

EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT für die Universitäts- und Bischofsstadt Würzburg

Ergänzungsband zur politisch beschlossenen
Neuaufstellung 2021



Hinweise

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit werden stets männliche und weibliche Schriftformen verwendet. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

Foto Titelblatt: Junker + Kruse

Datenschutzerklärung

Das Gutachterbüro Junker + Kruse verarbeitet personenbezogene Daten (Betriebsname, Adresse, Sortimentsangebot, Verkaufsfläche, Internetpräsenz) im Einklang mit den Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und dem Bundesdatenschutzgesetz. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 Abs. 1 e) DSGVO zum Zweck der Wahrnehmung einer Aufgabe, die im öffentlichen Interesse liegt. Die Datenerhebung und Datenverarbeitung personenbezogener Daten sind für wissenschaftliche Forschungszwecke sowie für statistische Zwecke im Rahmen der Erstellung des kommunalen Einzelhandelskonzepts als städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB erforderlich. Darüber hinaus werden die Daten im Rahmen weiterer Arbeiten, die ebenfalls im öffentlichen Interesse stehen, verwendet (z. B. Bauleitplanverfahren, Raumordnungsverfahren).

Die gespeicherten Daten werden gelöscht, sobald sie für die bestimmten Zwecke nicht mehr notwendig sind und der Löschung keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen.

Kontaktdaten der Verantwortlichen

Junker + Kruse Stadtforschung Planung,
Markt 5 | D-44137 Dortmund
Gesellschafter Dipl.-Ing. Rolf Junker und Dipl.-Geogr. Stefan Kruse
Tel +49 (0)2 31 55 78 58 0 | Fax+49 (0)2 31 55 78 58 50
E-Mail: info@junker-kruse.de | www.junker-kruse.de

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Universitäts- und Bischofsstadt Würzburg

Ergänzungsband zur politisch beschlossenen Neuaufstellung 2021

Im Auftrag der Stadt Würzburg



**Junker
+ Kruse**
Stadtforschung
Planung

Eva Bauch
Stefan Kruse

Markt 5 - 44137 Dortmund
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

September 2022

Inhaltsverzeichnis

1	Anlass und Zielsetzung	7
2	Methodik	7
	2.1 Kundenherkunftserhebung.....	7
	2.2 Passantenzählung	7
	2.3 Online-Befragung zum Einkaufsverhalten.....	9
3	Einzugsgebiet des Würzburger Innenstadt Einzelhandels	10
4	Passantenfrequenzzählung.....	12
5	Onlinebefragung: Einkaufen in Würzburg	13
6	Fragebogen zur Online Befragung.....	23

1 Anlass und Zielsetzung

Der vorliegende Auswertungsband dreier Erhebungs- und Befragungsbausteine (Kundenherkunftserhebung, Passantenzählung und Online-Befragung) im Rahmen der Neuaufstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Würzburg hat die Nachfragerseite ergänzende Analyseergebnisse zum Inhalt. Diese Bausteine wurden aufgrund der verhängten Lock- und Shutdowns im Zuge der Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie nachträglich durchgeführt. Die Ergebnisse liefern wichtige Aussagen über das Einzugsgebiet des Würzburger Einzelhandels, zur Frequenz in der Innenstadt und zum Einkaufsverhalten und zur Zufriedenheit der Kunden mit dem innerstädtischen Einzelhandelsangebot und ergänzenden (innenstadt)relevanten Funktionen. Ungeachtet der Ergebnisse sind die Kernaussagen, Leitlinien und Ziele des im Oktober 2021 politisch beschlossenen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts nicht berührt.

2 Methodik

2.1 Kundenherkunftserhebung

Ein wichtiger Baustein zur Betrachtung der Nachfrageseite ist eine Kundenherkunftserhebung zur Bestimmung der räumlichen Ausdehnung des Einzugsbereichs des Einzelhandelsstandorts Würzburg (Fokus Innenstadt). Diese Erhebung wurde in Kooperation mit ausgewählten Einzelhändlern in Würzburg durchgeführt. Hierzu wurden in einem Zeitraum von einer Woche im März 2022 in mehr als 40 teilnehmenden Einzelhandelsbetrieben unterschiedlicher Hauptbranche und Größenordnungen in Würzburg der Wohnort (Gemeinde oder Postleitzahl) des jeweils zahlenden Kunden erfasst.

Hierdurch ergibt sich eine valide empirische Grundlage, die neben anderen Faktoren in die Bestimmung des aktuellen Einzugsgebiets der Würzburger Innenstadt eingeflossen ist (vgl. Kapitel 3).

2.2 Passantenzählung

In der Würzburger Innenstadt wurden an sechs Standorten Passantenfrequenzen ermittelt. Die Zählstandorte wurden im Vorfeld mit der Stadt Würzburg abgestimmt.

Karte 1: Zählstandorte



Quelle: eigene Darstellung © Stadt Würzburg, Geodaten und Vermessung und © Landesamt für Digitalisierung, Breitband und Vermessung (2019)

- Die Zählung erfolgte am Dienstag, den 08.03.2022 zwischen 16 und 17 Uhr. Auf dem Marktplatz fand der Wochenmarkt (Grüner Markt und Spezialitätenmarkt bis 18 Uhr) statt.
- Gezählt wurde die Anzahl der Passanten, die den jeweiligen Zählstandort (beide Laufrichtungen) passiert haben in einem Zeitintervall von 20 Minuten.
- Die Passantenfrequenz je Standort ergibt sich aus der Hochrechnung des Zählintervalls.
- Die hier ermittelten Zahlen bilden die Vergleichsfrequenz der Zählzeiträume ab. Rückschlüsse auf eine Monats- oder Jahresfrequenz sind nicht möglich.
- Jede Frequenzzählung ist zudem nur eine Momentaufnahme, deren Ergebnisse durch das Wetter, Anlässe oder örtliche Besonderheiten beeinflusst werden.

2.3 Online-Befragung zum Einkaufsverhalten

Um Kenntnisse zur räumlichen Einkaufsorientierung, zum Einkaufsverhalten, zu allgemeinen Verbesserungswünschen für die Innenstadt sowie zu Stärken und Schwächen des Würzburger Einzelhandels aus Kundensicht zu erlangen, wurde eine Onlinebefragung der Kundinnen und Kunden des Würzburger Einzelhandels durchgeführt. Die Ergebnisse lassen Rückschlüsse auf die Kundenbindung und die Qualität des lokalen Angebots in Würzburg zu. Insgesamt bildet eine Onlinebefragung somit eine realistische Momentaufnahme des derzeitigen Einkaufsverhaltens im Untersuchungsraum ab.

Die Onlinebefragung wurde für vier Wochen in der Zeit vom 12. Juli bis 09. August 2022 aktiv gestellt und von Junker+ Kruse mit der Online-Umfrage-Applikation LimeSurvey durchgeführt. Eine Information der Bürgerinnen und Bürger bzw. Kundinnen und Kunden erfolgte vor Beginn durch die örtliche Presse, die Homepage der Stadt Würzburg und Social Media.

Im Ergebnis haben 3.359 Teilnehmerinnen und Teilnehmer den Fragebogen online ausgefüllt, davon haben 2.879 die Onlinebefragung vollständig ausgefüllt. Die Abschlussquote liegt damit bei einem hohen Anteil von rund 86 %.

3 Einzugsgebiet des Würzburger Innenstadt Einzelhandels

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität im Rahmen der Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Würzburg, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Neben der regionalen Wettbewerbssituation, siedlungs-räumlicher, verkehrlicher sowie sozioökonomischer Rahmenbedingungen fließen hier auch die Ergebnisse der Kundenherkunftserhebung ein. Die dort ermittelten Kundenzahlen wurden in Relation zur Bevölkerungszahl des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die verhältnismäßige Bedeutung der Stadt Würzburg als Einkaufsort ermitteln zu können. Auf Grundlage dieser sogenannten „Kundenherkunftskoeffizienten“ sowie unter Berücksichtigung der Raumwiderstände und der Einordnung bzw. Bewertung von Konkurrenzstandorten lässt sich das Einzugsgebiet der Würzburger Innenstadt wie folgt abgrenzen:

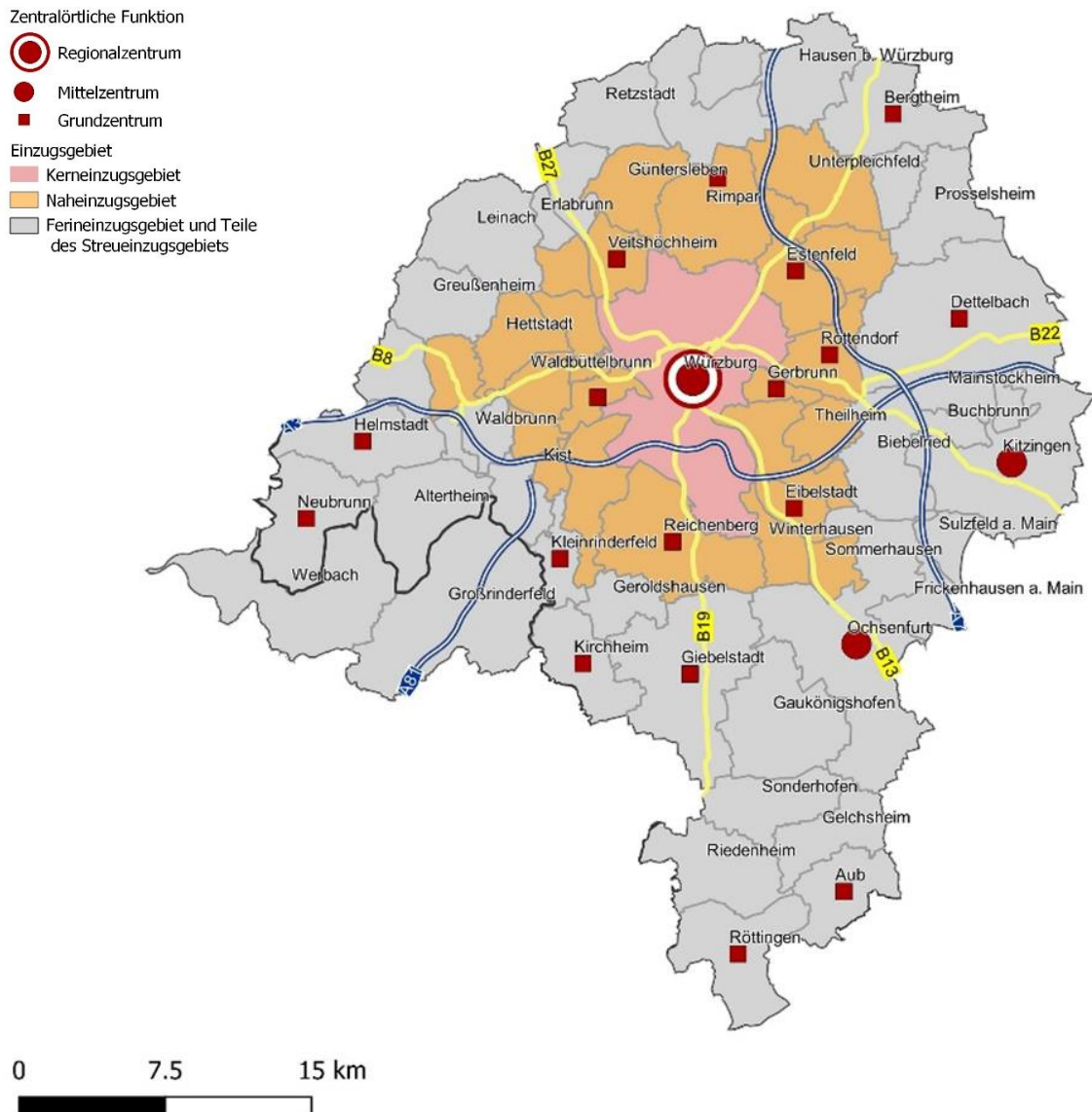
Kerneinzugs- und Naheinzugsgebiet

Als Kern- und Naheinzugsgebiet für den Einzelhandel bietet die Stadt Würzburg mit ihren Stadtteilen selbst ein Kundenpotenzial von rund 130.000 Einwohnern. Dem näheren Einzugsgebiet (oder Naheinzugsgebiet) werden in der Regel Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zu Würzburg liegen und aufgrund des einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereichs des Regionalzentrums eine deutliche Orientierung zum Einkaufsstandort Würzburg aufweisen. Aus diesem, als Kern- und Naheinzugsgebiet klassifizierten Gemeinden (inkl. der Stadt Würzburg), kamen im Zeitraum der Erhebung drei Viertel aller befragten Kunden. Das Naheinzugsgebiet umfasst ein Kundenpotenzial von ca. 100.000 Einwohnern.

Ferneinzugsgebiet

Das Ferneinzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die zwar den Einzelhandel in Würzburg mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch auch räumliche Einkaufsorientierung auf andere Standorte aufweisen und nicht hauptsächlich auf den Einzelhandel in Würzburg ausgerichtet sind. Rund 10 % der befragten Kunden kamen aus dem Ferneinzugsgebiet.

Karte 2: Einzugsbereich des innerstädtischen Einzelhandels in Würzburg



Quelle: eigene Darstellung, © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

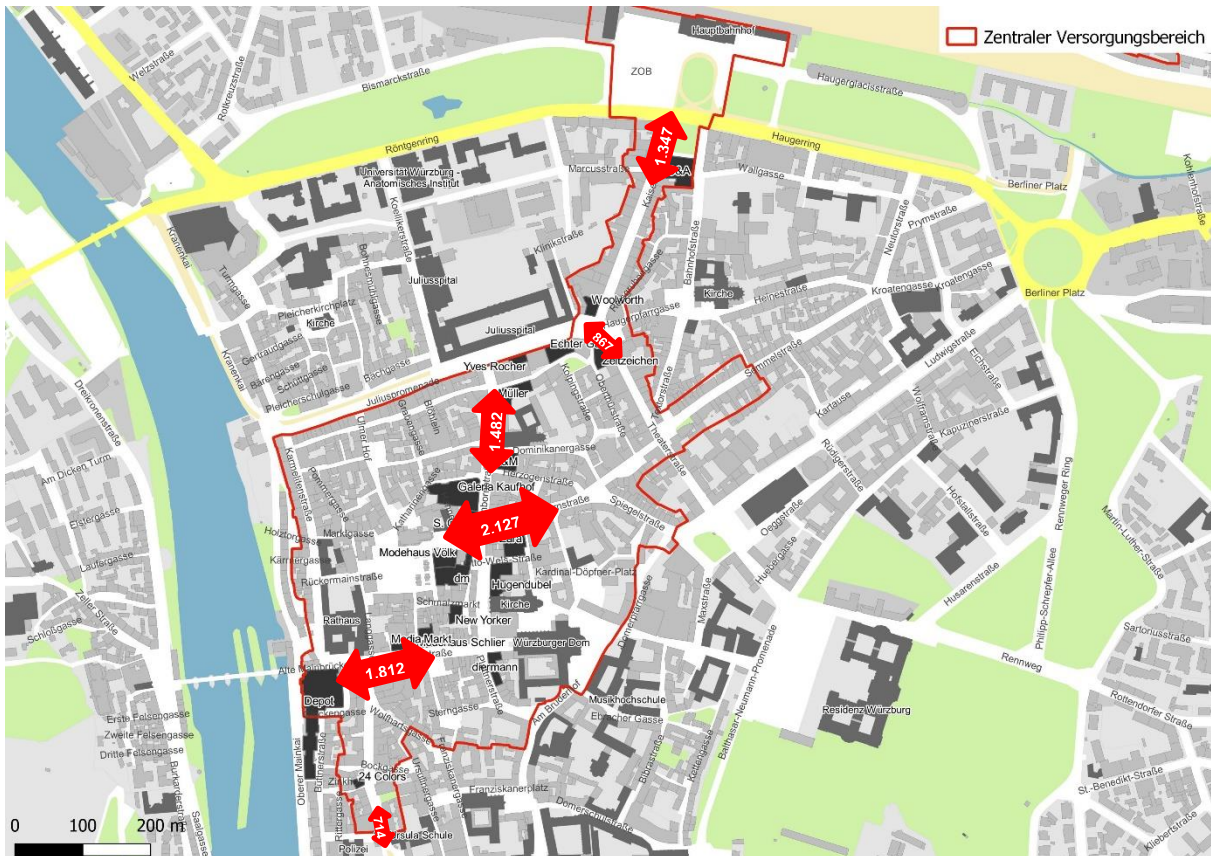
Als sogenannte Streuumsätze des Einzelhandels in Würzburg werden daneben „Zufallskäufe“ von Personen außerhalb der eigentlichen Einzugsgebiete (z. B. Reisende, Touristen etc.) bezeichnet. Der Anteil der Kunden von außerhalb des eigentlichen Einzugsgebiets liegt bei rund 15 %, ein hoher Wert, der den Tourismusfaktor für den innerstädtischen Einzelhandel unterstreicht.

Das durch die Erhebung ermittelte Einzugsgebiet entspricht im Wesentlichen dem im Einzelhandelskonzept modelltheoretisch hergeleiteten Einzugsgebiet.

4 Passantenfrequenzzählung

Die Ergebnisse der am Dienstag, den 08.03.2022 zwischen 16.00 und 17:00 Uhr durchgeführten Passantenfrequenzzählung bieten einen Einblick in die Besucherströme innerhalb der Würzburger Innenstadt.

Karte 3: Messpunkte und -werte in der Würzburger Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung © Stadt Würzburg, Geodaten und Vermessung und © Landesamt für Digitalisierung, Breitband und Vermessung (2019)

Mit einer Passantenfrequenz von 2.127 pro Stunde konnte die **Eichhornstraße** innerhalb des Erhebungszeitraumes die höchste Frequenz aufweisen. Rund **85 % dieser Frequenz** wurde noch in der **Domstraße** gemessen.

Während in der **Augustinerstraße** als südlicher „Ein- und Ausgang“ der Innenstadt mit 714 bzw. 34 % des Höchstwertes die niedrigste Passantenfrequenz aller Messpunkte ermittelt wurde, durchquerten 1.347 Passanten (63 %) den Messpunkt in der **Kaiserstraße** (nördlicher „Eingang“), welche die Innenstadt mit dem Würzburger Hauptbahnhof verbindet.

Der Erhebungspunkt **Obere Theaterstraße/Barbarossaplatz** wies mit 867 Passanten (41 %) das zweitniedrigste Besucheraufkommen auf, der Punkt **Juliuspromenade/Dominikanerplatz** konnte während der Erhebung eine Frequenz von etwa 70 % des Spitzenwertes erreichen.

Insgesamt sind am Dienstag, den 08.03.2022 zwischen 16.00 und 17:00 Uhr ca. **8.300 Passanten** an den sechs Zählpunkten erfasst worden.

5 Onlinebefragung: Einkaufen in Würzburg

Um Kenntnisse zur räumlichen Einkaufsorientierung, zum Einkaufsverhalten, zu allgemeinen Verbesserungswünschen für die Innenstadt sowie zu Stärken und Schwächen des Würzburger Einzelhandels aus Kundensicht zu erlangen, wurde eine Onlinebefragung der Kundinnen und Kunden des Würzburger Einzelhandels durchgeführt. Die Ergebnisse lassen Rückschlüsse auf die Kundenbindung und die Qualität des lokalen Angebots in Würzburg zu. Insgesamt bildet eine Onlinebefragung somit eine realistische Momentaufnahme des derzeitigen Einkaufsverhaltens im Untersuchungsraum ab.

Die Onlinebefragung wurde für vier Wochen in der Zeit vom 12. Juli bis 09. August 2022 aktiv gestellt und von Junker+ Kruse mit der Online-Umfrage-Applikation LimeSurvey durchgeführt. Eine Information der Bürger bzw. Kunden erfolgte vor Beginn durch die örtliche Presse, die Homepage der Stadt Würzburg und Social Media.

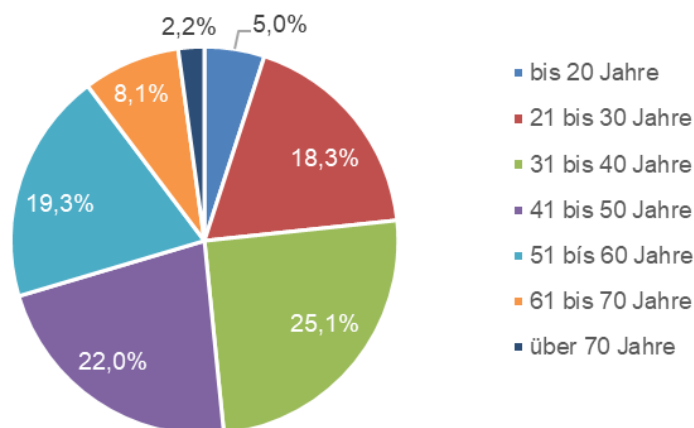
Im Ergebnis haben 3.359 Teilnehmer den Fragebogen online ausgefüllt, davon haben 2.879 die Onlinebefragung vollständig ausgefüllt. Die Abschlussquote liegt damit bei einem hohen Anteil von rund 86 %.

Ausgewählte Ergebnisse der Befragung werden im Folgenden dargestellt:

Soziodemographische Daten

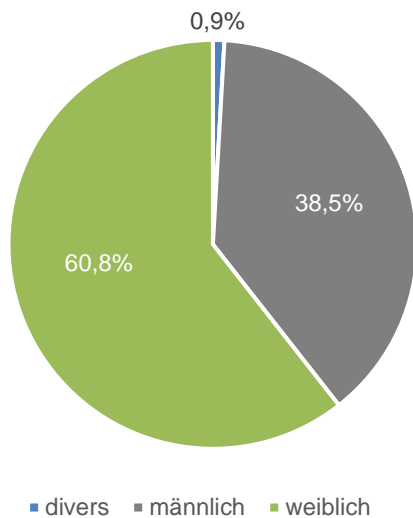
- An der Befragung haben Vertreter aller Altersgruppen teilgenommen. Der Altersdurchschnitt der Umfrageteilnehmenden liegt bei 42 Jahren. Die Universitätsstadt Würzburg hat einen hohen Anteil an Einwohnern zwischen 18 und 30 Jahren und über 30.000 Studenten. Die Altersklasse bis 30 ist mit rund einem Viertel der Befragten repräsentiert. Rund zwei Drittel der Befragten sind weiblich.

Abbildung 1: Alter der Umfrageteilnehmer (n=2895)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Kruse 12. Juli bis 09. August 2022

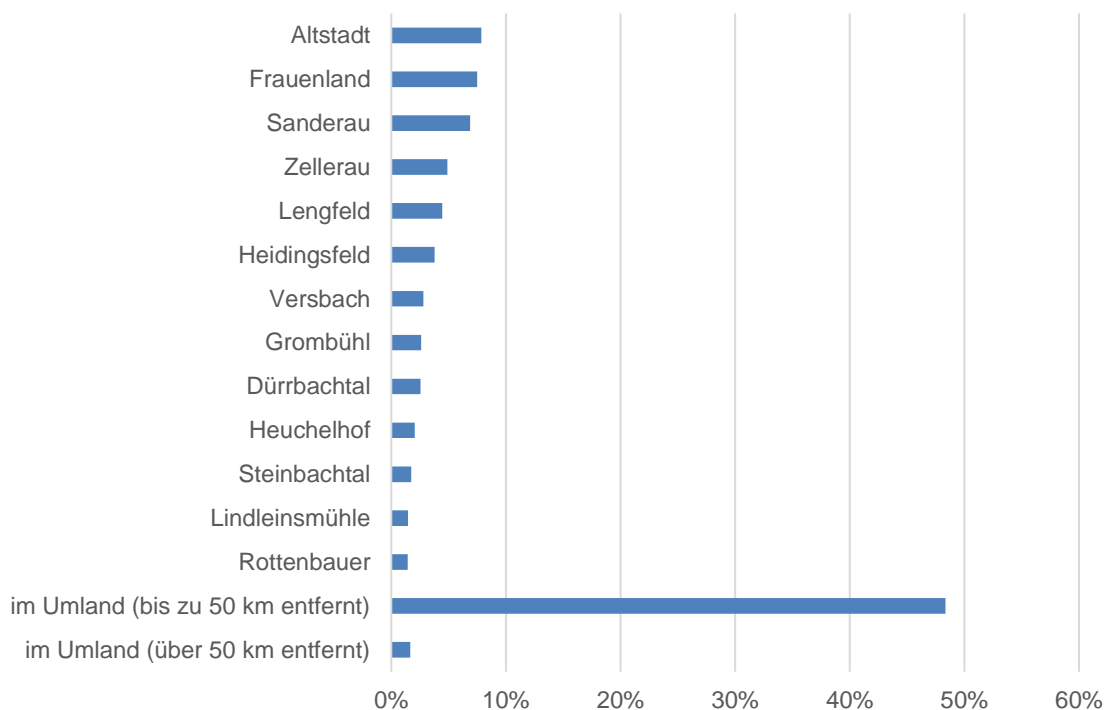
Abbildung 2: Geschlecht der Umfrageteilnehmer (n=2879)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Kruse 12. Juli bis 09. August 2022

- **Knapp 50 %** der Umfrageteilnehmenden stammen aus dem **näheren Umland von Würzburg**. Das unterstreicht die große Strahlkraft insbesondere der Innenstadt und Versorgungsbedeutung für das unmittelbare Umland. Es ist festzuhalten, dass darüber hinaus jeder der Stadtteile Würzburgs repräsentiert wird. Aus den einwohnerstarken Stadtteilen Frauenland, Altstadt, Sanderau und Zellerau, aus denen die Innenstadt mit dem ÖPNV (Straßenbahn) gut zu erreichen ist, kommen die meisten Teilnehmerinnen und Teilnehmer.

Abbildung 3: Wohnort der Umfrageteilnehmer (n=2879)

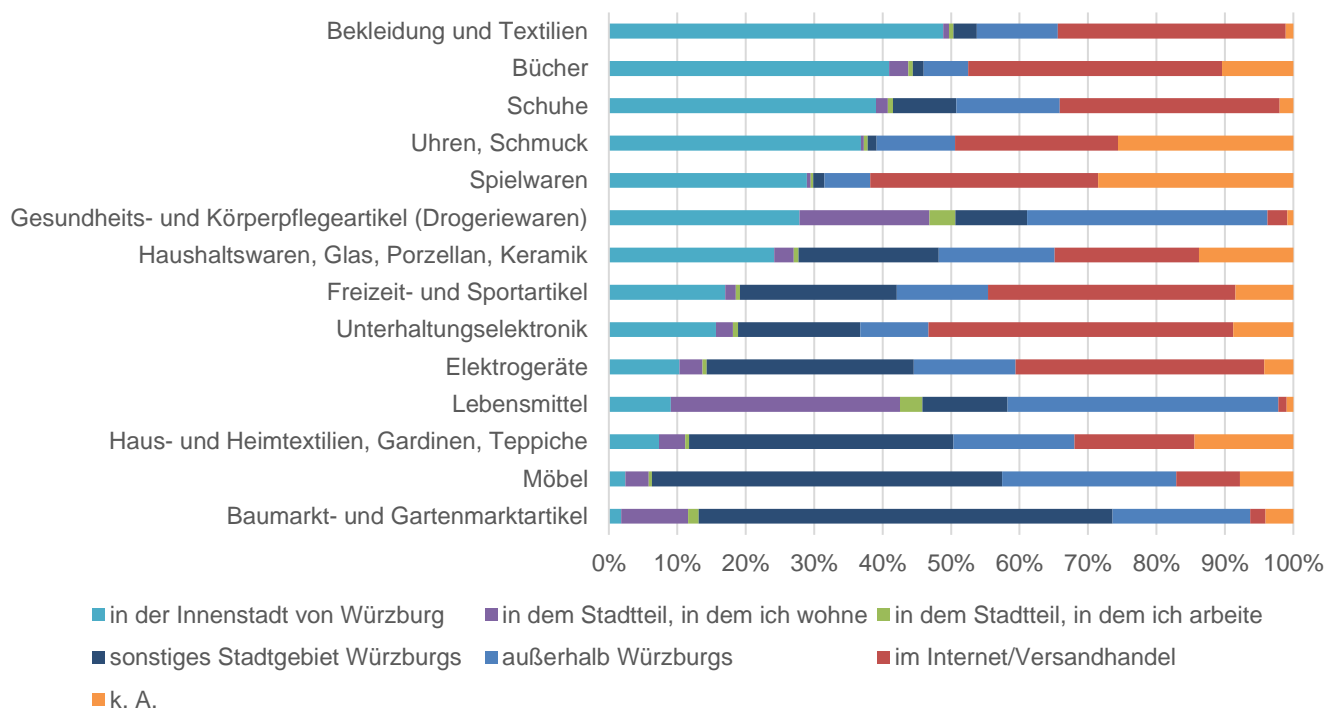


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Kruse 12. Juli bis 9. August 2022

Räumliche Einkaufsorientierung

- Bei der räumlichen Einkaufsorientierung, zeigt sich, dass Waren, die der kurzfristigen Bedarfsdeckung (Lebensmittel, Drogeriewaren) dienen, zu rund 35 % in der Würzburger Innenstadt, oder in dem Stadtteil in dem die Befragten wohnen eingekauft werden. In allen anderen Bereichen ist der Anteil derer, die in den Stadtteilen einkaufen wo gewohnt und gearbeitet wird, eher gering. Das spricht für ein erhöhtes Verkehrsaufkommen.
- Die Würzburger Innenstadt erzielt in den typisch innenstadtprägenden Bereichen Bücher, Bekleidung, Schuhe, Unterhaltungselektronik sowie Uhren / Schmuck die höchsten Anteile mit bis zu 48 %.
- Die üblicherweise nicht innenstadtrelevanten Sortimenten wie Möbel und Baumarkt- und Gartenmarktartikel werden überwiegend im sonstigen Stadtgebiet von Würzburg gekauft und dort an den zahlreichen Sonderstandorten, die Angebote in diesen Bereichen bereithalten.

Abbildung 4: Räumliches Einkaufsverhalten



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Kruse 12. Juli bis 9. August 2022

- Während der Onlinehandel in den Bereichen Lebensmittel, Drogeriewaren sowie Bau- und Gartenmarktartikel kaum eine bis gar keine Rolle spielt, erreicht dieser in allen anderen Warengruppen hohe Anteile mit Werten bis zu 44 %. Der Onlinehandel ist somit für den lokalen Einzelhandel in Würzburg deutlich spürbar. Besonders hervorzuheben sind die Warengruppen Bekleidung und Textilien, Bücher, Schuhe, Sport- und Freizeitartikel, Spielwaren, Unterhaltungselektronik und Elektrogeräte.

Einkaufen in der Würzburger Innenstadt

- Rund ein Drittel der Befragten geben an, die Würzburger Innenstadt einmal wöchentlich oder mehrmals wöchentlich zu besuchen. Rund 30 % der Umfrageteilnehmer besuchen sie seltener als einmal im Monat in der Innenstadt zu sein.
- Mehr als die Hälfte der Besucher kommen mit dem PKW oder Motorrad. Knapp 20 % nutzen den ÖPNV, die Deutsche Bahn spielt hingegen eine untergeordnete Rolle. Zu Fuß kommen ca. 14 % der Befragten.

Abbildung 5: Häufigkeit der Innenstadtbesuche (n=2879)

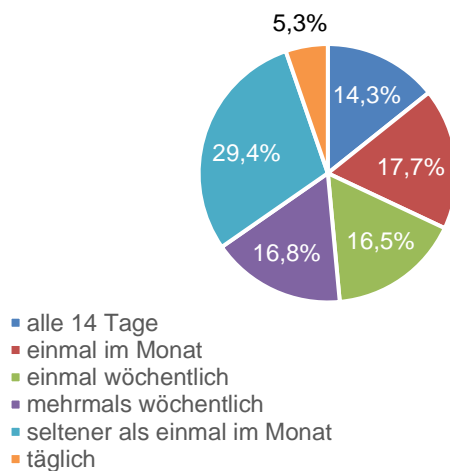
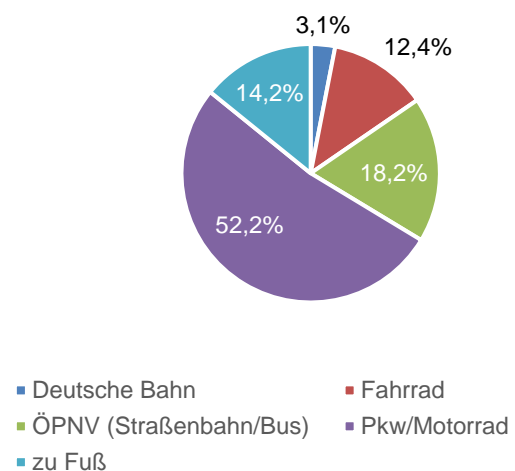


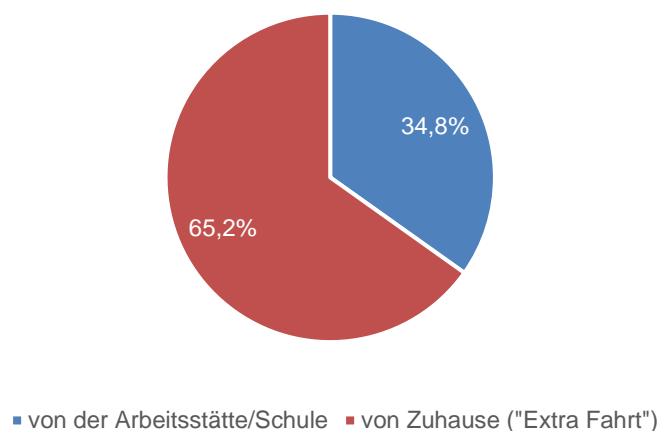
Abbildung 6: Wahl des Verkehrsmittels beim letzten Innenstadtbesuch (n=2879)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Kruse 12. Juli bis 9. August 2022

- Zwei Drittel der Befragten fahren zum Einkauf von Lebensmitteln extra von zu Hause los. Nur rund 35 % verbinden dies mit dem Arbeitsweg.

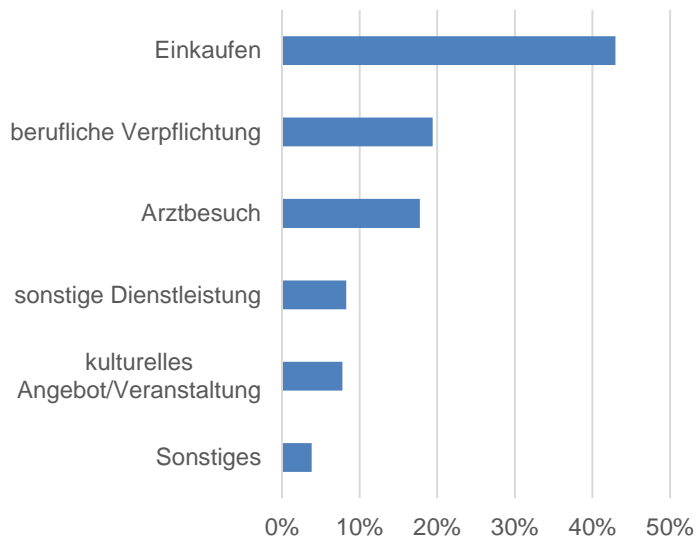
Abbildung 7: Woher kommen Sie, wenn Sie Lebensmittel einkaufen? (n=2879)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Kruse 12. Juli bis 9. August 2022

- Hauptsächlichster Besuchsgrund der Innenstadt ist das Einkaufen, gefolgt von beruflichen Verpflichtungen und Arztbesuchen. Als sonstige Besuchsgründe wurden vor allem Gastronomiebesuche und private Treffen und Verabredungen angegeben.

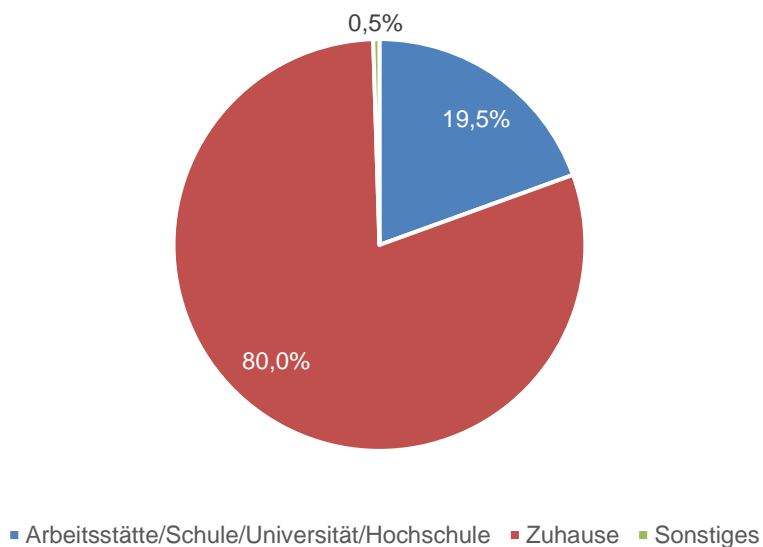
Abbildung 8: Hauptsächlichster Besuchsgrund (n=2879)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Kruse 12. Juli bis 9. August 2022

- Knapp 80 % der Befragten kamen bei ihrem letzten Besuch der Würzburger Innenstadt von Zuhause. Unter den wenigen Sonstigen Nennungen hat der Großteil vorher seine Freizeit in der Innenstadt verbracht.

Abbildung 9: Woher kamen Sie bei Ihrem letzten Besuch? (n=2879)

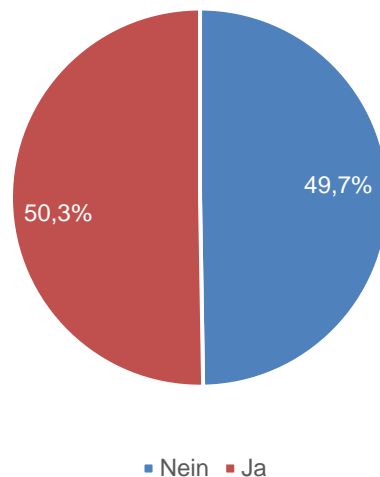


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Kruse 12. Juli bis 9. August 2022

Subjektive Angebotsdefizite in der Würzburger Innenstadt

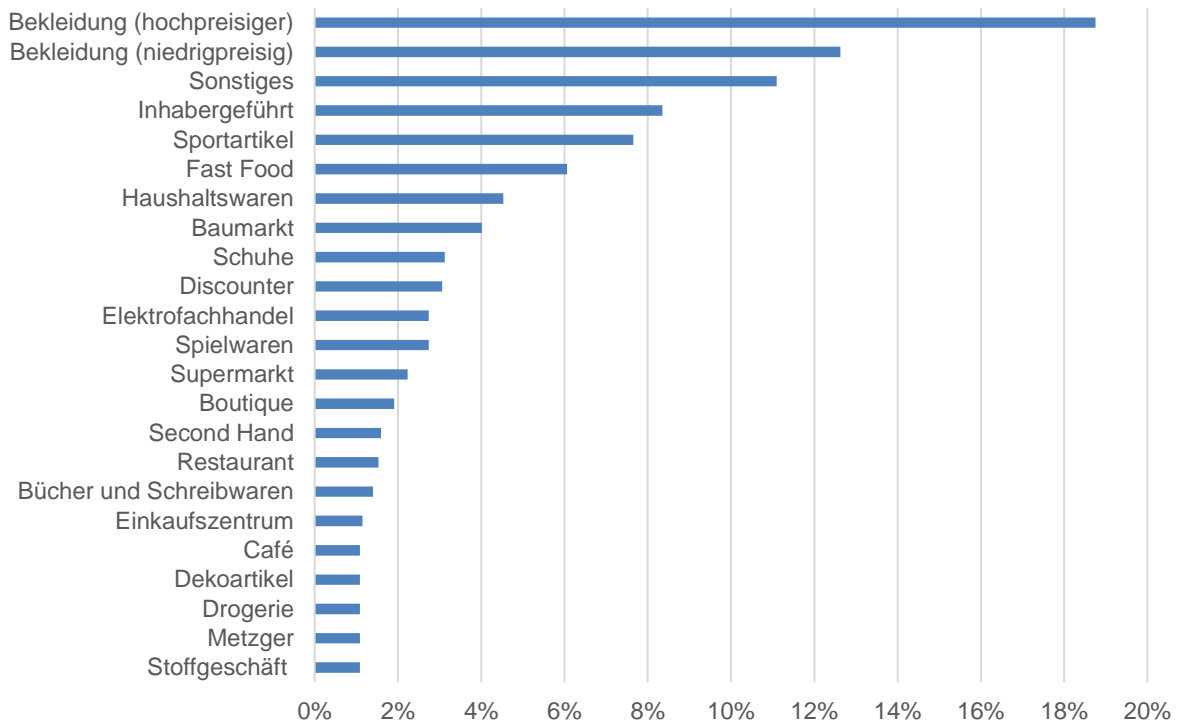
- Weiterhin wurde die Frage gestellt, ob Angebote bzw. Geschäfte in der Würzburger Innenstadt vermisst werden und wenn, welche (Mehrfachnennung möglich). Hier zeigt sich ein ausgeglichenes Bild.

Abbildung 10: Vermisste Angebote



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Kruse 12. Juli bis 9. August 2022

- Trotz eines oftmals umfangreichen und differenzierten Angebotes vor Ort gehört das Sortiment Bekleidung bei der Frage nach vermissten Angeboten immer zu den häufigsten Nennungen, so auch in Würzburg. Darüber hinaus werden inhabergeführte Geschäfte, Sportartikel, Fast Food Angebote sowie Haushaltswaren am meisten genannt.
- Auffällig ist außerdem die häufig genannte Wunsch nach weniger Dönerläden, Friseuren, Optikern und „Ramsch Läden“, insbesondere auch in der Kaiserstraße. Diese Nennungen zielen im Wesentlichen auf ein gewünschtes qualitativ höheres Angebot ab.

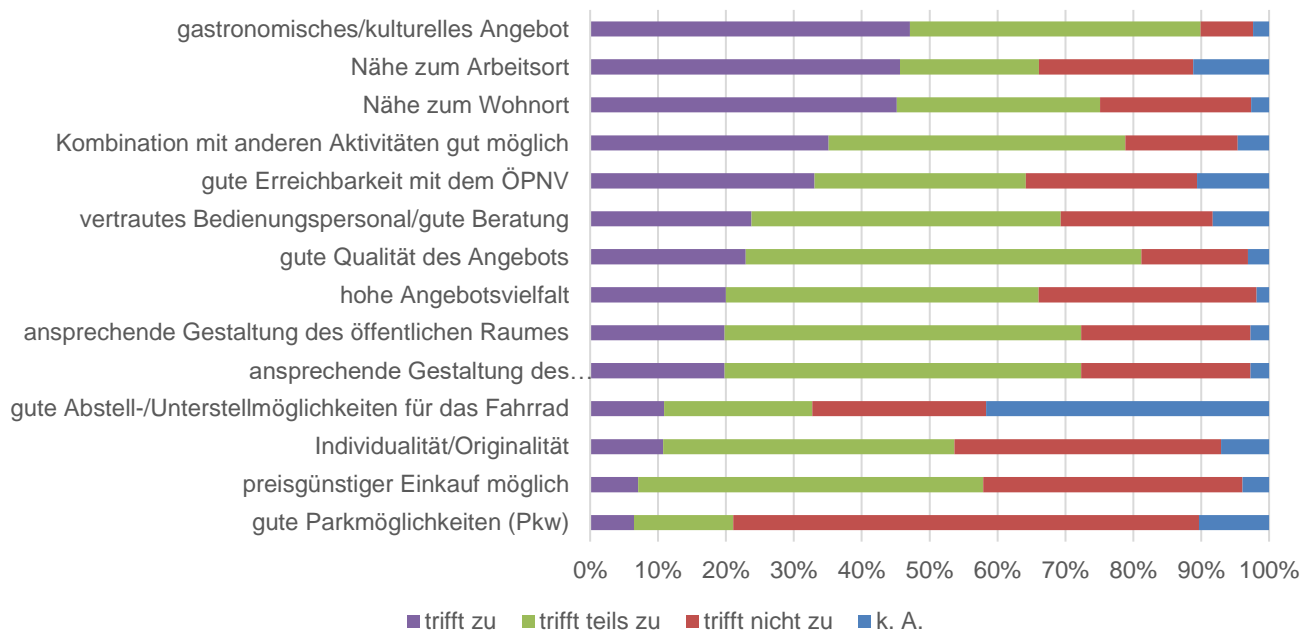
Abbildung 11: Vermisste Angebote

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Kruse 12. Juli bis 9. August 2022

Bewertung der Würzburger Innenstadt

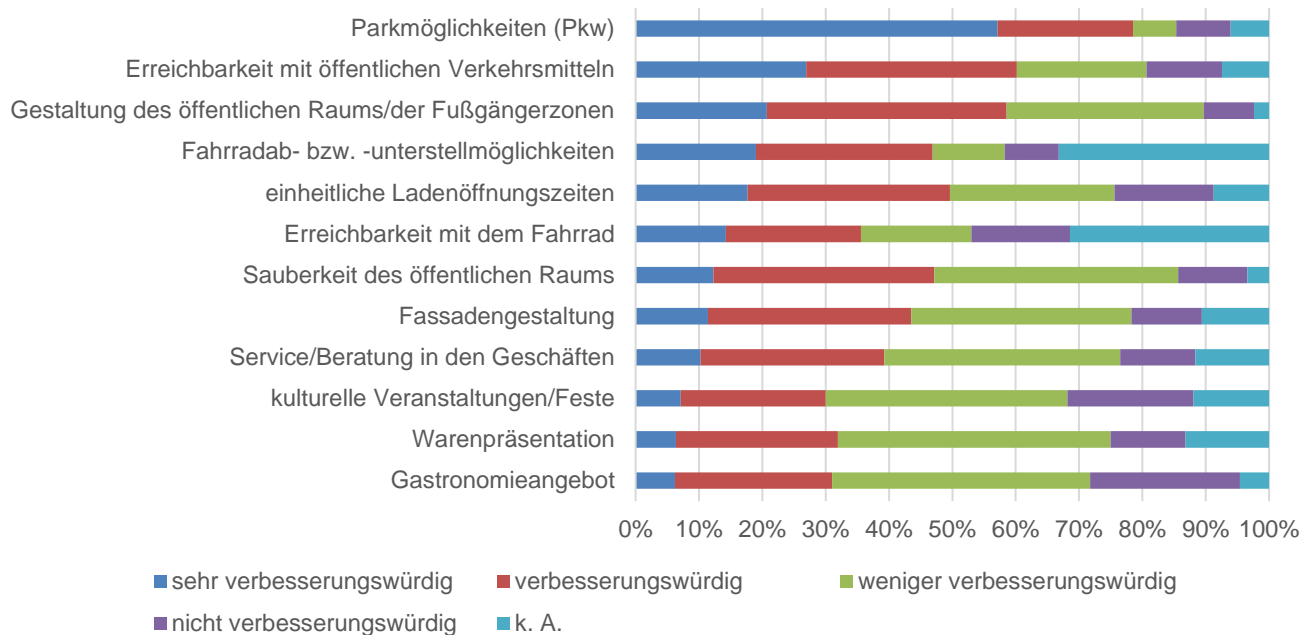
- Bei der Frage, was aus Sicht der Umfrageteilnehmer für einen Einkauf in der Würzburger Innenstadt spricht, ist es für fast 90 % das gastronomische und kulturelle Angebot. Damit erreicht dieser Aspekt die höchste Zustimmung.
- Die Kombination mit anderen Aktivitäten, die Nähe zum Wohnort, die Qualität des Angebotes sowie eine ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raumes werden von jeweils über 70 % der Umfrageteilnehmer ebenfalls als Aspekte für einen Einkauf in der Innenstadt von Würzburg bewertet.
- Gute Parkmöglichkeiten, sowie gute Abstellmöglichkeiten für das Fahrrad finden dagegen am wenigsten Zustimmung. Bis zu drei Viertel der Umfrageteilnehmer geben an, dass diese Aspekte für die Würzburger Innenstadt nicht zutreffen.

Abbildung 12: Aspekte für einen Einkauf in der Würzburger Innenstadt (n=2879)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Kruse 12. Juli bis 9. August 2022

- Schließlich wurde auch gefragt, in welchen Aspekten die Umfrageteilnehmer Verbesserungsbedarf in der Würzburger Innenstadt sehen. Die Umfrageteilnehmer haben sich dabei sehr kritisch mit der Würzburger Innenstadt auseinandergesetzt, so dass aus deren Sicht grundsätzlich in allen Aspekten Verbesserungsbedarf besteht. Dabei erreichen die Aspekte Parkmöglichkeiten, Erreichbarkeit mit dem ÖPNV, sowie die Gestaltung des öffentlichen Raumes die größten Zustimmungen. Bis zu drei Viertel der Umfrageteilnehmer sehen in diesen Bereichen Verbesserungsbedarf.
- Weniger Verbesserungswürdig ist die Erreichbarkeit mit dem Fahrrad, das Gastronomieangebot, kulturelle Veranstaltungen sowie die Warenpräsentation (jeweils rund 30 %).

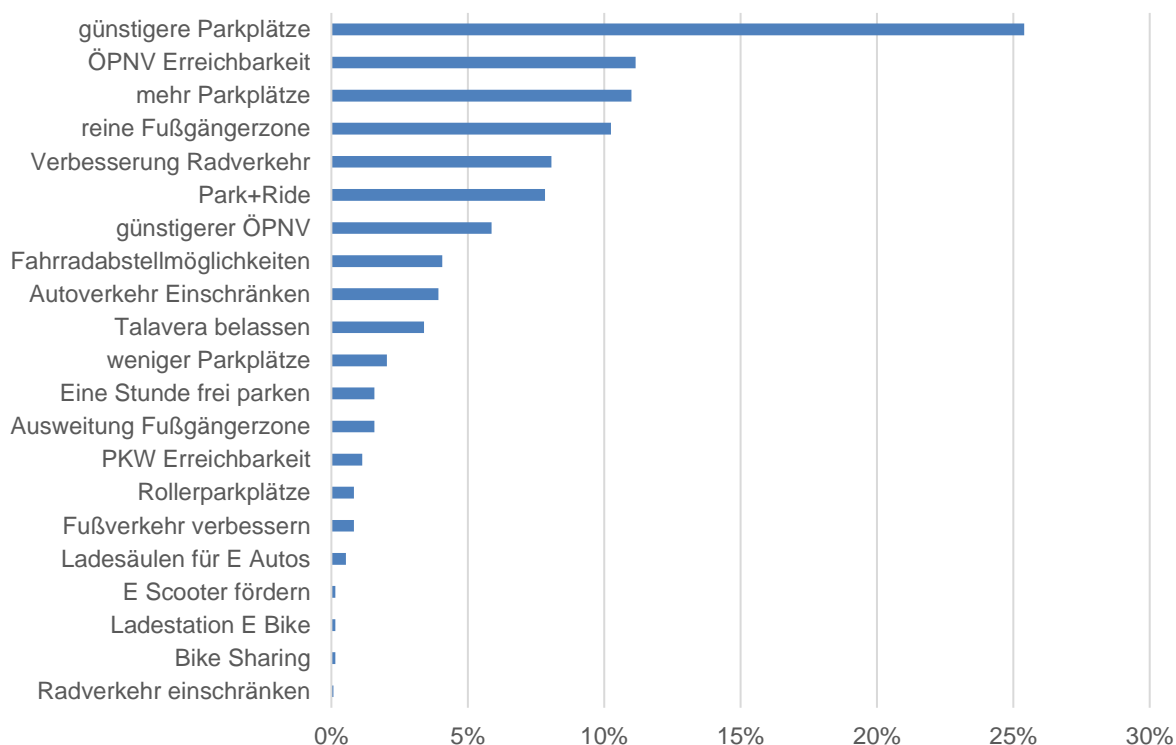
Abbildung 13: Aspekte der Würzburger Innenstadt mit Verbesserungsbedarf (n=2879)

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Kruse 12. Juli bis 9. August 2022

Weitere Verbesserungsvorschläge

Die vielen weiteren Verbesserungsvorschläge wurden in die Bereiche Klimaanpassung, Verkehr und Innenstadt/ Fußgängerzone eingeteilt. Es wurden über 1.400 Antworten gegeben mit mehr als 2.300 inhaltlich relevanten Aspekten.

- Im Bereich Verkehr polarisiert vor allem die Parkplatzsituation. Günstigere und mehr Parkmöglichkeiten sind zwei der am häufigsten genannten Aspekte. In Relation gesetzt werden muss das mit dem hohen Anteil der Umfrageteilnehmer, die aus der Würzburger Umgebung kommen. Ebenfalls zu beachten ist, dass der ÖPNV oder ein Park and Ride Parkplatz als Alternative nicht ausgeschlossen werden, jedoch derzeit nicht ausreichen, um attraktiver zu sein als das Auto. Abgesehen davon werden Parkplätze für kurze Erledigungen und insbesondere Bürger, die nicht gut zu Fuß sind, in unmittelbarer Nähe von Geschäften, Praxen usw. gefordert.
- Über 10 % der Nennungen im Bereich Verkehr fordern eine „reine Fußgängerzone“. Aktuell käme es zu vielen Konflikten in erster Linie mit Radfahrern aber auch mit der Straßenbahn und Lieferverkehrsaufkommen.

Abbildung 14: Verbesserungsvorschläge im Bereich Verkehr (n=1327)

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Kruse 12. Juli bis 9. August 2022

- Im Bereich Klimaanpassung betreffen die meisten Antworten eine stärkere Begrünung, oft in Verbindung genannt mit einer besseren Verschattung und Begriffen wie Stein- oder Asphaltwüste. Weitere Aspekte sind öffentliche Trinkwasserstellen, mehr Freiflächen sowie Entsiegelung.
- Im Bereich der Innenstadt und der Fußgängerzone betreffen über 25 % der genannten Aspekte die fehlenden Sitzgelegenheiten. Zweitwichtigster Aspekt ist mangelnde Sauberkeit, oft in einem Zug genannt mit den, aus Sicht der Befragten, notwendigen Aufwertungen der Kaiserstraße, des Bahnhofsvorplatzes, der alten Mainbrücke sowie des Barbarossaplatzes (zusammen rund 15 %). Weitere häufig genannten Aspekte sind öffentliche Toiletten, Spielmöglichkeiten und die mangelnde Barrierefreiheit.

Zusammenfassend lässt sich zu den Ergebnissen der Onlinebefragung festhalten, dass die Würzburger Innenstadt einen **hohen Stellenwert als Einzelhandelsstandort** sowohl für die eigene Bevölkerung als auch die im Umland Wohnenden hat, wobei sie insbesondere mit ihrer Multifunktionalität punkten kann. Neben dem Einkaufen spielen gastronomische und kulturelle Angebote eine wichtige Rolle. Ihre Bedeutung entspricht der eines Regionalzentrums. Verbesserungsvorschläge beziehen sich im Wesentlichen auf die Aspekte Verkehr (Parkplätze) und Klimaanpassung und Klimaresilienz. In weiteren Aspekten, die Innenstadt und Fußgängerzone betreffend, bemängeln einige Umfrageteilnehmer fehlende Sitzmöglichkeiten sowie mangelnde Sauberkeit.

6 Fragebogen zur Online Befragung

1. Wo wohnen Sie?

- 1 Altstadt
- 2 Zellerau
- 3 Dürrbachtal
- 4 Grombühl
- 5 Lindleinsmühle
- 6 Frauenland
- 7 Sanderau
- 8 Heidingsfeld
- 9 Heuchelhof
- 10 Steinbachtal
- 11 Versbach
- 12 Lengfeld
- 13 Rottenbauer

- im Umland (bis zu 50 km entfernt)
- im Umland (über 50 km entfernt)

2. Als Sie das letzte Mal in der Würzburger Innenstadt waren, wie sind Sie dort hingekommen?

(hauptsächlich genutztes Verkehrsmittel)

- zu Fuß
- Fahrrad
- ÖPNV (Straba/Bus)
- Deutsche Bahn
- Pkw/Motorrad

3. Als Sie das letzte Mal in der Würzburger Innenstadt waren, von wo kamen Sie?

- Wohnung
- Arbeitsstätte/Schule
- sonstiges

4. Als Sie das letzte Mal in der Würzburger Innenstadt waren, was war der hauptsächliche Besuchsgrund?

- Einkaufen
- Berufliche Verpflichtung
- Arztbesuch
- Sonstige Dienstleister aufgesucht
- Kulturelles Angebot genutzt/Veranstaltung besucht
- sonstiger Grund:

.....

5. Als Sie das letzte Mal in der Würzburger Innenstadt waren, gab es einen weiteren Besuchsgrund?

- ja und zwar
 - Einkaufen
 - Berufliche Verpflichtung
 - Arztbesuch
 - Sonstige Dienstleister aufgesucht
 - Kulturelles Angebot genutzt/Veranstaltung besucht
 - sonstiger Grund

.....

- nein

6. Wie oft kommen Sie normalerweise in die Innenstadt von Würzburg, um einzukaufen oder Besorgungen zu machen?

- täglich
- mehrmals wöchentlich
- einmal wöchentlich
- alle 14 Tage
- einmal im Monat
- seltener
- eigentlich nie

7. Wo kaufen Sie folgende Waren/Sortimente normalerweise ein?

	<i>In der Innenstadt von Würzburg</i>	<i>In dem Stadtteil, in dem ich wohne</i>	<i>In dem Stadtteil, in dem ich arbeite</i>	<i>Außerhalb Würzburgs</i>	<i>Im Internet/Versandhandel</i>
Lebensmittel					
Von wo kamen Sie, als Sie Lebensmittel kauften?	Von zu Hause („Extra Fahrt“) <input type="radio"/> Von der Arbeitsstätte/Schule <input type="radio"/>				
Gesundheit und Körperpflegeartikel (Drogeriewaren)					
Bekleidung und Textilien					
Bücher					
Schuhe					
Freizeit- und Sportartikel					
Spielwaren					
Unterhaltungselektronik					

	<i>In der Innenstadt von Würzburg</i>	<i>In dem Stadtteil, in dem ich wohne</i>	<i>In dem Stadtteil, in dem ich arbeite</i>	<i>Außerhalb Würzburgs</i>	<i>Im Internet/Versandhandel</i>
Elektrohaushaltsgeräte					
Haushaltswaren Glas, Porzellan, Keramik					
Uhren, Schmuck					
Haus- und Heimtextilien, Gardinen, Teppiche					
Möbel					
Baumarkt- und Gartenmarktartikel					

8. Vermissen Sie bestimmte Geschäfte in der Würzburger Innenstadt?

Nein

Ja, und zwar:

.....

.....

9. Was spricht aus Ihrer Sicht für einen Einkauf in der Würzburger Innenstadt?

Bitte kreuzen Sie an

<i>a) Einzelhandelsangebot</i>	Trifft zu	Trifft teils zu	Trifft nicht zu	k.A.
Hohe Angebotsvielfalt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preisgünstiger Einkauf möglich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gute Qualität des Angebots	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vertrautes Bedienungspersonal / gute Beratung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>b) Einkaufsumfeld</i>	Trifft zu	Trifft teils zu	Trifft nicht zu	k.A.
Gute Parkmöglichkeiten (PKW)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gute Abstell-/Unterstellmöglichkeiten für das Fahrrad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ansprechende Gestaltung des Geschäftsbereiches / gute Einkaufsatmosphäre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raums	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Individualität/Originalität	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nähe zum Wohnort	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nähe zum Arbeitsort	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kombination mit anderen Aktivitäten gut möglich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gastronomisches/kulturelles Angebot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Und zwar:.....

10. Haben Sie Verbesserungsvorschläge für die Würzburger Innenstadt?

	sehr verbesserungswürdig	verbesserungswürdig	Weniger verbesserungswürdig	Nicht verbesserungswürdig
Parkmöglichkeiten (PKW)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fahrradab- bzw. -unterstellmöglichkeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erreichbarkeit mit dem Fahrrad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sauberkeit des öffentlichen Raums	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestaltung des öffentlichen Raums/Fußgängerzonen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fassadengestaltung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Warenpräsentation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Service / Beratung in den Geschäften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	sehr verbes- serungswür- dig	verbesserungswür- dig	Weniger verbesse- rungswürdig	Nicht verbesse- rungswürdig
einheitliche Ladenöffnungszeiten	<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"/>
kulturelle Veranstaltungen/Feste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sonstige Nennungen:

.....

11. Wie alt sind Sie?

.....

12. Geschlecht

- männlich
- weiblich
- divers