

Stadt  Rottweil

Wirtschafts-, Einkaufs- und Erlebnisstandort Rottweil:
Anforderungen, Perspektiven und Handlungsfelder
aus Sicht der Bürger und Gäste

Befragung zur Innenstadt und zum Verkehrsversuch 2023
Stadt Rottweil

Ergebnisbericht

Dipl.-Geogr. Julia Bubbel
B. Sc. Felix Ziegler

Quelle: www.rottwil.de, abgerufen 12.09.22

1. Vorbemerkung

Methodik und Statistik

Im September und Oktober 2023 wurde eine Befragung zur Innenstadt und zum Verkehrsversuch 2023 durchgeführt. Insgesamt haben **864 Personen** an der Befragung teilgenommen.

- **Zentrale Themen der Befragung:**
 - grundsätzliche Stimmung der Innenstadt-Besucher*innen
 - Ansätze zur Attraktivierung der Innenstadt
 - tatsächliches Besucherverhalten
 - aktueller Verkehrsversuch (Eindrücke, Rückmeldungen, Optimierung usw.)

- **Befragungszeitraum:** 11.09. – 17.10.2023

- **Zielgruppe:** Innenstadt-Besucher*innen (Einwohner*innen + Gäste der Stadt Rottweil)

- **Methodenmix:** Online-Befragung
Face-to-face-Interviews in der Innenstadt

- **Rücklauf:** **auswertbare Fragebögen: 864**

1. Vorbemerkung

Hinweise zur Darstellung und Interpretation der Ergebnisse

- *Hinweis 1:* In dieser Präsentation werden die zentralen Ergebnisse der Befragung dargestellt. Die vollständige Auswertung mit relevanten Einzelergebnissen wird der Wirtschaftsförderung der Stadt Rottweil als Excel-Datenblatt zu Verfügung gestellt. Differenzierte Auswertungen nach Altersgruppe, Wohnort usw. wurden nur bei ausgewählten Fragen vorgenommen. Dargestellt sind diese nur dann, wenn auffallende Unterschiede auftreten.
- *Hinweis 2:* Die Anzahl der Befragten wird mit „N“ bezeichnet. Die ausgewiesenen Prozentwerte beziehen sich demnach auf die jeweilige Gesamtzahl der Befragten. Bei Fragen mit Mehrfachnennungen ist daher in Summe ein Prozentwert über 100 möglich. Bei Häufigkeiten und Mittelwerten sind gerundete Werte dargestellt. Abweichungen zu 100% sind auf Rundungsdifferenzen zurückzuführen. Bei offenen Fragen wurden die Antworten zu Kategorien zusammengefasst, dargestellt sind in der Regel die Antworten mit einer bestimmten Häufung (z.B. ab 10 Nennungen)
- *Hinweis 3:* Die Ergebnisse werden in Teilen hinsichtlich ihrer zentralen Aussage für die künftige Entwicklung der Stadt Rottweil und auffälliger Ergebnisse in Kurzform verbal zusammengefasst und wo möglich nach auffallenden Details bewertet.
- *Hinweis 4:* Soweit vorliegend ist der „imakomm-Benchmark“ abgebildet. Hierbei handelt es sich um Ergebnisse aus früheren von der imakomm durchgeführten Befragungen. Der imakomm-Benchmark bezieht sich dabei ausschließlich auf Befragungsergebnisse in Kommunen mit 10.000 bis < 25.000 Einwohner*innen.

Im Folgenden sind die zentralen Befragungsergebnisse dargestellt.

Ergebnisse Bürger- und Gästebefragung Innenstadt Rottweil

2. Statistik – Angabe zur Person

Wohnort & Beziehung zur Stadt

Wohnort	Stichprobe Befragung	
Stadt Rottweil Innenstadt	152	18%
Stadt Rottweil sonstige Kernstadt	302	35%
Stadtteil von Rottweil	160	19%
Deißlingen	24	3%
Dietingen	33	4%
Zimmern	49	6%
Villingendorf	19	2%
andere Stadt / anderer Ort	125	15%
Gesamt	864	100%

Beziehung zur Stadt Rottweil	Stichprobe Befragung	
<i>Mehrere Antworten möglich</i>		
Ich wohne hier (Rottweil inkl. Stadtteile)	609	71%
Ich arbeite hier	226	26%
Ich wohne im Umland	188	22%
Ich bin Gast	20	2%
Sonstiges	24	3%
Gesamt	864	100%

- **Mehr als die Hälfte der Befragten** Personen (53%) **wohnen in der Rottweiler Kernstadt** (Innenstadt + sonstige Kernstadt)
- Inkl. der Stadtteile Rottweils ergibt sich ein **Gesamtanteil der Bewohner*innen an den Befragten von knapp über 70%**
- **Gäste** der Stadt Rottweil nehmen mit **2%** nur einen sehr geringen Anteil ein, **ein Viertel** der Befragten gibt an, in Rottweil zu arbeiten

2. Statistik – Angabe zur Person

Geschlecht und Alter

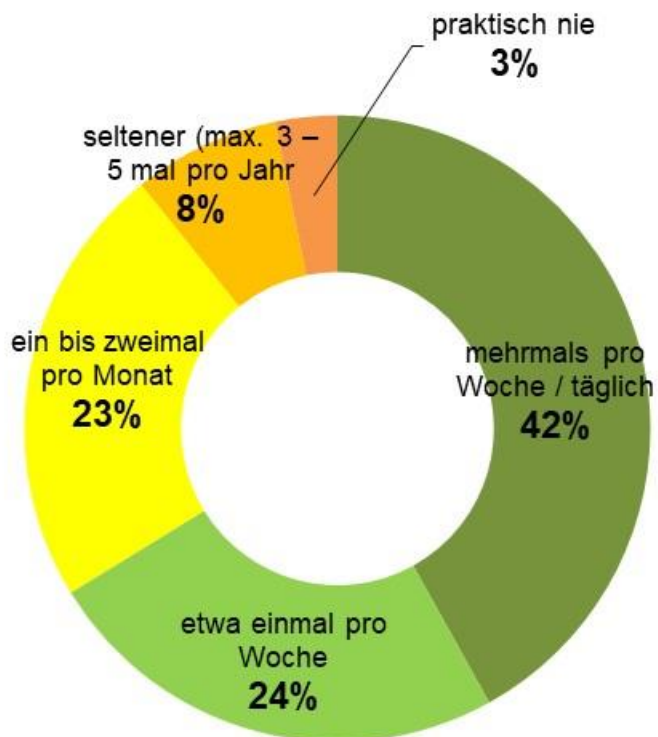
Geschlecht	Stichprobe Befragung	
weiblich	465	54%
männlich	394	46%
divers	5	<1%
Gesamt	864	100%

Alter	Stichprobe Befragung	
Unter 18 Jahre	30	3%
18 bis unter 25 Jahre	66	8%
25 bis unter 40 Jahre	231	27%
40 bis unter 65 Jahre	425	49%
65 Jahre und älter	112	13%
Gesamt	864	100%

- Die Geschlechterverteilung weist einen **leichten weiblichen Überhang** der Befragten auf (54%)
- Die **Altersgruppe der 40 bis unter 65-Jährigen** macht mit fast 50% der Beteiligten einen hohen Anteil aus., während gerade die jüngeren und älteren Gruppen unterdurchschnittlich vertreten sind. Grundsätzlich ist aber festzuhalten, dass gerade die mittleren Altersgruppen auch häufig die wesentlichen Einkäufer und Innenstadtbesucher bilden.
- Insgesamt besteht eine ausreichend große Stichprobe mit **hoher Aussagekraft**

3. Kundenverhalten

Wie häufig besuchen Sie die Innenstadt von Rottweil generell?

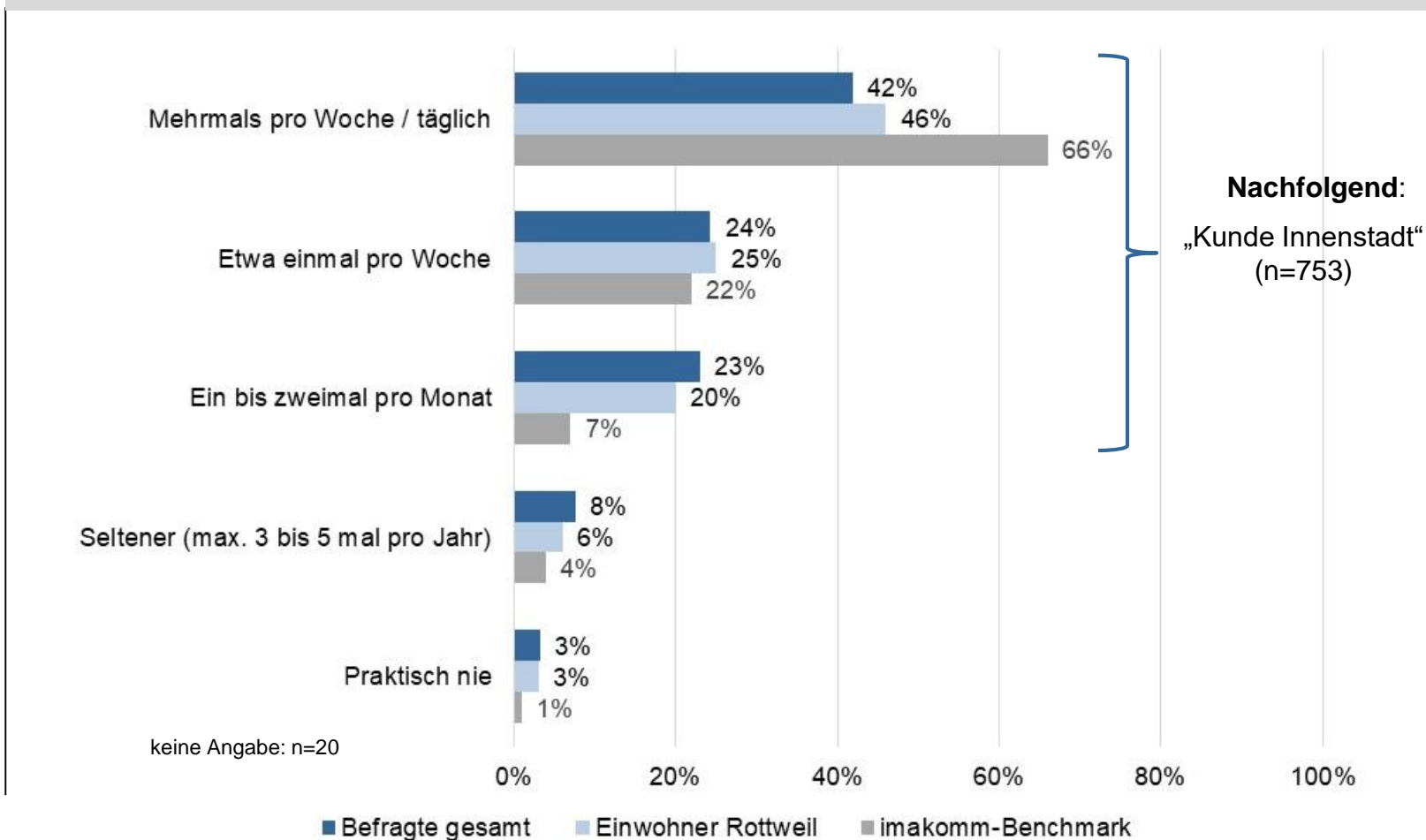


keine Angabe: n=20

- Im Vergleich zum imakomm-Benchmark **kommen** die Rottweiler Kunden **seltener** in die Innenstadt. 42% der Befragten besuchen die Innenstadt mehrmals pro Woche / täglich. Unter den Bewohnern von Rottweil (inkl. Stadtteile) nimmt der Anteil ca. 46% ein. Dieser Wert ist im Vergleich **unterdurchschnittlich** (imakomm Benchmark: 66%)
- **Über 65%** der Befragungsteilnehmer **besucht die Innenstadt mindestens einmal pro Woche**
- **Etwa 89%** der Befragungsteilnehmer*innen **besuchen** die Rottweiler **Innenstadt mindestens ein bis zweimal pro Monat** und gelten daher im Folgenden als „**Kunde Innenstadt**“

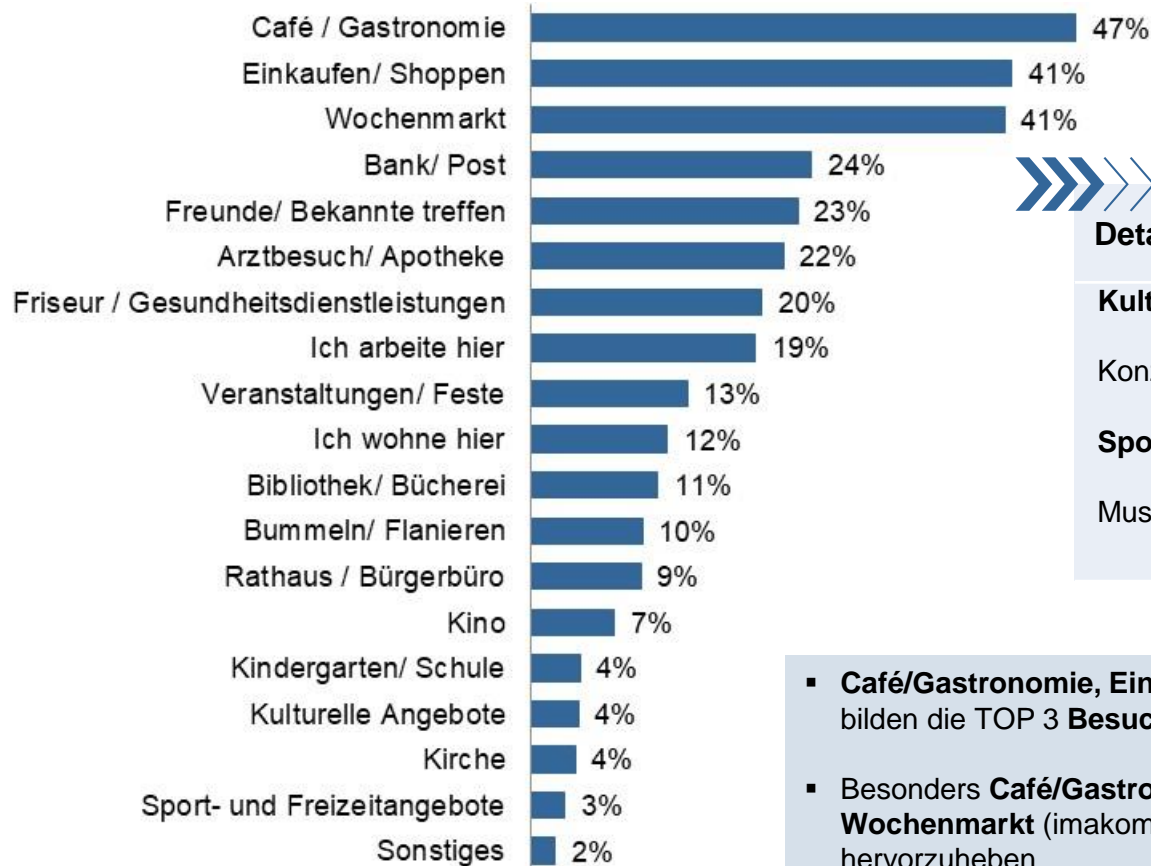
3. Kundenverhalten

Wie häufig besuchen Sie die Innenstadt von Rottweil generell?



3. Kundenverhalten

Wenn Sie an die letzten Monate denken, was waren Ihre drei häufigsten Besuchsgründe für die Rottweiler Innenstadt?



Details

Kulturelle Angebote:

Konzerte, Theater

Sport- und Freizeitangebote:

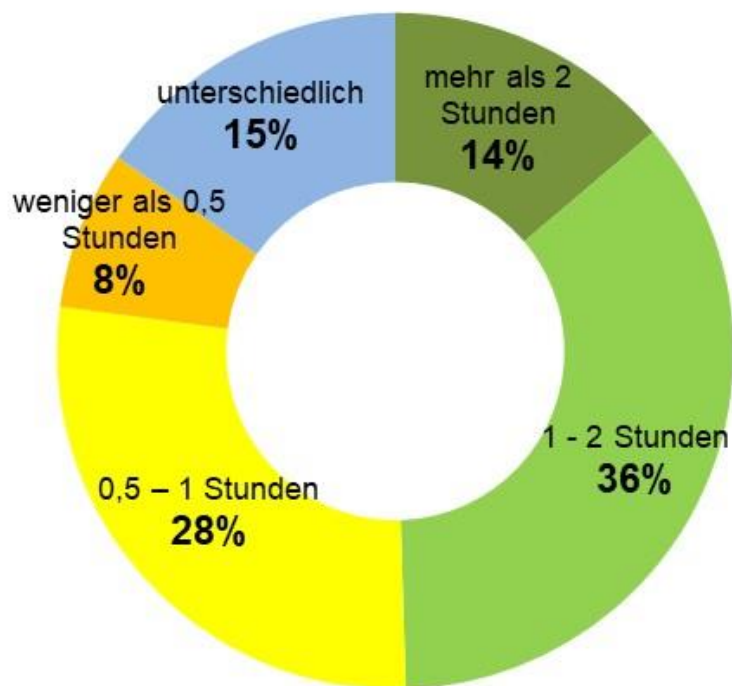
Musikschule, VHS, Fitnessstudio

- **Café/Gastronomie, Einkaufen/Shoppen und Wochenmarkt** bilden die TOP 3 **Besuchsgründe** der Rottweiler Innenstadt
- Besonders **Café/Gastronomie** (imakomm Benchmark 33%) und **Wochenmarkt** (imakomm Benchmark 18%) sind dabei hervorzuheben
- **Einkaufen/Shoppen** ist wichtig, aber **nicht DER Besuchsgrund** (imakomm Benchmark 59%)

Antwortmöglichkeit nur für Kunden (Besuch mind. monatlich.)
Mehrere Antworten möglich, n=753

3. Kundenverhalten

Wie lange halten Sie sich bei einem „typischen“ Besuch in der Rottweiler Innenstadt auf?

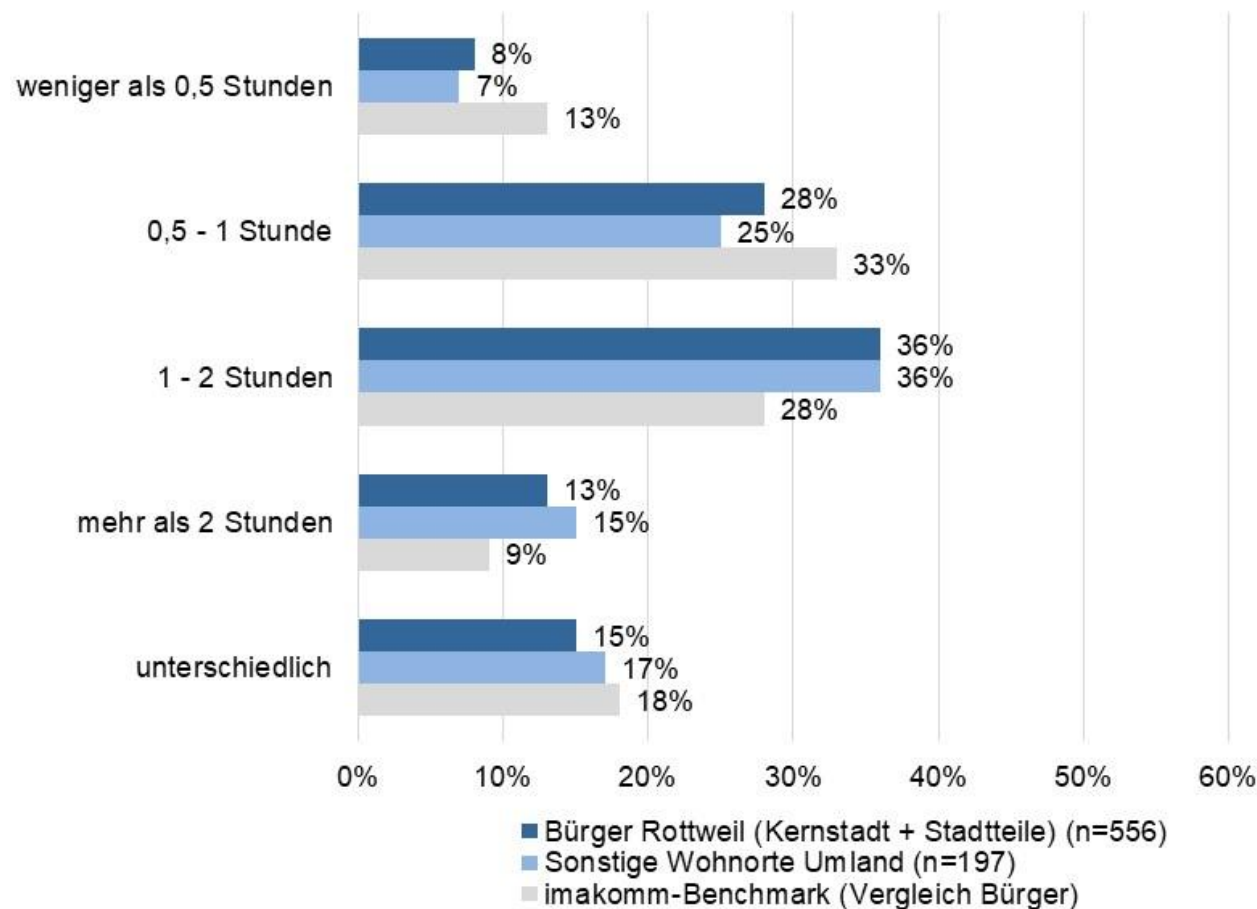


- **Jeder zweite Kunde** hält sich **mindestens eine Stunde** in der Rottweiler Innenstadt auf (36% 1 - 2 Stunden; 14% mehr als 2 Stunden)
- Im Vergleich zum imakomm Benchmark **kommen die Befragten zwar seltener, dafür jedoch länger** in die Innenstadt.
- Kurzbesuche von weniger als 0,5 Stunden fallen in Rottweil mit 8% eher gering aus

Antwortmöglichkeit nur für Kunden (Besuch mind. monatlich), n=753

3. Kundenverhalten

Wie lange halten Sie sich bei einem „typischen“ Besuch in der Rottweiler Innenstadt auf?



- **Unterschiede** im Bereich der Aufenthaltsdauer für **Bürger** der Stadt Rottweil und **Umlandbewohner** sind **gering**.
- Im Vergleich zum imakomm Benchmark **kommen die Befragten zwar seltener, dafür jedoch länger** in die Innenstadt.
- Die **Aufenthaltsdauer** bei einem typischen Besuch der Innenstadt ist sowohl bei Befragungsteilnehmern aus Rottweil selbst als auch dem Umland **vergleichsweise hoch bzw. lang**

3. Kundenverhalten

Geben Sie bitte Ihre Gründe an, warum Sie die Innenstadt von Rottweil selten oder nie besuchen?

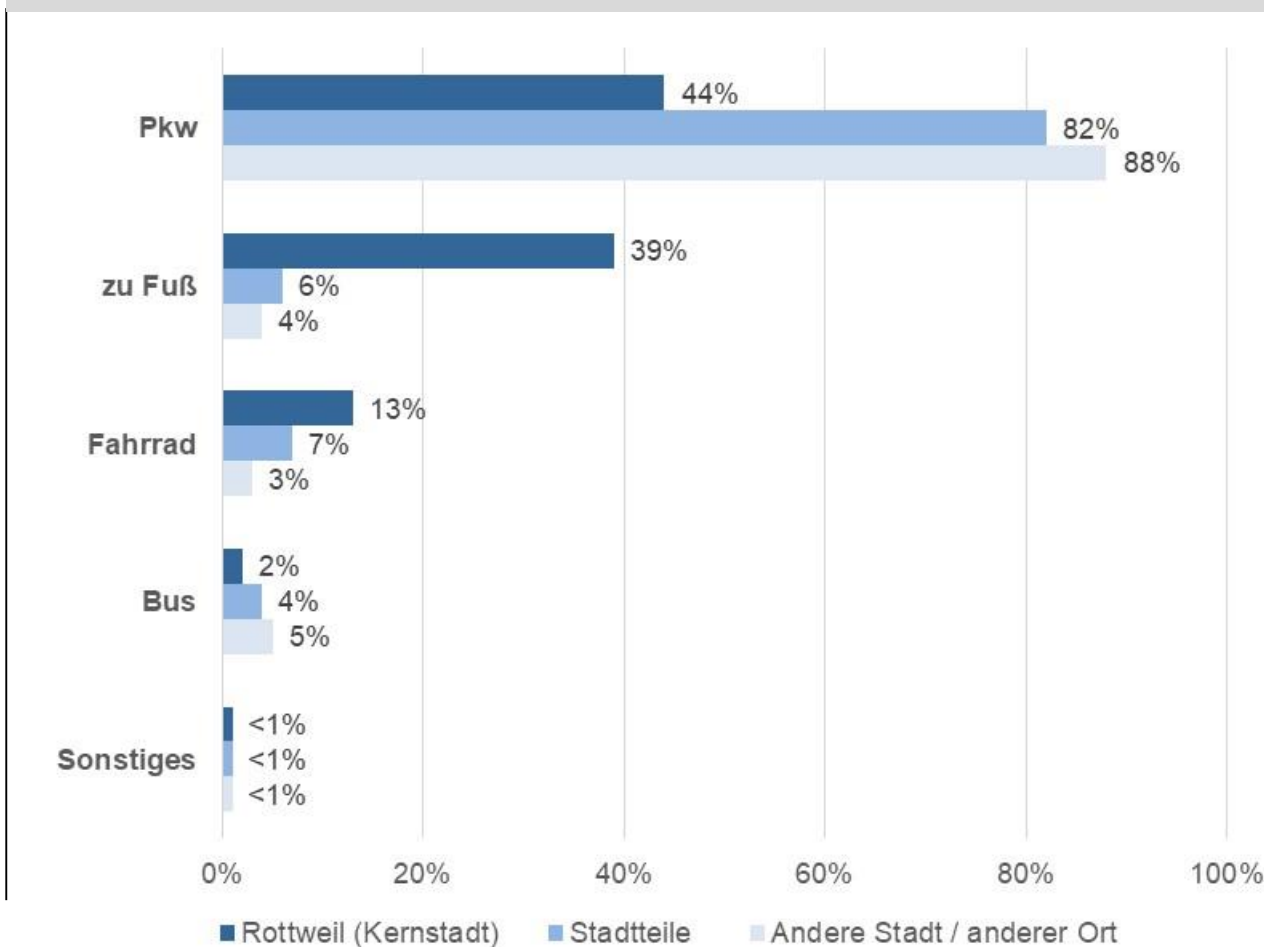


- Nicht-Kunden der Rottweiler Innenstadt (=Teilnehmer*innen, welche die Innenstadt seltener als zweimal pro Monat besuchen) geben vor allem **fehlende Angebote im Einzelhandel (81%)**, die **Parksituation (56%)** und **fehlende Angebote in der Gastronomie (53%)** als Gründe für deren Nicht-Besuch an
- Auffällig: Neben der Parksituation stellt auch der Aspekt **Erreichbarkeit / Verkehr** mit **43%** einen wesentlichen Grund aus dem Feld Mobilität für den Nicht-Besuch der Innenstadt dar

Antwortmöglichkeit nur für Nicht-Kunden (Besuch seltener als zweimal pro Monat), Mehrere Antworten möglich, n=93

3. Kundenverhalten

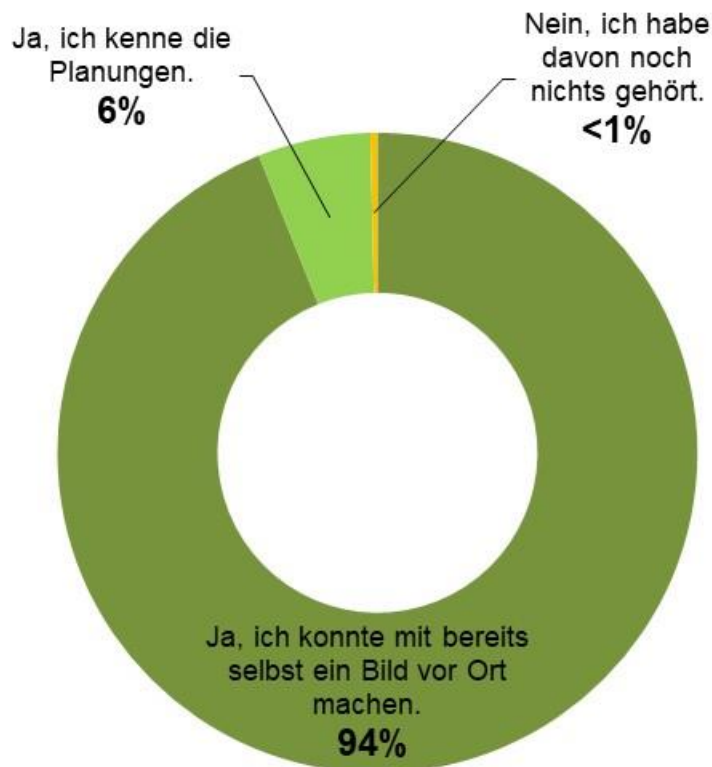
Welches Verkehrsmittel nutzen Sie am häufigsten, um in die Rottweiler Innenstadt zu gelangen?



- Um in die Rottweiler Innenstadt zu gelangen, **benutzen insgesamt 63% der Befragten den Pkw.**
- Die **hohen Anteile der PKW-Nutzer** ergeben sich v.a. durch Besucher aus den Stadtteilen (82%) und sonstigen Städten / anderen Orten (88%).
- Die **Rottweiler Bürger (Kernstadt)** kommen zu einem hohen Anteil von **fast 40% zu Fuß** in die Innenstadt.
- Der **ÖPNV** wird hingegen nur zu einem **geringen Anteil** genutzt.

3. Kundenverhalten

Ist Ihnen der aktuelle Verkehrsversuch in der Rottweiler Innenstadt bekannt?

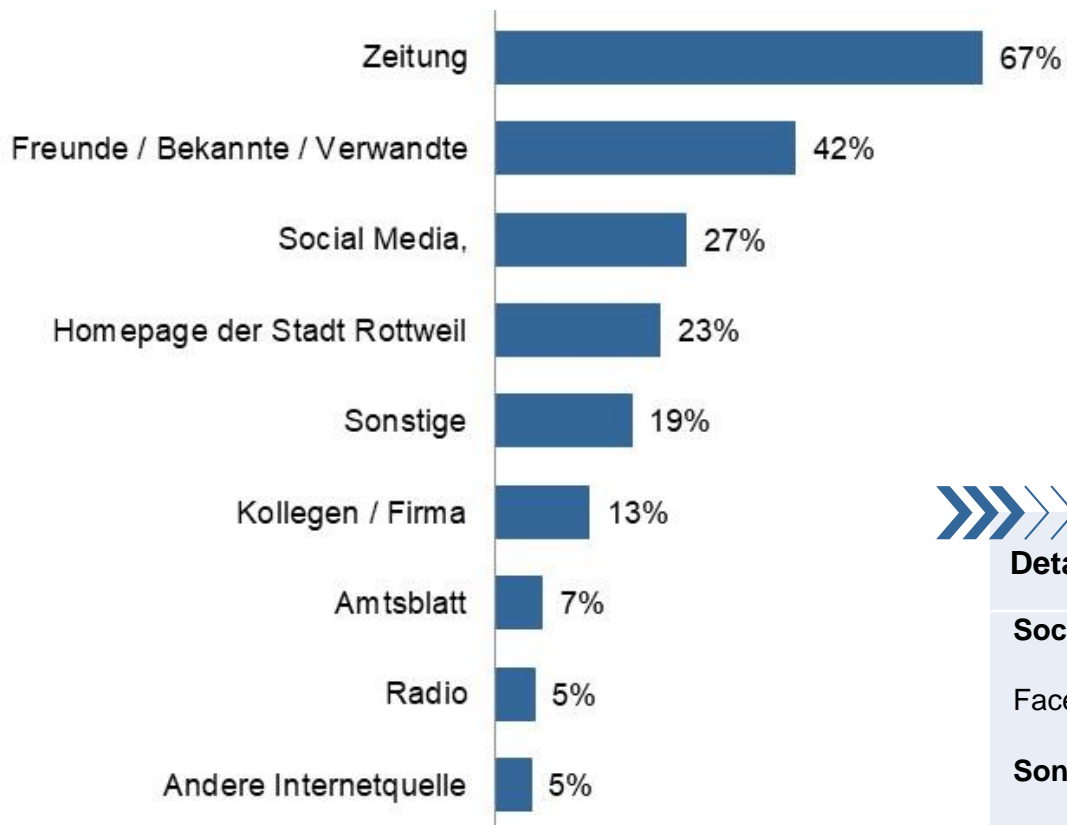


keine Angabe: n=20

- Beinahe jeder Befragte hat sich den Verkehrsversuch bereits selbst angesehen oder kennt die Planungen (99%)
- Die Öffentlichkeitsarbeit hinsichtlich des Verkehrsversuch ist damit als zielführend/erfolgreich zu bewerten
- Als besonders zielführend erweisen sich nach wie vor Print-Medien (67% durch Zeitung erfahren)
- Neben Social-Media (27%) und der städtischen Homepage (23%) wurden Informationen vor allem auf persönlicher Ebene kommuniziert (42%)

3. Kundenverhalten

Über welche Kanäle haben Sie von dem derzeitigen Verkehrsversuch in der Rottweiler Innenstadt erfahren?



Details

Social Media:

Facebook, Instagram

Sonstiges

Schwarzwälder Bote, NRWZ

Antwortmöglichkeit nur wenn Verkehrsversuch bekannt, Mehrere Antworten möglich, n=864

3. Kundenverhalten

Der aktuelle Verkehrsversuch läuft nun schon seit einigen Wochen. Diese hat bereits folgende Auswirkungen auf mich gehabt:

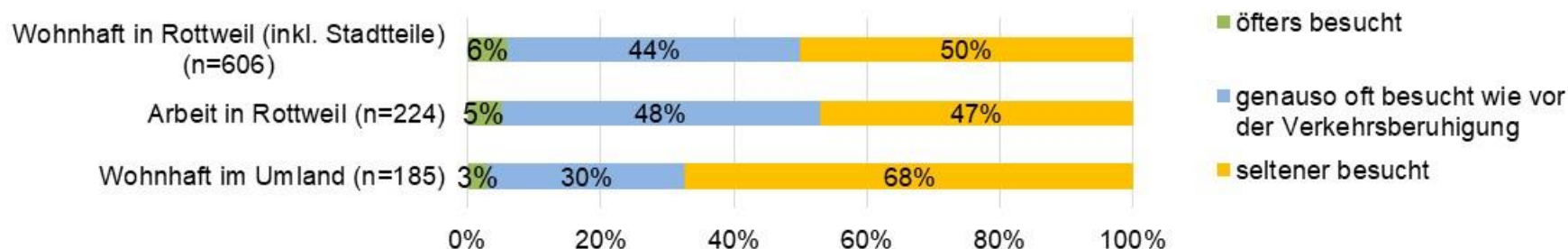


- Die Ergebnisse zur Bewertung des Verkehrsversuchs zeigen sowohl in Tendenz **negative Einschätzungen** bezüglich der innerstädtischen **Attraktivität** als auch auf die **Besuchshäufigkeit**
- 54% der Befragten gaben an, die Innenstadt **seltener zu besuchen**, aus dem Umland war es fast 70% der Befragten.
- Auch die **gefühlte Attraktivität** hat bei ca. der Hälfte der Befragten abgenommen. Immerhin 20% der in Rottweil Wohnenden hält die Innenstadt nun für attraktiver.

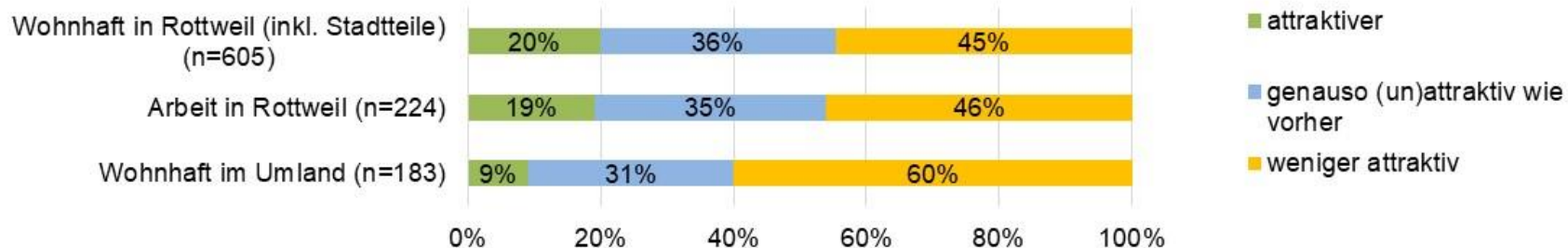
3. Kundenverhalten

Der aktuelle Verkehrsversuch läuft nun schon seit einigen Wochen. Diese hat bereits folgende Auswirkungen auf mich gehabt:

Ich habe die Innenstadt (wegen der Verkehrsberuhigung) seitdem...

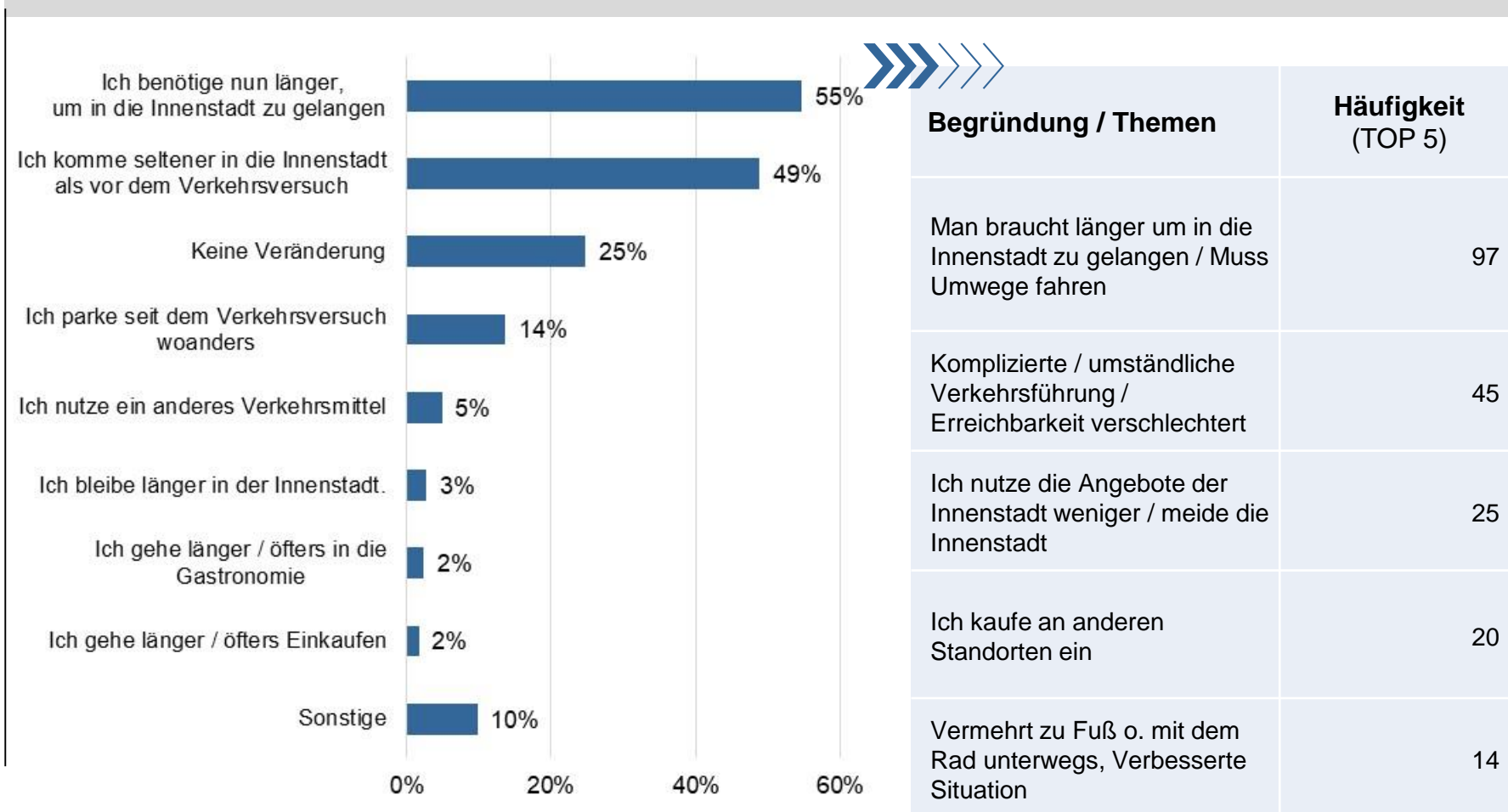


Durch den Verkehrsversuch ist die Innenstadt nun...



3. Kundenverhalten

Seit dem Verkehrsversuch hat sich mein Verhalten beim Innenstadtbesuch wie folgt verändert:



mehrere Antworten möglich,
keine Angabe: n=25

imakomm AKADEMIE GmbH



Büro Aalen: Ulmer Str. 130 | 73431 Aalen
Büro Stuttgart: Epplestr. 5A | 70597 Stuttgart
Postadresse: Ulmer Str. 130 | 73431 Aalen



imakomm AKADEMIE GmbH
www.imakomm-akademie.de
www.xing.com/companies/imakommakademie
www.facebook.com/imakommakademie
www.linkedin.com/company/imakomm-akademie-gmbh

imakomm AKADEMIE: Mitgliedschaften u.a.:
vhw | Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e.V.
urbanicom | Deutscher Verein für Stadtentwicklung und Handel e.V.
bcsd | Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.

Rechtliche Hinweise

Die vorliegenden Unterlagen sind nicht selbsterklärend, bedürfen weiterer Erläuterungen und sind daher nur im Gesamtzusammenhang vollständig.

Die vorliegenden Unterlagen fallen unter die §§ 2 Abs. 2, 31 Abs. 2 UrhG und das europäische Recht. Die Vervielfältigung, Weitergabe oder Veröffentlichung als Platzhalter oder zu Layoutzwecken verwendeter Fotos oder Abbildungen, für die keine Rechte vorliegen, können Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Die Weitergabe, Vervielfältigung, Speicherung oder Nutzung sowohl im Ganzen als auch in Teilen bedeutet die Übernahme des vollen Haftungsrisikos gegenüber den Rechteinhabern, die Freistellung der imakomm AKADEMIE GmbH von allen Ansprüchen Dritter und das Tragen der Kosten einer eventuellen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die imakomm AKADEMIE GmbH.

Es ist nicht gestattet, die vorliegenden Unterlagen im Ganzen oder in Teilen in Dokumentationen oder Protokollen wiederzugeben. Am geistigen Eigentum der imakomm AKADEMIE GmbH und ihrer Mitarbeiter werden durch Veranstalter keinerlei Rechte erworben.

Medienhinweis:

Aus den vorliegenden Unterlagen darf nicht zitiert werden. Bitte wenden Sie sich für eine Freigabe von Zitaten an die imakomm AKADEMIE GmbH, Telefon 0 73 61 / 5 28 29 0, info@imakomm-akademie.de