



Handelsverband
Niedersachsen-Bremen



IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft

cima.

cima.monitor

Deutschlandstudie

LÄNDERBERICHT

Zentrenstudie Niedersachsen & Bremen

**WAS MENSCHEN KÜNFTIG
IN DIE INNENSTÄDTE LOCKT**

Regionalbericht zum Länderbericht der Zentrenstudie Niedersachsen & Bremen
11. Dezember 2024

CIMA Beratung + Management GmbH
Rühmkorffstr. 1
30163 Hannover
T 0511-220079-65
Ansprechpartner:
Martin Kremming
kremming@cima.de



CIMA Beratung + Management GmbH
30163 Hannover
T 0511-220079-65
Ansprechpartner:
Martin Kremming
kremming@cima.de

Inhaltsverzeichnis

Zentrenstudie Niedersachsen & Bremen

Regionalbericht

Impressum	Seite 3
Steckbrief der Studie	Seite 4
Customer Journey als Leitfaden	Seite 9
Die City im Kopf	Seite 10
Die City in den Beinen	Seite 20
Die City vor Augen	Seite 44
Die City im Herzen	Seite 71

Impressum

HERAUSGEBER, VERLAG

CIMA Beratung + Management GmbH
Rühmkorffstraße 1
30163 Hannover
www.cima.de

V.i.S.d.P

Martin Kremming, CIMA Beratung +
Management GmbH

Kontakt zur Redaktion

www.cimamonitor.de
medien@cima.de

Projektleitung

Martin Kremming

Zitierweise

cima.monitor – Zentrenstudie
Niedersachsen + Bremen 2024

1. Auflage, November 2024

Genderhinweise

Sprache war und ist immer im Wandel und verändert sich kontinuierlich. Weite Teile dieser Publikation nutzen gendergerechte Sprache als Ausdruck für die Anerkennung der Vielfalt unserer Gesellschaft. In einzelnen Beiträgen wird das generische Maskulinum für eine geschlechtsneutrale Ausdrucksweise bevorzugt. Weibliche und andere Geschlechteridentitäten werden dabei ausdrücklich mitgemeint, soweit es für die Aussage erforderlich ist.

Mitarbeit/Bericht

Julian Lange
Martin Kremming

Gestaltung

Julian Lange

Alle veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt.

Ohne schriftliche Genehmigung der cima ist jedwede Verwendung strafbar.

Sollten Sie Interesse an der Nutzung haben, kontaktieren Sie uns gerne per E-Mail:
medien@cima.de

www.cimamonitor.de

CIMA.monitor

Deutschlandstudie

INNENSTADT

2024

Kennziffern, Trends und Erwartungen

Multiple Krise: Wie die City standhält

Kopplungseffekte: Das Immunsystem multifunktionaler Zentren

Verkehrswende: Was und wer bereits in der Innenstadt „ankommt“

Gastronomie: Der symbiotische Partner des Einzelhandels im Fokus

Logos: stadt impulse, HDE Handelsverband Deutschland, CMVO City Management Verband e.V., DEHOGA BUNDESVERBAND, DIHK Deutscher Industrie- und Handelskammertag, hystreet.com, FokusDevelopment, mk ILLUMINATION, ebay, bcsc Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., L+DL Immobilien, EDEKA MINDEN HANNOVER

Steckbrief der Deutschlandstudie

Fakten und Wissen zur Innenstadt



Stichprobe: 5043 Befragte
Nach Bundesländern gewichtet
telefonisch + online



Zeitraum: Juni/Juli 2024 in Deutschland



38 Fragen - Auswertungen u. a. nach

- Altersgruppen + Geschlecht
- Stadtgrößen + „Ost–West“
- Einkommen

cima.monitor

2024

Niedersachsen

INNENSTADT



Steckbrief der Zentrenstudie

Fakten und Wissen zu den Innenstädten und Zentren in Niedersachsen und Bremen



Stichprobe: 1.700 Befragte in Niedersachsen und Bremen telefonisch + online



Zeitraum: Oktober 2024



38 Fragen - Auswertungen u. a. nach

- Altersgruppen + Geschlecht
- Großstädte (H, HB, BS, OS, OL)
- Kammerbezirke (Stadt/Land)
- Einkommen
- Zusatzfragen zur Mobilität PKW
- Zusatzfrage zur Mobilität Fahrrad
- Zusatzfrage zum Wohnen in den Zentren

cima.monitor „Deutschlandstudie Innenstadt 2024“

Steckbrief Zentrenstudie Niedersachsen & Bremen

Die **Studie** liefert **wichtige Erkenntnisse** für **lokale** und **regionale** sowie **staatliche Initiativen** und zeigt **Handlungsbedarfe** (z. B. Förderschwerpunkte, Ausgestaltung der Rahmenbedingungen) und ist eine **gemeinsame Wissens- und Diskussionsbasis** für **lokale und überregionale Gremien und Initiativen**. Sie gibt Antworten auf die zur Innenstadtstrategie zählenden Handlungsfelder der Zentrenentwicklung.

— WORUM GEHT ES? —

- Weiterentwicklung der Innenstädte und Zentren als Wirtschafts-, Handels-, Tourismus- und Arbeits- & Wohnstandort.
- Wie müssen die Probleme der Innenstädte und Zentren angegangen werden und wie ist die Problemlage in Niedersachsen lokal und regional einzuschätzen?
- Wie weit sind die Städte beim Wandel der Mobilität, was kann über die Erreichbarkeit und das Parken in den Innenstädten und Zentren abgeleitet werden?
- Wie haben sich die Anforderungen an eine attraktive Innenstadt verändert?

— LÖSUNG als MEHRWERT —



- Zusammenarbeit mit den Initiativen Stadtimpulse, IHKN Fokus Zukunft Niedersachsen I + IHKN Fokus Zukunft Niedersachsen II und den Zukunftsräumen Niedersachsen, die fundierte Analysen zu aktuellen Problemstellungen und Herausforderungen liefern.
- Derzeit mehr als 120 zertifizierte Lösungsansätze und Praxisbeispiele für die Attraktivierung von Innenstädten und Zentren bei den Stadtimpulsen.

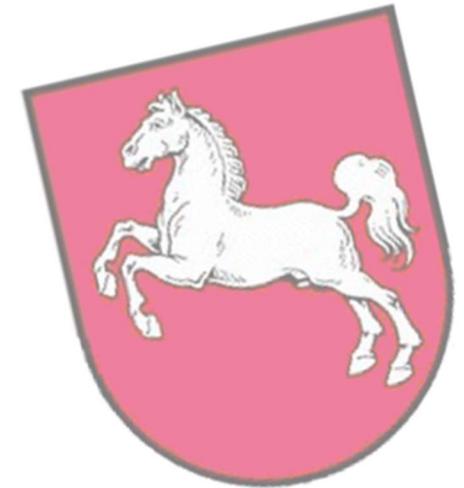
Zentrenstudie Niedersachsen & Bremen

Vorgehensweise

Stichprobenumfang:



- Rd. 1.700 Teilnehmende (Vergleich nach Altersklassen, Ortsgrößenklassen)
- Befragung im ländlichen und städtischen Raum sowie den vier größten Städten in Niedersachsen sowie Bremen
- Räumliche Unterteilung in die Bezirke der IHK Niedersachsen sowie die Stadt Bremen



Der Fragebogen mit 30 Fragen der Deutschlandstudie
Vier Zusatzfragen zu ausgewählten Themenbereichen

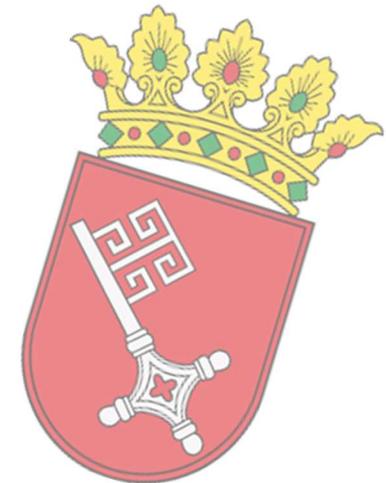


Befragung in niedersachsenweitem **Online Panel**

Ergänzung durch telefonische Haushaltsbefragungen für regionale Vertiefung

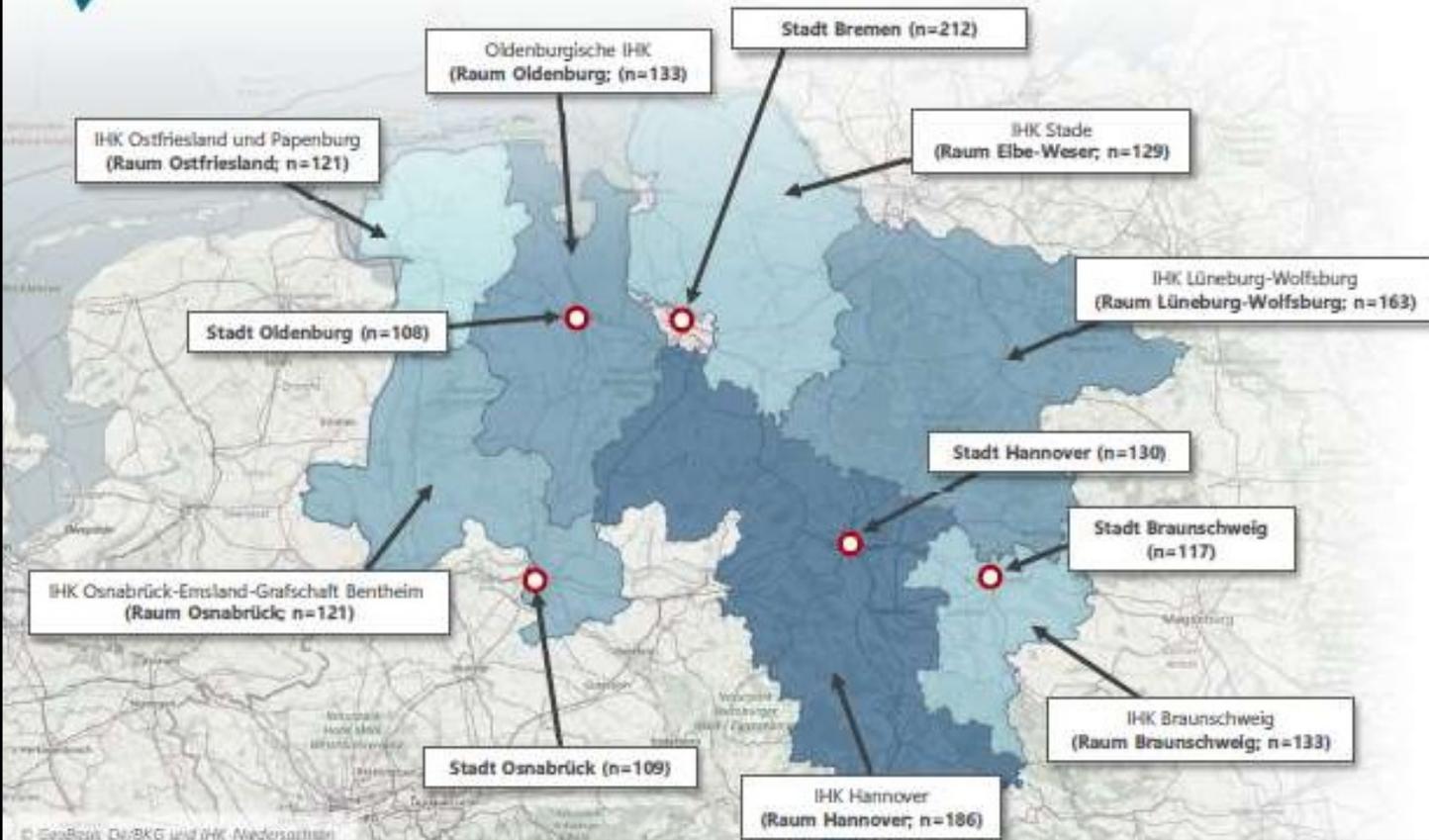


- **Befragung** und **Endbericht** sind entlang der **Customer Journey** strukturiert (s. Folie 9).
- **Aufbereitung** der **Ergebnisse** in einem **1. Endbericht** und einem **2. Materialband**, **3. Bericht** mit **Vergleich** zur **Bundesebene**, **4. Regionalbericht**.



Zentrenstudie Niedersachsen & Bremen

Überblick der Befragten



CUSTOMER JOURNEY

1. DIE CITY IM KOPF

Wie wir den Innenstadtaufenthalt vorbereiten und planen



3. DIE CITY VOR AUGEN

Wie wir die Innenstadt erleben



2. DIE CITY IN DEN BEINEN

Wie wir uns die Innenstadt erschließen



4. DIE CITY IM HERZEN

Wie wir der Innenstadt treu bleiben



Grafik: Stock/thalierd



Bildkomposing: Matthias Hugo

Die City im Kopf

WIE WIR DEN INNENSTADTAUFENTHALT
VORBEREITEN UND PLANEN



cima.

Innenstadt unter der Lupe: Welches Angebot lockt?

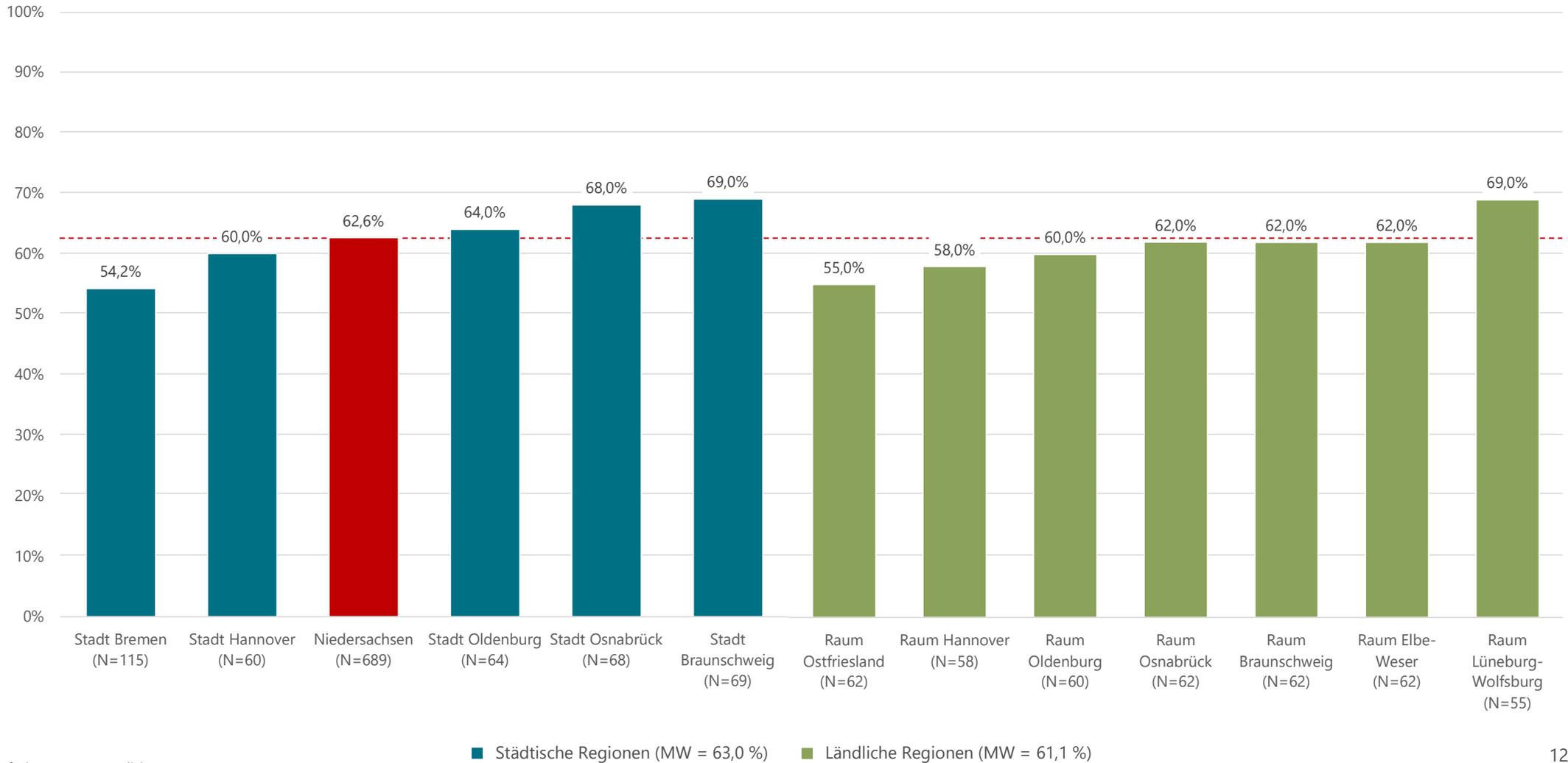
In den eher ländlich bis kleinstädtisch geprägten Regionen in Niedersachsen steht das Shopping noch auf Platz 1 der in die Zentren lockenden Angebote. Knapp verfolgt von der Gastronomie und dem Bummeln, die die vorderen Plätze eingenommen haben.

Im Bereich der Sortimente sind eher kleinere Städte und Zentren wegen grundlegender Lücken im Branchenmix gefährdet. Gerade fehlende Drogerie- und Lebensmittelmärkte sowie Textiler reißen gefährliche Lücken! Diese Sortimente erwarten die Befragten in den niedersächsischen Zentren.

Wo die Menschen zum Shopping die Zentren besuchen - - Regionale Besonderheiten in Niedersachsen und Bremen

Städtische Regionen

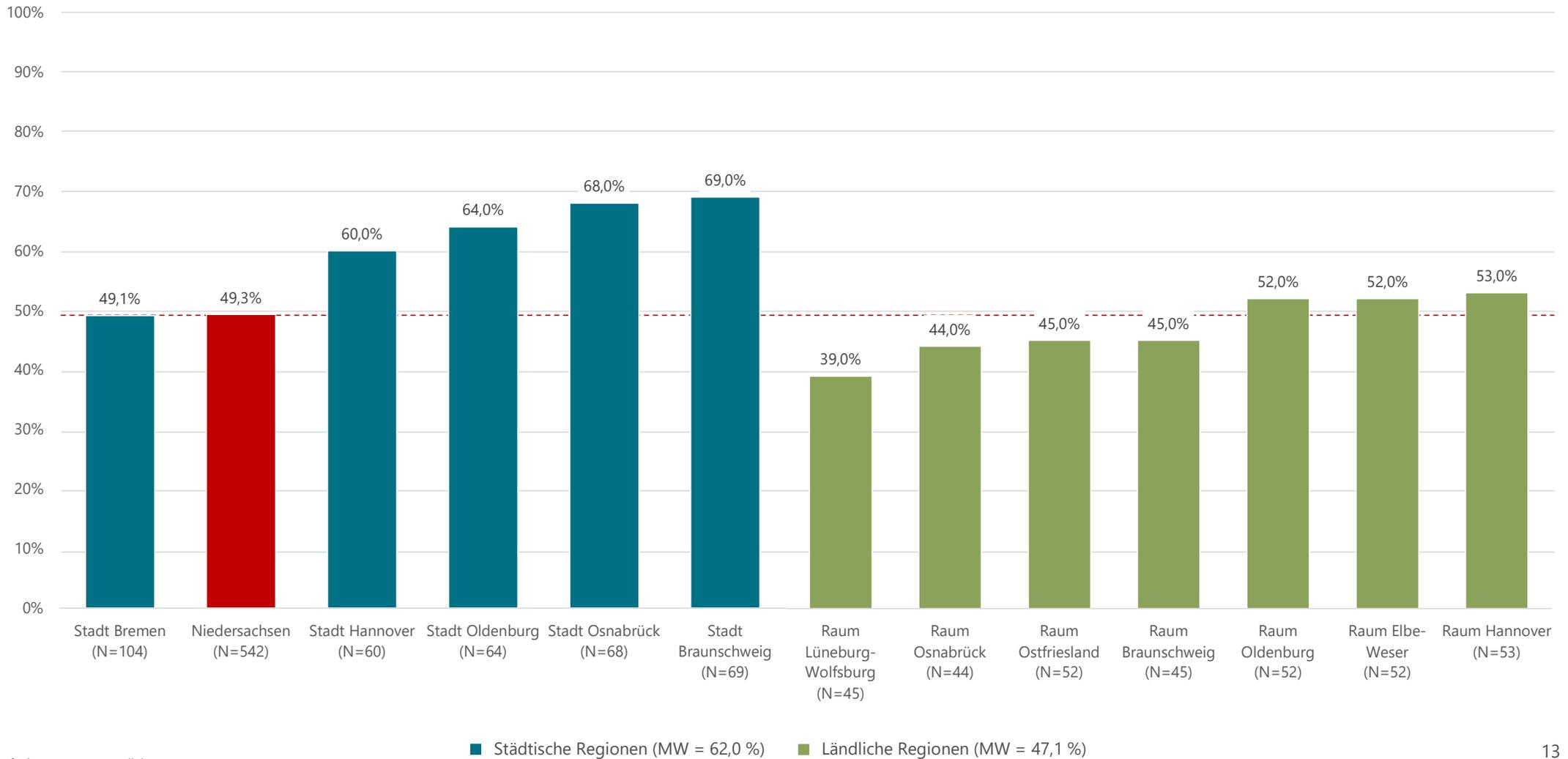
Ländliche Regionen



Wo die Menschen zum Gastronomiebesuch die Zentren besuchen – Regionale Besonderheiten in Niedersachsen und Bremen

Städtische Regionen

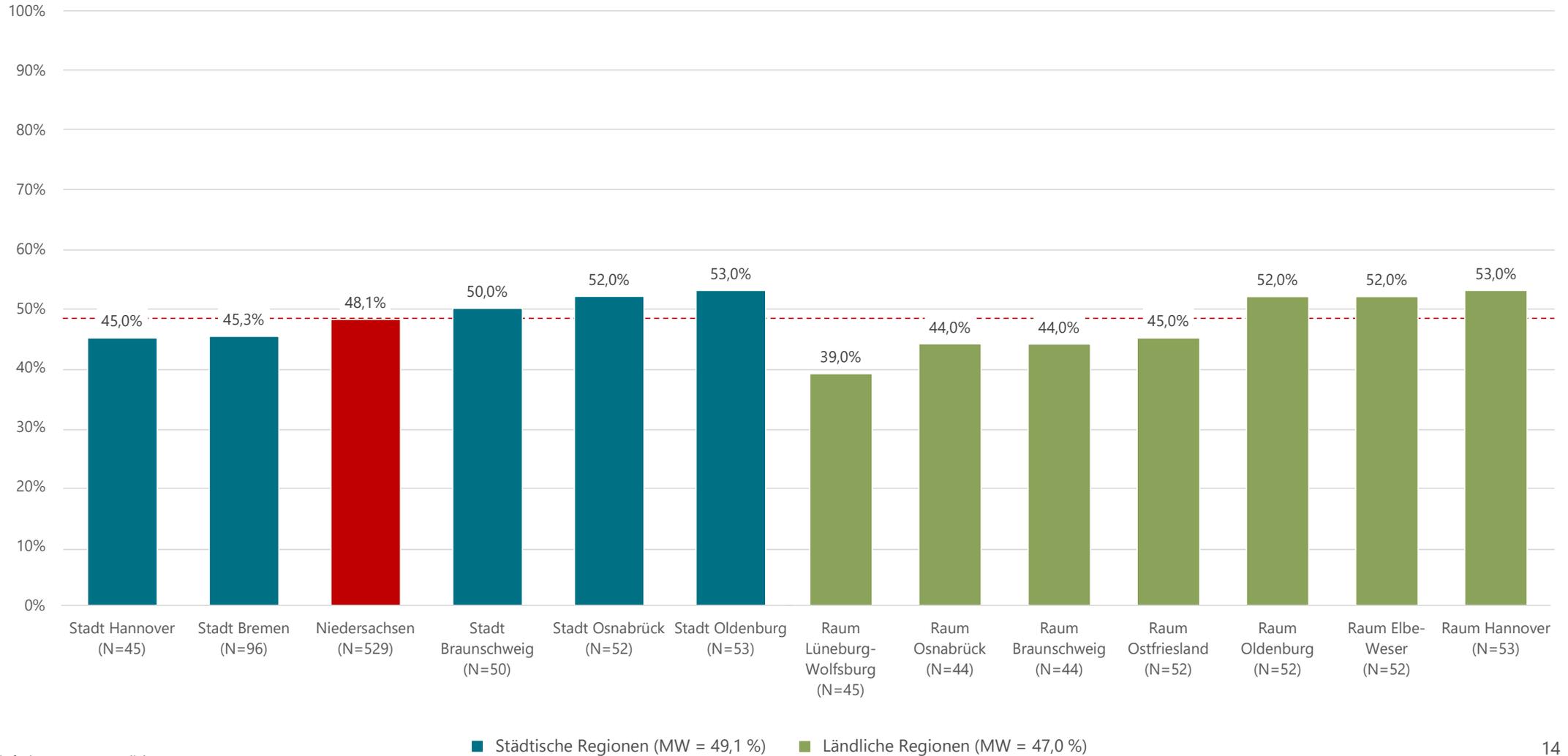
Ländliche Regionen



Wo die Menschen zum Bummeln die Zentren besuchen - - Regionale Besonderheiten in Niedersachsen und Bremen

Städtische Regionen

Ländliche Regionen

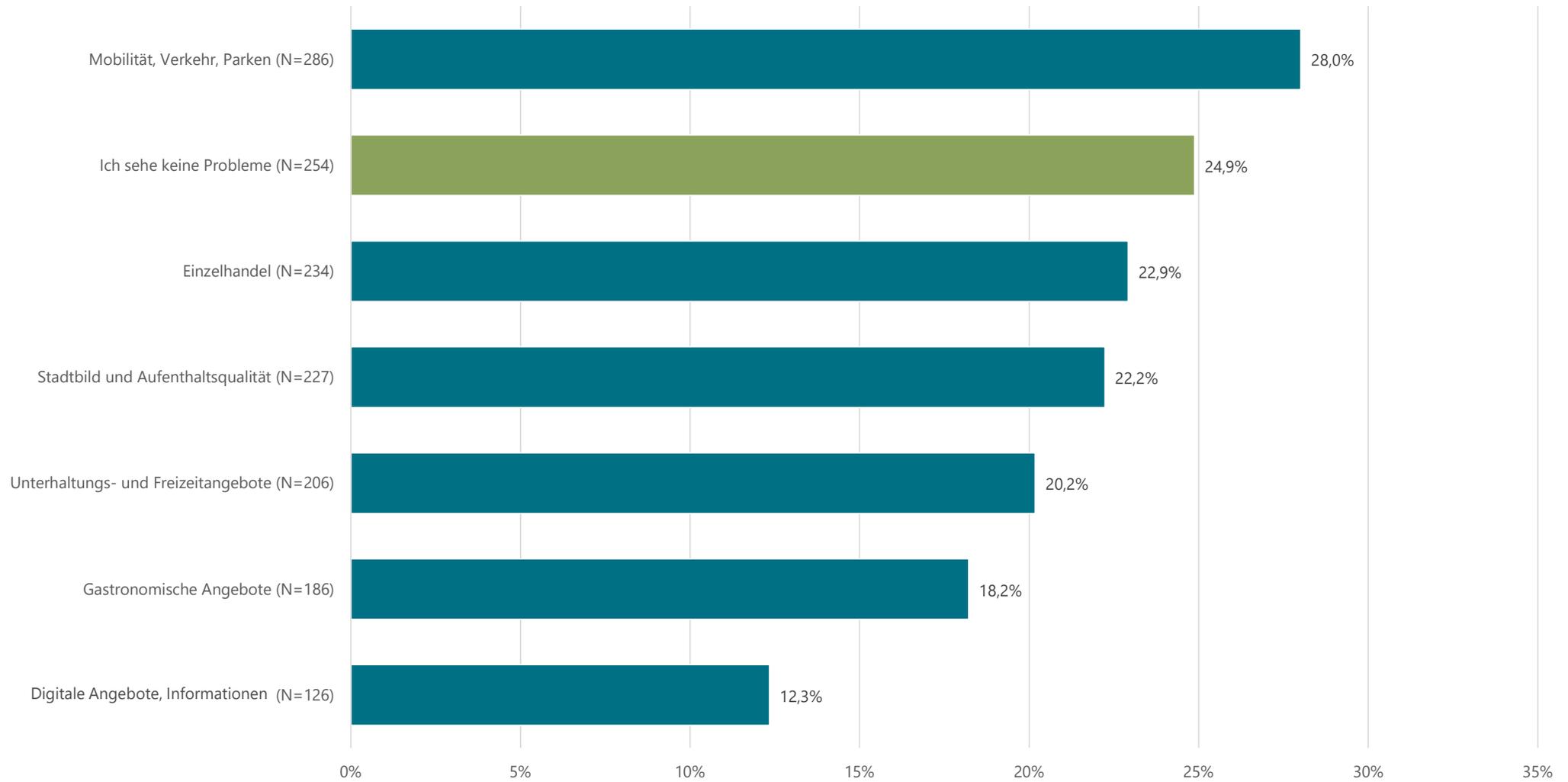


Was sind die Probleme, die von einem Innenstadtbesuch abhalten?

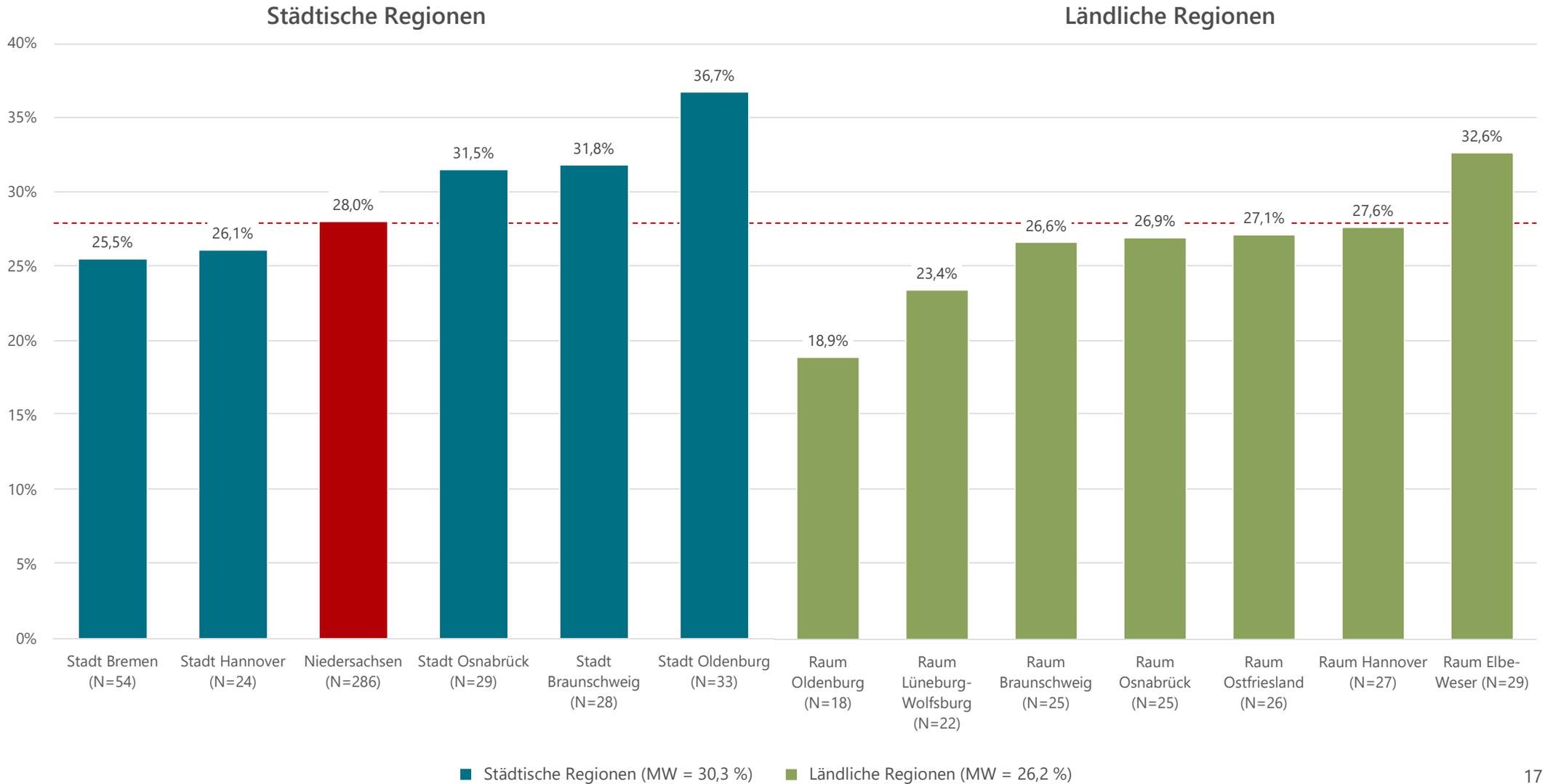
Die Deutschen insgesamt sehen zu einem Drittel keine Probleme, die sie von einem Innenstadtbesuch abhalten. Leider sind dies in Niedersachsen nur gut ein Viertel der Menschen. Anders ausgedrückt: Dreiviertel der Niedersachsen werden durch verschiedene Gründe von dem Besuch ihrer Zentren abgehalten.

Das herausragende Problem in Niedersachsen ist die **Erreichbarkeit der Zentren**, insbesondere im Raum **Elbe-Weser**. Im Raum **Ostfriesland** fehlen die **Einzelhandelsangebote** stärker als in anderen Zentren, während in den Zentren im Raum **Hannover** das **Stadtbild** negativer beurteilt wird als in anderen Räumen.

Wo sehen die **Niedersachsen** die Probleme, die von einem Besuch der Innenstadt abhalten?



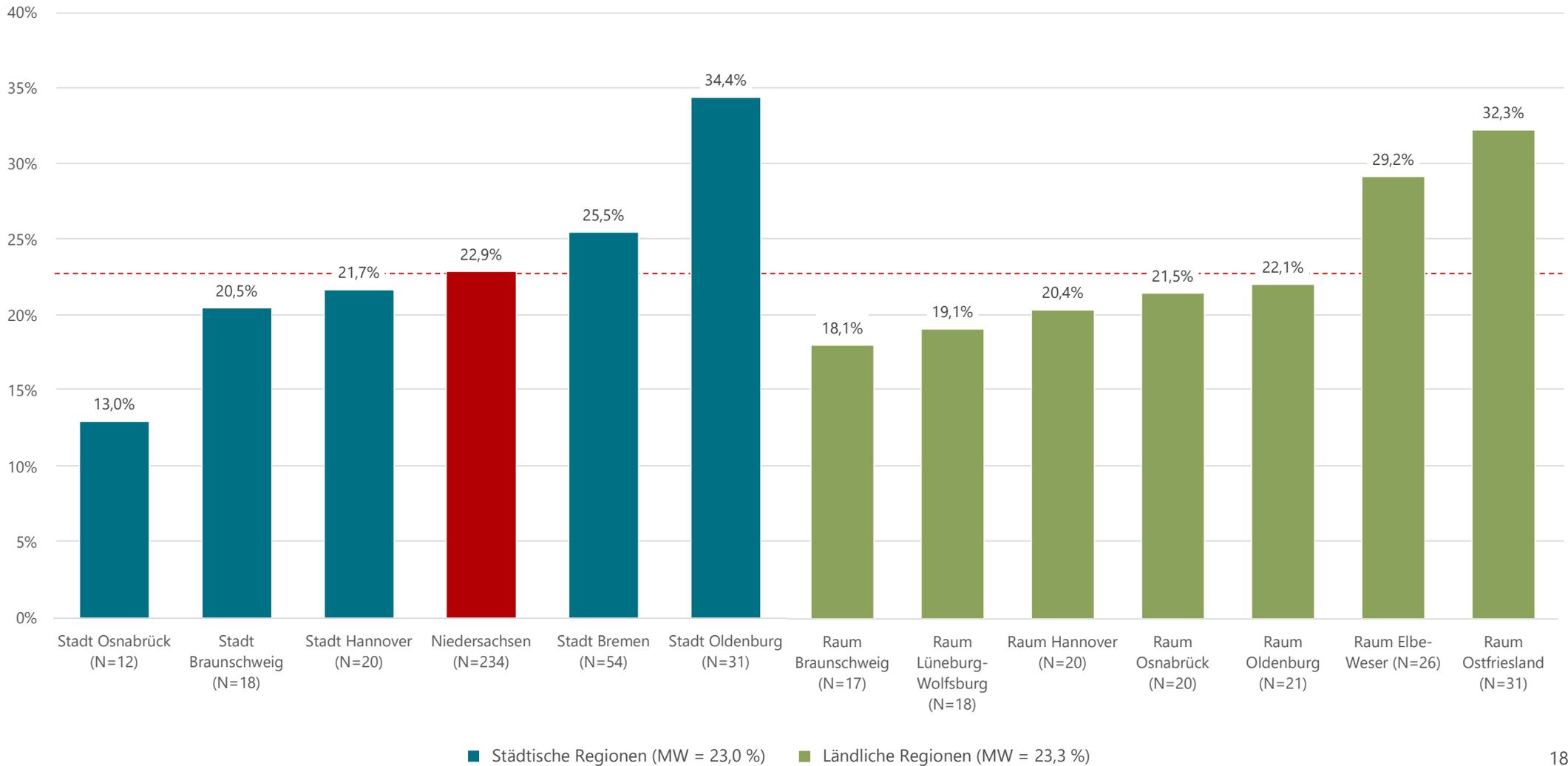
Wo die Mobilitätsangebote einen häufigeren Innenstadtbesuch verhindern – Regionale Besonderheiten



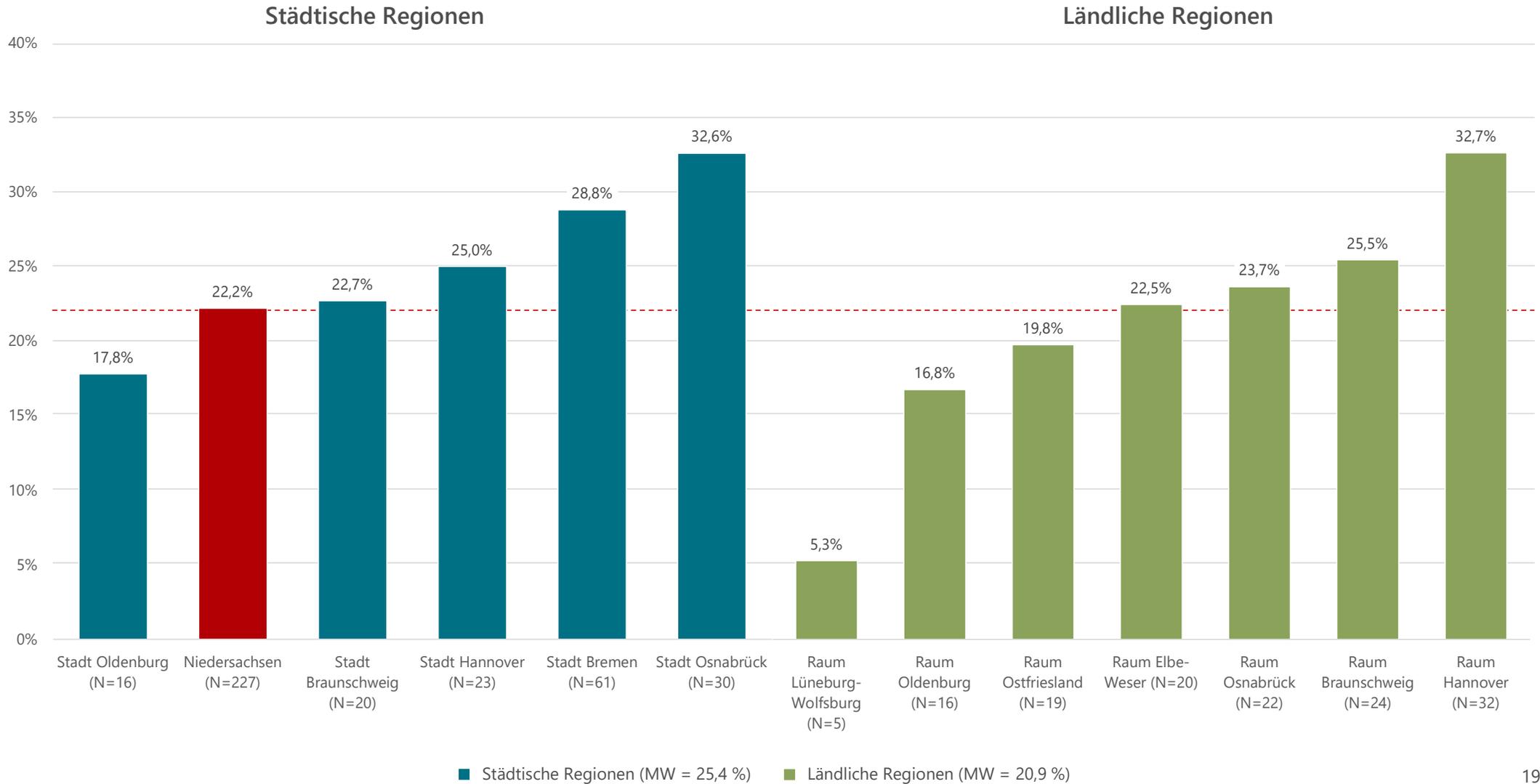
Wo die Angebote im Einzelhandel einen häufigeren Innenstadtbesuch verhindern – Regionale Besonderheiten

Städtische Regionen

Ländliche Regionen



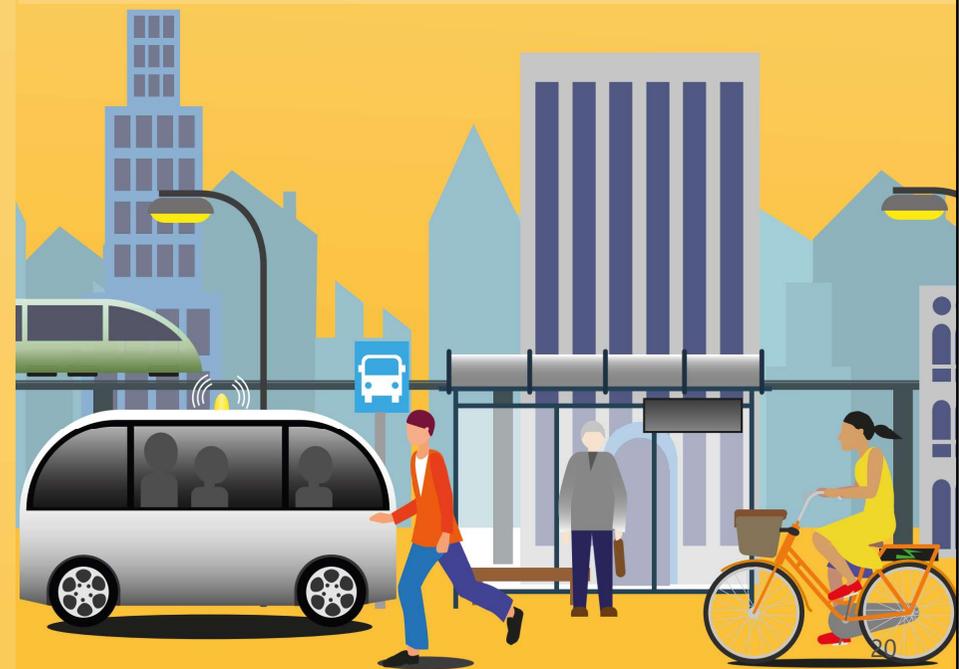
Wo das Stadtbild einen häufigeren Innenstadtbesuch verhindert – Regionale Besonderheiten



cima.

Die City in den Beinen

WIE WIR UNS DIE INNENSTADT
ERSCHLIESSEN



Mobilitätsangebote – Gehen wir bald alle zu Fuß?

Im Titel des vorliegenden Kapitels steckt eine gehörige Portion Innenstadtrealität, denn zu Fuß ist in den Zentren am Ende jede und jeder unterwegs.

Der Blick auf die Verkehrsmittelwahl legt Wünsche und Forderungen der City-Besucher*innen offen, die wesentlich die Verkehrs- und Stadtplanung tangieren. Deutschlandweit schmilzt der Vorsprung des PKWs vor den anderen Verkehrsmitteln. Das Fahrrad und der E-Roller gewinnen in der Fläche, der ÖPNV in den Großstädten.

Die „Problemzonen“ variieren in den untersuchten Städten: Jedes Zentrum braucht sein eigenes Verkehrssystem mit individuellem Mix, an dem laufend gearbeitet wird!

Im ländlichen Raum dominiert der PKW für den Innenstadtbesuch, ÖPNV und Fahrrad mit sehr geringen Anteilen

Im ländlichen Raum in Niedersachsen kommt der **PKW** auf einen Wert von einem Drittel bis zur Hälfte der Befragten, die den PKW als Verkehrsmittel der Wahl beim **Innenstadtbesuch** nutzen. In den Großstädten werden Werte um 20 % erreicht.

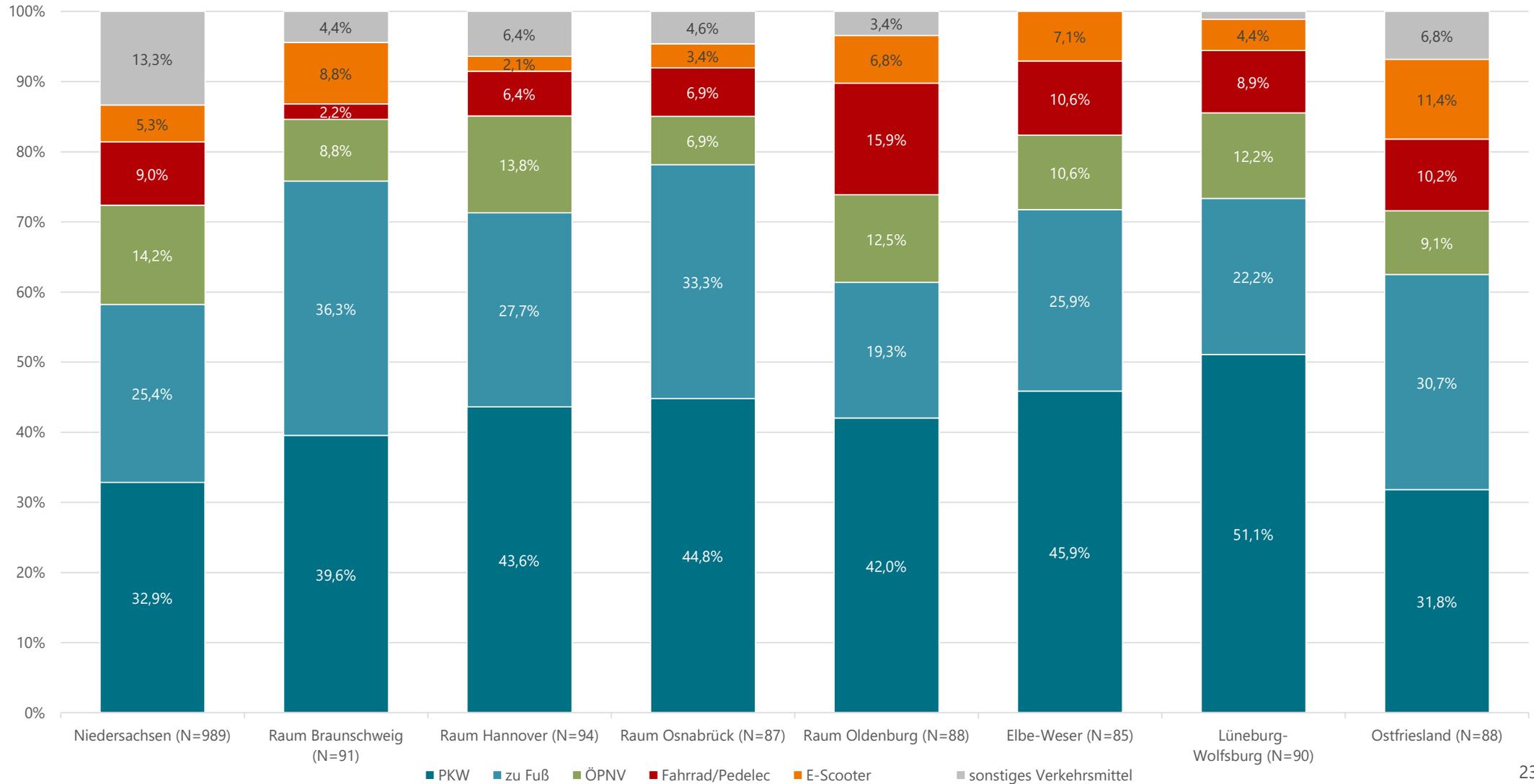
Der **ÖPNV** als Verkehrsmittel für den Besuch der Zentren wird im ländlichen Raum sehr wenig genutzt. Schlusslicht bildet der Raum Osnabrück mit 6 %. Angeführt wird der ÖPNV-Anteil am Model Split, um das Zentrum zu besuchen, in der Region Hannover mit 14 %. Dazu der Vergleich der Großstädte: Hannover 33 % und Bremen 43 %.

Der **Fahrradanteil** am Zentrenbesuch erreicht lediglich im Raum Oldenburg 15 %, ansonsten liegen die Werte bei 10 % oder deutlich darunter. Hier wird deutlich, dass die Fahrradinfrastruktur dafür vielerorts nicht ausgelegt ist (Sicherheitsempfinden! Sicheres Abstellen!).

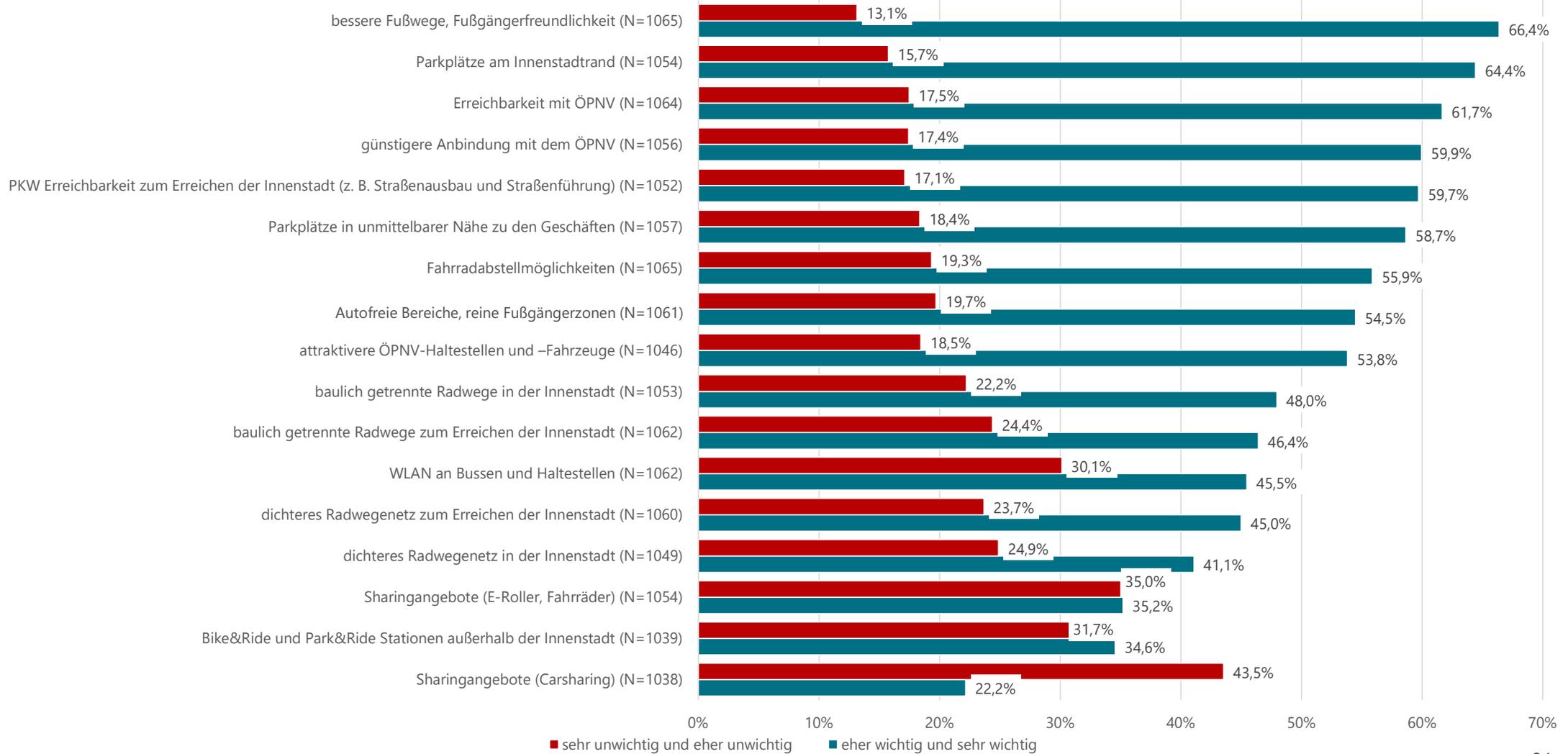
Bei der **Wichtigkeit** einzelner Maßnahmen zur Aufwertung der Zentren machen die Befragten in den ländlichen Räumen keine Abstriche im Vergleich zu den Großstädten. Es werden auch in den ländlichen Räumen **bessere Fußwegeverbindungen**, ein kundengerechteres **Parken am Innenstadtrand** und ein **ausgebauter ÖPNV** gefordert.

Hauptverkehrsmittel zum Erreichen der Innenstadt (Modal Split)

- Regionale Besonderheiten



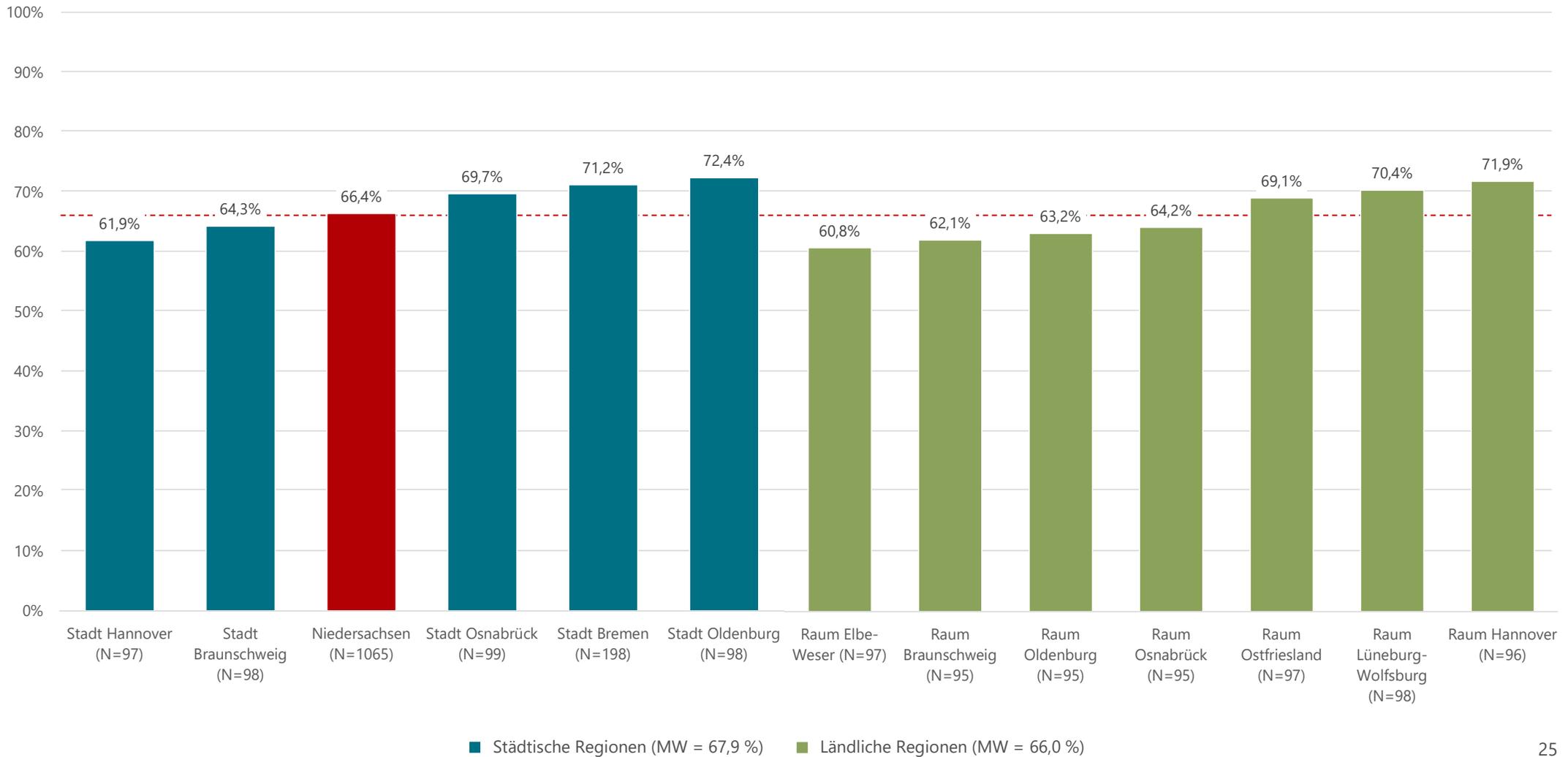
Welche Mobilitätsangebote müssen die Innenstädte den Niedersachsen bieten?



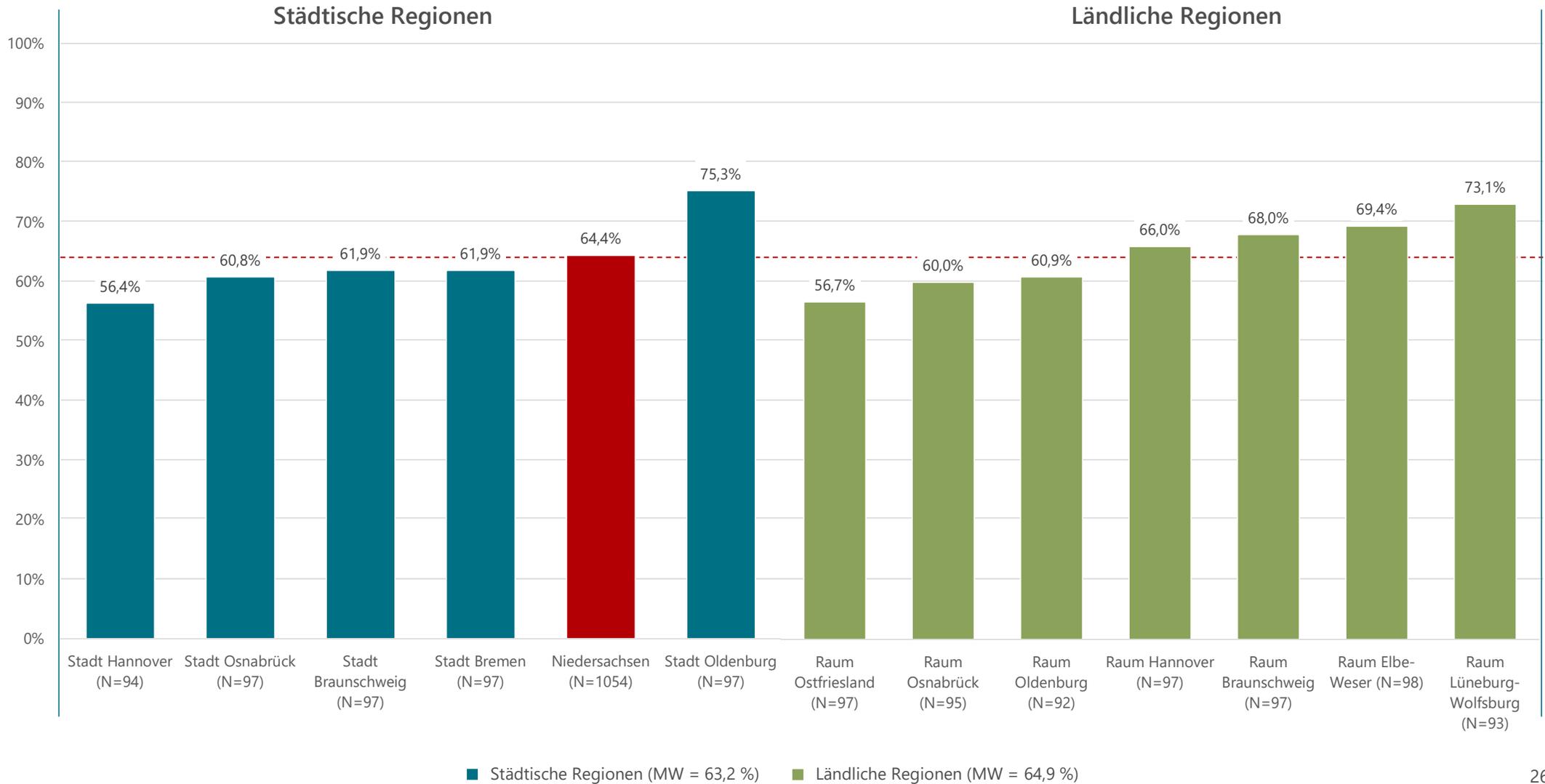
Wo bessere Fußwege in den Zentren eher wichtig oder sehr wichtig sind – Regionale Besonderheiten

Städtische Regionen

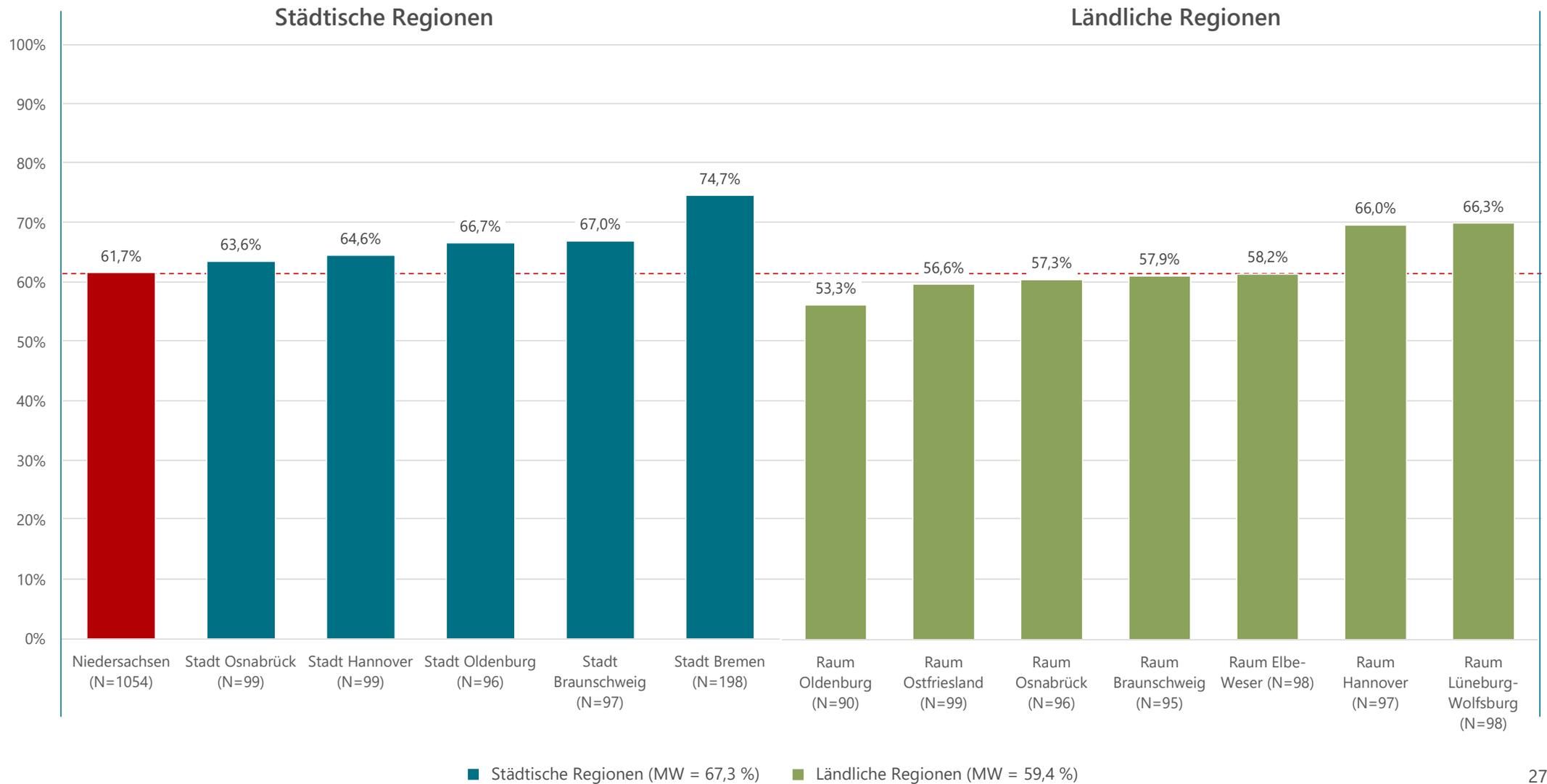
Ländliche Regionen



Wo Parkplätze am Innenstadtrand eher wichtig oder sehr wichtig sind – Regionale Besonderheiten



Wo die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV eher wichtig oder sehr wichtig ist – Regionale Besonderheiten



Die Niedersachsen möchten am Innenstadtrand parken und bewerten das dortige Angebot heute schlecht

Insgesamt wurden für das **Parken am Innenstadtrand** eher durchwachsene Noten vergeben. Die schlechteste im Raum Lüneburg-Wolfsburg mit 4,05.

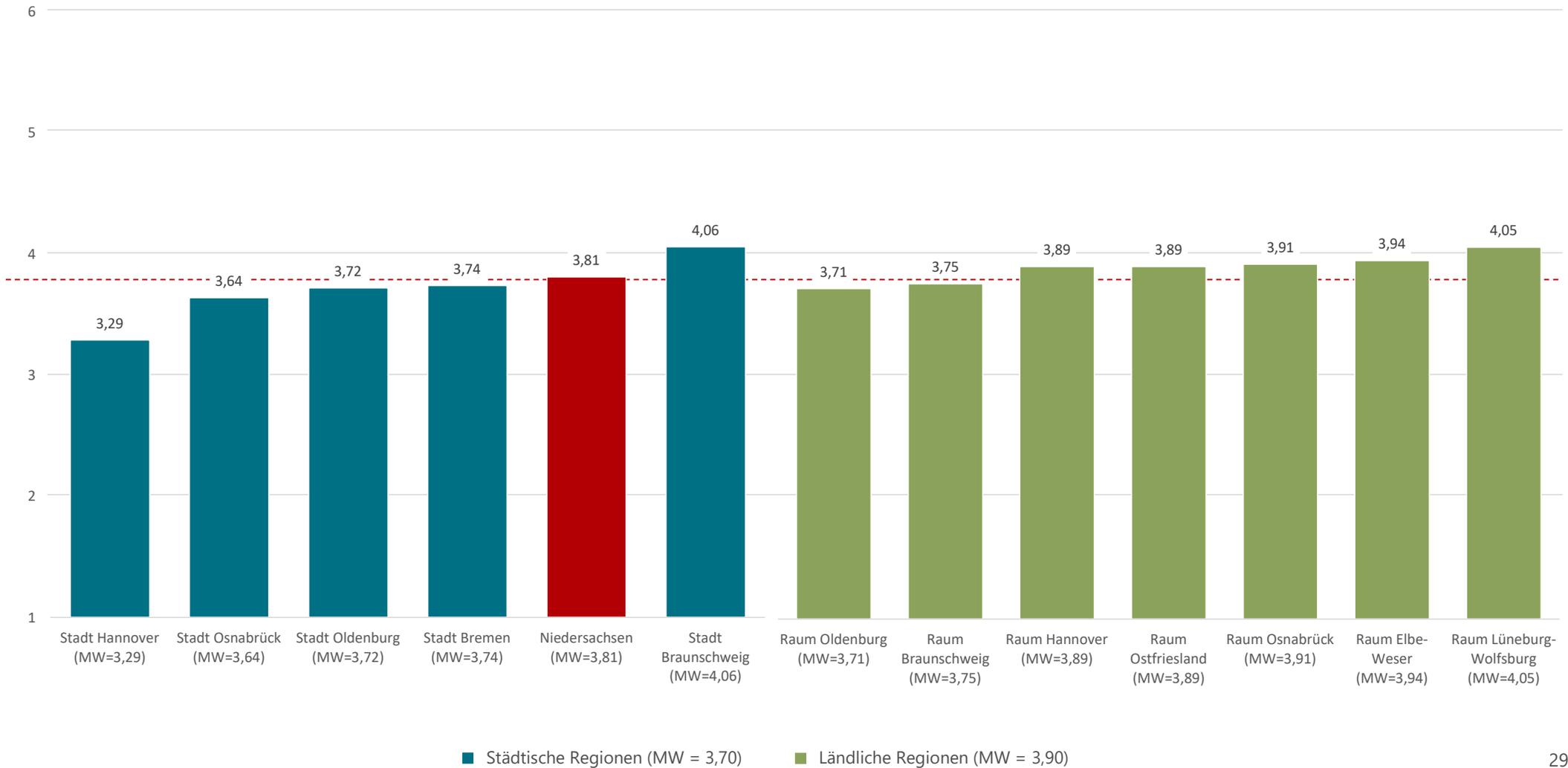
Dafür schnitt ebendort das Angebot an **Fahrradinfrastruktur** am besten ab. Dieses wurde in der Region Elbe-Weser am schlechtesten bewertet.

Auch wenn die Noten eher schmeichelhaft sind, wird das Angebot zum **Erreichen der Innenstadt mit dem ÖPNV** im Raum Lüneburg-Wolfsburg am besten beurteilt. Hier fällt der Raum Ostfriesland mit der schlechtesten Zensur deutlich ab.

Wie Parkplätze am Innenstadtrand bewertet werden
– Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)

Städtische Regionen

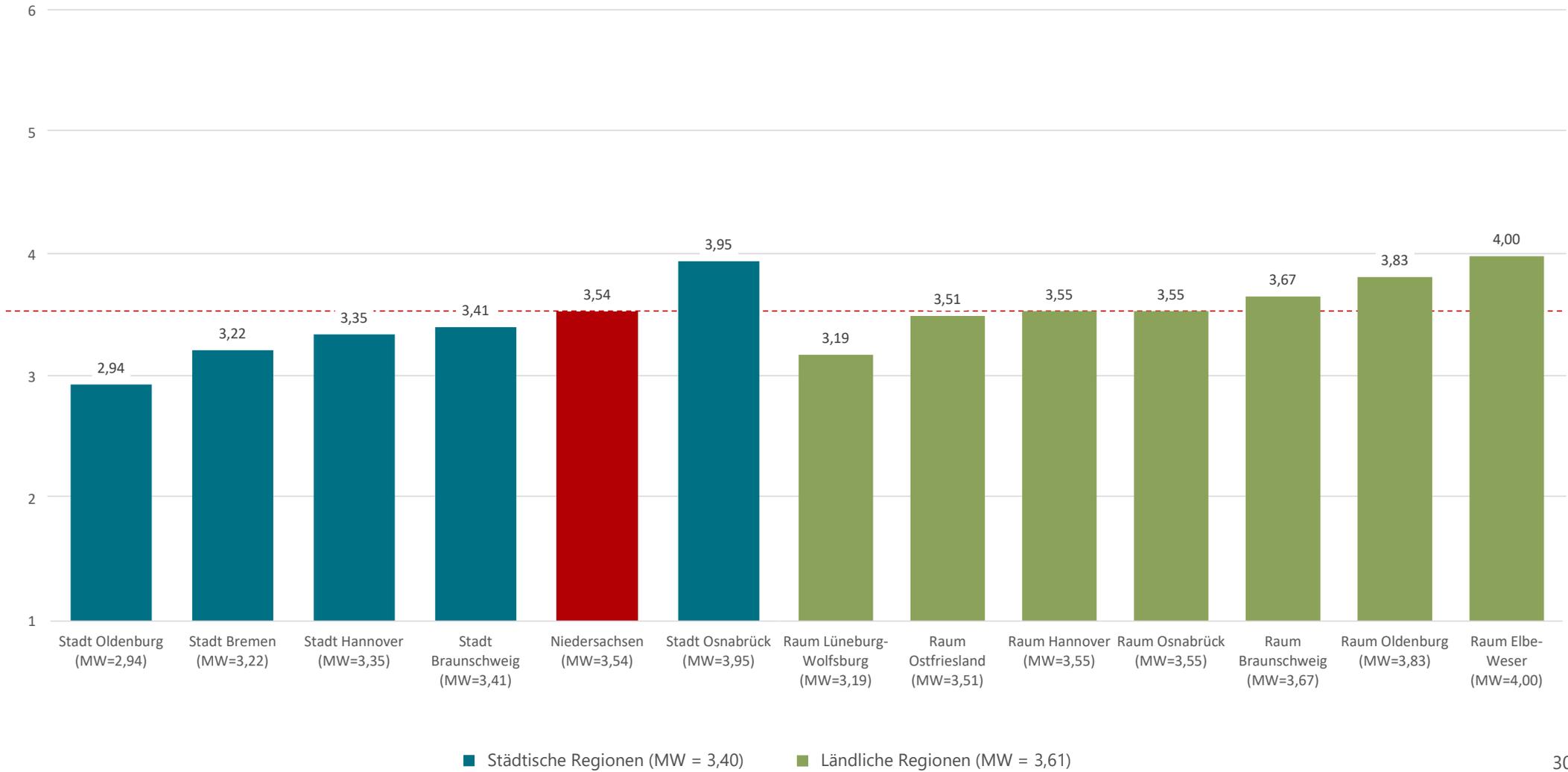
Ländliche Regionen



Wie das Radwegenetz zum Erreichen der Innenstadt bewertet wird
 – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)

Städtische Regionen

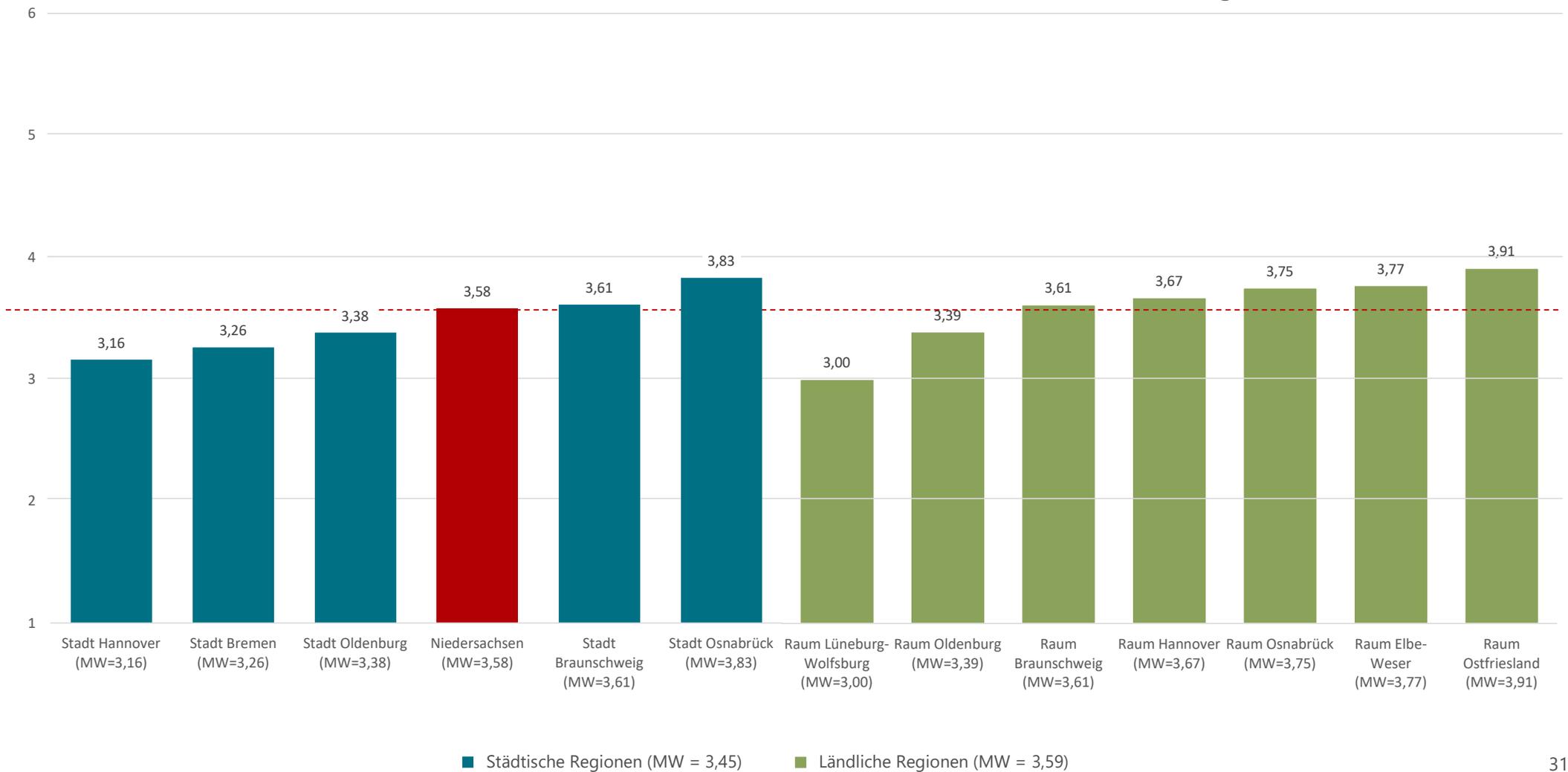
Ländliche Regionen



Wie die Anbindung mit dem ÖPNV bewertet wird
 – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)

Städtische Regionen

Ländliche Regionen



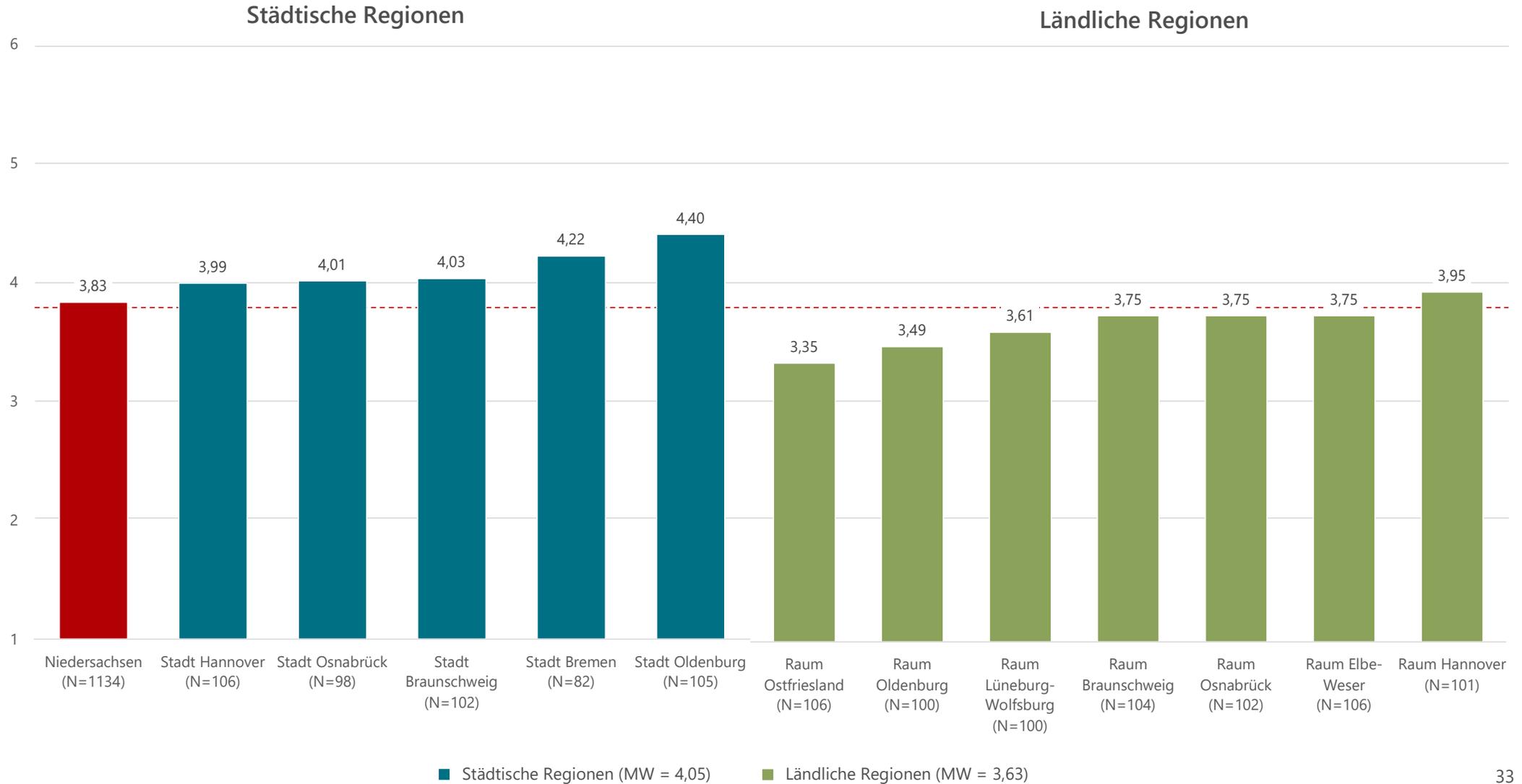
Wie die Menschen das Parken in der Innenstadt beurteilen

Bei der Bewertung der Höhe der **Parkgebühren in den Zentren** schnitt der Raum Ostfriesland am besten ab. Die schlechtesten Noten wurden für den Raum Hannover vergeben.

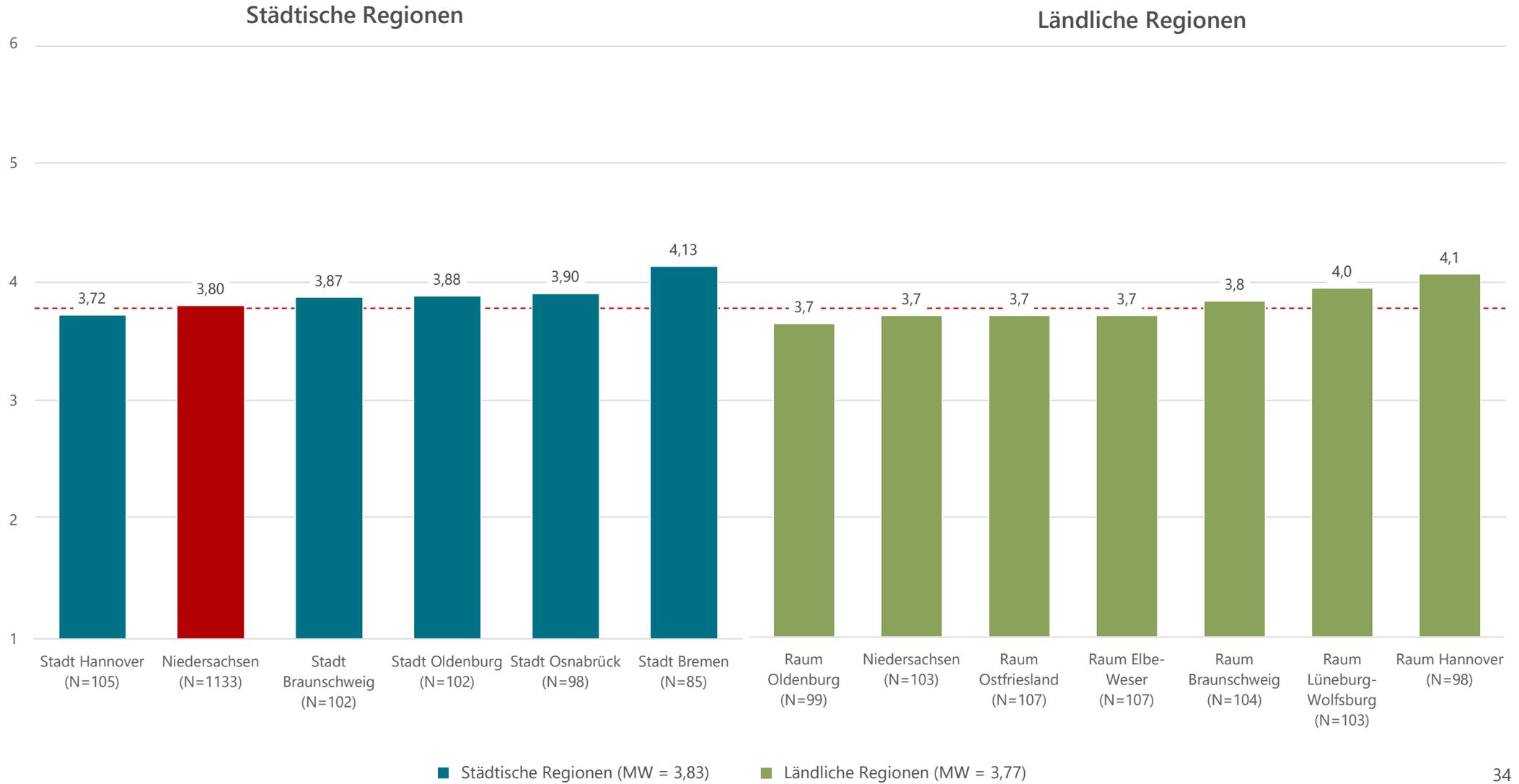
Die Beurteilung der **Anzahl der Parkplätze** in den Zentren der ländlichen Räume fällt durchwachsen aus und liegt ungefähr auf dem Notenniveau der Großstädte.

Das gleiche Ergebnis beim **Parken im Straßenraum der Zentren**: Dies funktioniert am besten im Raum Ostfriesland und wird am schlechtesten im Raum Hannover beurteilt.

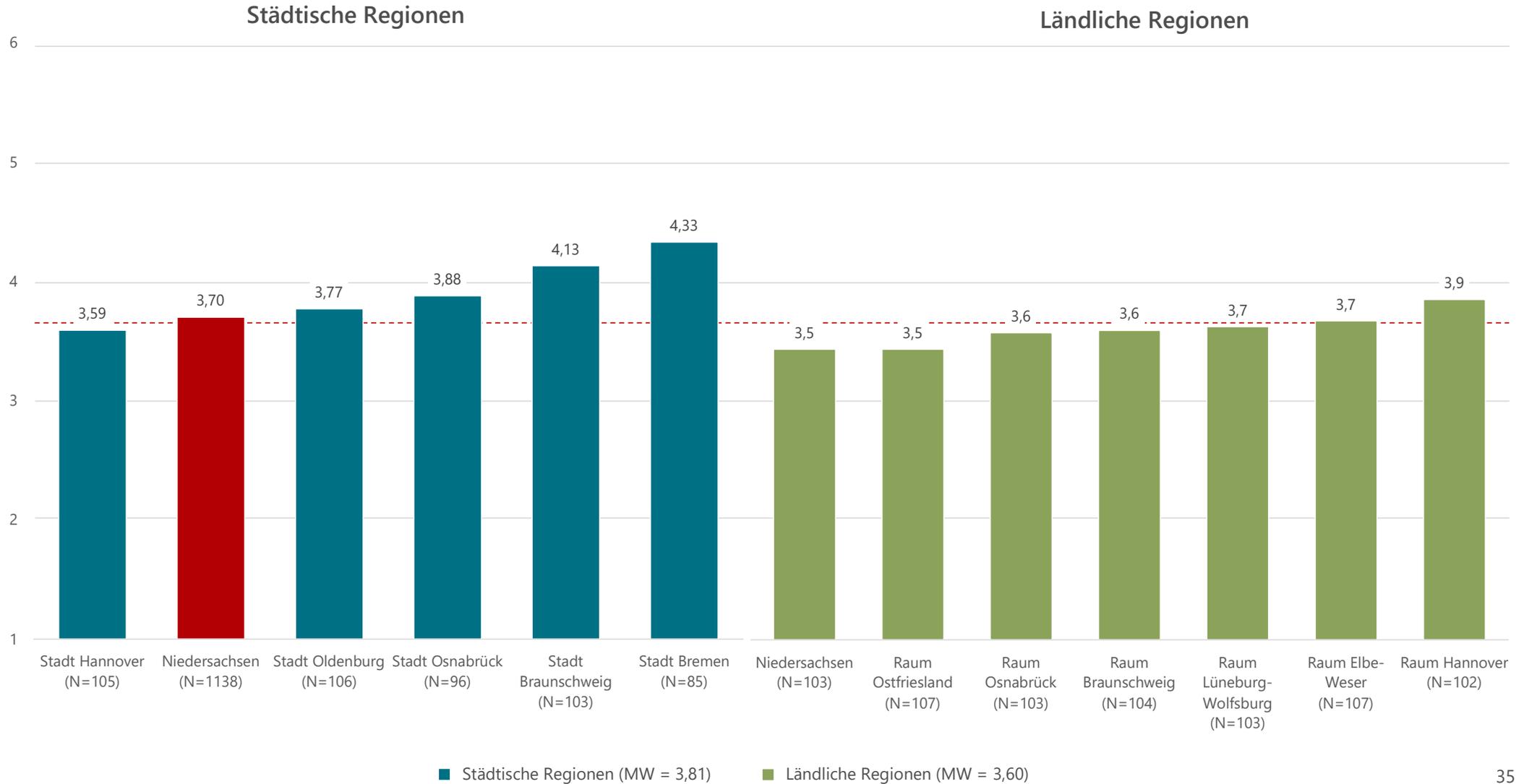
Wie die Höhe der Parkgebühren in den Innenstädten bewertet wird – **Regionale Besonderheiten** (Schulnoten von 1-6)



Wie die Zahl der Parkplätze in den Innenstädten bewertet wird – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



Wie das Parken im Straßenraum in den Innenstädten bewertet wird – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



Innenstadtparken: kontroverses Thema

Soll **Parken in den Innenstädten teurer** werden, damit der mobile Wandel in Gang kommt? Ein deutlich überwiegender Großteil der Niedersachsen in den ländlichen Räumen **lehnt dies ab**.

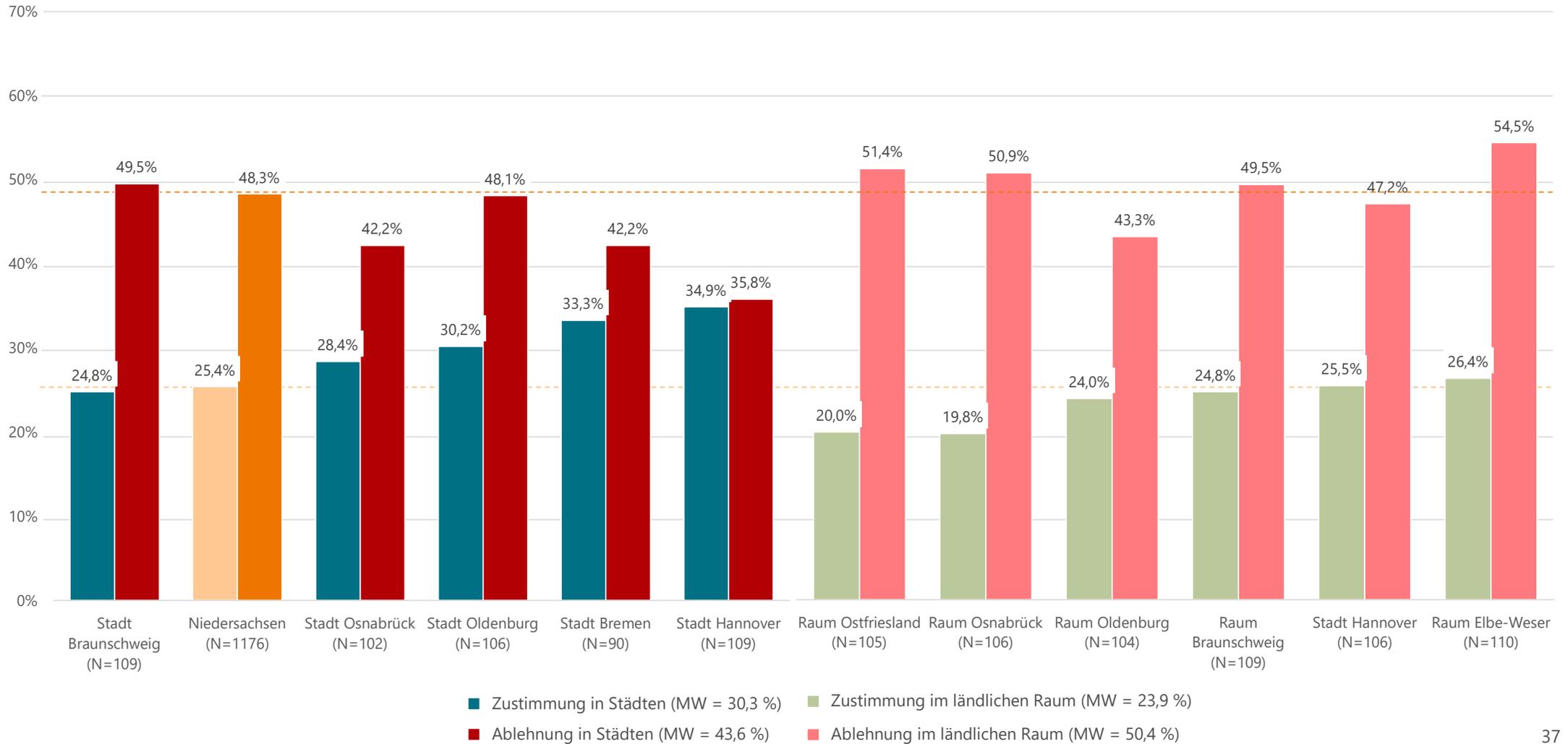
Knapp abgelehnt wird mehrheitlich die Maßnahme, dass **zugunsten von Geh- und Radwegen Parkplätze wegfallen** könnten. Lediglich in den Räumen Osnabrück und Oldenburg könnte diese Maßnahme laut Umfrage wohl zur einer **Attraktivitätssteigerung** beitragen.

Das Ergebnis kippt, wenn **zugunsten von witterungsgeschützten und bewachten Fahrradstellplätzen PKW-Stellplätze wegfallen** würden. In allen Räumen, außer im Raum Oldenburg, wird dieser Maßnahme **zugestimmt**. Am Ende kommt es offensichtlich auf die Qualität der gewonnenen Stellplätze an.

Wo man teurerem Parken zustimmt oder es ablehnt, um die Zentren attraktiver zu machen - Regionale Besonderheiten

Städtische Regionen

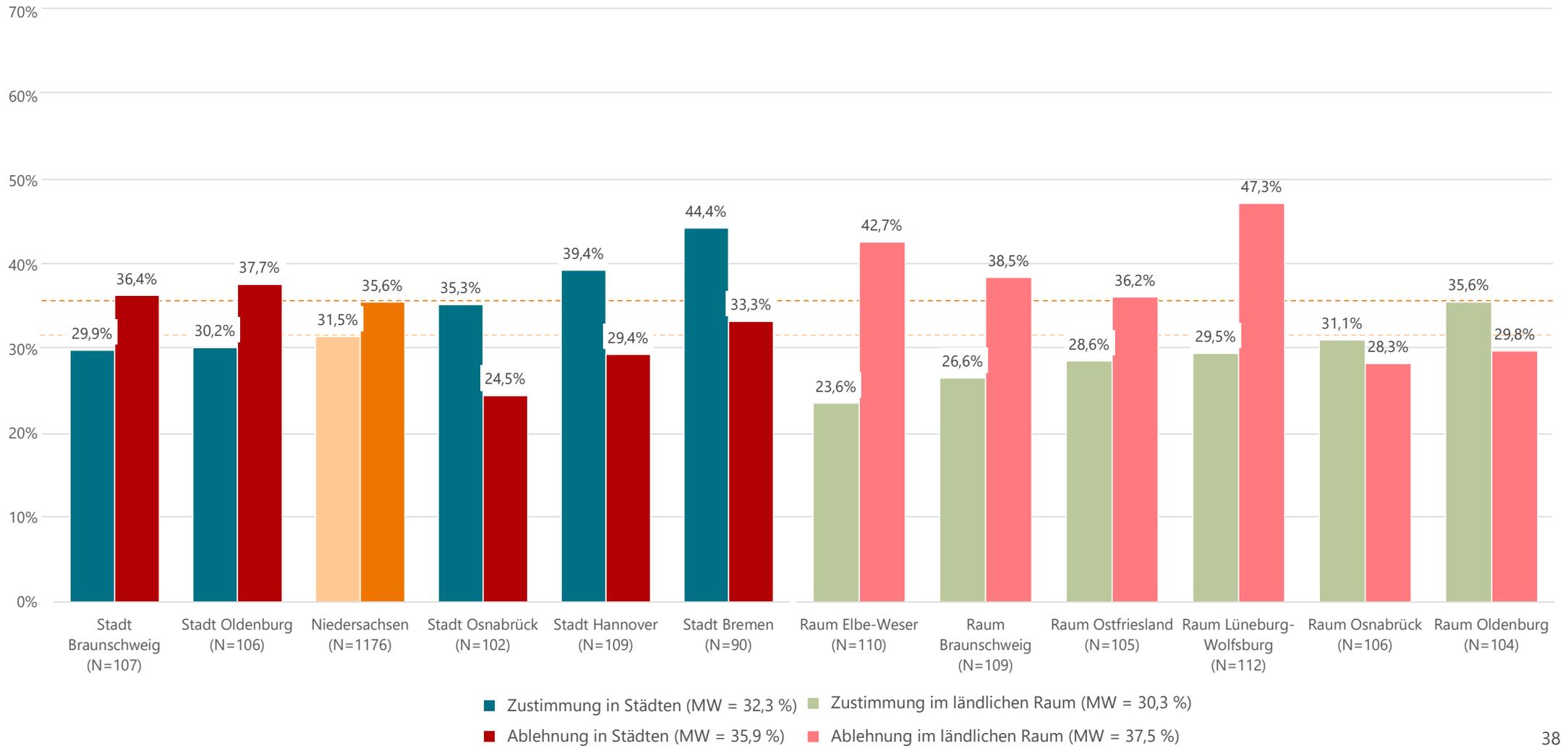
Ländliche Regionen



Wo zugunsten von Geh- und Radwegen Parkplätze wegfallen können, um die Zentren attraktiver zu machen - Regionale Besonderheiten

Städtische Regionen

Ländliche Regionen

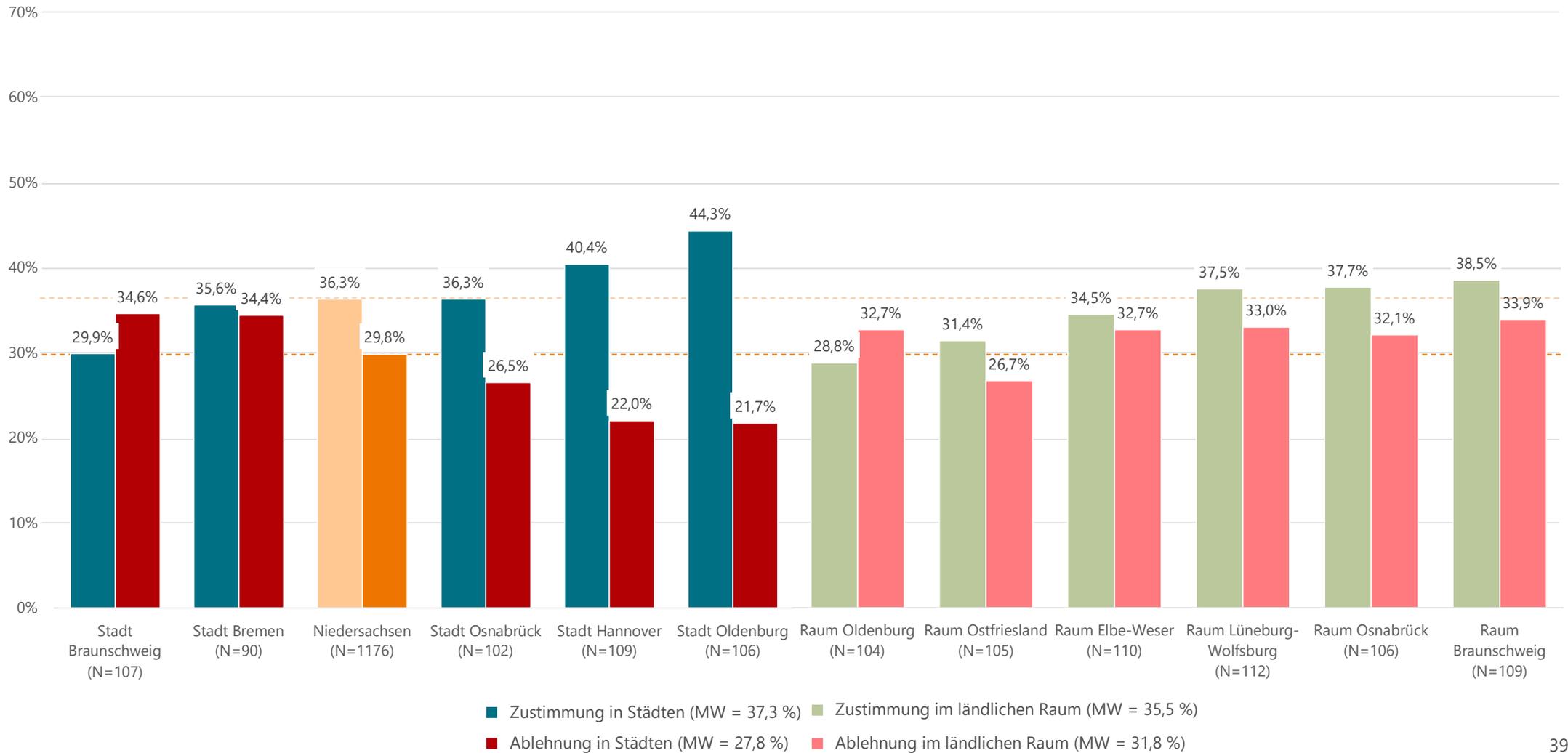


Wo zugunsten von wetterfesten Fahrradstellplätzen Parkplätze wegfallen könnten, um die Zentren attraktiver zu machen

- Regionale Besonderheiten

Städtische Regionen

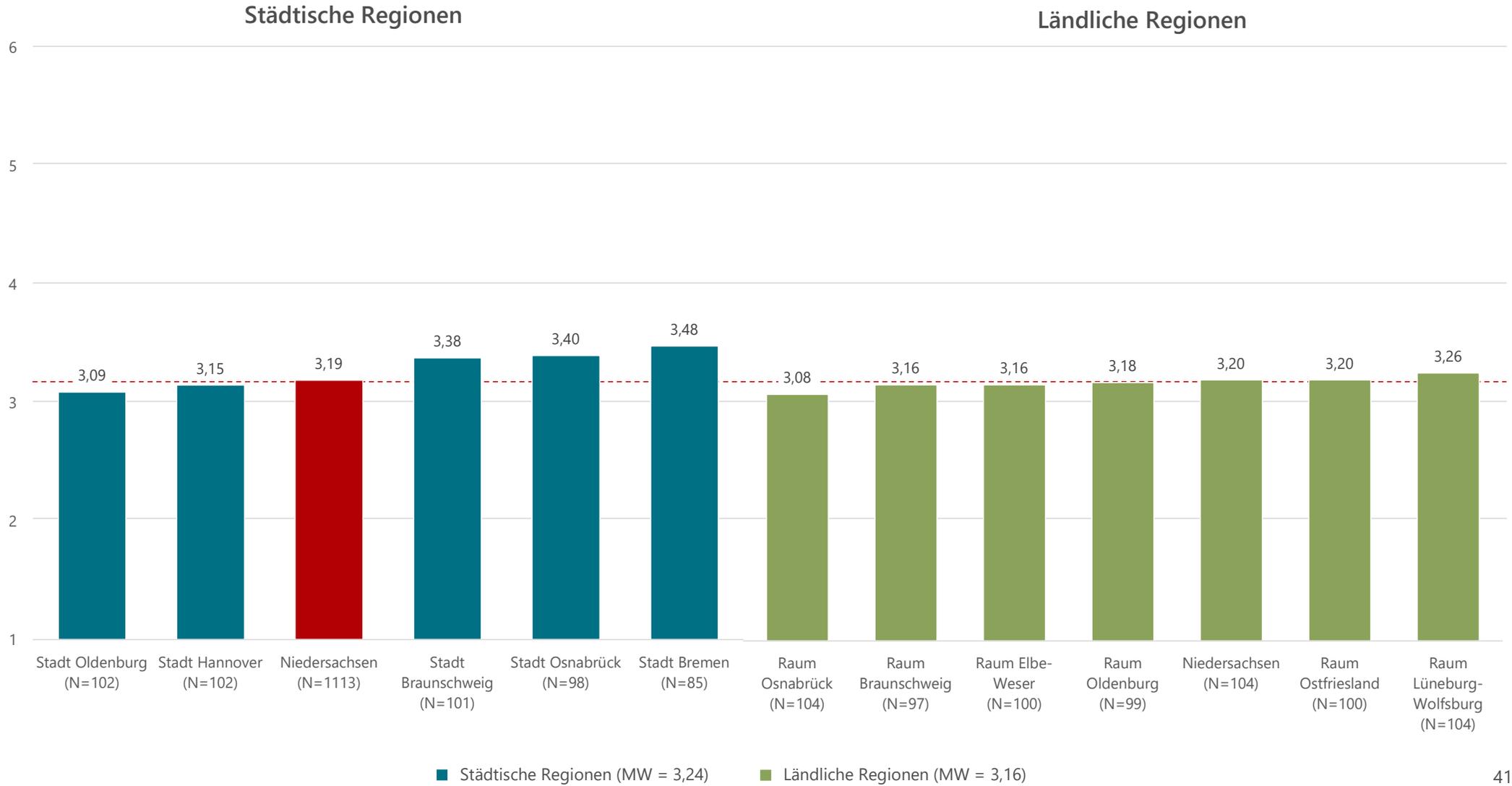
Ländliche Regionen



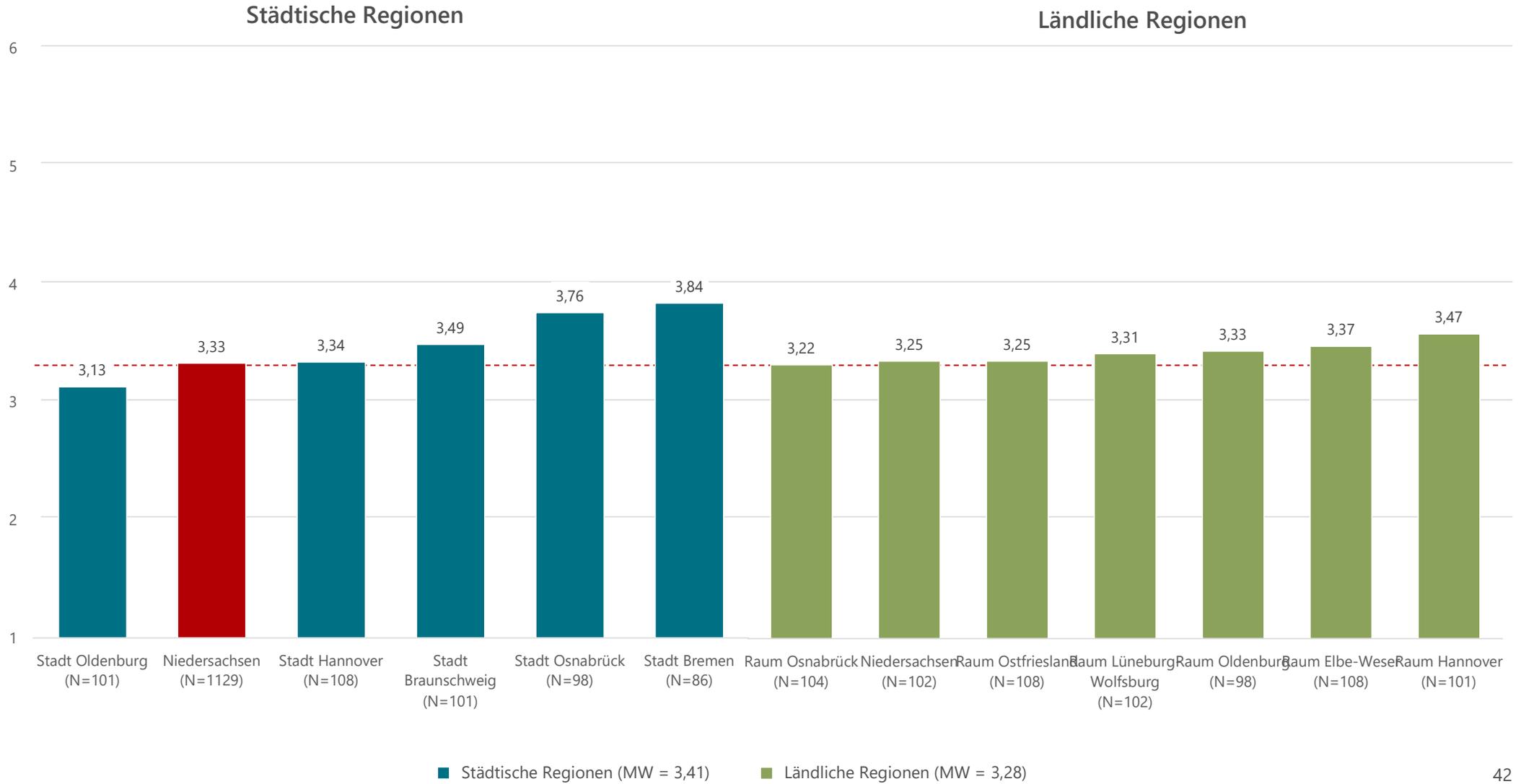
Die Fahrradinfrastruktur wird in den untersuchten Räumen mäßig bewertet und in der Folge auch das Sicherheitsgefühl auf dem Rad.

E-Ladestationen für Fahrräder werden zu wenig angeboten.

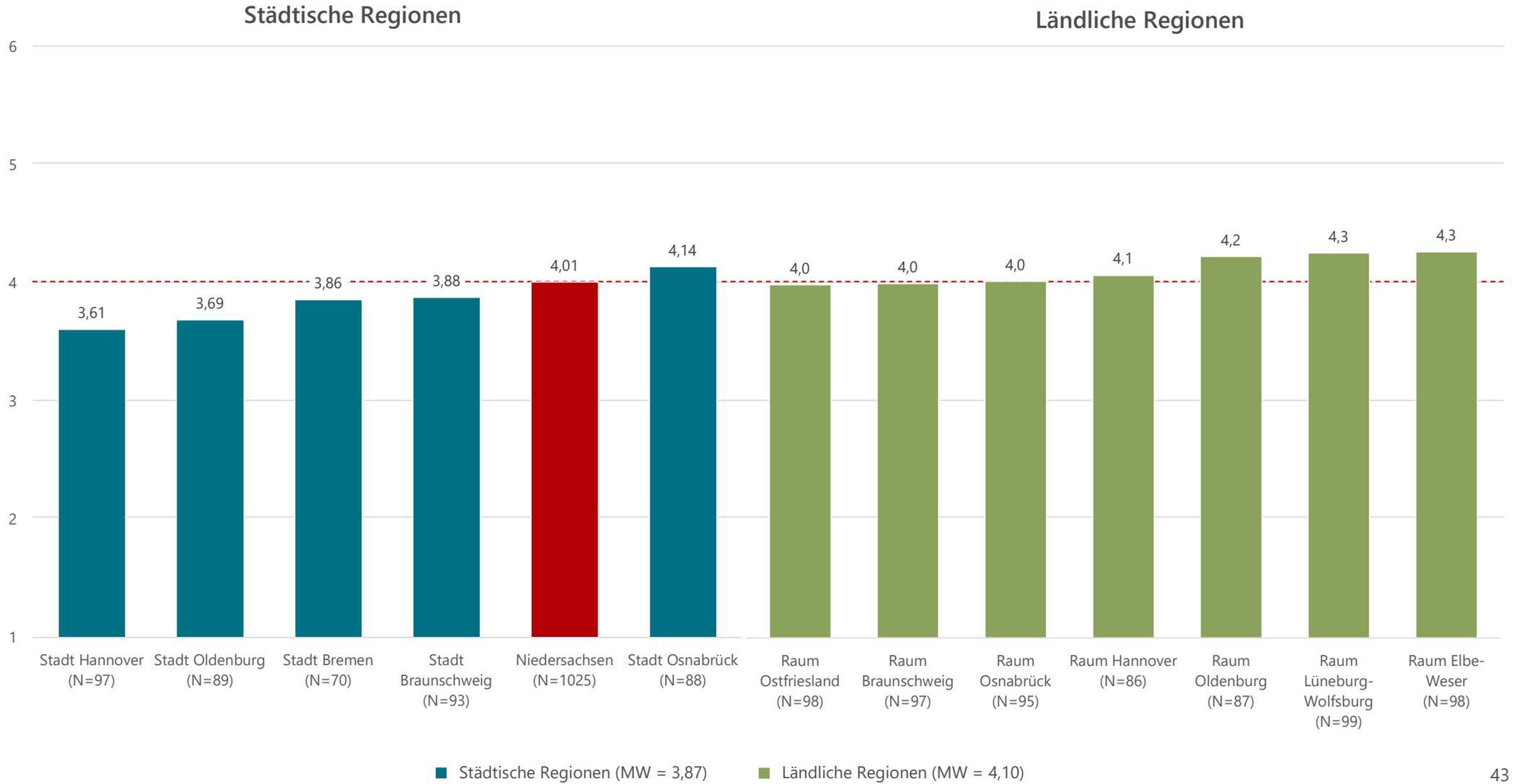
Wie der bauliche Zustand der Radwege bewertet wird
– Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



Wie das Sicherheitsgefühl auf dem Rad bewertet wird –
Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



Wie die **Möglichkeit, E-Bikes aufzuladen** bewertet wird
 – **Regionale Besonderheiten** (Schulnoten von 1-6)





cima.

Die City vor Augen

WIE WIR DIE INNENSTADT ERLEBEN

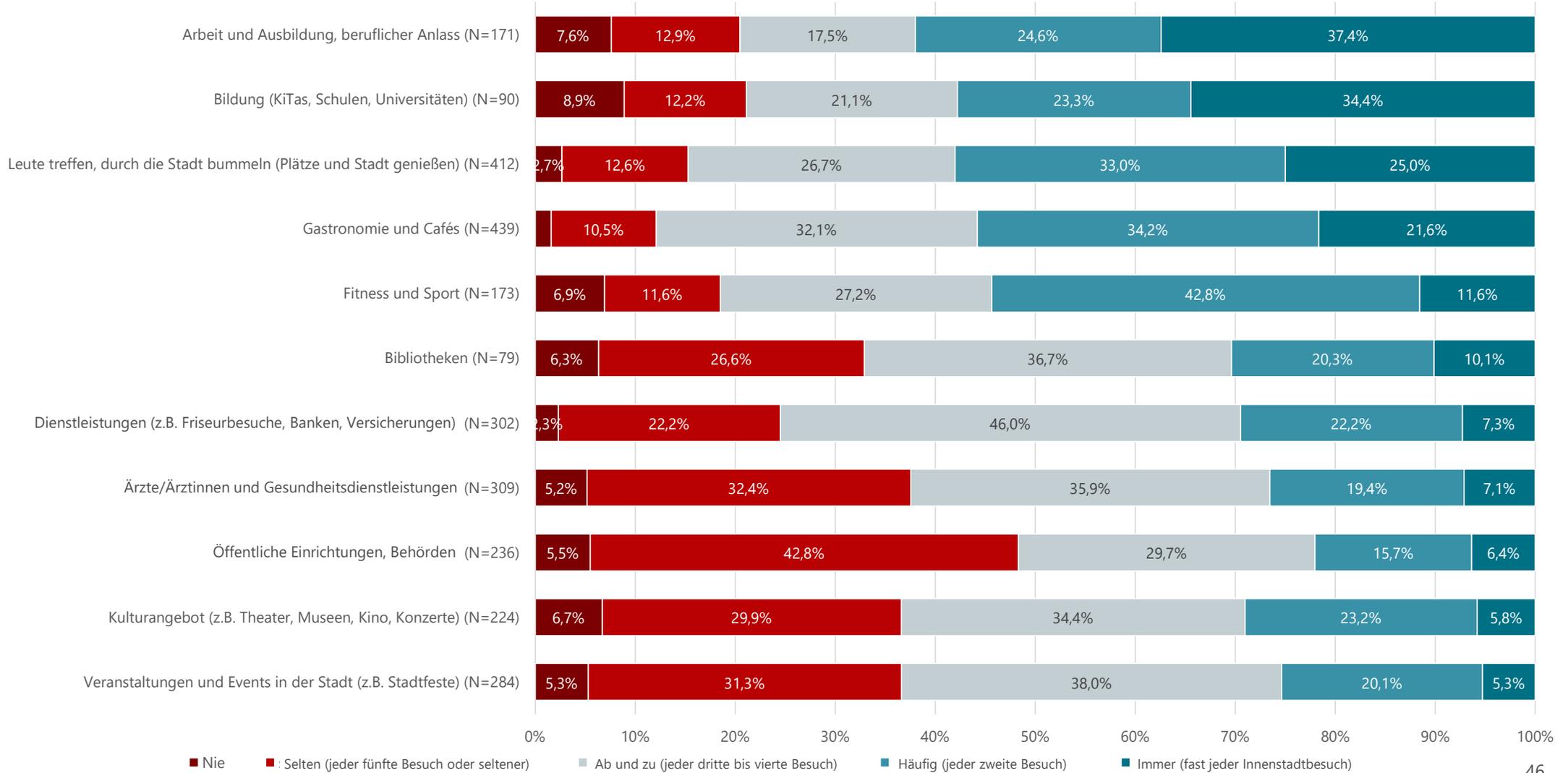
Mit welchen Besuchsmotiven wird der Einkauf in den Zentren gekoppelt?

Arbeiten, Bildung/Ausbildung/Kinderbetreuung sowie Leute treffen, Gastronomie und Fitness/Sport sind die **Hauptmotive**, mit denen die Niedersachsen den **Shopping-Besuch** des Zentrums **kombinieren**.

Wenn diese Funktionen in den Zentren gestärkt werden, profitieren umgekehrt der **Einzelhandel** und die **Gastronomie** davon.

Das **Ausgabeverhalten** variiert innerhalb der Zentren deutlich. Hier führt der Raum Elbe-Weser die Statistik deutlich an. Schlusslicht ist der Raum Hannover.

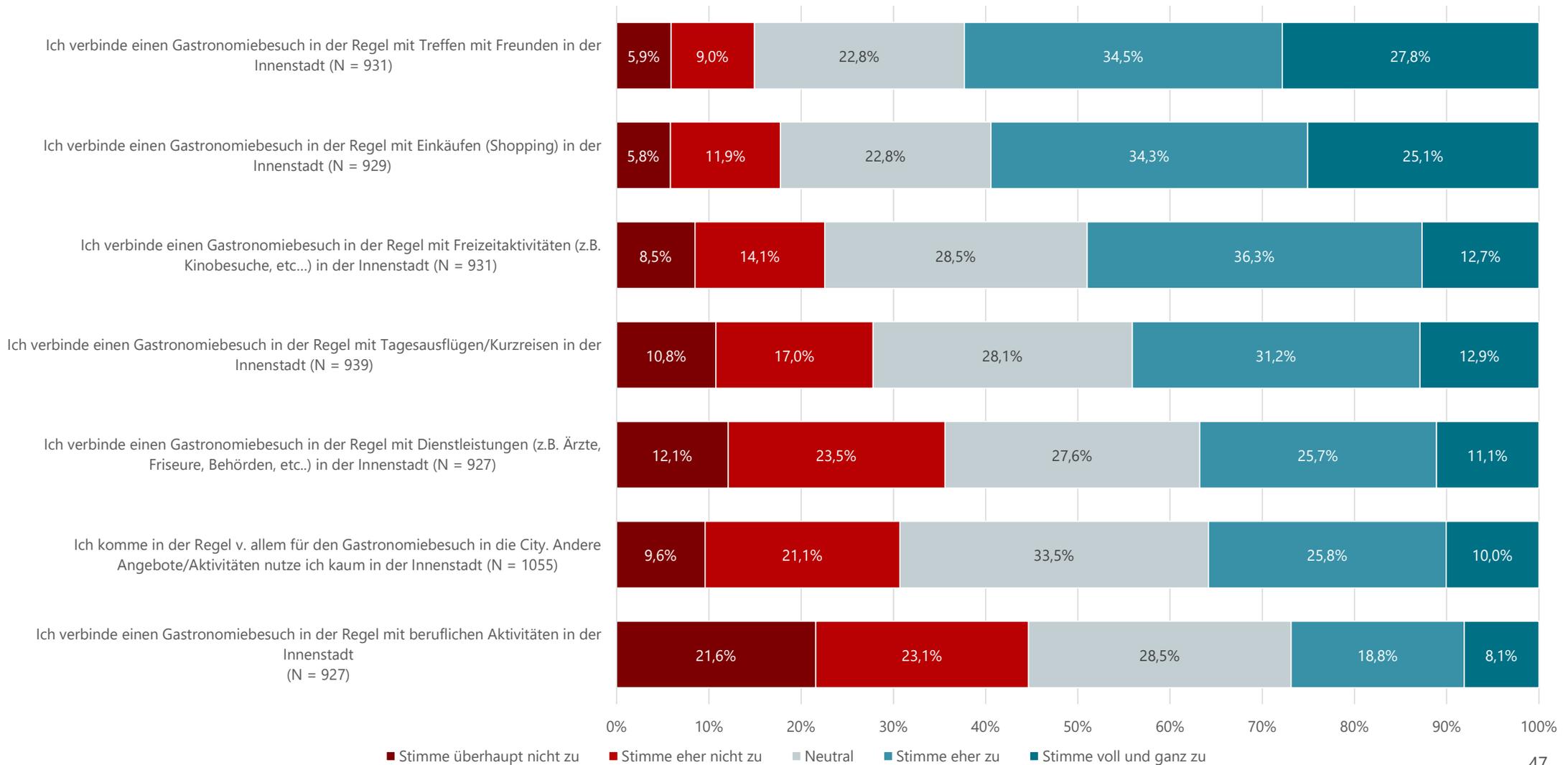
Welche Angebote verbinden die **Niedersachsen** mit **Einkäufen** in den Zentren?



■ Nie
 ■ Selten (jeder fünfte Besuch oder seltener)
 ■ Ab und zu (jeder dritte bis vierte Besuch)
 ■ Häufig (jeder zweite Besuch)
 ■ Immer (fast jeder Innenstadtbesuch)

Prozentwerte unter 2,0 % werden nicht dargestellt

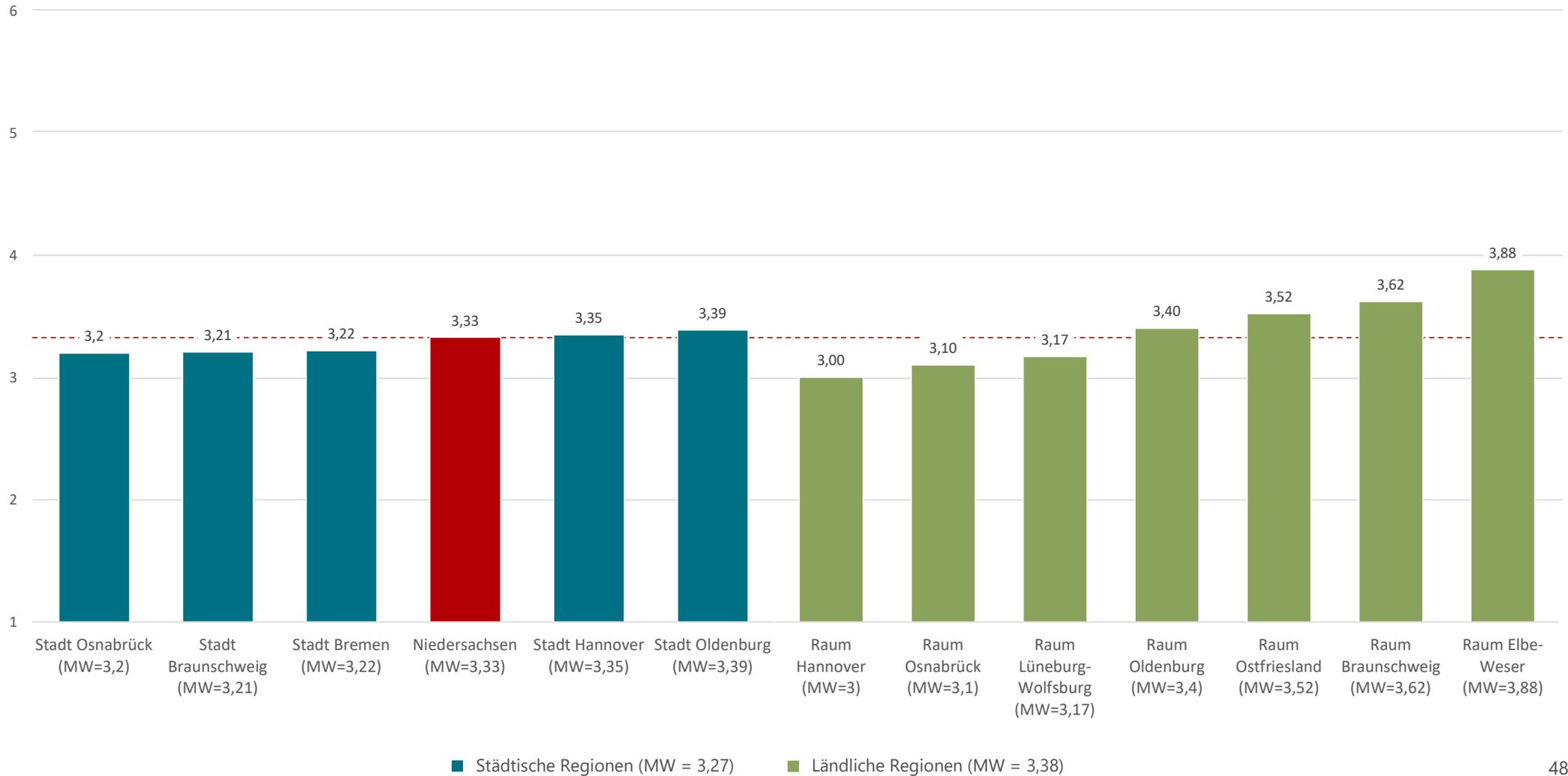
Welche Angebote verbinden die **Niedersachsen** mit Gastronomiebesuchen in den Zentren?



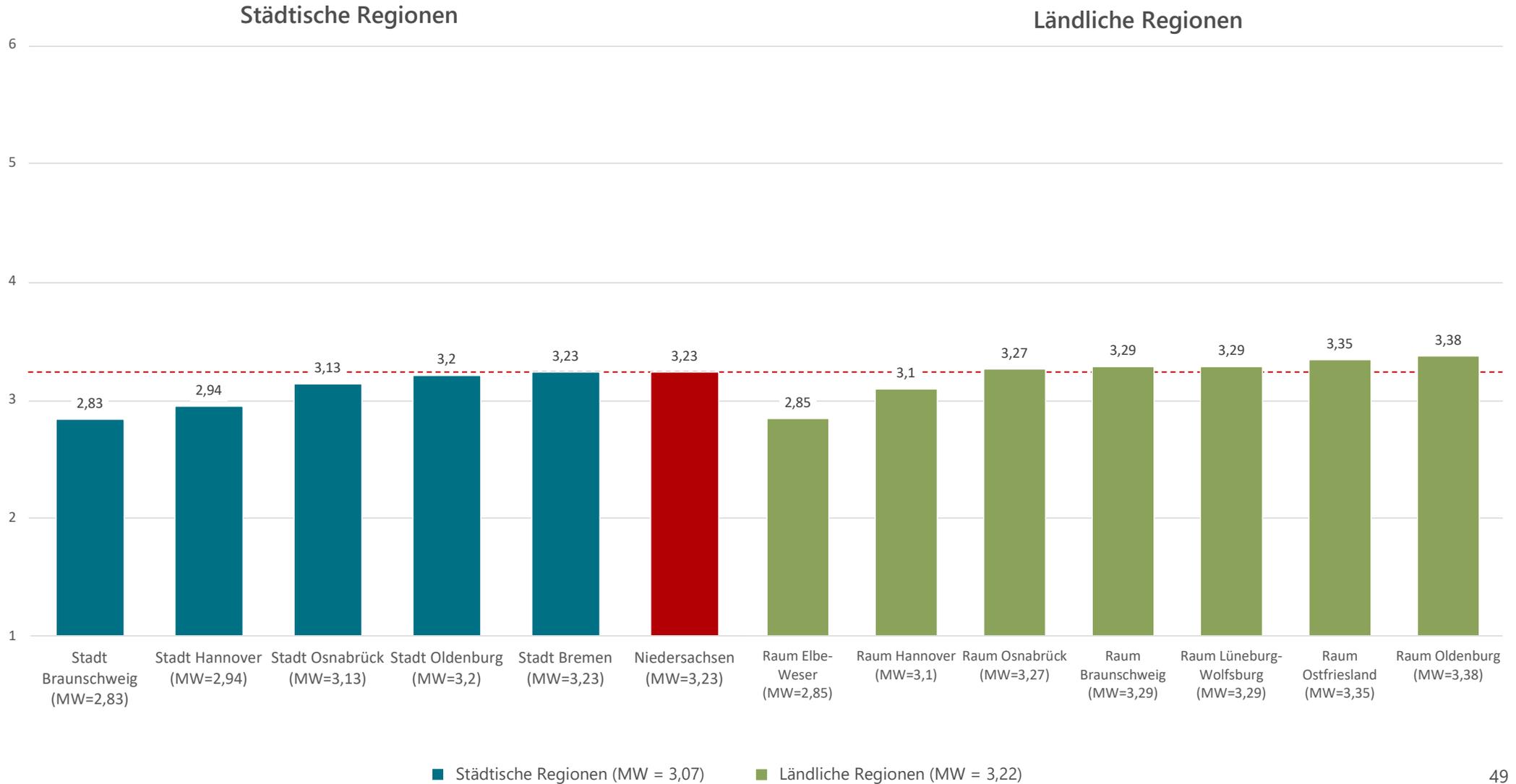
Wie das Angebot der **Außergastronomie** bewertet wird
 – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)

Städtische Regionen

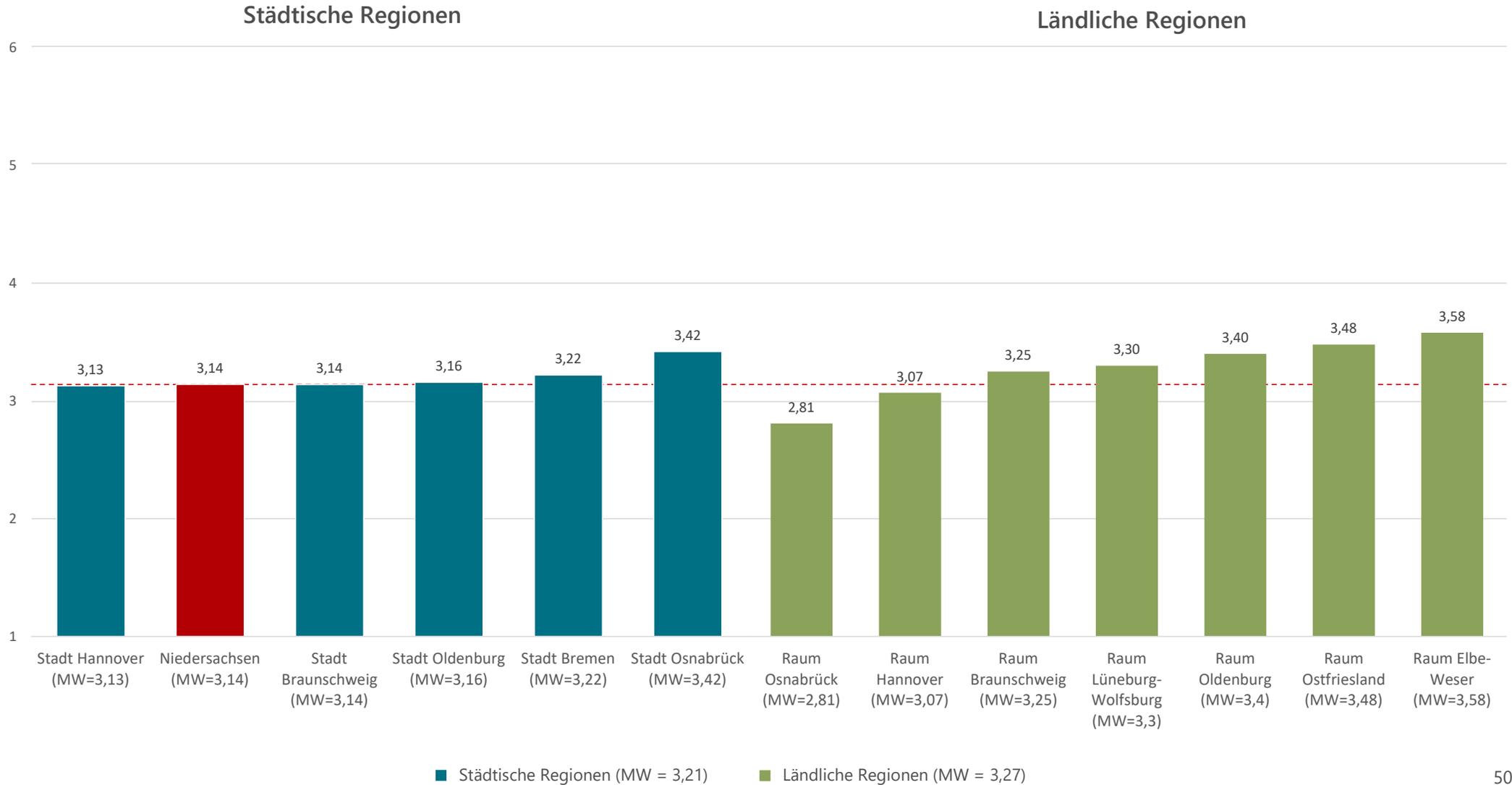
Ländliche Regionen



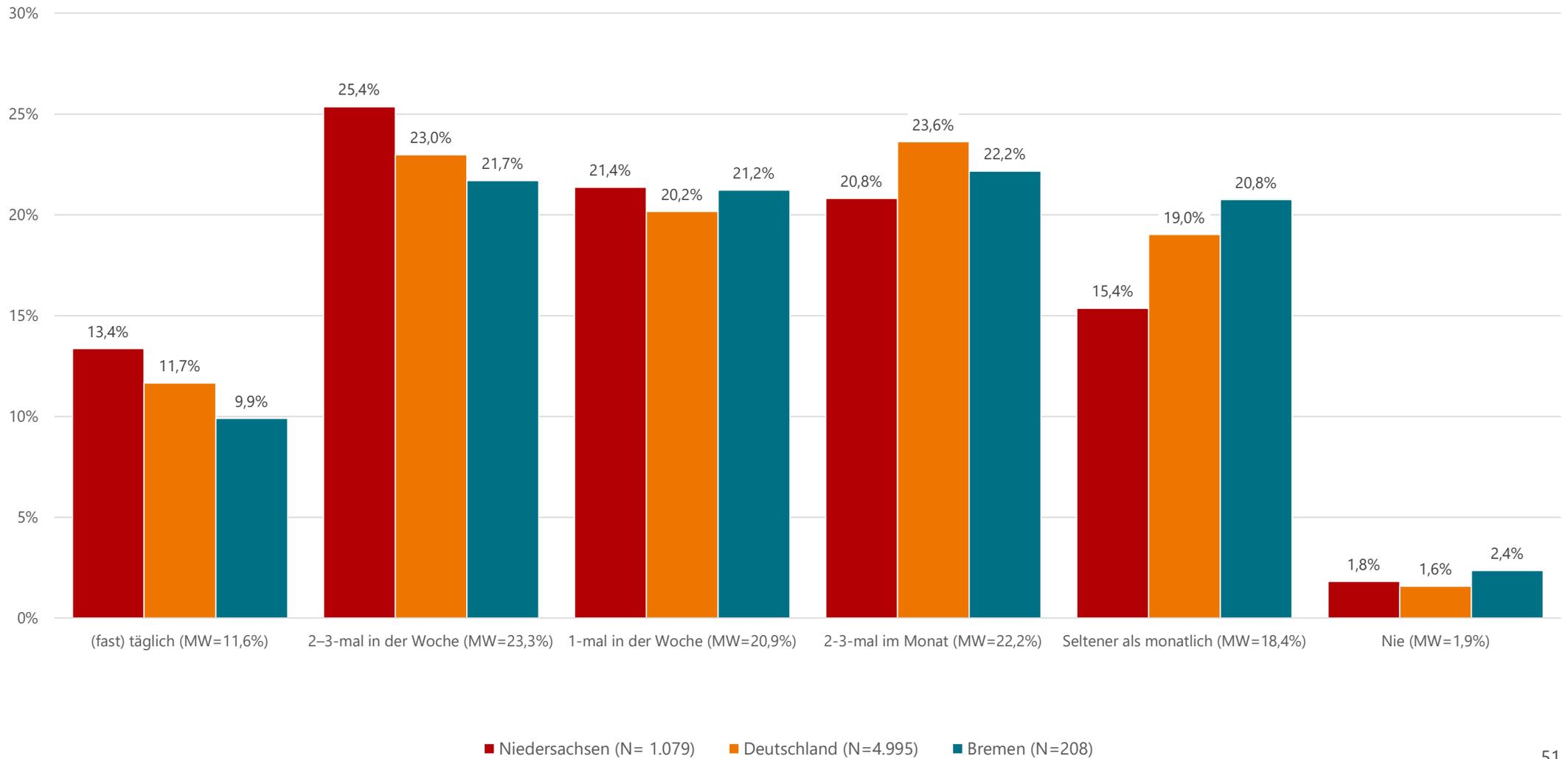
Wie das Angebot der Restaurants mit internationaler Küche bewertet wird – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



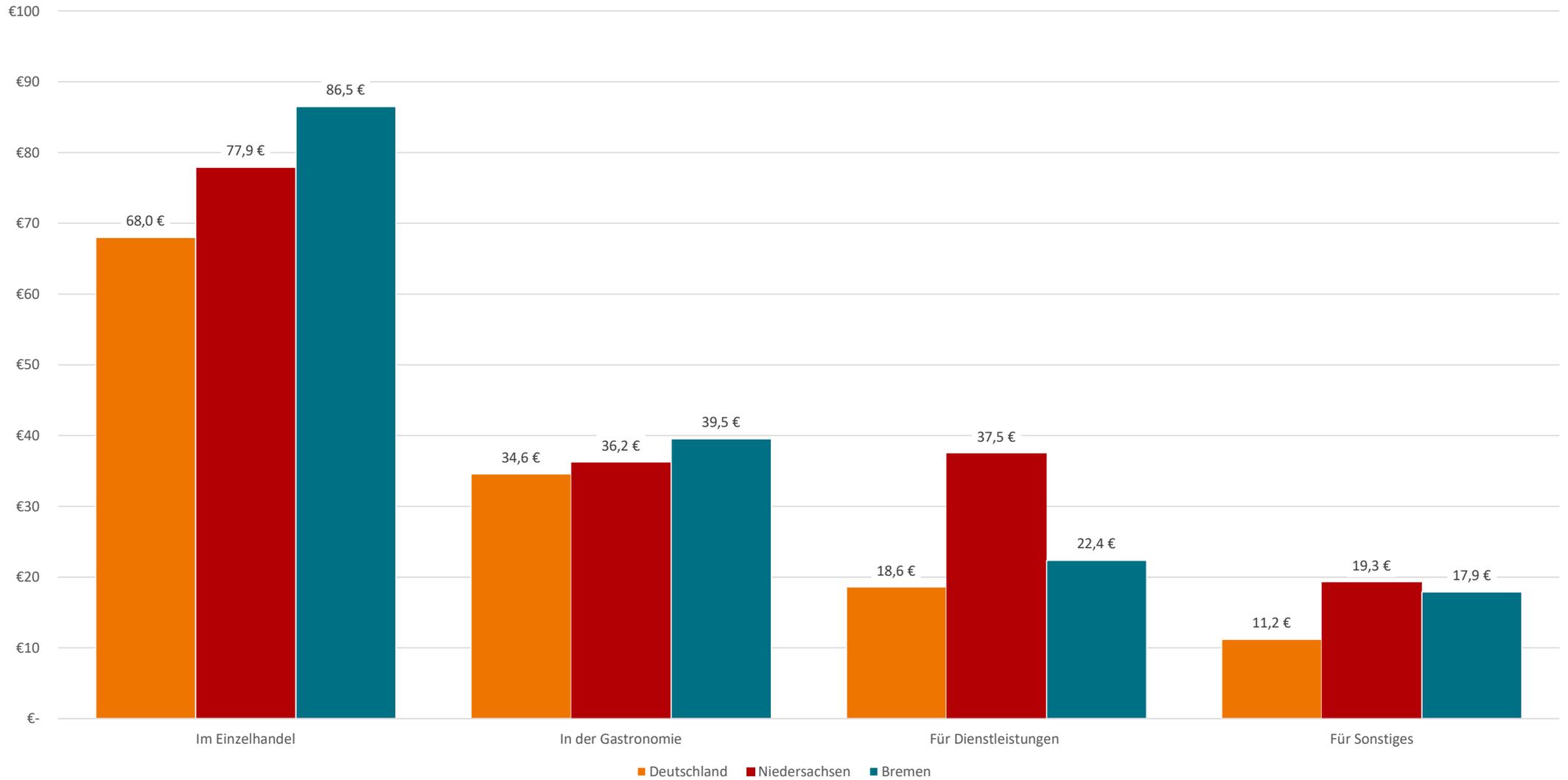
Wie das Angebot der Restaurants mit regionaler Küche bewertet wird – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



Wie häufig die Menschen die Zentren besuchen



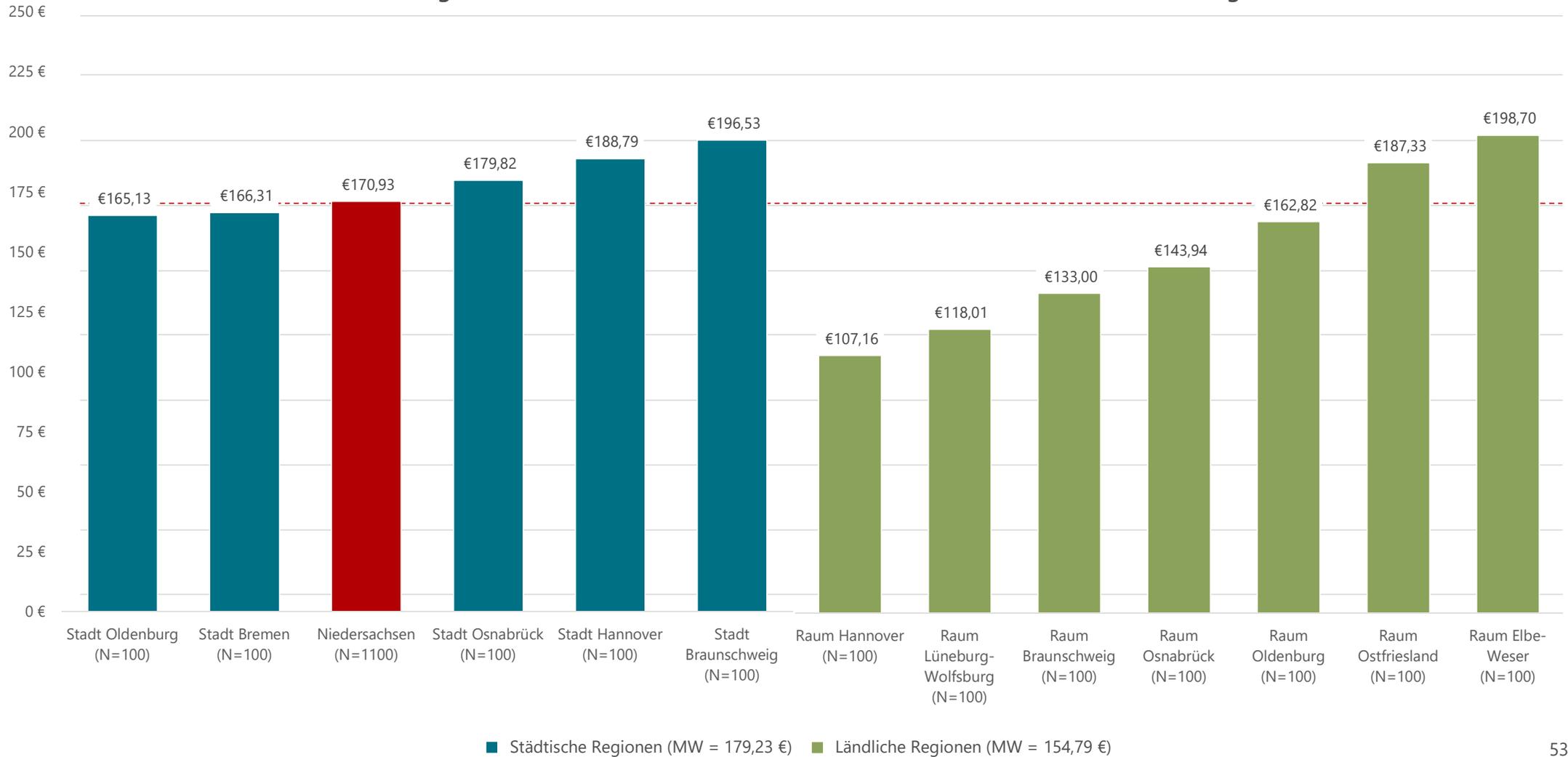
Wie viel Geld die Menschen bei ihrem letzten Innenstadtbesuch ausgegeben haben



Wie viel Geld die Menschen in den Innenstädten ausgeben – Regionale Besonderheiten

Städtische Regionen

Ländliche Regionen



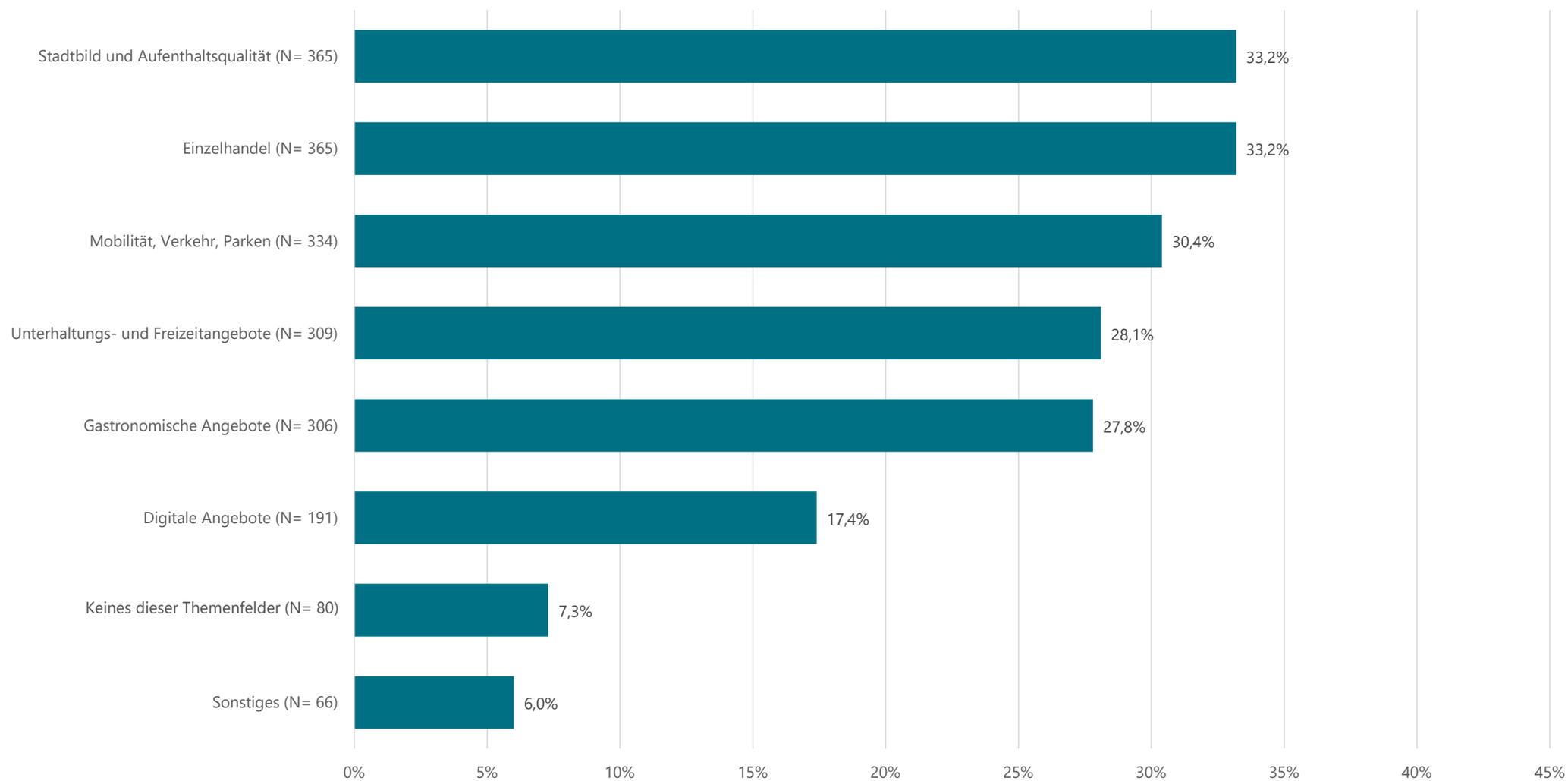
Drei Schlüsselbereiche für attraktive Zentren

Die Verbesserung des **Stadtbildes** und der **Aufenthaltsqualität** stehen an erster Stelle, um die Innenstädte und Zentren in Niedersachsen wieder attraktiver zu machen. Gefolgt von Maßnahmen, die den **Einzelhandel** in den Zentren stärken. Der dritte Schwerpunkt liegt auf Maßnahmen im Bereich **Mobilität, Verkehr und Parken**.

Das **Stadtbild** steht in der **Region Hannover** ganz oben auf der Agenda, wenn es um dringend notwendige Verbesserungen geht. Die Zentren im Raum Braunschweig und im Raum Ostfriesland schneiden hier um einiges besser ab.

Handlungsbedarf im **Einzelhandel** und in den **Mobilitätsangeboten** ihrer Zentren sehen insbesondere die Befragten im Raum **Ostfriesland** und **Hannover**. Auffällig **wenig Handlungsbedarf** herrscht dagegen in den Räumen Lüneburg-Wolfsburg und Osnabrück in diesen beiden Schlüsselbereichen.

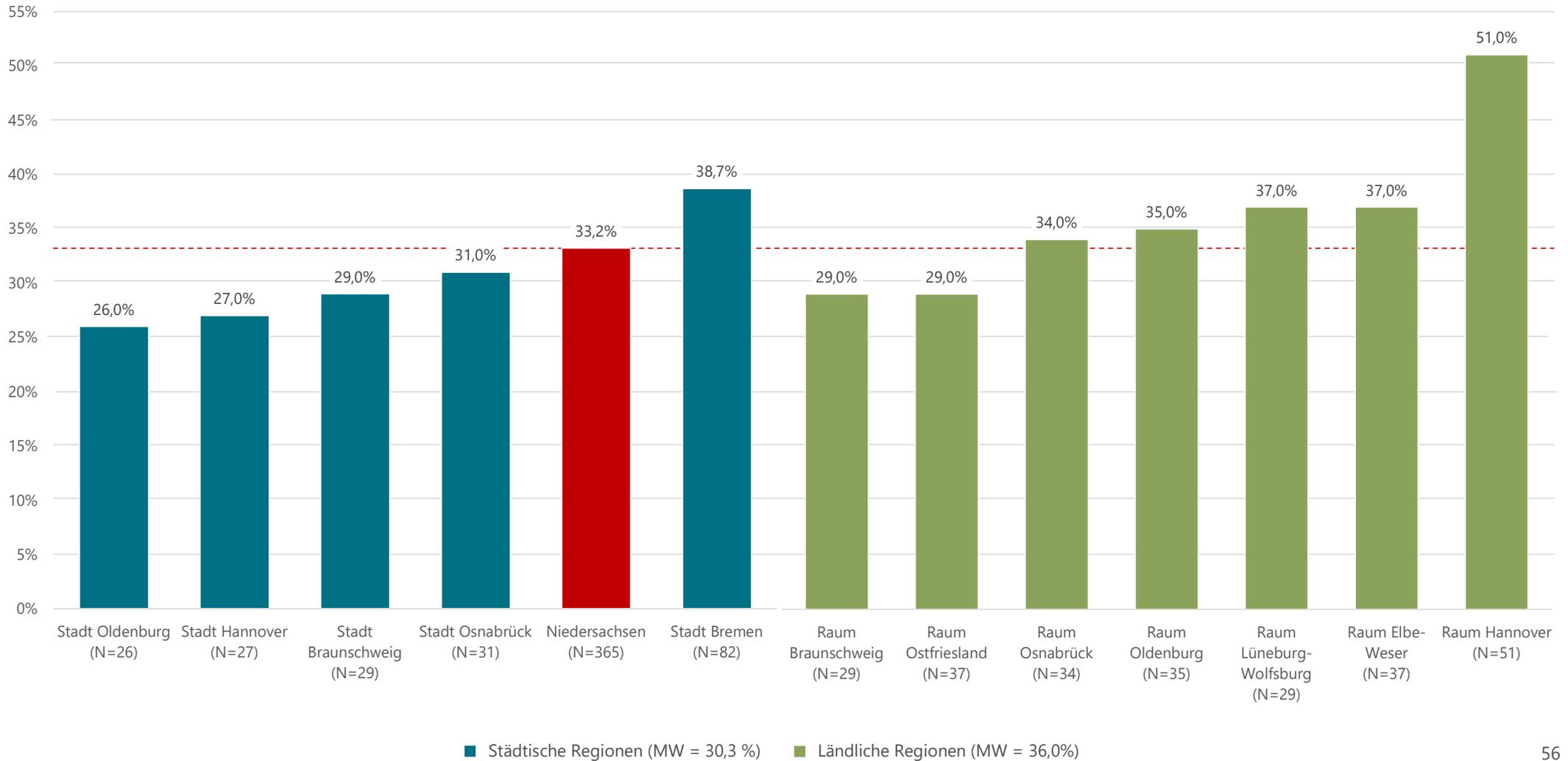
Themenfelder, in den die **Niedersachsen** die wichtigsten Handlungsbedarfe sehen, die ihre Innenstädte attraktiver machen



Wo die Menschen Handlungsbedarfe im Stadtbild sehen, um die Zentren attraktiver zu gestalten – Regionale Besonderheiten

Städtische Regionen

Ländliche Regionen



Wo die Menschen Handlungsbedarfe im Einzelhandel sehen, um die Zentren attraktiver zu gestalten – Regionale Besonderheiten

Städtische Regionen

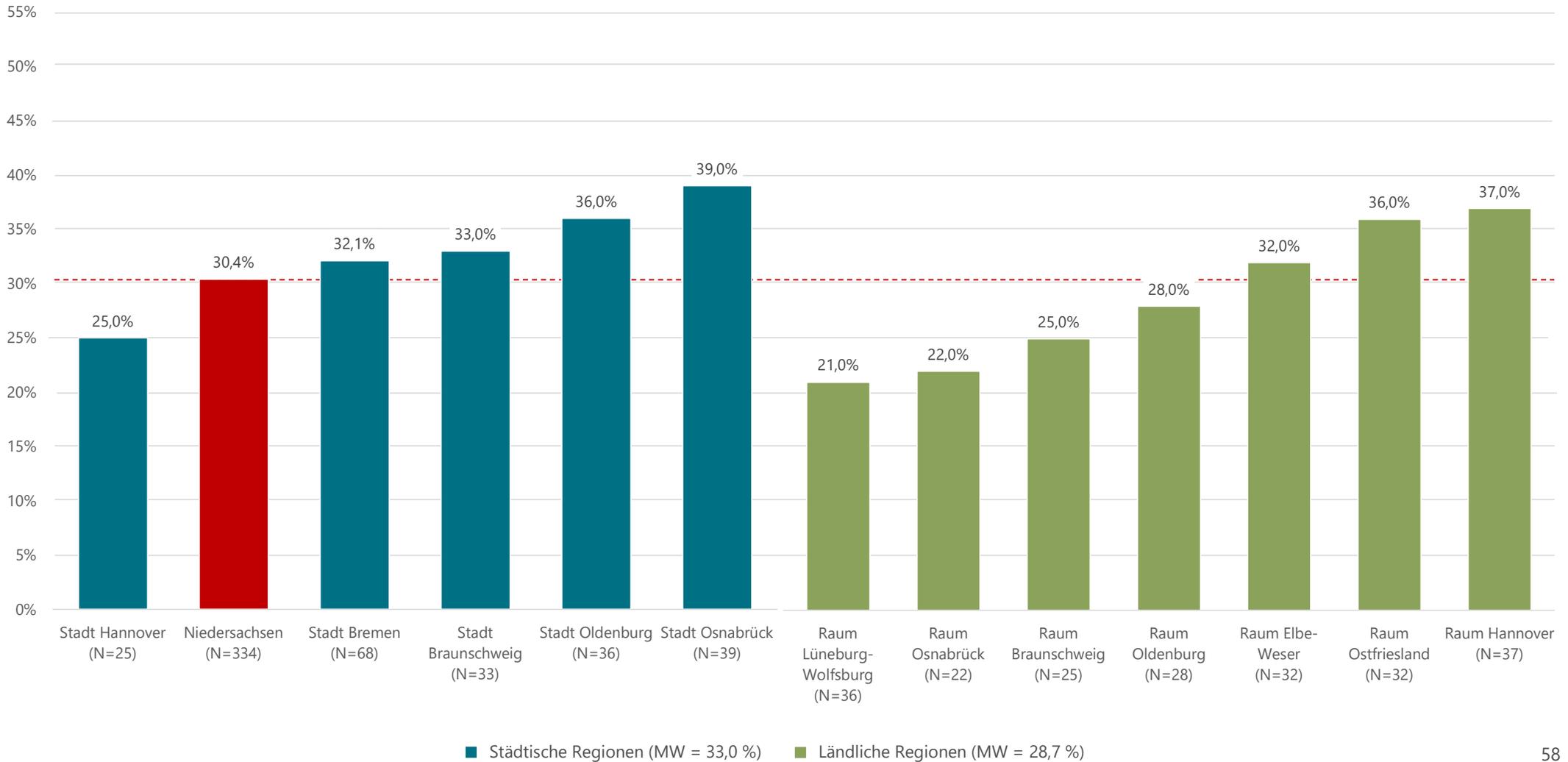
Ländliche Regionen



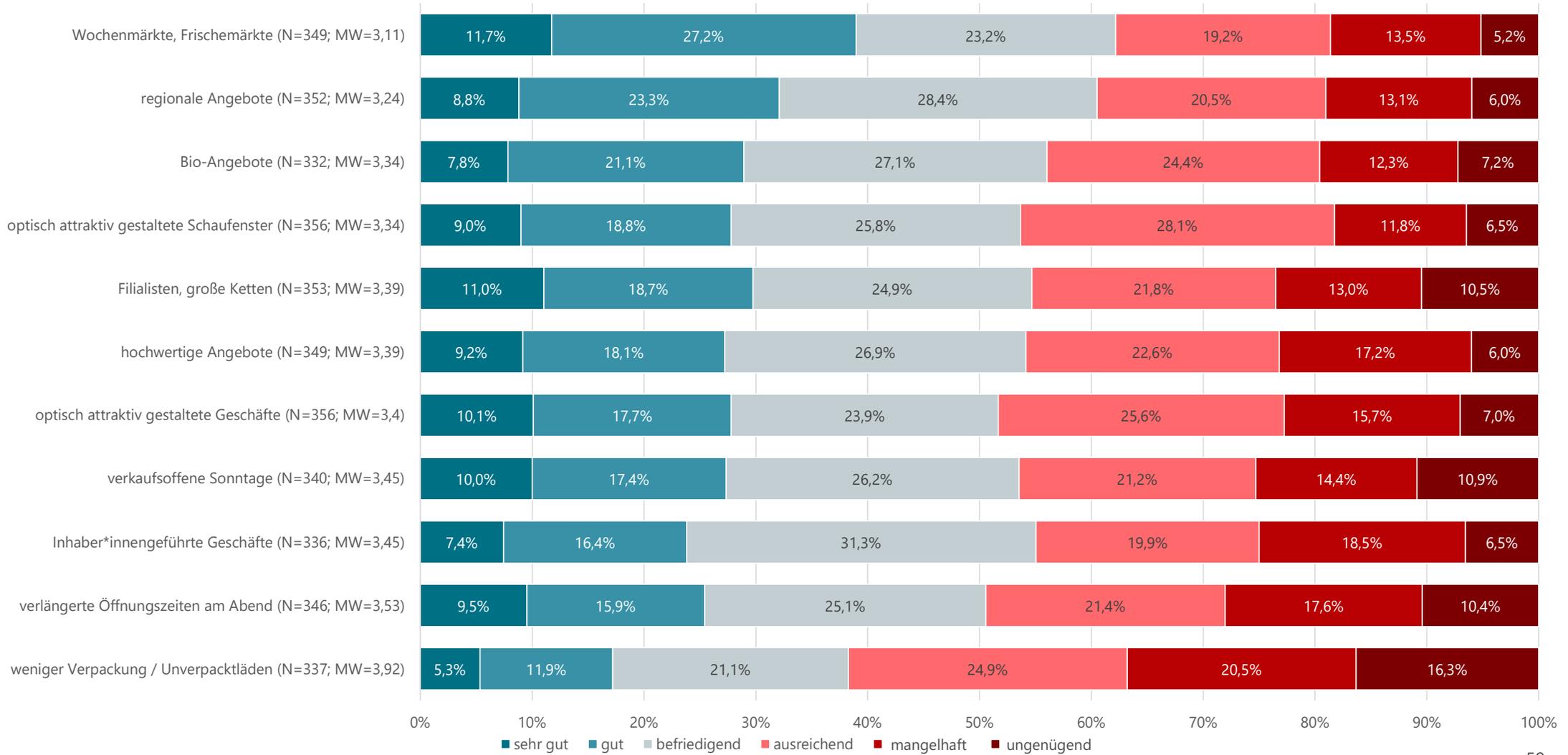
Wo die Menschen Handlungsbedarfe bei Mobilitätsangeboten sehen, um die Zentren attraktiver zu gestalten – **Regionale Besonderheiten**

Städtische Regionen

Ländliche Regionen



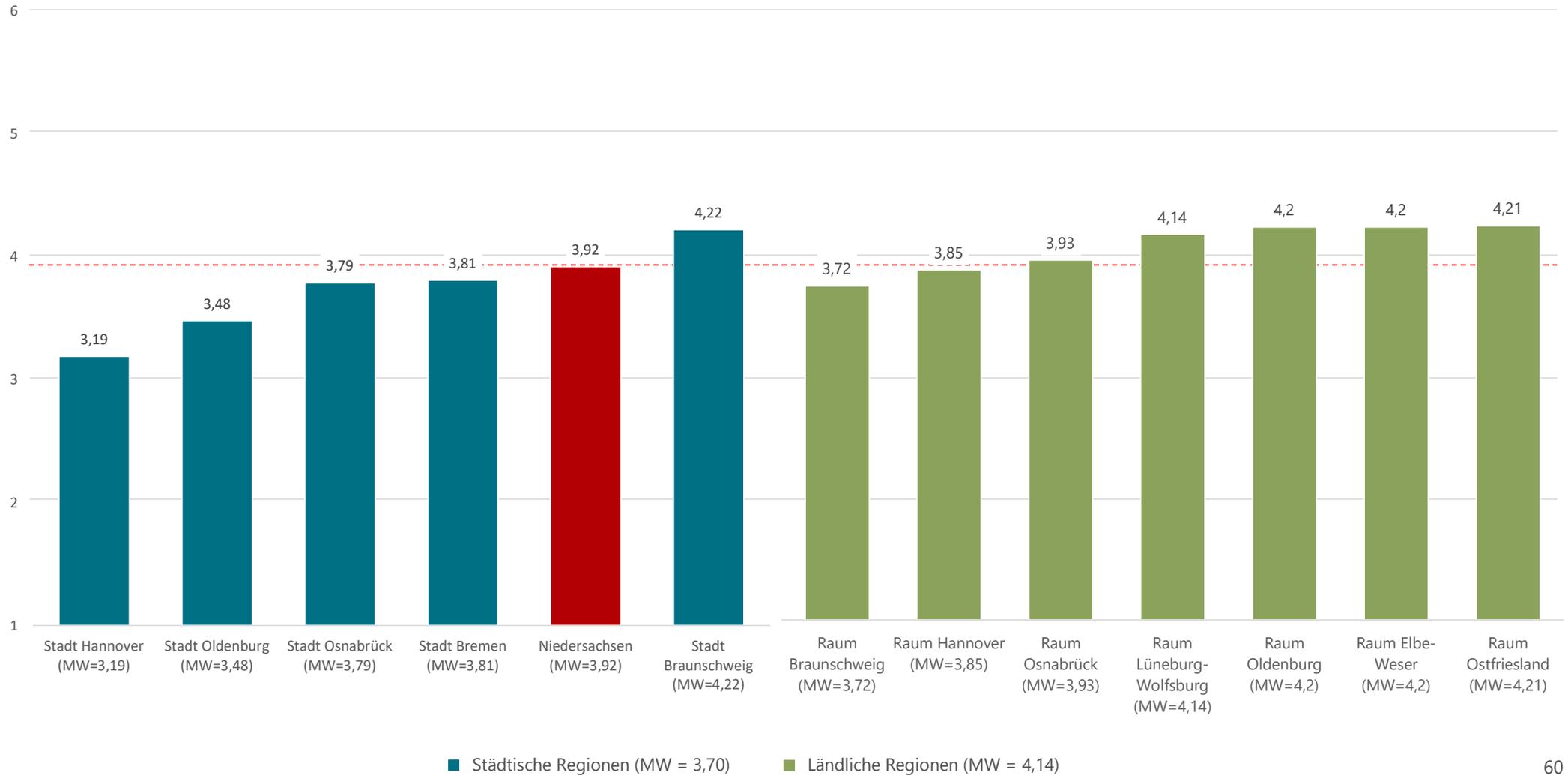
Wie die **Niedersachsen** die Einzelhandelsangebote ihrer Zentren bewerten (Schulnoten von 1-6)



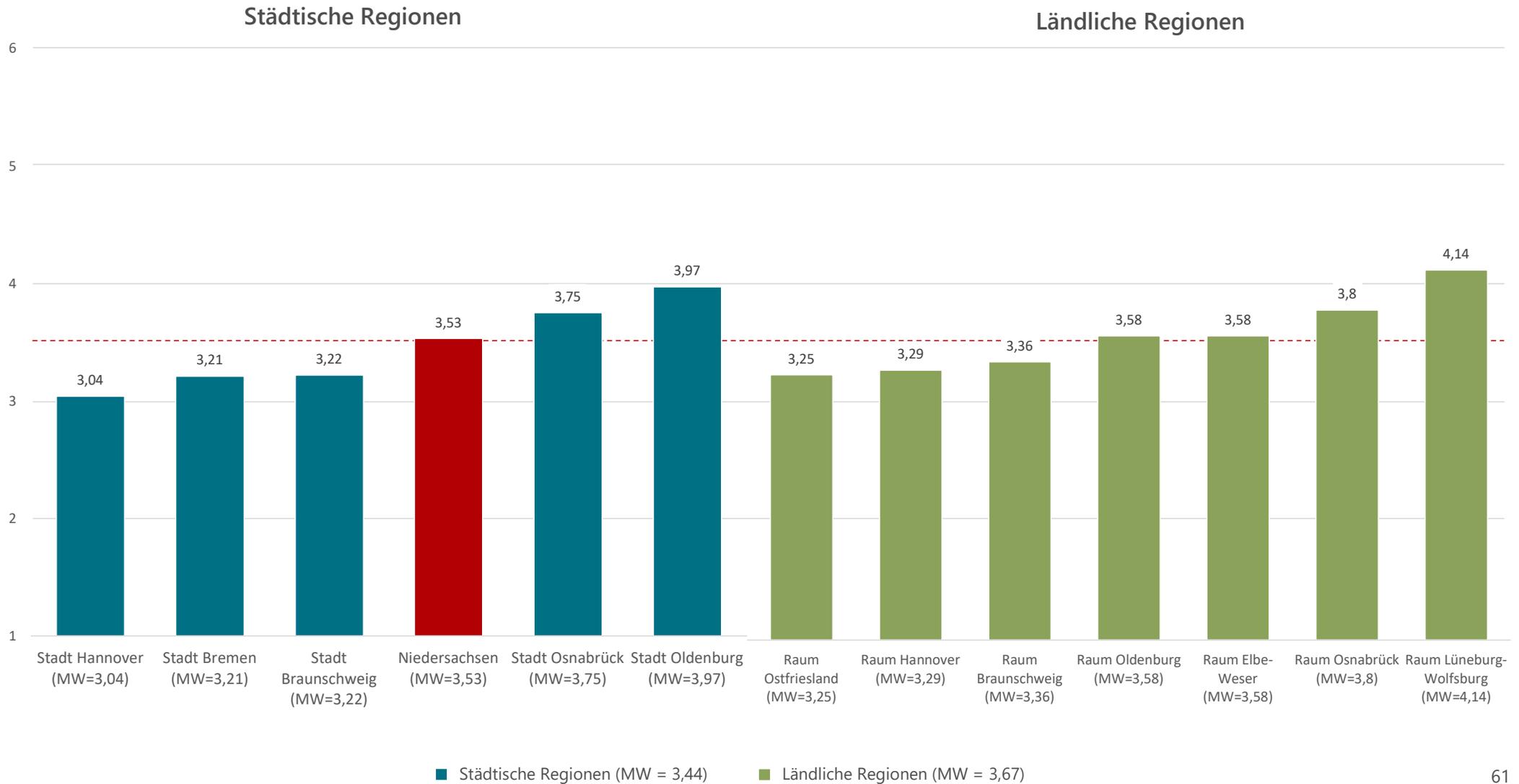
Wie das Angebot an Unverpacktläden bewertet wird
 – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)

Städtische Regionen

Ländliche Regionen



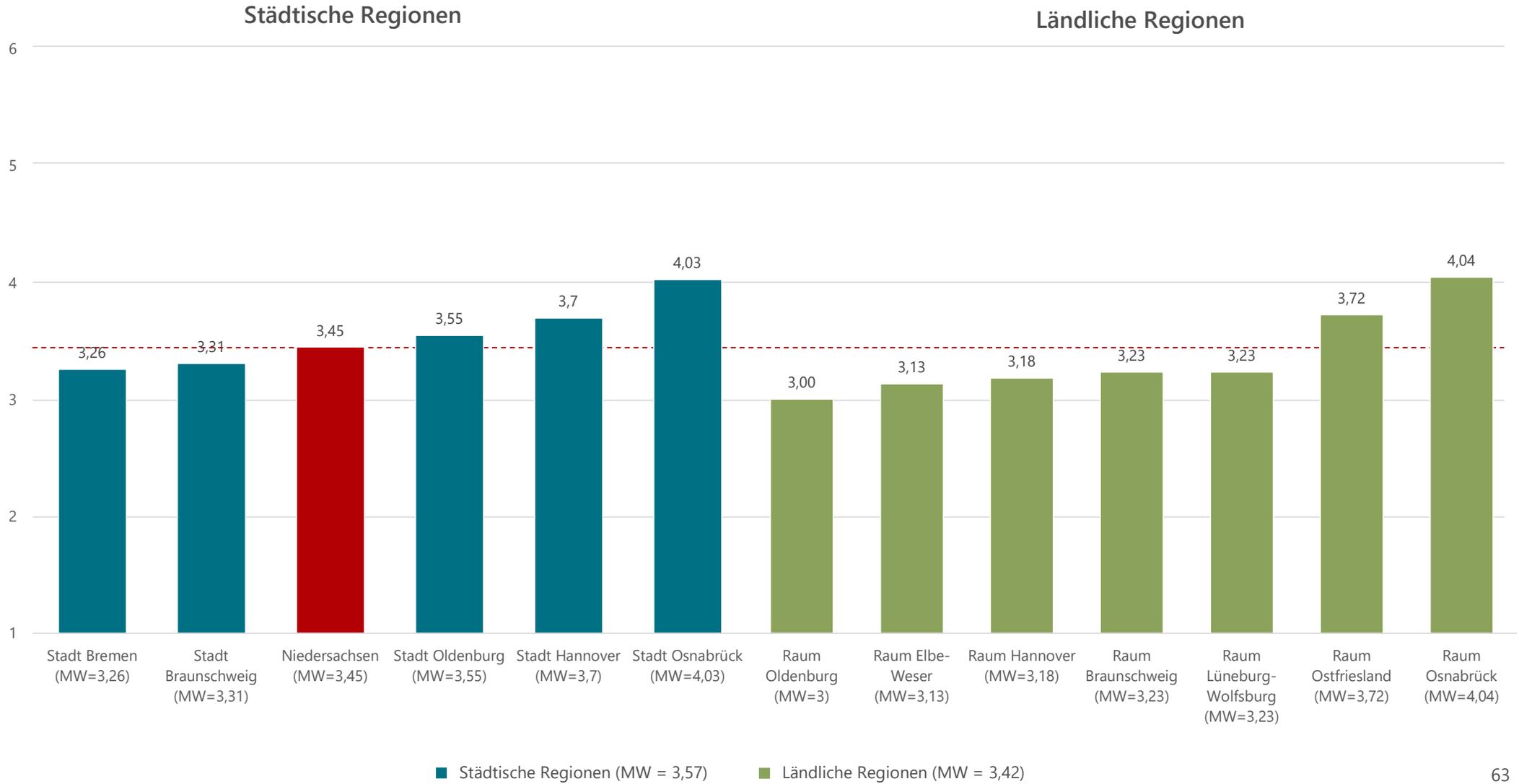
Wie die Öffnungszeiten am Abend bewertet werden
 – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



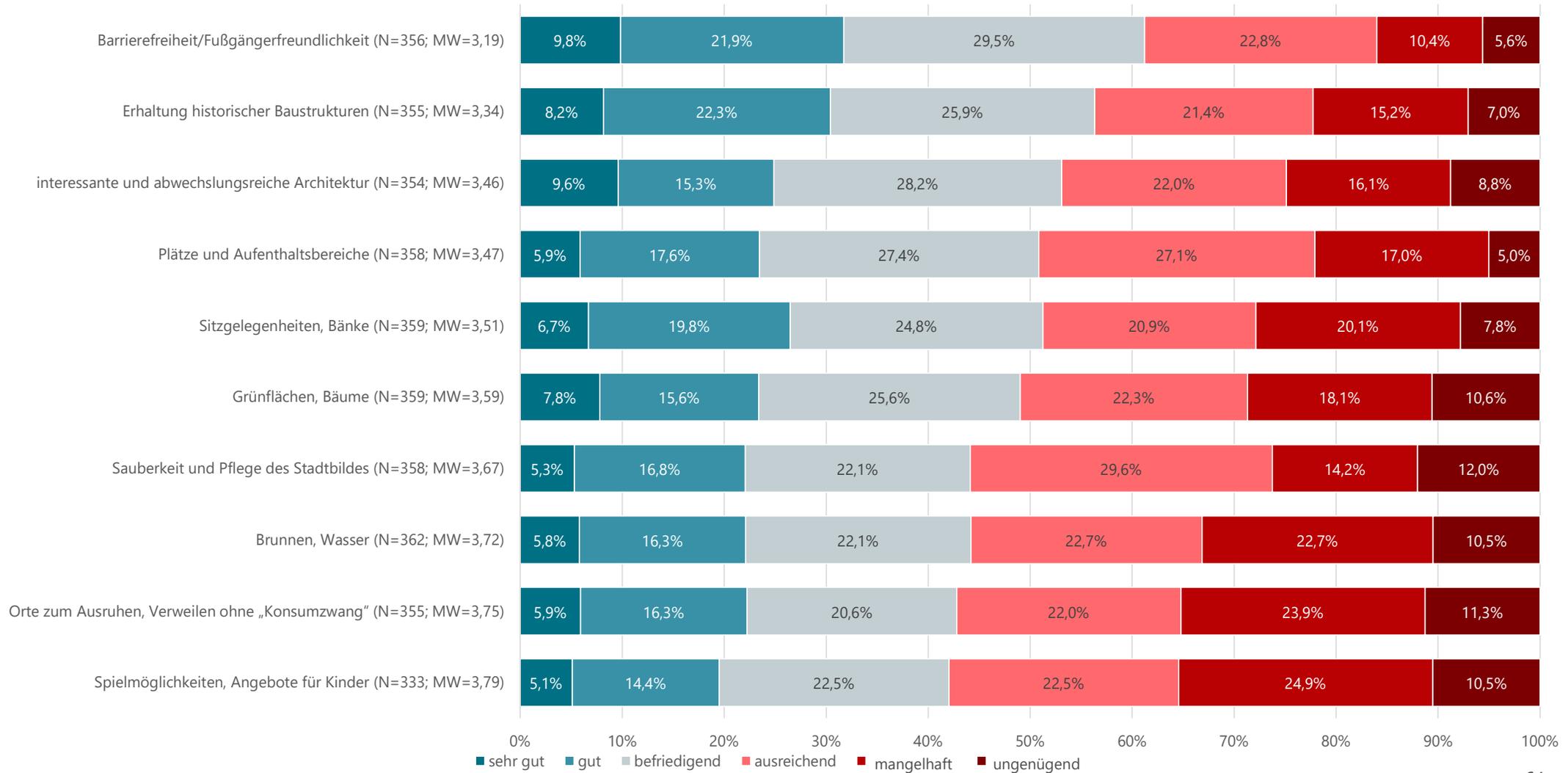
Wie das Angebot an inhabergeführten Geschäften bewertet wird
 – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



Wie die verkaufsoffenen Sonntage bewertet werden
 – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



Wie die **Niedersachsen** die Aufenthaltsqualität ihrer Zentren bewerten (Schulnoten von 1-6)



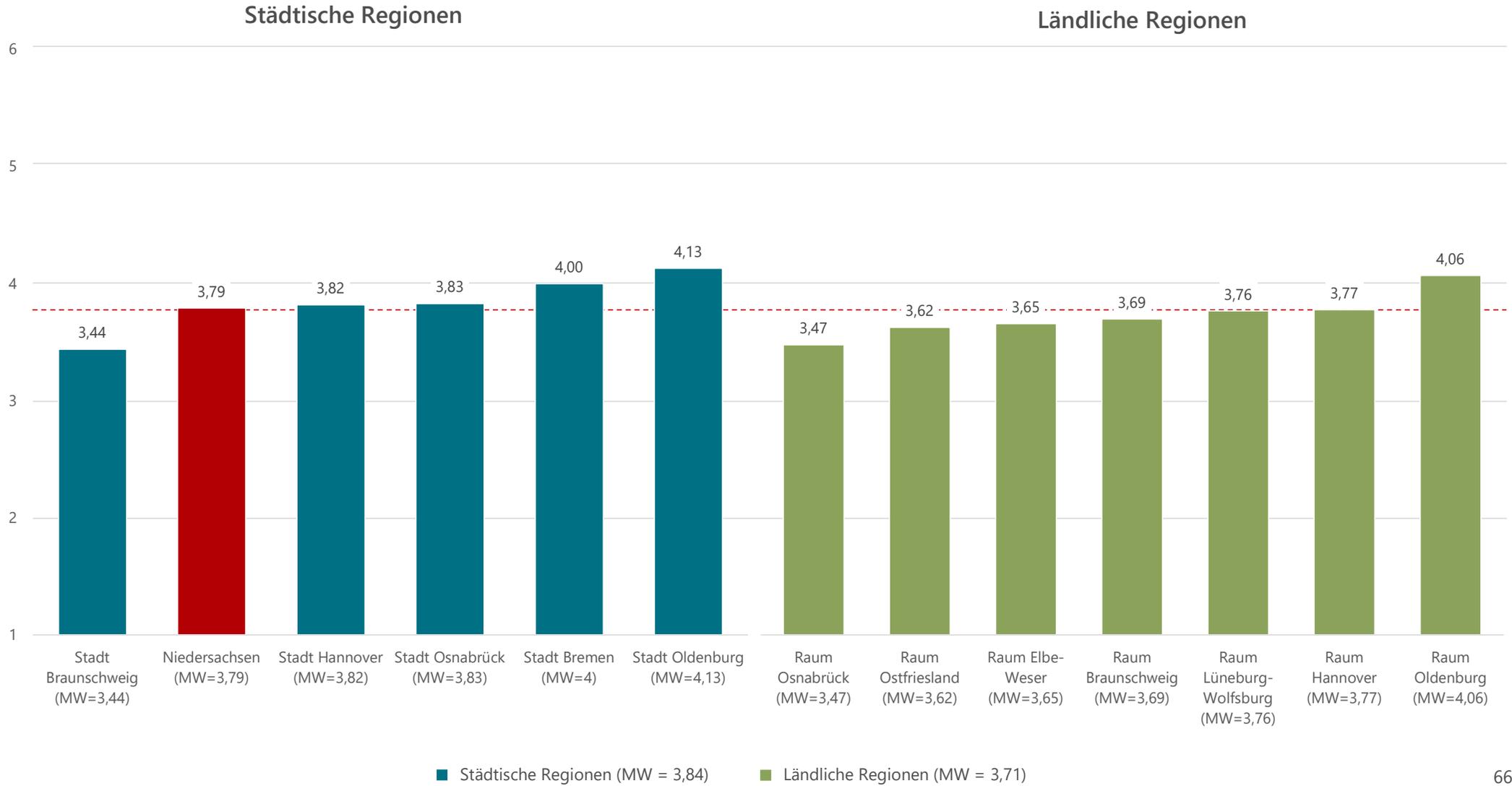
Städte im Vergleich: Wo die Zentren glänzen – und wo sie schwächeln

Bei der Bewertung der **Aufenthaltsqualität** der Zentren zeigt sich, dass im Raum **Osnabrück** die Kategorien **Spielmöglichkeiten** und **Wasserspiele** am schlechtesten beurteilt werden.

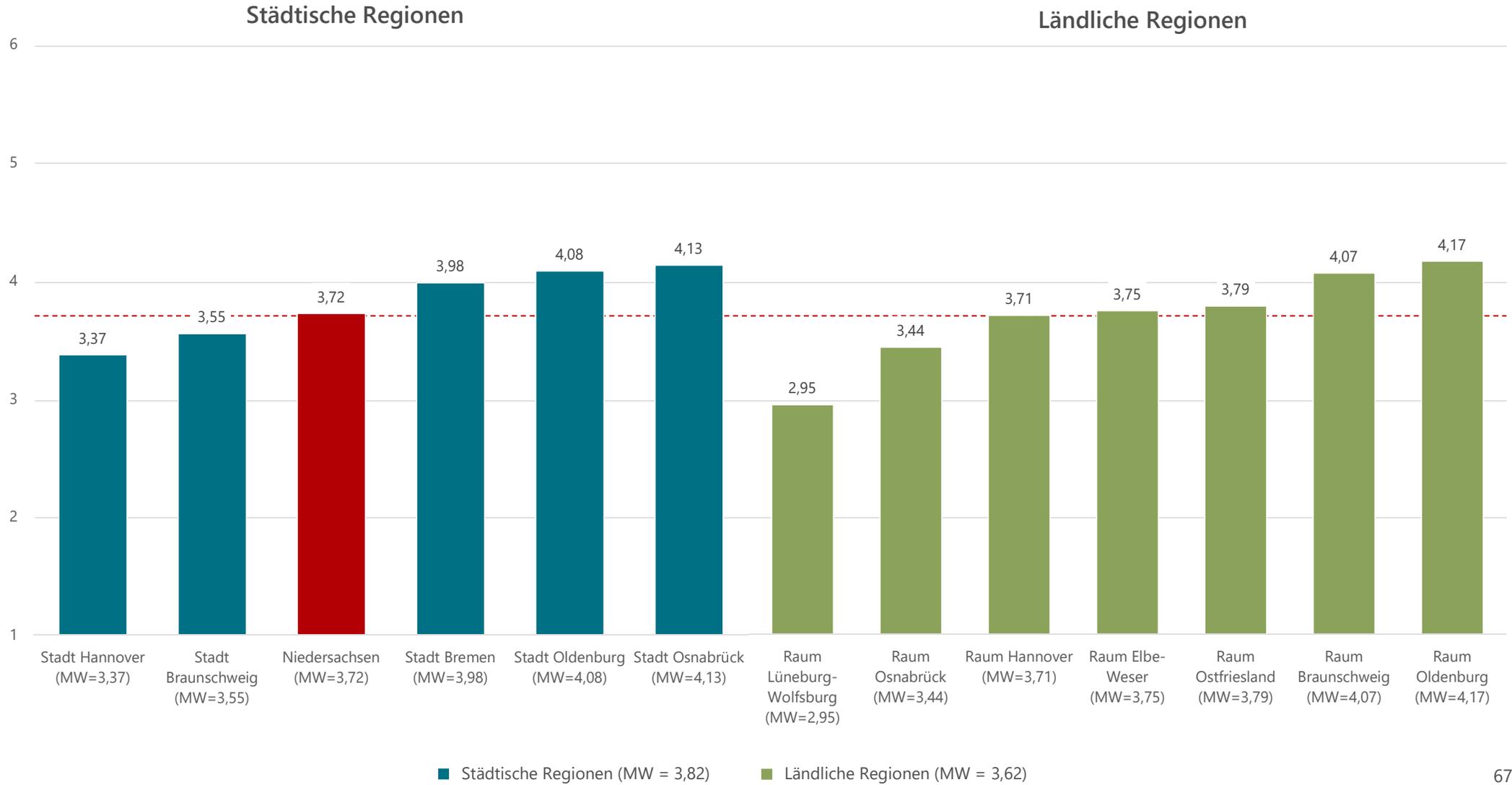
Die **Sauberkeit** im Zentrum wird in Ostfriesland am positivsten beurteilt. Die Zentren im Raum Braunschweig fallen hier unter die Note 4.

Die Stärken und Schwächen der einzelnen Räume lassen zwar keine genaue Verortung zu. Dennoch sollten sie als Entwicklungsfelder verstanden werden. Es bleibt spannend zu beobachten, wie durch gezielte Maßnahmen diese Disparitäten verringert und die individuellen Potenziale besser ausgeschöpft werden können.

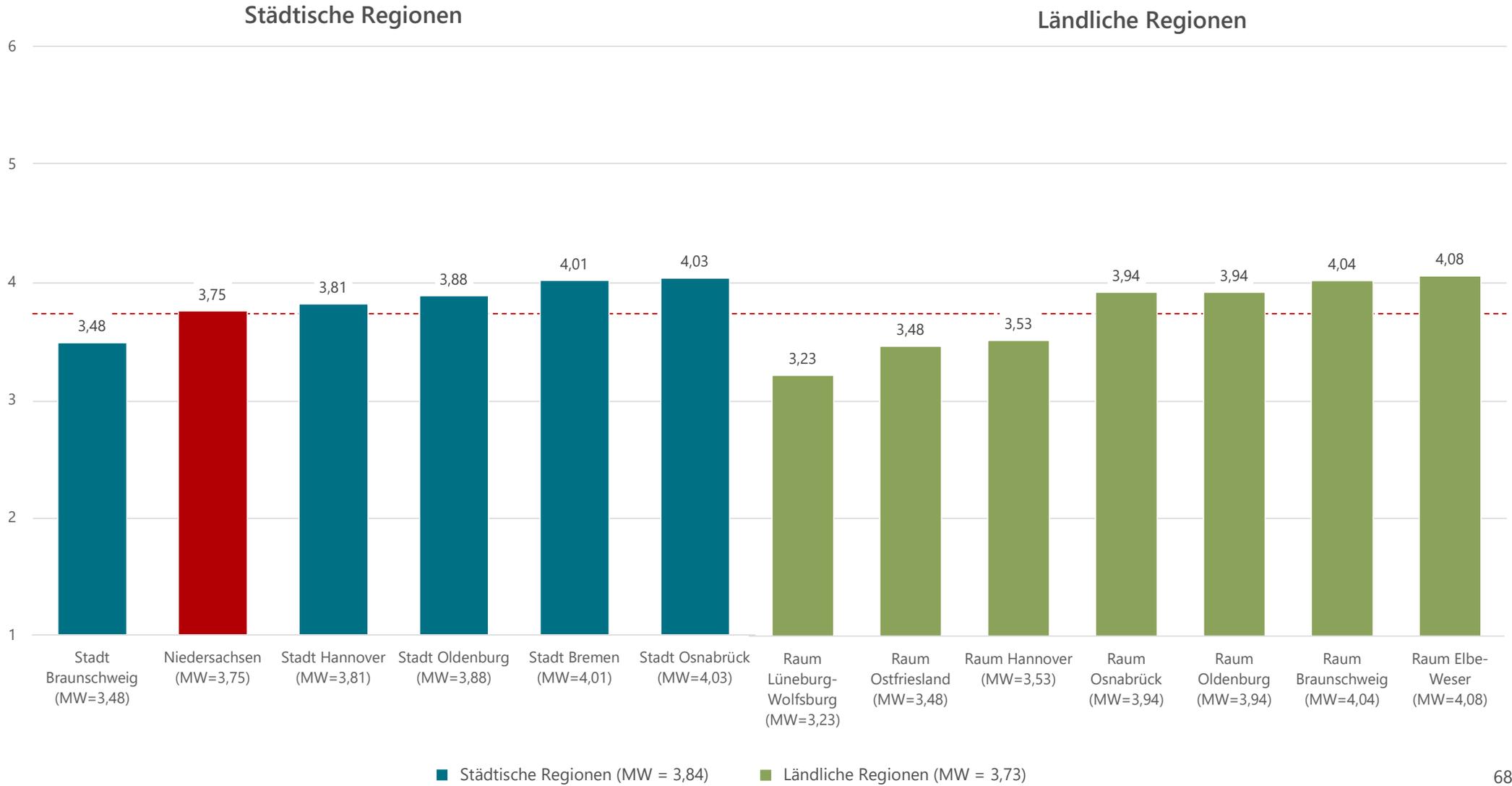
Wie das Angebot der Spielmöglichkeiten bewertet wird
– Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



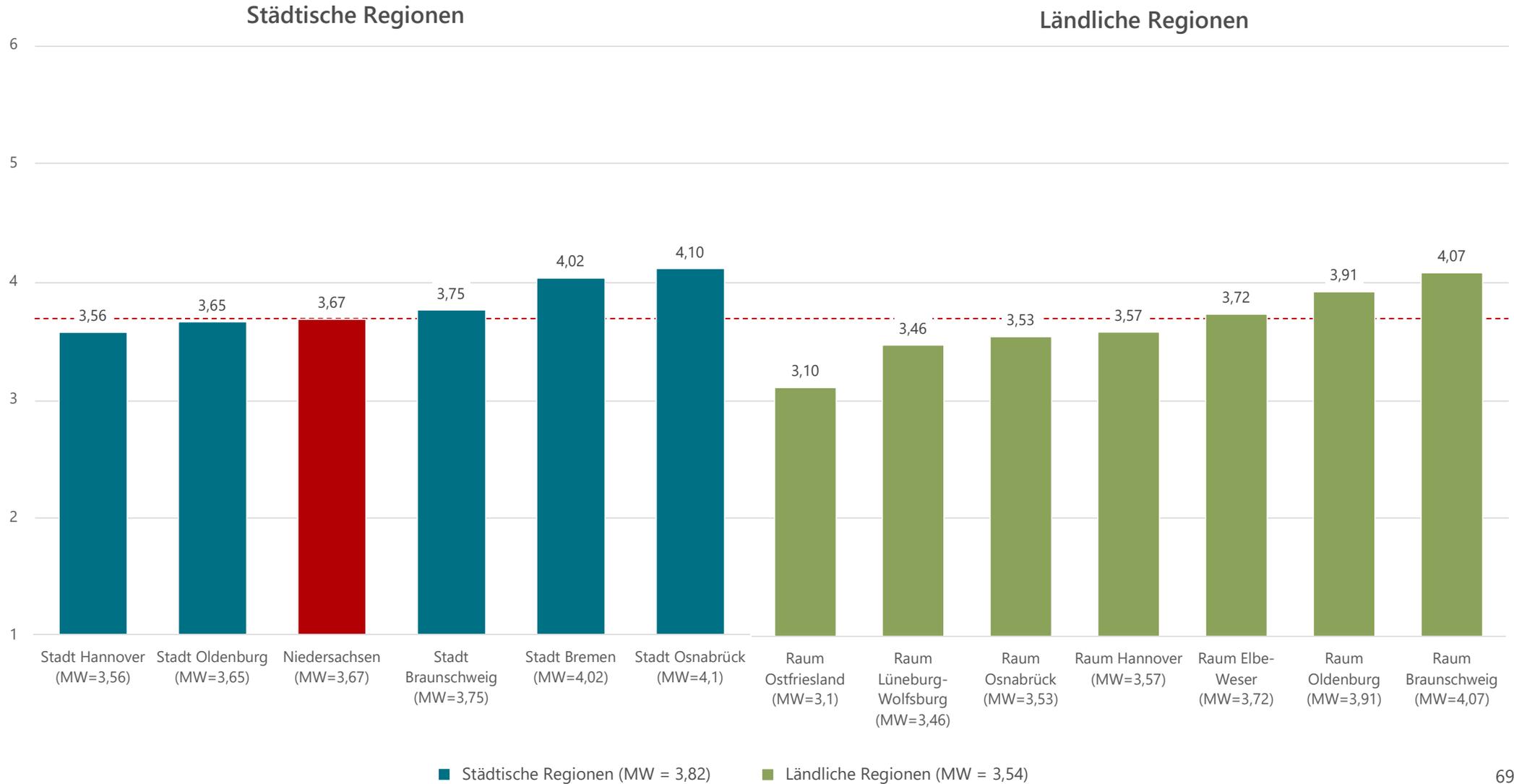
Wie das Angebot an Wasserspielen bewertet wird
 – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



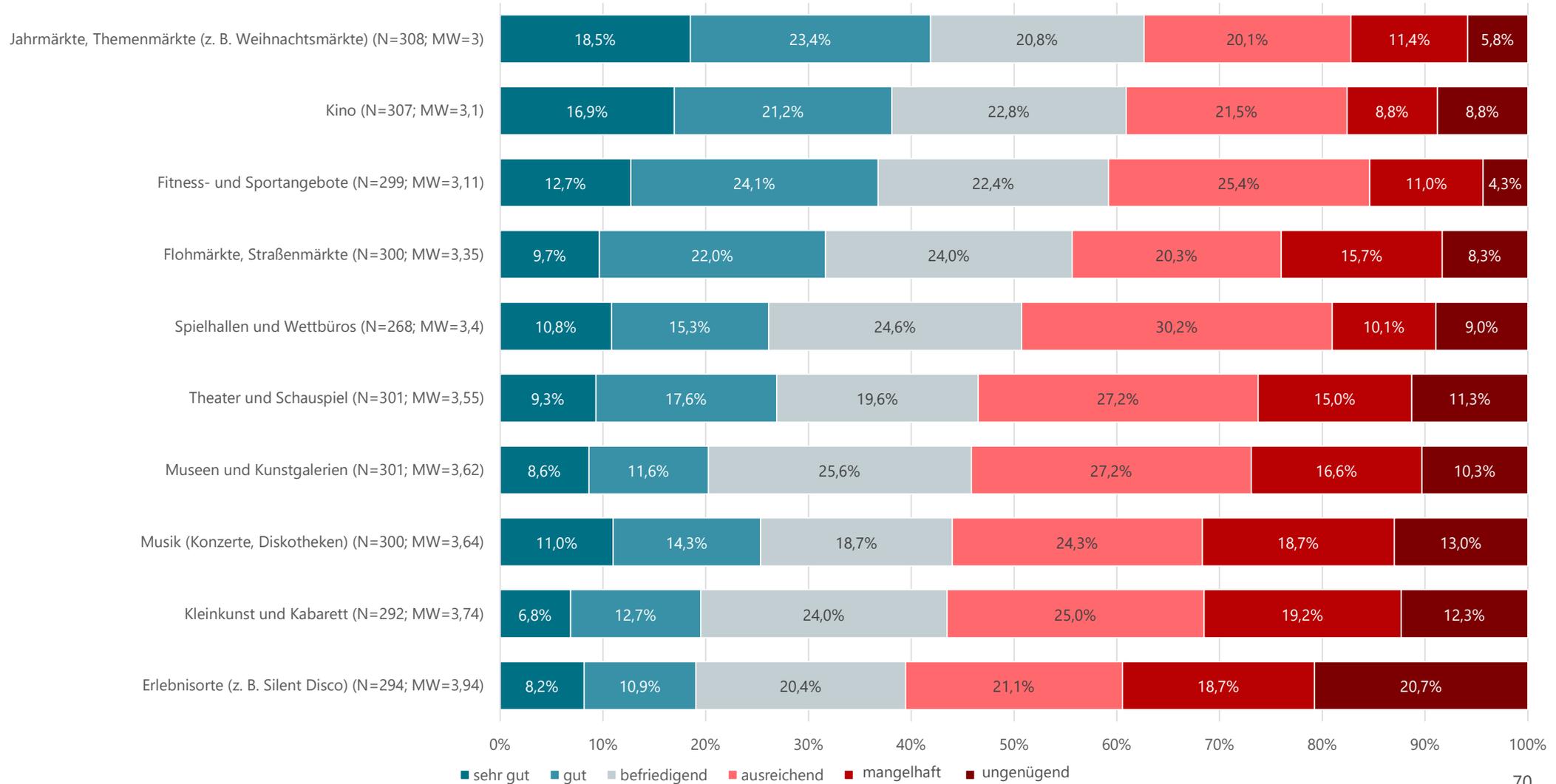
Wie das Angebot der Orte zum Aufenthalt/ohne Konsumzwang bewertet wird – **Regionale Besonderheiten** (Schulnoten von 1-6)



Wie die Sauberkeit bewertet wird
 – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



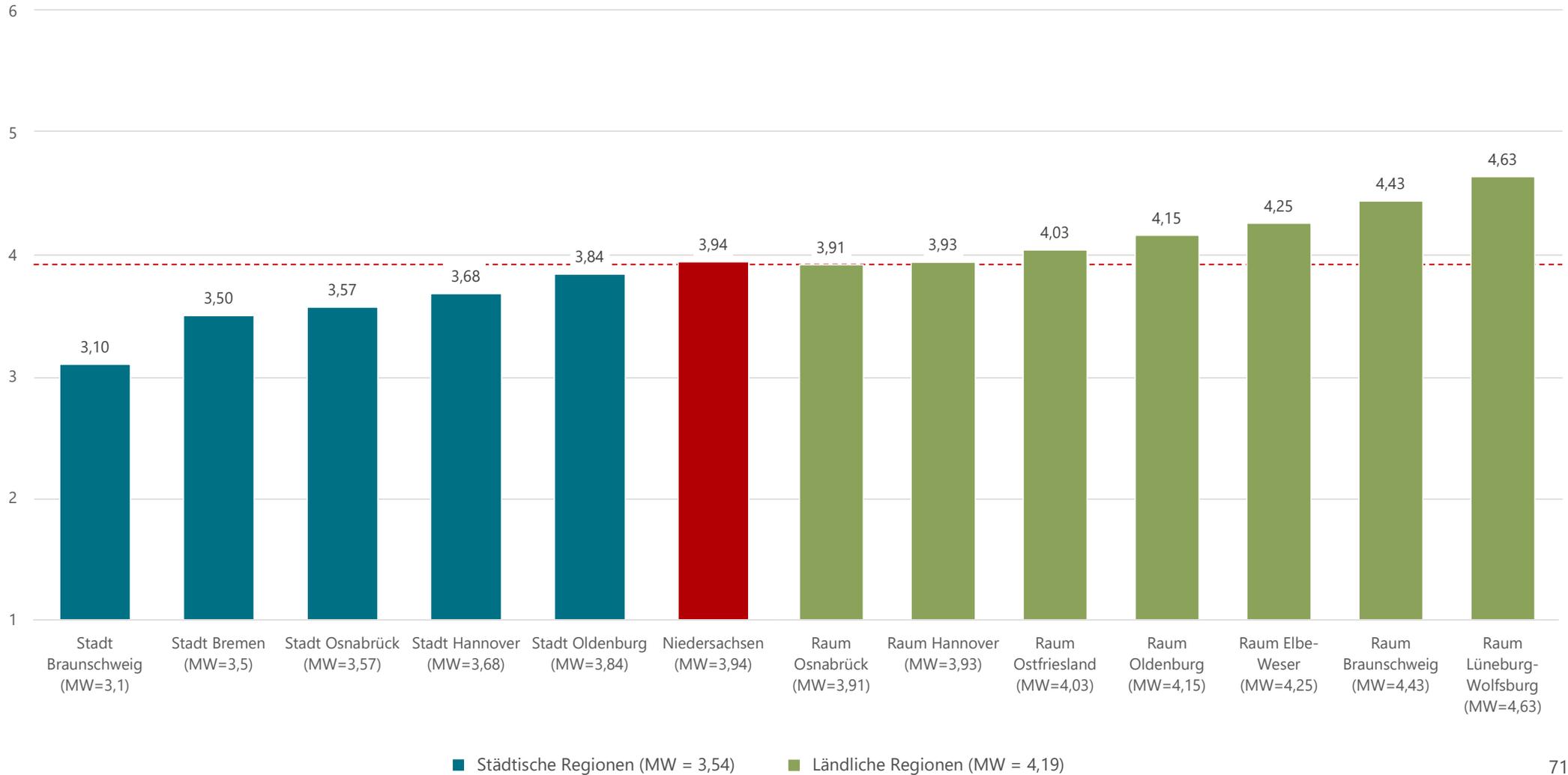
Wie die **Niedersachsen** die Freizeitangebote ihrer Zentren bewerten (Schulnoten von 1-6)



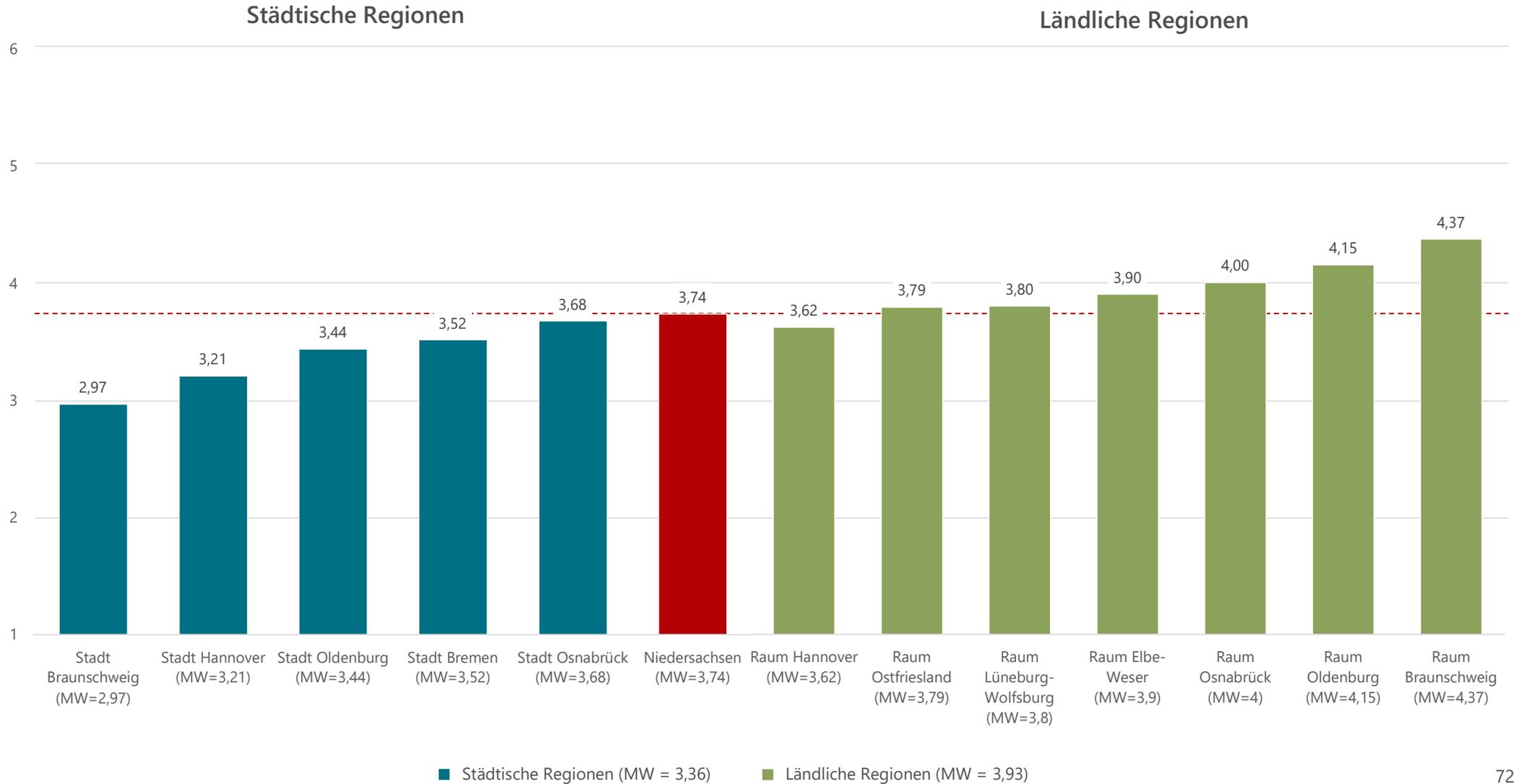
Wie das Angebot an **Erlebnisor**ten bewertet wird
 – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)

Städtische Regionen

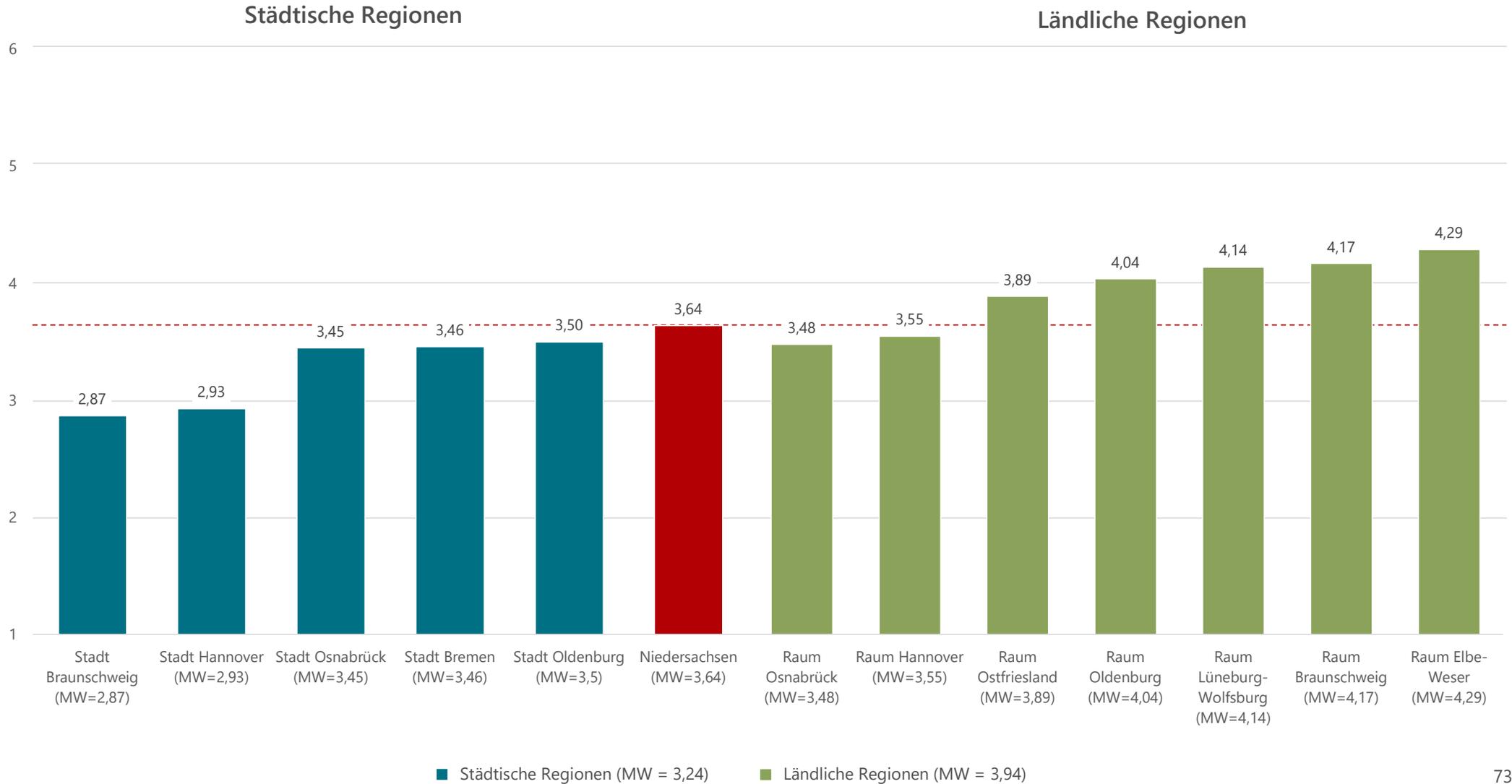
Ländliche Regionen



Wie das Angebot an Kleinkunst bewertet wird
– Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



Wie das Angebot an Konzerten/Diskotheiken bewertet wird
 – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



cima.

Die City im Herzen

WIE WIR DER INNENSTADT
TREU BLEIBEN



Die Zentren im Raum Hannover mit offensichtlichen Defiziten

Im **Bundesdurchschnitt** (3,1) werden die **Innenstädte tendenziell besser bewertet** als die Zentren und Innenstädte im Raum **Niedersachsen** (3,4). Am schlechtesten schneiden die Zentren im Raum **Hannover mit 3,8** ab. Bei den benoteten Attributen wurden **Veranstaltungen & Events** und **Stadtbild & Aufenthaltsqualität** am **kritischsten** gesehen. Aber auch bei der Bewertung von **Einzelhandel** und **Gastronomie** in den Zentren schwächelte der Raum Hannover gegenüber anderen Räumen in Niedersachsen.

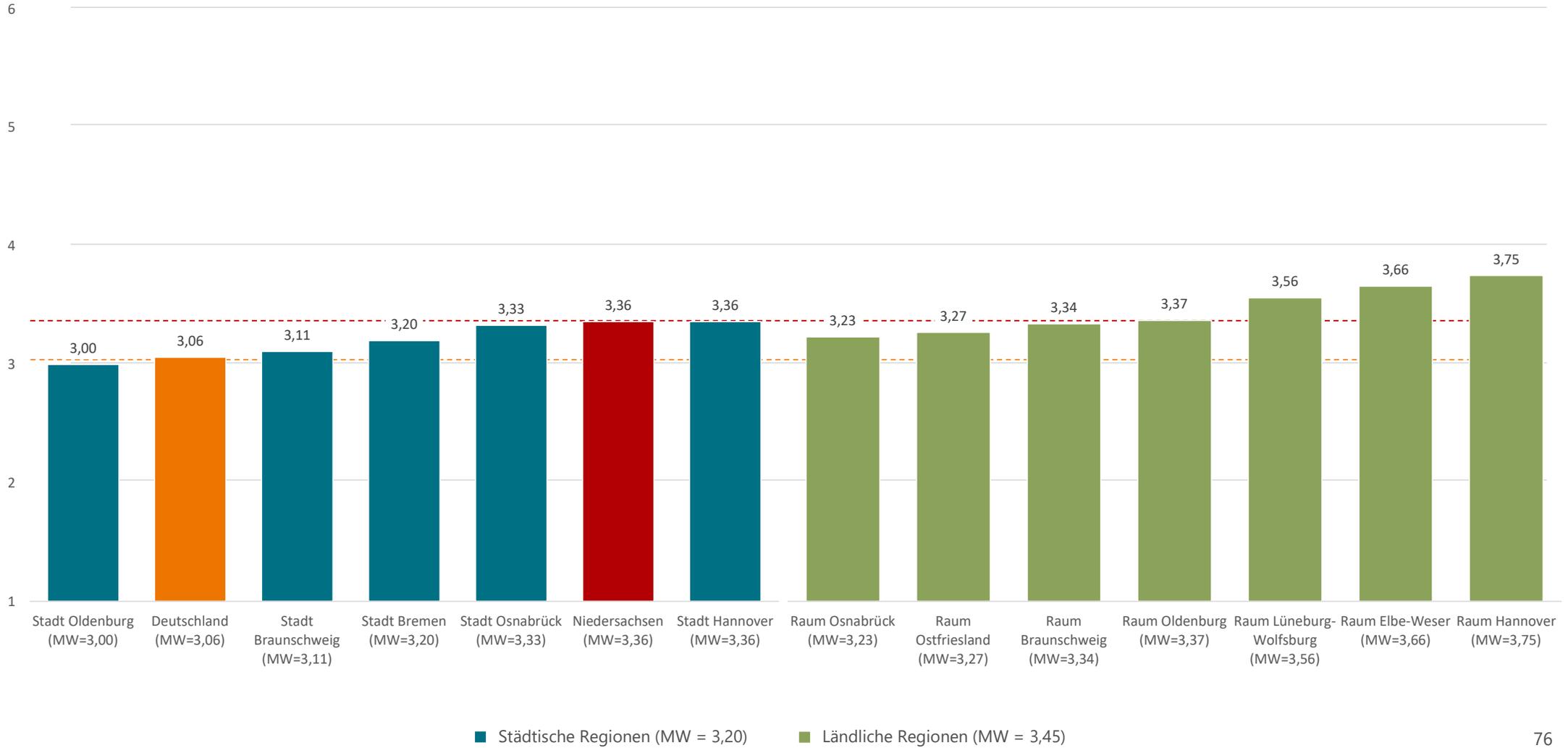
Bei **Veranstaltungen & Events** und **Stadtbild & Aufenthaltsqualität** taten sich die Zentren im Raum **Osnabrück** mit den vergleichsweise besseren Noten noch hervor.

In den Zentren im Raum **Oldenburg** erreicht das **Kulturangebot** mit 2,79 die beste Einzelnote aller Räume bei dieser Frage.

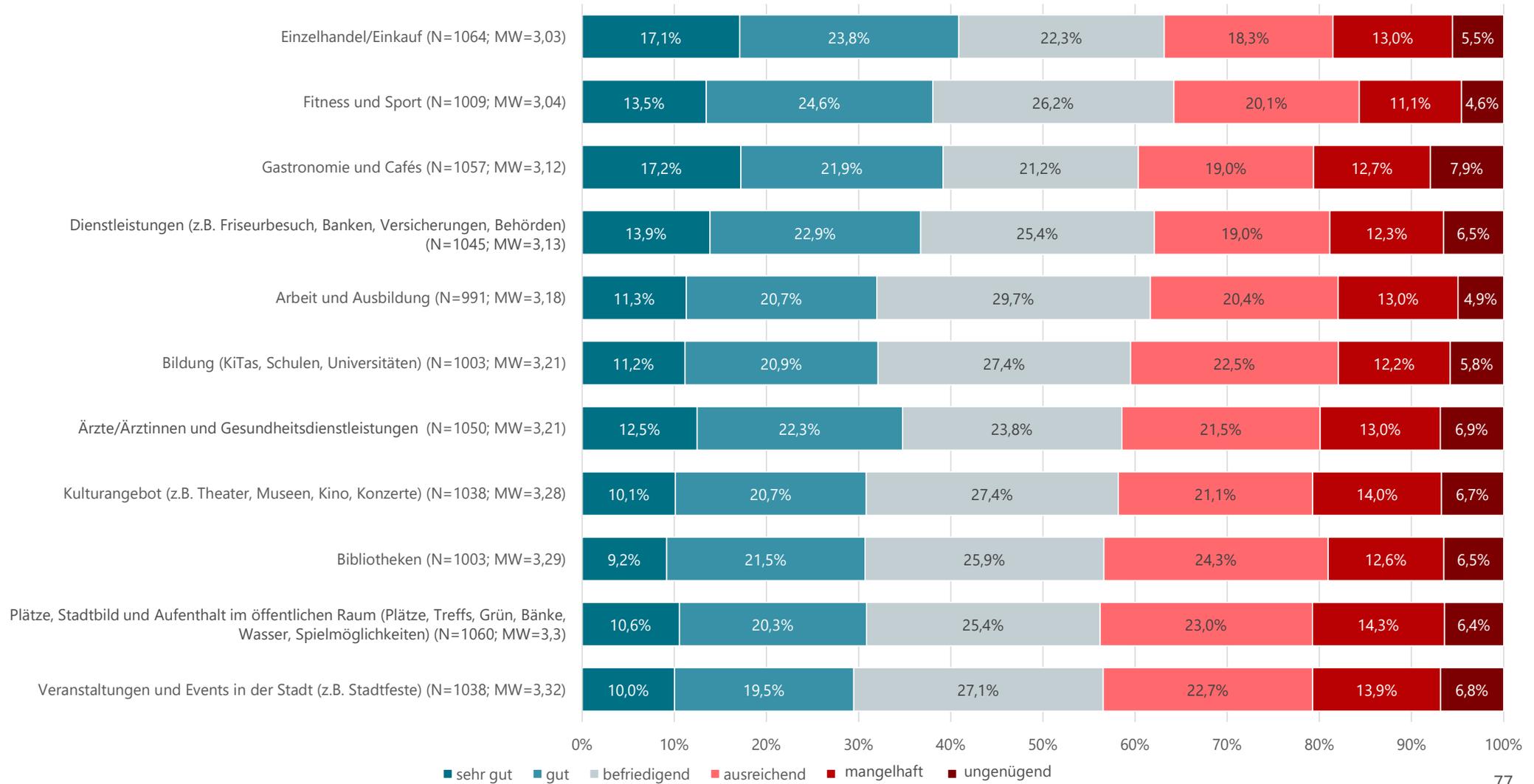
Welche Schulnote die Menschen ihren Zentren geben (Schulnoten von 1-6)

Städtische Regionen

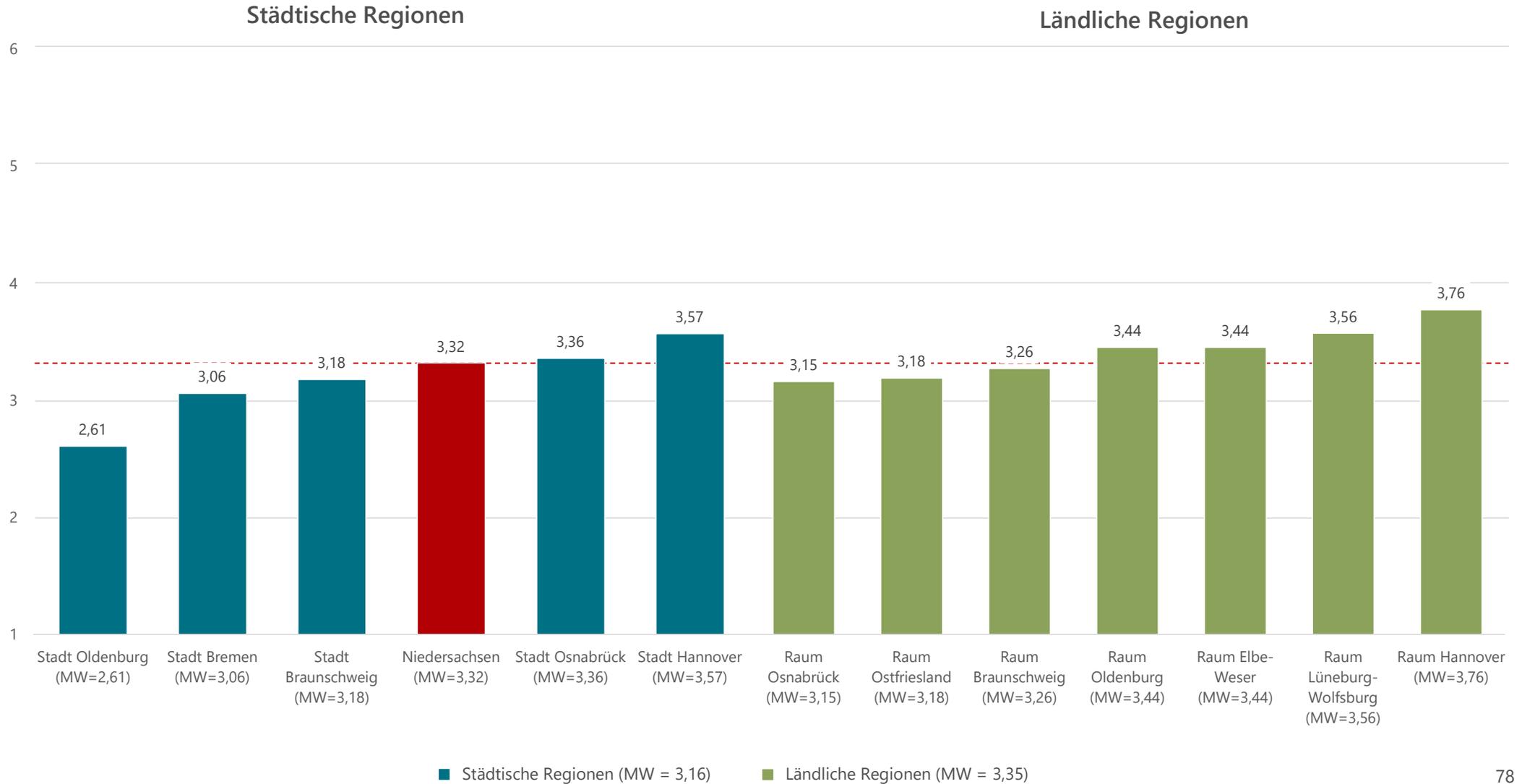
Ländliche Regionen



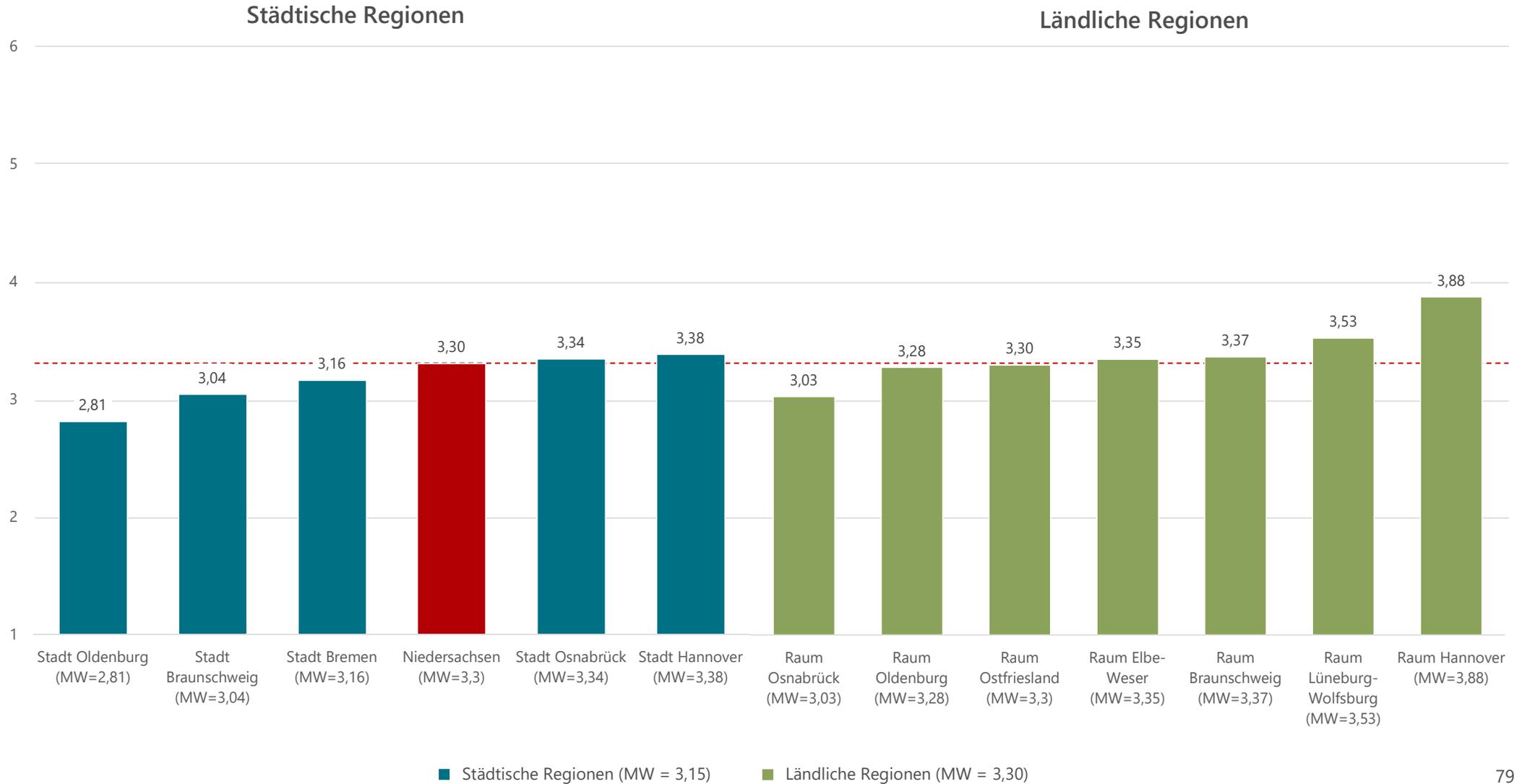
Wie die **Niedersachsen** die einzelnen Bereiche ihrer Zentren bewerten (Schulnoten von 1-6)



Wie das Angebot an Veranstaltungen und Events bewertet wird
 – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



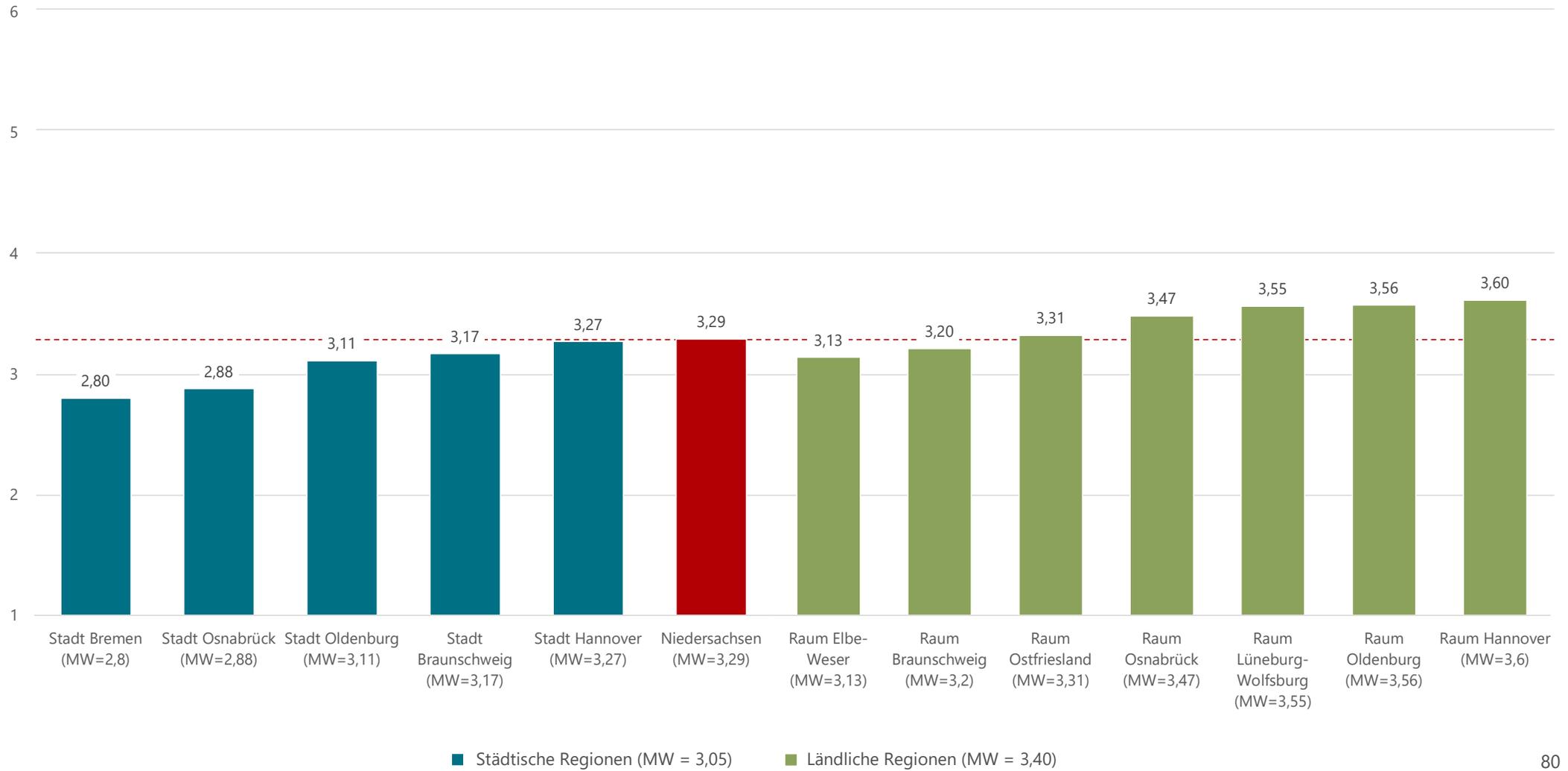
Wie das Stadt und die Aufenthaltsqualität bewertet wird
 – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



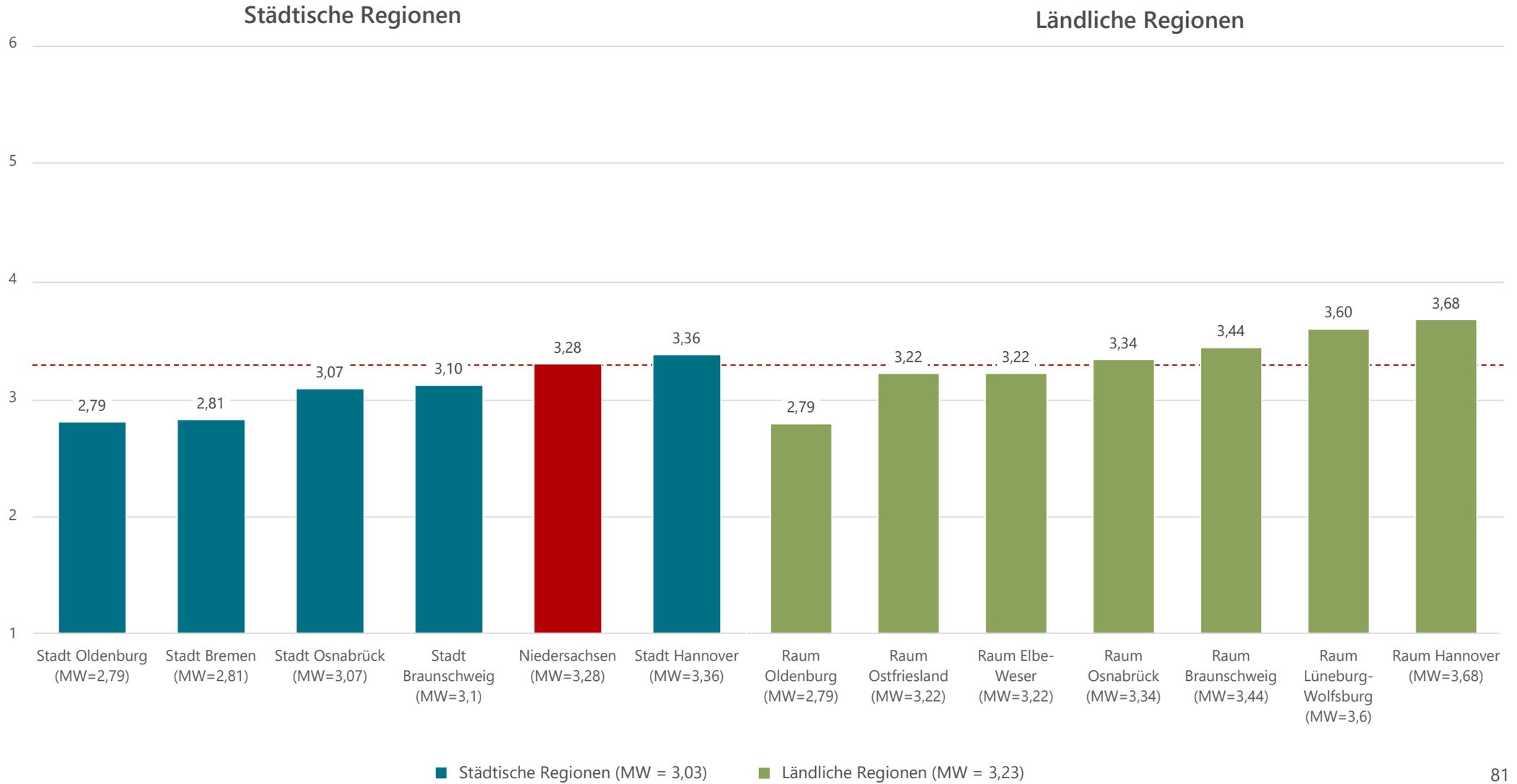
Wie das Angebot an **Bibliotheken** bewertet wird
 – Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)

Städtische Regionen

Ländliche Regionen



Wie das Kulturangebot bewertet wird
– Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



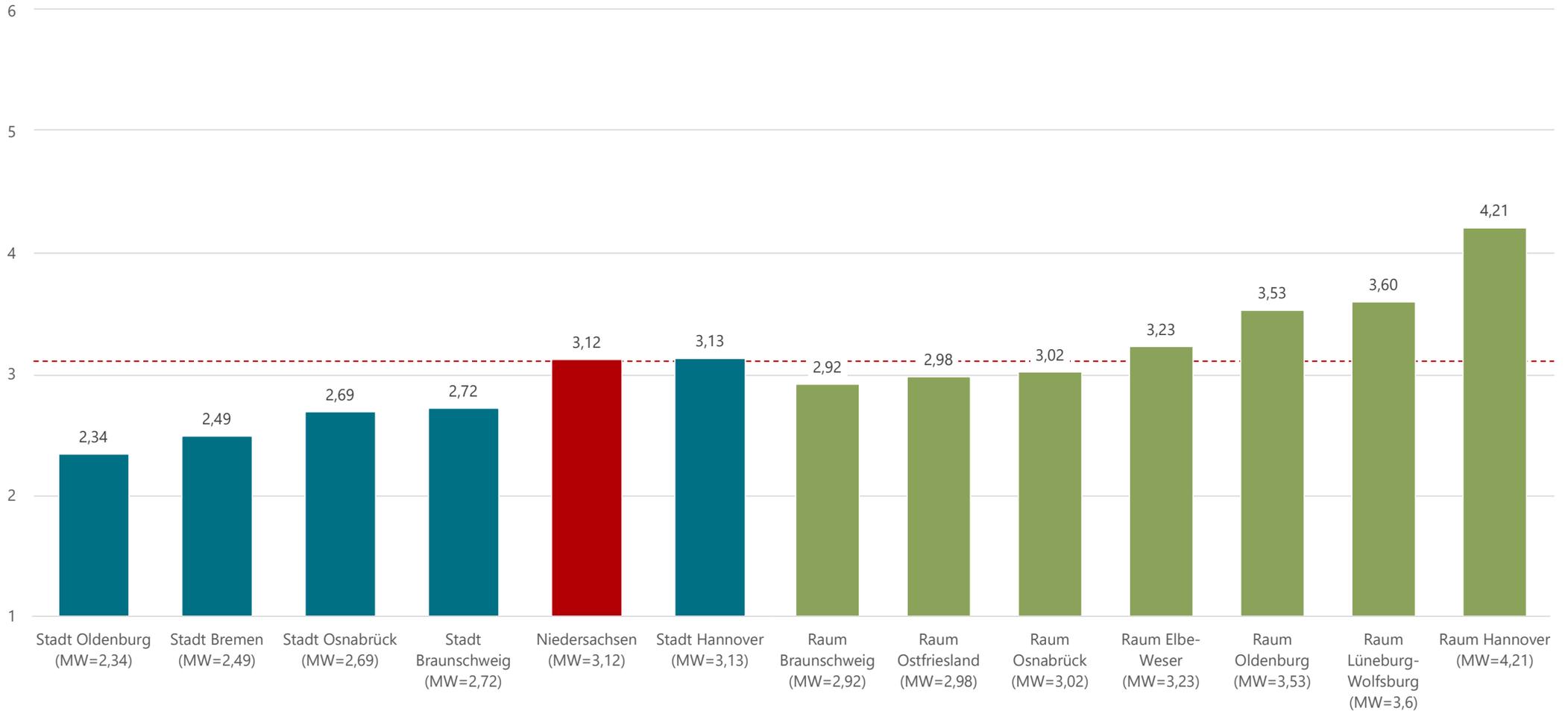
Wie das Gastronomieangebot bewertet wird

– Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)

■ Städtische Regionen (MW = 2,67)

Städtische Regionen

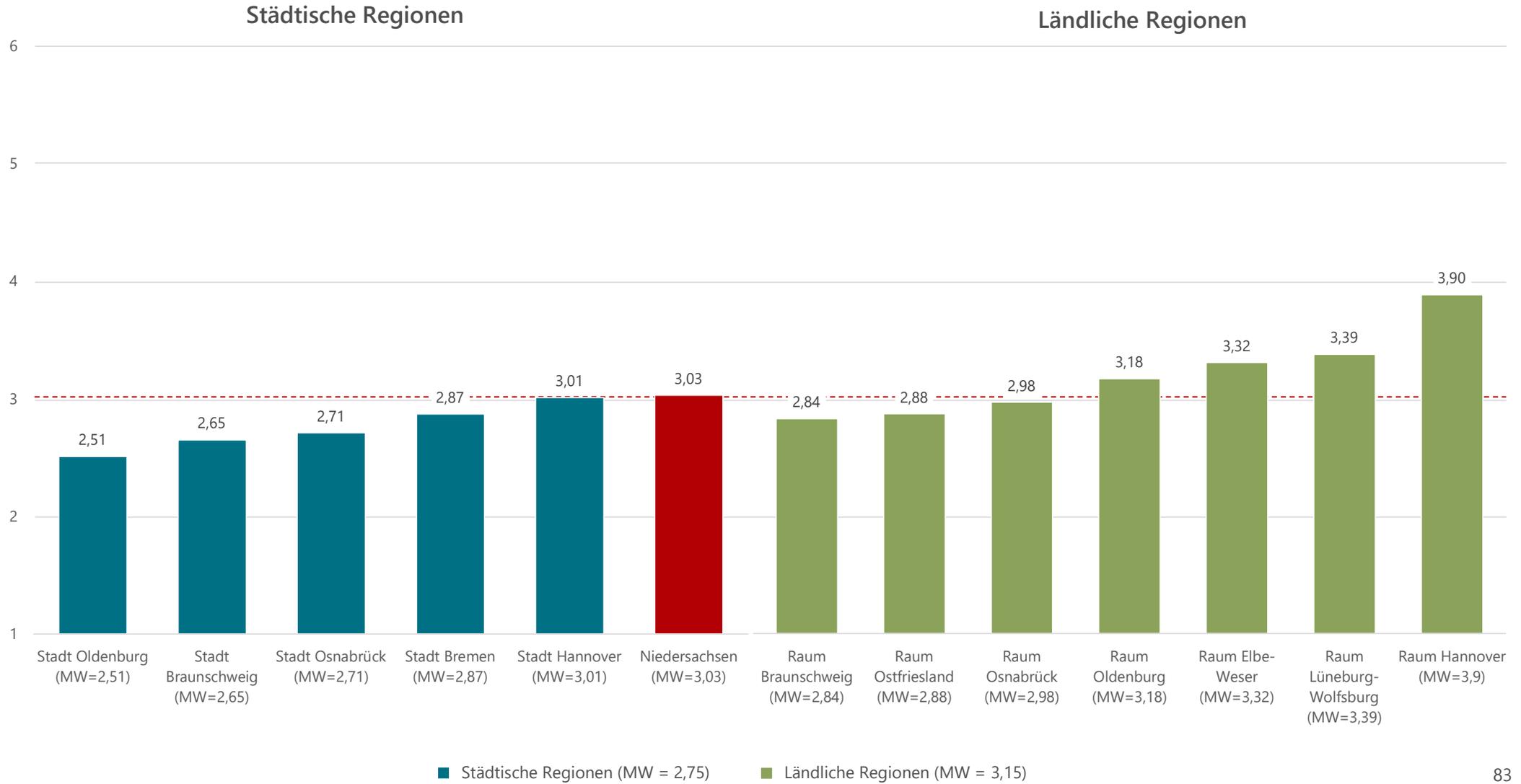
Ländliche Regionen



■ Städtische Regionen (MW = 2,67)

■ Ländliche Regionen (MW = 3,27)

Wie das Einzelhandelsangebot bewertet wird
– Regionale Besonderheiten (Schulnoten von 1-6)



Wie oft besuchen die Menschen die Innenstädte und Zentren im Vergleich zu 2022?

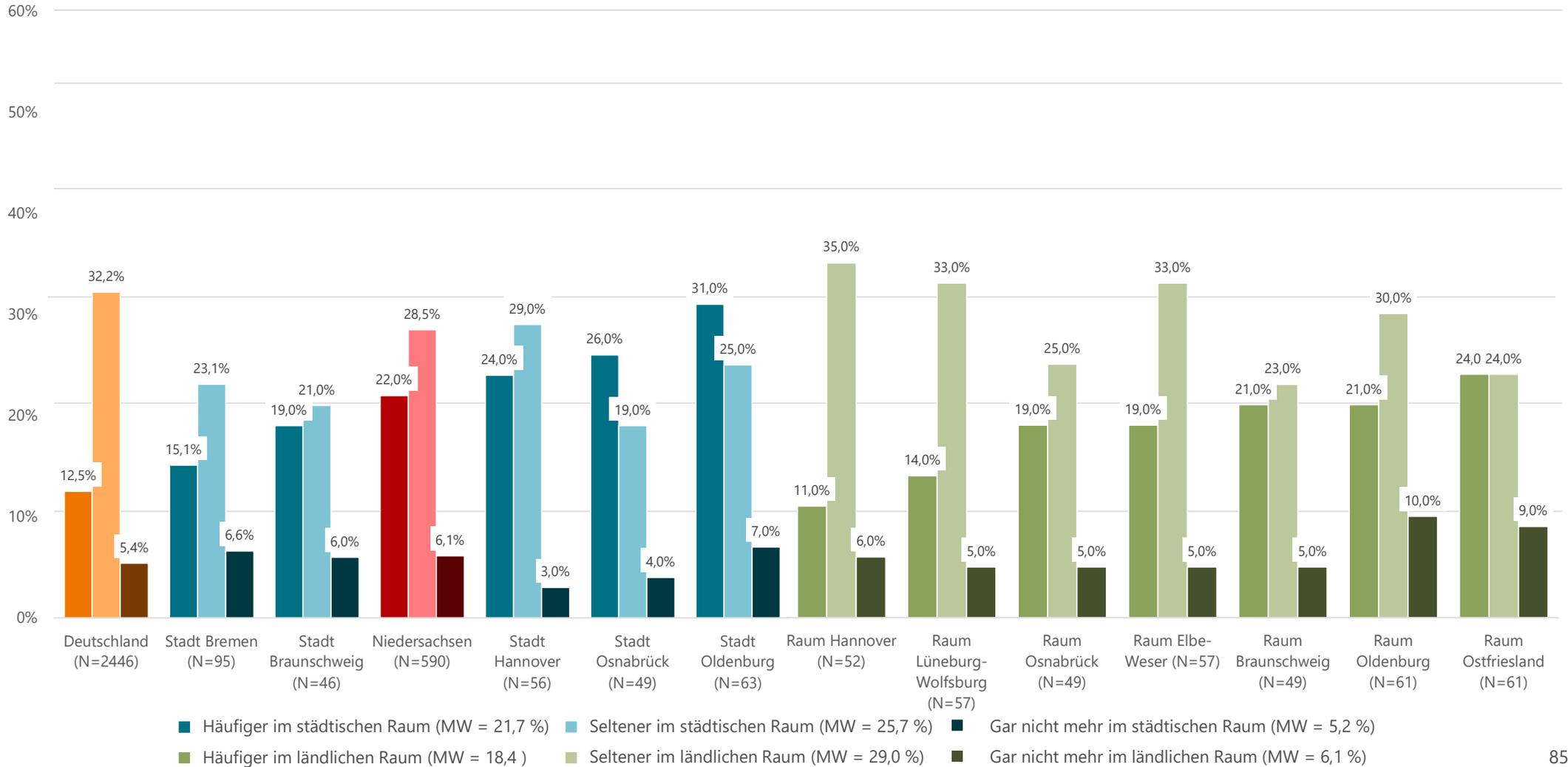
Bei der Besuchshäufigkeit steht Niedersachsen zwar besser da als der Bund, verliert aber. Das bedeutet, dass die Zentren per Saldo **Anteile verlieren**. Eine **ausgeglichene Entwicklung** gegenüber 2022 kann nur den Zentren im Raum **Ostfriesland** konstatiert werden.

Alle anderen Räume verlieren unter dem Strich Besuche, einige deutlich. Der negativste Saldo im Vergleich zu 2022 wird in den Räumen Hannover, Lüneburg-Wolfsburg und Elbe-Weser festgestellt.

Wie die Menschen die Zentren gegenüber den Jahren vor 2022 aktuell besuchen

Städtische Regionen

Ländliche Regionen



Der Blick nach vorne: Wie entwickelt sich das Besucherverhalten in den Zentren zukünftig?

Auch diese Frage beantworten die Befragten in Niedersachsen und Bremen ähnlich pessimistisch wie im **Bundesvergleich**, dennoch ist darin ein **Warnzeichen** zu sehen.

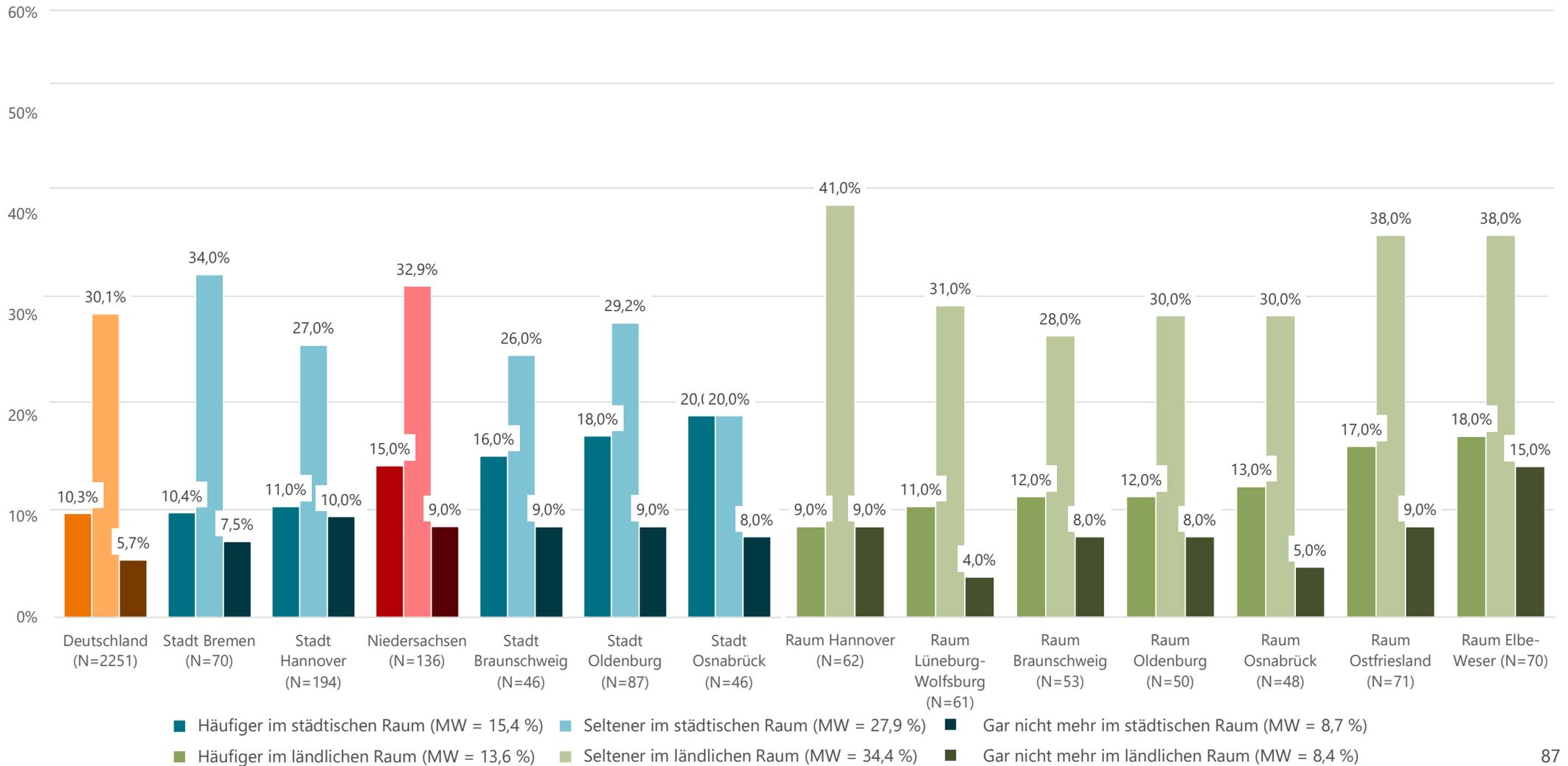
Alle Räume in Niedersachsen müssen mit **schrumpfenden Besuchszahlen** rechnen. Dies macht ein **Gegensteuern** gegen die hier dargestellte Absicht der Besuchenden **notwendig**.

In **allen Zentren** müssen die lokalen **Painpoints** im Rahmen der Customer-Journey der Besuchenden ausgemacht werden und es müssen **Maßnahmen** zur **Verbesserung** der Situation umgesetzt werden, um sich diesen negativen Trends zu entziehen. Sowohl die Painpoints als auch die notwendigen Maßnahmenbündel sind je nach Zentrum individuell verschieden.

Wie die Menschen die Zentren zukünftig besuchen wollen

Städtische Regionen

Ländliche Regionen

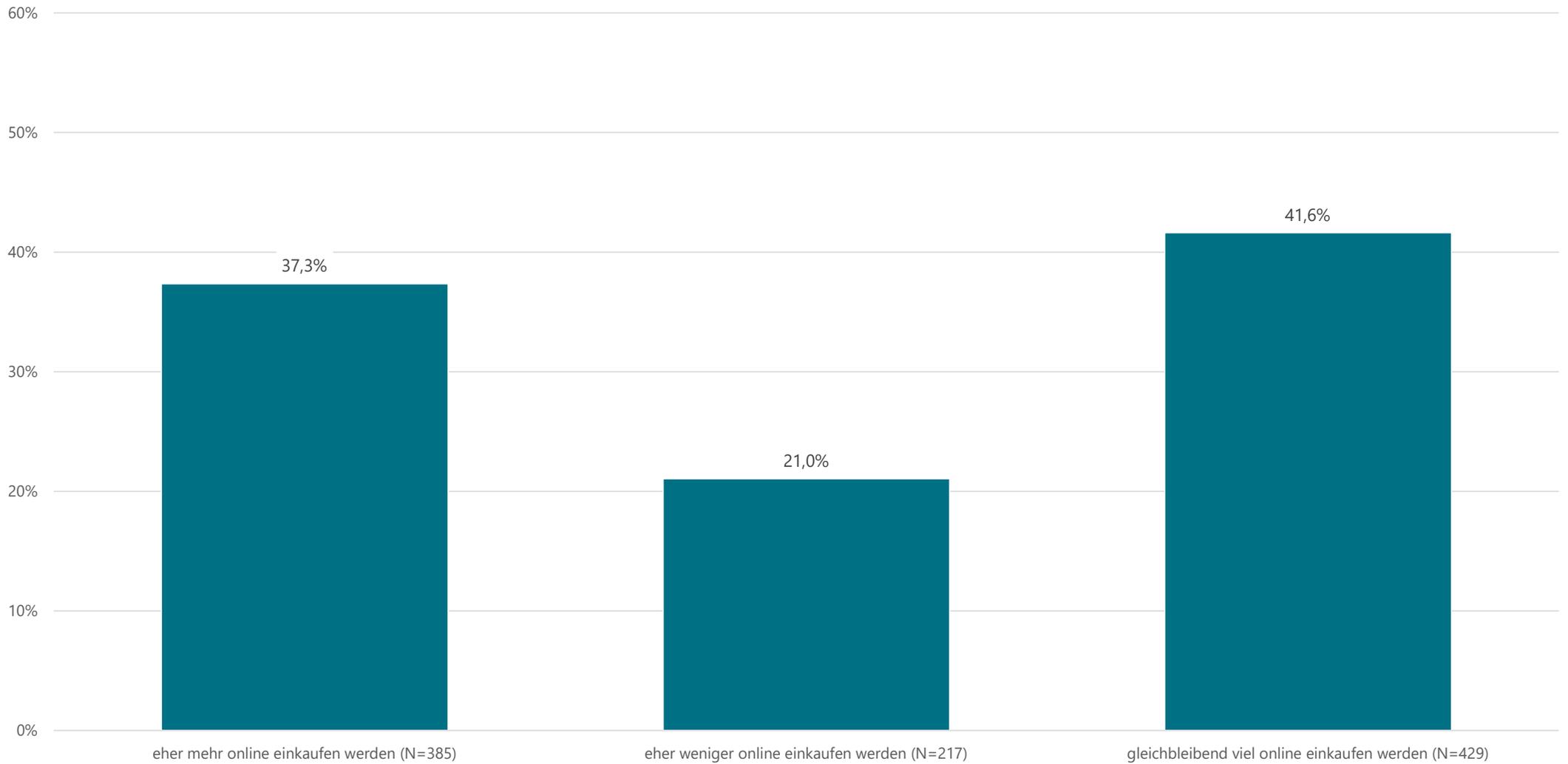


Schreckgespenst Onlinehandel? Leider können wir keine Entwarnung verkünden

Auch wenn die Sättigung in den Sortimenten unterschiedlich ist, müssen sich die Zentren in **Niedersachsen** mit einem insgesamt **weiter wachsenden Onlinehandel** arrangieren.

Das betrifft auch alle Zentren in den untersuchten Räumen durchgehend.

Niedersachsen denken, dass sie zukünftig...

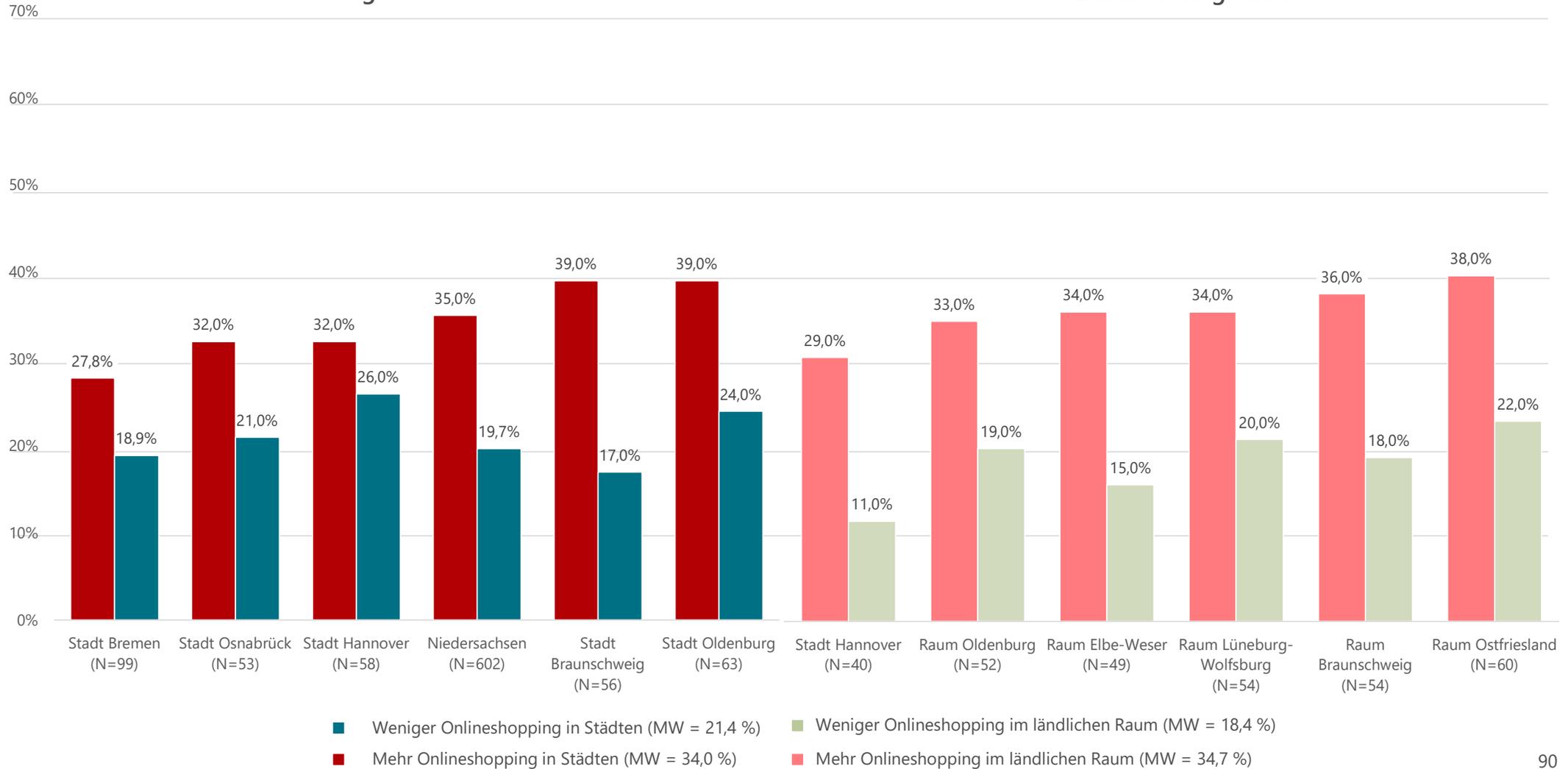


Wie die Menschen zukünftig online shoppen wollen

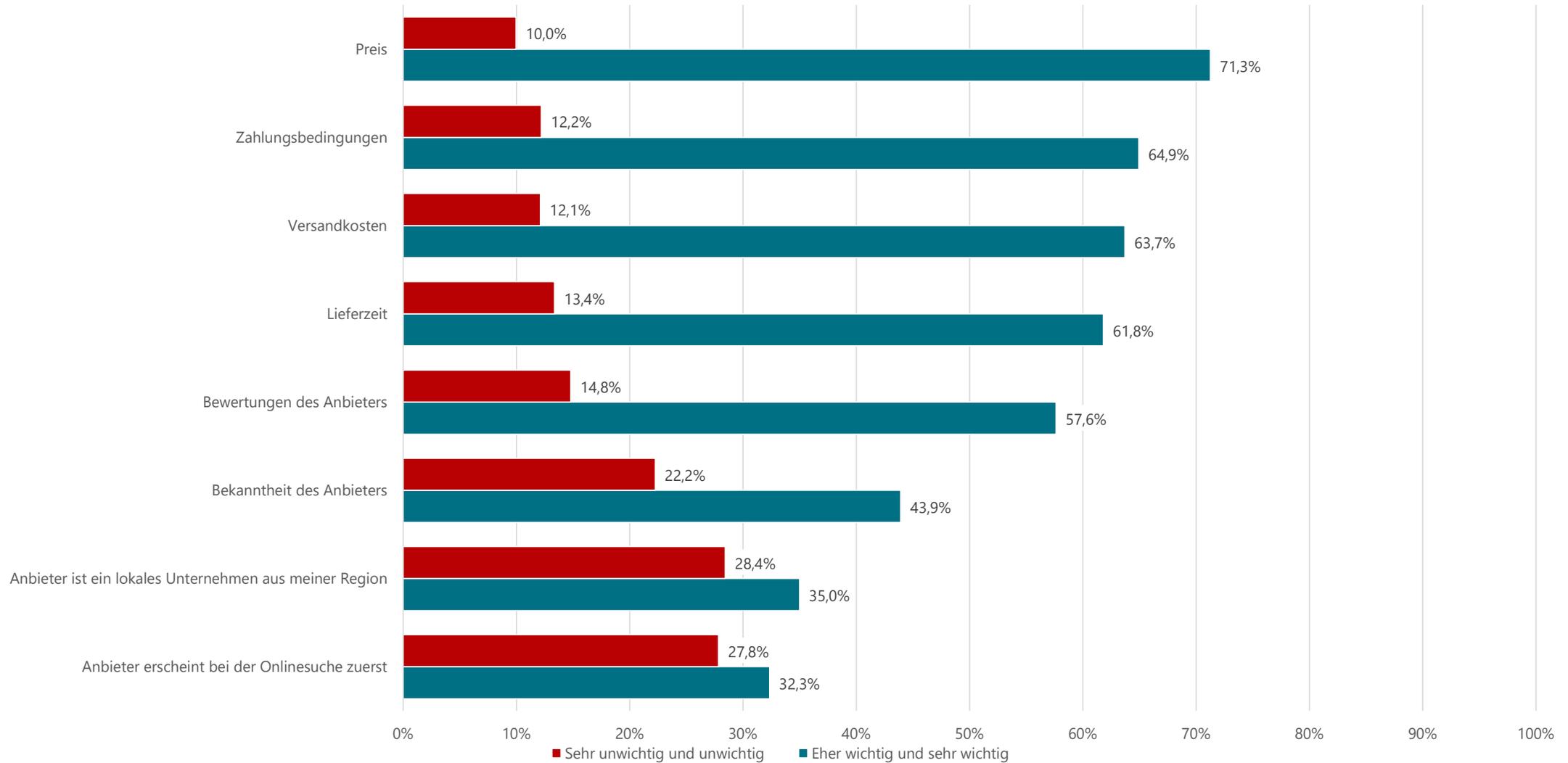
- Regionale Besonderheiten

Städtische Regionen

Ländliche Regionen



Wie wichtig den **Niedersachsen** die verschiedenen Kriterien beim Online-Shopping sind

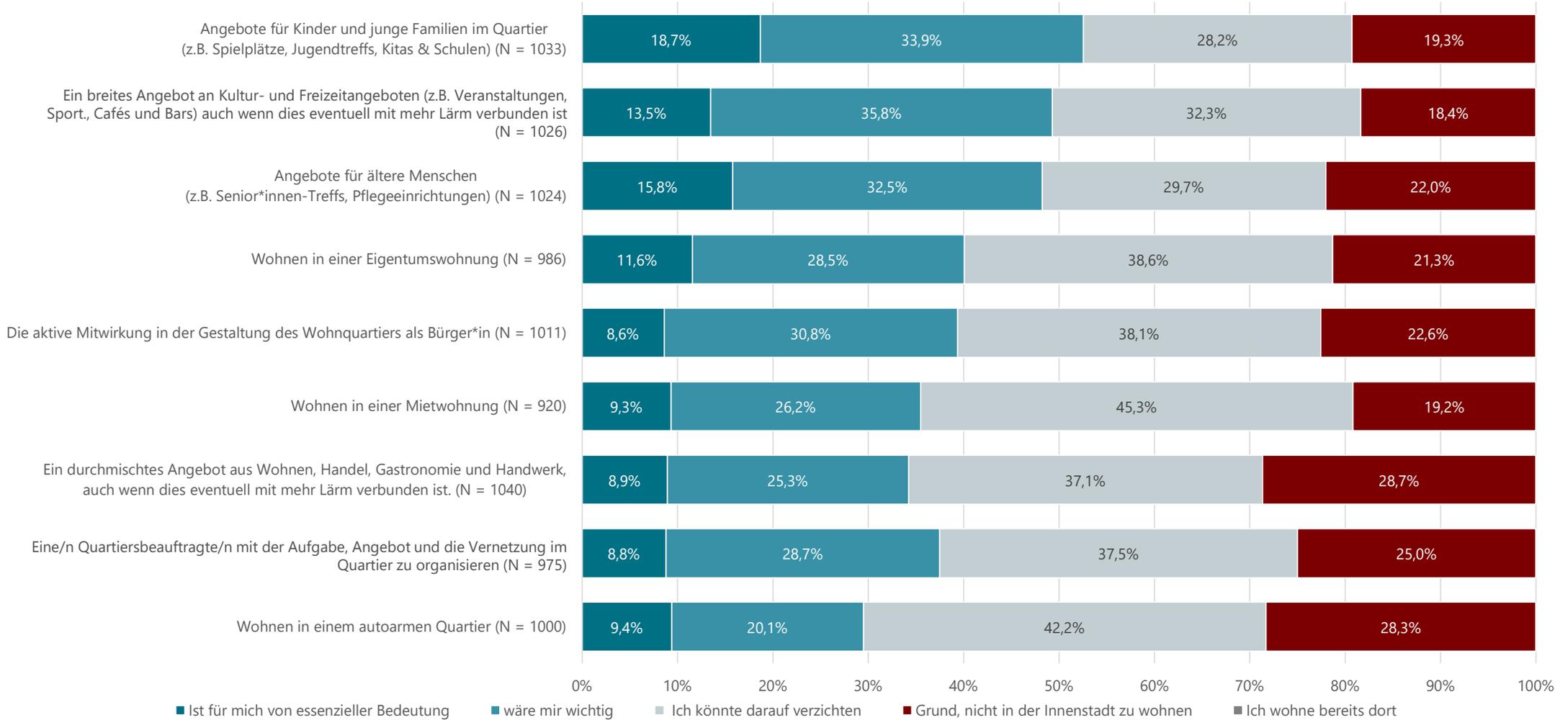


Wie wohnen in den Zentren in Niedersachsen?

Die Niedersachsen wollen mehrheitlich in Zentren wohnen, in denen es ein breites **Kulturangebot** und **aktive Mitgestaltung** gibt.

Annähernd ausgeglichen sind Zuspruch und Ablehnung, wenn es um Wohnen in einem **Quartier mit einer Mischung aus Handel und Handwerk** oder um Wohnen **in einem autoarmen Quartier** geht.

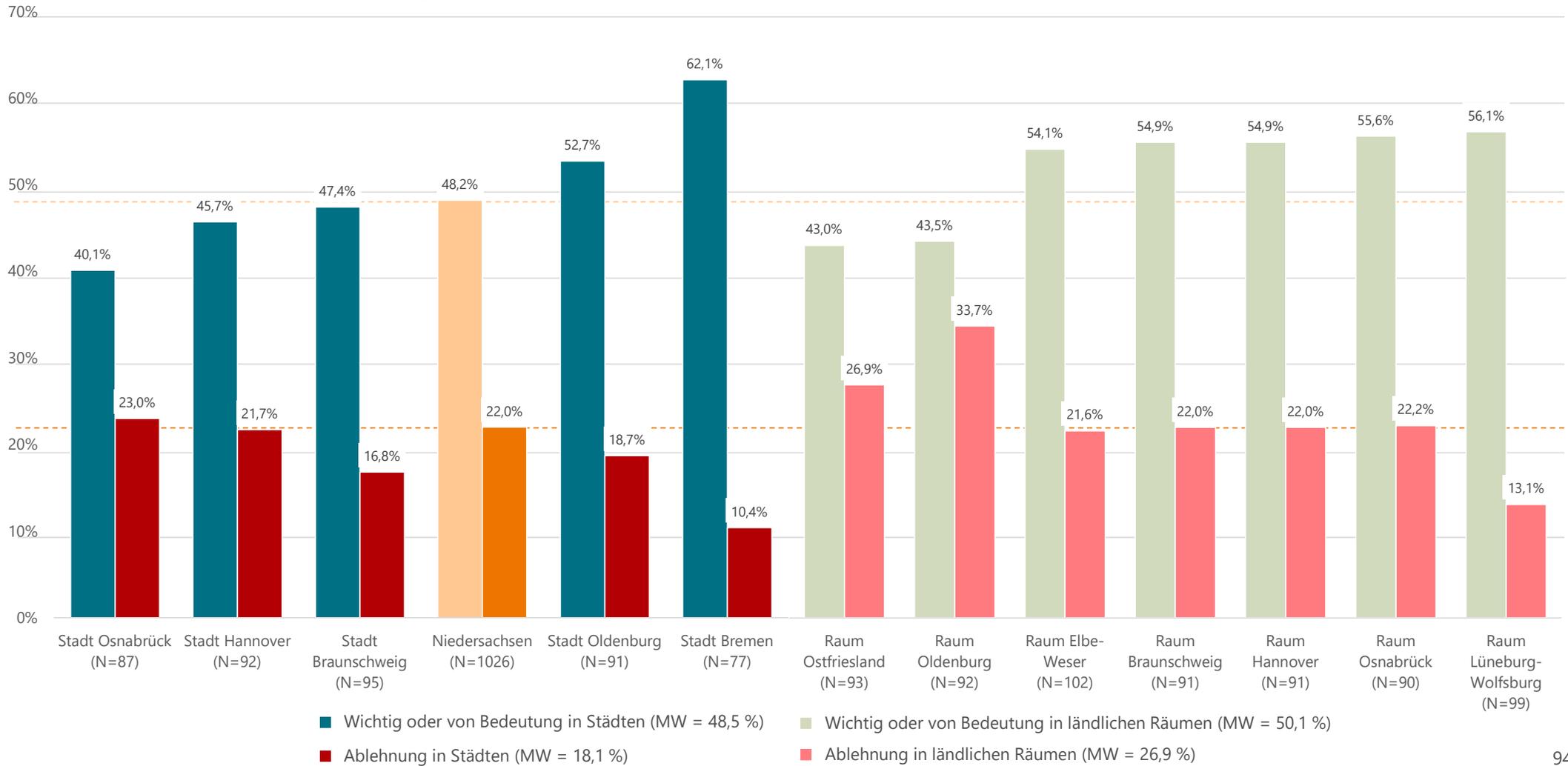
Unter welchen Voraussetzungen die **Niedersachsen** sich vorstellen können, in ihren Zentren zu wohnen



Wo sich die Menschen vorstellen können, in einem Quartier mit einem breiten Kulturangebot zu wohnen - Regionale Besonderheiten

Städtische Regionen

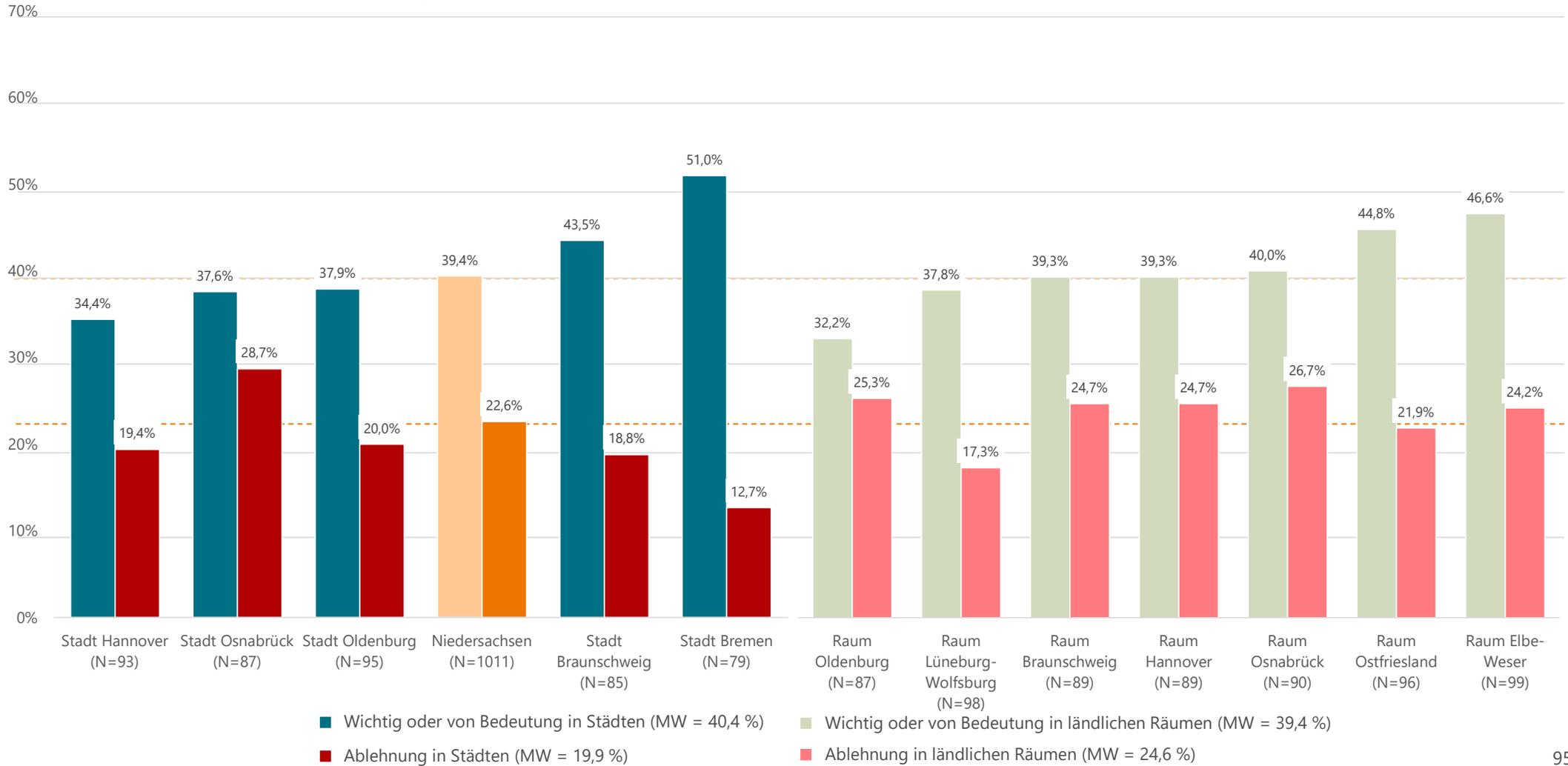
Ländliche Regionen



Wo sich die Menschen vorstellen können, ihr Quartier aktiv mitzugestalten - Regionale Besonderheiten

Städtische Regionen

Ländliche Regionen

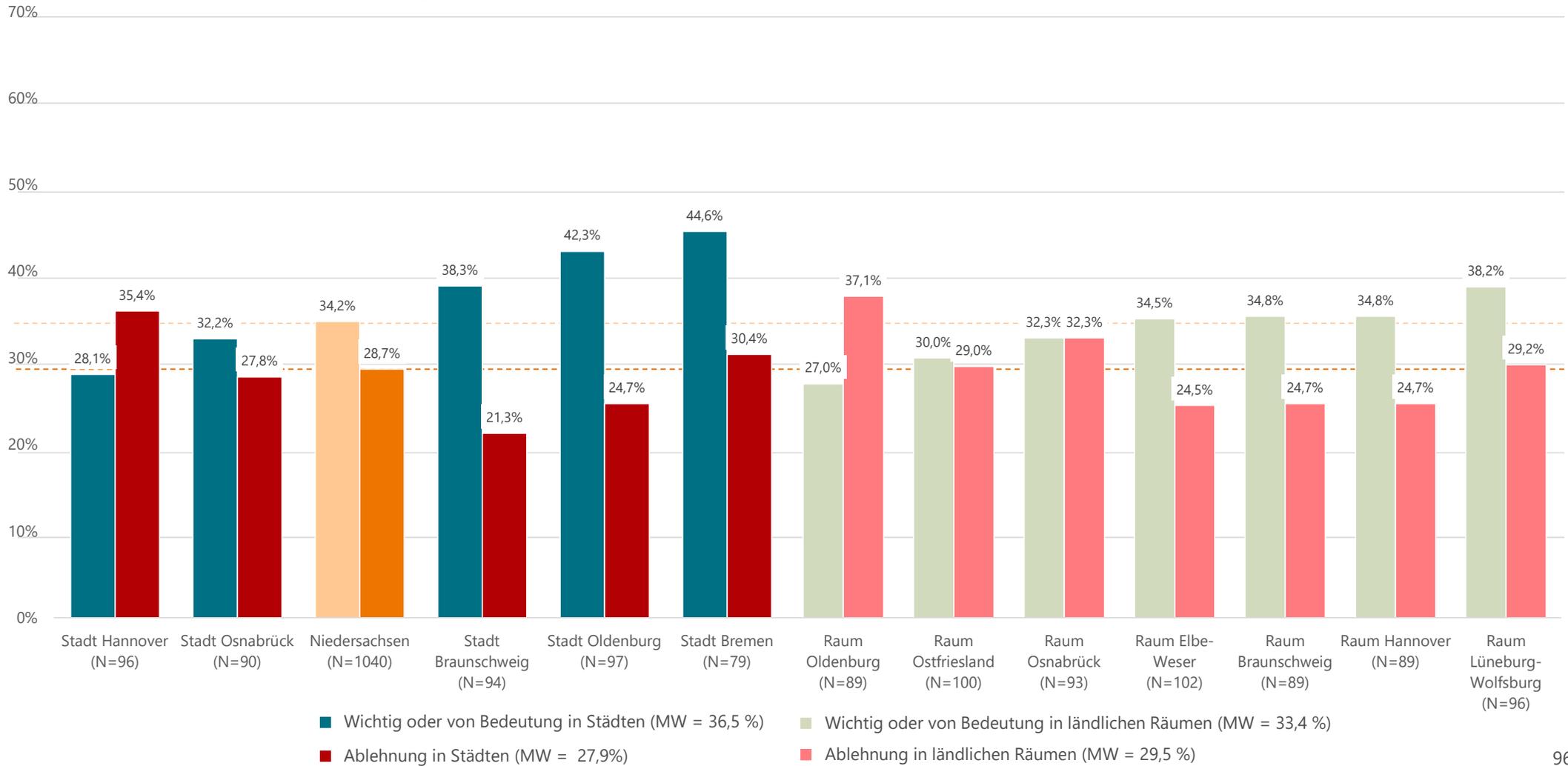


Wo sich die Menschen vorstellen können, in einem Quartier mit einer Mischung aus Handel und Handwerk zu wohnen

- Regionale Besonderheiten

Städtische Regionen

Ländliche Regionen



Wo sich die Menschen vorstellen können, in einem autoarmen Quartier zu wohnen - Regionale Besonderheiten

Städtische Regionen

Ländliche Regionen

