

PRESSEINFORMATION

Delmenhorst, 12. Februar 2025

Delmenhorster Innenstadt im Fokus: Stärken und Herausforderungen

Ergebnisse der Studie ‚Vitale Innenstädte 2024‘ veröffentlicht

Die Delmenhorster Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH (dwfg) hat im Herbst 2024 an der bundesweiten Untersuchung „Vitale Innenstädte 2024“ des IFH Köln teilgenommen. Die nun vorliegende Auswertung der Studie liefert wertvolle Erkenntnisse über das Besuchs- und Einkaufsverhalten sowie die allgemeine Wahrnehmung der Innenstadt. Die Ergebnisse sind besonders aufschlussreich für künftige planerische und strategische Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung und Revitalisierung der Delmenhorster Innenstadt.

Im Folgenden werden die zentralen Erkenntnisse zusammengefasst und zusätzlich durch die Ergebnisse und aufgezeigten Tendenzen der „Deutschlandstudie Innenstadt 2024“ der cima ergänzt.

Befragungsdetails und Teilnehmerstruktur

In Delmenhorst wurden an drei Tagen insgesamt 496 Bürgerinnen und Bürger befragt:

- 74,7 % der Befragten stammen aus Delmenhorst, 25,3 % aus angrenzenden Gemeinden wie Ganderkesee, Stuhr und Hude. Einzelne Teilnehmer kamen u. a. aus Oldenburg, Achim, Bremen, Syke, Lemwerder oder Wildeshausen.
- 58,6 % der Befragten waren weiblich.
- Das durchschnittliche Alter betrug 51,9 Jahre. Dies liegt über dem durchschnittlichen Vergleichswert von Orten ähnlicher Größe von 47,0 Jahren.

Gründe für den Innenstadtbesuch

Die Studie zeigt, dass folgende Anlässe die Innenstadtbesuche dominieren:

Weitere Informationen für die Redaktionen:

Delmenhorster Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH
Lange Straße 128
27749 Delmenhorst
www.dwfg.de

Ihre Ansprechpartnerin:

Lisa Jansen
☎ 04221 99 28 81
✉ presse@dwfg.de

- **Einkaufen** (64,8 %): Der Einzelhandel bleibt der Hauptanziehungspunkt, was seine zentrale Rolle unterstreicht.
- **Gastronomie** (19,8 %): Ein erheblicher Teil der Befragten nutzt die gastronomischen Angebote in der Innenstadt.
- **Behördengänge und Arztbesuche** (13,7 %): Administrative und gesundheitliche Anliegen sind ebenfalls wichtige Besuchsanlässe und ziehen die Bürgerinnen und Bürger in die Stadt.
- **Freizeit- und Kulturangebote** (8,3 %): Diese werden vergleichsweise selten als Hauptbesuchsgrund genannt.
- **Verweilen** (3,8 %) und **Wohnen** (2,7 %): Diese Aspekte spielen eine untergeordnete Rolle.

Einkaufsverhalten: Verweildauer und Kaufkraft

- 71,4 % der Befragten besuchen die Innenstadt mindestens einmal pro Woche (Ortsgrößendurchschnitt: 66,5 %).
- 48,3 % verweilen weniger als eine Stunde in der Innenstadt (Ortsgrößendurchschnitt: 23,2 %).
- 82,1 % der Befragten planen, weniger als 50 Euro auszugeben, während in anderen Städten nur 59,1 % unter dieser Marke bleiben.

Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit

Die Verkehrsmittelwahl zeigt folgende Verteilung:

- **PKW** (46,1 %): Das Auto bleibt das häufigste Verkehrsmittel für die Anreise.
- **Öffentliche Verkehrsmittel** (18,2 %)
- **Zu Fuß** (18,1 %)
- **Fahrrad/E-Scooter** (17,6 %)

Die Ergebnisse aus der „Deutschlandstudie Innenstadt 2024“ von der cima zeichnen dieses Bild ebenfalls. Knapp 40 % der Befragten empfinden gut erreichbare, günstige und ausreichende Parkmöglichkeiten als wichtig.

Online-Shopping vs. Präsenzbesuche

Bei der Thematik Online-Shopping zeigt sich ein ausgewogenes Bild: Ein Drittel der Befragten kauft gar nicht online, während ein weiteres Drittel angibt, online einzukaufen und dennoch die Innenstadt zu besuchen. Ein

Weitere Informationen für die Redaktionen:

Delmenhorster Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH
Lange Straße 128
27749 Delmenhorst
www.dwfg.de

Ihre Ansprechpartnerin:

Lisa Jansen
☎ 04221 99 28 81
✉ presse@dwfg.de

drittes Drittel hingegen gibt an, verstärkt online einzukaufen und dadurch die Innenstadt seltener zu besuchen.

Diese Ergebnisse verdeutlichen die Herausforderungen, die sich durch die zunehmende Digitalisierung für lokale Einzelhändler ergeben. Daran anknüpfend zeigt die „Deutschlandstudie Innenstadt 2024“ der cima, dass persönliche Empfehlungen zwar nach wie vor als Hauptgrund für den Besuch eines Geschäfts angegeben werden, jedoch dicht gefolgt von einer notwendigen starken Social-Media-Präsenz der Geschäfte.

Bewertung der Attraktivität der Innenstadt

Die allgemeine Attraktivität der Delmenhorster Innenstadt wurde mit der Schulnote 3,8 bewertet. Die Befragten äußerten folgende Meinungen:

Kritikpunkte: Freizeitangebot, Einzelhandelsangebot, Aufenthaltsqualität, Touristische Attraktivität.

Positive Aspekte: Dienstleistungsangebote, Veranstaltungen, Parkmöglichkeiten, Erreichbarkeit öffentlicher Verkehrsmittel, Sauberkeit und Sicherheit.

Ausblick und Maßnahmen

Die Studienergebnisse sind ein klarer Auftrag an die Stadt Delmenhorst und die dwfg, gezielte Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt zu entwickeln und die Attraktivität für Besucherinnen und Besucher weiter zu fördern.

Die Steigerung der Attraktivität der Innenstadt wurde ebenfalls als zentraler Punkt durch die cima herausgearbeitet. Hierbei wurde vor allem auf die Notwendigkeit eines generationenübergreifenden Innenstadtkonzeptes hingewiesen, welches verschiedene Altersgruppen mit ihren unterschiedlichen Nutzungsbedürfnissen berücksichtigt.

„Die Ergebnisse bestätigen viele unserer Beobachtungen aus der täglichen Arbeit. Sie zeigen klar, wo die Stärken unserer Innenstadt liegen – aber auch, wo wir gemeinsam mit den Einzelhändlerinnen und Einzelhändlern, den Immobilieneigentümern und der Stadtverwaltung ansetzen müssen, um Delmenhorst als attraktive Innenstadt weiterzuentwickeln“, so Eduard Ruppel, Geschäftsführer der dwfg.

Weitere Informationen für die Redaktionen:

Delmenhorster Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH
Lange Straße 128
27749 Delmenhorst
www.dwfg.de

Ihre Ansprechpartnerin:

Lisa Jansen
☎ 04221 99 28 81
✉ presse@dwfg.de

Verweise

Pressemitteilung des IFH Köln: „Vitale Innenstädte für alle Generationen: Handel, Gastronomie und Kultur“. Abrufbar unter:
<https://www.ifhkoeln.de/vitale-innenstaedte-fuer-alle-generationen-handel-gastronomie-und-kultur/> [Stand: 12.02.2025]

Hintergrund

Wie sieht die Zukunft der deutschen Innenstädte aus und was wünschen sich Innenstadtbesucher von ihren Stadtzentren? Diese Fragen liegen der bundesweiten Untersuchung „Vitale Innenstädte 2024“ zugrunde, die das IFH KÖLN im Herbst 2024 bereits zum sechsten Mal durchgeführt hat. In 107 deutschen Städten aller Größen und Regionen wurden Innenstadtbesuchende zu ihren Einkaufsgewohnheiten und der Attraktivität der Innenstadt befragt. Die Datenerhebung erfolgte zwischen September und November 2024 anhand eines einheitlichen Fragebogens. Insgesamt sind so rund 68.500 Interviews zusammengekommen. Ziel der Untersuchung ist es, den Partnern in Handel und Verwaltung dringend benötigte Informationen über die Positionierung ihrer Stadt aus Sicht der Besucherinnen und Besucher als Planungsgrundlage für standortspezifische Maßnahmen liefern zu können. Die Untersuchung liefert sowohl allgemeine Ergebnisse zur Attraktivität von Innenstädten und den Ansprüchen der Innenstadtbesuchenden an die Stadtzentren der Zukunft als auch spezifische Erkenntnisse zu einzelnen deutschen Städten aller Größen und Regionen. Unterstützt wurde die Untersuchung von der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V. (bcsd), dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK), dem Handelsverband Deutschland (HDE) und dem Deutsche Städte- und Gemeindebund (DStGB).

Weitere Informationen für die Redaktionen:

Delmenhorster Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH
Lange Straße 128
27749 Delmenhorst
www.dwfg.de

Ihre Ansprechpartnerin:

Lisa Jansen
☎ 04221 99 28 81
✉ presse@dwfg.de