen *InnenstadtbewohnerInnen, LadenbesitzerInnen* und *InnenstadtbesucherInnen* (aus Friedrichshafen bzw. von auswärts) ausgewertet.

InnenstadtbewohnerInnen: Analog zur allgemeinen Auswertung sind auch die InnenstadtbewohnerInnen mit der *Sauberkeit und Sicherheit* sehr zufrieden (ca. 57 % bzw. 59 % Zustimmung, vgl. Abbildung 11). Des Weiteren werden *Erreichbarkeit* 45 % und *Veranstaltungen* mit ca. 41 % positiv

bewertet. Die Kategorien *Gestaltung der Innenstadt, Ambiente / Atmosphäre / Flair, Vielfalt und Angebot* der Geschäfte sehen die InnenstadtbewohnerInnen als verbesserungswürdig an. Hierbei bewerten ca. 50 - 55 % der Befragten diese als *schlecht* bzw. *sehr schlecht*. Weiteres Verbesserungspotenzial wird beim *Freizeitangebot* (ca. 44 %) und den *Parkmöglichkeiten* (ca. 34 %) gesehen.

LadenbesitzerInnen / betreiberinnen: Die LadenbesitzerInnen bewerten die *Sicherheit* sogar noch besser (vgl. Abbildung 12) als die InnenstadtbewohnerInnen. So bewerten ca. 72 % die Sicherheit als *gut* bzw. *sehr gut*. Auch die *Sauberkeit* wird mit ungefähr 50 % positiv bewertet. Die größte Abweichung im Vergleich zur allgemeinen Auswertung ist die Bewertung von *Veranstaltungen*. Diese Kategorie erachten 61,11 % als gut. Am schlechtesten wird von 50 % dieser befragten Personengruppe das *Ambiente / Atmosphäre / Flair* bewertet (*schlecht*: 38,89 %; *sehr schlecht*: 11,11 %).

InnenstadtbesucherInnen aus Friedrichshafen: Obige Ergebnisse werden von den InnenstadtbesucherInnen aus Friedrichshafen bestätigt. So sind auch die InnenstadtbesucherInnen aus Friedrichshafen überwiegend mit der *Sauberkeit* und *Sicherheit* sehr zufrieden (ca. 67 % bzw. 66 %, vgl. Abbildung 13). Auch die Erreichbarkeit wird sehr gut bewertet (ca. 54 %). Größte Kritikpunkte sind *Vielfalt und Angebot der Geschäfte, Ambiente / Atmosphäre / Flair* und abermals das *Freizeitangebot* mit ca. 48-54 % *schlecht* bzw. *sehr schlecht* bewerteten Antworten.

Wie bewerten Sie die Attraktivität der Friedrichshafener Innenstadt in Hinblick auf...

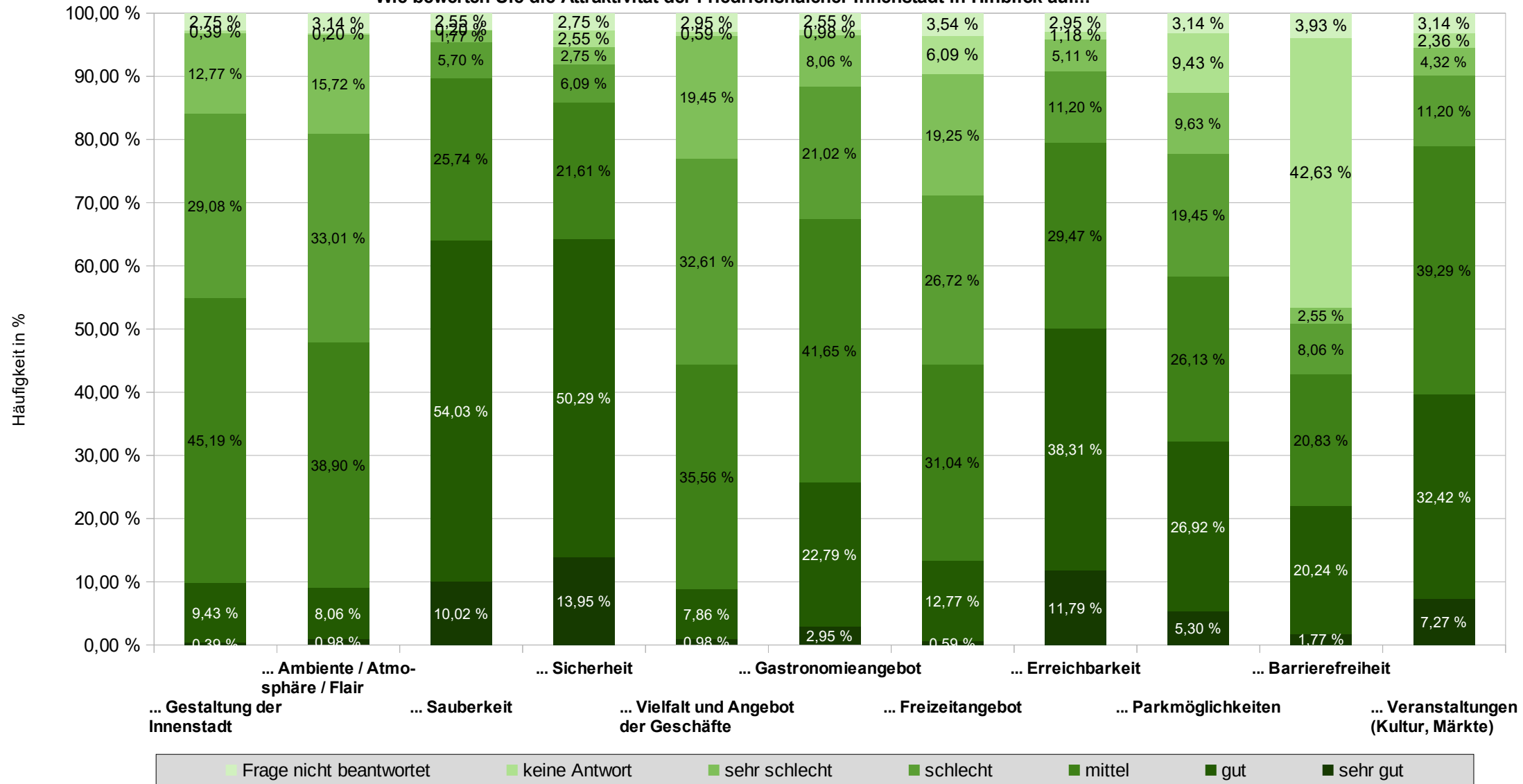


Abbildung 10: Beurteilung Attraktivität Innenstadt (allgemein)

Bewertung der Attraktivität der Friedrichshafener Innenstadt von den InnenstadtbewohnerInnen

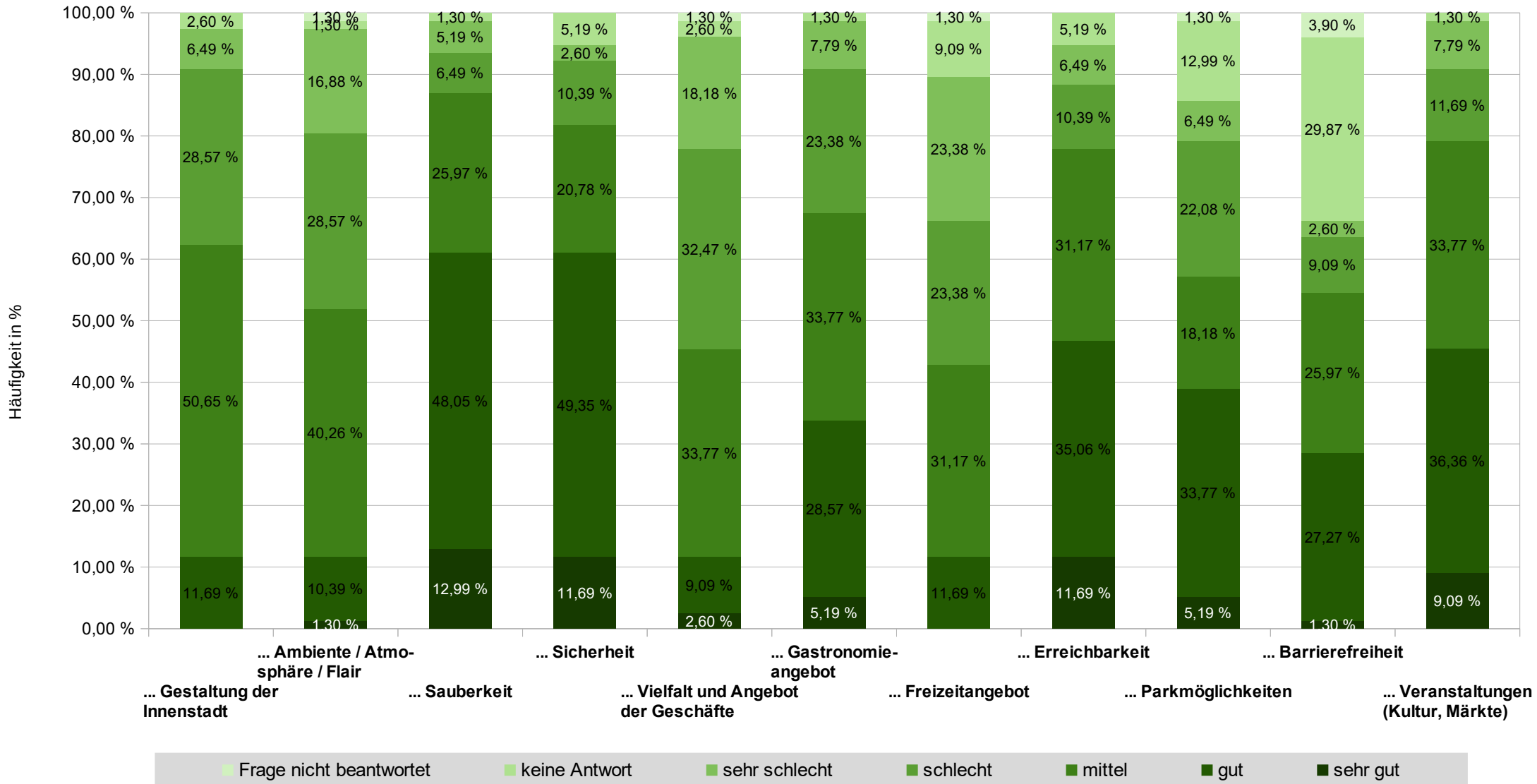


Abbildung 11: Beurteilung Attraktivität Innenstadt (InnenstadtbewohnerInnen)

Bewertung der Attraktivität der Friedrichshafener Innenstadt von den LadenbesitzerInnen / -betreiberInnen

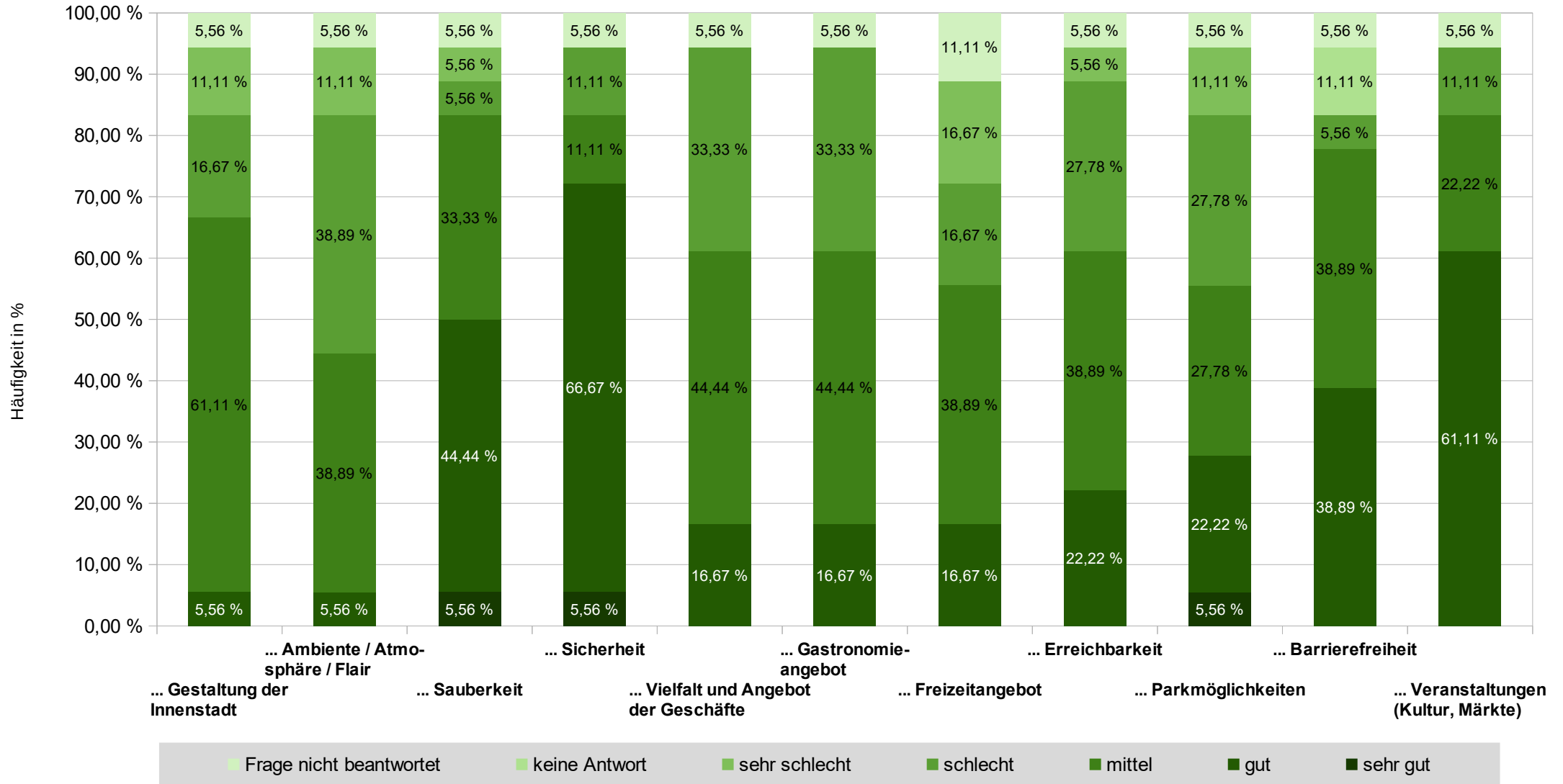


Abbildung 12: Beurteilung Attraktivität Innenstadt (LadenbesitzerInnen / -betreiberInnen)

Bewertung der Attraktivität der Friedrichshafener Innenstadt von den InnenstadtbesucherInnen aus Friedrichshafen

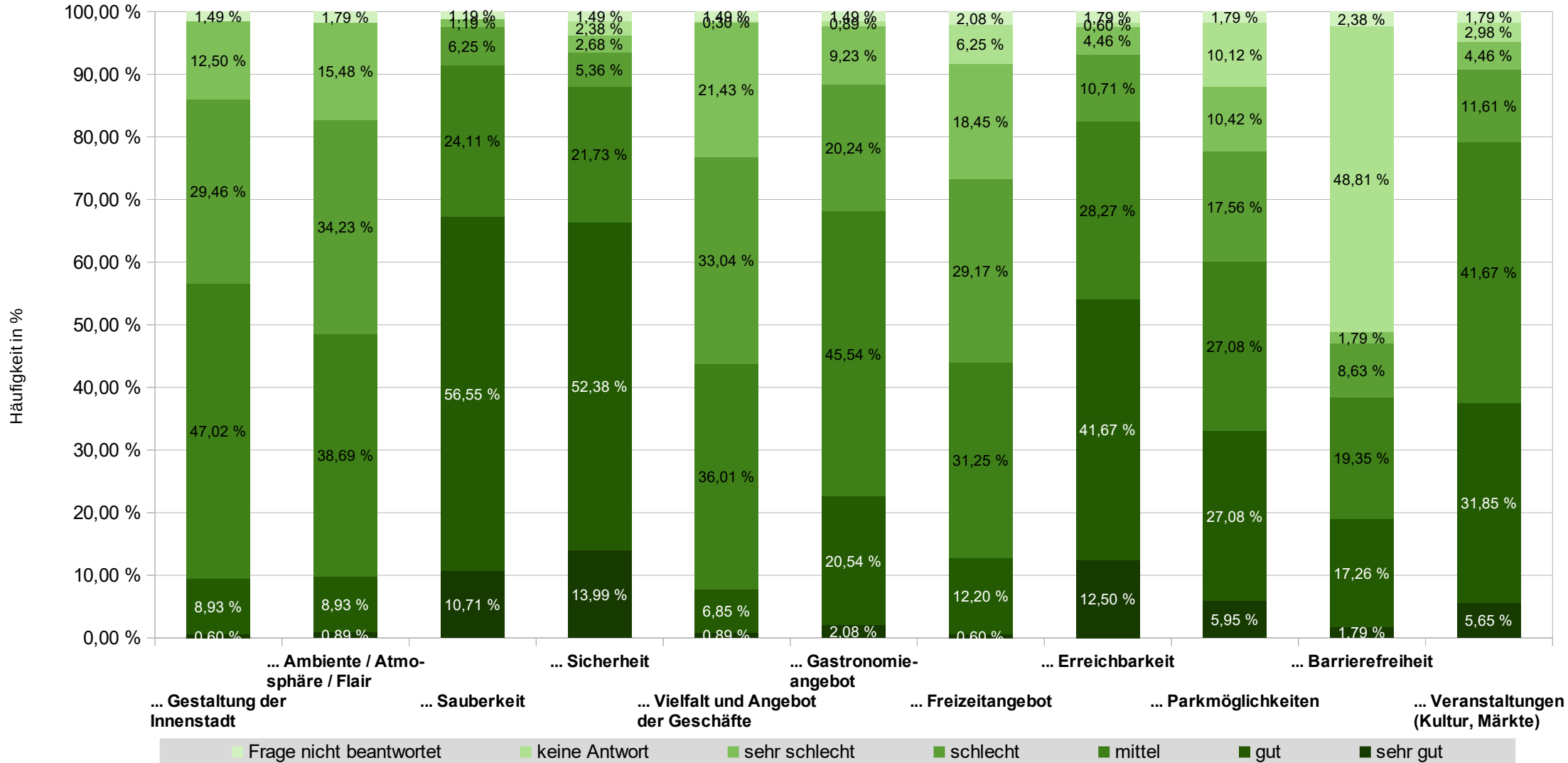


Abbildung 13: Beurteilung Attraktivität Innenstadt (InnenstadtbesucherInnen aus Friedrichshafen)

InnenstadtbesucherInnen von auswärts: Der obige Trend wird von den InnenstadtbesucherInnen von auswärts bestätigt (vgl. Abbildung 18). Auch von dieser Subgruppe erhält die Sicherheit und Sauberkeit überwiegenden Zuspruch (59 % bzw. 57 %). Darüber hinaus erachten die auswärtigen InnenstadtbesucherInnen die Erreichbarkeit als gut (ca. 45 %). Größtes Manko der Innenstadt sind für die auswärtigen BesucherInnen die Vielfalt und das Angebot der Geschäfte, Freizeitangebot und Ambiente / Atmosphäre / Flair mit ca. 55 %, 54 % und 53 %.

Bewertung der Attraktivität der Friedrichshafener Innenstadt von InnenstadtbesucherInnen von auswärts

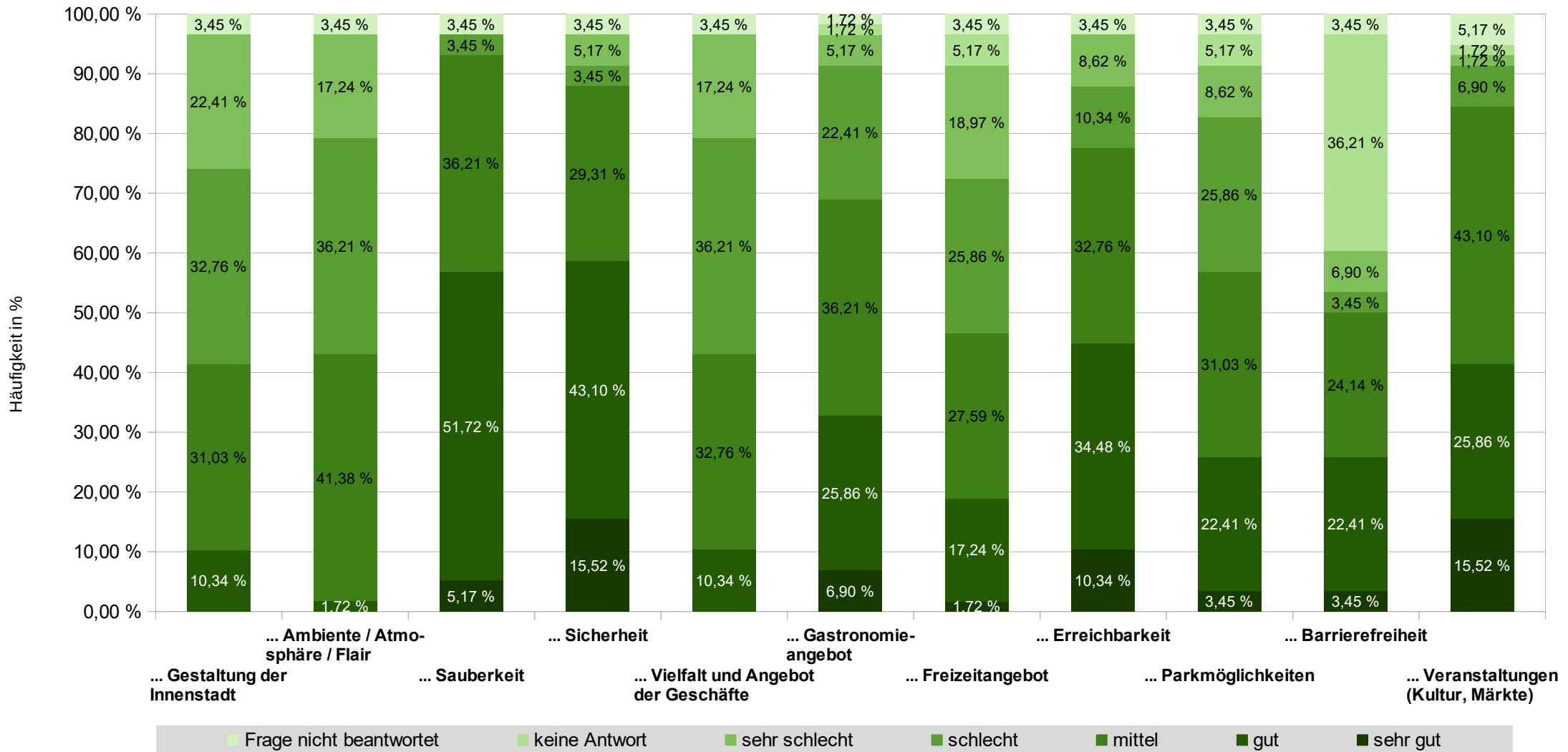


Abbildung 14: Beurteilung Attraktivität Innenstadt (InnenstadtbesucherInnen von auswärts)

3.3 Friedrichshafens Innenstadt im Vergleich (Frage 6 (b))

Besuchsfrequenz anderer Innenstädte (Frage 6 (b))

Insgesamt geben 201 Befragte an (39,48 %), dass sie andere Innenstädte häufiger besuchen, als die Friedrichshafener Innenstadt. In der nachfolgenden Grafik wird verdeutlicht, welche Innenstädte dies sind. Spitzenreiter der besuchten Innenstädte ist dabei Ravensburg mit insgesamt 162 Nennungen. Mit großem Abstand liegt auf dem zweiten Platz Konstanz (64 Nennungen). 51 Personen geben an, dass sie *andere* als die vier konkret in der Frage als Antworten zur Verfügung gestellte Städte häufiger besuchen. Weitere 41 Personen besuchen die Innenstadt von Lindau häufiger und immer noch 30 Personen besuchen, laut eigenen Angaben, häufiger die Innenstadt von Bregenz als die von Friedrichshafen.

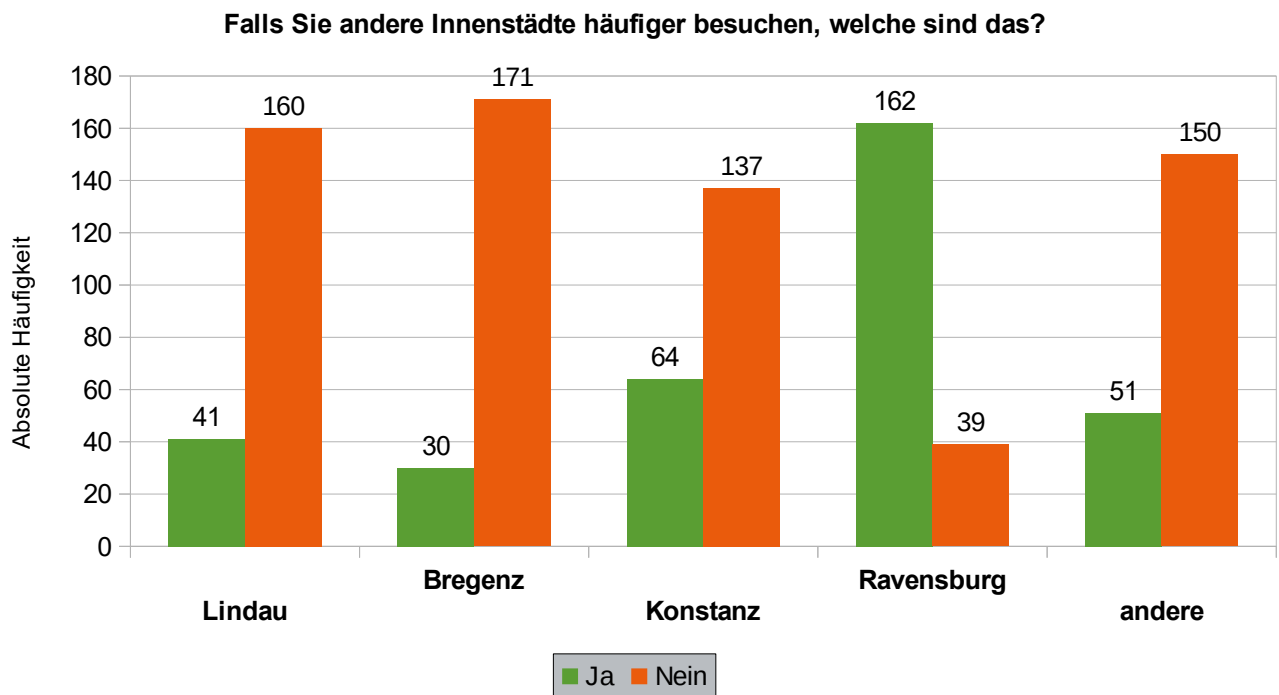


Abbildung 15: Häufig besuchte Innenstädte

3.3 Innenstadt im Zeitalter des Online-Shoppings (Frage 7 / 8)

Präferenz Online-Shopping vs. Innenstadtbesuch (Frage 7)

Sehr ausgeglichen zeigt sich das Antwortverhalten der Teilnehmenden bei der Frage, ob *Online-Shopping* gegenüber einem Besuch der Innenstadt bevorzugt wird. So bejaht die knappe Mehrheit von 247 Personen (48,53 %) die Frage und 244 Personen (47,94 %) verneinen diese. Ein Befund, der sich zum Trend eher gegenläufig verhält, dass sich Online-Shopping zunehmend größerer Beliebtheit erfreut als das Einkaufen im Laden. 18 Personen haben zu dieser Frage keine Meinung abgegeben (3,54 %).

Ziehen Sie Online-Shopping einem Besuch in der Innenstadt vor?

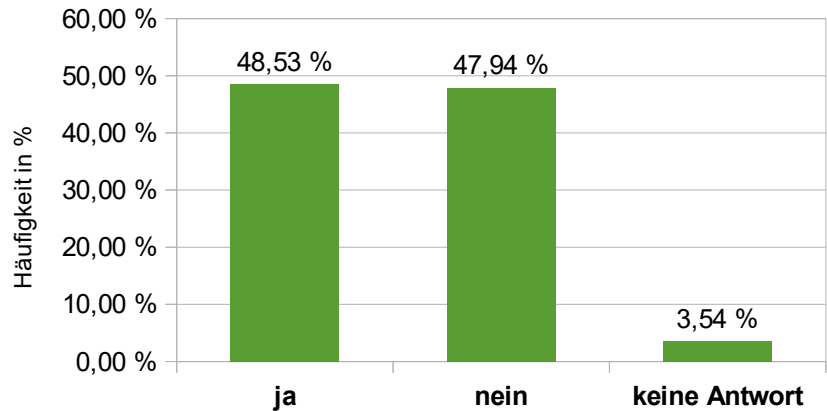


Abbildung 16: Onlineshopping vs. Innenstadtbesuch

Weder hinsichtlich des Geschlechts noch hinsichtlich des Bildungsabschluss gibt es keine gravierende Unterschiede bei einer Befürwortung bzw. Ablehnung des *Online-Shoppings*: Hierbei geben 51,01 % (126 Personen) der weiblichen Befragten an, dass sie Online-Shopping nicht dem Besuch der Innenstadt vorziehen. Bei den männlichen Befragten ist dieser Anteil mit 46,78 % (109 Personen) ein wenig geringer. Zu vernachlässigen ist die Auswertung hinsichtlich des Geschlechts divers, da nur drei Personen dieser Subgruppe angehören. Hinsichtlich des *Bildungsabschlusses* zeigen sich ebenfalls keine Unterschiede zwischen *Online-* und *Offline-Shoppern* im Vergleich.

Online-Shopping im Zusammenhang zum Geschlecht

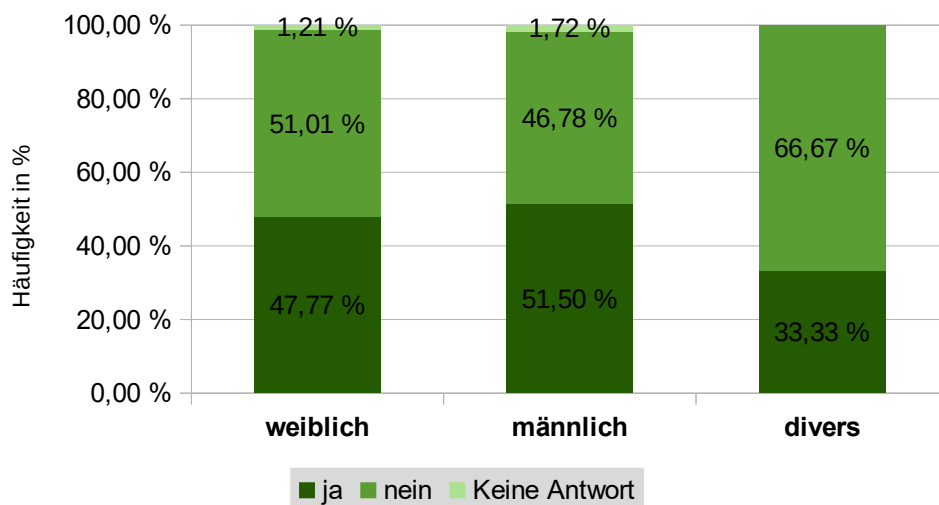


Abbildung 17: Onlineshopping vs. Innenstadtbesuch im Bezug zum Geschlecht

Wird hingegen das Antwortverhalten der verschiedenen **Altersgruppen** betrachtet, ergeben sich starke Unterschiede. So geben 75 % (drei Personen) der unter 18-Jährigen an, Online-Shopping den Besuch der Innenstadt vorzuziehen. Dies kann allerdings auf Grund der geringen Fallzahl bestenfalls als Orientierung betrachtet werden, da die Subgruppe der unter 18-Jährigen nur vier Personen umfasst und damit nicht repräsentativ ist. Bei den 18- bis 30-Jährigen liegt der Anteil, derjenigen die Online-Shopping einem Besuch der Innenstadt vorziehen, ebenfalls bei über zwei Drittel (69,03 %, 78 Personen). Merkwürdig geringer sind die „Online-Shopper“ bei den 31- bis 50-Jährigen Befragten vertreten. Hier sinkt der Anteil auf 57,53 % (107 Personen). Diese Tendenz setzt sich klar bei den 51- bis 65-Jährigen und über 65-Jährigen fort. Bei diesen Altersgruppen liegt der Anteil der Personen, die das Online-Shopping bevorzugen, lediglich bei 31,54 % (41 Personen) bzw. bei 23,08 % (12 Personen). Es ist infolgedessen festzustellen, dass die Begeisterung für Online-Shopping mit zunehmenden Alter abnimmt.



Abbildung 18: Online-Shopping (altersgruppenspezifisch)

Anteil der online getätigten Einkäufe (Frage 8)

Arithmetisches Mittel
(durchschnittlich online getätigte Einkäufe in %)

Teilnehmende	40,57 %
keine Antwort	70 Personen

Insgesamt geben die Befragten an, ca. 40 % ihrer Einkäufe online zu tätigen. Ein Wert, welcher im deutschlandweiten Trend eher auffallend niedrig ist und in den nächsten Jahren voraussichtlich weiter ansteigen wird.

3.4 Ideen, Anregungen und Wünsche der Befragten (Frage 9)

In der den inhaltlichen Teil abschließenden Frage 9 wurden die Teilnehmenden mittels Freitextfeld nach weiteren Ideen, Anregungen und Wünsche für die Innenstadt gefragt. Hier zeigten sich 327 der Befragten in Form von knapp 25 Seiten Text (> 10.000 Wörter) sehr auskunftsfreudig. Hauptthemen waren vor allem *Begrünung, Bäume* sowie *Bepflanzung allgemein* (1. Platz, knapp > 90 Nennungen), die Verbesserung der *Parkplatzsituation* (2. Platz, > 80 Nennungen), die Forderung nach *mehr* und *innovativeren Gastronomie- und Barangeboten* (3. Platz, > 70 Nennungen) sowie die allgemeine Forderung, mehr *Angebote für junge Leute* zu schaffen (4. Platz, > 25 Nennungen). Auf den weiteren Plätzen folgen *bessere Einkaufsmöglichkeiten* (eine größere Auswahl, längere Öffnungszeiten) *mehr Feste* sowie die Forderung nach einem attraktiveren *Beleuchtungskonzept*.

4. Zusammenfassung

Die Häflerinnen und Häfler besuchen die Innenstadt Friedrichshafens sehr häufig. Rund ein Fünftel besucht die Innenstadt mehrmals pro Woche oder etwa einmal pro Woche. Immer noch knapp 14 % der Befragten gaben an, die Innenstadt täglich zu besuchen. Die hohe **Besuchsfrequenz** wirft ein positives Licht auf die Attraktivität der Innenstadt. Lediglich 55 Personen geben an, die Innenstadt *seltener* (10,81 %) oder *nie* (0,59 %) zu besuchen. Werden die Personen, die *selten* oder *nie* die Innenstadt besuchen, nach den Gründen dafür gefragt, sind die am häufigsten genannte Ursachen: *Ambiente / Flair* (34 Angaben), *Verkehrssituation* und *fehlende Interesse am Angebot* (je 25 Angaben) sowie *fehlende Freizeit* (10 Angaben).

Die **Attraktivität der Innenstadt** wird von den Befragten in Hinblick auf die verschiedenen Kategorien sehr unterschiedlich bewertet. Am besten bewerten die Befragten die *Sauberkeit* und *Sicherheit* der Innenstadt. Dagegen sehen die Befragten vor allem Verbesserungspotenziale bei der *Gestaltung der Innenstadt*, *Ambiente / Atmosphäre / Flair*, *Vielfalt und Angebot der Geschäfte* und dem allgemeinen *Freizeitangebot*. Insbesondere die Vielfalt und das konkrete Angebot der Geschäfte werden kritisiert, ebenso wie eine fehlende bzw. verbesserungswürdige *Begrünung*, die in den Freitextfeldern neben der *Parkplatzsituation* am häufigsten bemängelt wird.

Analog zur allgemeinen Auswertung zeigen sich auch die **InnenstadtbewohnerInnen** mit der *Sauberkeit* und *Sicherheit* ihres Wohnumfeldes *sehr zufrieden*. Des Weiteren werden *Erreichbarkeit* und *Veranstaltungen positiv* bewertet. Auch die Kategorien *Gestaltung der Innenstadt*, *Ambiente / Atmosphäre / Flair*, *Vielfalt und Angebot der Geschäfte* sehen die InnenstadtbewohnerInnen als verbesserungswürdig. Weiteres Verbesserungspotenzial wird bei dem *Freizeitangebot* und *Parkmöglichkeiten* gesehen.

Die **LadenbesitzerInnen** sind gleichsam besonders zufrieden mit der *Sicherheit* und *Sauberkeit*. Darüber hinaus werden auch die *Veranstaltungen* seitens dieser Personengruppe *positiv* bewertet. Dagegen sehen die LadenbesitzerInnen vor allem Nachholbedarf bei *Ambiente / Atmosphäre / Flair* der Innenstadt.

Die **InnenstadtbesucherInnen aus Friedrichshafen** sind neben der *Sauberkeit* und *Sicherheit* mit der *Erreichbarkeit* sehr zufrieden. Größter Kritikpunkt dieser Personengruppe der Befragten sind *Vielfalt und Angebot der Geschäfte*, *Ambiente / Atmosphäre / Flair* und das *Freizeitangebot*.

InnenstadtbesucherInnen von auswärts bestätigen die obigen Ergebnisse und zeigen sich mit der *Sicherheit* und *Sauberkeit* ebenfalls überwiegend zufrieden. Darüber hinaus erachten sie die *Erreichbarkeit* als *gut*. Größtes Manko der Innenstadt ist für die auswärtigen BesucherInnen die *Vielfalt* und das *Angebot der Geschäfte*, *Freizeitangebot* und *Ambiente / Atmosphäre / Flair*.

Die teilweise negative Bewertung der Friedrichshafener Innenstadt spiegelt sich auch in dem Sachverhalt wider, dass knapp die Hälfte der Befragten angeben, andere Innenstädte häufiger zu besuchen.

Eine weitere Herausforderung für die Innenstadt ist die Konkurrenz zum Einkaufen im Internet. Etwa die Hälfte der Befragten geben an, dass sie Online-Shopping einen Besuch der Innenstadt vorziehen. Gerade um den Trend zum Online-Shopping entgegenzuwirken, müssen Anreize für das lokale Einkaufen geschaffen werden. Hier sprechen die Häflerinnen und Häfler eine klare Sprache und es lassen sich konkrete Handlungsempfehlungen zur Nachbesserung in den Kategorien *Gestaltung der Innenstadt, Ambiente / Atmosphäre / Flair, Vielfalt und Angebot der Geschäfte und Freizeitangebot*, die am schlechtesten bewertet werden, aufzeigen. Vor allem für jüngere Personen sollten Anreize für die Innenstadt geschaffen werden, da diese vermehrt im Internet einkaufen. Dies deckt sich mit der im Freitextfeld vierthäufigst genannten Forderung, es sollten mehr *Angebote für junge Leute* geschaffen werden.

Anhang

Papierfragebogen

Unsere Innenstadt

Liebe Mitbürgerinnen, liebe Mitbürger,

wir freuen uns, dass Sie uns bei der zukünftigen Gestaltung der Innenstadt unterstützen möchten. Mit Ihren Erfahrungen, Ideen und Einschätzungen soll ein städtebaulicher Wettbewerb zur attraktiven Innenstadtentwicklung präzise gestaltet werden. Bitte verraten Sie uns deshalb, was Sie an Ihrer Innenstadt schätzen und wo Sie vielleicht noch Verbesserungsbedarf sehen. Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen. Sie teilen uns Ihre Meinung stellvertretend für eine Vielzahl von Bürgern und Bürgerinnen mit.

Die Umfrage wird mit Unterstützung der wer|denkt|was GmbH, den unabhängigen Beteiligungsexperten mit Sitz in Darmstadt, durchgeführt. Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen an folgende Adresse:

wer denkt was GmbH
Stichwort: FH Innenstadt
Robert-Bosch-Straße 7
64293 Darmstadt

→ **Bitte verzichten Sie aus Datenschutzgründen unbedingt auf den Absender.** ←

Datensicherheitserklärung (in aller Kürze):

Wir versichern Ihnen, dass der umfassende Schutz Ihrer Daten unter Beachtung der gesetzlichen Datenschutzvorschriften (DS-GVO / BDSG-neu) gewährleistet ist. Alle Angaben werden streng vertraulich behandelt, ohne Namensbezug gespeichert und ausschließlich nach wissenschaftlichen Standards verarbeitet. Die Teilnahme an der Befragung ist freiwillig.

Die Ergebnisse finden Sie nach der Auswertung online unter www.sags-doch.de. Die gesamten Erkenntnisse und Ergebnisse sollen dazu dienen, die Innenstadt attraktiv zu entwickeln und zum Erlebnis für alle zu machen. Geplant ist, den städtebaulichen Wettbewerbs im 2. Halbjahr 2019 zu verabschieden und anschließen auszuloben.

Bei Rückfragen steht Ihnen das Team der Projektgruppe gerne zur Verfügung. Bitte setzen Sie sich hierzu mit dem *Amt für Stadtplanung und Umwelt* in Verbindung, Tel. 07541 203-4601, [stadtplanung \[at\] friedrichshafen.de](mailto:stadtplanung[at]friedrichshafen.de)

I. Erklärung gemäß Datenschutz

Am Ende der Befragung stellen wir Ihnen einige Fragen zu Ihrer Person (sog. „Soziodemographische Angaben“). Die Angaben dienen dazu, auch soziale Faktoren, wie zum Beispiel Alter und Berufsstand, in die Ergebnisbetrachtung mit einzubeziehen. Die Auswertung wird dadurch genauer. Wir erheben so wenige Angaben wie möglich.

Die Teilnahme an dieser Umfrage ist freiwillig und anonym. Sie müssen Ihren Namen nicht angeben.

Diese Umfrage wird durch die wer|denkt|was GmbH durchgeführt und von der Stadt Friedrichshafen ausgewertet. Die Stadt Friedrichshafen erhält ausschließlich pseudonymisierte Daten, ein Rückschluss auf Ihre Person ist dann nicht mehr möglich.

Auch bei einer Umfrage haben Sie gemäß Datenschutz das Recht auf Auskunft sowie Löschung Ihrer personenbezogenen Daten. Sie können diese Einwilligungserklärung jederzeit widerrufen. Schreiben Sie uns hierzu einfach eine E-Mail ([datenschutz \[at\] werdenktwas.de](mailto:datenschutz[at]werdenktwas.de)). Wir werden dann mit Ihnen Kontakt aufnehmen. Nach erfolgtem Widerruf werden Ihre Daten gelöscht. Eine Weitergabe Ihrer Daten an Dritte erfolgt zu keinem Zeitpunkt.

- Ich akzeptiere die Erklärung zum Datenschutz

Hinweis: Wenn Sie der Erklärung zum Datenschutz nicht zustimmen, können wir Ihre Angaben leider nicht verarbeiten und sind dazu gezwungen diese umgehend zu löschen.



1. Wenn Sie an Ihren letzten Besuch der Friedrichshafener Innenstadt zurückdenken, was war der Anlass Ihres Besuchs?

(Bitte machen Sie nur ein Kreuz)

- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> gezielter Einkauf | <input type="radio"/> Arztbesuch |
| <input type="radio"/> Stadtbummel | <input type="radio"/> Behördengang |
| <input type="radio"/> Gastronomiebesuch (Restaurants, Cafés etc.) | <input type="radio"/> Ich wohne in der Innenstadt. |
| <input type="radio"/> andere Freizeitaktivitäten | <input type="radio"/> anderer Grund: _____
(Bitte ausfüllen, insofern angekreuzt!) |
| <input type="radio"/> Arbeitsort / Ausbildungsstätte | |

2. Mit welchem Verkehrsmittel kommen Sie meistens in die Innenstadt?

(Bitte machen Sie nur ein Kreuz)

- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> öffentliche Verkehrsmittel (Bahn, Bus) | <input type="radio"/> zu Fuß |
| <input type="radio"/> eigener PKW | <input type="radio"/> sonstiges: _____
(Bitte ausfüllen, insofern angekreuzt!) |
| <input type="radio"/> Zweirad (Fahrrad, Roller oder Motorrad) | |

Auf der nächsten Seite geht es weiter.



3. Wie oft besuchen Sie die Innenstadt in Friedrichshafen?
(Bitte machen Sie nur ein Kreuz)

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> täglich | <input type="radio"/> etwa einmal im Monat |
| <input type="radio"/> mehrmals pro Woche | <input type="radio"/> seltener |
| <input type="radio"/> etwa einmal pro Woche | <input type="radio"/> nie |
| <input type="radio"/> etwa alle zwei Wochen | |

➔ 3.a) Warum besuchen Sie die Innenstadt häufig?

3.b) Warum besuchen Sie die Innenstadt selten oder nie? ←
(Mehrfachnennungen möglich)

- Ambiente / Flair
- fehlende Informationen über das Angebot
- fehlende Freizeit
- Verkehrssituation (Stau, ungünstige Parksituation)
- Das Angebot interessiert mich nicht.
- sonstiges: _____

(Bitte ausfüllen, insofern angekreuzt!)



4. Wie bewerten Sie die Attraktivität der Friedrichshafener Innenstadt in Hinblick auf...
(Bitte machen Sie pro Zeile nur ein Kreuz)

	sehr gut	gut	mittel	schlecht	sehr schlecht	keine Antwort
... Gestaltung der Innenstadt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... Ambiente / Atmosphäre / Flair	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... Sauberkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... Sicherheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... Vielfalt und Angebot der Geschäfte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... Gastronomieangebot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... Freizeitangebot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... Erreichbarkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... Parkmöglichkeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... Barrierefreiheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... Veranstaltungen (Kultur, Märkte)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
(Bitte machen Sie pro Zeile nur ein Kreuz)

	stimme voll und ganz zu	stimme zu	teils / teils	stimme nicht zu	stimme überhaupt nicht zu
Die Gebäudefassaden sollten aufgewertet werden (Beleuchtung, Gestaltung)!	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Sauberkeit der Innenstadt sollte verbessert werden!	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In der Innenstadt sollte es mehr Begrünung geben!	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In der Innenstadt fehlt es an Sitzgelegenheiten!	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

➡ Auf der nächsten Seite geht es mit dieser Frage weiter.

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
(Bitte machen Sie pro Zeile nur ein Kreuz)



stimme
voll und
ganz zu

stimme
zu

teils / teils

stimme
nicht zu

stimme
überhaupt
nicht zu

Es sollten Sonderaktionen des Handels durchgeführt werden (z.B. Mottotage zur Verkaufsförderung)!

Die Informationen / Werbung über Angebote und Veranstaltungen sollten ausgeweitet werden!

6. Besuchen Sie andere Innenstädte häufiger als die Friedrichshafener Innenstadt?
(Bitte machen Sie nur ein Kreuz)

ja

nein

6.a) Falls Sie andere Innenstädte häufiger besuchen, welche sind das?
(Mehrfachnennungen möglich)

Lindau

Bregenz

Konstanz

Ravensburg

andere: _____
(Bitte ausfüllen, insofern angekreuzt!)

6.b) Sie besuchen andere Innenstädte häufiger, was macht diese im Vergleich zur Friedrichshafener Innenstadt attraktiver?



7. Ziehen Sie Online-Shopping einem Besuch in der Innenstadt vor?
(Bitte machen Sie nur ein Kreuz)

- ja nein

8. Wie viel Prozent Ihrer Einkäufe tätigen Sie ungefähr online?

_____ % meiner Einkäufe erledige ich online.

9. Welche Ideen, Anregungen, Wünsche möchten Sie in den weiteren Prozess einbringen? Haben Sie vielleicht etwas woanders gesehen, dass Sie sich auch für Friedrichshafen vorstellen könnten?

10. Wie alt sind Sie?
(Bitte machen Sie nur ein Kreuz)

- < 18 51-65
 18-30 > 65
 31-50

11. Wo wohnen Sie?
(Bitte nenne Sie uns den Wohnort, keinesfalls Ihre Postanschrift)

12. Bitte geben Sie Ihren aktuellen Familienstand an:
(Bitte machen Sie nur ein Kreuz)

- ledig verwitwet
 verheiratet / in eingetragener Partnerschaft geschieden / in Trennung



13. Welchen höchsten Schulabschluss haben Sie?
(Bitte machen Sie nur ein Kreuz)

- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> Volks- / Hauptschulabschluss | <input type="radio"/> (Fach-) Hochschulabschluss |
| <input type="radio"/> Mittlere Reife / Realschulabschluss | <input type="radio"/> Ich habe keinen Schulabschluss. |
| <input type="radio"/> Abitur / (Fach-) Hochschulreife | |

14. Welche Lebenssituation trifft derzeit überwiegend auf Sie zu?
(Bitte machen Sie nur ein Kreuz)

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> in Vollzeit erwerbstätig | <input type="radio"/> aus anderen Gründen nicht erwerbstätig |
| <input type="radio"/> in Teilzeit erwerbstätig | <input type="radio"/> 450-Euro-Job / Mini-Job |
| <input type="radio"/> selbstständig | <input type="radio"/> Hausmann / -frau |
| <input type="radio"/> Altersteilzeit | <input type="radio"/> Schüler / -in oder Azubi |
| <input type="radio"/> im Vor- bzw. Ruhestand | <input type="radio"/> Student / -in |
| <input type="radio"/> arbeitslos / arbeitssuchend | <input type="radio"/> Praktikum / freiwilliges soziales Jahr o. ä. |

15. Bitte teilen Sie uns Ihr Geschlecht mit:
(Bitte machen Sie nur ein Kreuz)

- | | |
|--------------------------------|------------------------------|
| <input type="radio"/> weiblich | <input type="radio"/> divers |
| <input type="radio"/> männlich | |

16. Sind Sie...
(Bitte machen Sie nur ein Kreuz)

- | |
|--|
| <input type="radio"/> ... InnenstadtbewohnerIn |
| <input type="radio"/> ... Ladenbesitzer/-betreiberIn |
| <input type="radio"/> ... InnenstadtbesucherIn aus Friedrichshafen |
| <input type="radio"/> ... InnenstadtbesucherIn von auswärts |

Vielen Dank für Ihre Teilnahme.

Die Stadt Friedrichshafen bedankt sich herzlich bei Ihnen für die Teilnahme an der Umfrage!
Falls Sie an dem Gewinnspiel und an der Verlosung eines Geschenkgutscheins im Wert von
50 Euro teilnehmen möchten, schreiben Sie bitte eine kurze E-Mail mit dem Betreff
"Gewinnspiel Innenstadtgestaltung" an ["gewinnspiel@sags-doch.de"](mailto:gewinnspiel@sags-doch.de).