



Testphasen Mittelstraße
Stadt Laupheim

Komprimiertes Ergebnisprotokoll
Sitzung 3 der Projektgruppe
„Zukunft Innenstadt“

Quelle: imakomm, 2022.

Inhalt:

Komprimiertes Ergebnisprotokoll vom 19. Januar 2024 Seite 3

Folien vom 19. Januar 2024 Seite 13

Komprimiertes Ergebnisprotokoll vom 19. Januar 2024

Vorbemerkung

Am 19. Januar 2024 fand im Rahmen der **Testphasen zur Sperrung der Mittelstraße** die **dritte Sitzung der Projektgruppe „Zukunft Innenstadt“** statt. Eingeladen hatte die Stadtverwaltung Laupheim, inhaltlich vorbereitet und vor Ort moderiert wurde die Veranstaltung von Dr. Peter Markert und Felix Ziegler, imakomm.

Ziele von Sitzung 3:

- Sichtung und Vorstellung zentraler Ergebnisse der Kundenbefragung bzw. des Digitalen Panels (Befragung) der Gewerbetreibenden
- Einschätzung und Empfehlung der imakomm zum weiteren Vorgehen
- Fragen und Einschätzungen durch Projektgruppenmitglieder*innen mit anschließender Diskussion
- Definition und Aussicht der nächsten Schritte

Ablauf von Sitzung 3 (TOPs):

1. Ankommen / Einführung
2. Ergebnisse: Kundenbefragung
3. Ergebnisse: Befragung Gewerbetreibende
4. Zentrale Ergebnisse auf den Punkt gebracht, was wir als imakomm daraus ablesen
5. Einschätzungen / Diskussion und Ihre Empfehlungen

Im Folgenden komprimiert dargestellt sind die **Ergebnisse der dritten Sitzung der Projektgruppe**

Teilnehmerliste

	Name	Vorname	Funktion	Anmerkung
1	Bergmann	Ingo	Oberbürgermeister Stadt Laupheim	
2	Klause	Barbara	Wirtschaftsförderung Stadt Laupheim	
3	Müller	Svenja	Markt-Amt	(Anwesend bis ca. 19.20 Uhr)
4	Russ	Claudia	Marktsprecherin Samstagsmarkt	
5	Schweizer	Steffen	Vorsitzender Bund der Selbstständigen Laupheim	
6	Reicherter	Götz	Werbegemeinschaft / Treffpunkt Laupheim	
7	Braiger	Petra	Handwerk	
8	Rapp	Jochen	Gastronomie	
9	Naethke	Kai	Einzelhandel	
10	Graf	Erwin	Fraktion Freie Wähler	
11	Rantos	Spyros	Fraktion CDU	
12	Fischer	Mario	Fraktion Offene Liste	
13	Godel-Ruepp	Iris	Vorsitzende Fraktion Freie Liste	
14	Miller	Martina	SPD	
15	Obstbaum	Ulrike	Bürgerin	
16	Dr. habil Stephan	Werner	Bürger	
17	Tempelmann	Stephan	Bürger	
18	Schick	Jutta	Bürgerin	
19	Braunger	Kevin	Bürger	
20	Prof. Dr. Mutschler	Bela	Bürger	
21	Emmenlauer	Roland	Bürger	
22	Schauer	Magnus	Bürgerin	
23	Schauer-Henrich	Johanna	Bürgerin	
24	Karremann	Günther	Bürger	
25	Dr. Markert	Peter	imakomm	
26	Ziegler	Felix	imakomm	

Weitere Mitglieder*innen der Projektgruppe (entschuldigt/vertreten/nicht anwesend):

Thomas Echtle – Leiter Amt für Stadtentwicklung und Baurecht | Keppler Tobias – Vorsitzender Laupheimer Unternehmerkreis | Schmidt Fridolin – Laupheimer Unternehmerkreis | Wilfert Jette – Hotellerie | Jerg Christa – Freie Berufe | Buck Andreas – Apotheker | Benz Karl – Bürger | Kolb Sarah – Bürgerin | **Nicht vertreten: Amt für Stadtplanung und Baurecht, Amt für öffentliche Ordnung.**

Übersicht zentrale Ergebnisse

1. Ankommen / Einführung

- Die Mitglieder*innen der Projektgruppe **nehmen die Regeln für ein faires Miteinander** als Grundlage der Zusammenarbeit im Rahmen der Projektgruppe **nochmals zur Kenntnis** (Details s. Seite 16).

2. Ergebnisse: Kundenbefragung

- Die Mitglieder*innen der Projektgruppe nehmen die Ausführungen zu den **Ergebnissen der Kundenbefragung** zur Kenntnis (Details s. Seiten 19 - 34) Diese wurden den Teilnehmer*innen bereits im Vorfeld zur Verfügung gestellt. Die Ergebnisse werden von der PG als plausibel eingeschätzt, da nun klare Fakten zu vorab teilweise vermuteten Einstellungen vorliegen.

3. Ergebnisse: Befragung Gewerbetreibende

- Die Mitglieder*innen der Projektgruppe nehmen die Ausführungen zu den **Ergebnissen der Befragung der Gewerbetreibenden (Digitales Panel)** zur Kenntnis (Details s. Seiten 36 - 45). Diese wurden den Teilnehmer*innen ebenfalls bereits im Vorfeld zur Verfügung gestellt. Auch diese Ergebnisse werden von der PG als grundsätzlich plausibel eingeschätzt, auch wenn die Datenbasis speziell hier begrenzt ist.

4. Zentrale Ergebnisse auf den Punkt gebracht, was wir als imakomm daraus ablesen

- Nach einer Übersicht der zentralen Ergebnisse beider Befragungen, gibt die imakomm eine **klare Empfehlung** zum weiteren Vorgehen ab (Details s. Seiten 47 - 49):
 - Vorerst **keine Verkehrsversuche mehr**, sondern Implikation echter Besuchsgründe
 - Erarbeitung einer **Innenstadtstrategie**
 - Politischer **Entscheid „pro Innenstadt“**
 - Definition eines **Neuen Miteinanders**

Die Empfehlungen werden von der Projektgruppe als zielführend und wichtig eingestuft.

Übersicht zentrale Ergebnisse

5. Einschätzungen / Diskussion und Ihre Empfehlungen

Grün = Antworten von imakomm
und/oder Stadtverwaltung auf
gestellte Fragen

Einschätzungen / Fragen der Projektgruppe (1/2)

- Samstagmarkt als Treffpunkt = „Zugpferd“!
- Warum in Schleife 2 so wenig Teilnehmende? „**Ermüdung**“?
- Kommunikation zur Beteiligung nicht optimal – Thema auch: Einflussnahme durch „Lager“? **Über 2 Verfahren Fehler reduziert**
- Wird Kundenrückgang (-4%) von Verkehrszählung bestätigt? **Daten Verkehrszählung in Umlauf geben**
- „Fragebogen überdimensioniert“ und Entscheidungen nicht allein von Ergebnissen der Befragungen abhängig machen! **EH-Konzept in Umlauf geben**
- Einzugsbereiche: auch Ortsteile, brauchen PKW
- Bisher Diskussion emotional aufgeladen
- Vorteile der Innenstadt: „man kennt sich“, aber: Umland benötigt andere Besuchsgründe
- Nutzungskonflikte Begegnungsverkehr / Mobilitätsarten!
- Konflikte nein, nur unterschiedliche Interessen
- Hauptgrund des Antrages der Offenen Liste: Schaffung Sicherheit
 - Sicherheit wird überbewertet, oftmals „gefühl“
 - Vieles an Strategie schon Diskussionsinhalt im GR

Übersicht zentrale Ergebnisse

5. Einschätzungen / Diskussion und Ihre Empfehlungen (Fortsetzung)

Rot = ambivalent = ↔

Einschätzungen / Fragen der Projektgruppe (2/2)

- Wochenmarkt benötigt mehr Unterstützung (Ansprechpartner*in, Rahmen)
- Rückgang des Besatzes „kompensieren“ durch Service, Gastro, Sitzmöglichkeiten
- ↔ Prozess-Reihenfolge war richtig
- Termin freitags: nein

Übersicht zentrale Ergebnisse

5. Einschätzungen / Diskussion und Ihre Empfehlungen (Fortsetzung)

(Erste) Empfehlung der Projektgruppe (1/2)

- Wochenmarkt optimieren, v.a. für jüngere Menschen = neue Zielgruppen erschließen
- Neues Miteinander, u.a. auch mit Handel
- ↻ Diskussion: - Verlust von 4% zurückholen, oder – 96% Bleibende stärker „behalten“!
- Innenstadt-Strategie nötig:
 - Flächen definieren / Nutzungen?
 - Wie Hauptherausforderungen des Gewerbes angehen? (u.a. Personalmangel)
 - Welche Besuchsgründe auf- / ausbauen?
 - Herausarbeiten: „was macht uns stark“?
 - Bedürfnisse Umland abbilden
 - Nicht (allein) auf Events setzen, sondern: Charakteristik (u.a. „überschaubar“, „man kennt sich“) als Basis, aber verkehrlich Sicherheit erhöhen
- Neues Miteinander muss Problem der Überlastung des Ehrenamtes + des Gewerbes lösen
- Permanenter Dialog mit Einzelhandel usw. etablieren
- Klare Aufgabenteilung

Rot = ambivalente
Diskussionen
(Diskussionspunkt wurde
bisher nicht einheitlich
bewertet) = ↻

Übersicht zentrale Ergebnisse

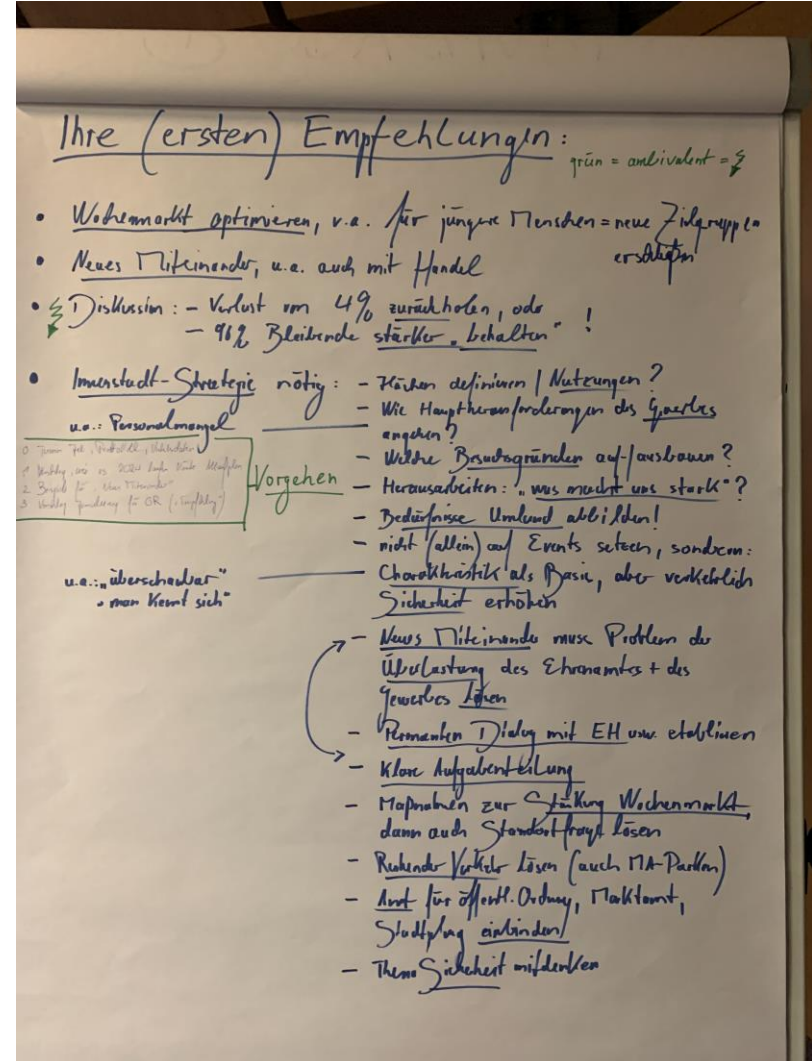
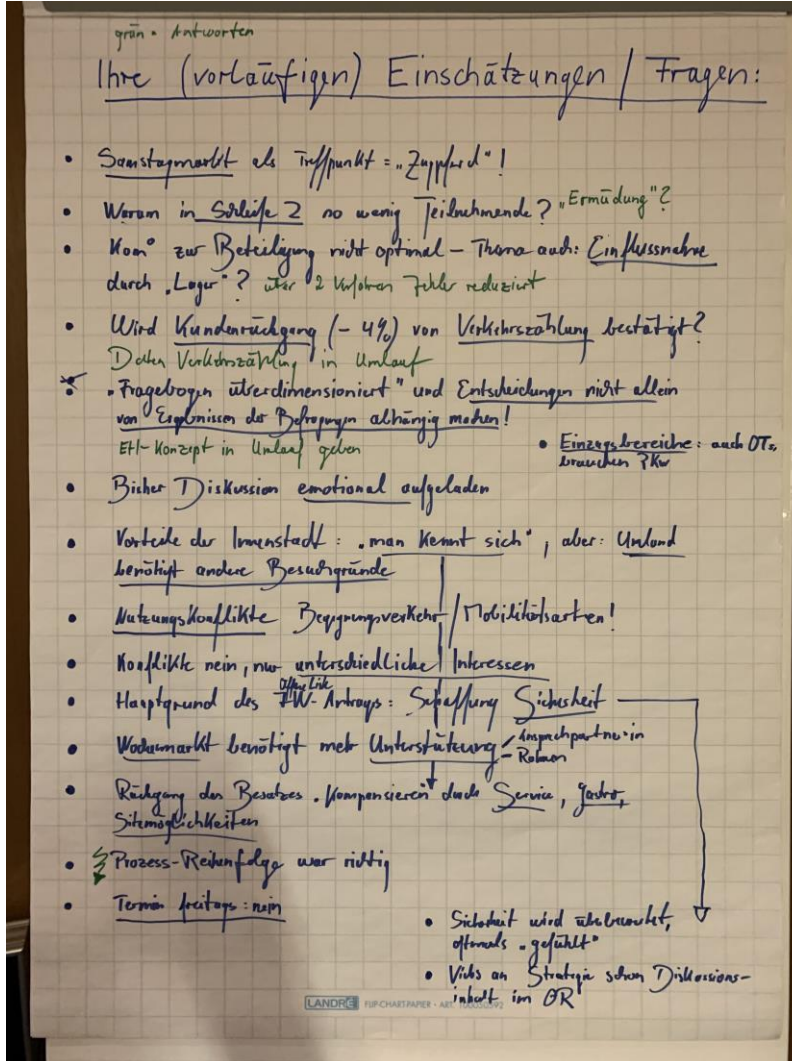
5. Einschätzungen / Diskussion und Ihre Empfehlungen (Fortsetzung)

(Erste) Empfehlung der Projektgruppe (2/2)

- Maßnahmen zur Stärkung Wochenmarkt, dann auch Standortfrage lösen
- Ruhender Verkehr lösen (auch Mitarbeiter-Parken)
- Amt für öffentliche Ordnung, Marktamt, Stadtplanung einbinden
- Thema Sicherheit mitdenken

- **Nächste Schritte:**
 1. Nächster Termin der Projektgruppe: 29. Februar 2024, Protokoll versenden, Verkehrsdaten in Umlauf geben
 2. Vorschlag, wie es 2024 laufen könnte: Ablaufplan
 3. Beispiele für „Neues Miteinander“
 4. Vorschlag Formulierung für GR („Empfehlung“)

Übersicht zentrale Ergebnisse (Fotoprotokoll)



Bildquelle: imakomm AKADEMIE 2024.

Ausblick

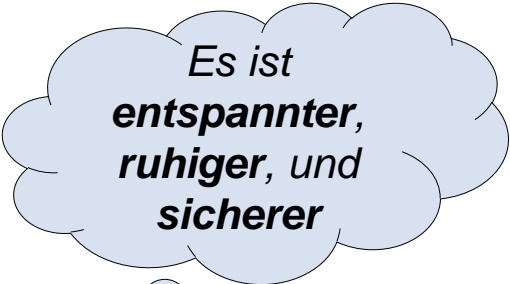
Vierte Sitzung der Projektgruppe

Die **letzte Sitzung der Projektgruppe** findet am **29. Februar | 18.30 bis ca. 20.30 Uhr** statt. Die Einladung erfolgt durch die Stadt Laupheim.



Inhalte u.a. (nicht abschließend):

- Vorschlag (imakomm) für Ablaufplan zur Erarbeitung einer Innenstadtstrategie
- Beispiele für ein „Neues Miteinander“
- Formulierung und Vorschlag einer Beschlussempfehlung für den Gemeinderat

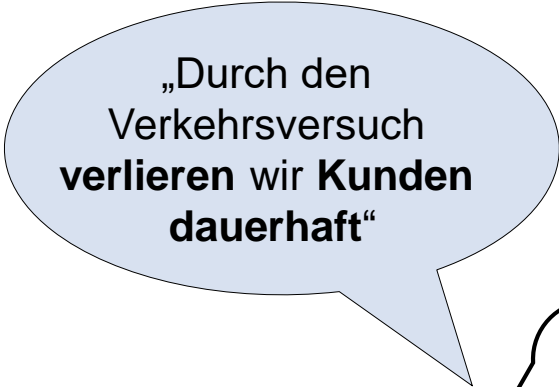

Präsentationsfolien vom 19. Januar 2024





Es ist
**entspannter,
ruhiger, und
sicherer**



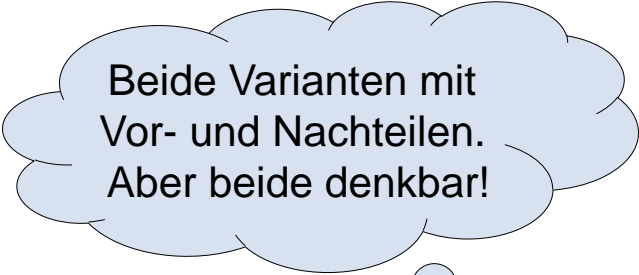

„Ich habe den
Eindruck als wäre es
jetzt **noch lebloser** als
sonst“




„Durch den
Verkehrsversuch
**verlieren wir Kunden
dauerhaft**“



„Ohne ein klares Konzept,
ist die Verkehrsberuhigung
nicht zielführend“



Beide Varianten mit
Vor- und Nachteilen.
Aber beide denkbar!



1. Ankommen / Einführung

1.1 Ziele heute



1. Sichtung **zentrale Ergebnisse** Kundenbefragung / Digitales Panel der Gewerbetreibenden
2. **Einschätzung** und **Empfehlung** imakomm
3. **Fragen, Einschätzungen, Diskussion** und Aussicht nächste Schritte

1. Ankommen / Einführung

1.2 Erinnerung: Regeln für ein faires Miteinander



1. Sachlichkeit und respektvoller Umgang
2. **Raum für ehrlichen Austausch = nicht öffentlich, Diskussionsinhalte / Streitigkeiten / Protokolle / Ergebnisse bleiben hier im Raum**
3. **Öffentlichkeitsarbeit = Projektgruppe entscheidet was/wann, dann gebündelt über Verwaltung**
4. Alle Teilnehmer*innen sind gleich
5. PG = Expertise, meinungsbildend, multiplizierend; beschließendes Gremium ist und bleibt der Gemeinderat
6. Blick nach vorne! Streitigkeiten in der Vergangenheit bleiben draußen

1. Ankommen / Einführung

1.3 Hinweise zu Ergebnissen



1. Gesamtzahl der Befragten = „n“
Kundenbefragung: n = 1329 (Schleife 1); n = 233 (Schleife 2)
Befragung Gewerbetreibende: n = 16 (Schleife 1); n = 10 (Schleife 2)
3. Abweichung zu 100% wegen Rundungsdifferenzen
4. Keine Darstellung von Aussagen bei weniger als drei Teilnehmer*innen in einer Kategorie
5. Zusammenfassung der Antworten offener Fragen zu Kategorien (z.B. TOP 10)
6. imakomm-Benchmark = Ergebnisse aus früheren imakomm-Befragungen in Kommunen mit 10.000 bis < 25.000 Einwohner*innen
7. \bar{x} = arithmetisches Mittel; N= Teilstichprobe

Im Folgenden sind die zentralen Ergebnisse von Schleife 1 dargestellt. Ergebnisse von Schleife 2 sind an ausgewählten Stellen bzw. bei auffallenden Unterschieden eingefügt und farblich **orange markiert.**



1. Ankommen / Einführung

[imakomm]

2. Ergebnisse: Kundenbefragung

[imakomm]

- A. Statistische Angaben
- B. Bewertung
- C. Verhaltensänderung
- D. Wochenmarkt

3. Ergebnisse: Befragung Gewerbetreibende

[imakomm]

4. Zentrale Ergebnisse auf den Punkt gebracht, was wir als imakomm daraus ablesen

[imakomm + Alle]

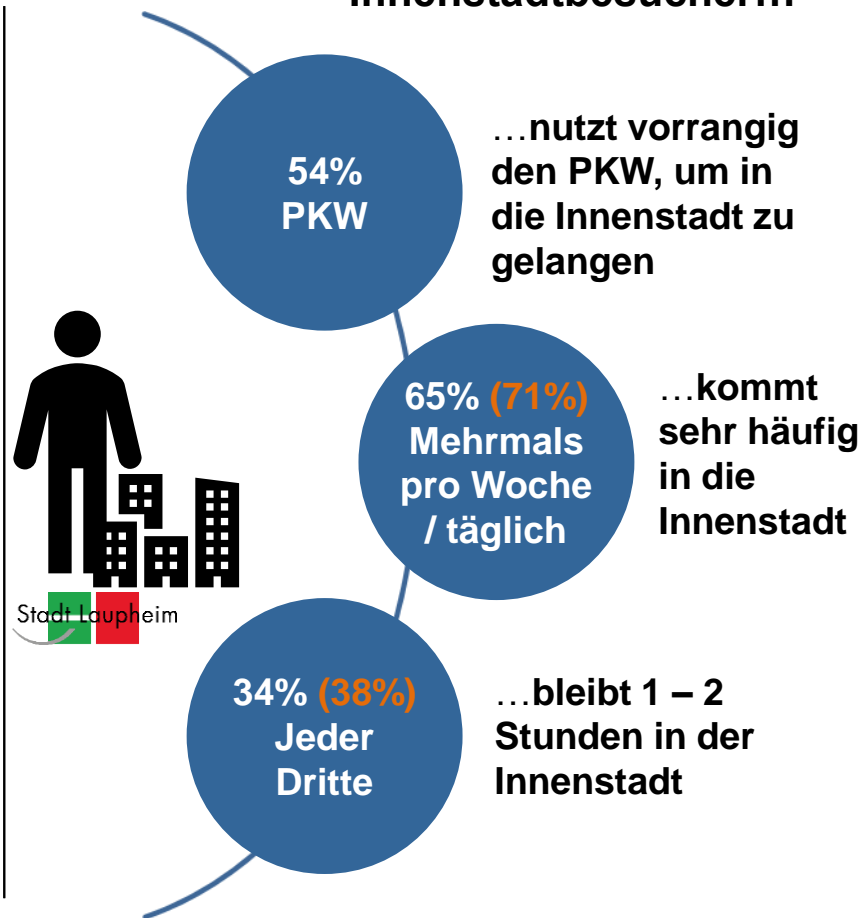
5. Einschätzungen / Diskussion und Ihre Empfehlungen

[Alle]

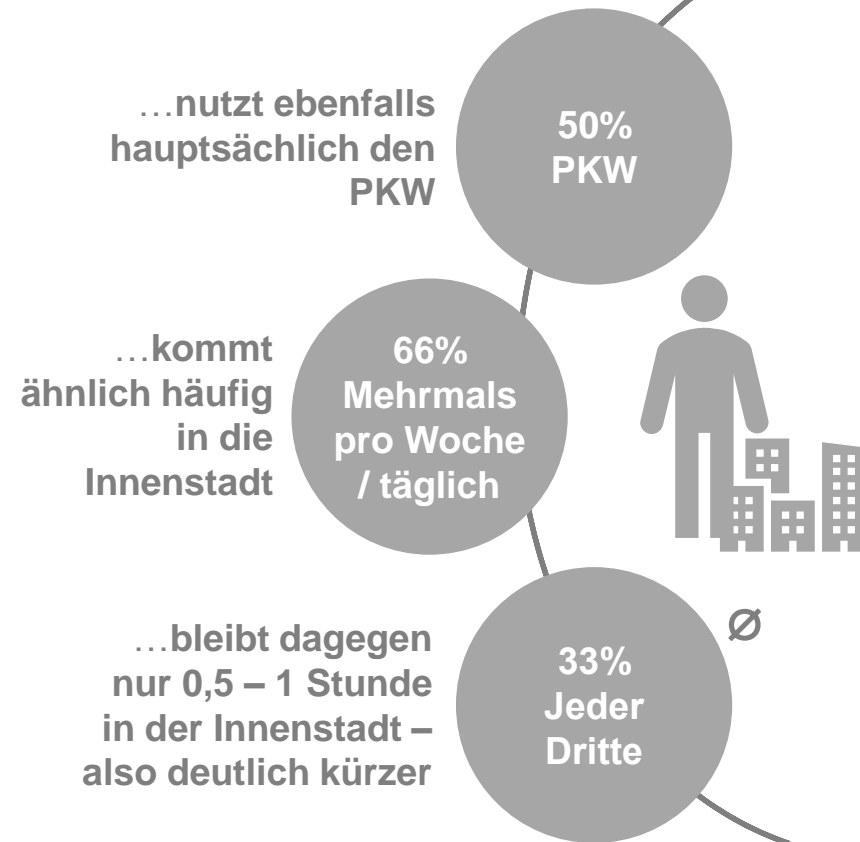
2. Ergebnisse: Kundenbefragung

A. Statistische Angaben

Der typische Laupheimer Innenstadtbesucher...



Der typische Besucher einer anderen Innenstadt („imakomm-Benchmark“)



2. Ergebnisse: Kundenbefragung

A. Statistische Angaben

Aussagekraft und Grenzen der Ergebnisse

Geschlecht	Stichprobe Schleife 1		Stichprobe Schleife 2		Laupheim Bevölkerung*
	n	%	n	%	
männlich	580	44%	99	43%	50%
weiblich	741	56%	132	57%	50%
divers	8	<1%	2	<1%	0%
Gesamt	1329	100%	233	100%	100%
Alter					
unter 15 Jahre	7	<1%	0	0%	16%
15 bis unter 18 Jahre	11	<1%	3	1%	3%
18 bis unter 25 Jahre	54	4%	11	5%	7%
25 bis unter 40 Jahre	300	23%	42	18%	20%
40 bis unter 65 Jahre	720	54%	125	54%	35%
65 Jahre und älter	237	18%	52	22%	19%
Gesamt	1329	100%	233	100%	100%

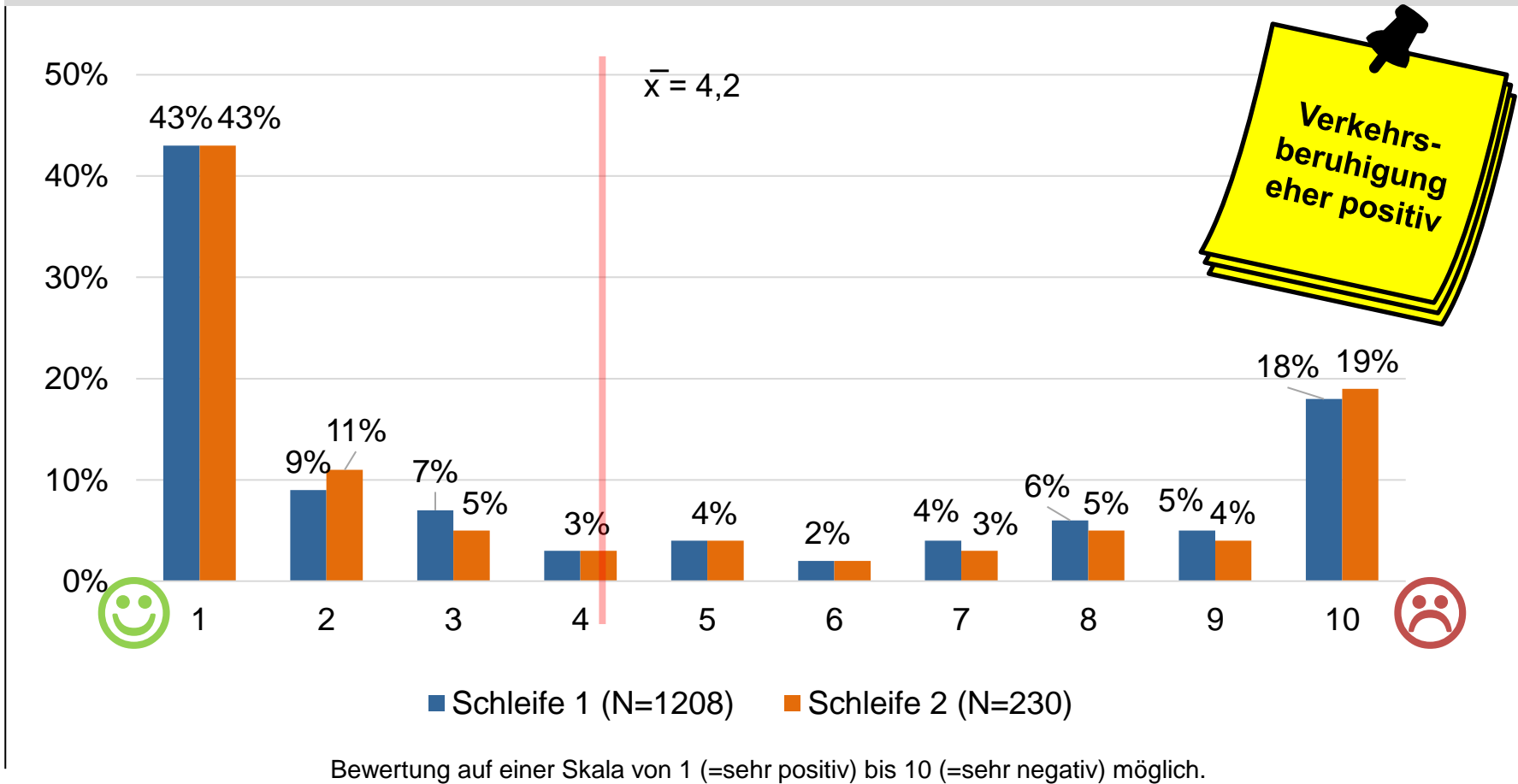
Aussagekräftig?
Ja. repräsentativ!
 Grenzen? Gelenkt?
Nein!

* Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2023.

2. Ergebnisse: Kundenbefragung

B. Bewertung

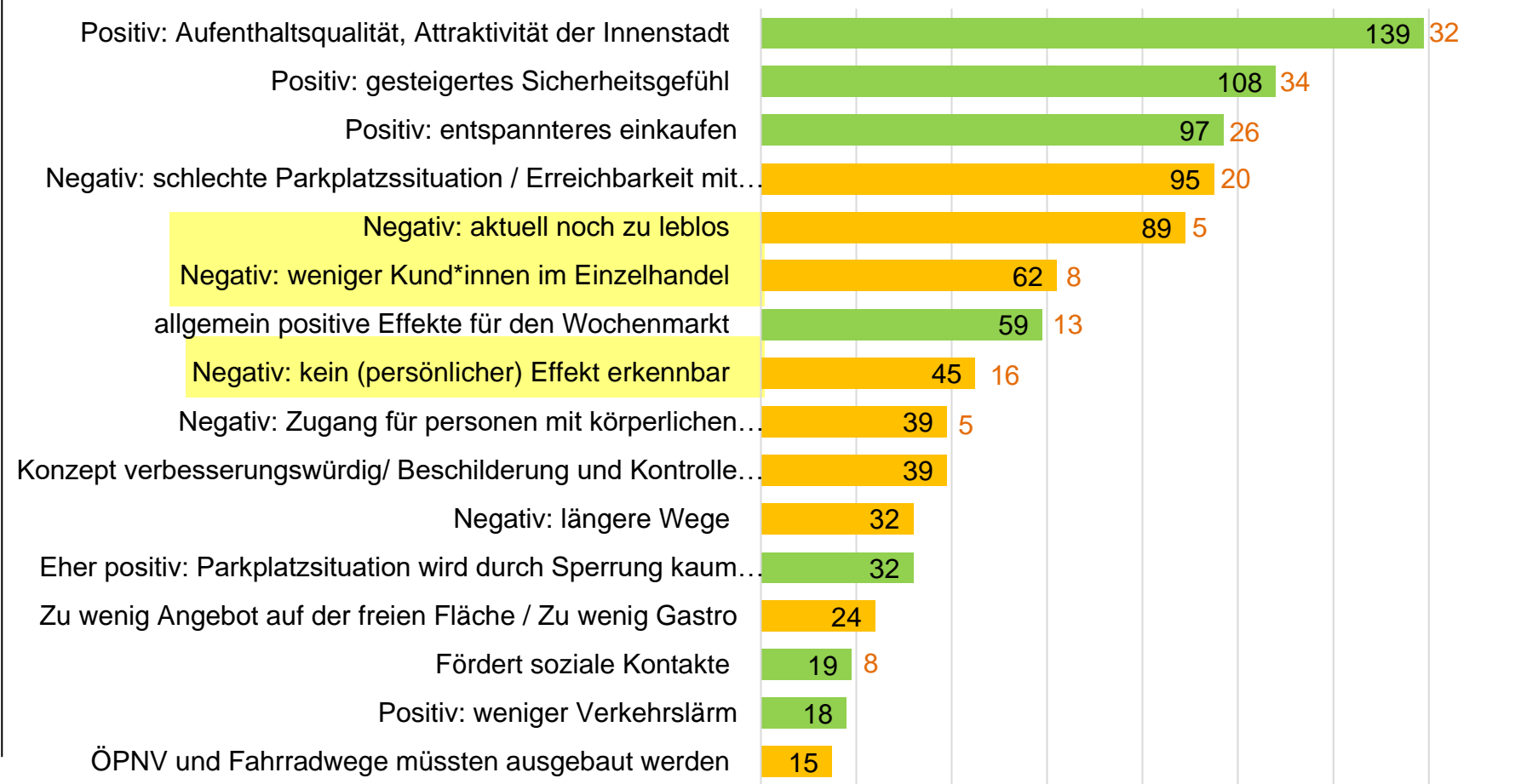
Frage: Wie bewerten Sie die aktuelle Verkehrsberuhigung der Mittelstraße?



2. Ergebnisse: Kundenbefragung

B. Bewertung

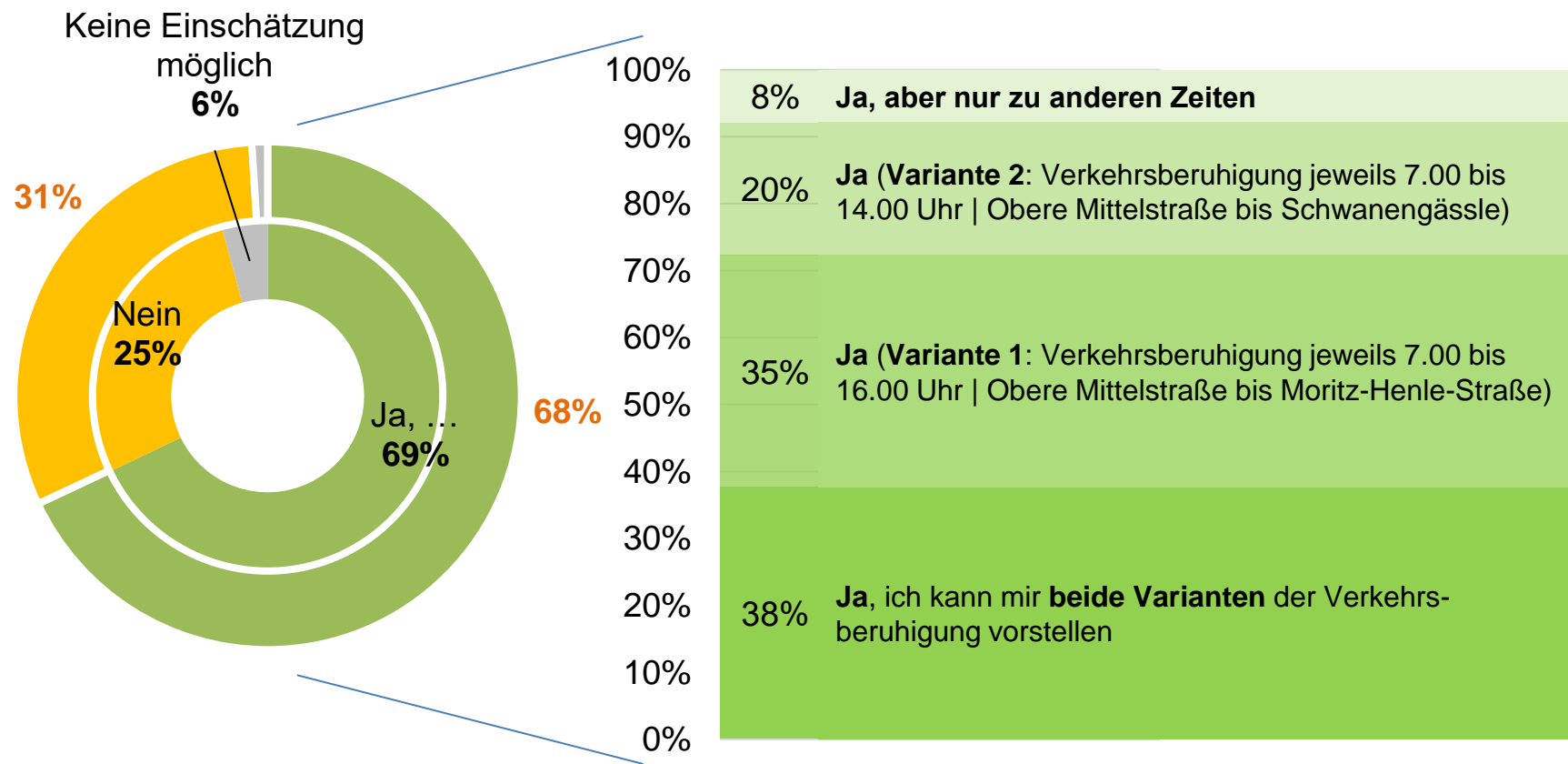
Frage: Wie bewerten Sie die aktuelle Verkehrsberuhigung in der Mittelstraße?
 Begründungen!



2. Ergebnisse: Kundenbefragung

B. Bewertung

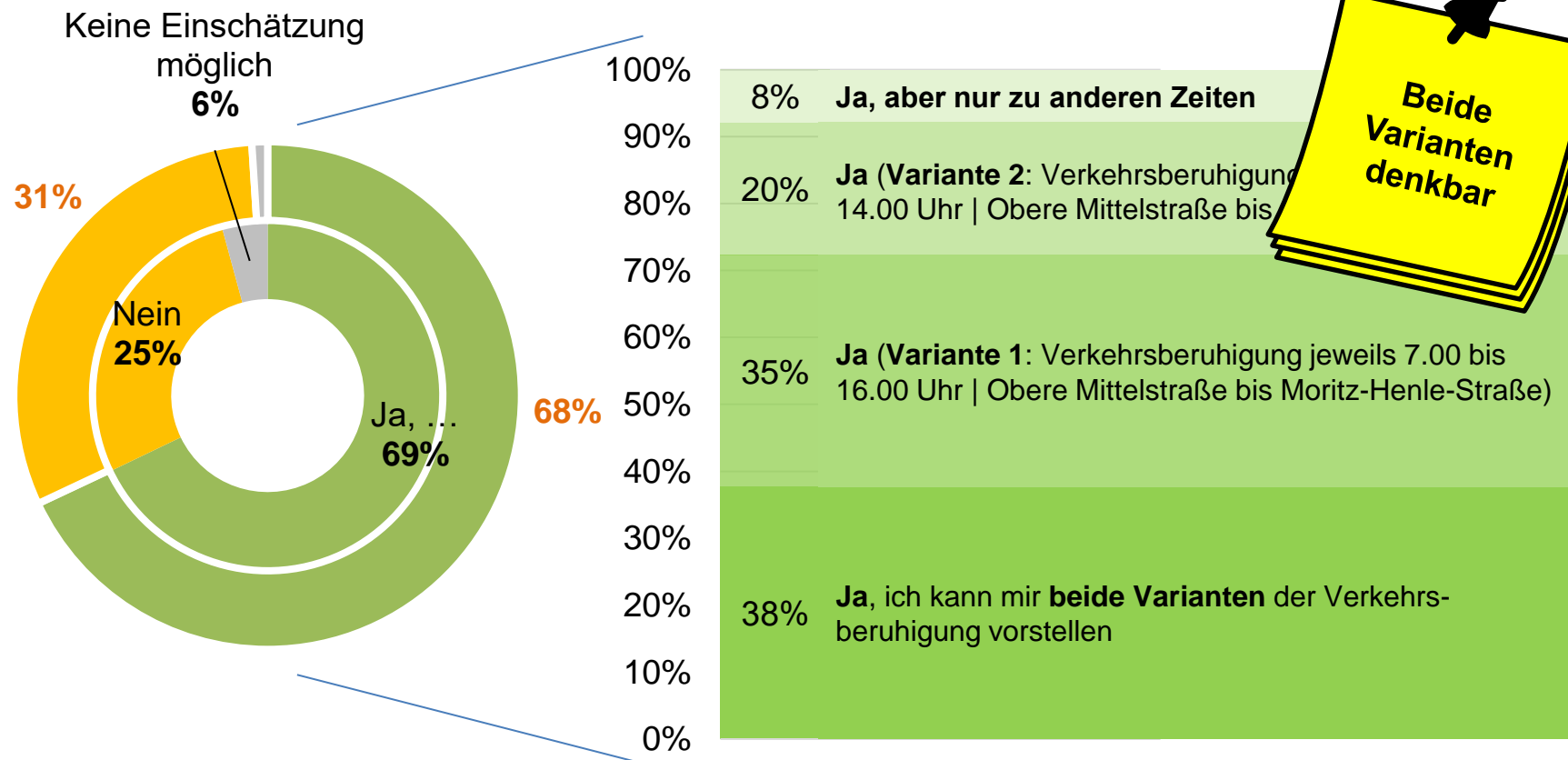
Frage: Können Sie sich eine Verkehrsberuhigung der Mittelstraße an Samstagen auch in Zukunft über die Testphase hinaus vorstellen?



2. Ergebnisse: Kundenbefragung

B. Bewertung

Frage: Können Sie sich eine Verkehrsberuhigung der Mittelstraße an Samstagen auch in Zukunft über die Testphase hinaus vorstellen?

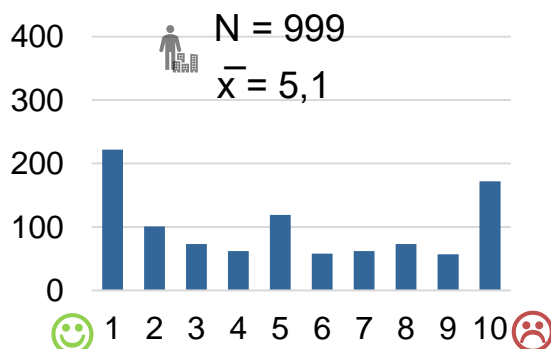


2. Ergebnisse: Kundenbefragung

B. Bewertung

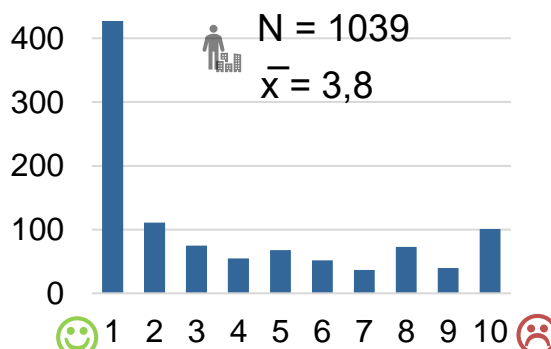
Frage: Wie bewerten Sie die Effekte der Verkehrsberuhigung der Mittelstraße an Samstagen? Effekt der derzeitigen Verkehrsberuhigung auf ...

...die tatsächliche Erreichbarkeit der gesamten Innenstadt für den motorisierten Individualverkehr



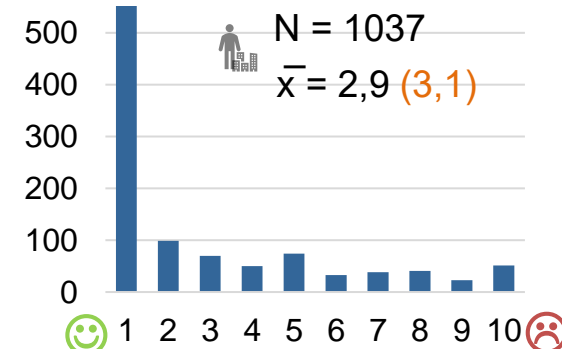
- N = 535 $\bar{x} = 6,0$
- N = 241 $\bar{x} = 3,8$ (4,1)
- N = 196 $\bar{x} = 4,2$ (3,3)
- N = 616 $\bar{x} = 4,8$

...die Aufenthaltsqualität der gesamten Innenstadt



- N = 544 $\bar{x} = 4,8$
- N = 268 $\bar{x} = 2,4$ (2,9)
- N = 221 $\bar{x} = 3,0$ (2,2)
- N = 660 $\bar{x} = 3,6$

...die Verkehrssicherheit für Fußgänger und Radfahrer im verkehrsberuhigten Bereich



- N = 529 $\bar{x} = 3,7$ (4,3)
- N = 270 $\bar{x} = 1,8$ (2,3)
- N = 233 $\bar{x} = 2,5$ (1,7)
- N = 658 $\bar{x} = 2,7$ (3,2)

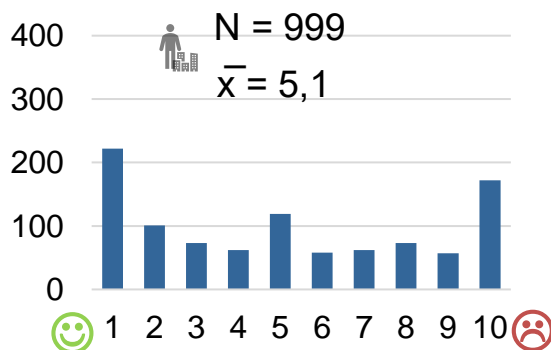
Bewertung auf einer Skala von 1 (=sehr positiv) bis 10 (=sehr negativ) möglich.

2. Ergebnisse: Kundenbefragung

B. Bewertung

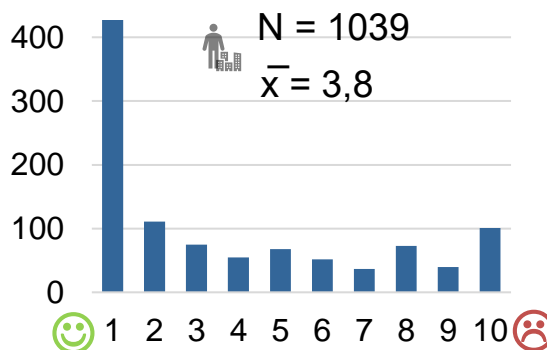
Frage: Wie bewerten Sie die Effekte der Verkehrsberuhigung der Mittelstraße an Samstagen? Effekt der derzeitigen Verkehrsberuhigung auf ...

...die tatsächliche Erreichbarkeit der gesamten Innenstadt für den motorisierten Individualverkehr

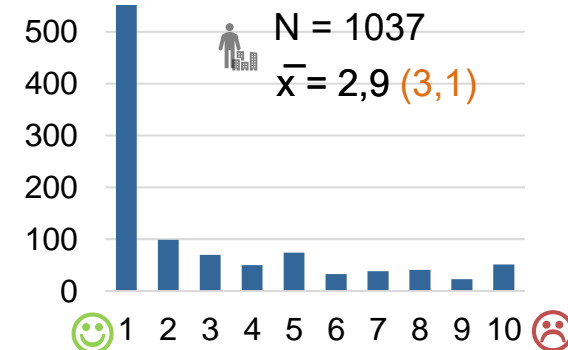


Erreichbarkeit bleibt Zukunftsaufgabe!

...die Aufenthaltsqualität der gesamten Innenstadt



...die Verkehrssicherheit für Fußgänger und Radfahrer im verkehrsberuhigten Bereich

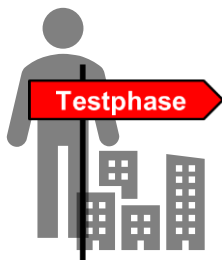


Sicherheit erreicht

2. Ergebnisse: Kundenbefragung

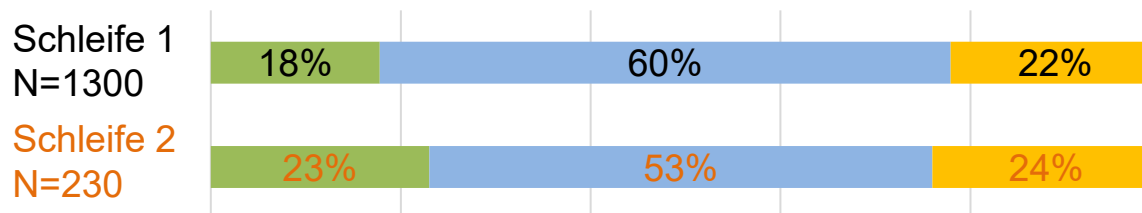
C. Verhaltensänderung

Frage: Die aktuelle Verkehrsberuhigung an Samstagen läuft nun schon seit einigen Wochen. Diese hat bereits folgende Auswirkungen auf mich gehabt:



Insgesamt
etwa 4 %
weniger
Innenstadt-
besuche

Ich habe die Innenstadt (wegen der Verkehrsberuhigung
seitdem)

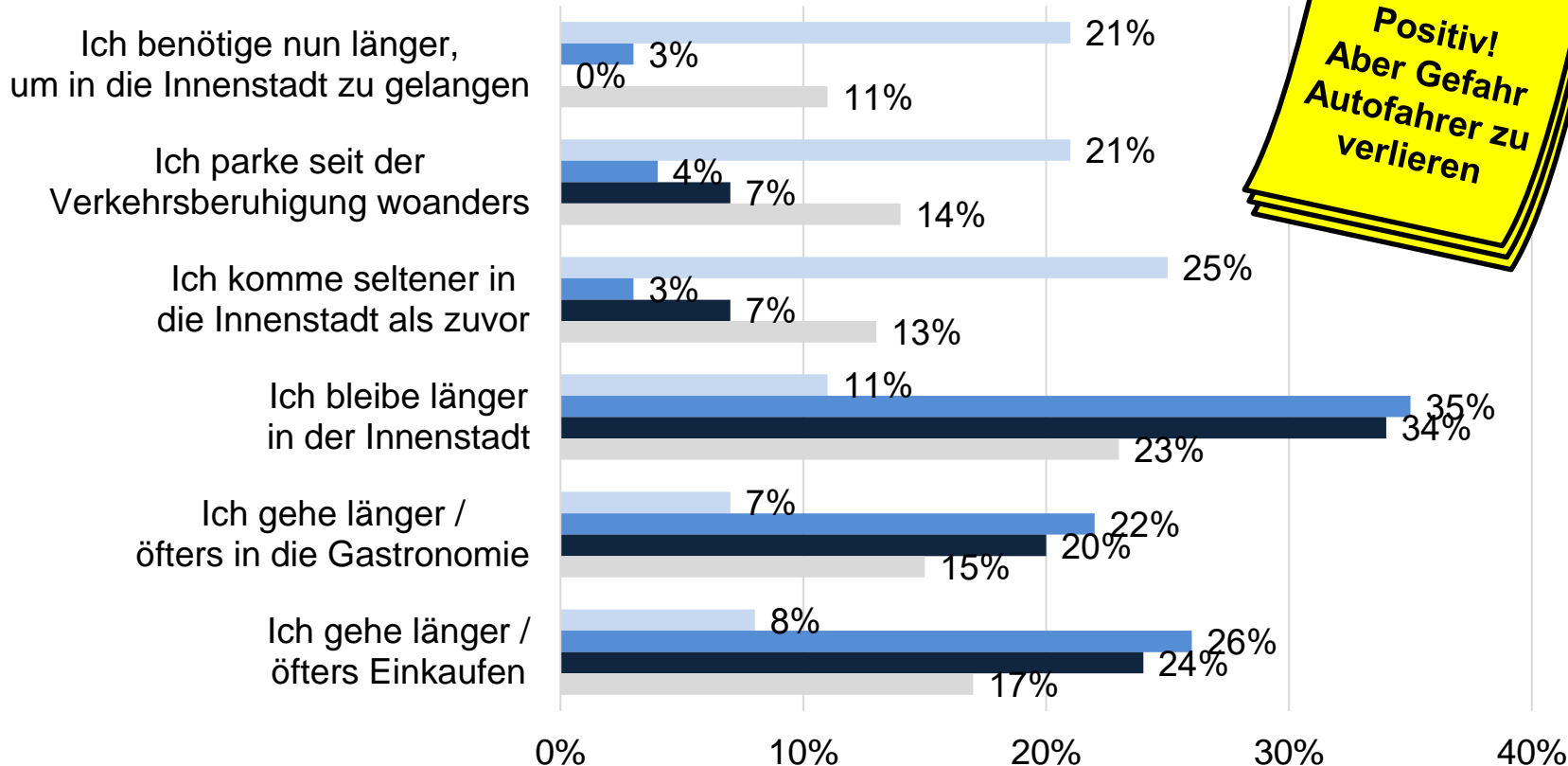
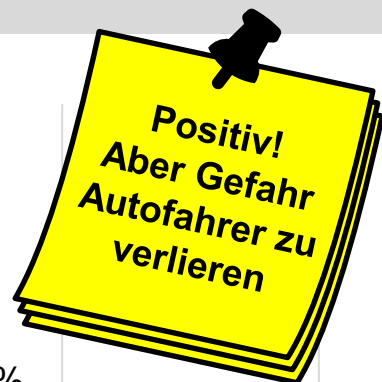


- öfters besucht
- genauso oft besucht wie vor der Verkehrsberuhigung
- seltener besucht

2. Ergebnisse: Kundenbefragung

C. Verhaltensänderung

Frage: Seit der Verkehrsberuhigung hat sich mein Verhalten beim Innenstadtbesuch an Samstagen wie folgt verändert:



PKW (N=891)

Fahrrad (N=390)

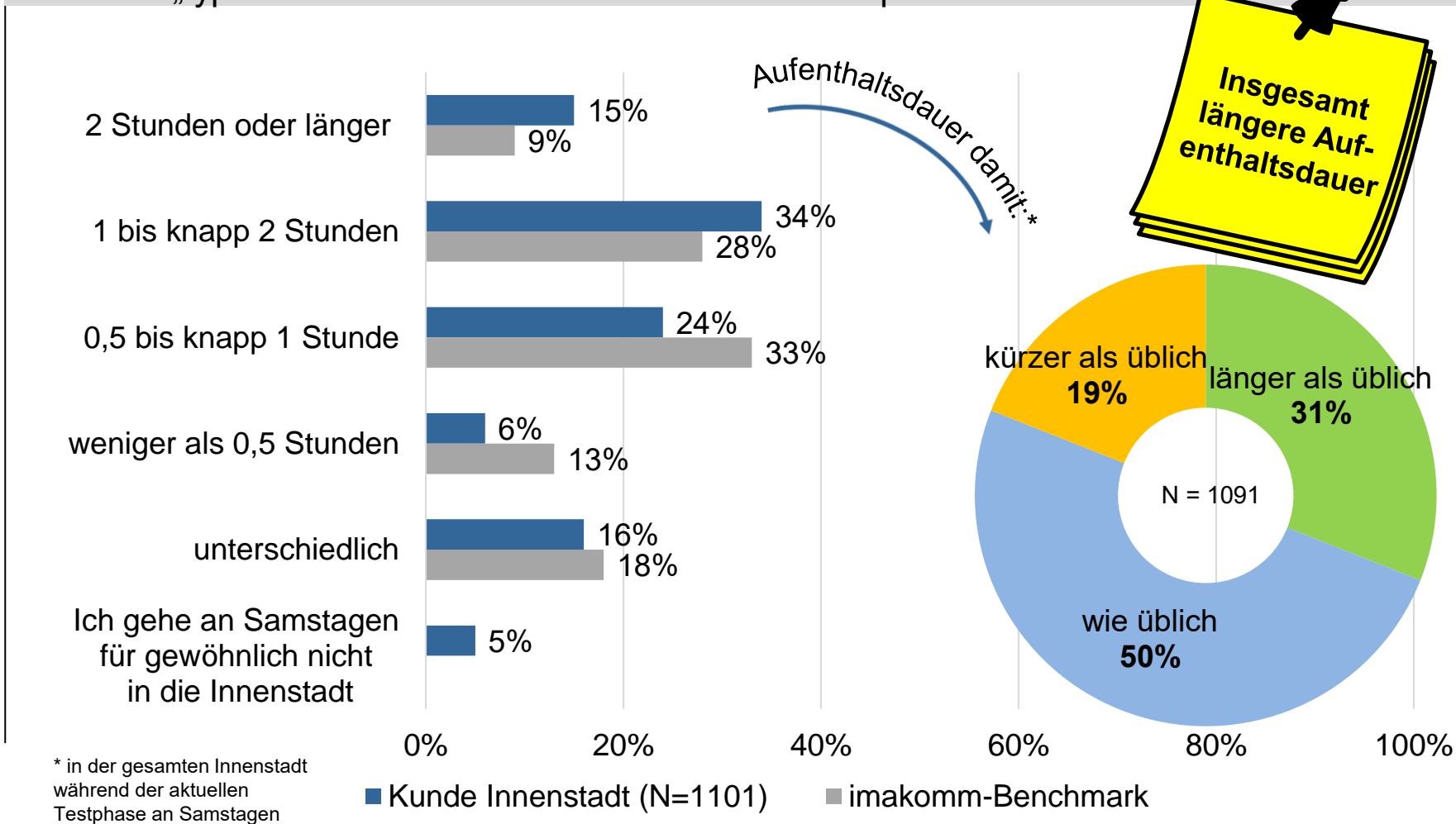
Fußgänger*in (N=253)

Wochenmarktbesucher (N=984)

2. Ergebnisse: Kundenbefragung

C. Verhaltensänderung

Frage: Wie lange halten Sie sich während der aktuellen Testphase an Samstagen bei einem „typischen“ Besuch in der Innenstadt von Laupheim auf?



2. Ergebnisse: Kundenbefragung

D. Wochenmarkt

Frage: Wie oft besuchen Sie den Laupheimer Wochenmarkt?

Der Laupheimer Wochenmarktbesucher...



Wochenmarkt

- **...geht mind. einmal pro Woche auf den Laupheimer Wochenmarkt**
(52%, also jeder zweite: einmal pro Woche (42%); 24% sogar zweimal pro Woche (42%))
- **...besucht beim Wochenmarkteinkauf noch weitere Betriebe in der Innenstadt**
(43% einmal pro Woche (47%); 24% zweimal pro Woche (31%))

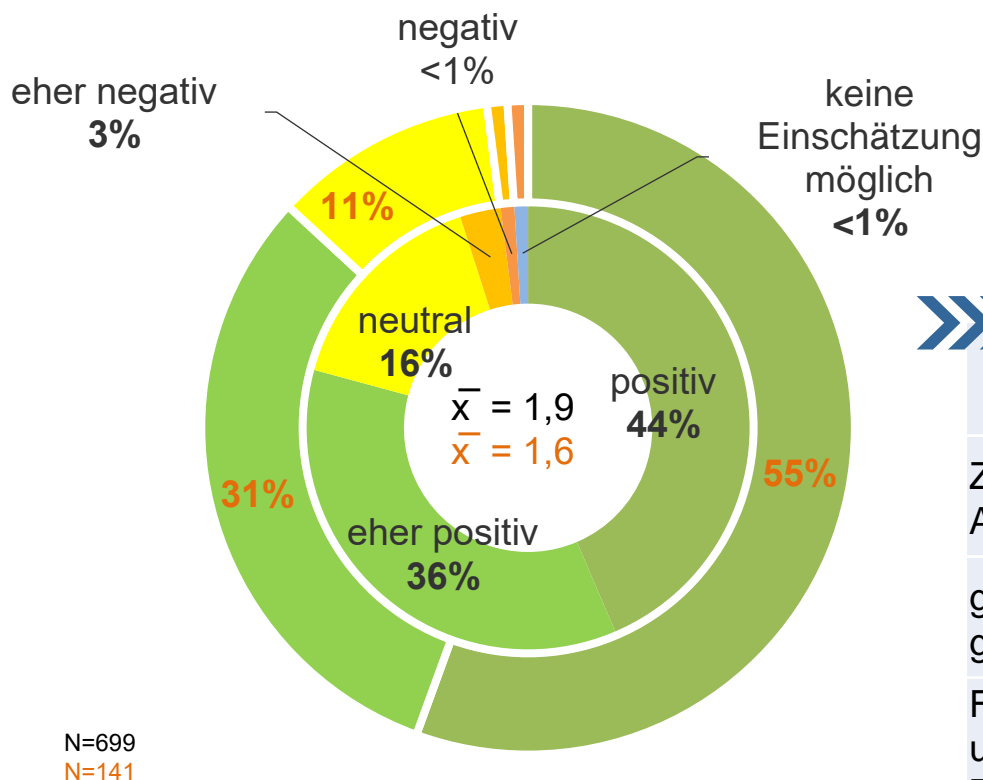
Wochenmarktbesuch (N=736); Kopplung weitere Betriebe (N=696)

Wochenmarktbesuch (N=151); Kopplung weitere Betriebe (N=141)

2. Ergebnisse: Kundenbefragung

D. Wochenmarkt

Frage: Wie bewerten Sie die Attraktivität des Wochenmarktes?



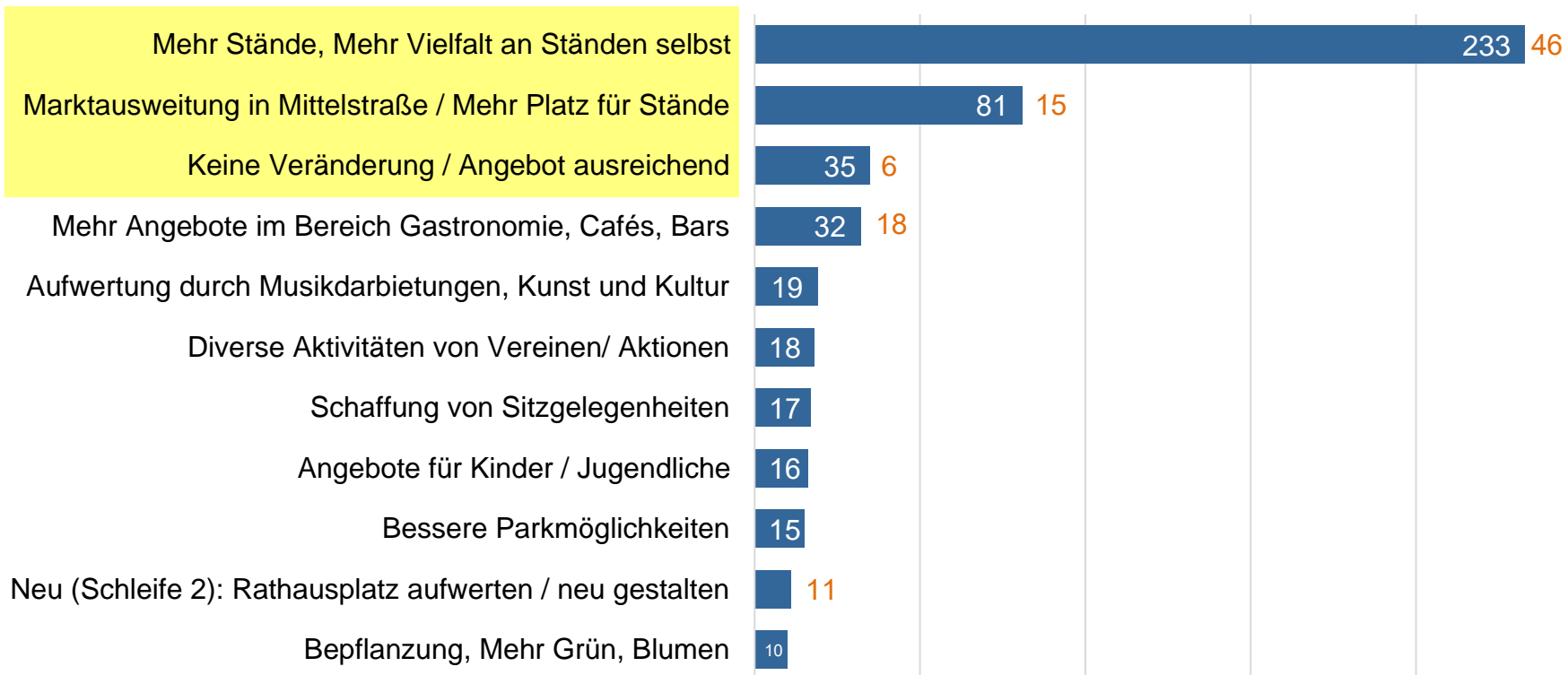
Begründung / Themen	Häufigkeit (TOP 3)
Zu wenig Stände / geringe Angebotsvielfalt	20
geringes Platzangebot / geringe Aufenthaltsqualität	4
Fehlende Angebote für unterschiedliche Zielgruppen (z.B. Kinder)	3
schlechte Erreichbarkeit	3

Bewertung auf einer Skala von 1 (=positiv) bis 5 (=negativ) möglich.

2. Ergebnisse: Kundenbefragung

D. Wochenmarkt

Frage: Wie kann der Wochenmarkt noch attraktiver gestaltet werden?



2. Ergebnisse: Kundenbefragung

Verkehrs-
beruhigung
eher positiv

Beide
Varianten
denkbar

Erreichbarkeit
bleibt Zukunfts-
aufgabe!

Sicherheit
erreicht

Insgesamt
etwa 4 %
weniger
Innenstadt-
besuche

Positiv!
Aber Gefahr
Autofahrer zu
verlieren

Insgesamt
längere Auf-
enthaltsdauer

Wochenmarkt
als
Anziehungs-
punkt –
Ausweiten!



1. Ankommen / Einführung

[imakomm]

2. Ergebnisse: Kundenbefragung

[imakomm]

3. Ergebnisse: Befragung Gewerbetreibende

[imakomm]

- A. Statistische Angaben
- B. Unternehmen
- C. Bewertung
- D. Entwicklungen

4. Zentrale Ergebnisse auf den Punkt gebracht, was wir als imakomm daraus ablesen

[imakomm + Alle]

5. Einschätzungen / Diskussion und Ihre Empfehlungen

[Alle]

3. Ergebnisse: Befragung Gewerbetreibende

A. Statistische Angaben

Der Laupheimer Gewerbetreibende vor der Testphase...



69% (50%)
Sehr zufrieden

... ist mit dem Unternehmensstandort in Laupheim sehr zufrieden

Der Laupheimer Gewerbetreibende während der Testphase...

...berichtet von angespannter Parkplatzsituation

Parkplatz als echtes Problem

...verzeichnet tatsächlich Umsatzeinbußen

64 – 77% (80%) der Befragten

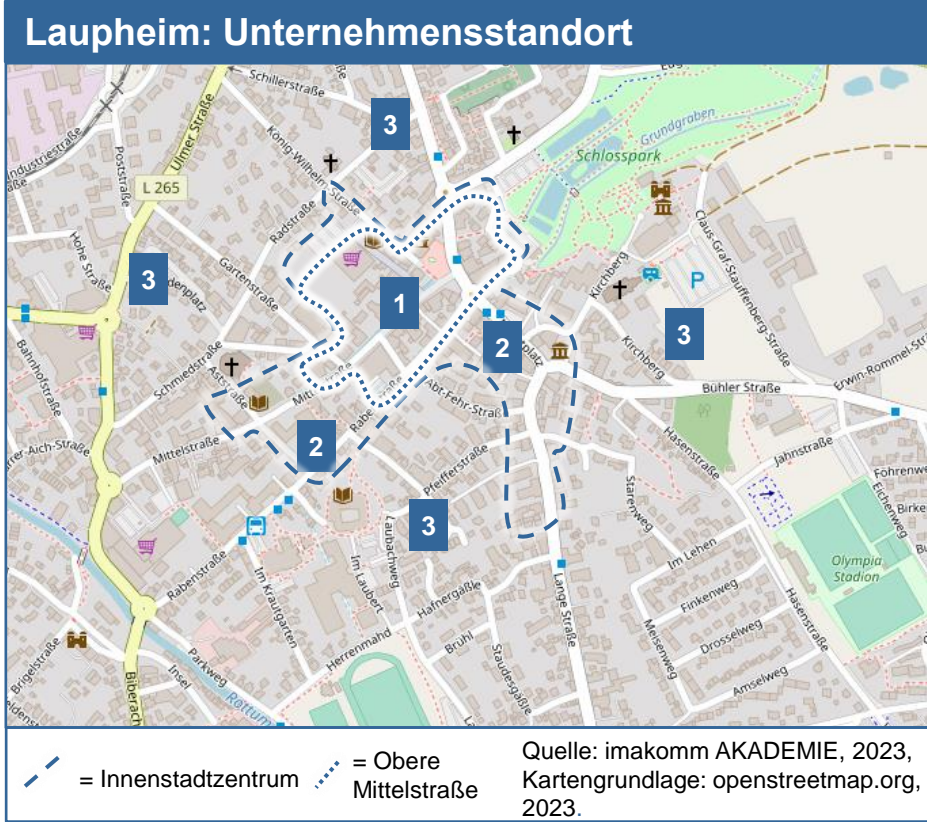


...nimmt negative Stimmung in der Kundschaft wahr

71% (80%) der Befragten

3. Ergebnisse: Befragung Gewerbetreibende

A. Statistische Angaben



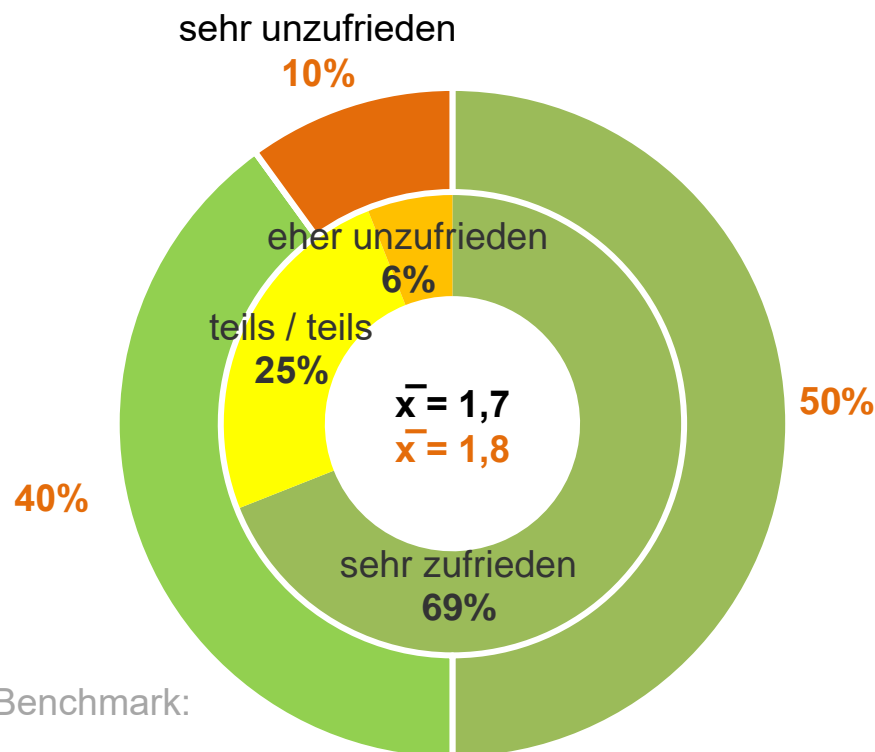
Ort	Schleife 1		Schleife 2	
Obere Mittelstraße (Bereich 1)	11	69%	6	60%
Sonstiges Innenstadtzentrum (Bereich 2)	5	31%	4	40%
Keine Angabe	-	-		
Gesamt	16	100%	10	100%

Branche	Schleife 1		Schleife 2	
Einzelhandel	11	69%	9	90%
Dienstleistungen	3	19%	1	10%
Gastgewerbe	2	13%	0	0%
Keine Angabe	-	-		
Gesamt	16	100%	10	100%

3. Ergebnisse: Befragung Gewerbetreibende

B. Unternehmen

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Unternehmensstandort?



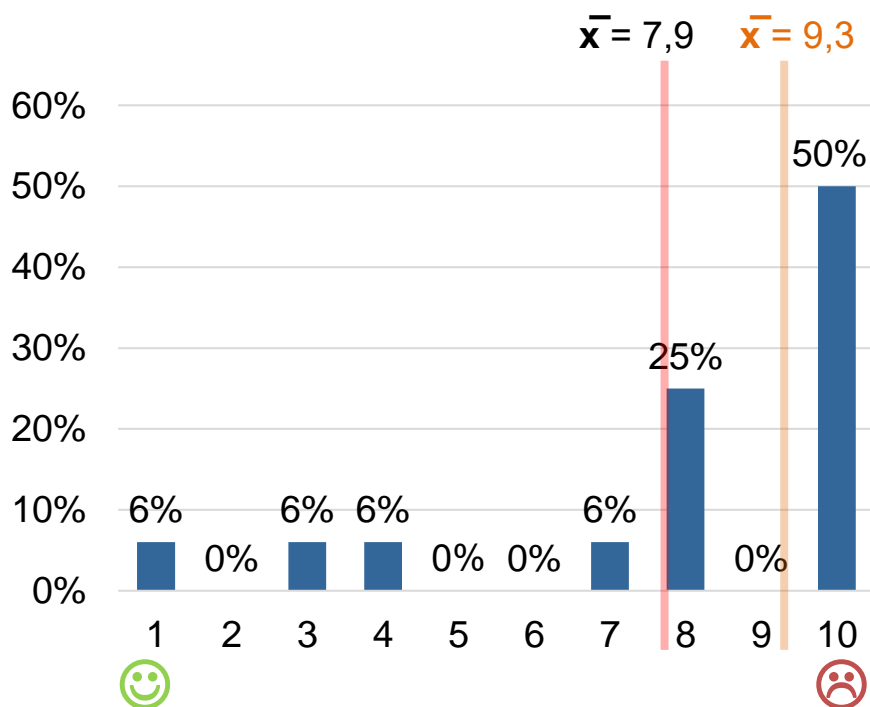
Imakomm Benchmark:
 $\bar{x} = 1,9$

Bewertung auf einer Skala von 1 (=sehr zufrieden) bis 5 (=sehr unzufrieden)

3. Ergebnisse: Befragung Gewerbetreibende

C. Bewertung

Frage: Wie bewerten Sie die aktuelle Verkehrsberuhigung der Mittelstraße?



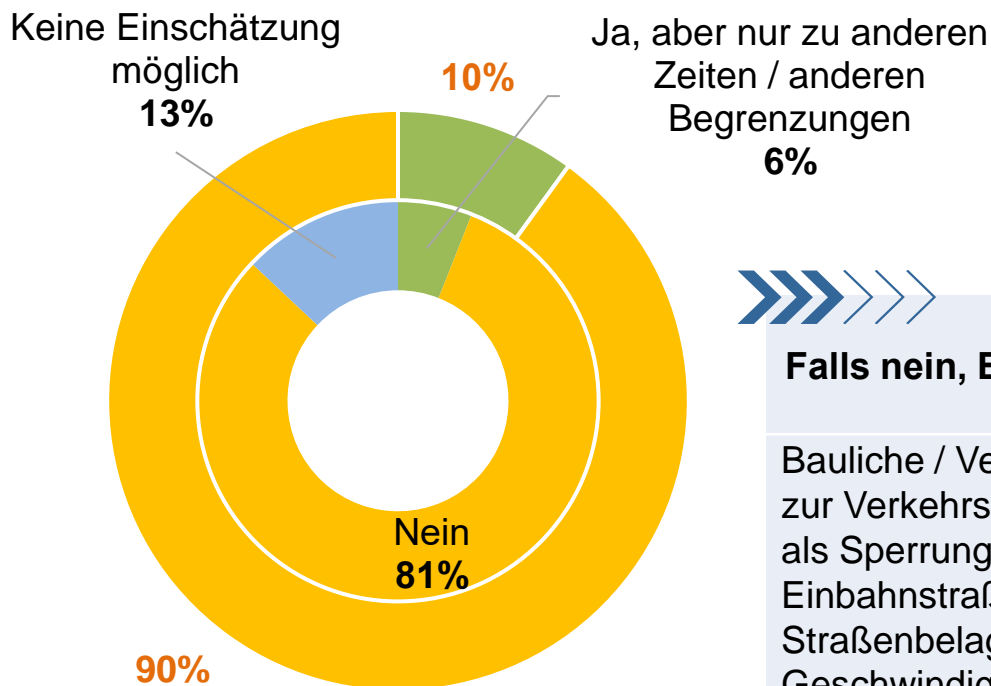
Begründung / Themen	Häufigkeit (≥ 3 Antworten)
Angespannte Parkplatzsituation / Parkplätze zu weit weg	6
Sinkende Kundenfrequenz	6

Bewertung auf einer Skala von 1 (=sehr positiv) bis 10 (=sehr negativ) möglich.

3. Ergebnisse: Befragung Gewerbetreibende

C. Bewertung

Frage: Können Sie sich eine Verkehrsberuhigung der Mittelstraße auch in Zukunft über die Testphase hinaus vorstellen?

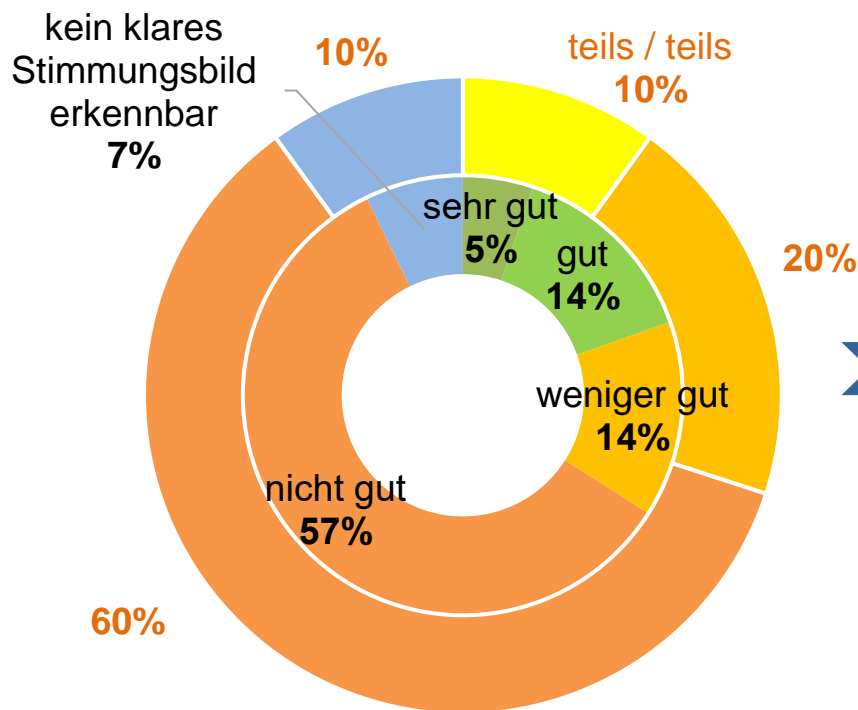
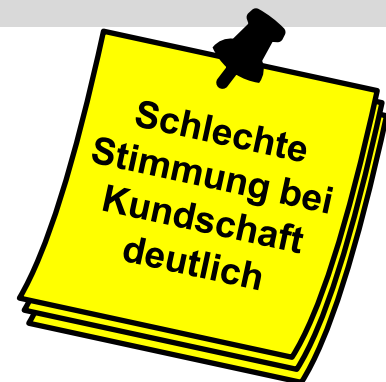


Falls nein, Begründung	Häufigkeit (≥ 3 Antworten)
Bauliche / Verkehrliche Anpassungen zur Verkehrsberuhigung zielführender als Sperrung (z.B. Einbahnstraßenregelung, Straßenbelag, Geschwindigkeitskontrollen usw.)	4
Kundenlenkung aus der Innenstadt führt zu dauerhaftem Kundenverlust	3
Erhalt der Parkplätze mit zentraler Bedeutung	3

3. Ergebnisse: Befragung Gewerbetreibende

C. Bewertung

Frage: Wie schätzen Sie die allgemeine Stimmung Ihrer Kundschaft in Bezug auf die Testphase ein?

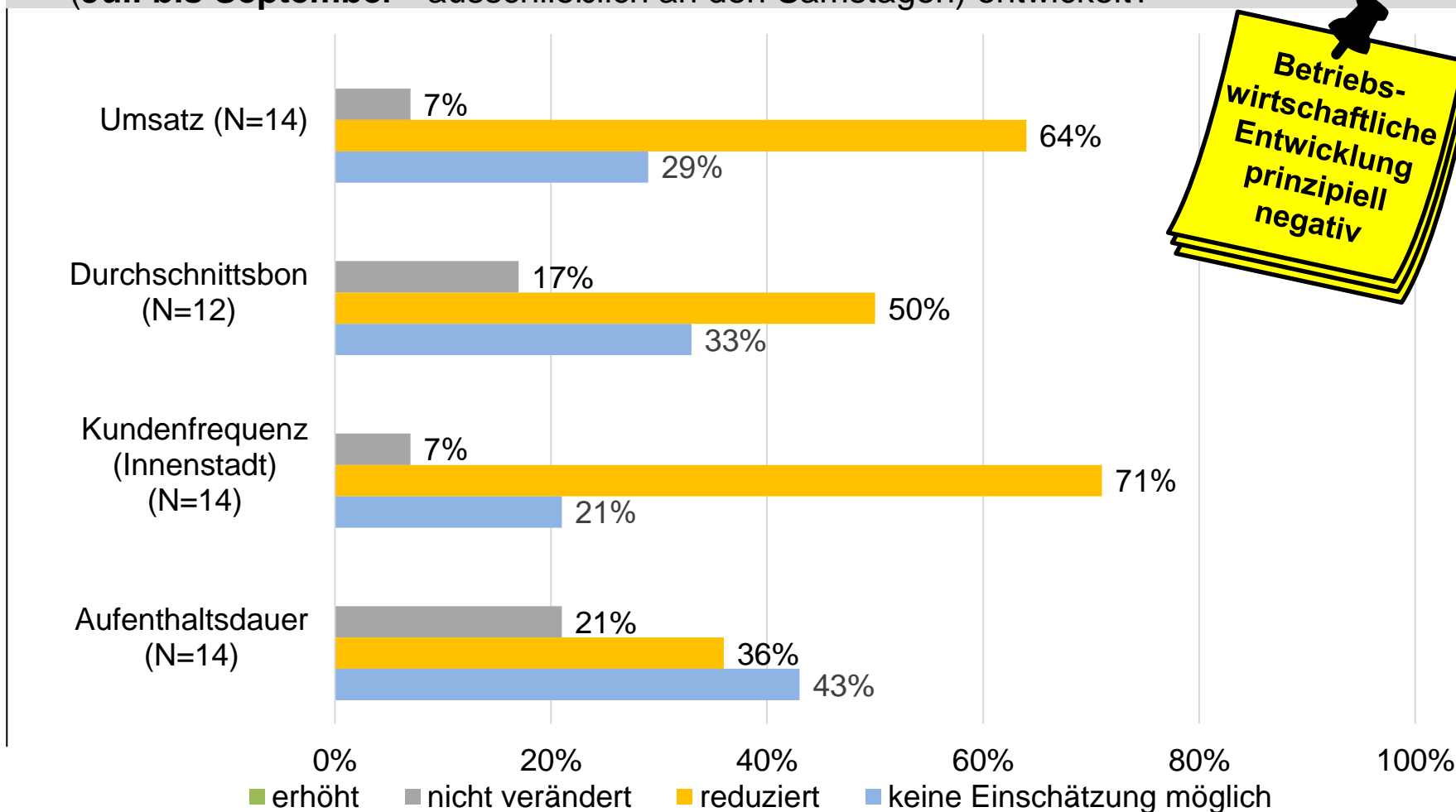


Begründung / Details	Häufigkeit (≥ 2 Antworten)
Erreichbarkeit durch fehlende Parkflächen aus Kundensicht eingeschränkt / negative Auswirkungen auf Attraktivität	4
Auch positive Stimmen sind wahrnehmbar	2
Kein Verständnis seitens der Kundschaft	2

3. Ergebnisse: Befragung Gewerbetreibende

D. Entwicklungen

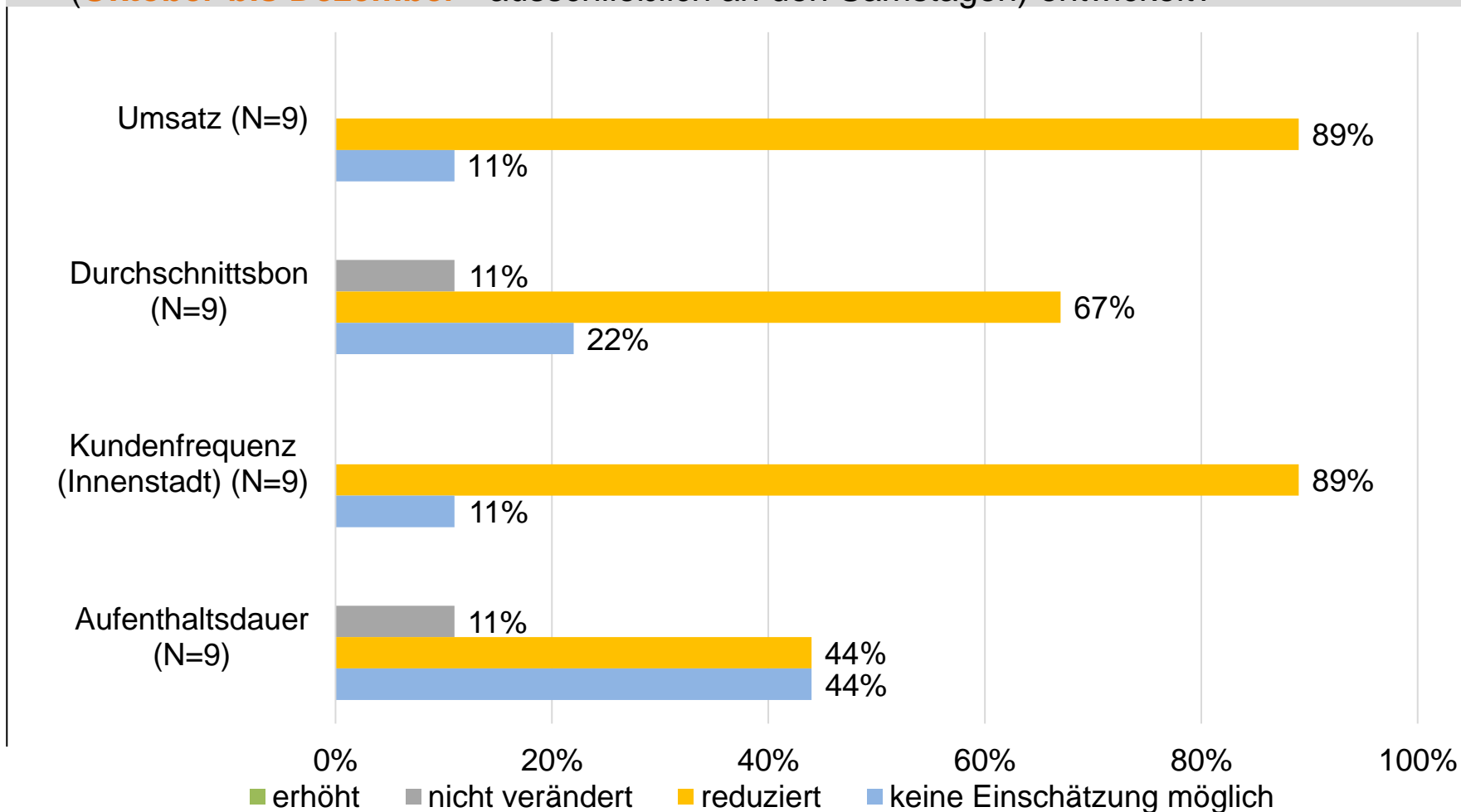
Frage: Wie haben sich nach Ihrer Einschätzung die folgenden Aspekte in der Testphase (Juli bis September - ausschließlich an den Samstagen) entwickelt?



3. Ergebnisse: Befragung Gewerbetreibende

D. Entwicklungen

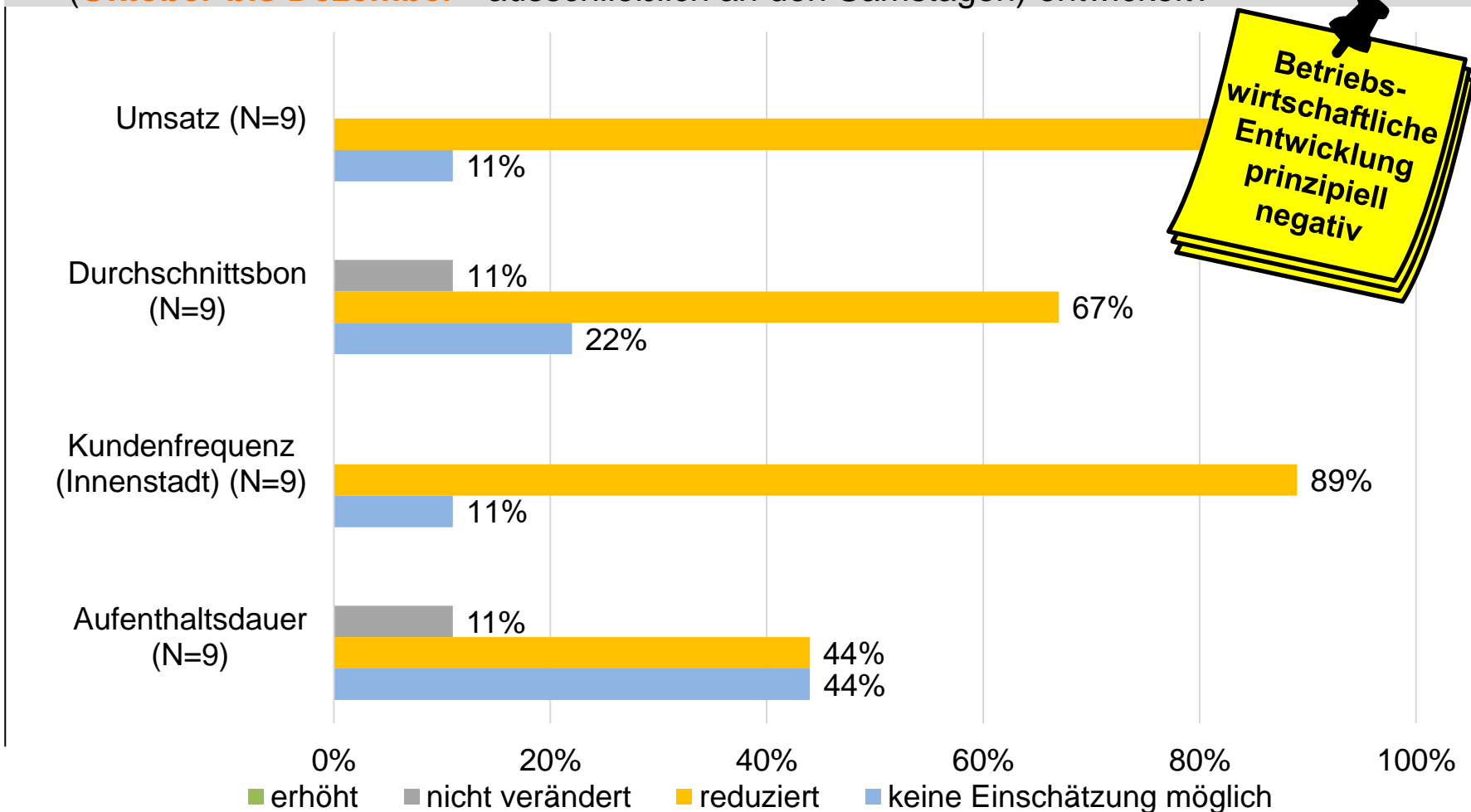
Frage: Wie haben sich nach Ihrer Einschätzung die folgenden Aspekte in der Testphase (**Oktober bis Dezember** - ausschließlich an den Samstagen) entwickelt?



3. Ergebnisse: Befragung Gewerbetreibende

D. Entwicklungen

Frage: Wie haben sich nach Ihrer Einschätzung die folgenden Aspekte in der Testphase (**Oktober bis Dezember** - ausschließlich an den Samstagen) entwickelt?



3. Ergebnisse: Befragung Gewerbetreibende





1. **Ankommen / Einführung**
[imakomm]
2. **Ergebnisse: Kundenbefragung**
[imakomm]
3. **Ergebnisse: Befragung Gewerbetreibende**
[imakomm]
4. **Zentrale Ergebnisse auf den Punkt gebracht, was wir als imakomm daraus ablesen**
[imakomm + Alle]
5. **Einschätzungen / Diskussion und Ihre Empfehlungen**
[Alle]

4. Zentrale Ergebnisse auf den Punkt gebracht – und was wir als imakomm daraus ablesen

Bürger*innen:



1. Insgesamt **1.562 Teilnehmende** – die Ergebnisse mögen vielleicht nicht immer gefallen, sie sind aber belastbar.
2. Der bisherige Innenstadtbesucher bleibt vergleichsweise **lang** in der Innenstadt und kommt relativ **häufig** ins Zentrum. Der **Pkw** ist wichtig.
3. **Die Verkehrsberuhigung wird eher positiv gesehen.** Das Zentrum ist dadurch gefühlt **sicherer** (*Ziel erreicht!*) und könnte **attraktiver/entspannter** sein. Aber: Es ist **zu leblos** (*Ziel nicht erreicht!*), Effekte sind nicht wirklich spürbar.
4. Die Verkehrsberuhigung sollte aus Kundensicht beibehalten werden – inwiefern scheint zweitrangig.
5. Effekte kundenseitig: **Positiv v.a. für 25- bis 40-Jährige** (Familien mit Kinder?), indifferent bei älteren, **jüngere Menschen kommen seltener**. Mit dem Pkw kommen die Kunden nun seltener, erheblich gesteigert wurde der Fahrrad- und Fuß-Anteil. Insgesamt bleiben die Menschen noch länger im Zentrum.
6. **Der Wochenmarkt ist ein „Zugpferd“.** Es bedarf aber einer Ausweitung des Angebotes.

4. Zentrale Ergebnisse auf den Punkt gebracht – und was wir als imakomm daraus ablesen



Gewerbetreibende in der Innenstadt:

1. Insgesamt 26 Datensätze – **nur Tendenzen ablesbar.**
2. Generell: Überdurchschnittlich **hohe Zufriedenheit mit dem jeweiligen Firmenstandort.**
3. **Die Verkehrsberuhigung wird negativ gesehen** – durch den Wegfall von Parkplätzen und durch eine sinkende Kundenfrequenz (Letztere ist mit bis zu 4 % weniger Innenstadtbesuchen auch nachweisbar, und für Gewerbetreibende sicherlich auch spürbar).
4. Die Verkehrsberuhigung sollte aus Sicht der Gewerbetreibenden nicht beibehalten werden. Vorgeschlagen werden andere Maßnahmen wie Einbahnstraßenregelung, usw.
5. Effekte auf die Betriebe: **Umsatz und Durchschnitts-Bon** sind laut Angaben **drastisch zurückgegangen**, weit stärker als im bundesweiten Vergleich (sowohl real als auch nominell).
6. „Stimmungsproblem“ – die Betriebe schätzen die Effekte auf das Kundenverhalten deutlich negativer ein als die Innenstadtbesuchenden selbst.

4. Zentrale Ergebnisse auf den Punkt gebracht – und was wir als imakomm daraus ablesen

Provokante Empfehlungen:



1. Vorerst keine Versuche mehr, sondern: Zunächst und ab jetzt (!) müssen weitere echte **Besuchsründe** in der Innenstadt entworfen, diskutiert und angegangen werden. Da ist die Kundenbefragung eindeutig.
Denn: „Niemand kommt zum Parken nach Laupheim.“
2. Sie brauchen eine echte **Innenstadtstrategie**. Das muss parallel und ab jetzt (!) gemeinsam erarbeitet werden. *„Theorie? Nein! Oder wollen Sie weiterhin nicht wissen, welche Zielgruppe wie anzusprechen ist und wie Sie diese für die Innenstadt begeistern können?“*
3. Die Innenstadt und damit auch das Gewerbe brauchen Planungssicherheit. Ein **politischer Entscheid „pro Innenstadt“** ist nötig. Das kostet Geld und Kreativität.
„Kein Geld!? Schauen Sie mal nach Plüderhausen.“
4. Schluss mit Gegeneinander. Definieren Sie jetzt (!) ein **Neues Miteinander**.
Elemente könnten sein:
 - Innenstadtbeirat mit Geld-Topf und Rechten und Pflichten. Interdisziplinär, Spielregeln.
 - Anreize für Gewerbetreibende zum Mitmachen. Anreiz-System. Aber das Gewerbe muss auch machen!



- 1. Ankommen / Einführung**
[imakomm]
- 2. Ergebnisse: Kundenbefragung**
[imakomm]
- 3. Ergebnisse: Befragung Gewerbetreibende**
[imakomm]
- 4. Zentrale Ergebnisse auf den Punkt gebracht, was wir als imakomm daraus ablesen**
[imakomm + Alle]
- 5. Einschätzungen / Diskussion und Ihre Empfehlungen**
[Alle]

5. Einschätzungen / Diskussion und Ihre Empfehlungen





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

Büro Aalen: Ulmer Str. 130 | 73431 Aalen
Büro Stuttgart: Löffelstr. 22-24 | 70597 Stuttgart
Postadresse: Ulmer Str. 130 | 73431 Aalen

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.