

PRESSEMITTEILUNG

Mannheim, 13. Februar 2022

Mannheimer Innenstadt punktet mit Attraktivität und wird gerne weiterempfohlen

Erneut wurden über 1000 Menschen im Zeitraum September bis November 2022 jeweils donnerstags und samstags im Rahmen der Passantenbefragung „Vitale Innenstädte“ rund um ihr Einkaufserlebnis in der Mannheimer City befragt. Mannheim beteiligt sich seit 2014 und damit bereits zum fünften Mal an der alle zwei Jahre stattfindenden Befragung, die bundesweit in teilnehmenden Städten vom Institut für Handelsforschung (IFH) Köln durchgeführt wird.

„Nach Mannheim komme ich immer wieder gerne, um die Ergebnisse unserer Studie zu präsentieren. Denn die Auswertung macht eigentlich immer Freude. Und auch 2022 waren wir angenehm überrascht. Trotz Pandemie, Inflation und steigenden Energiepreisen steht die Mannheimer Innenstadt weiterhin hoch in der Gunst der Besucherinnen und Besucher. Mannheim hat schon seit vielen Jahren einen hervorragenden Ruf als Einkaufsstadt erworben. Das hat sich bei unseren aktuellen Befragungen bestätigt. Was mir vor allem aufgefallen ist, ist die positive Einschätzung des Trends in den letzten Jahren“, fasst Nicolaus Sondermann, Senior Projektmanager des IFH die Ergebnisse der Passantenbefragung 2022 in Mannheim zusammen.

Welche Schulnote würden Sie der Mannheimer Innenstadt in Bezug auf ihre Attraktivität insgesamt geben? So lautet eine der zentralen Fragen der Passantenbefragung „Vitale Innenstädte 2022“. Das Ergebnis: Die Attraktivität der Innenstadt wird mit der Schulnote 2,2 bewertet und damit erreicht Mannheim einen Bestwert: Einerseits schneidet Mannheim im Vergleich zu den 14 teilnehmenden Städten der gleichen Größenklasse von 200.000 bis 500.000 Einwohnern überdurchschnittlich ab (Ortsgrößendurchschnitt 2,5), andererseits wird Mannheim von Befragung zu Befragung attraktiver bewertet (2020: 2,4; 2018: 2,3; 2016: 2,7; 2014: 2,7). Dabei sind 56,3 Prozent der Interviewten der Meinung, die Attraktivität der Innenstadt habe sich in den letzten Jahren verbessert (Ortsgrößendurchschnitt 37,2 Prozent; Gesamtdurchschnitt aller Städte: 39,2 Prozent). Dieser positive Trend wird noch dadurch verstärkt, dass sich der Anteil der „sehr gut“-Bewertungen mit 27,2 Prozent mehr als verdoppelt hat (2020: 10,3 %, 2018: 11,4 %)

„Ich freue mich, dass die Gesamtattraktivität unserer Innenstadt auffallend gut bewertet wird und wir uns im Zeitverlauf kontinuierlich verbessern konnten. Dieses tolle Ergebnis ist für uns Ansporn und Motivation, gemeinsam am positiven und lebendigen Image der City, die als Treffpunkt in der Region zum Einkaufen und Verweilen einlädt, weiterzuarbeiten. Dies stärkt auch den stationären Handel gegenüber dem Online-Handel“, erklärt Bürgermeister Michael Grötsch.

Die Innenstadt wird nicht nur als attraktiv empfunden, sondern auch gerne anderen empfohlen. Zum zweiten Mal Teil der Befragung ist der sogenannte „Net Promoter Score“. Dieser Wert ermittelt wie wahrscheinlich es ist, dass jemand die Mannheimer Innenstadt Freunden oder Bekannten weiterempfiehlt. Die Skala reicht hier von 10 (äußerst wahrscheinlich) bis 0 (unwahrscheinlich). Die Weiterempfehlungsrate ist die Differenz aus Promotoren und Kritikern, Der NPS liegt für Mannheim bei 8,3 Prozent. Während im Ortsgrößendurchschnitt der NPS mit 0,4 Prozent ausbaufähig ist, überwiegt im Gesamtdurchschnitt aller Städte, die Anzahl derer, die die Innenstadt nicht weiterempfehlen würden (- 7,2 Prozent).

Stadt Mannheim investiert in attraktive Innenstadt

Richtet man den Fokus auf einzelne Aspekte, liegt die Mannheimer City in Punkto „Lebendigkeit“ und „Familienfreundlichkeit“ über dem Durchschnitt der Städte der gleichen Ortsgrößenklasse. Verbesserungsbedarf wird bei den für große Städte typischen Themen wie „Sauberkeit“ und „Sicherheit“ gesehen.

Die zuständigen Dienststellen der Stadt sind für eine attraktive Innenstadt aktiv und arbeiten gemeinsam an der steten Optimierung des öffentlichen Raums. Die wichtigste Investition in eine attraktive Innenstadt war die vor drei Jahren abgeschlossene Neugestaltung der Planken als „Die Bühne“ des Handels mit rund 30 Millionen Euro. Daran knüpft die Neugestaltung ihrer Seitenstraßen mit einem Investitionsvolumen von rund 10,3 Millionen Euro aktuell an. Die öffentlichen Flächen sind täglich wiederkehrenden Verschmutzungen durch „Littering“ ausgesetzt. Die Stadtreinigung nimmt sich dieses Dauerthemas intensiv an. Aktuell wurde eine neue Sauberkeitsoffensive gestartet, die unter anderem die Ausweitung der Einsatzzeiten und der Nassreinigung ebenso wie die Generalreinigung des Pflasterbelags beinhaltet. Auch das Thema Sicherheit hat die Stadt im Blick. Die Streifen des Ordnungsdienstes in der Innenstadt werden aktuell ausgeweitet, um durch Präsenz und Ansprechbarkeit für Bürgerinnen und Bürger zu einer Steigerung des persönlichen Sicherheitsempfindens beizutragen. Ebenso zeigt die Studie, dass die Passantinnen und Passanten sich noch mehr Stadtbegrünung und Grünflächen wünschen. Es ist davon auszugehen, dass die Befragten die konkrete Situation in den Einkaufszonen bewertet haben, wo die Möglichkeiten zur weiteren Begrünung begrenzt sind. In unmittelbarer Nähe zu den Einkaufsstraßen wurden in den letzten Jahren bei einer Investition von 1,2 Millionen Euro mehrere öffentliche Grünanlagen deutlich aufgewertet. Die Neugestaltung der Kinderspielplätze in den Lauerschen Gärten, Lameygarten und auf dem Schillerplatz flankiert diese Maßnahme und trägt zu einer wesentlichen Steigerung der Aufenthaltsqualität und Familienfreundlichkeit in der Innenstadt bei.

Auf die Frage nach der Attraktivität der Innenstadt in Hinblick auf Mobilität erzielten Bus und Bahn mit der Note 2,1 die beste Bewertung. Die Erreichbarkeit mit Auto, Fahrrad und als Fußgänger sowie die Parkmöglichkeiten werden wie auch teils in den Vorjahren etwas schlechter bewertet. Einfluss auf die Einschätzung der Interviewten hatte mutmaßlich eine besondere Häufung von innerstädtischen Baustellen zum Befragungszeitpunkt. So war beispielsweise die Umgestaltung des Willy-Brandt-Platzes zu Beginn der Befragung noch nicht abgeschlossen. Parallel dazu fanden unter anderem Bauarbeiten in der Augustaanlage sowie am Kurpfalzkreisel und Asphaltanierungen mehrerer Straßen in den Quadranten statt. Die Stadt hat die Verknüpfung verschiedener Mobilitätsformen im Blick. In punkto Fahrradfreundlichkeit steht beispielsweise der Lückenschluss am Luisenring des 21-Punkte-Programms auf der Agenda. Die Mannheimer City-Parkhäuser bieten für Besucherinnen und Besucher über 8500 Stellplätze. Diese sind für Autofahrende bequem über den Ring erreichbar. Der zeitlich befristete Verkehrsversuch „Neue Wege – Mehr erleben“ war nicht Gegenstand dieser bundesweiten Studie. Eine abschließende Evaluierung ist im Frühjahr 2023 vorgesehen.

Einkaufsbummel weiterhin Hauptanlass für Besuch der Innenstadt

Die Befragung zeigt, dass der Einkaufsbummel weiterhin Hauptanlass für einen Besuch in der Mannheimer Innenstadt ist. Im Durchschnitt der beiden Befragungstage Donnerstag und Samstag geben 67,1 Prozent „Einkaufen und Shopping“ als Anlass ihres Besuchs in der Innenstadt an, am Samstag sind dies sogar 69,9 Prozent. Mit den Einkaufsmöglichkeiten sind 82 Prozent der interviewten Passanten „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ (2020: 72 %; 2018: 81,9 %; 2016: 80,8 %; 2014: 83,2 %).

Bei der Bewertung des Einzelhandelsangebots schneidet Mannheim mit einer 2,1 nach wie vor überdurchschnittlich sowohl innerhalb seiner Ortsgrößenklasse (2,3) als auch im Vergleich mit der durchschnittlichen Bewertung aller 111 teilnehmenden Städte (2,4) ab. Die Position als Top-Performer innerhalb der Ortsgrößenklasse von 2020 (1,9) und 2018 (2,0) wird knapp verpasst.

Der Gastronomiebesuch als Anlass in die Mannheimer Innenstadt zu kommen, holt mit 47,4 Prozent auf. An Samstagen liegt der Wert sogar bei 50,1 Prozent. Im Corona-Jahr 2020 wurde der Gastronomiebesuch im Durchschnitt beider Tage von 34 Prozent angegeben, 2018 waren es 38,7 Prozent).

„Vielfältige gastronomische Angebote gewinnen in Ergänzung zu einem attraktiven Einzelhandelssortiment an Bedeutung. Die Kombination von beiden Angeboten trägt wesentlich zur Verlängerung der Aufenthaltszeit und zum Verweilen in der Innenstadt bei. Als Wirtschaftsförderung unterstützen wir gemeinsam mit verschiedenen Kooperationspartnern innerhalb der Verwaltung und auf Seiten des Handels dabei, die Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass die Menschen gerne in die Innenstadt kommen“, erklärt Christiane Ram.