



Imageanalyse für die Innenstadt der Stadt Ludwigsburg 2019



Im Auftrag von: Stadt Ludwigsburg
Projektleitung: Dr. Stefan Holl
Dipl. Geogr. Fabian Heumann
Datum: 16. Dezember 2019

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0
Telefax: 07141 / 9360-10
E-Mail: info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis

1. Untersuchungsdesign	4
1.1 Aufgabenstellung	4
1.2 Methodik	6
1.3 Inhalte des Fragebogens	9
2. Ergebnisse der Befragung	10
2.1 Soziodemographische Daten	10
2.2 Besuchshäufigkeit der Ludwigsburger Innenstadt	11
2.3 Besuchsmotive der Ludwigsburger Innenstadt	16
2.4 Bewertung der Innenstadt und Vergleich zu anderen Innenstädten	17
2.5 Nutzung und Bewertung von Veranstaltungen und Servicewünsche	21
2.6 Bewertung der Gastronomie und Angebotswünsche	25
2.7 Bewertung des Einzelhandels, Wettbewerb zum Breuninger Land und Angebotswünsche	30
2.8 Verkehrsmittelwahl, Bewertung der Verkehrssituation und Verbesserungsvorschläge	38
3. Zusammenfassung	51
Anhang: Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen	

1. Untersuchungsdesign

1.1 Aufgabenstellung

- Im März 2019 wurde die GMA von der Stadt Ludwigsburg beauftragt, die Imageanalyse für die Ludwigsburger Innenstadt fortzuschreiben. Im Rahmen einer Längsschnittstudie führt die GMA seit 2001 alle 3 Jahre eine Mehrthemenbefragung zu Situation und Bewertung der Innenstadt Ludwigsburg durch.
- Zunächst wurden im Jahr 2001 im Rahmen einer Umfrage Einschätzungen bezüglich der Umbaumaßnahmen sowie zur Einkaufssituation in der Kirchstraße - der Ludwigsburger 1a-Lage - aber auch im Breuninger Land, eruiert. Mit der Besucherbefragung aus dem Jahr 2004 wurde die Befragung inhaltlich erweitert und Veränderungen in den Verhaltensweisen, Beurteilungen und Wünschen der Besucher zu zahlreichen Einzelthemen wie Branchenmix, Erscheinungsbild von Stadt und Handel, Erreichbarkeit und Parken ermittelt. Ziel war es, aus den Befragungsergebnissen konkrete Handlungsempfehlungen für Stadt und Gewerbe abzuleiten. Im Rahmen eines innerstädtischen Masterplans unter dem Arbeitstitel „Offensive Innenstadt“, der u. a. auf den Datengrundlagen der Imageanalyse aus dem Jahr 2004 erstellt wurde, wurde im Rahmen der Projektumsetzungen im Jahr 2007 eine erneute Befragung in der Ludwigsburger Innenstadt durchgeführt. Im Jahr 2010 war einer der Befragungsschwerpunkte die Erfassung eines Stimmungsbildes hinsichtlich des 2007 eröffneten Shoppingcenters Wilhelm Galerie. Im Jahr 2013 waren die Entwicklungen des Marstall-Centers (MARSTALL) ein wesentliches Thema im Rahmen der Innenstadtentwicklung. Nachdem im Jahr 2016 keine Befragung im Breuninger Land durchgeführt werden konnte, hat in diesem Jahr die Befragung wieder in allen Untersuchungsräumen, d. h. Innenstadt, Breuninger Land und Umland statt gefunden. In diesem Jahr stehen dabei Themen wie Services und Veranstaltungen stärker im Fokus.

1. Untersuchungsdesign

1.1 Aufgabenstellung

- Um veränderte Einstellungen und Meinungen zur Situation der Ludwigsburger Innenstadt zu ermitteln und ein Controlling bezüglich verschiedener bereits umgesetzter Maßnahmen zu erhalten, wurden im Mai und Juni (KW 21-23) erneut Besucher in der Ludwigsburger Innenstadt und im Breuninger Land sowie Haushalte telefonisch im Umland befragt. Die Ergebnisse liefern Grundlagendaten für das Monitoring im Rahmen des Masterplans „Lebendige Innenstadt“.
- Im Sinne einer Längsschnittstudie werden die Ergebnisse mit den vorangehenden Umfrageergebnissen abgeglichen, um mögliche Wahrnehmungsänderungen aus Besuchersicht darzustellen und darauf entsprechend zu reagieren.¹

¹ Zwecks Vergleichbarkeit zwischen den Erhebungsjahren sind bei Zeitvergleichen fehlende Angaben und „weiß nicht-Angaben“ herausgerechnet.

1. Untersuchungsdesign

1.2 Methodik

Analog zu den Imageanalysen aus den vorangehenden Jahren wurden unterschiedliche Befragungsformen zur Durchführung der Interviews gewählt:

- Face-to-Face-Befragung (CAPI) in der Ludwigsburger Innenstadt (n = 597 Befragungen; s. Karte)

Stichprobenauswahl mittels systematischer Zufallsauswahl

- Face-to-Face-Befragung (CAPI) im Breuninger Land Ludwigsburg (n = 372 Befragungen)

Stichprobenauswahl mittels systematischer Zufallsauswahl

- Telefonische Befragung (CATI) in den Städten und Gemeinden des Landkreises Ludwigsburg (n = 502 Befragungen)

Quotenauswahl anhand Alter und Geschlecht; befragt wurde bevölkerungsproportional in folgenden Orten:

Besigheim	Oberstenfeld
Bietigheim	Sachsenheim
Bönningheim	Schwieberdingen
Freiberg am Neckar	Sersheim
Freudental	Steinheim an der
Großbottwar	Murr
Kirchheim	Vaihingen (Enz)
Kornwestheim	Walheim
Löchgau	
Mundelsheim	

1. Untersuchungsdesign

1.2 Methodik

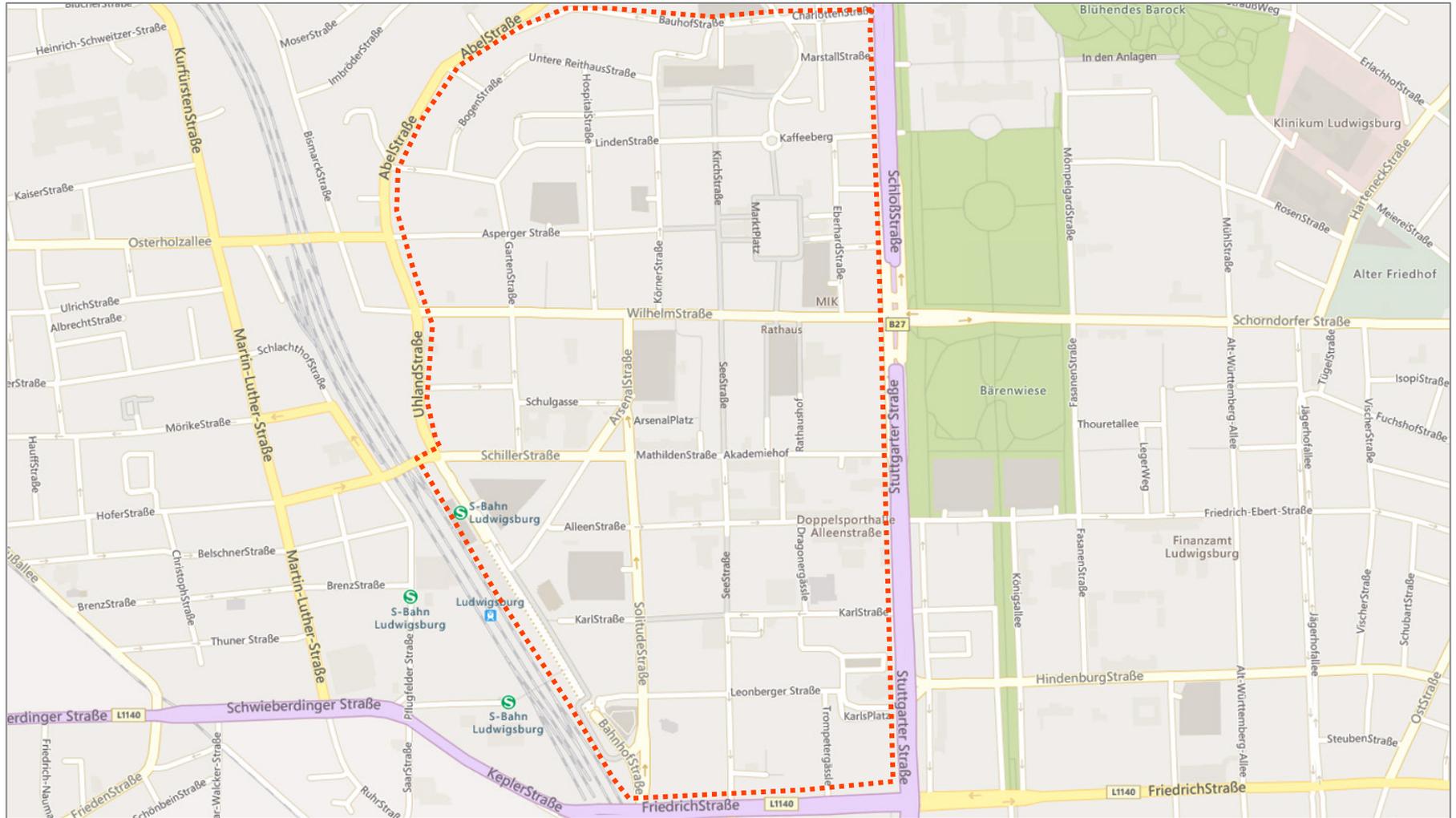
- /// Die Befragungen fanden im Mai und Juni 2019 außerhalb der Schulferien statt.
- /// Die Erarbeitung der Befragungsinhalte erfolgte in enger Abstimmung mit dem Referat Nachhaltige Stadtentwicklung der Stadt Ludwigsburg.
- /// Aufgrund der unterschiedlichen Untersuchungsräume wurden zwei leicht abgewandelte Fragebögen für die Innenstadt und das Umland sowie das Breuninger Land entwickelt, die sich zwecks Vergleichbarkeit an Vorgängeruntersuchungen orientieren.
- /// Die Auswertung der Umfrageergebnisse erfolgte differenziert nach Befragtenwohnort und Befragungsraum. Eine detaillierte tabellarische Auswertung kann der Tabellendokumentation entnommen werden.

Hinweis:

Für den Vergleich der Ergebnisse zwischen 2019 und 2016 sind folgende Unterschiede in der Methodik bzw. dem Untersuchungsdesign zu berücksichtigen:

- /// Die Befragungsorte der Umlandgemeinden haben sich 2019 gegenüber 2016 geändert, sodass bspw. Unterschiede bei Besuchsintensität oder Einkaufsorientierung bestehen können.
- /// Im Jahr 2016 konnte keine Befragung im Breuninger Land erfolgen. Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass die Gesamtstichprobe von 2016 einen geringeren Anteil an Befragten aufweist, die nur das Breuninger Land aufsuchen. Dies kann insbesondere bei Fragen zur Bewertung der Innenstadt und des Breuninger Land bei den Ergebnissen von 2016 möglicherweise zu einer positiveren Bewertung der Innenstadt Ludwigsburg geführt haben.

Abgrenzung der Ludwigsburger Innenstadt



1. Untersuchungsdesign

1.3 Inhalte des Fragebogens

Innenstadt

- Besuchshäufigkeit
- Besuchsmotive
- Bewertung der Innenstadt
- Vergleich mit anderen Innenstädten

Services / Veranstaltungen

- Kenntnis und Nutzung von Veranstaltungen
- Bewertung der Veranstaltungen
- Servicewünsche

Gastronomie

- Bewertung der Gastronomie
- Angebotswünsche

Einzelhandel

- Bewertung des innerstädtischen Einzelhandels
- Vergleich mit Breuninger Land
- Einkaufsverhalten
- Angebotswünsche

Verkehr

- Verkehrsmittelwahl
- Bewertung der Infrastruktur für Verkehrsteilnehmer
- Verbesserungsvorschläge

2. Ergebnisse der Befragung

2.1 Soziodemographische Daten

	Innenstadtbefragung	Benchmark*	Breuninger Land-Befragung
Geschlecht	männlich 45 % weiblich 55 %	männlich 44 % weiblich 56 %	männlich 42 % weiblich 58 %
Altersgruppe	bis 18 Jahre 8 % 19 bis 35 Jahre 29 % 36 bis 45 Jahre 19 % 46 bis 65 Jahre 28 % über 65 Jahre 16 %		bis 18 Jahre 8 % 19 bis 35 Jahre 27 % 36 bis 45 Jahre 12 % 46 bis 65 Jahre 33 % über 65 Jahre 21 %
Haushaltsgröße	1 Person 22 % 2 Personen 38 % 3 Personen 21 % 4 Personen 20 %		1 Person 17 % 2 Personen 43 % 3 Personen 17 % 4 Personen 24 %
Wohnort	Stadt LB 41 % LK LB 43 % Andere Orte 16 %	Stadt 58 % außerhalb 42%	Stadt LB 10 % LK LB 59 % Andere Orte 31 %

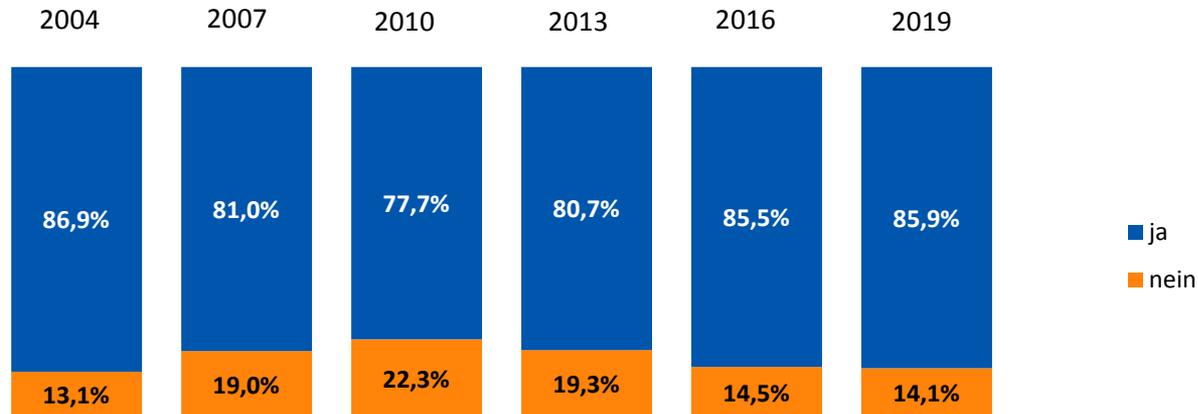
 **Die Innenstadt Ludwigsburg weist im Vergleich zu anderen Innenstädten der gleichen Größenklasse ein größeres Einzugsgebiet auf (höherer Anteil von Besuchern, die von außerhalb der Stadt kommen).**

*Benchmark: Vitale Innenstädte 2018 (IfH Institut für Handelsforschung); Befragungen in 116 Innenstädten; Vergleich mit Städten zwischen 50.000 und 100.000 Einwohnern

2. Ergebnisse der Befragung

2.2 Besuchshäufigkeit der Ludwigsburger Innenstadt

Frage: Sind Sie gelegentlich in der Ludwigsburger Innenstadt? **Wohnort: Landkreis Ludwigsburg**



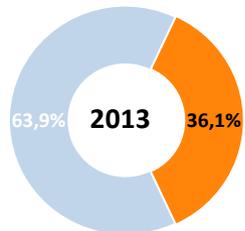
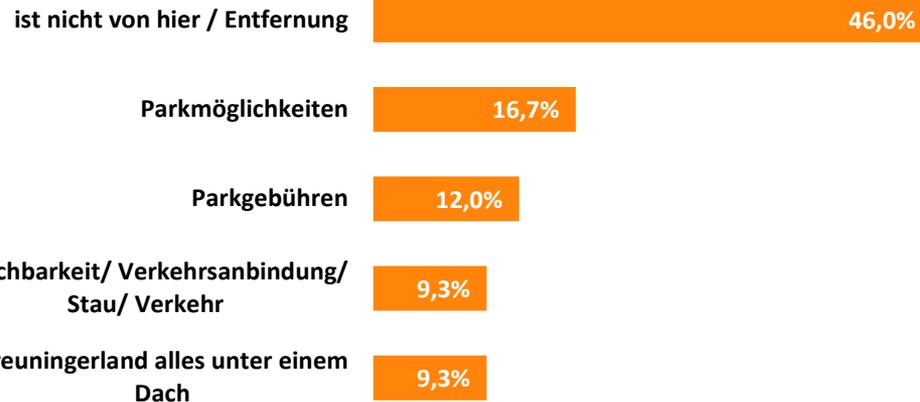
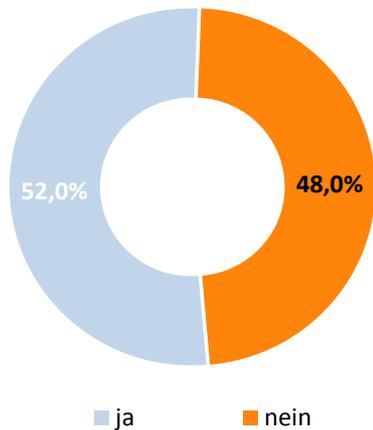
➔ **Der Anteil der Landkreis-Bewohner, die die Innenstadt nicht besuchen, ist mit ca. 14 % auf einem stabilen, niedrigen Niveau.**

2. Ergebnisse der Befragung

2.2 Besuchshäufigkeit der Ludwigsburger Innenstadt

Frage: Sind Sie gelegentlich in der Ludwigsburger Innenstadt? NEIN, weil... **Besucher Breuninger Land**

Nicht-Besucher Innenstadt von Breuninger Land



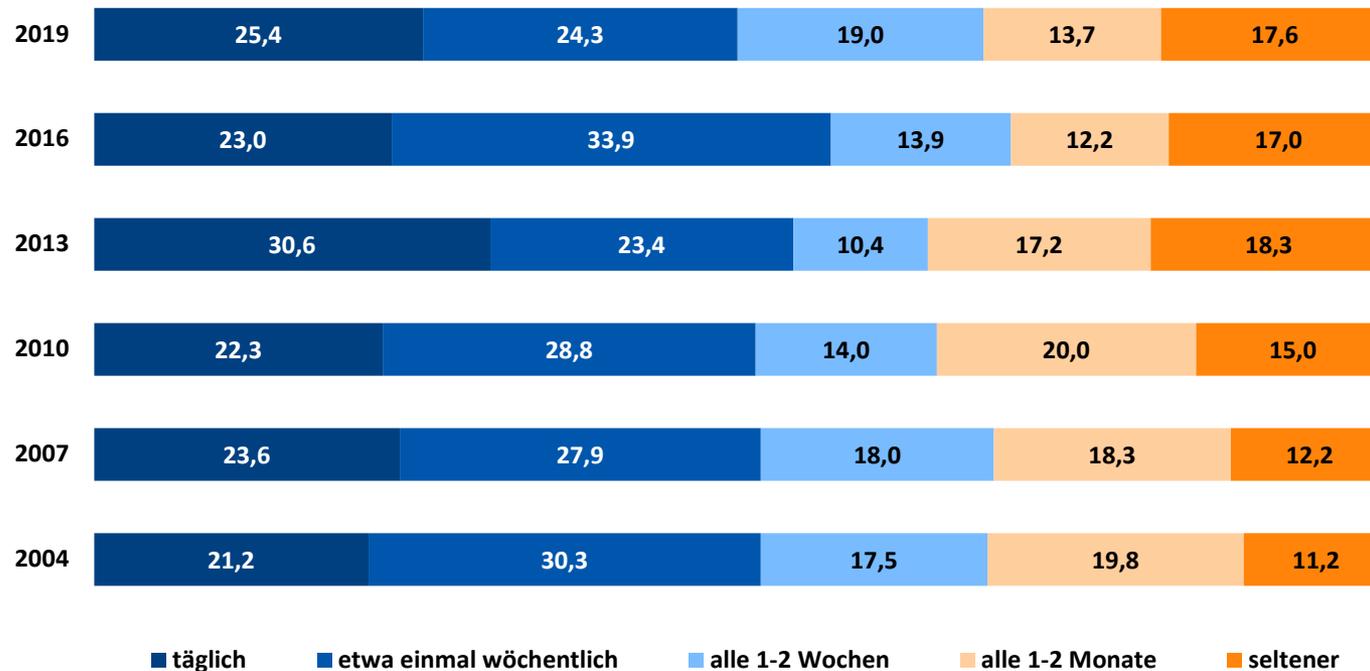
Nicht-Besuchsgründe 2013	%
1. Entfernung	59,4
2. Parkmöglichkeiten	11,3

➔ **Knapp die Hälfte der Besucher des Breuninger Land besuchen die Innenstadt Ludwigsburg nicht, v. a. weil sie nicht aus der Region kommen bzw. die Entfernung zu hoch ist.**

2. Ergebnisse der Befragung

2.2 Besuchshäufigkeit der Ludwigsburger Innenstadt

Frage: Wie häufig sind Sie in der Ludwigsburger Innenstadt?



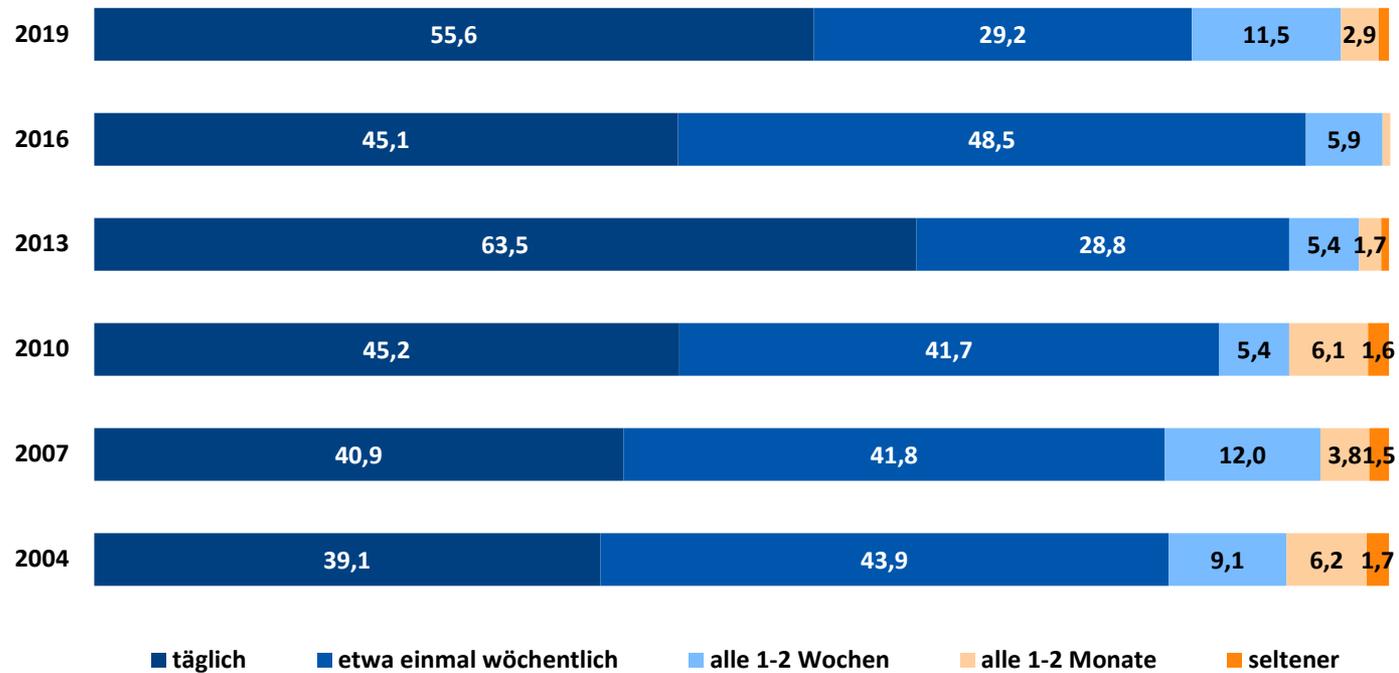
➔ Der Anteil der regelmäßigen Besucher, die die Innenstadt min. einmal wöchentlich aufsuchen, ist leicht rückläufig. Allerdings ist der Anteil der täglichen Besucher leicht gestiegen.

2. Ergebnisse der Befragung

2.2 Besuchshäufigkeit der Ludwigsburger Innenstadt

Frage: Wie häufig sind Sie in der Ludwigsburger Innenstadt?

Wohnort: Stadt Ludwigsburg



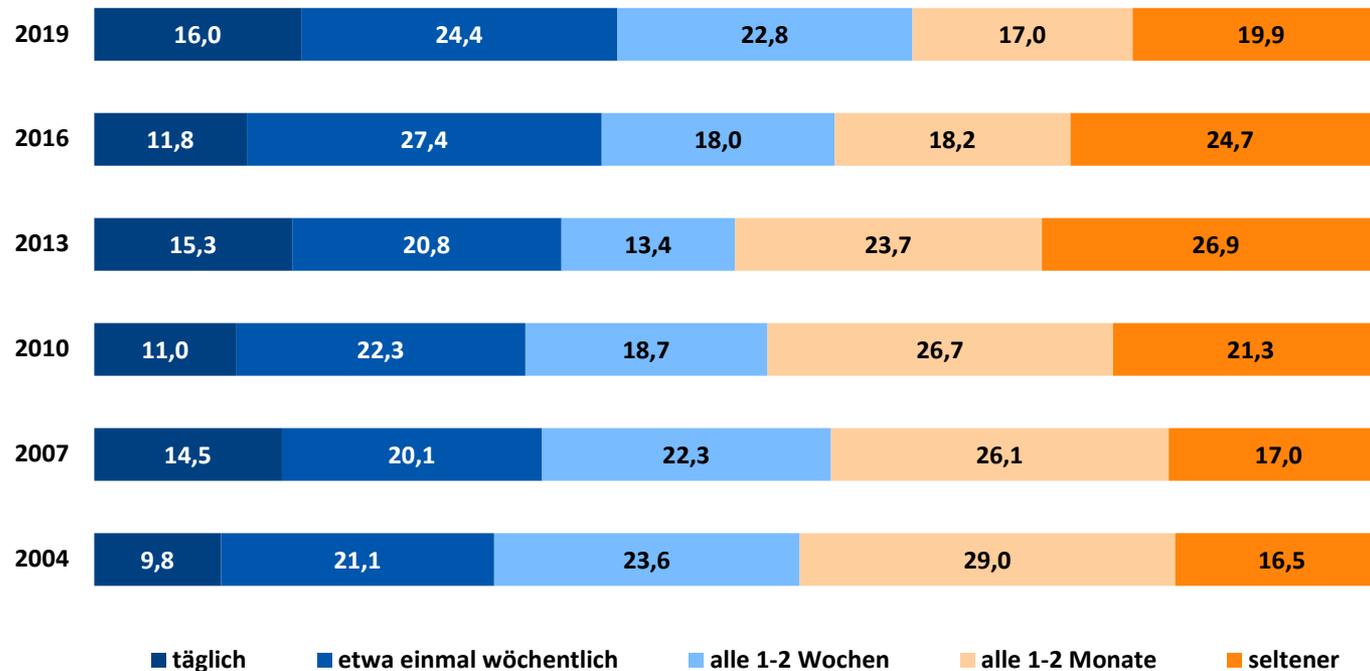
Dies liegt in einer geringeren Besuchshäufigkeit der Wohnbevölkerung begründet ...

2. Ergebnisse der Befragung

2.2 Besuchshäufigkeit der Ludwigsburger Innenstadt

Frage: Wie häufig sind Sie in der Ludwigsburger Innenstadt?

Wohnort: Landkreis Ludwigsburg

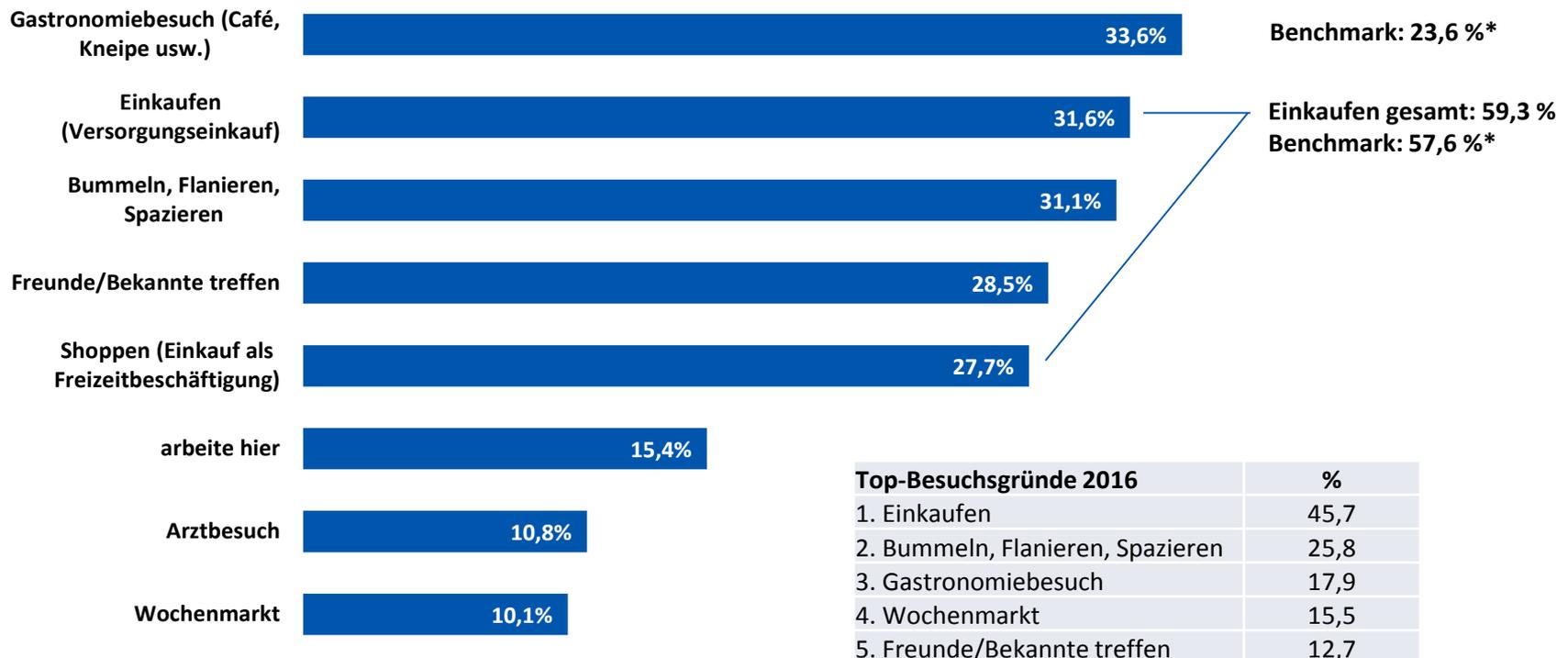


... während die Besuchshäufigkeit der Landkreis-Bevölkerung stabil ist und sogar leicht zugenommen hat.

2. Ergebnisse der Befragung

2.3 Besuchsmotive der Ludwigsburger Innenstadt

Frage: Was sind die Hauptgründe für den heutigen Besuch der Ludwigsburger Innenstadt? (Innenstadtbefragung) / Was sind die Hauptgründe für einen Besuch der Ludwigsburger Innenstadt? (Umlandbefragung)

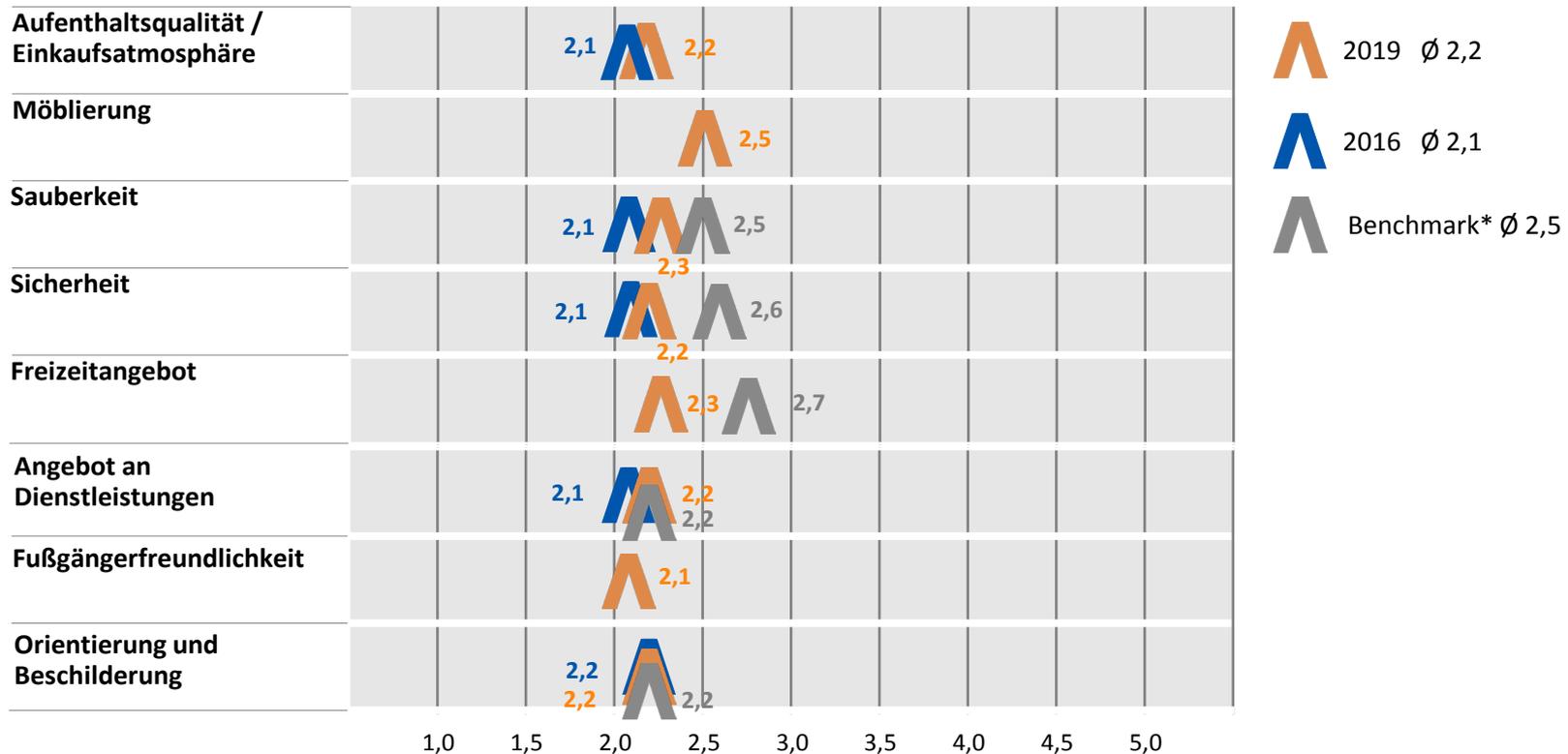


➔ Einen deutlichen Bedeutungsgewinn bei den Besuchsgründen hat der Gastronomiebesuch zu verzeichnen. Damit dürfte auch der deutlich höhere Anteil der Nennung „Freunde/Bekannte treffen“ korrelieren. Der Gastronomiebesuch wird auch im Vergleich zu anderen Vergleichs-Innenstädten überdurchschnittlich oft angeführt, während die Einkaufsfunktion im Durchschnitt der Vergleichs-Innenstädte liegt.

2. Ergebnisse der Befragung

2.4 Bewertung der Innenstadt und Vergleich zu anderen Innenstädten

Frage: Welche Schulnote geben Sie der Ludwigsburger Innenstadt für folgende Punkte?



➔ Die Ludwigsburger Innenstadt wird ähnlich gut wie schon 2016 bewertet und deutlich besser als andere Innenstädte der gleichen Größenklasse.

2. Ergebnisse der Befragung

2.4 Bewertung der Innenstadt und Vergleich zu anderen Innenstädten

Frage: Welche Schulnote geben Sie der Ludwigsburger Innenstadt für folgende Punkte?

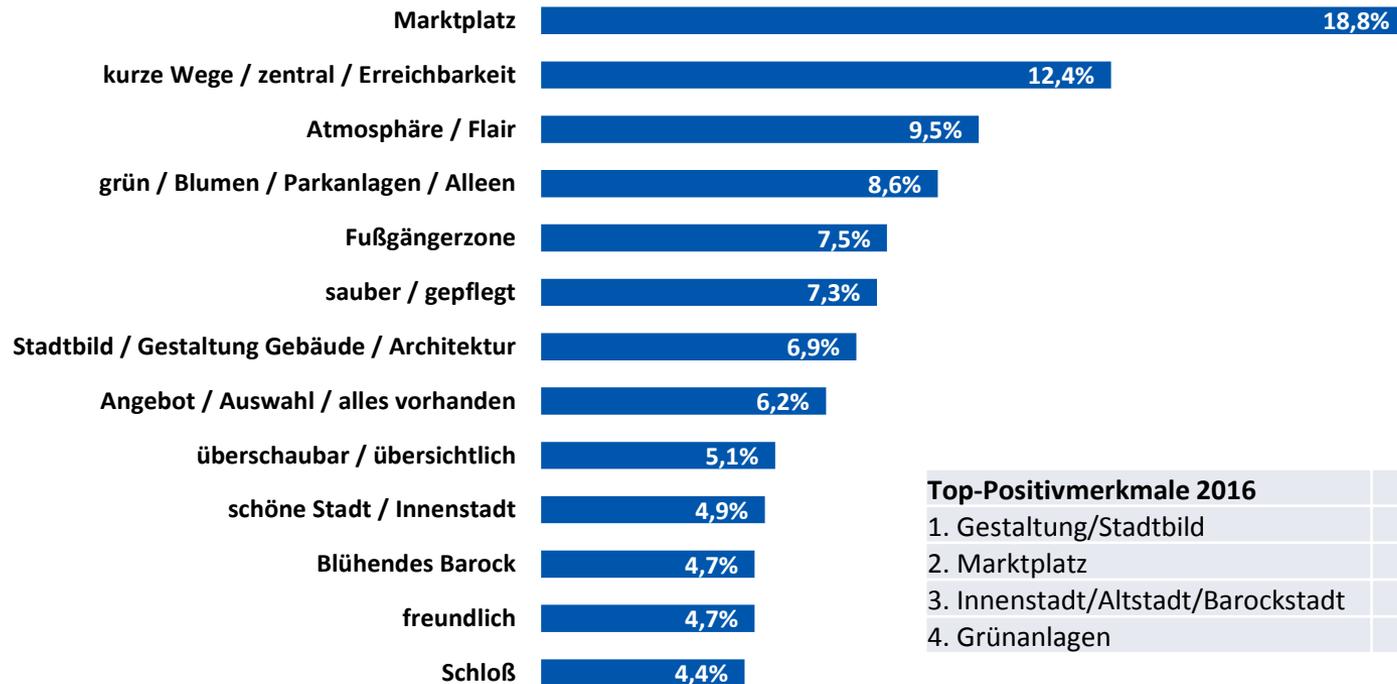
Kriterium	Gesamt	Stadt LB	LK LB
Fußgängerfreundlichkeit	2,1	2,2	2,1
Aufenthaltsqualität	2,2	2,1	2,2
Orientierung / Beschilderung	2,2	2,1	2,2
Dienstleistungsangebot	2,2	2,2	2,2
Sicherheit in der Innenstadt	2,2	2,2	2,3
Sauberkeit in der Innenstadt	2,3	2,2	2,3
Freizeitangebot	2,3	2,3	2,3
Möblierung	2,5	2,5	2,5
Gesamt \emptyset	2,2	2,2	2,3

 Am besten wird das Kriterium Fußgängerfreundlichkeit bewertet, etwas kritischer die Möblierung des öffentlichen Raums (z. B. Sitzgelegenheiten). Die Landkreis-Bewohner bewerten die Innenstadt insgesamt geringfügig kritischer.

2. Ergebnisse der Befragung

2.4 Bewertung der Innenstadt und Vergleich zu anderen Innenstädten

Frage: Wenn Sie die Ludwigsburger Innenstadt mit anderen Innenstädten oder Einkaufszentren vergleichen, was fällt Ihnen besonders positiv auf?



Top-Positivmerkmale 2016	%
1. Gestaltung/Stadtbild	16,1
2. Marktplatz	14,9
3. Innenstadt/Altstadt/Barockstadt	12,6
4. Grünanlagen	10,9

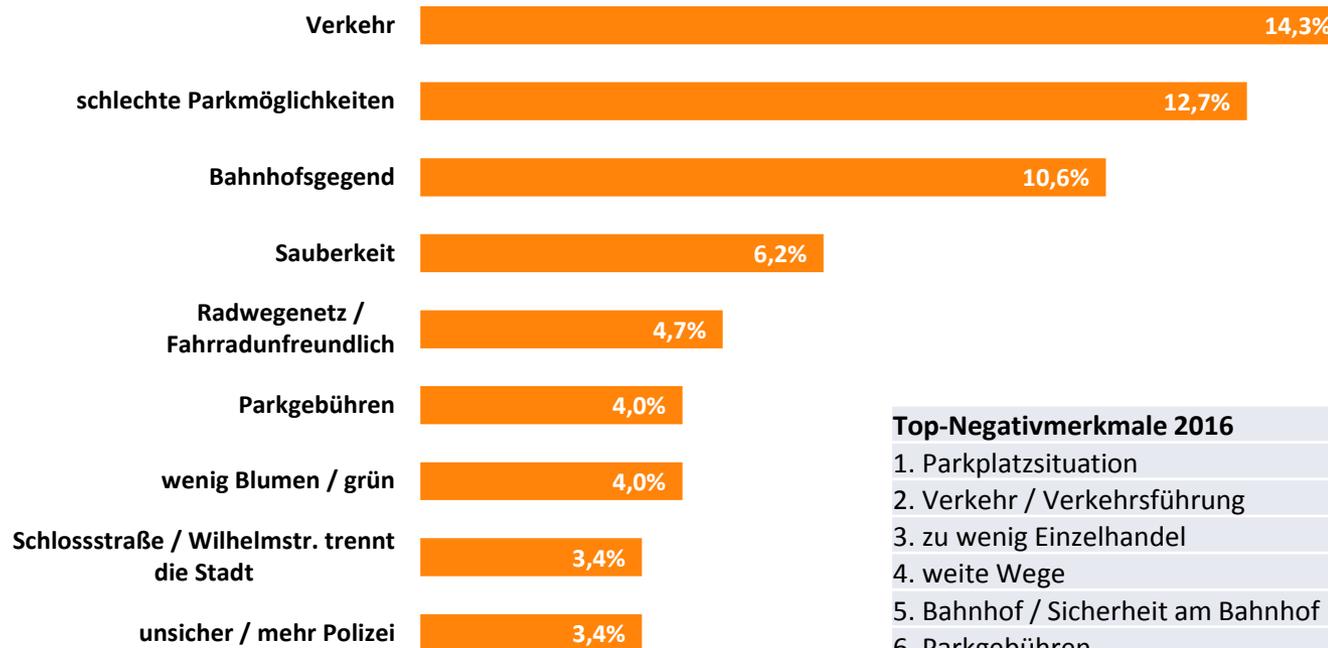


Wie auch in den Vorgängerbefragungen wird insbesondere die städtebauliche Qualität der Innenstadt positiv hervorgehoben.

2. Ergebnisse der Befragung

2.4 Bewertung der Innenstadt und Vergleich zu anderen Innenstädten

Frage: Wenn Sie die Ludwigsburger Innenstadt mit anderen Innenstädten oder Einkaufszentren vergleichen, was fällt Ihnen besonders negativ auf?



Top-Negativmerkmale 2016	%
1. Parkplatzsituation	24,0
2. Verkehr / Verkehrsführung	15,6
3. zu wenig Einzelhandel	9,1
4. weite Wege	8,1
5. Bahnhof / Sicherheit am Bahnhof	7,8
6. Parkgebühren	7,5

➔ Wie auch 2016 werden die verkehrliche Situation und die Parkmöglichkeiten kritisch gesehen. Die Bahnhofsgegend fällt jedem 10. Befragten negativ auf.

2. Ergebnisse der Befragung

2.5 Nutzung und Bewertung von Veranstaltungen und Servicewünsche

Frage: Welche Veranstaltungen in Ludwigsburg kennen und nutzen Sie? (Antwortkategorien wurden nicht vorgegeben)



Wohnort Ludwigsburg	%	Wohnort LK LB	%
Weihnachtsmarkt	55,8%	Blühendes Barock	54,4%
Blühendes Barock	52,2%	Weihnachtsmarkt	52,4%
Schlossfestspiele	32,3%	Schlossfestspiele	24,2%
Ludwigsburger Pferdemarkt	30,1%	Ludwigsburger Weinlaube	17,1%
Ludwigsburger Weinlaube	29,2%	Marktplatzfest	15,5%
Marktplatzfest	27,9%	Ludwigsburger Pferdemarkt	14,7%
Ludwigsburger Antikmeile	25,2%	Kürbisausstellung	13,3%

➔ Die bekanntesten Veranstaltungen in Ludwigsburg sind das Blühende Barock und der Weihnachtsmarkt. Diese Events können als Marke von Ludwigsburg betrachtet werden.

2. Ergebnisse der Befragung

2.5 Nutzung und Bewertung von Veranstaltungen und Servicewünsche

Frage: Wie bewerten Sie diese nach Schulnoten?

Veranstaltung	Gesamt	Stadt LB	LK LB
Blühendes Barock	1,6	1,6	1,6
Internationales Straßenmusikfestival	1,6	1,6	1,7
Schlossfestspiele	1,7	1,7	1,7
Kürbisausstellung	1,7	1,7	1,8
Venezianische Messe	1,8	1,7	1,8
Weihnachtsmarkt	1,8	1,7	1,9
Marktplatzfest	1,8	1,7	1,9
Klassik Open Air	1,8	1,8	1,7
Sommernachts-Open-Air-Kino	1,9	1,8	1,9
Ludwigsburger Weinlaube	1,9	1,9	1,9
Ludwigsburger Pferdemarkt	1,9	1,9	2,0
Ludwigsburger BrauTage	2,0	2,0	2,0
Ludwigsburger Antikmeile	2,1	1,9	2,1
Ludwigsburger Citylauf	2,1	2,3	2,0
Märzklopfen (Verkaufsoffener Sonntag)	2,2	2,3	2,3
RETRO Classics	2,3	2,6	2,1
Gesamt Ø	1,9	1,9	1,9

→ Die Veranstaltungen werden durchweg als sehr gut bis gut bewertet. Besonders positiv schneiden das Blühende Barock und das Internationale Straßenmusikfestival ab. Lediglich die RETRO Classics werden von den Ludwigsburgern etwas kritischer bewertet.

2. Ergebnisse der Befragung

2.5 Nutzung und Bewertung von Veranstaltungen und Servicewünsche

Frage: Welche Angebote oder Serviceleistungen würden für Sie die Ludwigsburger Innenstadt noch attraktiver machen?

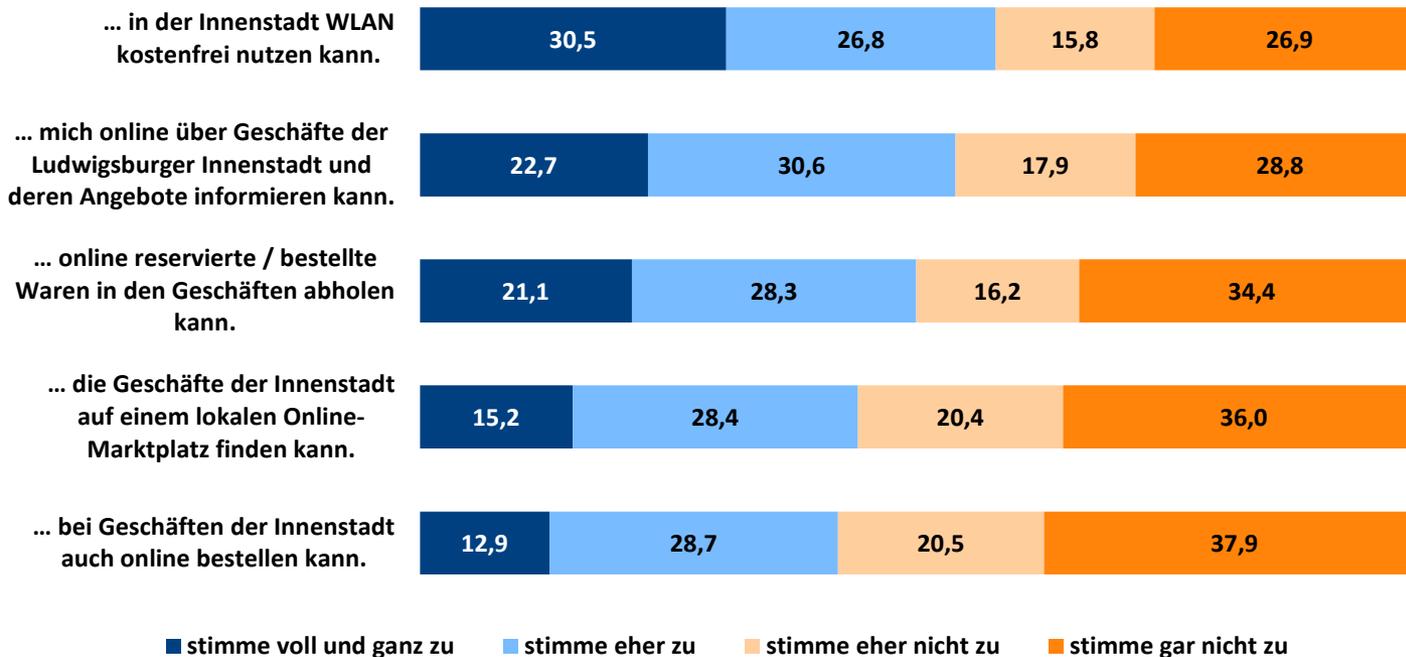


➔ Die Angebotswünsche der Innenstadtbesucher sind insgesamt vielfältig. Die Erreichbarkeit der Innenstadt mittels guter Parkmöglichkeiten und einer guten ÖPNV-Anbindung werden am häufigsten angeführt.

2. Ergebnisse der Befragung

2.5 Nutzung und Bewertung von Veranstaltungen und Servicewünsche

Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen: Für mich ist wichtig, dass ich...

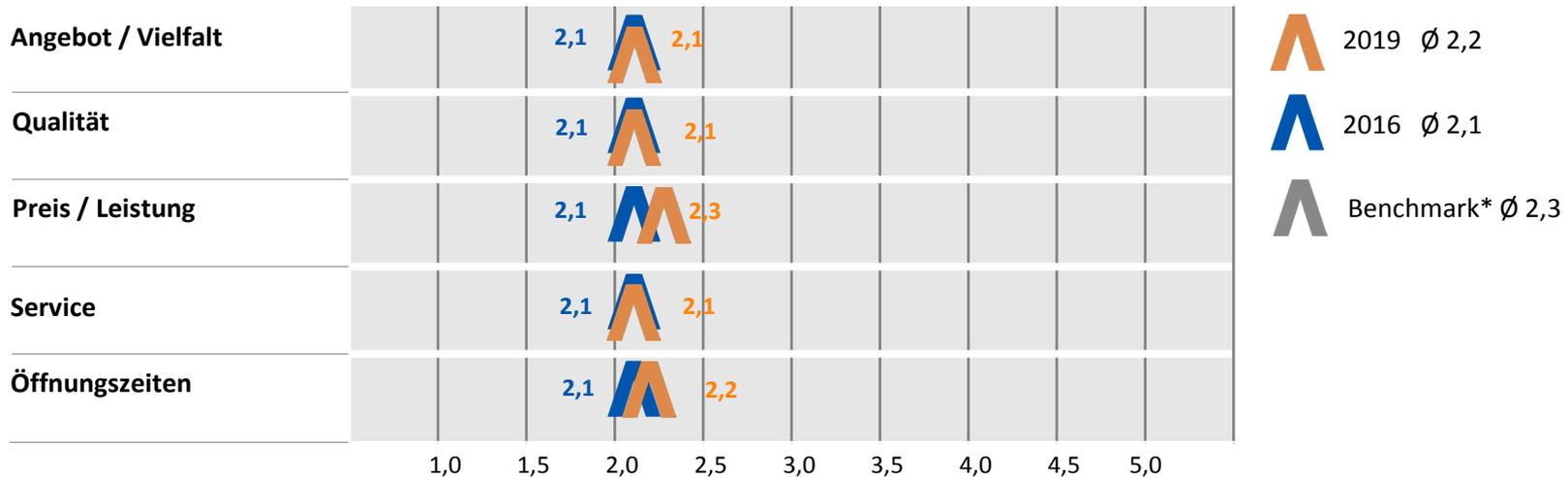


➔ Ein kostenfreies WLAN in der Innenstadt und online verfügbare Informationen zu Angeboten von Innenstadtgeschäften werden von einer Befragtenmehrheit als wichtig empfunden.

2. Ergebnisse der Befragung

2.6 Bewertung der Gastronomie und Angebotswünsche

Frage: Welche Schulnote geben Sie der Gastronomie in der Ludwigsburger Innenstadt für folgende Punkte?



➔ Die Gastronomie der Ludwigsburger Innenstadt wird ähnlich gut wie schon 2016 bewertet und besser als in anderen Innenstädten der gleichen Größenklasse.

2. Ergebnisse der Befragung

2.6 Bewertung der Gastronomie und Angebotswünsche

Frage: Welche Schulnote geben Sie der Gastronomie in der Ludwigsburger Innenstadt für folgende Punkte?

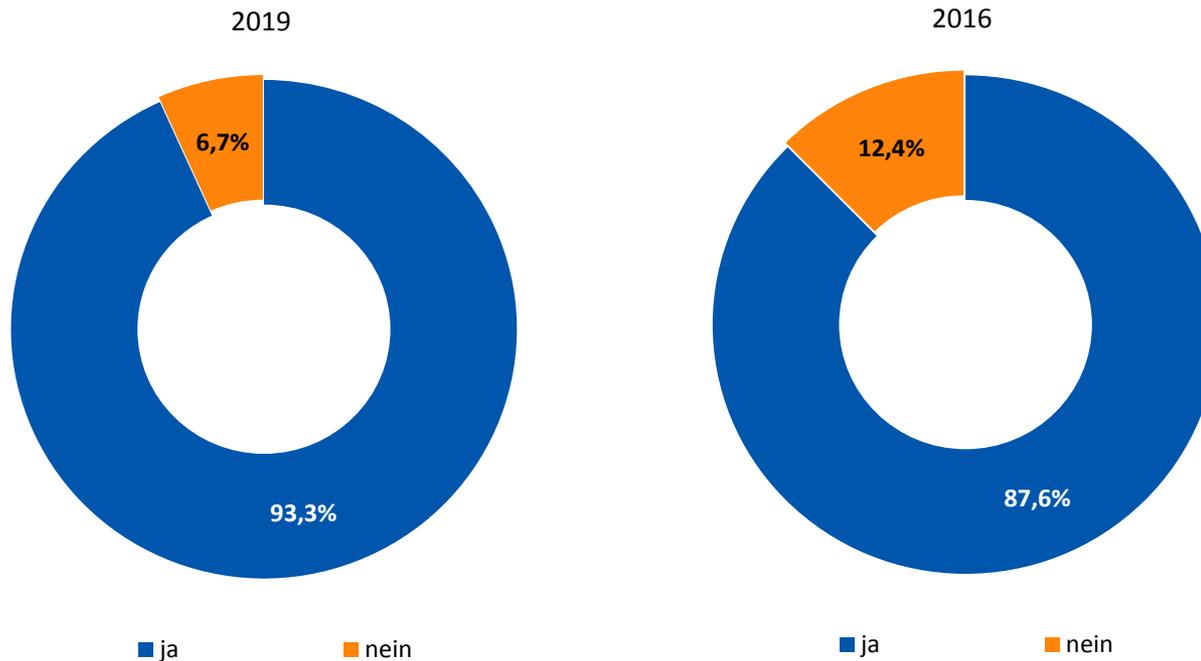
Kriterium	Gesamt	Stadt LB	LK LB
Angebot / Vielfalt	2,1	2,1	2,1
Qualität	2,1	2,2	2,1
Service	2,1	2,2	2,1
Öffnungszeiten	2,2	2,2	2,2
Preis / Leistung	2,3	2,4	2,3
Gesamt \emptyset	2,2	2,2	2,1

 Am besten wird das Angebot und die Vielfalt bewertet, etwas kritischer das Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Besucher aus dem Landkreis Ludwigsburg bewerten die Gastronomie geringfügig besser.

2. Ergebnisse der Befragung

2.6 Bewertung der Gastronomie und Angebotswünsche

Frage: Sind Sie mit dem vorhandenen gastronomischen Angebot in der Ludwigsburger Innenstadt zufrieden?

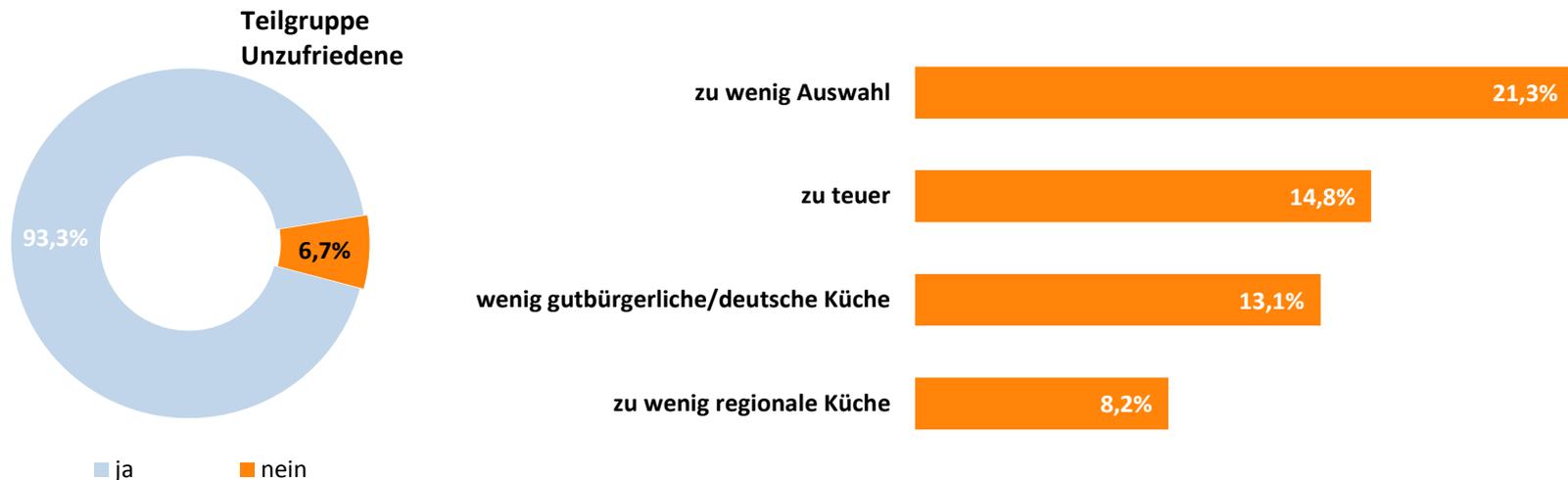


Die Zufriedenheit mit dem gastronomischen Angebot in der Innenstadt hat gegenüber 2016 zugenommen.

2. Ergebnisse der Befragung

2.6 Bewertung der Gastronomie und Angebotswünsche

Frage: Sind Sie mit dem vorhandenen gastronomischen Angebot in der Ludwigsburger Innenstadt zufrieden? NEIN, weil...



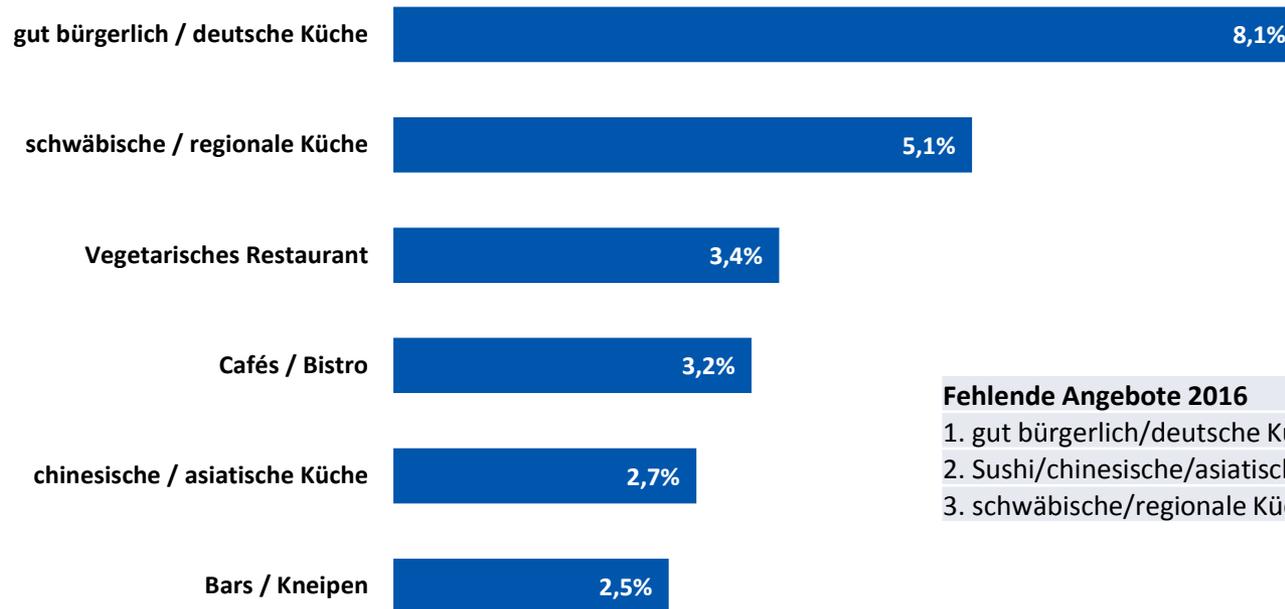
Top-Nennungen 2016	%
1. zu wenig Auswahl	34,5
2. zu teuer	14,3
3. Internationales fehlt	9,5
4. zu viel Döner / Fast Food	8,3

➔ Jene Befragte, die unzufrieden mit der innerstädtischen Gastronomie sind, bemängeln v. a. eine zu geringe Auswahl. Es wird jedoch deutlich, dass der Anteil dieser Nennung deutlich geringer als noch 2016 ausfällt.

2. Ergebnisse der Befragung

2.6 Bewertung der Gastronomie und Angebotswünsche

Frage: Welche gastronomischen Angebote fehlen Ihnen in der Ludwigsburger Innenstadt?



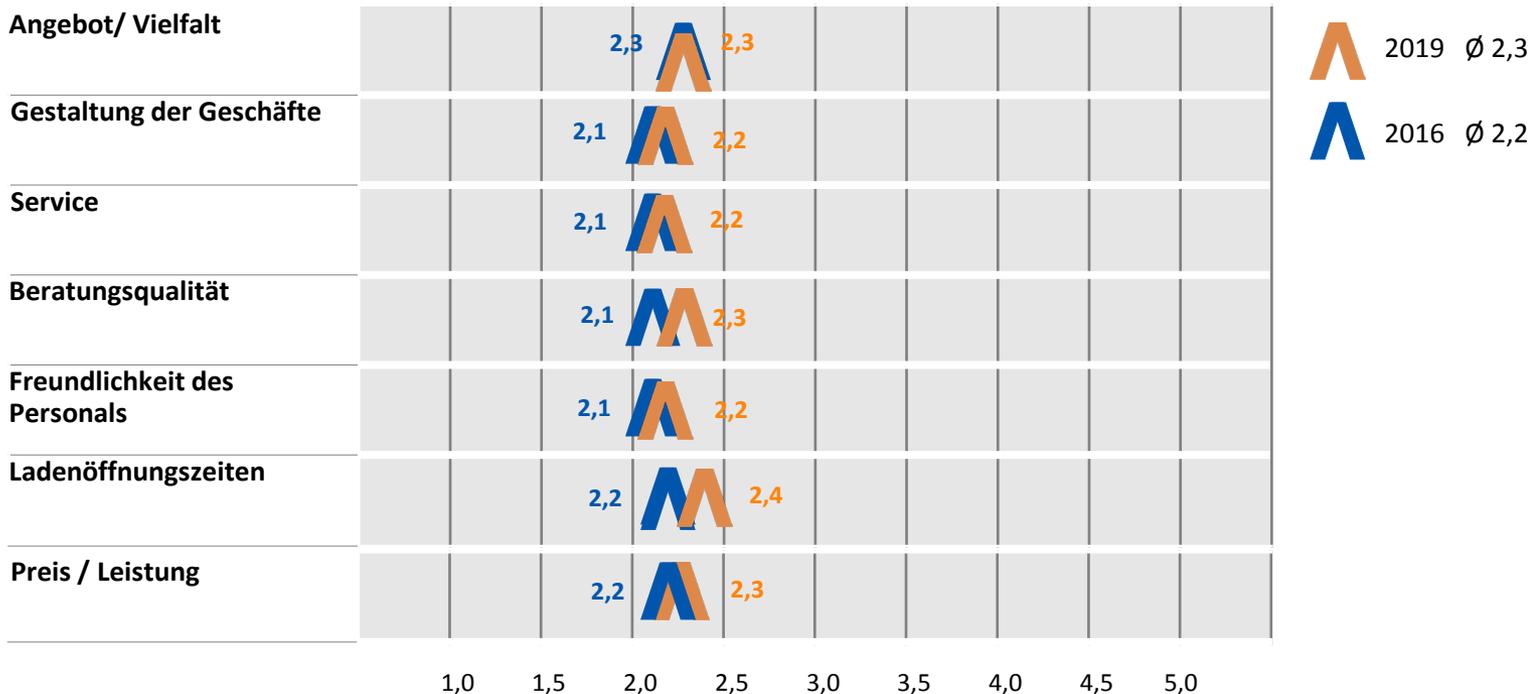
Fehlende Angebote 2016	%
1. gut bürgerlich/deutsche Küche	12,1
2. Sushi/chinesische/asiatische Küche	10,4
3. schwäbische/regionale Küche	8,2

➔ Als fehlende Angebote erreicht keine Nennung einen höheren Befragtenanteil. Am häufigsten wird noch wie schon 2016 ein zu geringes Angebot gut bürgerlicher und deutscher Küche gesehen.

2. Ergebnisse der Befragung

2.7 Bewertung des Einzelhandels, Wettbewerb zum Breuninger Land und Angebotswünsche

Frage: Welche Schulnote geben Sie dem innerstädtischen Einzelhandel für folgende Punkte?



Der innerstädtische Einzelhandel wird ähnlich gut wie schon 2016 bewertet. Etwas kritischer werden 2019 die Ladenöffnungszeiten bewertet.

2. Ergebnisse der Befragung

2.7 Bewertung des Einzelhandels, Wettbewerb zum Breuninger Land und Angebotswünsche

Frage: Welche Schulnote geben Sie dem innerstädtischen Einzelhandel für folgende Punkte?

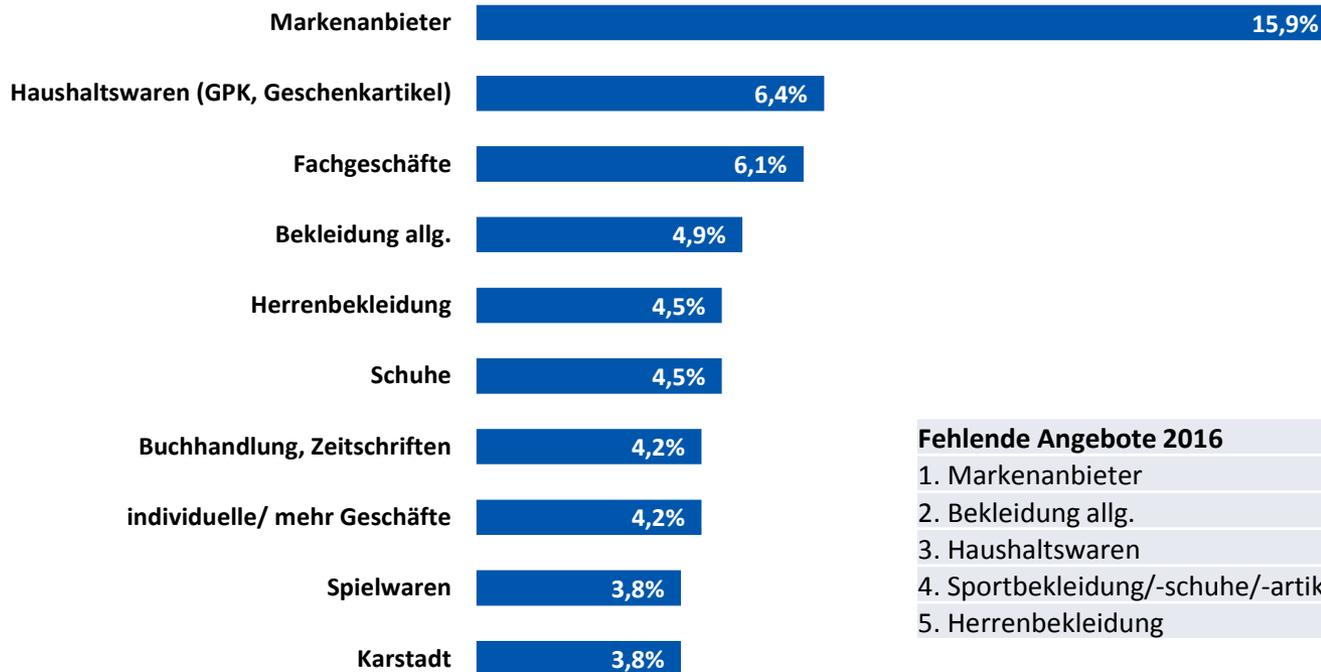
Kriterium	Gesamt	Stadt LB	LK LB
Service	2,2	2,2	2,3
Freundlichkeit des Personals	2,2	2,2	2,3
Gestaltung der Geschäfte	2,2	2,3	2,3
Beratungsqualität	2,3	2,2	2,3
Angebot / Vielfalt	2,3	2,3	2,3
Preis / Leistung	2,3	2,3	2,4
Ladenöffnungszeiten	2,4	2,3	2,4
Gesamt \emptyset	2,3	2,2	2,3

 Am positivsten werden der Service und die Freundlichkeit des Personals bewertet. Die Stadtbewohner vergeben dabei tendenziell etwas bessere Noten.

2. Ergebnisse der Befragung

2.7 Bewertung des Einzelhandels, Wettbewerb zum Breuninger Land und Angebotswünsche

Frage: Welche Angebote im innerstädtischen Einzelhandel von Ludwigsburg fehlen Ihnen?



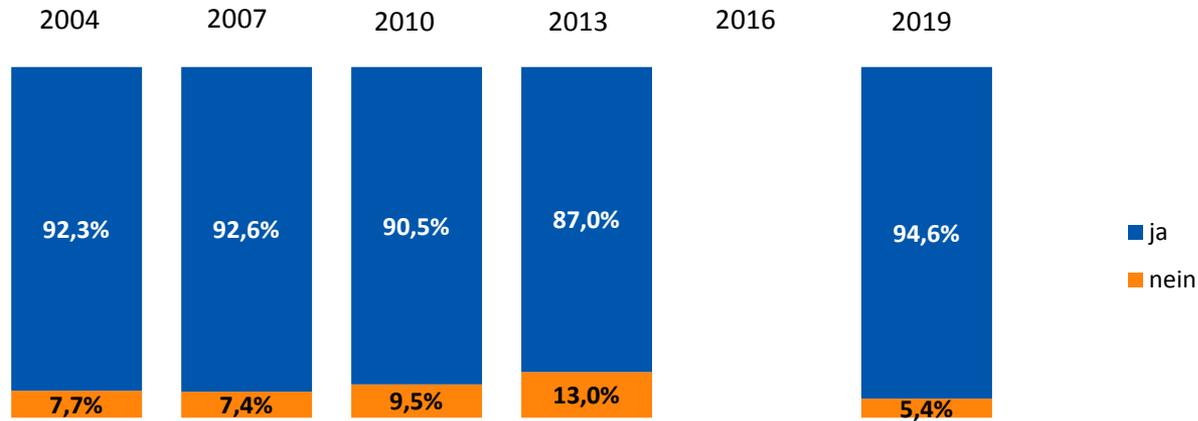
Fehlende Angebote 2016	%
1. Markenanbieter	14,1
2. Bekleidung allg.	8,9
3. Haushaltswaren	8,2
4. Sportbekleidung/-schuhe/-artikel	7,6
5. Herrenbekleidung	6,5

➔ Wie bereits 2016 wünschen sich die Innenstadtbesucher insbesondere mehr „Markenanbieter“. Die Nennungen hierzu sind vielfältig. Ein konkreter Wunschanbieter lässt sich nicht ableiten.

2. Ergebnisse der Befragung

2.7 Bewertung des Einzelhandels, Wettbewerb zum Breuninger Land und Angebotswünsche

Frage: Hat das Breuninger Land für Sie Vorteile gegenüber der Ludwigsburger Innenstadt?

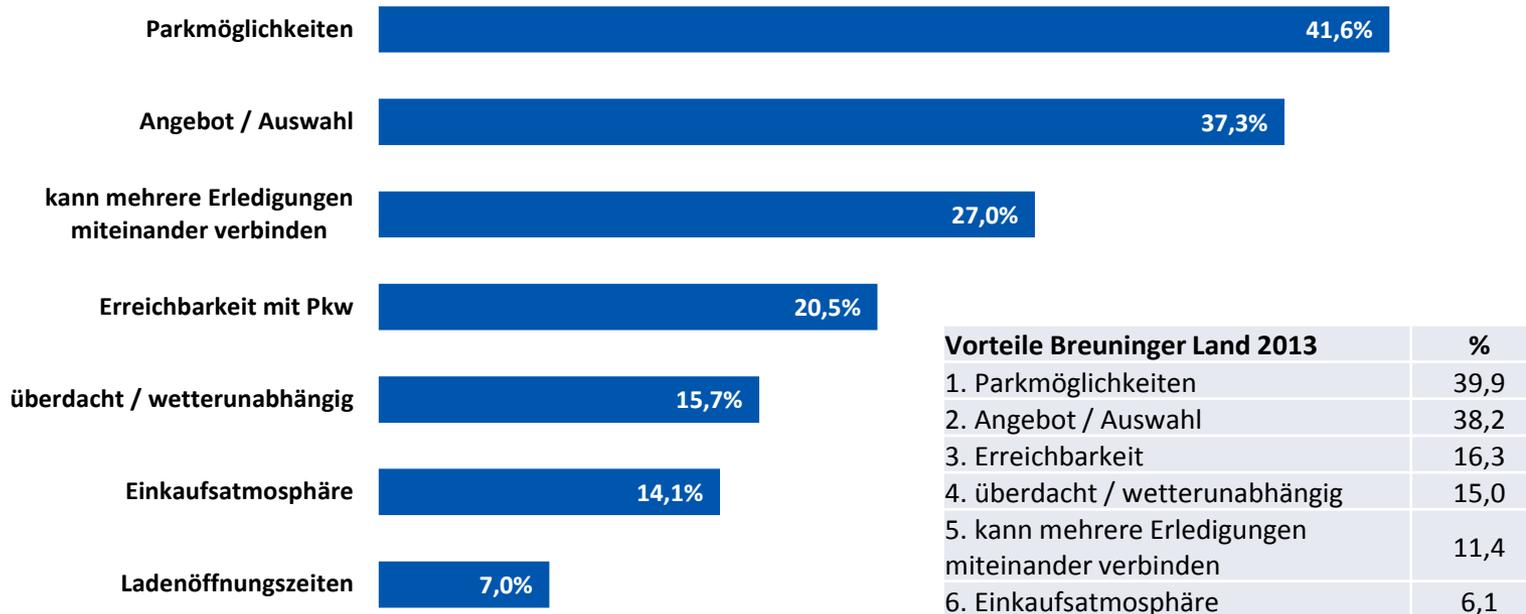


➔ Wie bereits in den Vorgängeruntersuchungen sieht die überwiegende Mehrheit der Breuninger Land-Besucher Vorteile gegenüber der Ludwigsburger Innenstadt ...

2. Ergebnisse der Befragung

2.7 Bewertung des Einzelhandels, Wettbewerb zum Breuninger Land und Angebotswünsche

Frage: Hat das Breuninger Land für Sie Vorteile gegenüber der Ludwigsburger Innenstadt? Ja, und zwar...

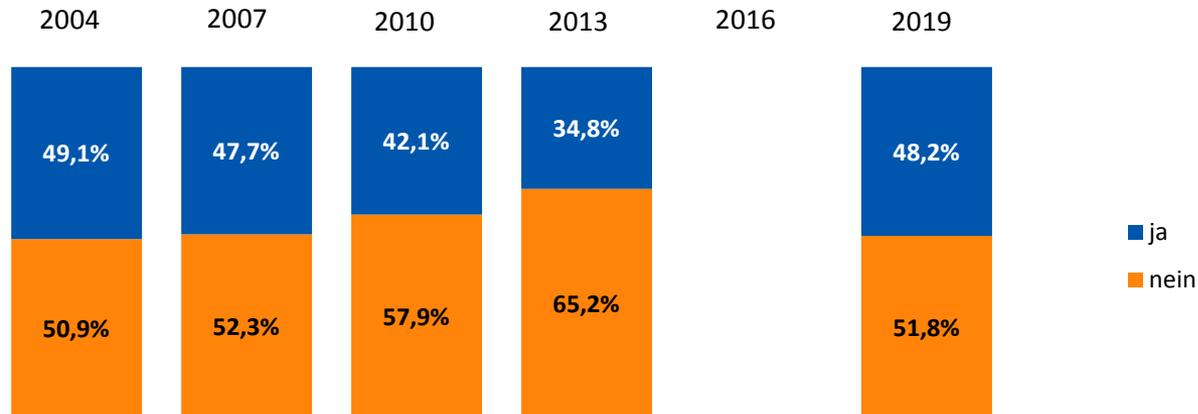


➔ ... die aus Sicht der Befragten v. a. in den Parkmöglichkeiten, aber auch in der großen Auswahl begründet sind. Die Ergebnisse von 2013 werden dabei weitgehend bestätigt.

2. Ergebnisse der Befragung

2.7 Bewertung des Einzelhandels, Wettbewerb zum Breuninger Land und Angebotswünsche

Frage: Hat das Breuninger Land für Sie Nachteile gegenüber der Ludwigsburger Innenstadt?

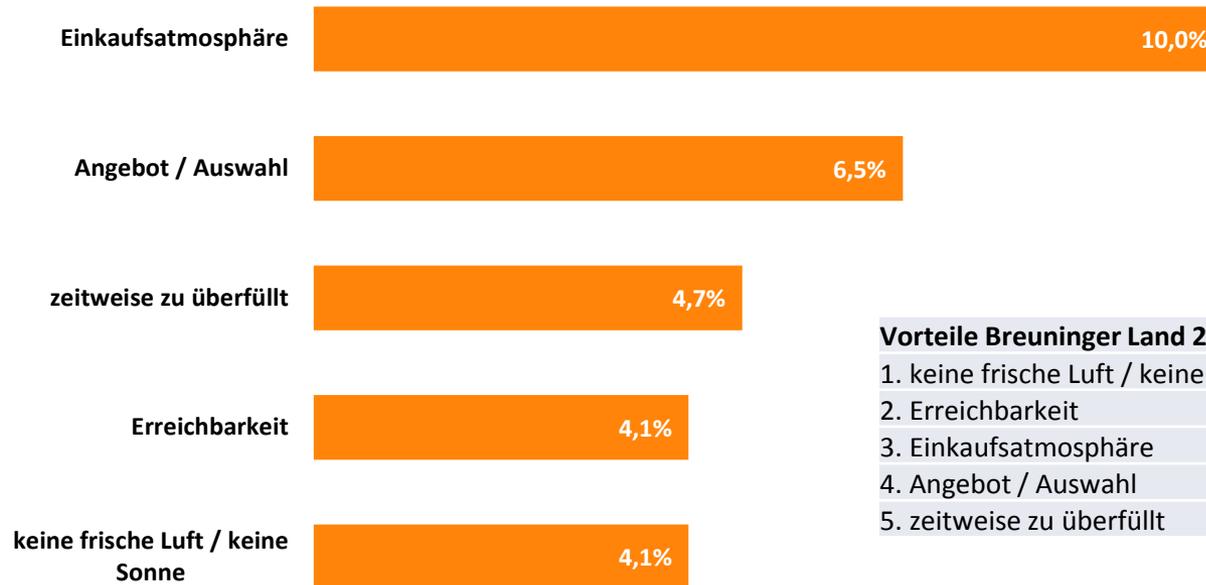


➔ Knapp die Hälfte der Breuninger Land-Besucher – und damit ein wieder etwas größerer Anteil – sieht auch Nachteile des Breuninger Land gegenüber der Innenstadt ...

2. Ergebnisse der Befragung

2.7 Bewertung des Einzelhandels, Wettbewerb zum Breuninger Land und Angebotswünsche

Frage: Hat das Breuninger Land für Sie Nachteile gegenüber der Ludwigsburger Innenstadt? Ja, und zwar...



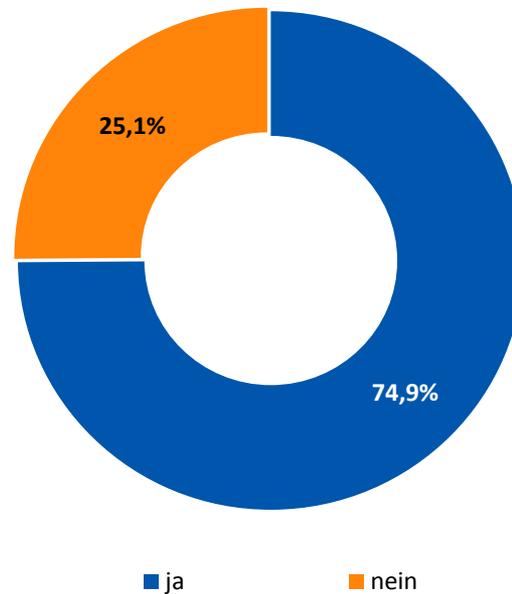
Vorteile Breuninger Land 2013	%
1. keine frische Luft / keine Sonne	8,7
2. Erreichbarkeit	8,7
3. Einkaufsatmosphäre	7,6
4. Angebot / Auswahl	4,8
5. zeitweise zu überfüllt	3,7

➔ ... die v. a. in der schlechteren Einkaufsatmosphäre begründet sind.

2. Ergebnisse der Befragung

2.7 Bewertung des Einzelhandels, Wettbewerb zum Breuninger Land und Angebotswünsche

Frage: Achten Sie beim Lebensmitteleinkauf ganz bewusst auf regionale Produkte?

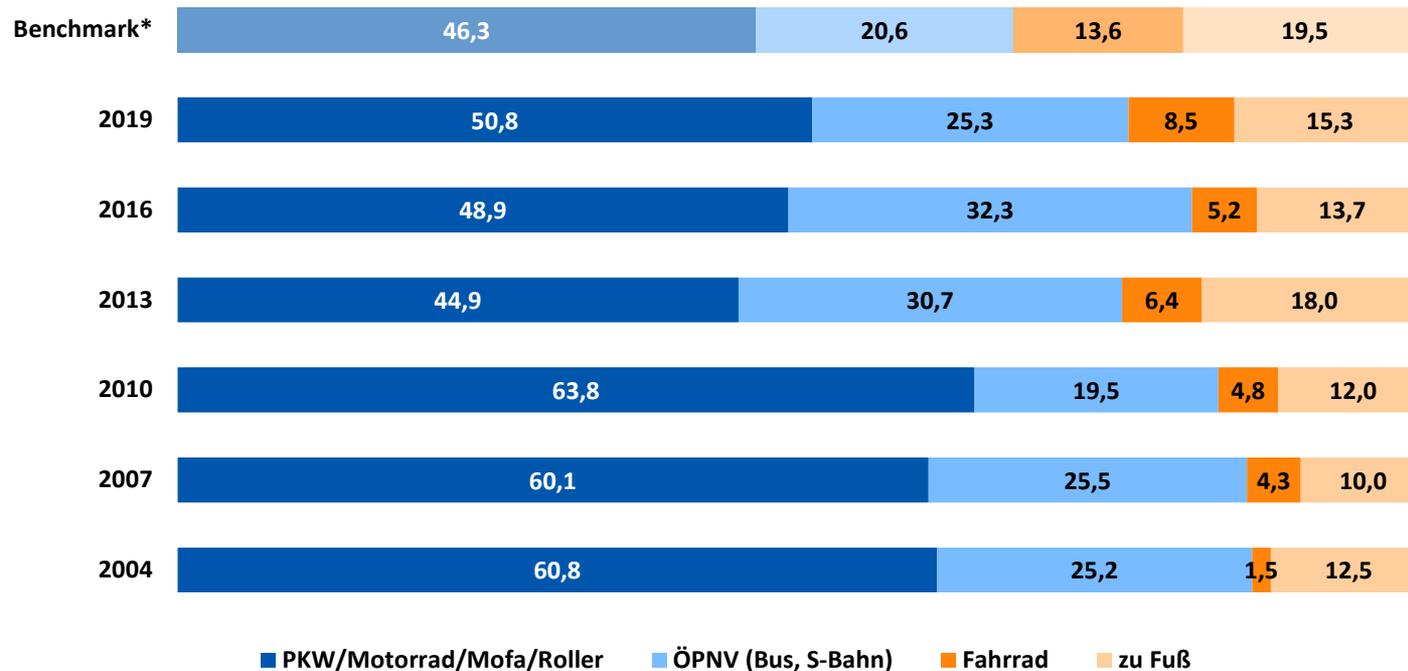


3 von 4 Verbrauchern achtet beim Lebensmitteleinkauf bewusst auf regionale Produkte.

2. Ergebnisse der Befragung

2.8 Verkehrsmittelwahl, Bewertung der Verkehrssituation und Verbesserungsvorschläge

Frage: Welches Verkehrsmittel nutzen Sie am häufigsten, um in die Innenstadt zu kommen?



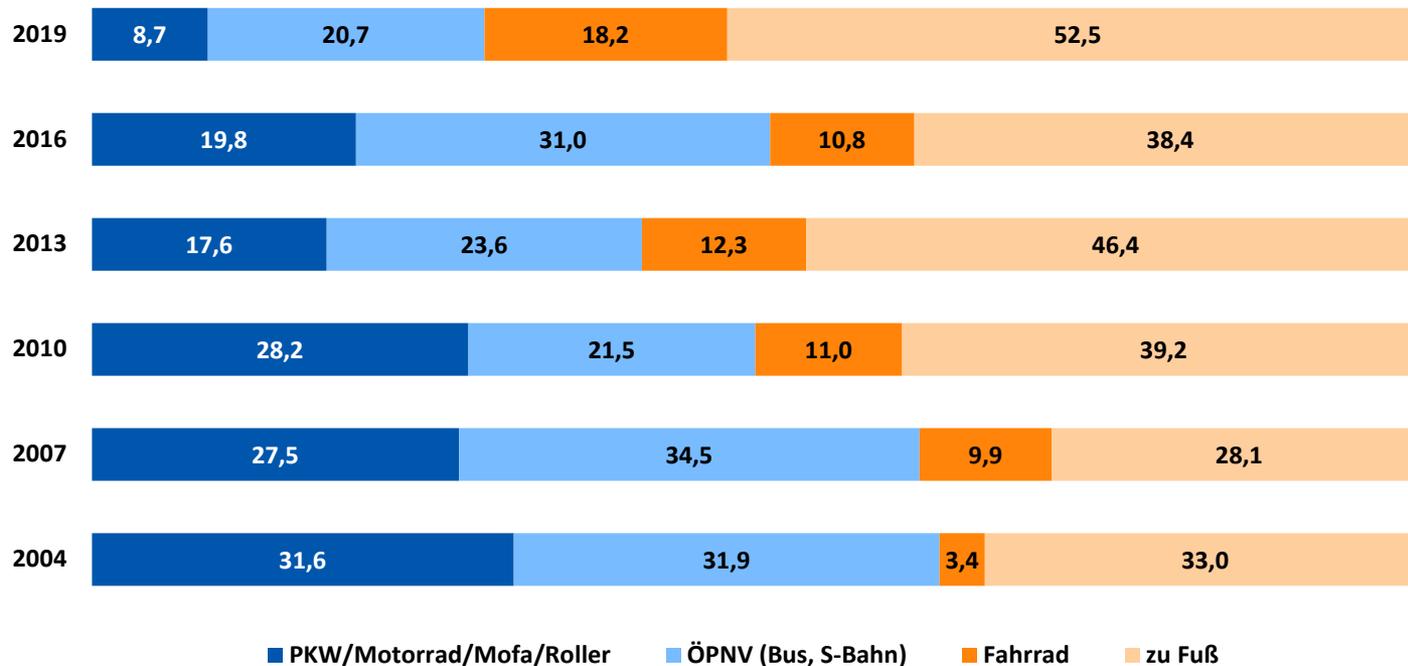
Es zeigt sich tendenziell eine stärkere Nutzung des Fahrrads, allerdings zu Lasten des ÖPNV. Erkennbar ist eine im Vergleich zu anderen Innenstädten der gleichen Größenordnung etwas stärkere Nutzung des MIV, während insbesondere bei der Fahrradnutzung noch weiteres Potenzial besteht.

2. Ergebnisse der Befragung

2.8 Verkehrsmittelwahl, Bewertung der Verkehrssituation und Verbesserungsvorschläge

Frage: Welches Verkehrsmittel nutzen Sie am häufigsten, um in die Innenstadt zu kommen?

Wohnort: Stadt Ludwigsburg



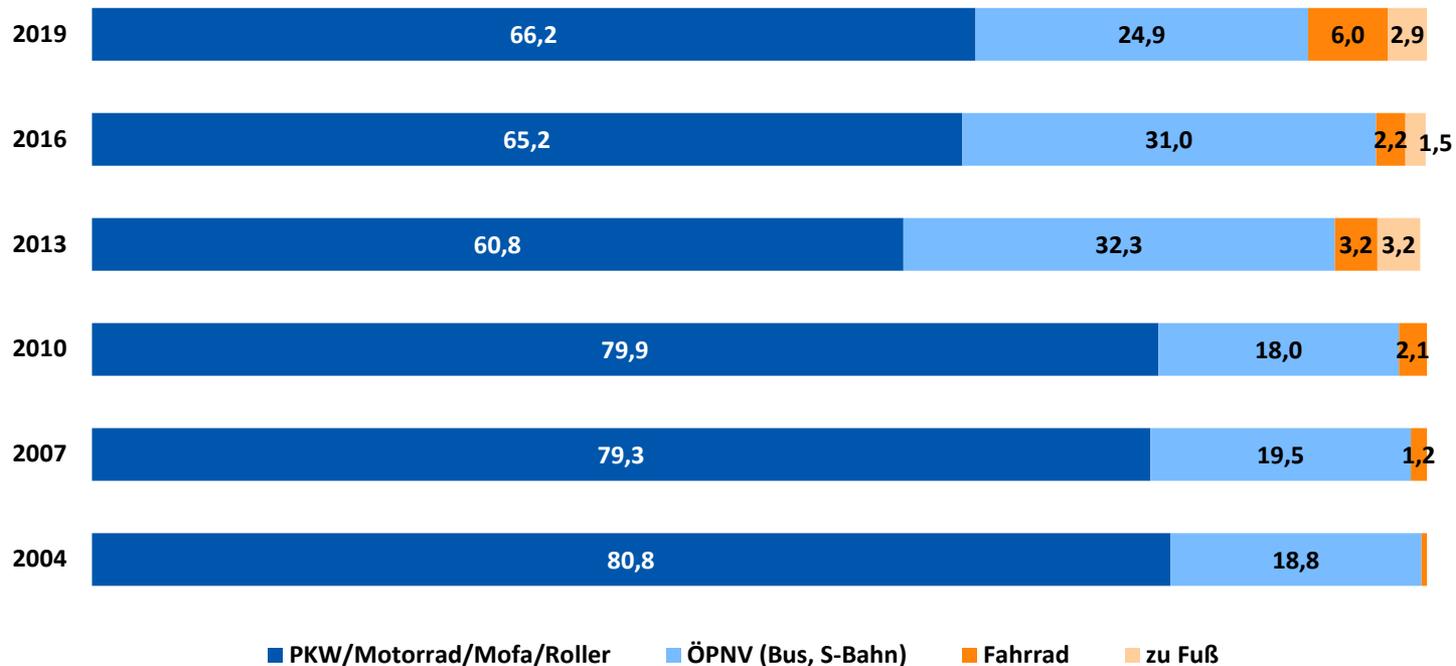
Deutlich wird die stärkere Fahrradnutzung v. a. bei der Gruppe der Stadtbewohner.

2. Ergebnisse der Befragung

2.8 Verkehrsmittelwahl, Bewertung der Verkehrssituation und Verbesserungsvorschläge

Frage: Welches Verkehrsmittel nutzen Sie am häufigsten, um in die Innenstadt zu kommen?

Wohnort: Landkreis Ludwigsburg

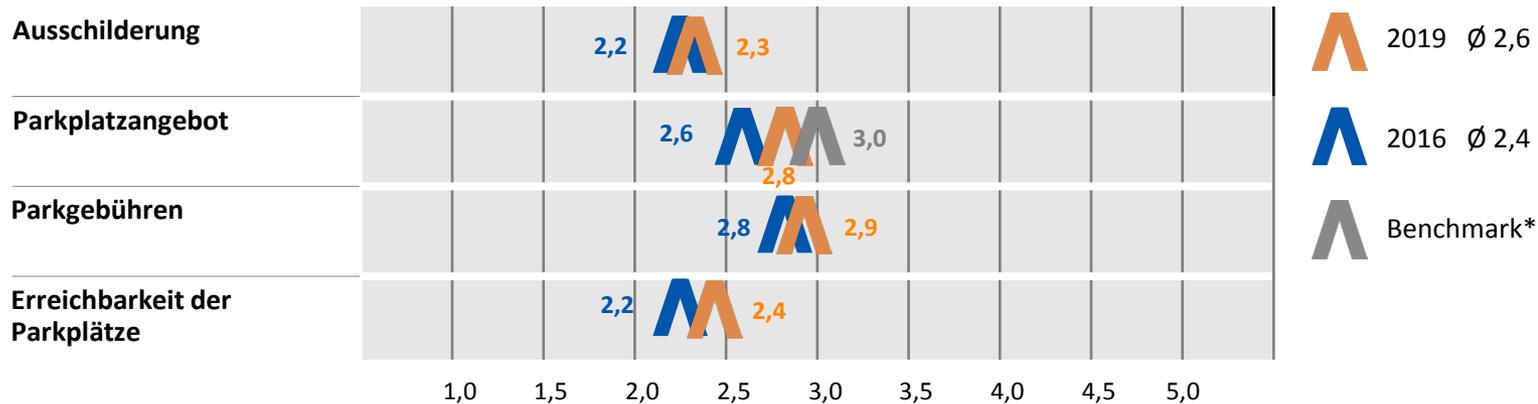


➔ Bei der Gruppe der Landkreis-Bewohner bleibt der Anteil der MIV-Nutzer stabil, während der Anteil der Fahrradnutzer (zu Lasten des ÖPNV) zugenommen hat.

2. Ergebnisse der Befragung

2.8 Verkehrsmittelwahl, Bewertung der Verkehrssituation und Verbesserungsvorschläge

Frage: Welche Schulnote geben Sie als Pkw-Fahrer für folgende Punkte?



➔ Die Verkehrs- und Parksituation wird etwas kritischer bewertet als noch 2016. Jedoch schneidet Ludwigsburg beim Parkplatzangebot besser ab als Vergleichs-Innenstädte. Auch wird die Infrastruktur für Pkw-Fahrer insgesamt besser bewertet als jene für ÖPNV-Nutzer oder Fahrradfahrer (s. S. 45 und 48).

2. Ergebnisse der Befragung

2.8 Verkehrsmittelwahl, Bewertung der Verkehrssituation und Verbesserungsvorschläge

Frage: Welche Schulnote geben Sie als Pkw-Fahrer für folgende Punkte?

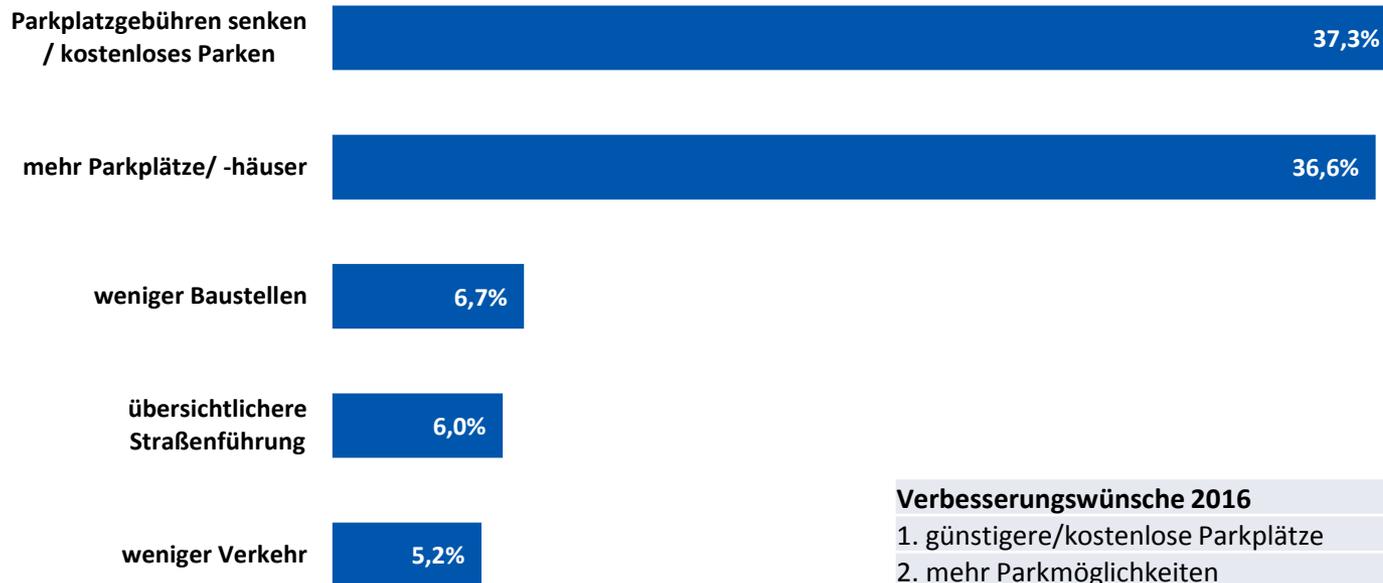
Kriterium	Gesamt	Stadt LB	LK LB
Ausschilderung	2,3	2,3	2,3
Erreichbarkeit der Parkplätze	2,4	2,6	2,4
Parkplatzangebot	2,8	3,0	2,8
Parkgebühren	2,9	3,3	2,9
Gesamt Ø	2,6	2,8	2,6

 **Am kritischsten werden die Parkgebühren bewertet. Die Stadtbevölkerung bewertet die Parksituation dabei kritischer als die Landkreis-Bevölkerung.**

2. Ergebnisse der Befragung

2.8 Verkehrsmittelwahl, Bewertung der Verkehrssituation und Verbesserungsvorschläge

Frage: Welche Verbesserungen für Nutzer von Pkw-Fahrer schlagen Sie vor?



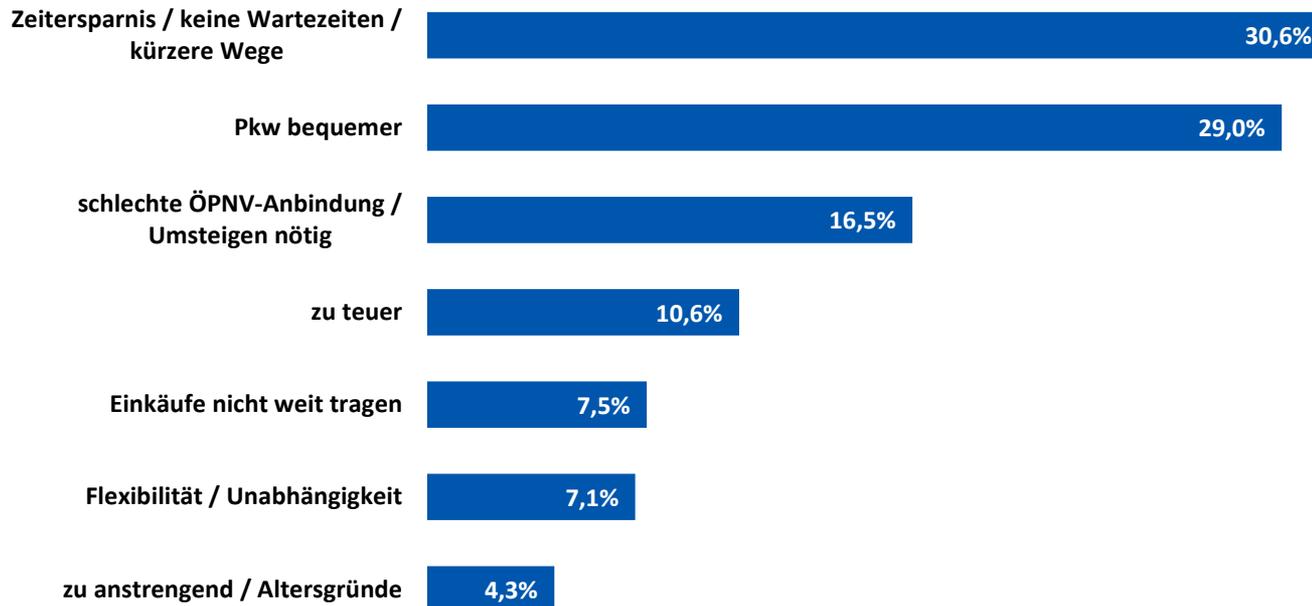
Verbesserungswünsche 2016	%
1. günstigere/kostenlose Parkplätze	52,3
2. mehr Parkmöglichkeiten	42,3

➔ Wie bereits 2016 wünschen sich die Pkw-Nutzer insbesondere geringere Parkgebühren und mehr Parkmöglichkeiten – jedoch ist der Befragtenanteil dieser Nennungen gegenüber 2016 gesunken.

2. Ergebnisse der Befragung

2.8 Verkehrsmittelwahl, Bewertung der Verkehrssituation und Verbesserungsvorschläge

Frage: Was hindert Sie daran, andere Verkehrsformen zu wählen?

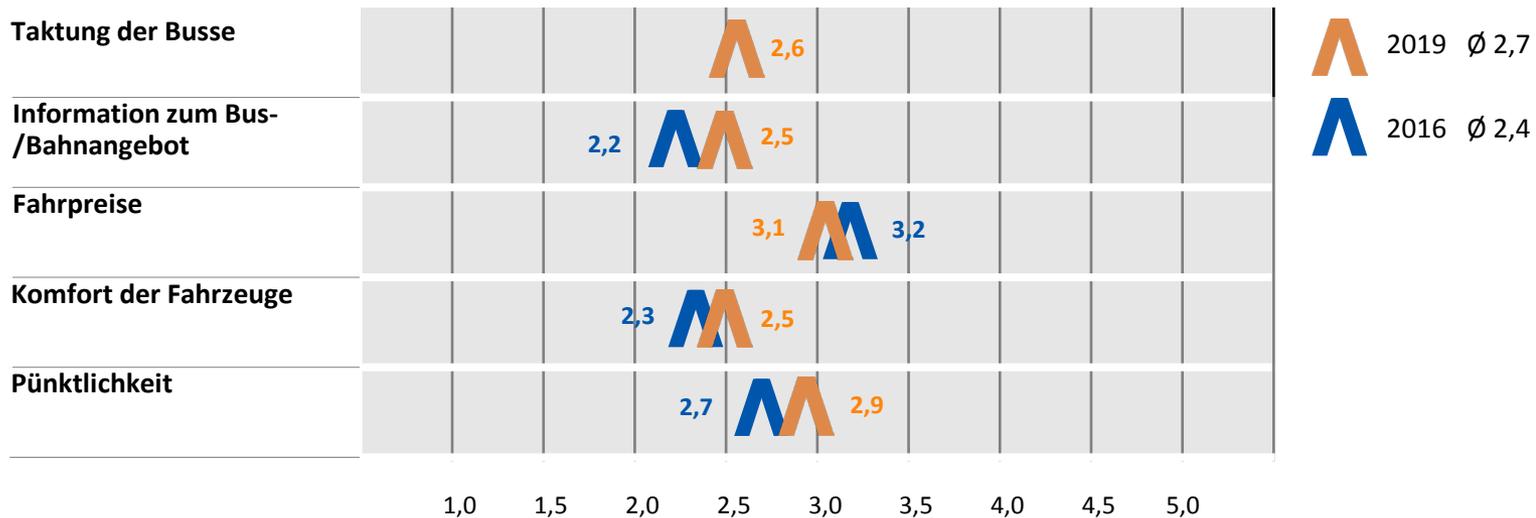


➔ **Der Umstieg auf andere Verkehrsformen als den Pkw wird v. a. aus Bequemlichkeitsgründen (noch) nicht vollzogen.**

2. Ergebnisse der Befragung

2.8 Verkehrsmittelwahl, Bewertung der Verkehrssituation und Verbesserungsvorschläge

Frage: Welche Schulnote geben Sie als Nutzer des ÖPNV für folgende Punkte?



➔ Gegenüber 2016 wird der ÖPNV deutlich kritischer beurteilt. Die Fahrpreise werden zwar weiterhin am kritischsten bewertet, werden aber 2019 besser benotet, was ggf. auf die Tarifzonenreform der VVS zurückzuführen ist.

2. Ergebnisse der Befragung

2.8 Verkehrsmittelwahl, Bewertung der Verkehrssituation und Verbesserungsvorschläge

Frage: Welche Schulnote geben Sie als Nutzer des ÖPNV für folgende Punkte?

Kriterium	Gesamt	Stadt LB	LK LB
Information zum Bus-/Bahnangebot	2,5	2,5	2,5
Komfort der Fahrzeuge	2,5	2,7	2,5
Taktung der Busse	2,6	2,5	2,7
Pünktlichkeit	2,9	3,1	2,9
Fahrpreise	3,1	3,0	3,1
Gesamt \emptyset	2,7	2,8	2,7

 Während die Taktung der Busse und die Fahrpreise von den Stadtbewohnern etwas positiver bewertet werden, schneidet bei den Ludwigsburgern die Pünktlichkeit und der Komfort der Fahrzeuge unterdurchschnittlich ab.

2. Ergebnisse der Befragung

2.8 Verkehrsmittelwahl, Bewertung der Verkehrssituation und Verbesserungsvorschläge

Frage: Welche Verbesserungen für Nutzer des ÖPNV schlagen Sie vor?



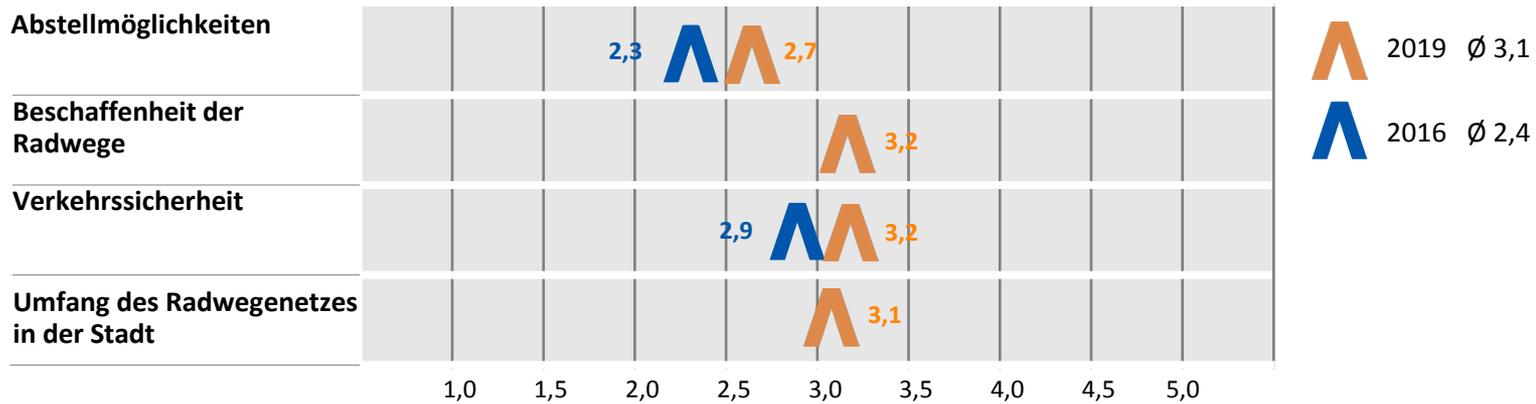
Verbesserungswünsche 2016	%
1. günstigere Ticketpreise	29,1
2. pünktlicher	22,7
3. Sauberkeit	10,9

➔ Entsprechend der Gesamtbewertung wünschen sich die Befragten v. a. mehr Pünktlichkeit, günstigere Ticketpreise und eine bessere Taktung. Gegenüber 2016 wird v. a. die Pünktlichkeit häufiger genannt.

2. Ergebnisse der Befragung

2.8 Verkehrsmittelwahl, Bewertung der Verkehrssituation und Verbesserungsvorschläge

Frage: Welche Schulnote geben Sie als Fahrradfahrer für folgende Punkte?



Die Infrastruktur für Fahrradfahrer wird gegenüber 2016 deutlich kritischer beurteilt. Hier zeigt sich ggf. eine stärkere Sensibilisierung mit dem Thema, verbunden mit einem höheren Anteil an Fahrradfahrern unter den Verkehrsteilnehmern.

2. Ergebnisse der Befragung

2.8 Verkehrsmittelwahl, Bewertung der Verkehrssituation und Verbesserungsvorschläge

Frage: Welche Schulnote geben Sie als Fahrradfahrer für folgende Punkte?

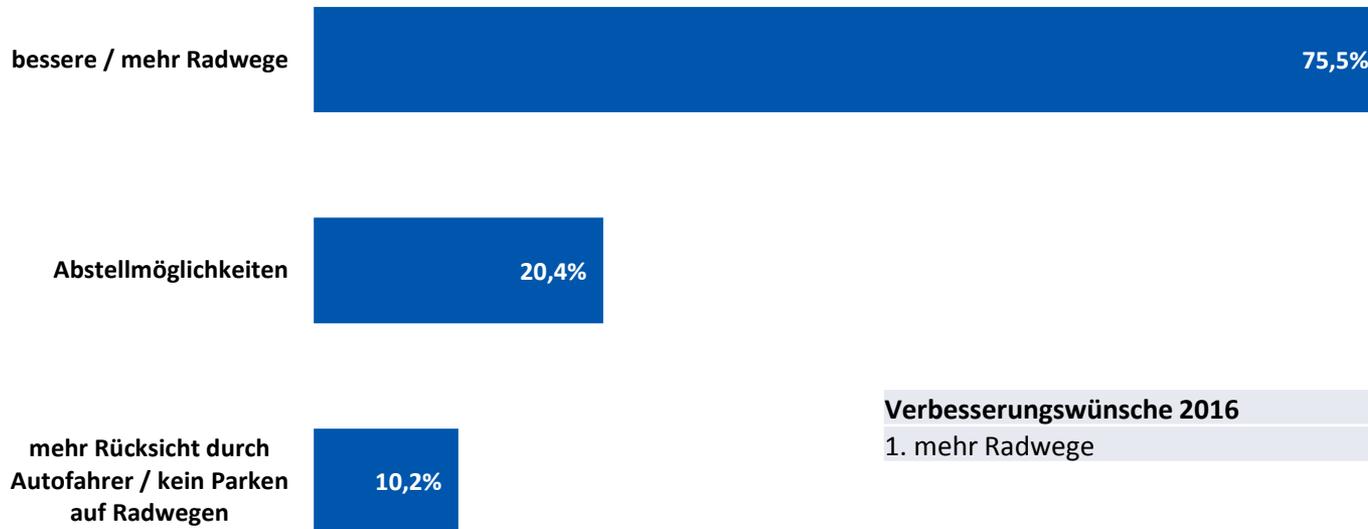
Kriterium	Gesamt	Stadt LB	LK LB
Abstellmöglichkeiten	2,7	3,0	2,4
Umfang des Radwegenetzes in der Stadt	3,1	3,3	3,0
Verkehrssicherheit	3,2	3,4	2,9
Beschaffenheit der Radwege	3,2	3,4	3,0
Gesamt \emptyset	3,1	3,3	2,8

 Die Infrastruktur für Fahrradfahrer wird von Stadtbewohnern – bei entsprechend höherem Nutzungsanteil – insgesamt kritischer bewertet.

2. Ergebnisse der Befragung

2.8 Verkehrsmittelwahl, Bewertung der Verkehrssituation und Verbesserungsvorschläge

Frage: Welche Verbesserungen für Fahrradfahrer schlagen Sie vor?



Verbesserungswünsche 2016	%
1. mehr Radwege	47,6

➔ Der mit Abstand größte Befragtenanteil wünscht sich ein besseres und größeres Radwegenetz. Gegenüber 2016 hat sich dieser Anteil stark erhöht.

3. Zusammenfassung

Besuchshäufigkeit der Ludwigsburger Innenstadt

- /// Die Innenstadt Ludwigsburg weist im Vergleich zu anderen Innenstädten der gleichen Größenklasse ein größeres Einzugsgebiet auf (höherer Anteil von Besuchern, die von außerhalb der Stadt kommen).
- /// Der Anteil der Landkreis-Bewohner, die die Innenstadt nicht besuchen, ist mit ca. 14 % auf einem stabilen, niedrigen Niveau.
- /// Knapp die Hälfte der Besucher des Breuninger Land besuchen die Innenstadt Ludwigsburg nicht, v. a. weil sie nicht aus der Region kommen bzw. die Entfernung zu hoch ist. Vor diesem Hintergrund ist auf das große Einzugsgebiet des Breuninger Land hinzuweisen – nur 10 % der Besucher kommen aus der Stadt Ludwigsburg.
- /// Der Anteil der regelmäßigen Besucher, die die Innenstadt min. einmal wöchentlich aufsuchen, ist leicht rückläufig. Allerdings ist der Anteil der täglichen Besucher leicht gestiegen. Dies liegt in einer geringeren Besuchshäufigkeit der Wohnbevölkerung begründet, während die Besuchshäufigkeit der Landkreis-Bevölkerung stabil ist und sogar leicht zugenommen hat.

Besuchsmotive der Ludwigsburger Innenstadt

- /// Einen deutlichen Bedeutungsgewinn bei den Besuchsgründen hat der Gastronomiebesuch zu verzeichnen. Damit dürfte auch der deutlich höhere Anteil der Nennung „Freunde/Bekannte treffen“ korrelieren. Der Gastronomiebesuch wird auch im Vergleich zu anderen Vergleichs-Innenstädten überdurchschnittlich oft angeführt, während die Einkaufsfunktion im Durchschnitt der Vergleichs-Innenstädte liegt.

3. Zusammenfassung

Bewertung der Innenstadt im Vergleich zu anderen Innenstädten

- /// Die Ludwigsburger Innenstadt wird ähnlich gut wie schon 2016 bewertet und deutlich besser als andere Innenstädte der gleichen Größenklasse.
- /// Am besten wird das Kriterium Fußgängerfreundlichkeit bewertet, etwas kritischer die Möblierung des öffentlichen Raums (z. B. Sitzgelegenheiten). Die Landkreis-Bewohner bewerten die Innenstadt insgesamt geringfügig kritischer.
- /// Wie auch in den Vorgängerbefragungen wird insbesondere die städtebauliche Qualität der Innenstadt positiv wahrgenommen, wohingegen die verkehrliche Situation und die Parkmöglichkeiten kritisch gesehen werden. Etwa jedem 10. Befragten fällt die Bahnhofsgegend negativ auf.

Nutzung und Bewertung von Veranstaltungen und Servicewünsche

- /// Die bekanntesten Veranstaltungen in Ludwigsburg sind sowohl in Ludwigsburg als auch im Landkreis das Blühende Barock und der Weihnachtsmarkt. Diese Events können als Marke von Ludwigsburg betrachtet werden.
- /// Die Veranstaltungen werden durchweg als sehr gut bis gut bewertet. Besonders positiv schneiden das Blühende Barock und das Internationale Straßenmusikfestival ab. Lediglich die RETRO Classics werden von den Ludwigsburgern etwas kritischer bewertet.
- /// Die Angebotswünsche der Innenstadtbesucher sind insgesamt vielfältig. Die Erreichbarkeit der Innenstadt mittels guter Parkmöglichkeiten und einer guten ÖPNV-Anbindung werden am häufigsten angeführt.
- /// Ein kostenfreies WLAN in der Innenstadt und online verfügbare Informationsmöglichkeiten zu Innenstadtgeschäften würden von einer Befragtenmehrheit als nützliche Services willkommen geheißen.

3. Zusammenfassung

Bewertung der Gastronomie und Angebotswünsche

- /// Die Gastronomie der Ludwigsburger Innenstadt wird ähnlich gut wie schon 2016 bewertet und besser als in anderen Innenstädten der gleichen Größenklasse.
- /// Am besten wird das Angebot und die Vielfalt bewertet, etwas kritischer das Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Besucher aus dem Landkreis Ludwigsburg bewerten die Gastronomie geringfügig besser.
- /// Die Zufriedenheit mit dem gastronomischen Angebot in der Innenstadt hat gegenüber 2016 zugenommen. Jene Befragte, die unzufrieden mit der innerstädtischen Gastronomie sind, bemängeln v. a. eine zu geringe Auswahl. Es wird jedoch deutlich, dass der Anteil dieser Nennung deutlich geringer als noch 2016 ausfällt.
- /// Hinsichtlich fehlende Angebote erreicht keine Nennung einen höheren Befragtenanteil. Am häufigsten wird noch wie schon 2016 ein zu geringes Angebot gut bürgerlicher und deutscher Küche gesehen.

Bewertung des Einzelhandels, Wettbewerb zum Breuninger Land und Angebotswünsche

- /// Der innerstädtische Einzelhandel wird ähnlich gut wie schon 2016 bewertet. Etwas kritischer werden 2019 die Ladenöffnungszeiten bewertet.
- /// Am positivsten werden der Service und die Freundlichkeit des Personals bewertet. Die Stadtbewohner vergeben dabei tendenziell etwas bessere Noten.
- /// Wie bereits 2016 wünschen sich die Innenstadtbesucher insbesondere mehr „Markenanbieter“. Die Nennungen hierzu sind vielfältig. Ein konkreter Wunschanbieter lässt sich nicht ableiten.

3. Zusammenfassung

- Wie bereits in den Vorgängeruntersuchungen sieht die überwiegende Mehrheit der Breuninger Land-Besucher Vorteile gegenüber der Ludwigsburger Innenstadt, die aus Sicht der Befragten v. a. in den Parkmöglichkeiten, aber auch in der großen Auswahl begründet sind. Die Ergebnisse von 2013 werden dabei weitgehend bestätigt.
- Knapp die Hälfte der Breuninger Land-Besucher – und damit ein wieder etwas größerer Anteil – sieht auch Nachteile des Breuninger Land gegenüber der Innenstadt, die v. a. in der schlechteren Einkaufsatmosphäre begründet sind.
- 3 von 4 Verbrauchern achtet beim Lebensmitteleinkauf bewusst auf regionale Produkte.

Verkehrsmittelwahl, Bewertung der Verkehrssituation und Verbesserungsvorschläge

- Es zeigt sich tendenziell eine stärkere Nutzung des Fahrrads, allerdings zu Lasten des ÖPNV. Erkennbar ist eine im Vergleich zu anderen Innenstädten der gleichen Größenordnung etwas stärkere Nutzung des MIV, während insbesondere bei der Fahrradnutzung noch weiteres Potenzial besteht.
- Deutlich wird die stärkere Fahrradnutzung v. a. bei der Gruppe der Stadtbewohner. Bei der Gruppe der Landkreis-Bewohner bleibt der Anteil der MIV-Nutzer stabil, während auch hier der Anteil der Fahrradnutzer (zu Lasten des ÖPNV) zugenommen hat.

Pkw

- Die Verkehrs- und Parksituation wird etwas kritischer bewertet als noch 2016. Jedoch schneidet Ludwigsburg beim Parkplatzangebot besser ab als Vergleichs-Innenstädte. Auch wird die Infrastruktur für Pkw-Fahrer insgesamt besser bewertet als jene für ÖPNV-Nutzer oder Fahrradfahrer.

3. Zusammenfassung

- /// Am kritischsten werden die Parkgebühren bewertet. Die Stadtbevölkerung bewertet die Parksituation dabei kritischer als die Landkreis-Bevölkerung.
- /// Wie bereits 2016 wünschen sich die Pkw-Nutzer insbesondere geringere Parkgebühren und mehr Parkmöglichkeiten – jedoch ist der Befragtenanteil dieser Nennungen gegenüber 2016 gesunken.
- /// Der Umstieg auf andere Verkehrsformen als den Pkw wird v. a. aus Bequemlichkeitsgründen (noch) nicht vollzogen.

ÖPNV

- /// Gegenüber 2016 wird der ÖPNV deutlich kritischer beurteilt. Die Fahrpreise werden zwar weiterhin am kritischsten bewertet, werden aber 2019 besser benotet, was ggf. auf die Tarifzonenreform der VVS zurückzuführen ist.
- /// Während die Taktung der Busse und die Fahrpreise von den Stadtbewohnern etwas positiver bewertet werden, schneidet die Pünktlichkeit und der Komfort der Fahrzeuge unterdurchschnittlich ab.
- /// Entsprechend der Gesamtbewertung wünschen sich die Befragten v. a. mehr Pünktlichkeit, günstigere Ticketpreise und eine bessere Taktung. Gegenüber 2016 wird v. a. die Pünktlichkeit häufiger genannt.

Fahrrad

- /// Die Infrastruktur für Fahrradfahrer wird gegenüber 2016 deutlich kritischer beurteilt. Hier zeigt sich ggf. eine stärkere Sensibilisierung mit dem Thema, verbunden mit einem höheren Anteil an Fahrradfahrern unter den Verkehrsteilnehmern.
- /// Die Infrastruktur für Fahrradfahrer wird von Stadtbewohnern – bei entsprechend höherem Nutzungsanteil – insgesamt kritischer bewertet.
- /// Der mit Abstand größte Befragtenanteil wünscht sich ein besseres und größeres Radwegenetz. Gegenüber 2016 hat sich dieser Anteil stark erhöht.

3. Zusammenfassung

Fazit

Die diesjährige Befragung zur Innenstadt Ludwigsburg hat gezeigt, dass die Ludwigsburger Innenstadt den Vergleich mit anderen deutschen Innenstädten der gleichen Größenordnung nicht scheuen muss. Die Gesamtbewertung der Innenstadt erreicht eine im bundesdeutschen Vergleich deutlich überdurchschnittliche Note. Die Attraktivität zeigt sich dabei auch in einer überdurchschnittlichen Reichweite des Marktgebiets.

Die Befragungsergebnisse lassen erkennen, dass sich die Innenstädte in einem Wandel befinden. So verschieben sich die Besuchsmotive hin zu einer stärkeren Nutzung der Innenstädte als Orte mit attraktiver Gastronomie und als Treffpunkt. Dennoch zeigt sich auch der innerstädtische Einzelhandel Ludwigsburgs als Anziehungspunkt stabil. Die Funktionsmischung der Ludwigsburger Innenstadt kann daher als besondere Stärke begriffen werden und wird getragen durch die städtebauliche Attraktivität Ludwigsburgs. Im Zusammenhang mit einer stärkeren Erlebnisfunktion der Innenstädte verfügt Ludwigsburg zudem über positiv wahrgenommene und etablierte Veranstaltungen.

Als andauernde Aufgabe kann eine optimierte Mobilitätssituation und Erreichbarkeit der Innenstadt für alle Besucher unabhängig von der Verkehrsmittelwahl gesehen werden. Dabei zeigen sich auch hier Ansätze eines Wandels. Das Fahrrad wird unter Ludwigsburgern häufiger als Alternative für den Besuch der Innenstadt genutzt. Auch der Vergleich mit anderen Innenstädten zeigt, dass hier jedoch noch weiteres Potenzial besteht. Vor dem Hintergrund einer möglicherweise weiter steigenden Anzahl nicht motorisierter Innenstadtbesucher aus dem Stadtgebiet steigen auch die Ansprüche an eine adäquate Infrastruktur für Fahrradfahrer, Fußgänger und ÖPNV-Nutzer. Dies zeigt sich in einer kritischeren Bewertung der Infrastruktur in Ludwigsburg durch nicht motorisierte Besucher als durch Pkw-Nutzer.

Für die quantitativ deutlich mehr Besucher der Innenstadt aus dem Landkreis stellt jedoch der motorisierte Individualverkehr das bevorzugte Verkehrsmittel dar. Daher spielten hier eine gute Erreichbarkeit zu und von den Parkieranlagen, als auch zu den kostenlosen Parkplätzen des Breuninger Land verhältnismäßige Parkgebühren eine große Rolle.

Anhang: Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen

Themenbereich	Fragestellung	Ergebnis-Trend	Empfehlung
Besuchshäufigkeit der Ludwigsburger Innenstadt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einzugsgebiet ▪ Besuchshäufigkeit Innenstadt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Innenstadt: größeres Einzugsgebiet als Vergleichs-Innenstädte ▪ geringere Besuchshäufigkeit der Wohnbevölkerung, Besuchshäufigkeit der Landkreis-Bevölkerung stabil und leicht zunehmend ▪ BL: großes Einzugsgebiet, nur 10 % der Besucher kommen aus Ludwigsburg ▪ knapp die Hälfte der Besucher des Breuninger Land besuchen die Innenstadt Ludwigsburg nicht 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung / Schaffung von Alleinstellungsmerkmalen im Innenstadtangebot, um Kundenbindung gegenüber BL zu erhalten / zu erhöhen ▪ Maßnahmenkonzentration auf Haupteinkaufsstraßen (Fußgängerzone) ▪ Wochenmarkt-Konzept: Nachmittags-/Abendmarkt, Themenwochen
Besuchsmotive der Ludwigsburger Innenstadt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Besuchsgründe 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ deutlicher Bedeutungsgewinn von Gastronomiebesuchen (im Vergleich zu anderen Vergleichs-Innenstädten überdurchschnittlich) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stärkung der Funktionsvielfalt der Innenstadt (s. auch Wochenmarkt) ▪ Schließen von Angebotslücken EH: v. a. Bekleidung (z. B. Zara) Gastro: v. a. gut bürgerliche/deutsche Küche
Bewertung der Innenstadt Vergleich zu anderen Innenstädten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Benotung Innenstadt LB ▪ Vergleich mit anderen Innenstädten ▪ Stärken/Schwächen Innenstadt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ludwigsburger Innenstadt mit deutlich besserer Durchschnittsnote als andere Innenstädte der gleichen Größenklasse ▪ Landkreis-Bewohner bewerten die Innenstadt insgesamt geringfügig kritischer als die Stadtbewohner ▪ städtebauliche Qualität der Innenstadt wird hervorgehoben; ggf. Verbesserungsbedarf bei Möblierung des öffentlichen Raums ▪ verkehrliche Situation und Parkmöglichkeiten werden weiterhin kritisch gesehen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schaffung von mehr Sitzgelegenheiten zur Steigerung der Aufenthaltsqualität ▪ Sicherung städtebaulicher Mindestanforderungen ▪ Barrierefreie Innenstadt

Themenbereich	Fragestellung	Ergebnis-Trend	Empfehlung	
Bewertung der Gastronomie Angebotswünsche	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Benotung Gastronomie ▪ Zufriedenheit ▪ Vermisste Angebote 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gastronomie der Ludwigsburger Innenstadt wird besser als in anderen Innenstädten der gleichen Größenklasse bewertet ▪ Besucher aus dem LK LB bewerten die Gastronomie geringfügig besser als Stadtbewohner ▪ die Zufriedenheit mit dem gastronomischen Angebot in der Innenstadt hat gegenüber 2016 zugenommen ▪ am besten wird das Angebot und die Vielfalt bewertet, etwas kritischer das Preis-Leistungs-Verhältnis ▪ am häufigsten wird ein zu geringes Angebot gut bürgerlicher und deutscher Küche genannt (bei jedoch geringem Befragtenanteil) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterstützung eines differenzierten Ausbaus der Gastronomie als zunehmend prägendes Innenstadtelement ▪ Verlängerung der Aufenthaltsdauer durch Gastronomie (kürzere Sperrzeiten im Sommer) ▪ Förderung einer lebendigen Innenstadt während und außerhalb der Öffnungszeiten (Evaluierung Maßnahmen LUIS e. V.) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nutzung temporärer Verkaufsstände ▪ Sonderparktarife: „Bummeltarif“ in den Abendstunden
Bewertung des Einzelhandels Wettbewerb zum Breuninger Land Angebotswünsche	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Benotung Einzelhandel ▪ Vergleich Breuninger Land ▪ Verbesserungsvorschläge ▪ Vermisste Angebote 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ am positivsten werden mit Service und Freundlichkeit des Personals klassische Stärken des EH bewertet ▪ etwas kritischer werden die Ladenöffnungszeiten bewertet ▪ Innenstadtbesucher wünschen sich mehr „Markenanbieter“ (keine Mehrheit für konkreten Anbieter) ▪ Vorteile des BL gegenüber der Ludwigsburger Innenstadt sind aus Sicht der Befragten v. a. die Parkmöglichkeiten, aber auch die große Auswahl ▪ Nachteile des BL liegen v. a. bei der Einkaufsatmosphäre 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Weitere Fokussierung auf Stärken des innerstädtischen EH ggüber Onlinehandel (Service, Beratung, Erlebnis) ▪ Einkaufserlebnis des stationären EH verstärken durch Ansprechen der Sinne, z. B. Verkostungen (Schmecken/Riechen), Beleuchtungskonzepte (Sehen) ▪ Attraktivierung Quartiere durch einzelbetriebliche Maßnahmen wie z. B. temporäre Events 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Qualitätsprüfung durch Mystery-Shopper ▪ Koordinierter Auftritt des innerstädtischen EH, ganzheitlicher kooperativer Ansatz (einheitliche Öffnungszeiten, v. a. Samstag) ▪ Service „Offensive Innenstadt“ begleiten durch Unerwartetes

Themenbereich	Fragestellung	Ergebnis-Trend	Empfehlung
<p>Nutzung und Bewertung von Veranstaltungen Servicewünsche</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bekanntheit Veranstaltungen ▪ Bewertung Veranstaltungen ▪ Angebots- und Servicewünsche 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ bekannteste Veranstaltungen sind Blühendes Barock und Weihnachtsmarkt ▪ Veranstaltungen in LB werden durchweg als sehr gut bis gut bewertet. Besonders positiv schneiden Blühendes Barock und Internationales Straßenmusikfestival ab ▪ als Wünsche der Innenstadtbesucher werden v. a. die Erreichbarkeit der Innenstadt mittels guter Parkmöglichkeiten und einer guten ÖPNV-Anbindung angeführt ▪ ein kostenfreies WLAN in der Innenstadt und online verfügbare Informationsmöglichkeiten zu Innenstadtgeschäften würden von einer Befragtenmehrheit als nützliche Services willkommen geheißen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorbild Blühendes Barock und Weihnachtsmarkt für Profilierung der weiteren Veranstaltungen auf Ludwigsburger Markenkern (Veranstaltungen als Stadtmarketinginstrument) ▪ Gezielter Ausbau von innerstädtischen Digitalangeboten mit tatsächlichem Mehrwert (v. a. kostenfreies WLAN) ▪ Selfiestationen ▪ kostenlose Trinkwasserstellen ▪ Zentrale Einkaufsverwahrung / Schließfächer

Themenbereich	Fragestellung	Ergebnis-Trend	Empfehlung
Verkehrsmittelwahl Bewertung der Verkehrssituation Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verkehrsmittelwahl ▪ Benotung Verkehrsmittel ▪ Verbesserungsvorschläge 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ tendenziell eine stärkere Nutzung des Fahrrads unter Ludwigsburgern, allerdings zu Lasten des ÖPNV ▪ Anteil der MIV-Nutzer bei Landkreisbewohnern weiterhin dominierend ▪ im Vergleich zu anderen Innenstädten der gleichen Größenordnung etwas stärkere Nutzung des MIV, während insbesondere bei der Fahrradnutzung noch weiteres Potenzial besteht Pkw: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ludwigsburg schneidet beim Parkplatzangebot besser ab als Vergleichs-Innenstädte. ▪ Infrastruktur für Pkw-Fahrer wird insgesamt besser bewertet als jene für ÖPNV-Nutzer oder Fahrradfahrer ▪ am kritischsten werden die Parkgebühren bewertet (v. a. durch Stadtbevölkerung) ▪ Pkw-Nutzer wünschen sich geringere Parkgebühren und mehr Parkmöglichkeiten (bei sinkendem Befragtenanteil dieser Nennungen) ▪ Umstieg auf andere Verkehrsformen als den Pkw wird v. a. aus Bequemlichkeitsgründen (noch) nicht vollzogen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ „convenience is king“: Parkmöglichkeiten, ÖPNV-Taktung und Kosten sind wesentliche Entscheidungskriterien bei Verkehrsmittelwahl / -umstieg ▪ Digitalisierung von „Parkes Schön“ ▪ App mit minutengenauer Anzeige der freien Parkplätze, um Parksuchverkehr zu verhindern ▪ Angaben der Gehzeit in Minuten zur Innenstadt in Parkhäusern / an Parkierungsanlagen

Themenbereich	Fragestellung	Ergebnis-Trend	Empfehlung
<p>Verkehrsmittelwahl Bewertung der Verkehrssituation Verbesserungsvorschläge</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verkehrsmittelwahl ▪ Benotung Verkehrsmittel ▪ Verbesserungsvorschläge 	<p>ÖPNV:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ÖPNV wird deutlich kritischer beurteilt ▪ Fahrpreise werden weiterhin kritisch, aber etwas besser benotet ▪ Pünktlichkeit und Komfort der Fahrzeuge schneiden bei Stadtbevölkerung unterdurchschnittlich ab ▪ Pünktlichkeit Hauptverbesserungswunsch <p>Fahrrad:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Infrastruktur für Fahrradfahrer wird deutlich kritischer beurteilt (v. a. durch Stadtbewohner) größter Befragtenanteil wünscht sich ein besseres und größeres Radwegenetz 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stärkere Gleichberechtigung der Verkehrsmittel, um leichte Erreichbarkeit unabhängig vom Verkehrsmittel zu gewährleisten (v. a. Ausbau Radwege) ▪ Pünktlichkeit und Transparenz: Ausbau elektronisches Businformationssystem ▪ Etablierung weiterer Fahrradstellplätze; Verhinderung des „wilden“ Abstellens ▪ Fortsetzung des Programms „Parkeschön“ durch „Dankeschön“