



## MITTEILUNGSVORLAGE

**VORL.NR. 411/16**

Federführung:  
Referat Nachhaltige Stadtentwicklung  
Eigenbetrieb Tourismus & Events Ludwigsburg

Sachbearbeitung:  
Frank Steinert  
Nadine Schuster

Datum:  
31.10.2016

Beratungsfolge	Sitzungsdatum	Sitzungsart
Ausschuss für Wirtschaft, Kultur und Verwaltung	13.12.2016	ÖFFENTLICH

Betreff: Imageanalyse für die Ludwigsburger Innenstadt - Kundenbefragung und touristische Besucherumfrage der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg (GMA) 2016  
Bezug SEK: Masterplan 3 Wirtschaft und Arbeit; Masterplan 5 - Lebendige Innenstadt

**Bezug:**  
**Anlagen:** Auswertung der Kundenbefragung 2016

### Mitteilung:

2016 führte die GMA im Auftrag der Stadtverwaltung bereits zum sechsten Mal eine Kundenbefragung zur Ludwigsburger Innenstadt durch. Es wurden Passantinnen und Passanten in der Ludwigsburger Innenstadt direkt als auch Personen in Umlandkommunen telefonisch befragt. Eine Befragung von Kundinnen und Kunden im BreuningerLand fand entgegen der vergangenen Befragungen nicht statt. Es konnte trotzdem ein breites Spektrum an Meinungen zur Einkaufssituation und der Aufenthaltsqualität in der Ludwigsburger Innenstadt eingeholt werden.

Die Kundenbefragung zeigt die veränderten Kundenbedürfnisse sowie die aktuellen Trends auf. Auf dieser Grundlage können in Vorbereitung oder in Umsetzung befindliche Maßnahmen bestärkt und neue kurz-, mittel- und langfristige Strategien zur weiteren Attraktivierung der Innenstadt abgeleitet werden. In Verbindung mit den bereits umgesetzten Verbesserungen führen weitere Maßnahmen zu einer Optimierung, Stabilisierung und Konkurrenzfähigkeit gegenüber dem Umland.

Seitens Tourismus & Events wurde dieses Jahr ebenfalls eine Besucherumfrage in zwei Intervallen (Mai/Juni und September/Oktober) durchgeführt. Die Umfrage gliederte sich in zwei Teile. Wofür steht Ludwigsburg? Welche Stärken hat die Stadt? Wie wird die Stadt wahrgenommen? Im Rahmen des Markenbildungsprozesses werden diese quantitativen Werte als analytische Basis verwendet, um daraus zielgruppenspezifische Maßnahmen entwickeln zu können.

Ein zweiter Schwerpunkt wurde auf das Besucherverhalten der Touristen der Stadt Ludwigsburg gelegt. Welche Besuchermotive herrschen vor? Finden sich die Besucher in unserer Stadt zurecht? Welche Attraktionen sind bekannt und werden auch besucht? Um eine hohe Besucherzufriedenheit der Gäste weiterhin zu gewährleisten und die Nachfrage zukünftig noch zielorientierter bedienen zu können, ist es erforderlich neue Trends zu kennen.

Imageanalyse für die Ludwigsburger Innenstadt - Kundenbefragung und touristische Besucherumfrage der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg (GMA) 2016

Komplementiert wurden die Ergebnisse durch eine zielgruppenspezifische Umfrage, die während des Veranstaltungszeitraums der Venezianischen Messe stattgefunden hat. Hieraus werden konkrete Handlungsempfehlungen für die qualitative Weiterentwicklung der Messe für das Jahr 2018 entwickelt.

**Unterschriften:**

**Frank Steinert**

**Nadine Schuster**

**Verteiler:**

FB 32, 61, 67, 68, LUIS e.V., ÖPNV, SWLB, TELB



LUDWIGSBURG

# NOTIZEN