



Beschlussvorlage 2019/096	Referat	Bürgermeister
	Abteilung	Bürgermeister
	Verfasser(in)	Wirtschaftsbeauftragter

Gremium	Termin	Vorlagenstatus
Stadtrat	21.03.2019	öffentlich

Handel, Events und Tourismus im Spiegel der öffentlichen Meinung - Ergebnisse einer Umfrage in Friedberg

Beschlussvorschlag:

Die Ergebnisse werden zur Kenntnis genommen.

anwesend:	für den Beschluss:	gegen den Beschluss:
-----------	--------------------	----------------------



Sachverhalt:

Hintergrund

Auf Initiative des Ersten Bürgermeisters Roland Eichmann hat der städtische Wirtschaftsbeauftragte Thomas David eine Passantenumfrage in Friedberg durchgeführt. Diese Umfrage fand im Rahmen eines Seminars im Masterstudiengang Geographie an der Universität Augsburg statt, das David als Lehrbeauftragter geleitet hat. Die Themen, die in diesem Seminar behandelt wurden, waren:

- Wirtschafts- und Wohnstandort Friedberg
- Einkaufsverhalten und Aufenthaltsqualität in der Innenstadt Friedbergs
- Kulturangebot und Marketing am Beispiels Friedberg
- Tourismusangebot und Zielgruppen am Beispiels Friedberg

Entsprechend der Inhalte und städtischen Zuständigkeiten haben der Abteilungsleiter Kultur, Öffentlichkeitsarbeit und Sport, Frank Büschel, und der Leiter des Bürgerbüros, Hans-Jürgen Trinkl, die Studierenden mit Hintergrundinformationen bei der Konzeption der Befragung unterstützt.

Ziel der Umfrage war erstens einen Überblick über die Stärken und Schwächen des Standortes Friedberg zu bekommen und zweitens eine „Testumfrage“ zu konzipieren, auf der künftige Umfragen in einem kostengünstigen und arbeitssparenden Rahmen regelmäßig durchgeführt werden können.

Methodik

Je vier Studierende haben sich über ein Semester lang intensiv mit einem der Themenfelder am Beispiel von Friedberg beschäftigt. Die Aufgabe bestand u.a. auf der Erstellung einer Umfrage, welche auf konkrete Fragestellungen Antworten gibt, wie beispielsweise:

- Wie wird der Wirtschafts- und Wohnstandort Friedberg bewertet und welchen Handlungsbedarf gibt es?
- Wie wird die Friedberger Innenstadt wahrgenommen und wie kann sie attraktiver gestaltet werden?
- Welche Erwartungen haben die Menschen an die Kulturveranstaltungen in Friedberg?
- Welche Touristen und Besucher kommen nach Friedberg und warum?

Das Thema Wirtschafts- und Wohnstandort Friedberg wurde testweise durch einen Onlinefragebogen behandelt, die übrigen Themen durch persönliche Interviews. Befragt wurde an mehreren Tagen in der Friedberger Innenstadt, z.B. am Wochenmarkt, am Friedberger Advent und werktags, um möglichst eine heterogene Stichprobe (ca. 70-80 gültige Fragebogen je Thema) zu erhalten. Dennoch sind die Ergebnisse eine Momentaufnahme.

Zentrale Ergebnisse

In der Gesamtschau werden die wichtigsten Ergebnisse zusammengefasst:

- Den Menschen gefällt es in Friedberg: Rund 80% der Befragten, die in Friedberg leben, bewerten die Stadt insgesamt mit „sehr gut“ oder „gut“ (Folie 3). Neben harten Standortfaktoren wie z.B. Infrastruktureinrichtungen, punktet Friedberg vor allem mit sog. weichen Faktoren, wie Freizeit- und Kulturangebot, die Schönheit und Ruhe einer Kleinstadt, sowie der Zusammenhalt der Menschen (Folie 4 u. 5).
- Friedberg hat treue Kunden: Ein Drittel der Passanten gibt an, zum Einkaufen in die Innenstadt zu kommen, zwei Drittel kommen täglich oder mindestens einmal pro Woche in die City. Neben der Nähe zum Wohnort spielt auch das Angebot, die Beratung und die



Verbundenheit eine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung (Folie 6). Das bedeutet, dass die Friedberger treue Kunden sind, die gerne in die Innenstadt kommen. Dementsprechend wichtig sind für die Kunden auch die (fußgängerfreundliche) Gestaltung und die Aufenthaltsqualität (Folie 7).

- Gute und einzigartige Veranstaltungen in Friedberg: Die Befragten bewerten die Veranstaltungen in Friedberg überwiegend positiv. Vor allem etablierte Events (Friedberger Zeit und Friedberger Advent) erfreuen sich hoher Bekanntheit und Beliebtheit (Folie 8). Zusätzlich zu traditionellen, atmosphärischen Events wünschen sich die Befragten auch mehr Musik- und Sportveranstaltungen (Folie 9 u. 10).
- Friedberg hat touristische „Zugpferde“: Viele kulturelle Veranstaltungen haben auch touristisches Potential, was sich u.a. an der guten Bewertung zeigt (Folie 11 u. 12). Die Entwicklung neuer Radtouren sowie die Ausweitung unserer Stadtführungen mit verschiedenen Themen und kulinarischem Zusatzprogramm wecken das Interesse an unserer Stadt. Dadurch konnte in den letzten Jahren auch die Zahl der Besucher gesteigert werden.
- Verbesserungsbedarf beim Informationsfluss und Marketingmaßnahmen: Die Umfrage zeigt: Diejenigen Befragten, welche beispielsweise die Innenstadt oder Veranstaltungen kennen und besuchen, bewerten diese durchaus positiv. Eine nicht unerhebliche Zahl an Probanden konnte mangels Informationen keine Bewertung abgeben. Folglich besteht Verbesserungsbedarf an einem zielgerichteten und multimedialen Informationsmanagement.

Insgesamt werden die Aktivitäten in Friedberg von den Menschen überwiegend positiv wahrgenommen. Die einzelnen Verbesserungsvorschläge trüben das Gesamtbild einer funktionierenden Stadtgesellschaft nicht, sollten aber als Agenda für Entwicklungsmaßnahmen angesehen werden.

Weitere Vorgehensweise

Die Umfrage ist so angelegt, dass sie erstens regelmäßig durchgeführt werden kann, um somit eine Vergleichbarkeit und Veränderung über die Jahre hinweg zu beobachten. Dadurch können z.B. Verbesserungsmaßnahmen auf ihre Wirksamkeit überprüft werden. Zweitens kann durch eine (geringe) Nachjustierung an den Fragebögen zusätzliche Aspekte abgefragt werden, z.B. wenn ein besonderes Ereignis wie die Friedberger Zeit stattfindet oder wenn neue Fragestellungen beantwortet werden sollen. Der Sinn einer Beobachtung über mehrere Jahre (=Monitoring) ergibt sich u.a. auch dadurch, dass z.B. Änderungen in der Strategie und getätigte Entwicklungsmaßnahmen oftmals erst zeitverzögert wirksam werden.

Anlagen:

Präsentation zum Vortrag