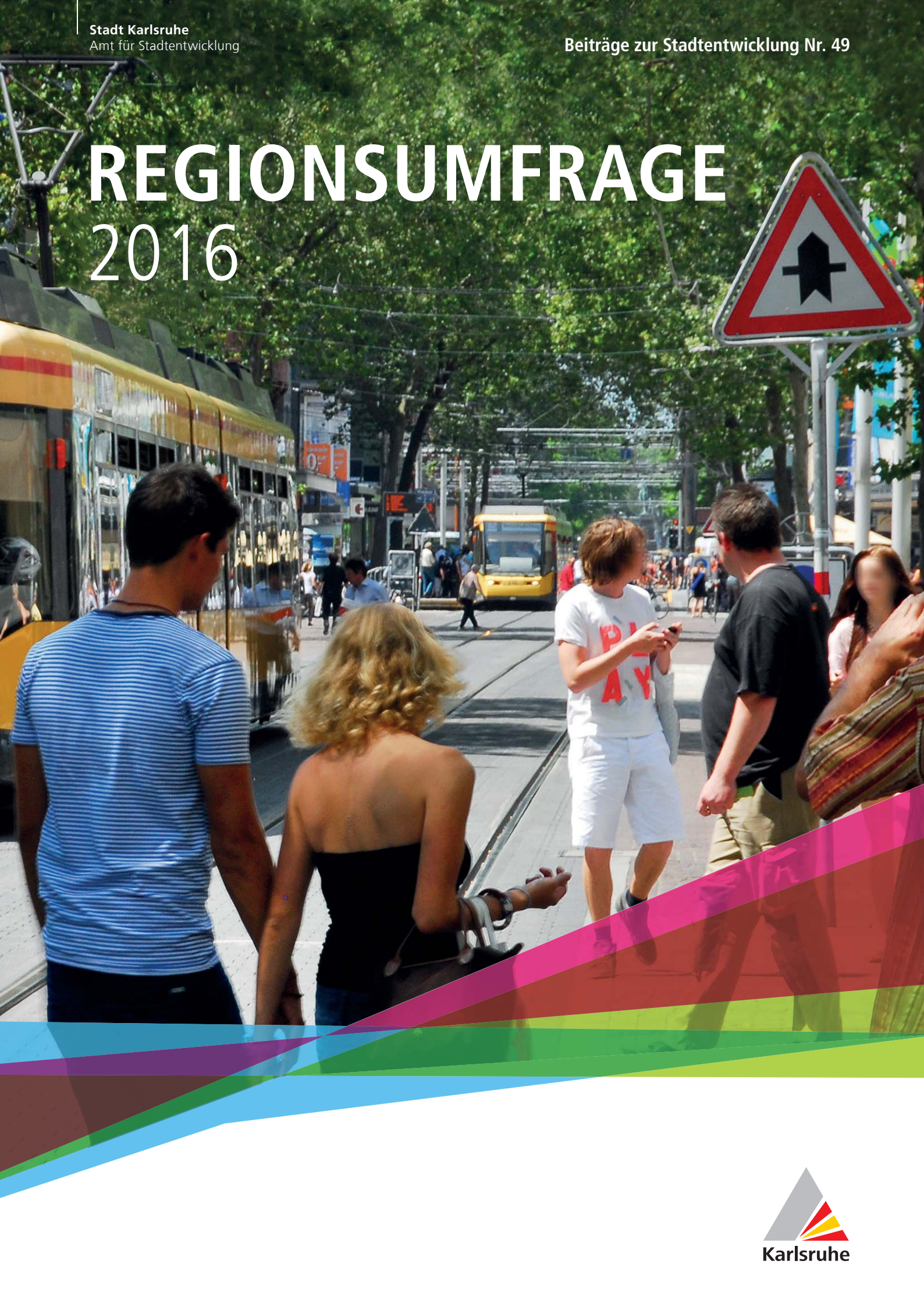


REGIONSUMFRAGE 2016



IMPRESSUM

Stadt Karlsruhe

Amt für Stadtentwicklung
Zähringerstraße 61
76133 Karlsruhe

Leiterin:

Dr. Edith Wiegelmann-Uhlig

Bereich:

Stadtentwicklung
Otto Mansdörfer

Bearbeitung:

Andrea Hammer

Datenanalyse und -aufbereitung:

Ilona Forro

Layout:

Stefanie Groß

Bildnachweise:

Roland Fränkle, Presseamt Stadt Karlsruhe
(Seite 4/5, 7, 10/11, 13, 19, 23, 25, 26/27, 49, 50)
KTG Karlsruhe Tourismus GmbH (Seite 6, 34, 61)
Monika Müller-Gmelin, Stadtplanungsamt Karlsruhe
(Titelfoto, Seite 8, 20, 32, 36/37, 52, 58)
pixabay.com (Seite 41, 43)
Moritz Grenke, Quelle: stadtwiki-baden-baden.de,
Lizenz: CC BY-SA 3.0 (Seite 66/67)
GFreihalter, Wikimedia Commons, Lizenz: CC BY-SA 3.0
(Seite 68)

Auskunftsdienst und Bestellung:

Telefon: 0721 133-1220

Fax: 0721 133-1209

E-Mail: stadtentwicklung@afsta.karlsruhe.de

Internet: www.karlsruhe.de/stadtentwicklung

Stand:

August 2016

Gedruckt in der Rathausdruckerei
auf 100 Prozent Recyclingpapier

© Stadt Karlsruhe

INHALT

1. EINFÜHRUNG UND ZUSAMMENFASSUNG	5
1.1 Zusammenfassung	6
1.2 Methodik	8
2. BESUCHSVERHALTEN DER REGIONSBEVÖLKERUNG	11
2.1 Fahrten nach Karlsruhe	12
2.2 Anlässe für Fahrten nach Karlsruhe	20
3. EINSCHÄTZUNGEN ZUR KARLSRUHER INNENSTADT	27
3.1 Bewertung der Karlsruher Innenstadt	28
3.2 Verbesserungsvorschläge für die City	32
3.3 Erwartungen nach Abschluss der Bauarbeiten	34
4. EINKAUFEN IN DER KARLSRUHER INNENSTADT	37
4.1 Auswirkungen des Online-Shoppings	38
4.2 Informationsverhalten	41
4.3 Räumliches Einkaufsverhalten	44
4.4 Attraktivität des Einzelhandelsangebots	47
4.5 Baustellen in der Karlsruher Innenstadt	49
5. IMAGE DER STADT KARLSRUHE	53
5.1 Spontane Assoziationen zu Karlsruhe	54
5.2 Besonderheiten von Karlsruhe	58
5.3 Karlsruhes Vor- und Nachteile	61
5.4 Beurteilung der Attraktivität als Großstadt	64
6. BESUCH ANDERER MITTEL- UND OBERZENTREN	67





1.

EINFÜHRUNG UND ZUSAMMENFASSUNG

1.1 ZUSAMMENFASSUNG

Regionsbevölkerung kommt seltener nach Karlsruhe

Ein Zeitvergleich der Besucherfrequenzen legt offen, dass die Regionsbevölkerung deutlich seltener nach Karlsruhe fährt. So ist der Anteil derjenigen, die einmal pro Woche oder häufiger in die Fächerstadt kommen, von 27,7 % im Jahr 2012 auf 19,1 % im Jahr 2016 und damit um 8,6 Prozentpunkte gesunken. Auch für die Häufigkeitsklassen zwei- bis dreimal im Monat, einmal im Monat und weniger als einmal im Monat sind Rückgänge im langfristigen Zeitvergleich zu verzeichnen. Besonders deutliche Abnahmen derjenigen, die mindestens einmal pro Monat in die Fächerstadt fahren, sind für die Gemeinden des Nachbarschaftsverbands (von 89,1 % in 2012 auf 53,3 % in 2016) und den südlichen Landkreis Rastatt (von 44,1 % in 2012 auf 17,4 % in 2016) feststellbar. Trotz einer Erweiterung des Umfragegebiets um den nördlichen Enzkreis und Teile des Elsass liegt die Zahl der Personen aus der Region, die Karlsruhe im Laufe eines Monats besuchen, mit insgesamt rund 445.800 im Jahr 2016 um 7,6 % niedriger als im Jahr 2012 mit 482.500 Besucherinnen und Besuchern aus der Region (Kapitel 2.1).

Pkw bleibt meistgenutztes Verkehrsmittel bei Fahrten in das Oberzentrum

Aktuell fahren 60,2 % der Besucherinnen und Besucher aus der Region selbst mit dem Pkw in die Fächerstadt. Weitere 5,8 % geben an, als Mitfahlerin beziehungsweise Mitfahrer in einem Pkw nach Karlsruhe zu kommen. Damit bleibt das Auto das meistgenutzte Verkehrsmittel bei Fahrten der Regionsbevölkerung nach Karlsruhe. Etwa ein Drittel der Regionsbevölkerung (31,2 %) nutzt in der Regel öffentliche Verkehrsmittel – das heißt Straßenbahn, Stadtbahn, Eisenbahn oder Bus –, um nach Karlsruhe zu fahren. In Abhängigkeit von der Qualität der ÖPNV-Anbindung zeichnen sich deutliche regionale Unterschiede bei der Verkehrsmittelwahl ab: Überdurchschnittlich häufig werden öffentliche Verkehrsmittel bei Fahrten nach Karlsruhe aus Baden-Baden und dem südlichen Landkreis Rastatt (39 %), dem nördlichen Landkreis Rastatt (37,7 %), dem Nachbarschaftsverband Karlsruhe (35,5 %) sowie dem übrigen Landkreis Karlsruhe und Bad Herrenalb (33,5 %) genutzt. Im Zeitvergleich zeigt sich, dass

sich die Abnahme der monatlichen Besucherzahl aus der Region vor allem in einer geringeren Anzahl an ÖPNV-Fahrten niederschlägt. So sinkt die Zahl der Nutzerinnen und Nutzer des ÖPNV-Angebots um 49.900. Es ist jedoch davon auszugehen, dass diese Abnahme nicht mit einer veränderten Verkehrsmittelwahl der Regionsbevölkerung zusammen hängt. Sie ist vielmehr darauf zurückzuführen, dass die Abnahme der Besucherzahlen aus Regionen mit guter ÖPNV-Anbindung prozentual stärker ausgefallen ist (Kapitel 2.1).

Einzelhandelsangebot, Schloss mit Schlossgarten, Weihnachtsstadt und gastronomisches Angebot sind Hauptanlässe für einen Besuch Karlsruhes

Der häufigste Anlass für Fahrten nach Karlsruhe ist – wie in den letzten Jahren auch – das Einzelhandelsangebot: Von denjenigen, die innerhalb des letzten Jahres in die Fächerstadt gefahren sind, haben jeweils 79,9 % in der Fußgängerzone eingekauft. Ein ähnlich hoher Anteil war zum Einkaufen im Ettlinger Tor (78 %). Auch das Schloss mit Schlossgarten ist ein Besuchermagnet. Drei Viertel der Regionsbevölkerung (73,6 %) gaben an, sich dort bei einem Besuch aufzuhalten. Dies ist vermutlich auch auf die Feierlichkeiten zum 300. Stadtgeburtstag Karlsruhes im Jahr 2015 zurückzuführen. Der Besuch der Weihnachtsstadt (69,4 %) sowie Essen gehen (61 %) sind weitere wichtige Anlässe, um Karlsruhe zu besuchen (Kapitel 2.2).



Einzelne Eigenschaften der Innenstadt erfahren wachsende positive Bewertung – ausgenommen verkehrliche Aspekte

Die Anteile der Spitzenbewertungen („sehr gut“ oder „gut“) in der aktuellen Regionsumfrage haben für die meisten Eigenschaften der Karlsruher City – darunter Warenangebot, Gestaltung der Geschäfte, Beratung durch Verkaufspersonal – im Vergleich zur Regionsumfrage 2012 zugenommen. Ein deutlicher Rückgang ist lediglich für die Erreichbarkeit der Innenstadt mit Straßenbahn und Bus zu verzeichnen. Hier sinkt der Anteil der Spitzenbewertungen von 82,9 % (2012) auf 57,6 % (2016). Für die Erreichbarkeit mit dem Auto bleibt der Anteil der Spitzenbewertungen auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau (2012: 42,9 %, 2016: 40 %) (Kapitel 3.1).

Karlsruher City für deutlich mehr als die Hälfte der Regionsbevölkerung weiterhin attraktives Stadtzentrum

Deutlich mehr als die Hälfte der Regionsbevölkerung (56,7 %) gibt an, dass die Karlsruher Innenstadt ihrer Vorstellung von einem attraktiven Stadtzentrum entspricht. Etwa jede beziehungsweise jeder Dritte (28,2 %) ist dagegen der Auffassung, dass Dinge fehlen oder verbessert werden müssen. Ein relativ hoher Anteil der Befragten (15 %) macht zu dieser Frage keine Angabe. Ein Abgleich der Einschätzungen mit den Besucherfrequenzen legt offen, dass vor allem diejenigen, die täglich oder mehrmals die Woche nach Karlsruhe fahren, Verbesserungen anmahnen (38,1 %) (Kapitel 3.1).

Bautätigkeit in der Innenstadt wird zunehmend als Belastung empfunden

Von den Befragten, die Verbesserungen in der Karlsruher Innenstadt angemahnt haben, fordern 77,9 % eine Reduktion der Baustellen. Diese Forderung stand bereits in der Regionsumfrage 2012 an erster Stelle, wurde allerdings von bedeutend weniger Personen (31,2 %) geäußert (Kapitel 3.2).

Abschluss der Bauarbeiten zur Kombilösung mit positiven Erwartungen verknüpft

Nach Abschluss aller innerstädtischen Bauarbeiten erwarten dann aber 59,5 % der Befragten in der Region ein insgesamt schöneres Stadtbild. An zweiter Stelle folgt mit einem Anteil von 44 % die Erwartung, dass keine Baustellen mehr in der Innenstadt vorhanden sein werden. Jeweils ein Drittel der Befragten erhofft sich eine ruhigere Atmosphäre in der Innenstadt (34,2 %) und mehr Komfort für Fußgänger (33,1 %) (Kapitel 3.3).

Drei Viertel der Regionsbevölkerung kauft online ein

Etwa drei Viertel der Regionsbevölkerung (73,5 %) kauft online ein, darunter 41,5 % mindestens einmal im Monat. Eine Auswertung nach demografischen Gesichtspunkten legt deutliche altersabhängige Unterschiede beim Online-Shopping offen. In den jüngeren Altersklassen von 18 bis 29 Jahren (61,4 %) und von 30 bis 44 Jahren (58,3 %) tätigt jeweils eine deutliche Mehrheit der Regionsbevölkerung mindestens einmal im Monat Einkäufe über das Internet. Dagegen liegt der Anteil bei Befragten im Alter von 45 bis 59 Jahren mit 41,6 % erheblich niedriger und sinkt bei Befragten der Altersgruppen 60 bis unter 75 Jahre (17,3 %) und 75 Jahre und älter (14,6 %) weiter ab (Kapitel 4.1).

Vor allem Ältere und Personen mit hohem Einkommen kommen wegen Online-Einkäufen seltener in die City

Mehr als ein Drittel (38,7 %) derjenigen, die mindestens einmal im Monat online einkaufen, gibt an, aufgrund von Online-Shopping weniger zum Einkaufen in die Innenstädte zu gehen. In der Altersgruppe der 60- bis unter 75-Jährigen, die Karlsruhe im Durchschnitt ohnehin relativ selten besucht, liegt der entsprechende Anteil mit 57,5 % deutlich höher. Die Auswertung nach dem Nettoeinkommen des Haushalts legt offen, dass vor allem Befragte mit einer hohen Kaufkraft deutlich seltener zum Einkaufen in die Innenstadt kommen. So geben 60 % der Befragten mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von 4.000 Euro und mehr an, dass sie innerstädtische Einzelhandelsangebote aufgrund von Online-Einkäufen seltener nutzen (Kapitel 4.1).

Internet ist zentrale Informationsquelle über Angebote des Karlsruher Einzelhandels

Etwas mehr als ein Drittel (37,7 %) der letztjährigen Besucherinnen und Besucher aus der Region hat sich im Vorfeld über aktuelle Angebote des Karlsruher Einzelhandels informiert. Bei den Informationsquellen, die im Vorfeld eines Besuchs genutzt werden, nimmt das Internet eine zentrale Rolle ein. Zwei Drittel (69,9 %) derjenigen, die sich vor einem Besuch über Angebote des Karlsruher Einzelhandels informieren, holen Informationen über das Internet ein. Etwas mehr als 40 % (44,4 %) informieren sich im Vorfeld auch über Radio, Zeitung und Werbung (Kapitel 4.2).

Kaiserstraße und ECE-Center sind Haupteinkaufsgebiete

Die Kaiserstraße ist nach wie vor der Haupteinkaufsort in der Karlsruher City: 84,1 % aller Regionsbesucher halten sich dort in der Regel zum Einkaufen auf. Etwa drei Viertel (75,6 %) der Besucherinnen und Besucher aus der Region besuchen das ECE-Center und etwas mehr als die Hälfte (52,7 %) die Postgalerie. Im Zeitvergleich fällt auf, dass die verschiedenen Einkaufsorte zunehmend kombiniert besucht werden (Kapitel 4.3).

Spontane Assoziationen zu Karlsruhe geprägt durch Baustellen, Staus, Chaos, Verkehrsprobleme und Umleitungen

Bei der Frage nach spontanen Assoziationen zur Fächerstadt steht deutlich das Thema Baustellen, Staus, Chaos, Verkehrsprobleme und Umleitungen im Vordergrund: 61 % der Regionsbevölkerung greifen auf dieses Vokabular zurück, um Karlsruhe zu beschreiben. An zweiter Stelle folgen mit 38,2 % Schloss, Schlossgarten und Botanischer Garten als räumlicher Bezugspunkt in der Karlsruher City. Mit Baustellen, Staus, Chaos, Verkehrsproblemen und Umleitungen wird Karlsruhe besonders häufig von Einwohnerinnen und Einwohnern des Nachbarschaftsverbands (73 %), des übrigen Landkreises Karlsruhe (72,9 %) und der übrigen Südpfalz (80 %) beschrieben (Kapitel 5.1).

Schloss und Schlossgarten sind Hauptattraktion

Auf die Frage, welche Besonderheiten, Orte und Plätze in Karlsruhe sie einem auswärtigen Besucher beziehungsweise einer auswärtigen Besucherin zeigen würden, antworten 76,5 % der Befragten mit Schloss und Schlossgarten. Sie stellen somit die Hauptattraktion dar. Darauf folgt mit einem Anteil von 37,1 % ein Besuch der Innenstadt sowie der dort gelegenen Einkaufsgebiete Kaiserstraße, ECE-Center und Postgalerie. Etwas mehr als ein Viertel (27,3 %) der Regionsbevölkerung würde mit Besucherinnen und Besuchern von auswärts den Zoo beziehungsweise Stadtgarten besichtigen (Kapitel 5.2).

Mittelstädte in der Region werden häufiger besucht

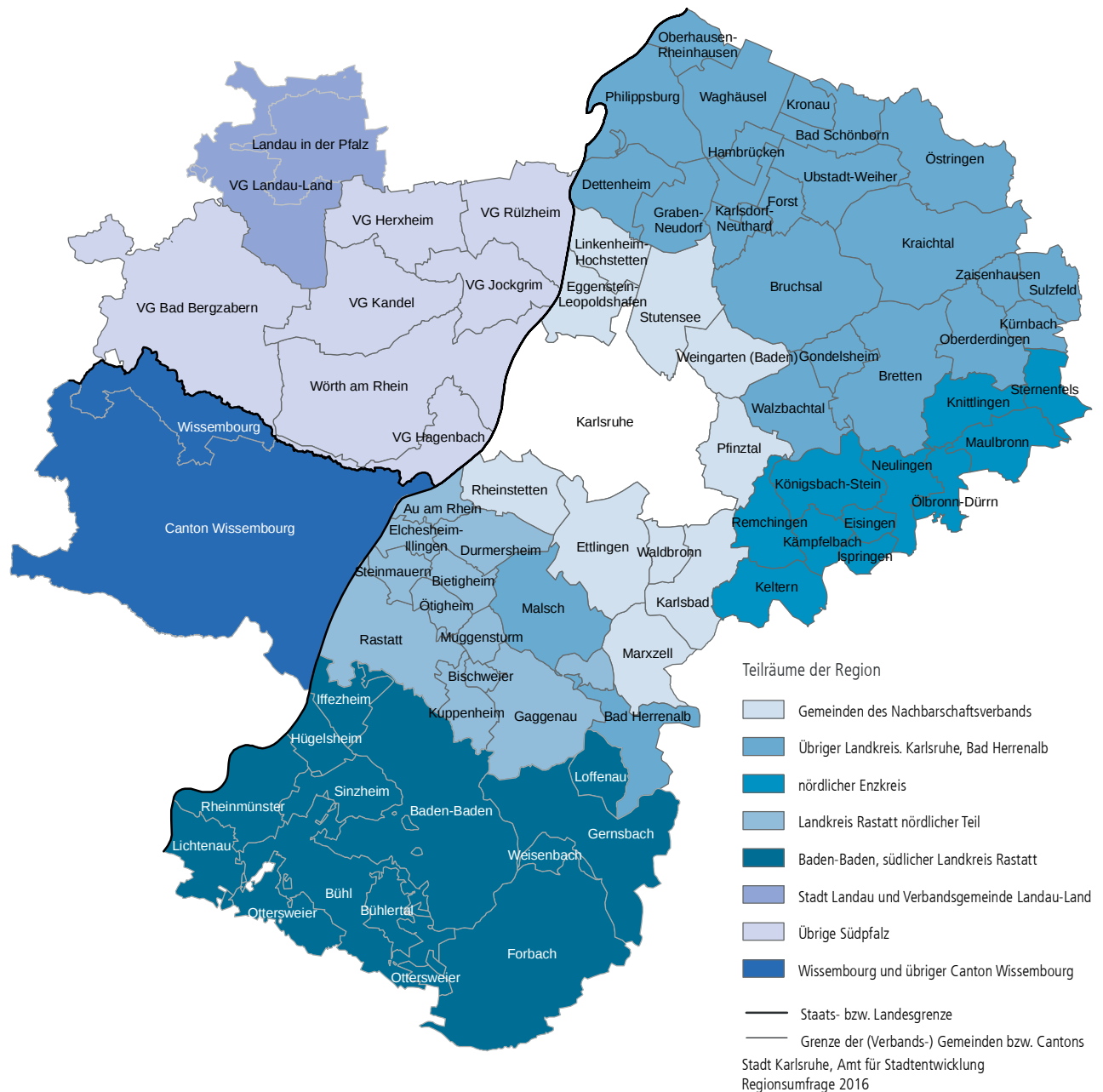
Im Zeitvergleich wird deutlich, dass insbesondere die Mittelzentren Baden-Baden und Rastatt für die Regionsbevölkerung an Bedeutung gewonnen haben. So steigt der Anteil derjenigen, die Baden-Baden regelmäßig besuchen, von 18,4 % im Jahr 2009 um etwas mehr als fünf Prozentpunkte auf aktuell 23,8 %. Eine noch deutlichere Zunahme um 7,3 Prozentpunkte von 2009 auf 2016 ist für Rastatt 2009: 8,4 %, 2016: 15,7 %) feststellbar. Auch das Mittelzentrum Ettlingen wird im Zeitablauf häufiger besucht (2009: 6,9 %, 2016: 10,5 %; Kapitel 6).

1.2 METHODIK

Für die Regionsumfrage 2016 wurden 1.200 repräsentativ ausgewählte Bürgerinnen und Bürger ab 18 Jahren in der Region im April 2016 telefonisch befragt. Die Verteilung der Interviews erfolgte quotiert entsprechend der Verteilung der Wohnbevölkerung in den Gemeinden der Region sowie unter Beachtung der Alters- und Geschlechtsverteilung. Gleichzeitig wurden Quoten bezüglich der Haushaltsgröße berücksichtigt. Befragt wurden Personen im Landkreis Karlsruhe plus Bad

Herrenalb, im nördlichen Enzkreis, in der Südpfalz (Teile der Landkreise Germersheim und Südliche Weinstraße sowie Stadt Landau plus Verbandsgemeinde Landau-Land), im Landkreis Rastatt, in Baden-Baden sowie im gesamten Canton Wissembourg (Abbildung 1.01). Im Vergleich zu früheren Regionsumfragen wurde in der aktuellen Umfrage das Befragungsgebiet um den nördlichen Enzkreis und Teile des Canton Wissembourg erweitert.

Abbildung 1.1

UNTERSUCHUNGSGEBIET DER REGIONSUMFRAGE 2016 MIT ABGRENZUNG DER TEILRÄUME





2.

BESUCHSVERHALTEN DER REGIONSBEVÖLKERUNG

2.1 FAHRTEN NACH KARLSRUHE

Seit dem Jahr 2006 wird in der Regionsumfrage regelmäßig abgefragt, mit welcher Frequenz die Einwohnerinnen und Einwohner der Region nach Karlsruhe fahren. Diese Fragestellung gibt zum einen Aufschluss über die Bewertung der Stadt Karlsruhe als Oberzentrum im Zeitablauf. Zum anderen hilft sie aktuelle Entwicklungen in der Karlsruher City präziser einzuschätzen.

Abbildung 2.1

HÄUFIGKEIT DER FAHRTEN NACH KARLSRUHE 2006, 2009, 2012 UND 2016

Wie häufig fahren Sie nach Karlsruhe?

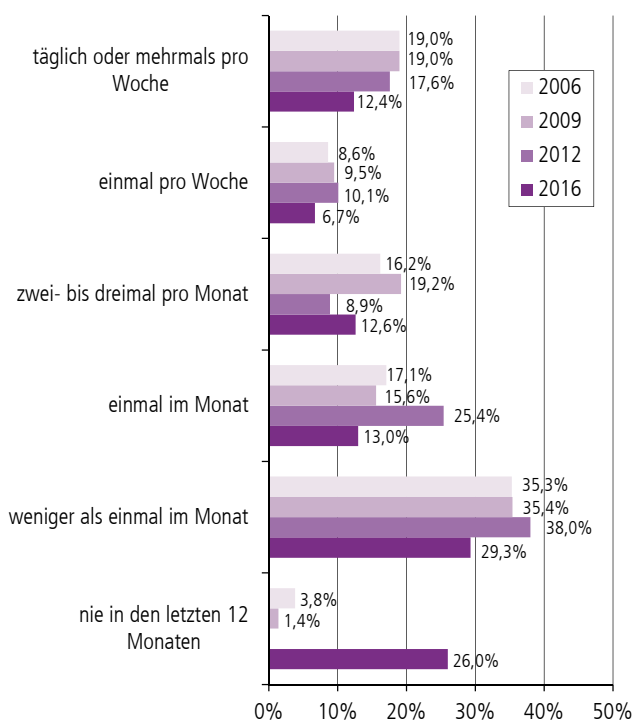


Abbildung 2.1 zeigt die Häufigkeit der Fahrten in die Fächerstadt in den Jahren 2006, 2009, 2012 und 2016. Etwas mehr als ein Zehntel der Regionsbevölkerung (12,4 %) fährt aktuell täglich oder mehrmals pro Woche nach Karlsruhe. Mindestens einmal pro Woche machen sich 6,7 % auf den Weg in die Stadt. Jeweils etwa 13 % kommen zwei- bis dreimal im Monat (12,6 %) oder einmal im Monat (13 %). Weniger als einmal im Monat wird Karlsruhe von 29,3 % der Befragten besucht. Die restlichen 26 % geben an, Karlsruhe innerhalb der letzten 12 Monate vor der Umfrage – also im Zeitraum von April 2015 bis April 2016 – nicht besucht zu haben.

Insgesamt zeigt der Vergleich der aktuellen Besuchshäufigkeiten mit den Besuchshäufigkeiten früherer Jahre einen deutlichen Rückgang. So ist der Anteil derjenigen, die einmal pro Woche oder häufiger nach Karlsruhe fahren von 27,7 % im Jahr 2012 auf 19,1 % im Jahr 2016 und damit um 8,6 Prozentpunkte gesunken. Auch für die Häufigkeitsklassen zwei- bis dreimal im Monat, einmal im Monat und weniger als einmal im Monat sind Rückgänge im langfristigen Zeitvergleich zu verzeichnen. Der auffällig hohe Anteil derjenigen, die in der aktuellen Umfrage angeben, innerhalb der letzten zwölf Monate nicht nach Karlsruhe gefahren zu sein, ist auf zwei Faktoren zurückzuführen. Einerseits wurde diese Antwortkategorie in den letzten Umfragen nicht auf die Jahresfrist bezogen, sondern auf das allgemeine Besuchsverhalten. Andererseits spiegelt der hohe Anteil tatsächlich die Abnahme der Besuchshäufigkeit wider.

Tabelle 2.1

HÄUFIGKEIT DER FAHRTEN NACH KARLSRUHE NACH ALTER UND GESCHLECHT 2016

HÄUFIGKEIT DER FAHRTEN	BEFRAGTE INSGESAMT	davon		davon im Alter von				
		männlich	weiblich	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 bis unter 75 Jahre	75 Jahre und älter
täglich oder mehrmals pro Woche	12,4%	15,5%	9,5%	9,5%	15,9%	15,1%	9,3%	2,3%
einmal pro Woche	6,7%	7,2%	6,3%	11,5%	7,5%	6,7%	3,4%	4,7%
zwei- bis dreimal pro Monat	12,6%	10,6%	13,6%	11,5%	15,4%	13,1%	11,0%	7,0%
einmal im Monat	13,0%	14,2%	11,9%	15,5%	13,2%	14,4%	10,5%	7,0%
weniger als einmal im Monat	29,3%	24,9%	33,3%	28,4%	30,0%	24,2%	34,6%	34,9%
nie in den letzten 12 Monaten	26,0%	24,5%	27,4%	23,6%	18,1%	26,5%	31,2%	44,2%
BEFRAGTE INSGESAMT	953	457	496	148	227	298	237	43

Basis: 953 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016



Die Analyse der Besucherfrequenzen nach Alter und Geschlecht in Tabelle 2.1 legt Unterschiede offen. Ähnlich wie bei vorherigen Regionsumfragen zeigt sich, dass insbesondere Männer täglich oder mehrmals die Woche (15,5 %) nach

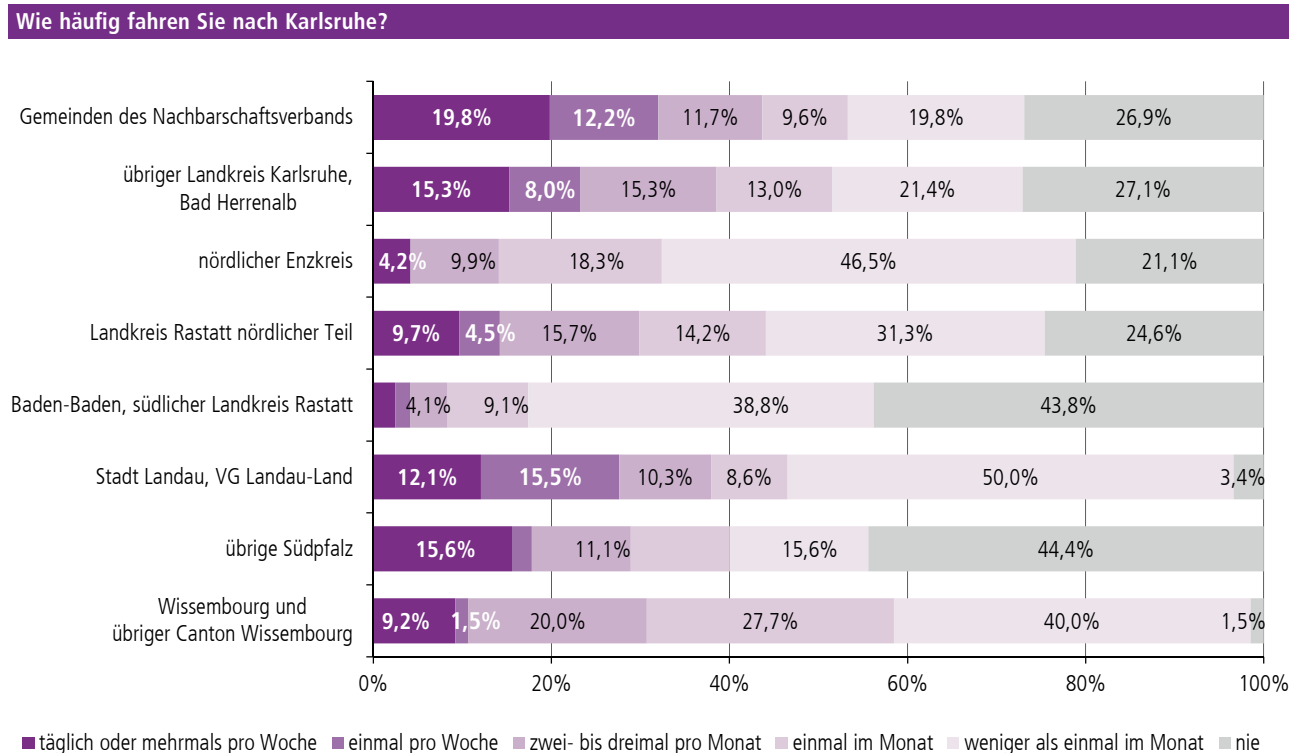
Karlsruhe fahren und der Anteil der Frauen etwas geringer ist (9,5 %). Vor allem Personen im Alter von 30 bis 44 Jahren und 45 bis 59 Jahren fahren mit Anteilen von 15,9 % und 15,1 % überdurchschnittlich häufig täglich oder mehrmals pro Woche nach Karlsruhe. Deutliche Verläufe in Abhängigkeit des Alters sind außerdem für die Antwortkategorien einmal pro Woche und nie zu beobachten. So sinkt der Anteil derjenigen, die einmal pro Woche in die Fächerstadt fahren, von 11,5 % in der Altersklasse 18 bis 29 Jahre auf 3,4 % beziehungsweise 4,7 % in den Altersklassen 60 bis unter 75 Jahre und 75 Jahre und älter. Dagegen steigt der Anteil derjenigen, die Karlsruhe binnen eines Jahres nicht besucht haben, von 23,6 % in der Altersklasse 18 bis 29 Jahre auf 44,2 % in der Altersgruppe 75 Jahre und älter an. Das unterschiedliche Besuchsverhalten insbesondere im Hinblick auf die Gruppe derjenigen, die Karlsruhe täglich oder mehrmals die Woche besuchen, lässt sich vor allem auf die Bedeutung von Karlsruhe als Arbeitsort zurückführen. So zeigt sich, dass die Besuchshäufigkeit bei den ganztags Berufstätigen mit 16,5 % überdurchschnittlich hoch ist.

Abbildung 2.2 zeigt die Besucherfrequenz nach Teilregionen. Mit 19,8 % ist der Anteil derjenigen, die täglich oder mehrmals pro Woche in die Fächerstadt fahren, in den Gemeinden des Nachbarschaftsverbands am höchsten. Danach folgen Bewohnerinnen und Bewohner des übrigen Landkreises Karlsruhe (15,3 %) sowie der Befragungsgebiete in Rheinland-Pfalz (15,6 % beziehungsweise 12,1 %). Je 9,7 % und 9,2 % der Bewohnerinnen und Bewohner des nördlichen Landkreises Rastatt sowie des Cantons Wissembourg fahren täglich oder mehrmals pro Woche nach Karlsruhe. Relativ geringe Anteile sind für den nördlichen Enzkreis (4,2 %) sowie Baden-Baden

und den südlichen Landkreis Rastatt (2,5 %) zu verzeichnen. Bemerkenswert sind auch die deutlichen regionalen Unterschiede bezüglich derjenigen, die Karlsruhe innerhalb des letzten Jahres nicht besucht haben: Mit 1,5 % ist der Anteil in der Teilregion Canton Wissembourg auffallend gering. Aus dieser Teilregion haben also 98,5 % der Einwohnerinnen und Einwohner Karlsruhe innerhalb eines Jahres besucht. Sehr hohe Anteile derjenigen, die Karlsruhe binnen Jahresfrist nicht besucht haben, werden dagegen in den Teilregionen übrige Südpfalz (44,4 %) und Baden-Baden, südlicher Landkreis Rastatt (43,8 %) erreicht.

Abbildung 2.2

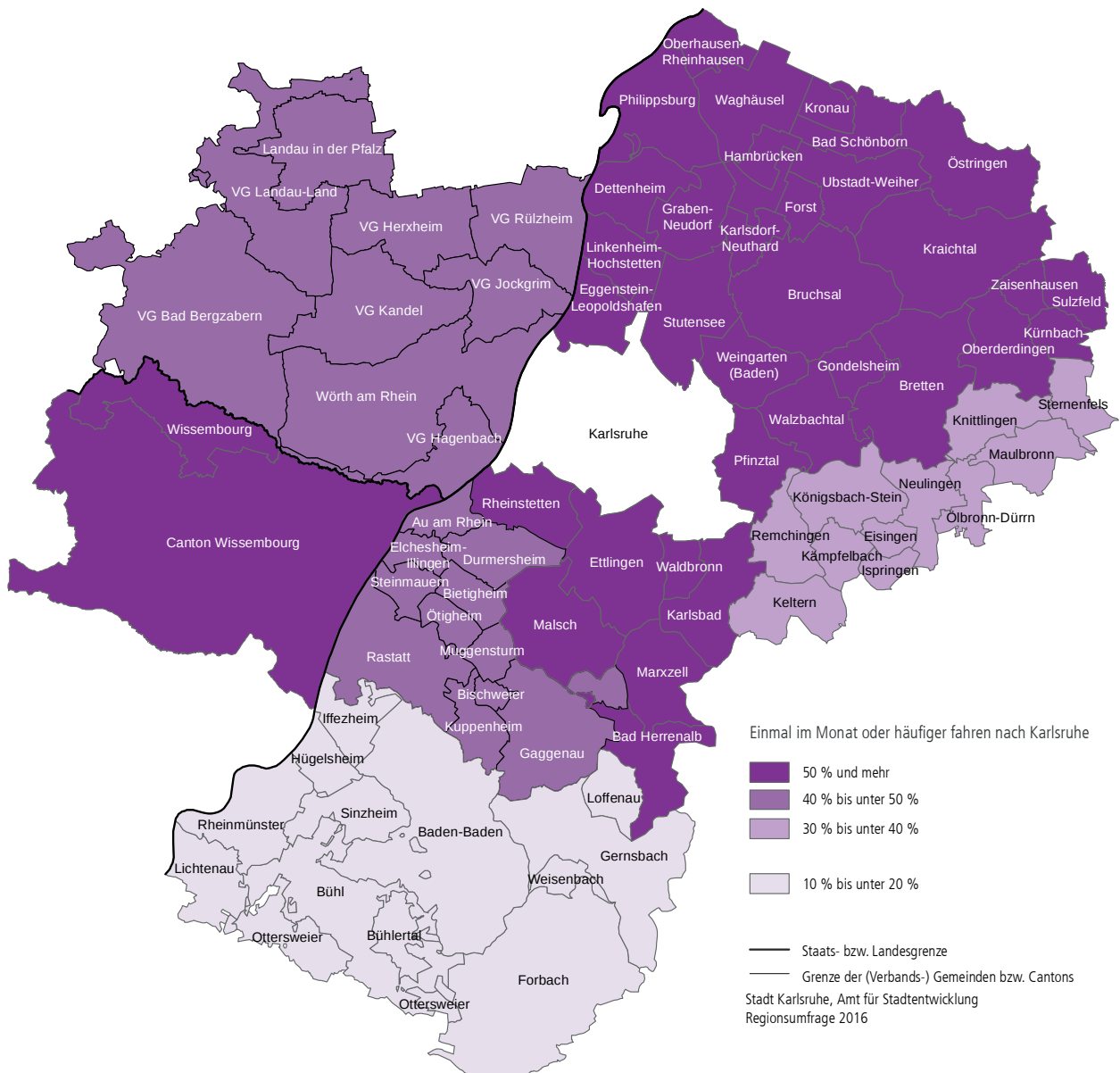
HÄUFIGKEIT DER FAHRTEN NACH KARLSRUHE NACH DEN TEILREGIONEN



In Abbildung 2.3 sind die Anteile der Regionsbevölkerung, die Karlsruhe einmal im Monat und häufiger besuchen, kartografisch dargestellt. Mehr als die Hälfte der Einwohnerinnen und Einwohner des Nachbarschaftsverbands (53,3 %) und des übrigen Landkreises Karlsruhe plus Bad Herrenalbb (51,6 %) fährt mindestens einmal pro Monat in die Fächerstadt. Mit 58,4 % ist der Anteil der Besucherinnen und Besucher aus dem Canton Wissembourg sogar noch höher. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass hier die Anteile derjenigen, die zwei- bis dreimal im Monat oder

einmal im Monat nach Karlsruhe fahren, mit 20 % und 27,7 % deutlich über dem Durchschnitt liegen. Ein Vergleich zur Regionsumfrage 2012 zeigt, dass die Besucherfrequenz für nahezu alle Teilregionen abgenommen hat. Besonders deutliche Rückgänge derjenigen, die mindestens einmal pro Monat nach Karlsruhe fahren, sind für die Gemeinden des Nachbarschaftsverbands (von 89,1 % in 2012 auf 53,3 % in 2016) und den südlichen Landkreis Rastatt (von 44,1 % in 2012 auf 17,4 % in 2016) feststellbar.

Abbildung 2.3

BESUCHSHÄUFIGKEIT DER REGIONSBEVÖLKERUNG IN KARLSRUHE

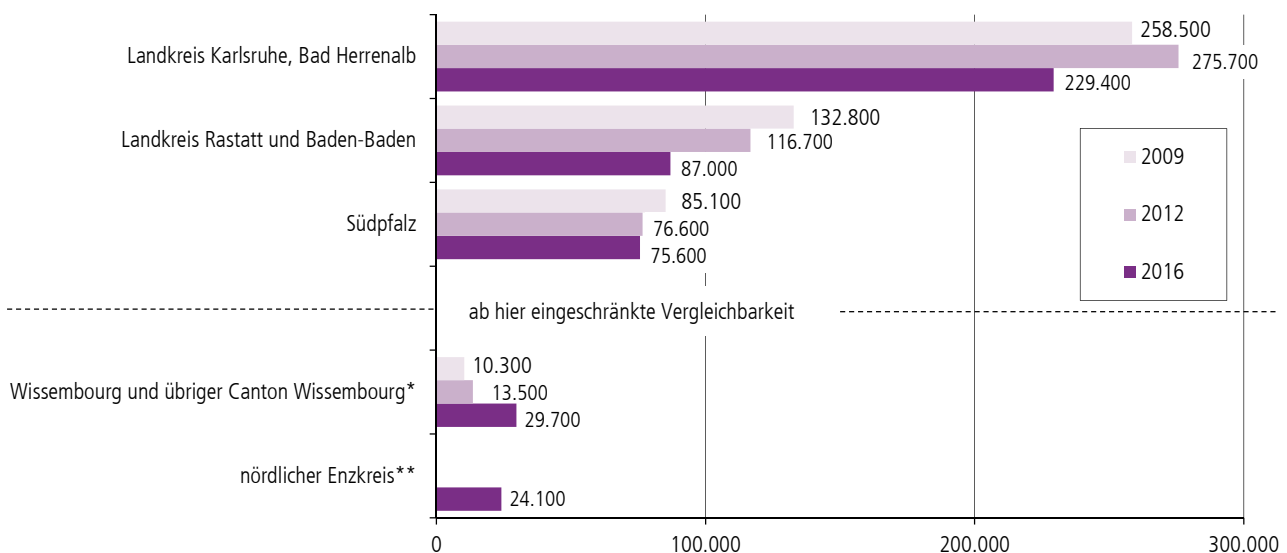
Die Abnahme der Besucherfrequenzen schlägt sich auch in einer Reduktion der hochgerechneten Besucherzahlen nieder. Trotz einer Erweiterung des Umfragegebiets um den nördlichen Enzkreis und Teile des Elsass liegt die Zahl der Personen aus der Region, die Karlsruhe im Laufe eines Monats besuchen, mit insgesamt rund 445.800 um 7,6 % niedriger als im Jahr 2012 mit 482.500 Regionsbesuchern. Der größte Teil der Regionsbesucher binnen eines Monats kommt aus dem direkt angrenzenden Landkreis Karlsruhe und Bad Herrenalb (229.400). Aus Baden-Baden und dem Landkreis Rastatt

wird die Fächerstadt von etwa 87.000 Personen mindestens einmal im Monat besucht. Aus der Südpfalz kommen 75.600 Besucherinnen und Besucher. Darauf folgen der Canton Wissembourg mit 29.700 sowie der nördliche Enzkreis mit 24.100 Personen. Für die Teilregionen Landkreis Karlsruhe und Bad Herrenalb, Baden-Baden und Rastatt sowie Südpfalz können die hochgerechneten monatlichen Besucherzahlen uneingeschränkt im Zeitablauf verglichen werden. Hierbei zeigt sich für alle Gebiete eine Abnahme der Besucherzahlen im Vergleich zu den Erhebungsjahren 2009 und 2012.

Abbildung 2.4

HOCHGERECHNETE BESUCHERZAHLEN IN DER STADT KARLSRUHE AUS DER REGION 2009, 2012 UND 2016

Wie häufig fahren Sie nach Karlsruhe? – Befragte, die einmal pro Monat oder häufiger nach Karlsruhe fahren.



* seit 2016 erweiterter Gebietszuschnitt aufgrund der Gebietsreform in Frankreich, Befragungsgebiete 2009 und 2012: Wissembourg, Lauterbourg und Seltz

** erstmalige Erhebung im Jahr 2016

Basis: 953 Befragte mit Antwort

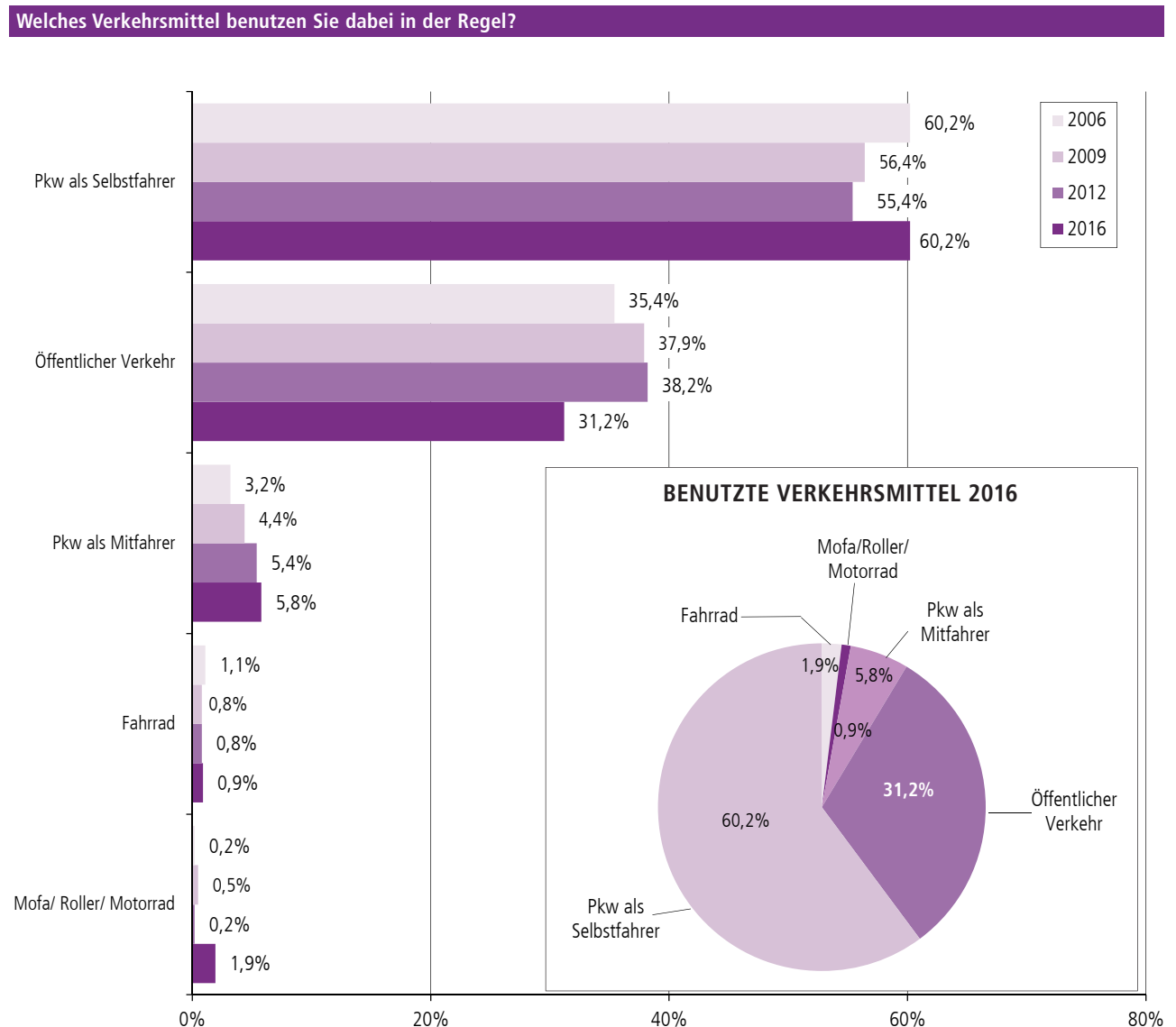
Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

In Abbildung 2.5 ist die Verkehrsmittelwahl für Fahrten der Regionsbevölkerung nach Karlsruhe für die Jahre 2006, 2009, 2012 und 2016 dargestellt. Aktuell fahren 60,2 % der Besucherinnen und Besucher aus der Region selbst mit dem Pkw in die Fächerstadt. Weitere 5,8 % geben an, als MitfahrerIn beziehungsweise Mitfahrer in einem Pkw nach Karlsruhe zu kommen. Damit bleibt das Auto das meistgenutzte Verkehrsmittel bei Fahrten der Regionsbevölkerung nach Karlsruhe. Etwa ein Drittel der Regionsbevölkerung (31,2 %) nutzt in der Regel öffentliche

Verkehrsmittel – nämlich Straßenbahn, Stadtbahn, Eisenbahn oder Bus –, um nach Karlsruhe zu fahren. Fahrrad sowie Mofa, Roller oder Motorrad spielen mit Anteilen von 1,9 % und 0,9 % eine deutlich untergeordnete Rolle bei der Verkehrsmittelwahl. Da die Verkehrsmittelwahl stark von der Herkunftsregion der Befragten abhängt und gerade in der Regionsumfrage 2016 deutliche (negative) Änderungen der Besuchsfrequenzen zu verzeichnen sind, zeigt sich im Zeitablauf kein eindeutiger Trend bei den benutzten Verkehrsmitteln.

Abbildung 2.5

BENUTZTE VERKEHRSMITTEL BEI FAHRTEN NACH KARLSRUHE 2006, 2009, 2012 UND 2016

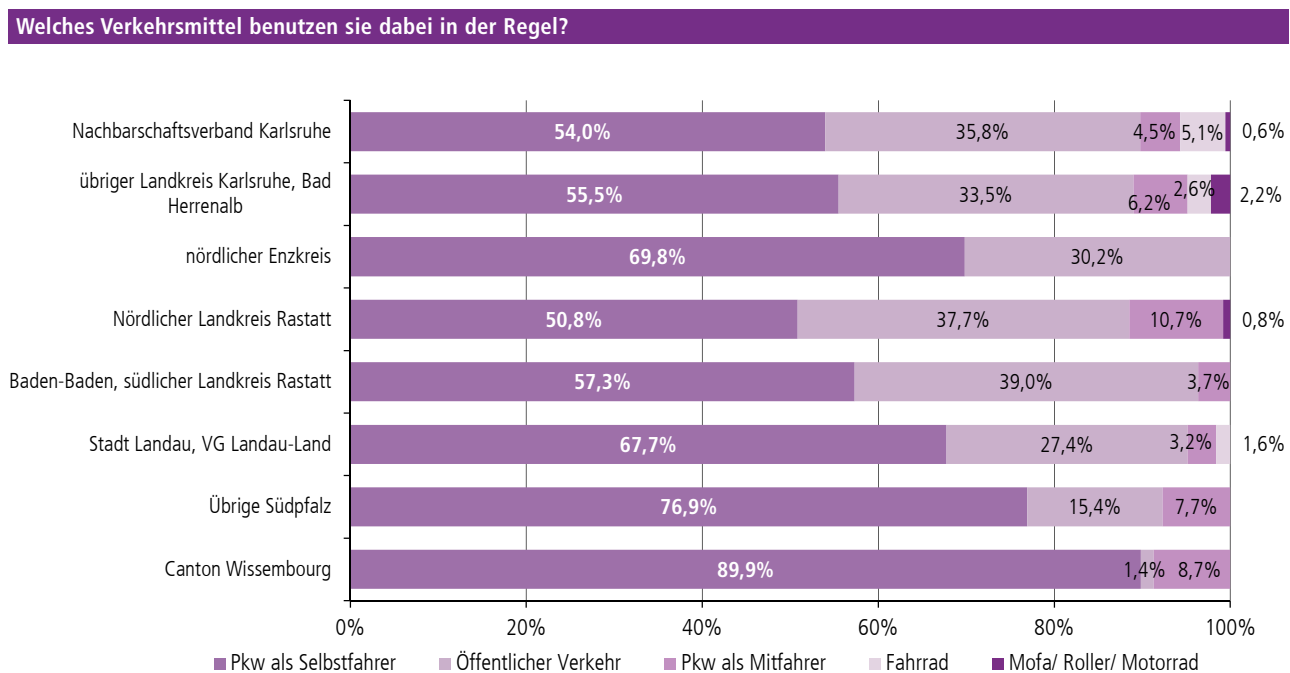


Die Verkehrsmittelwahl in Abhängigkeit der Besucherherkunft geht aus Abbildung 2.6 hervor. Mit 58,5 % ist der Anteil der Pkw-Nutzer – Selbstfahrer und Mitfahrer – bei den an Karlsruhe angrenzenden Gemeinden des Nachbarschaftsverbands am geringsten. Bei Fahrten aus dem übrigen Landkreis Karlsruhe plus Bad Herrenalb (61,7 %), dem nördlichen Landkreis Rastatt (61,5 %) sowie Baden-Baden und dem südlichen Landkreis Rastatt (61 %) liegt der Anteil der Pkw-Nutzer bei etwas über 60 %. Aus dem nördlichen Enzkreis kommen 69,8 % der Besucherinnen und Besucher in der Regel mit dem Auto in die Fächerstadt. Deutlich erhöht ist der Anteil der Pkw-Nutzer für die Befragungsgebiete in Rheinland-Pfalz und den Canton Wissembourg. So liegen die Anteile der Anreisenden mit dem Pkw für die Stadt Landau plus die Verbandsgemeinde Landau-Land bei 71 %, die übrige

Südpfalz bei 84,6 % und den Canton Wissembourg bei 98,6 %. Die deutlichen regionalen Nutzungsunterschiede des Pkw spiegeln sich in den jeweiligen Anteilen der ÖPNV-Nutzer wider. Überdurchschnittlich häufig werden öffentliche Verkehrsmittel bei Fahrten nach Karlsruhe aus Baden-Baden und dem südlichen Landkreis Rastatt (39 %), dem nördlichen Landkreis Rastatt (37,7 %), dem Nachbarschaftsverband Karlsruhe (35,5 %) sowie dem übrigen Landkreis Karlsruhe und Bad Herrenalb (33,5 %) genutzt. Etwas unter dem Durchschnitt liegt der ÖPNV-Anteil der Teilregion nördlicher Enzkreis mit 30,2 %. Deutlich unterdurchschnittlich ist die Nutzung des ÖPNV in den Teilregionen Stadt-Landau und Verbandsgemeinde Landau Land (27,4 %), übrige Südpfalz (15,4 %) und Canton Wissembourg (1,4 %).

Abbildung 2.6

BENUTZTE VERKEHRSMITTEL BEI FAHRTEN NACH KARLSRUHE NACH TEILREGIONEN



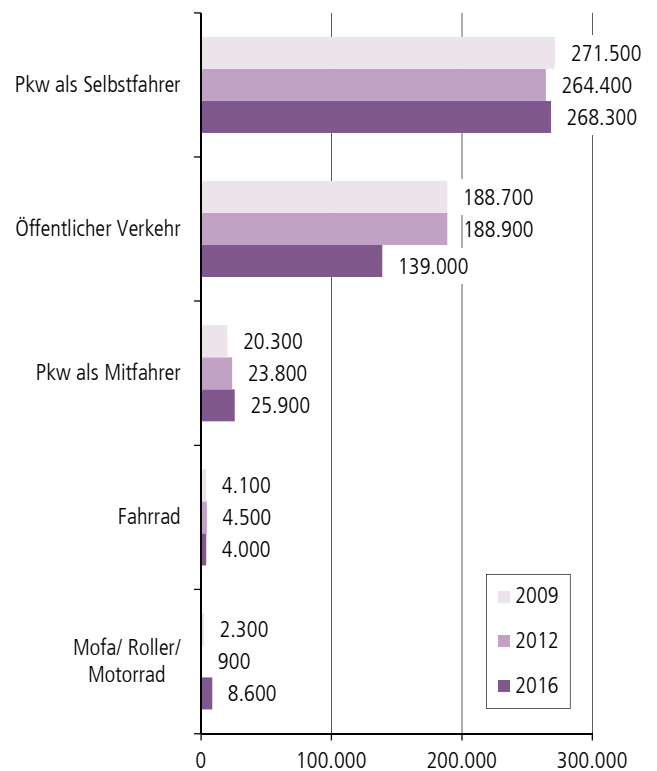


Anhand der hochgerechneten Besucherzahlen und der Angaben zur Verkehrsmittelnutzung lassen sich die monatlichen Besucherzahlen nach Verkehrsmittel berechnen (Abbildung 2.7). Aus dem gesamten Untersuchungsgebiet besuchen im Laufe eines Monats mindestens 445.800 Personen das Oberzentrum Karlsruhe. Davon fahren rund 268.300 selbst mit dem Pkw. Weitere 25.900 sind Mitfahrer oder Mitfahrerin in einem Pkw. Etwa 139.000 Regionsbesucher nutzen das ÖPNV-Angebot für ihre Fahrten in die Fächerstadt. Das Fahrrad wird von 4.000 und das motorisierte Zweirad von 8.600 Regionsbesuchern genutzt. Im Zeitvergleich zeigt sich, dass sich die Abnahme der monatlichen Besucherzahl aus der Region vor allem in einer geringeren Anzahl an ÖPNV-Fahrten niederschlägt. So sinkt die Zahl der Nutzerinnen und Nutzer des ÖPNV-Angebots um 49.900. Es ist jedoch davon auszugehen, dass diese Abnahme nicht mit einer veränderten Verkehrsmittelwahl der Regionsbevölkerung zusammenhängt. Sie ist vielmehr darauf zurückzuführen, dass die Abnahme der Besucherzahlen aus Regionen mit guter ÖPNV-Anbindung prozentual stärker ausgefallen ist.

Abbildung 2.7

HOCHGERECHNETE BESUCHERZAHLEN IN DER STADT KARLSRUHE NACH VERKEHRSMITTEL 2009, 2012 UND 2016

Welches Verkehrsmittel benutzen sie dabei in der Regel?



Basis: 953 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2009/2012/2016

2.2 ANLÄSSE FÜR FAHRTEN NACH KARLSRUHE

Neben den Besuchsfrequenzen und Fahrgewohnheiten der Regionsbevölkerung werden in der Regionsumfrage auch regelmäßig die Beweggründe, die zum Besuch des Oberzentrums veranlassen, erhoben. Der häufigste Anlass für Fahrten nach Karlsruhe ist – wie in den letzten Jahren auch – das Einzelhandelsangebot (Abbildung 2.8): Von denjenigen, die innerhalb des letzten Jahres in die Fächerstadt gefahren sind, haben jeweils 79,9 % in der Fußgängerzone eingekauft. Ein ähnlich hoher Prozentsatz war zum Einkaufen im Ettlinger Tor (78 %). An dritter Stelle folgt ein Besuch des Schlosses und des Schlossgartens. Drei Viertel der Regionsbevölkerung (73,6 %) hält sich dort bei einem Besuch auf. Der Besuch der Weihnachtsstadt sowie Essen gehen sind für jeweils 69,4 % beziehungsweise 61 % einer der Anlässe, um Karlsruhe zu besuchen.

Im Zeitablauf zeigt sich, dass der Anteil der Regionsbesucher, die in der Fußgängerzone einkaufen, leicht abgenommen hat. So sinkt er binnen zehn Jahren von 89,8 % im Jahr 2006 um nahezu zehn Prozentpunkte (2016: 79,9 %). Eine ähnliche Tendenz für Besuche des ECE-Centers ist nicht feststellbar. Deutliche Steigerungen im Vergleich zur Regionsumfrage 2012 ergeben sich für die Aktivitäten Einkaufen in Fachmärkten oder Supermärkten außerhalb der Innenstadt (2012: 38,2 %, 2016: 50,5 %), Besuch der Karlsruher Mess' (2012: 24,1 %, 2016: 36,3 %) und Besuch des Europabades (2012: 22,9 %,



2016: 32,7 %). Der deutlich erhöhte Anteil von Befragten, die Events im Stadtzentrum besucht haben (2012: 32,4 %, 2016: 44,3 %), ist höchstwahrscheinlich auf den Besuch von Veranstaltungen im Rahmen des Stadtgeburtstags im Sommer 2015 zurückzuführen. Starke Einbußen sind bezüglich der Besuche von Messen (2012: 59,2 %, 2016: 48,2 %), Theaterveranstaltungen, Konzerten und Musikveranstaltungen (2012: 58 %, 2016: 42,9 %), Krankenhäusern, Ärzten und Fachärzten (2012: 54,1 %, 2016: 38,2 %) sowie Discotheken, Clubs und Tanzlokalen (2012: 36,2 %, 2016: 23,5 %) zu verzeichnen.

Abbildung 2.8

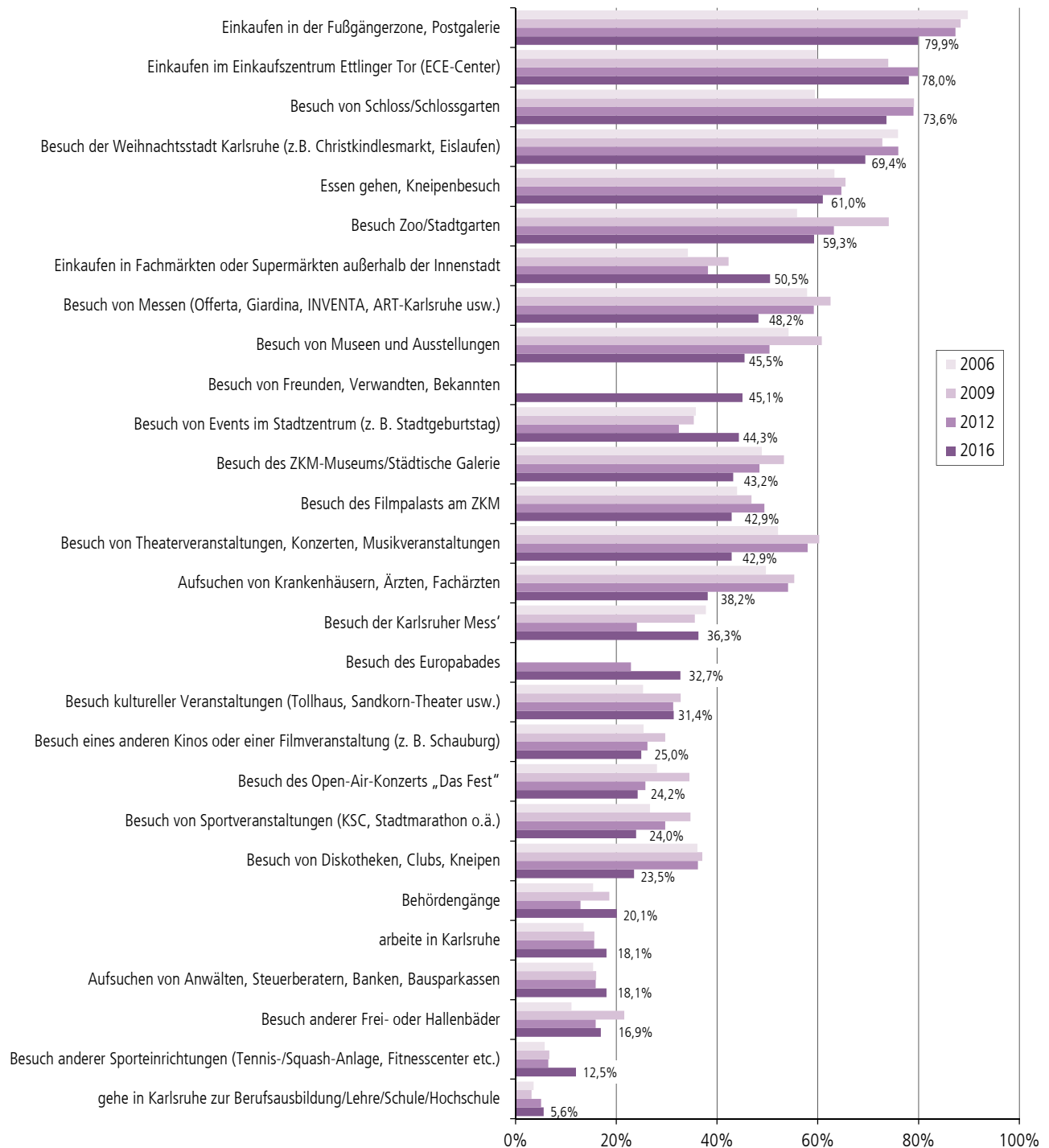
ANLÄSSE FÜR EINEN BESUCH IN KARLSRUHE 2006, 2009, 2012 UND 2016**Was unternehmen und erledigen Sie bei einem Besuch in Karlsruhe im Laufe eines Jahres?**

Tabelle 2.2

WICHTIGSTE ANLÄSSE FÜR EINEN BESUCH IN KARLSRUHE NACH ALTER UND GESCHLECHT 2016

WICHTIGSTE ANLÄSSE	BEFRAGTE INS- GESAMT	davon		davon im Alter von				
		männlich	weiblich	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 bis unter 75 Jahre	75 Jahre und älter
Einkaufen in der Fußgängerzone, Postgalerie	79,9%	76,0%	83,7%	74,5%	76,1%	84,9%	81,5%	78,3%
Einkaufen im Einkaufszentrum Ettlinger Tor (ECE-Center)	78,0%	78,4%	77,7%	79,1%	81,0%	84,9%	69,1%	47,8%
Besuch von Schloss/Schlossgarten	73,6%	71,1%	76,1%	68,2%	68,5%	77,1%	78,4%	73,9%
Besuch der Weihnachtsstadt Karlsruhe (z.B. Christkindlesmarkt)	69,4%	66,7%	72,1%	66,4%	69,0%	72,5%	69,8%	56,5%
Essen gehen, Kneipenbesuch	61,0%	59,1%	62,8%	67,3%	64,1%	64,2%	50,6%	47,8%
Besuch Zoo/Stadtgarten	59,3%	54,4%	63,9%	55,5%	62,5%	62,4%	54,3%	56,5%
Einkaufen in Fachmärkten oder Supermärkten außerhalb der Innenstadt	50,5%	54,4%	46,8%	45,5%	48,9%	55,5%	49,4%	47,8%
Besuch von Messen (Offerta, Giardina, INVENTA, ART-Karlsruhe usw.)	48,2%	47,7%	48,7%	45,5%	48,9%	52,8%	45,1%	34,8%
Besuch von Museen und Ausstellungen	45,5%	41,5%	49,3%	42,7%	45,7%	49,1%	42,0%	47,8%
Besuch von Freunden, Verwandten, Bekannten	45,1%	46,2%	43,9%	45,5%	42,9%	49,1%	45,1%	21,7%
Besuch von Events im Stadtzentrum (z.B. Stadtgeburtstag)	44,3%	45,3%	43,4%	51,8%	42,9%	48,2%	39,5%	17,4%
Besuch des ZKM-Museums/Städtische Galerie	43,2%	40,1%	46,2%	43,6%	44,6%	46,3%	38,3%	34,8%
Besuch des Filmpalasts am ZKM	42,9%	39,8%	45,9%	52,7%	46,7%	47,2%	29,6%	17,4%
Besuch von Theaterveranstaltungen, Konzerten, Musikveranstaltungen	42,9%	40,4%	45,4%	41,8%	41,3%	48,6%	38,3%	39,1%
Aufsuchen von Krankenhäusern, Ärzten, Fachärzten	38,2%	36,3%	40,0%	25,5%	37,0%	40,8%	42,6%	52,2%
Besuch der Karlsruher Mess'	36,3%	34,2%	38,3%	47,3%	34,8%	39,9%	28,4%	17,4%
Besuch des Europabades	32,7%	31,6%	33,8%	48,2%	38,0%	32,1%	19,8%	13,0%
Besuch kultureller Veranstaltungen (Tollhaus, Sandkorn-Theater usw.)	31,4%	32,7%	30,1%	31,8%	31,0%	37,6%	24,1%	26,1%
Besuch anderer Kinos oder Filmveranstaltungen (z. B. Schauburg, usw.)	25,0%	25,1%	24,8%	30,9%	23,9%	28,4%	19,8%	8,7%
Besuch des Open-Air-Konzerts „Das Fest“	24,2%	26,3%	22,3%	34,5%	26,1%	28,4%	12,3%	4,3%
Besuch von Sportveranstaltungen (KSC, Stadtmarathon o.ä.)	24,0%	27,8%	20,3%	30,0%	21,2%	28,9%	18,5%	8,7%
Besuch von Diskotheken, Clubs, Kneipen	23,5%	25,7%	21,4%	42,7%	26,6%	23,9%	9,9%	---
Behördengänge	20,1%	20,8%	19,4%	19,1%	19,6%	23,4%	18,5%	8,7%
arbeite in Karlsruhe	18,1%	19,9%	16,3%	15,5%	20,7%	24,3%	11,1%	---
Aufsuchen von Anwälten, Steuerberatern, Banken, Bausparkassen	18,1%	18,7%	17,5%	14,5%	16,3%	22,9%	14,8%	26,1%
Besuch anderer Frei- oder Hallenbäder	16,9%	16,7%	17,2%	17,3%	18,5%	18,8%	13,6%	8,7%
Besuch anderer Sporteinrichtungen (Fitnesscenter etc.)	12,5%	15,5%	9,6%	19,1%	12,5%	14,2%	7,4%	---
gehe in Karlsruhe zur Berufsausbildung/Lehre/Schule/Hochschule	5,6%	4,4%	6,8%	12,7%	2,7%	5,5%	4,9%	---
BEFRAGTE INSGESAMT	697	342	355	110	184	218	162	23

Basis: 697 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

Eine geschlechtsspezifische Betrachtung der Anlässe für Fahrten nach Karlsruhe (Tabelle 2.2) legt lediglich geringe Unterschiede offen. Wie in der Regionsumfrage des Jahres 2012 geben Frauen (63,9 %) etwas häufiger als Männer (54,4 %) an, den Zoologischen Stadtgarten zu besuchen. Einkaufen in Fachmärkten oder Supermärkten außerhalb der Innenstadt wird dagegen häufiger von Männern (54,4 %) als von Frauen (46,8 %) als Anlass für einen Besuch in Karlsruhe genannt.

Deutliche Besuchsunterschiede zeigen sich bei der Auswertung nach Altersklassen. So sind zahlreiche Anlässe vor allem für die jüngste Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen von besonderer Relevanz. Hierzu zählen insbesondere ein Besuch der Karlsruher Mess' (47,3 %), des Europabades (48,2 %), des Open-Air-Konzerts „Das Fest“ (34,5 %) sowie von Discotheken, Clubs und Kneipen (42,7 %). Deutlich wird auch, dass einige Anlässe von Besuchern ab 60 Jahren, also in den Altersklassen 60 bis unter 75 Jahre sowie 75 Jahre und älter, unterdurchschnittlich häufig genannt werden. Beispielsweise liegen die Anteile derjenigen, die im ECE-Center einkaufen, mit 69,1 % und 47,8 % in den jeweiligen Altersklassen deutlich unter dem Durchschnitt. Gleiches gilt auch für Essen gehen, Kneipenbesuch (50,6 % beziehungsweise 47,8 %) sowie den Besuch des Filmpalasts am ZKM (29,6 % beziehungsweise 17,4 %). Beim Besuchsanlass „Aufsuchen von Krankenhäusern, Ärzten und Fachärzten“ zeichnet sich ein gegenläufiges altersabhängiges Muster ab. So verdoppelt sich der Anteil der Nennungen von 25,5 % in der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen auf 52,2 % in der Altersgruppe 75 Jahre und älter.



Die Auswertung der Besuchsanlässe nach Teilräumen der Region (Tabelle 2.3) legt offen, dass Besucherinnen und Besucher aus Gemeinden des Nachbarschaftsverbands – und damit aus sehr nahe gelegenen Gemeinden – vergleichsweise häufig aufgrund kultureller Veranstaltungen nach Karlsruhe fahren. Hierzu zählen Museen und Ausstellungen (58,8 %), das ZKM-Museum/Städtische Galerie (57,7 %), Theater, Konzerte und Musikveranstaltungen (59,9 %) sowie Besuche von Tollhaus, Tempel und Sandkorntheater (31,4 %). Auch Kinobesuche im Filmpalast am ZKM (55,6 %) und der Besuch anderer Kinos oder Filmveranstaltungen (45,8 %) werden überdurchschnittlich häufig als Anlässe für einen Besuch der Fächerstadt genannt. Die Rolle Karlsruhes als Oberzentrum wird durch die überdurchschnittliche Nutzung der Versorgungsinfrastruktur von Seiten der Einwohnerinnen und Einwohner des Nachbarschaftsverbands deutlich. So fahren 73,2 % zum Einkaufen in Fach- und Supermärkte außerhalb der Innenstadt. Mehr als die Hälfte (57 %) sucht Krankenhäuser, Ärzte oder Fachärzte auf. Jeweils etwa 40 % erledigen Behördengänge (38 %) und/oder nehmen Termine bei Anwälten, Steuerberatern, Banken sowie Bausparkassen (38,7 %) wahr.

Bei Bewohnerinnen und Bewohnern weiter entfernter Teilregionen – insbesondere Baden-Baden und südlicher Landkreis Rastatt, übrige Südpfalz und Canton Wissembourg – rücken kulturelle Anlässe und die Nutzung der Versorgungsinfrastruktur als Gründe für einen Besuch Karlsruhes in den Hintergrund. Hier werden stattdessen überdurchschnittlich häufig die Anlässe Einkaufen in der Fußgängerzone und Einkaufen im ECE-Center genannt. Auch der Besuch des Schlossgartens spielt eine größere Rolle. Auffällig ist, dass zusätzlich zu diesen Anlässen die Regionsbevölkerung aus dem Canton Wissembourg überdurchschnittlich häufig die Weihnachtsstadt (89,1 %) sowie Events im Stadtzentrum (78,1 %) zum Anlass für einen Besuch der Fächerstadt nehmen. Auch der Besuch von Discos, Clubs und Kneipen (79,7 %) sowie Essen gehen (90,6 %) werden in dieser Teilregion überdurchschnittlich häufig genannt.

Tabelle 2.3

WICHTIGSTE ANLÄSSE FÜR EINEN BESUCH IN KARLSRUHE NACH TEILREGIONEN 2016

WICHTIGSTE ANLÄSSE	BE- FRAGTE INS- GESAMT	davon aus							
		Gemein- den des Nachbar- schafts- verbands	Übriger Land- kreis Karlsruhe und Bad Herren- alb	nörd- licher Enz- kreis	Land- kreis Rastatt nörd- licher Teil	Land- kreis Rastatt süd- licher Teil und Baden- Baden	Stadt Landau, VG Landau- Land	übrige Süd- pfalz	Wissem- bourg und übriger Canton Wissem- bourg
Einkaufen in der Fußgängerzone, Postgalerie	79,9%	81,0%	77,9%	61,8%	71,3%	89,7%	80,8%	92,0%	96,9%
Einkaufen im Einkaufszentrum Ettlinger Tor (ECE-Center)	78,0%	80,3%	81,1%	63,6%	74,3%	75,0%	69,2%	88,0%	89,1%
Besuch von Schloss/Schlossgarten	73,6%	83,1%	68,4%	43,6%	66,3%	89,7%	65,4%	96,0%	85,9%
Besuch der Weihnachtsstadt Karlsruhe (z.B. Christkindlesmarkt)	69,4%	72,5%	75,8%	50,9%	67,3%	64,7%	57,7%	40,0%	89,1%
Essen gehen, Kneipenbesuch	61,0%	67,6%	56,8%	40,0%	43,6%	76,5%	53,8%	68,0%	90,6%
Besuch Zoo/Stadtgarten	59,3%	62,0%	55,3%	47,3%	64,4%	54,4%	63,5%	76,0%	62,5%
Einkaufen in Fach- oder Supermärkten außerhalb der Innenstadt	50,5%	73,2%	48,9%	27,3%	38,6%	41,2%	30,8%	56,0%	67,2%
Besuch von Messen (Offerta, Giardina, ART-Karlsruhe usw.)	48,2%	58,5%	49,5%	41,8%	58,4%	39,7%	48,1%	20,0%	31,3%
Besuch von Museen und Ausstellungen	45,5%	58,5%	47,4%	40,0%	44,6%	22,1%	44,2%	48,0%	42,2%
Besuch von Freunden, Verwandten, Bekannten	45,1%	53,5%	44,7%	23,6%	32,7%	52,9%	55,8%	60,0%	42,2%
Besuch von Events im Stadtzentrum (z. B. Stadtgeburtstag)	44,3%	48,6%	49,5%	23,6%	35,6%	38,2%	25,0%	32,0%	78,1%
Besuch des ZKM-Museums/Städtische Galerie	43,2%	57,7%	45,8%	41,8%	47,5%	27,9%	40,4%	52,0%	12,5%
Besuch des Filmpalasts am ZKM	42,9%	55,6%	42,1%	40,0%	55,4%	22,1%	36,5%	60,0%	20,3%
Besuch von Theater-, Musikveranstaltungen, Konzerten,	42,9%	59,9%	54,2%	32,7%	48,5%	8,8%	38,5%	32,0%	15,6%
Aufsuchen von Krankenhäusern, Ärzten, Fachärzten	38,2%	57,0%	39,5%	12,7%	56,4%	22,1%	36,5%	32,0%	6,3%
Besuch der Karlsruher Mess'	36,3%	41,5%	42,1%	18,2%	23,8%	48,5%	26,9%	44,0%	34,4%
Besuch des Europabades	32,7%	41,5%	38,9%	29,1%	35,6%	11,8%	42,3%	20,0%	12,5%
Besuch kultureller Veranstaltungen (Tollhaus, Sandkorn-Theater usw.)	31,4%	44,4%	39,5%	18,2%	36,6%	7,4%	34,6%	24,0%	7,8%
Besuch anderer Kinos oder Filmveranstaltungen (z. B. Schauburg)	25,0%	45,8%	18,4%	14,5%	26,7%	4,4%	21,2%	24,0%	29,7%
Besuch des Open-Air-Konzerts „Das Fest“	24,2%	27,5%	29,5%	20,0%	23,8%	5,9%	34,6%	28,0%	15,6%
Besuch von Sportveranstaltungen (KSC, Stadtmarathon o.ä.)	24,0%	21,1%	30,0%	27,3%	22,8%	26,5%	17,3%	28,0%	12,5%
Besuch von Diskotheken, Clubs, Kneipen	23,5%	17,6%	21,1%	12,7%	19,8%	13,2%	13,5%	20,0%	79,7%
Behördengänge	20,1%	38,0%	20,5%	1,8%	4,0%	17,6%	13,5%	40,0%	20,3%
arbeite in Karlsruhe	18,1%	22,5%	21,6%	7,3%	16,8%	7,4%	23,1%	40,0%	7,8%
Aufsuchen von Anwälten, Steuerberatern, Banken, Bausparkassen	18,1%	38,7%	20,5%	0,0%	8,9%	14,7%	9,6%	16,0%	6,3%
Besuch anderer Frei- oder Hallenbäder	16,9%	28,2%	14,2%	18,2%	18,8%	1,5%	23,1%	16,0%	7,8%
Besuch anderer Sporteinrichtungen (Fitnesscenter etc.)	12,5%	9,9%	15,8%	7,3%	6,9%	4,4%	17,3%	20,0%	23,4%
gehe in Karlsruhe zur Berufsausbildung/Lehre/Schule/Hochschule	5,6%	4,2%	10,0%	0,0%	2,0%	4,4%	5,8%	24,0%	---
BEFRAGTE INSGESAMT	697	142	190	55	101	68	52	25	64

Basis: 697 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016







3.

EINSCHÄTZUNGEN ZUR KARLSRUHER INNENSTADT

3.1 BEWERTUNG DER KARLSRUHER INNENSTADT

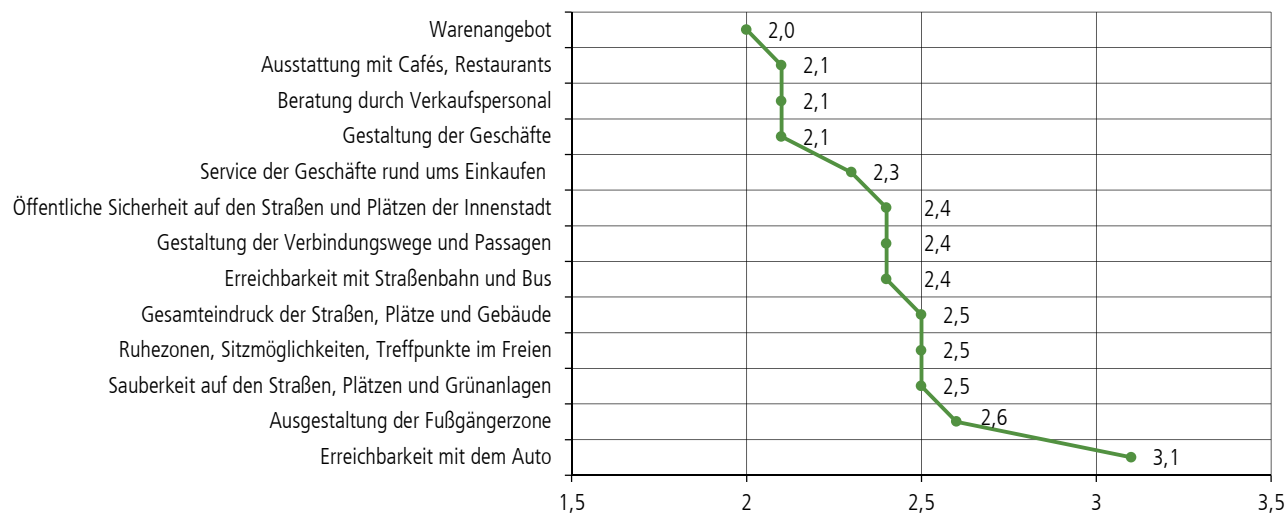
Um differenzierte Aussagen zu einzelnen Eigenschaften der Karlsruher Innenstadt zu erhalten, wurde die Regionsbevölkerung gebeten, verschiedene Qualitätsmerkmale der City mit Schulnoten von 1 („sehr gut“) bis 6 („ungenügend“) zu bewerten. In Abbildung 3.1 sind die Durchschnittsnoten für die Eigenschaften der Karlsruher Innenstadt dargestellt. Insgesamt schwanken die Bewertungen zwischen 2 („gut“) und 3,1 („befriedigend“). Die vier am besten bewerteten Eigenschaften der City sind das Warenangebot (2), die Ausstattung mit Cafés, Restaurants (2,1), Beratung durch Verkaufspersonal (2,1) und Gestaltung der Geschäfte (2,1). Der Großteil aller Bewertungen liegt im Mittelfeld und damit in einem Wertebereich von 2,3 bis 2,6. Neben dem Service

der Geschäfte rund ums Einkaufen (2,3) bewegen sich stadtplanerische Aspekte – Gestaltung der Verbindungswege und Passagen (2,4), Gesamteindruck der Straßen, Plätze und Gebäude (2,5), Ruhezonen, Sitzmöglichkeiten, Treffpunkte im Freien (2,5) und Ausgestaltung der Fußgängerzone (2,6) – in diesem Wertebereich. Auch die Bewertungen der Sauberkeit auf den Straßen, Plätzen und Grünanlagen sowie der Öffentlichen Sicherheit auf den Straßen und Plätzen der Innenstadt liegen mit 2,5 beziehungsweise 2,4 im Mittelfeld. Während dies auch für die Erreichbarkeit der Innenstadt mit Straßenbahn und Bus (2,4) zutrifft, schneidet die Erreichbarkeit der City mit dem Auto mit einem Durchschnittswert von 3,1 am schlechtesten ab.

Abbildung 3.1

DURCHSCHNITTSNOTEN WICHTIGER EIGENSCHAFTEN DER KARLSRUHER INNENSTADT 2016

Sagen Sie mir doch bitte, wie Sie die folgenden Dinge in der Karlsruher Innenstadt bewerten. Verteilen Sie dazu Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend).



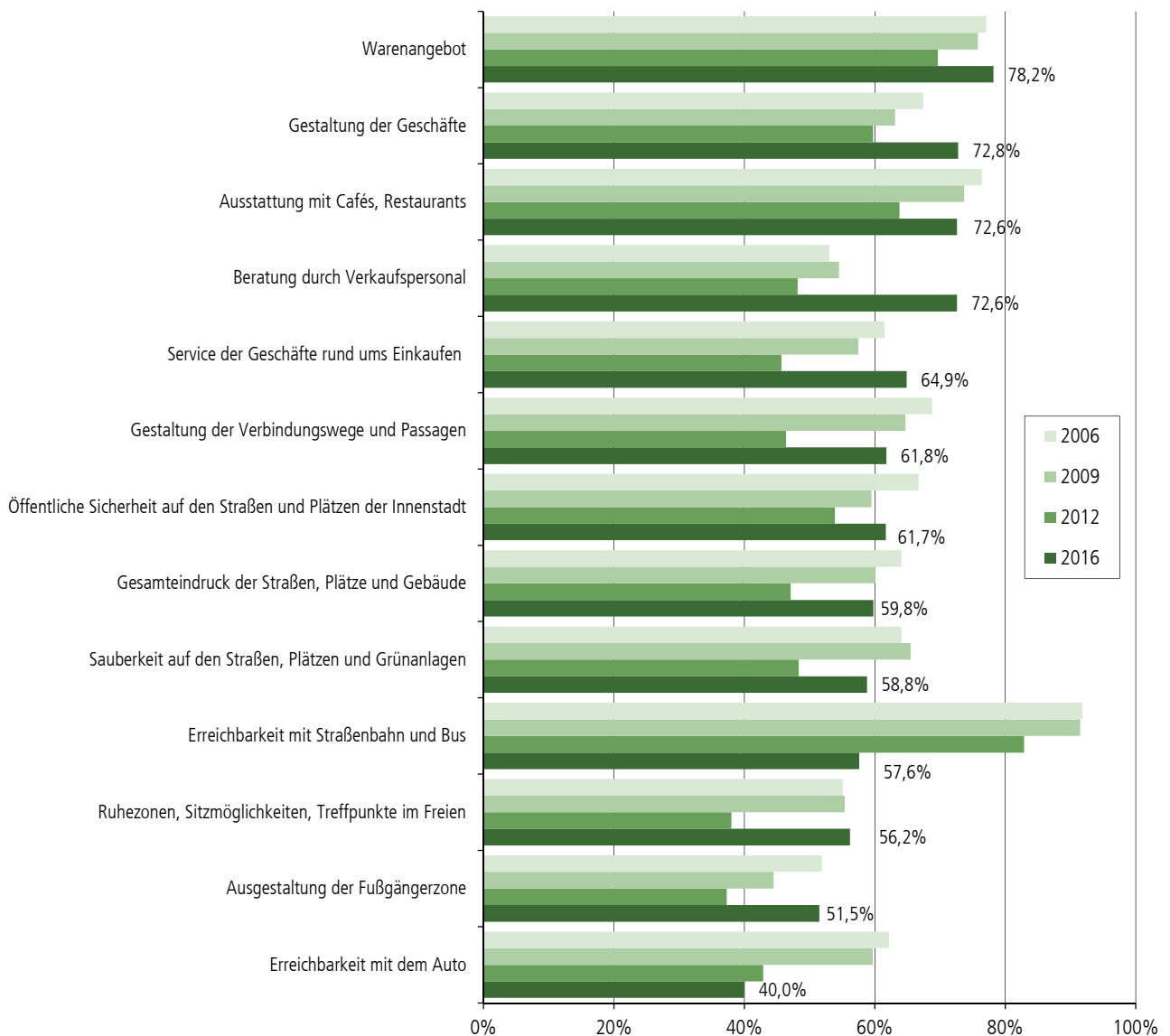
In Abbildung 3.2 ist der Anteil der Bewertungen mit „sehr gut“ und „gut“ im Zeitvergleich dargestellt. Insgesamt wird deutlich, dass die Anteile der Spitzenbewertungen im Vergleich zur Regionsumfrage 2012 für die meisten Eigenschaften der Karlsruher City zugenommen hat. Ein deutlicher Rückgang ist lediglich für die Erreichbarkeit der

Innenstadt mit Straßenbahn und Bus zu verzeichnen. Hier sinkt der Anteil der Spitzenbewertungen von 82,9 % (2012) auf 57,6 % (2016). Für die Erreichbarkeit mit dem Auto bleibt der Anteil der Spitzenbewertungen auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau (2012: 42,9 %, 2016: 40 %).

Abbildung 3.2

ANTEILE DER SPITZENBEWERTUNGEN WICHTIGER EIGENSCHAFTEN DER KARLSRUHER INNENSTADT (BEWERTUNGEN MIT „SEHR GUT“ UND „GUT“ 2006, 2009, 2012 UND 2016)

Sagen Sie mir doch bitte, wie Sie die folgenden Dinge in der Karlsruher Innenstadt bewerten. Verteilen Sie dazu Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend).



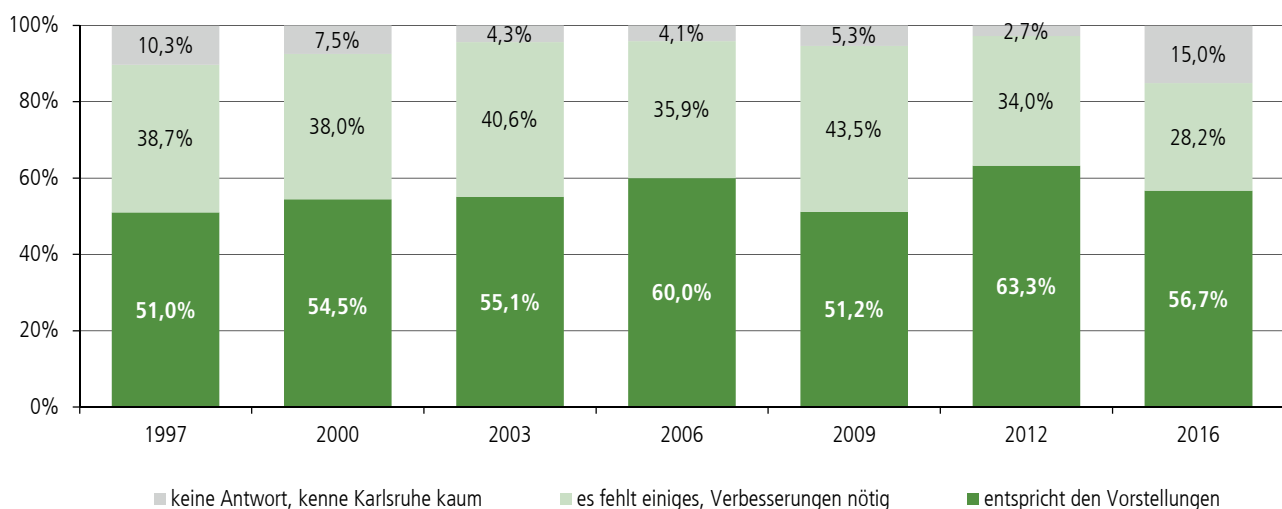
Für Besucherinnen und Besucher einer Stadt ist die Wahrnehmung der Innenstadt ein zentrales Bewertungskriterium bei der Einschätzung der gesamstädtischen Attraktivität. Die Innenstadt ist quasi die Visitenkarte einer Stadt. Vor diesem Hintergrund wird die Regionsbevölkerung bereits seit 1997 regelmäßig gefragt, ob sie die Karlsruher City als attraktives Stadtzentrum empfindet. Wie aus Abbildung 3.3 hervorgeht, geben 56,7 % der Regionsbevölkerung an, dass die Karlsruher Innenstadt ihrer Vorstellung von einem attraktiven Stadtzentrum entspricht. Etwa jede beziehungsweise jeder Dritte (28,2 %) ist dagegen der Auffassung, dass Dinge fehlen oder verbessert werden müssen. Ein relativ hoher Anteil der Befragten (15 %) macht zu dieser Frage keine Angabe. Ein Abgleich der Einschätzungen mit den Besucherfrequenzen

legt offen, dass vor allem diejenigen, die täglich oder mehrmals die Woche nach Karlsruhe fahren, Verbesserungen annehmen (38,1 %). Der Anteil derjenigen, die die Frage nicht beantworten und teilweise auf mangelnde Ortskenntnis verweisen, liegt bei Personen, die Karlsruhe weniger als einmal im Monat besuchen, mit 24 % vergleichsweise hoch. Im Zeitvergleich zeichnet sich bei der Einschätzung der Attraktivität der Karlsruher Innenstadt kein eindeutiger Trend ab. Im Vergleich zur Regionsumfrage 2012 sind die Anteile kritischer und zustimmender Äußerungen zur Karlsruher City gesunken. Dagegen hat der Anteil derjenigen, die keine Einschätzung geben beträchtlich zugenommen (12,3 Prozentpunkte).

Abbildung 3.3

EINSCHÄTZUNG DER KARLSRUHER INNENSTADT ALS ATTRAKTIVES STADTZENTRUM SEIT 1997

Entspricht die Karlsruher Innenstadt Ihren Vorstellungen von einem attraktiven Stadtzentrum, oder gibt es da noch Dinge, die fehlen oder verbessert werden müssen?



Basis: 662/1.028/1.060/1.103/1.108/1.100/705 Befragte mit Antwort
Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 1997/2000/2003/2006/2009/2012/2016

Die Bewertung der Attraktivität der Karlsruher City nach Geschlecht und Altersklassen legt kaum Unterschiede offen. Männer (60,6 %) geben etwas häufiger als Frauen (53,1 %) an, dass die Karlsruher Innenstadt ihren Vorstellungen eines

attraktiven Stadtzentrums entspricht. Bei Befragten der jüngsten Altersgruppe (18 bis 29 Jahre) liegt der Anteil der Positivantworten mit 62,8 % etwas über dem Durchschnitt.

Tabelle 3.1

EINSCHÄTZUNG DER KARLSRUHER INNENSTADT ALS ATTRAKTIVES STADTZENTRUM 2016

EINSCHÄTZUNG DER KARLSRUHER INNENSTADT	BEFRAGTE INSGESAMT	davon		davon im Alter von				
		männlich	weiblich	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 bis unter 75 Jahre	75 Jahre und älter
entspricht den Vorstellungen	56,7%	60,6%	53,1%	62,8%	53,8%	55,3%	58,3%	54,2%
es fehlt einiges, Verbesserungen nötig	28,2%	28,1%	28,3%	21,2%	31,7%	33,8%	22,1%	25,0%
keine Angabe	15,0%	11,3%	18,6%	15,9%	14,5%	11,0%	19,6%	20,8%
BEFRAGTE INSGESAMT	705	345	360	113	186	219	163	24

Basis: 705 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

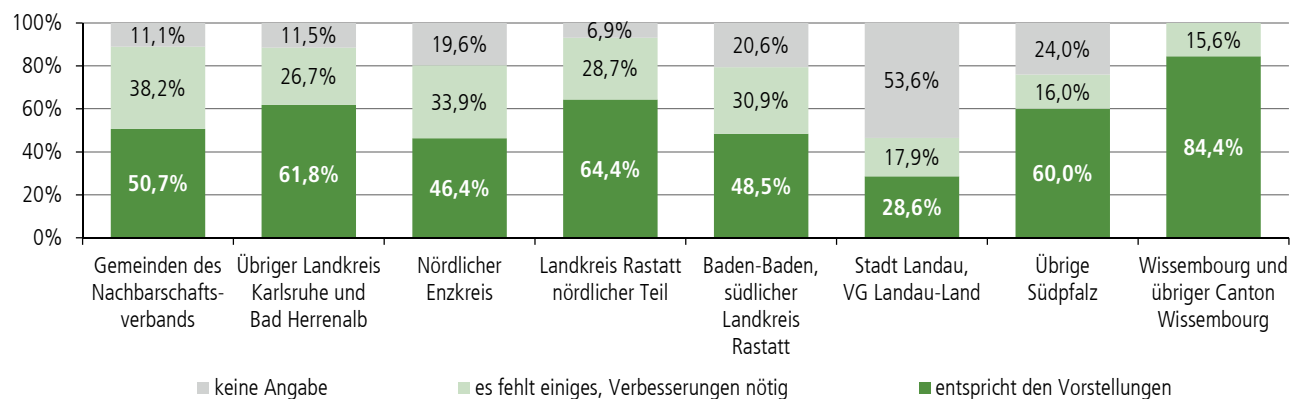
Ein durchaus differenzierteres Bild legt die Betrachtung nach Teilräumen offen. Die kritischste Sicht auf die Karlsruher City haben die Bewohnerinnen und Bewohner des Nachbarschaftsverbands. Hier sind 38,2 % derjenigen, die Karlsruhe binnen der letzten zwölf Monate besucht haben der Auffassung, dass in der Karlsruher Innenstadt Dinge fehlen oder verbessert werden müssen. Ein überdurchschnittlich positiver Eindruck

der Karlsruher City wird von Besucherinnen und Besuchern aus dem Canton Wissembourg geäußert: 84,4 % geben an, dass die Karlsruher Innenstadt ihren Vorstellungen von einem attraktiven Stadtzentrum entspricht. Auffallend hoch ist mit 53,6 % der Anteil derjenigen, die die Frage nicht beantworten im Befragungsgebiet Stadt Landau, Verbandsgemeinde Landau Land.

Abbildung 3.4

EINSCHÄTZUNG DER KARLSRUHER INNENSTADT ALS ATTRAKTIVES STADTZENTRUM NACH TEILRÄUMEN 2016

Entspricht die Karlsruher Innenstadt Ihren Vorstellungen von einem attraktiven Stadtzentrum, oder gibt es da noch Dinge, die fehlen oder verbessert werden müssen?



Basis: 705 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016



3.2 VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE FÜR DIE CITY

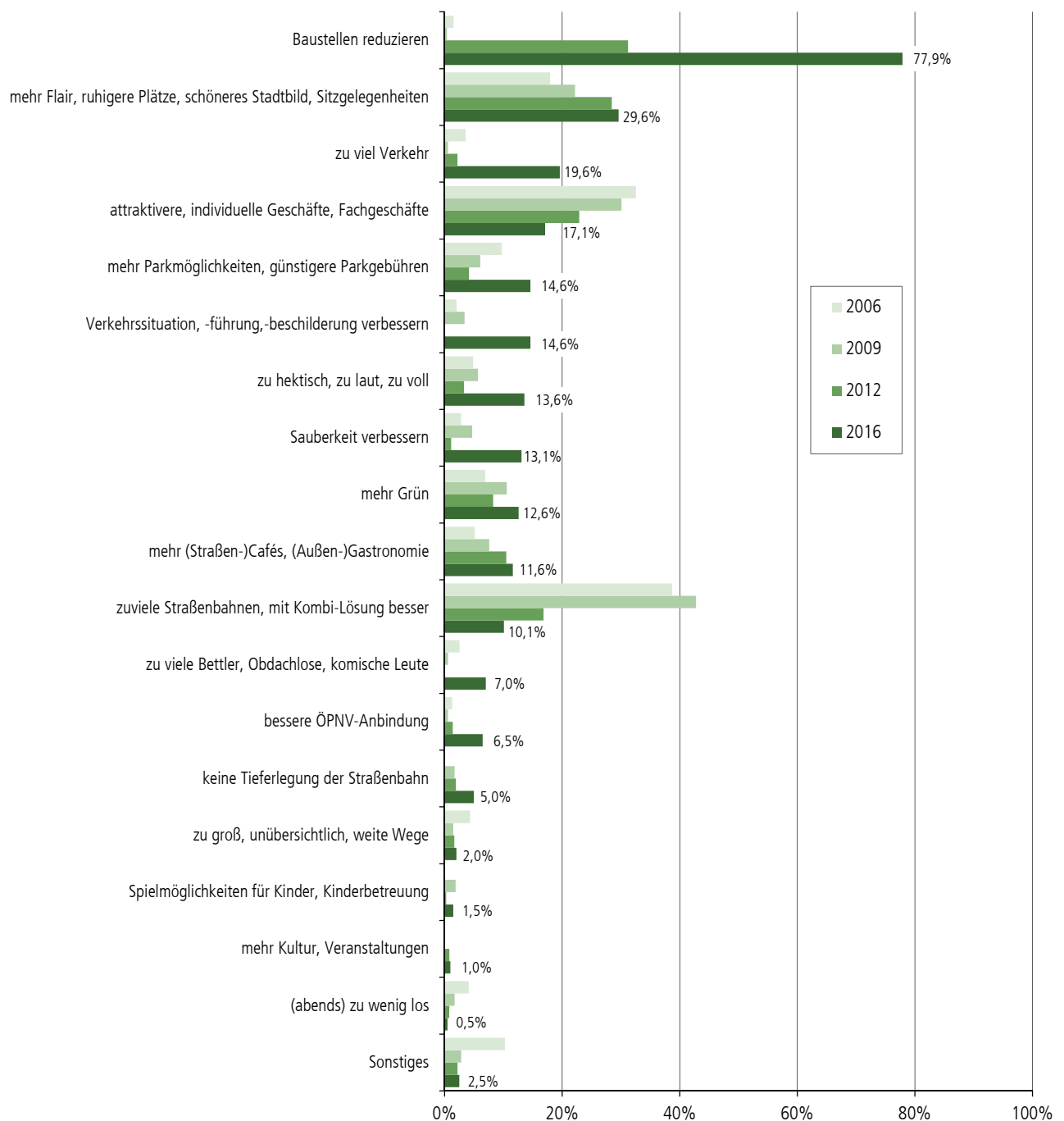
Befragte, die Verbesserungen in der Karlsruher Innenstadt angemahnt haben, wurden nach konkreten Verbesserungsvorschlägen gefragt. Sehr deutlich zeigt sich, dass die aktuelle Bautätigkeit in der Karlsruher Innenstadt, insbesondere im Zuge der Kombilösung, zunehmend als Belastung empfunden wird. So fordern 77,9 % der Befragten eine Reduktion der Baustellen. Diese Forderung stand bereits in der Regionsumfrage 2012 an erster Stelle, wurde allerdings von bedeutend weniger Personen (31,2 %) geäußert. An zweiter Stelle der Verbesserungsvorschläge folgt der Punkt mehr Flair, ruhigere Plätze, schöneres Stadtbild, Sitzgelegenheiten. Dieser wurde von etwa einem Drittel der Befragten (29,6 %) genannt. Im Zeitablauf – ausgehend von der Regionsumfrage 2006 – wird deutlich, dass dieser Vorschlag an Bedeutung gewonnen hat. Im Zusammenhang mit der Forderung nach einer Verringerung der Baustellen sind auch die zunehmenden Beschwerden über zu viel Verkehr zu sehen, die aktuell von 19,6 % der Befragten geäußert werden. Eine verbesserte

Einzelhandelsstruktur im Sinne attraktiverer, individueller Geschäfte beziehungsweise Fachgeschäfte wünschen sich 17,1 % derjenigen, die Verbesserungspotenzial sehen. Dieser Verbesserungsvorschlag wird seit der Regionsumfrage 2009 (32,6 %) mit rückläufiger Tendenz genannt. Weitere Aspekte, die jeweils von etwa jedem Sechsten genannt wurden, sind mehr Parkmöglichkeiten, günstigere Parkgebühren (14,6 %), Verkehrssituation, -führung, -beschilderung verbessern (14,6 %), zu hektisch, zu laut, zu voll (13,6 %), Sauberkeit verbessern (13,1 %) und mehr Grün (12,6 %). Darauf folgt der Punkt mehr (Straßen-) Cafés, (Außen-) Gastronomie (11,6 %). Deutlich abgenommen hat der Anteil derjenigen, die sich eine Reduzierung der Straßenbahnen in der Fußgängerzone wünschen. Während er in den Befragungsjahren 2006 und 2009 noch bei rund 40 % lag, liegt er aktuell bei 10,1 %. Alle anderen Verbesserungsvorschläge werden jeweils von weniger als 10 % der Befragten geäußert.

Abbildung 3.5

VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE FÜR DIE KARLSRUHER INNENSTADT 2006, 2009, 2012 UND 2016¹

Sie haben gesagt, es sind Verbesserungen nötig. An was denken Sie vor allem?



¹ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.

Basis: 390/472/362/199 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2006/2009/2012/2016



3.3 ERWARTUNGEN NACH ABSCHLUSS DER BAUARBEITEN

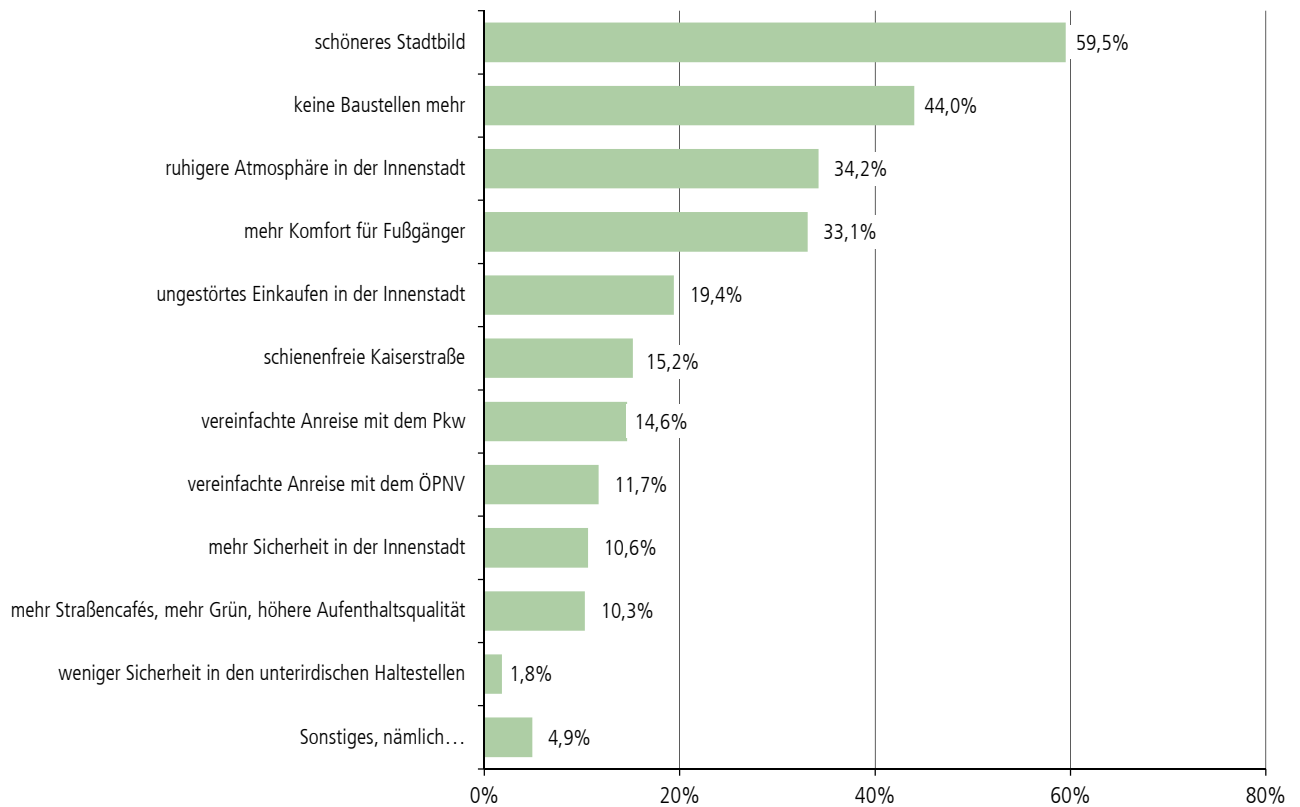
Die Auswertung der Verbesserungsvorschläge in Abbildung 3.5 hat gezeigt, dass die Baustellensituation in der Karlsruher City ein beherrschendes Thema ist. Vor diesem Hintergrund wurde die Regionsbevölkerung gefragt, welche Erwartungen sie als Besucherin beziehungsweise als Besucher nach Abschluss der Bauarbeiten bezüglich der Innenstadt hat. Ein Großteil der Befragten erwartet insgesamt ein schöneres Stadtbild (59,5 %). An zweiter Stelle folgt mit einem Anteil von 44 % die Erwartung, dass keine Baustellen mehr in der Innenstadt vorhanden sein werden. Jeweils ein Drittel der Befragten erhofft sich eine ruhigere Atmosphäre in der Innenstadt (34,2 %) und mehr Komfort für Fußgänger (33,1 %). Darauf

folgen ungestörtes Einkaufen in der Innenstadt (19,4 %) sowie eine schienenfreie Kaiserstraße (15,2 %). Eine vereinfachte Anreise mit dem Pkw und dem ÖPNV erwarten jeweils 14,6 % beziehungsweise 11,7 % der Befragten. Etwa jede beziehungsweise jeder zehnte Befragte nennt mehr Sicherheit in der Innenstadt (10,6 %) und mehr Straßencafés, mehr Grün, höhere Aufenthaltsqualität (10,3 %). Ein sehr geringer Anteil von 1,8 % der Befragten nennt weniger Sicherheit in den unterirdischen (Straßen-)Bahnhaltstellen und verknüpft damit auch negative Erwartungen mit dem Abschluss der Bauarbeiten in der Karlsruher City.

Abbildung 3.6

ERWARTUNGEN NACH ABSCHLUSS DER BAUARBEITEN¹

Was erwarten Sie als Besucherin/Besucher der Karlsruher Innenstadt nach Abschluss der Bauarbeiten?



¹ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.

Basis: 837 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016





4.

EINKAUFEN IN DER KARLSRUHER INNENSTADT

4.1 AUSWIRKUNGEN DES ONLINE-SHOPPINGS

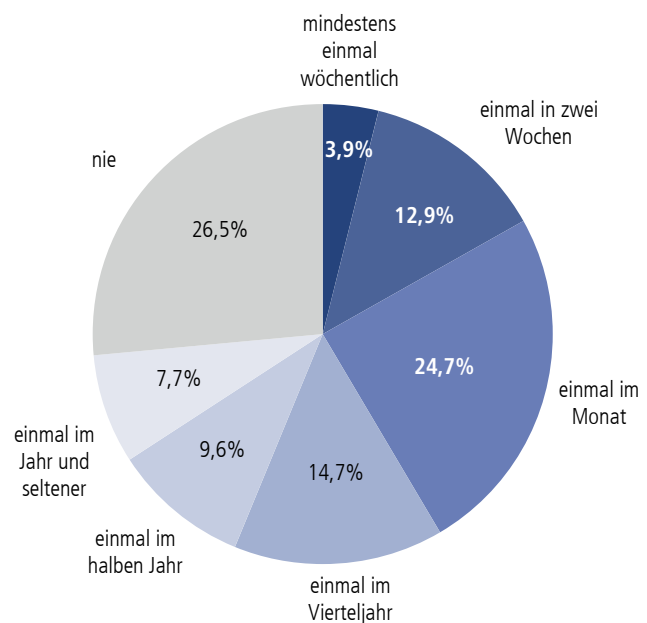
Für die Regionsbevölkerung ist das Einzelhandelsangebot in der Karlsruher City nach wie vor der häufigste Anlass für Fahrten nach Karlsruhe. Angesichts dieser zentralen Funktion des Einzelhandels als wichtiger Anziehungsfaktor stellt sich die Frage, inwieweit sich durch Veränderungen der Einkaufsgewohnheiten der Regionsbevölkerung auch Konsequenzen für deren Besuchsverhalten ergeben. Vor diesem Hintergrund wurden die Einwohnerinnen und Einwohner in der Region gefragt, wie häufig sie Einkäufe im Internet tätigen. Abbildung 4.1 zeigt, dass etwa drei Viertel der Befragten (73,5 %) mit variierender Frequenz online einkaufen. Der Anteil derjenigen, die mindestens einmal wöchentlich Waren im Internet bestellen, ist mit 3,9 % relativ gering. Etwas mehr als jede beziehungsweise jeder Achte (12,9 %) kauft ungefähr einmal in zwei Wochen online ein. Ein Viertel der Befragten (24,7 %) tätigt im Durchschnitt einmal im Monat Einkäufe über das Internet. Die Frequenzen einmal im Vierteljahr, einmal im halben Jahr sowie einmal im Jahr und seltener werden jeweils von 14,7 %, 9,6 % und 7,7 % der Befragten angegeben.

Eine Auswertung der Frage nach demografischen Gesichtspunkten legt vor allem deutliche altersabhängige Unterschiede beim Online-Shopping offen (Tabelle 4.1). In den jüngeren Altersklassen von 18 bis 29 Jahren (61,4 %) und von 30 bis 44 Jahren (58,3 %) tätigt jeweils eine deutliche Mehrheit der Regionsbevölkerung mindestens einmal im Monat Einkäufe über das Internet. Dagegen liegt der Anteil bei Befragten im Alter von 45 bis 59 Jahren mit 41,6 % erheblich niedriger und sinkt bei Befragten der Altersgruppen 60 bis unter 75 Jahre (17,3 %) und 75 Jahre und älter (14,6 %) weiter ab.

Abbildung 4.1

HÄUFIGKEIT DES ONLINE-SHOPPINGS

Wie häufig kaufen Sie Produkte auch online im Internet ein?



Basis: 936 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

Tabelle 4.1

HÄUFIGKEIT DES ONLINE-SHOPPINGS NACH ALTER UND GESCHLECHT

HÄUFIGKEIT DES ONLINE-SHOPPINGS	BEFRAGTE INSGESAMT	davon		davon im Alter von				
		männlich	weiblich	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 bis unter 75 Jahre	75 Jahre und älter
mindestens einmal wöchentlich	3,9%	4,0%	3,7%	2,8%	6,7%	3,7%	2,2%	2,4%
einmal in zwei Wochen	12,9%	13,3%	12,6%	24,8%	15,7%	12,5%	5,2%	2,4%
einmal im Monat	24,7%	23,8%	25,5%	33,8%	35,9%	25,3%	10,0%	9,8%
einmal im Vierteljahr	14,7%	15,8%	13,8%	20,0%	15,2%	17,9%	8,2%	7,3%
einmal im halben Jahr	9,6%	10,0%	9,3%	5,5%	9,9%	12,2%	10,0%	2,4%
einmal im Jahr und seltener	7,7%	9,1%	6,4%	4,8%	5,4%	10,1%	9,5%	2,4%
nie	26,5%	24,0%	28,8%	8,3%	11,2%	18,2%	55,0%	73,2%
BEFRAGTE INSGESAMT	936	450	486	145	223	296	231	41

Basis: 1.187 Befragte mit Antwort

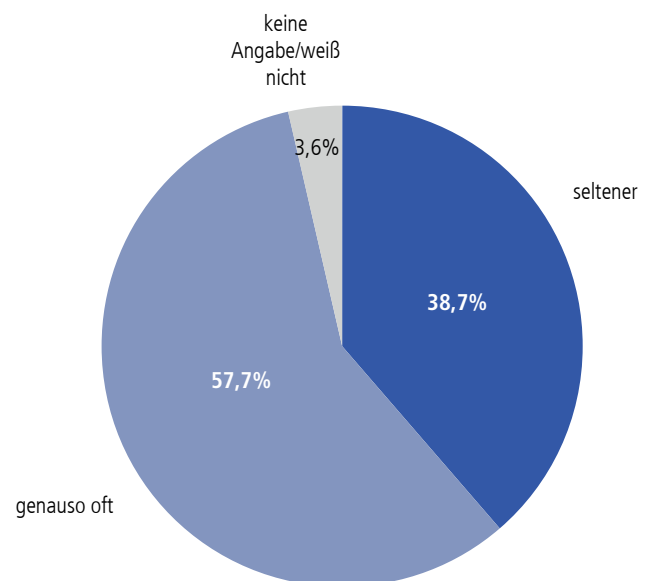
Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

Diejenigen, die mindestens einmal im Monat Waren im Internet bestellen, wurden gefragt, ob sie aufgrund dieser Online-Einkäufe weniger in Karlsruhe oder auch in anderen Städten einkaufen. Wie aus Abbildung 4.2 ersichtlich ist, gibt mehr als die Hälfte der Befragten (57,7 %) an, dass sich ihr Besuchsverhalten trotz relativ häufiger Bestellungen im Internet nicht verändert hat. Dagegen kommen 38,7 % aufgrund von Online-Einkäufen seltener in die Innenstädte, um dort vor Ort einzukaufen.

Abbildung 4.2

VERÄNDERUNG DER BESUCHSFREQUENZ DURCH ONLINE-SHOPPING

Wie hat sich Ihr Einkaufsverhalten durch die Möglichkeit, online einkaufen zu können, verändert? Besuchen Sie die Karlsruher Innenstadt oder auch andere Städte dadurch seltener zum Einkaufen oder genauso oft?



Basis: 388 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

Bei einer vertieften Auswertung der Frage nach Altersgruppen (Tabelle 4.2) und Haushaltsnettoeinkommen (Tabelle 4.3) werden weitere Unterschiede in der durch Online-Shopping bedingten Veränderung des Besuchsverhaltens deutlich. So geben 65,2 % der Befragten in der jüngsten Altersgruppe (18 bis 29 Jahre) an, dass sich ihre Besuchsfrequenz trotz häufiger Online-Einkäufe nicht geändert hat. In der Altersgruppe der 60- bis unter 75-Jährigen liegt der

entsprechende Anteil mit 40 % deutlich niedriger. Die Auswertung nach dem Nettoeinkommen des Haushalts legt offen, dass vor allem Befragte mit einer hohen Kaufkraft deutlich seltener zum Einkaufen in die City kommen. So geben 60 % der Befragten mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von 4.000 Euro und mehr an, dass sie das innerstädtische Einzelhandelsangebot aufgrund von Online-Einkäufen seltener nutzen.

Tabelle 4.2

VERÄNDERUNG DER BESUCHSFREQUENZ DURCH ONLINE-SHOPPING NACH GESCHLECHT UND ALTERSGRUPPEN

VERÄNDERUNG DER BESUCHSFREQUENZ	BEFRAGTE INSGESAMT	davon		davon im Alter von				
		männlich	weiblich	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 bis unter 75 Jahre	75 Jahre und älter*
seltener	38,7%	42,7%	35,0%	30,3%	36,2%	40,7%	57,5%	---
genauso oft	57,7%	55,7%	59,6%	65,2%	61,5%	55,3%	40,0%	---
Keine Angabe/weiß nicht	3,6%	1,6%	5,4%	4,5%	2,3%	4,1%	2,5%	---
BEFRAGTE INSGESAMT	388	185	203	89	130	123	40	6

* keine Angaben möglich, da Datenbasis gering

Basis: 388 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

Tabelle 4.3

VERÄNDERUNG DER BESUCHSFREQUENZ DURCH ONLINE-SHOPPING NACH HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN

VERÄNDERUNG DER BESUCHSFREQUENZ	BEFRAGTE INSGESAMT	davon nach Haushaltsnettoeinkommen				
		bis unter 1.500 Euro	1.500 bis unter 2.250 Euro	2.250 bis unter 3.000 Euro	3.000 bis unter 4.000 Euro	4.000 Euro und mehr
seltener	38,7%	25,0%	29,9%	32,9%	37,5%	60,0%
genauso oft	57,7%	65,0%	69,0%	67,1%	56,3%	35,6%
Keine Angabe/weiß nicht	3,6%	10,0%	1,1%	0,0%	6,3%	4,4%
BEFRAGTE INSGESAMT	388	20	87	76	48	45

Basis: 388 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

4.2 INFORMATIONSVERHALTEN

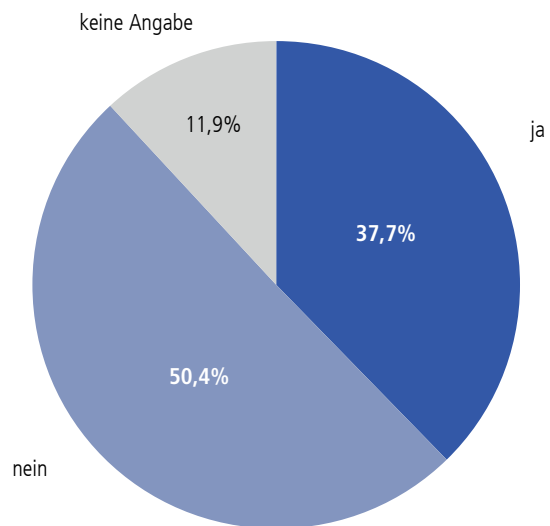
Wie aus Abbildung 4.3 hervorgeht, hat sich etwas mehr als ein Drittel (37,7 %) der letztjährigen Besucherinnen und Besucher aus der Region im Vorfeld über aktuelle Angebote des Karlsruher Einzelhandels informiert. Etwa die Hälfte (50,4 %) hat sich vor ihrem Besuch beziehungsweise ihren Besuchen nicht informiert. Die Auswertung des Informationsverhaltens nach Geschlecht und Altersgruppen legt deutliche Unterschiede offen. So holen insbesondere männliche Befragte (42,9 %) vor einem Besuch der Karlsruher City Informationen zu Angeboten des Karlsruher Einzelhandels ein. In den Altersgruppen 60 bis unter 75 Jahre sowie 75 Jahre und älter ist der Anteil derjenigen, die sich im Vorfeld eines Besuchs über Einzelhandelsangebote informieren, mit 28,8 % und 12,5 % relativ niedrig. Eine Auswertung der Frage nach demografischen Gesichtspunkten legt vor allem deutliche altersabhängige Unterschiede beim Online-Shopping offen (Tabelle 4.1). In den jüngeren Altersklassen von 18 bis 29 Jahren (61,4 %) und von 30 bis 44 Jahren (58,3 %) tätigt jeweils eine deutliche Mehrheit der Regionsbevölkerung mindestens einmal im Monat Einkäufe über das Internet. Dagegen liegt der Anteil bei Befragten im Alter von 45 bis 59 Jahren mit 41,6 % erheblich niedriger und sinkt bei Befragten der Altersgruppen 60 bis unter 75 Jahre (17,3 %) und 75 Jahre und älter (14,6 %) weiter ab.



Abbildung 4.3

INFORMATIONEN ZUM KARLSRUHER EINZELHANDEL IM VORFELD

Informieren Sie sich über Angebote des Karlsruher Einzelhandels, bevor Sie die Karlsruher Innenstadt aufsuchen?



Basis: 705 Befragte mit Antwort
Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

Tabelle 4.4

INFORMATIONEN ZUM KARLSRUHER EINZELHANDEL IM VORFELD NACH GESCHLECHT UND ALTERSGRUPPEN

INFORMATIONEN ZUM KARLSRUHER EINZELHANDEL	BEFRAGTE INSGESAMT	davon		davon im Alter von				
		männlich	weiblich	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 bis unter 75 Jahre	75 Jahre und älter
ja	37,7%	42,9%	32,8%	40,7%	43,5%	40,6%	28,8%	12,5%
nein	50,4%	46,1%	54,4%	47,8%	44,6%	47,0%	59,5%	75,0%
keine Angabe	11,9%	11,0%	12,8%	11,5%	11,8%	12,3%	11,7%	12,5%
BEFRAGTE INSGESAMT	705	345	360	113	186	219	163	24

Basis: 705 Befragte mit Antwort

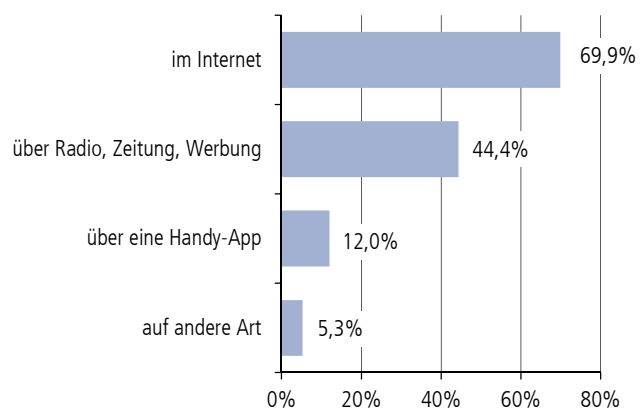
Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

Bei der Frage nach den Informationsquellen, die im Vorfeld eines Besuchs genutzt werden, wird deutlich, dass das Internet als Informationsmedium eine zentrale Rolle einnimmt (Abbildung 4.4). So holen zwei Drittel (69,9 %) derjenigen, die sich vor einem Besuch über Angebote des Karlsruher Einzelhandels informieren, Informationen über das Internet ein. Etwas mehr als 40 % (44,4 %) informieren sich im Vorfeld über Radio, Zeitung und Werbung. Etwa jede beziehungsweise jeder Achte (12 %) nutzt eine Handy-App, um sich zu informieren. Die Analyse nach Altersgruppen in Tabelle 4.5 zeigt, dass die Wahl des Informationsmediums stark variiert. Der Anteil derjenigen, die sich im Vorfeld über das Internet informieren, liegt in den Altersgruppen 18 bis 29 Jahre sowie 30 bis 44 Jahre mit 84,8 % und 79 % deutlich über dem Durchschnitt. Dagegen hat die Nutzung von Radio, Zeitung oder Werbung als Informationsquelle in diesen Altersklassen mit 28,3 % und 35,8 % eine unterdurchschnittliche Relevanz. Im Umkehrschluss zeigt sich, dass Befragte im Alter von 60 bis unter 75 Jahre seltener das Internet (46,8 %) und häufiger Radio, Zeitung und Werbung (55,3 %) als Informationsquelle nutzen.

Abbildung 4.4

INFORMATIONSQUELLEN ZUM KARLSRUHER EINZELHANDEL¹

**Informieren Sie sich über Angebote des Karlsruher Einzelhandels, bevor Sie die Karlsruher Innenstadt aufsuchen?
Wenn ja, wo?**

¹ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.

Basis: 266 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

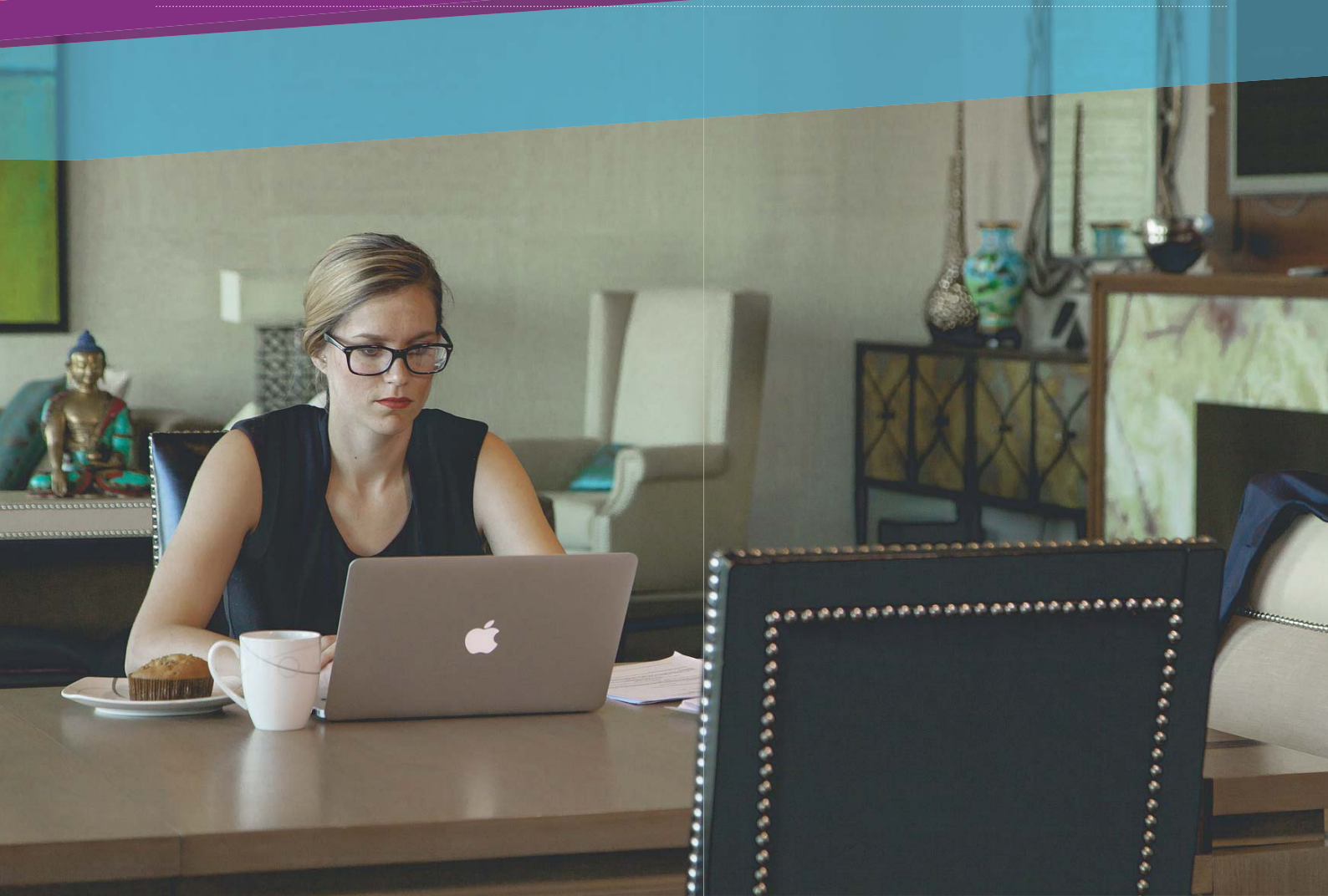


Tabelle 4.5

INFORMATIONSQUELLEN ZUM KARLSUHER EINZELHANDEL NACH GESCHLECHT UND ALTER¹

INFORMATIONSQUELLEN	BEFRAGTE INSGESAMT	davon		davon im Alter von				
		männlich	weiblich	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 bis unter 75 Jahre	75 Jahre und älter*
im Internet	69,9%	66,9%	73,7%	84,8%	79,0%	67,4%	46,8%	---
über Radio, Zeitung, Werbung	44,4%	48,0%	39,8%	28,3%	35,8%	52,8%	55,3%	---
über eine Handy-App	12,0%	13,5%	10,2%	23,9%	11,1%	12,4%	2,1%	---
auf andere Art	5,3%	5,4%	5,1%	2,2%	11,1%	2,2%	4,3%	---
BEFRAGTE INSGESAMT	266	148	118	46	81	89	47	3

* keine Angaben möglich, da Datenbasis gering

¹ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.

Basis: 266 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

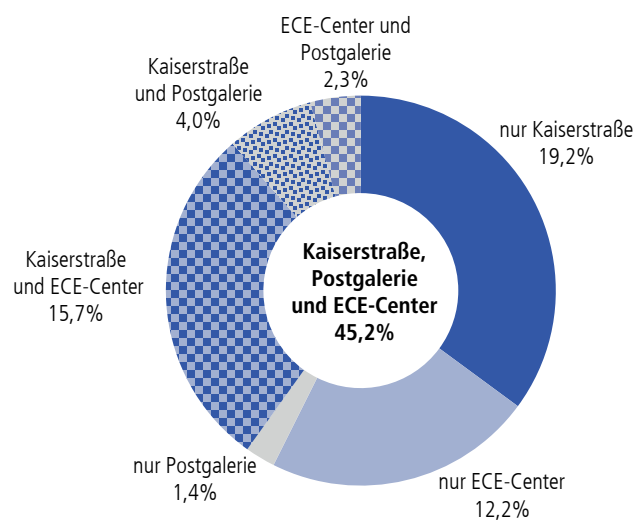
4.3 RÄUMLICHES EINKAUFsverhalten

Das Einzelhandelsangebot in der Karlsruher Innenstadt ist vielfältig und konzentriert sich in den Fußgängerbereichen der Kaiserstraße, der Postgalerie und dem Einkaufszentrum Ettlinger Tor (ECE-Center). Etwas weniger als die Hälfte (45,2 %) der Regionsbevölkerung geht bei einem Besuch der City in der Regel in allen drei Bereichen einkaufen (Abbildung 4.5). Etwas ein Fünftel (19,2 %) besucht ausschließlich die Einzelhandelsangebote in der Kaiserstraße. Die Einkaufszentren Ettlinger Tor und Postgalerie werden exklusiv von 12,2 % beziehungsweise 1,4 % der Regionsbevölkerung besucht. Etwas ein Sechstel (15,7 %) geht zum Einkaufen in der Regel sowohl in die Kaiserstraße als auch in das ECE-Center. Kaiserstraße und Postgalerie sowie ECE-Center und Postgalerie werden von jeweils 4 % bzw. 2,3 % in Kombination besucht. Die Auswertung nach Gesamtanteilen der besuchten Einkaufsgebiete zeigt, dass die Kaiserstraße der Haupteinkaufsort in der Karlsruher City ist: 84,1 % aller Regionsbesucher halten sich dort in der Regel zum Einkaufen auf (Abbildung 4.6). Etwas drei Viertel (75,6 %) der Besucherinnen und Besucher aus der Region besuchen das ECE-Center und etwas mehr als die Hälfte (52,7 %) die Postgalerie.

Abbildung 4.5

RÄUMLICHES EINKAUFsverhalten 2016

Wenn Sie zum Einkaufen in die Karlsruher Innenstadt kommen, wohin gehen Sie da in aller Regel – in die Fußgängerzone Kaiserstraße, in die Postgalerie oder ins Einkaufszentrum Ettlinger Tor (ECE-Center)?

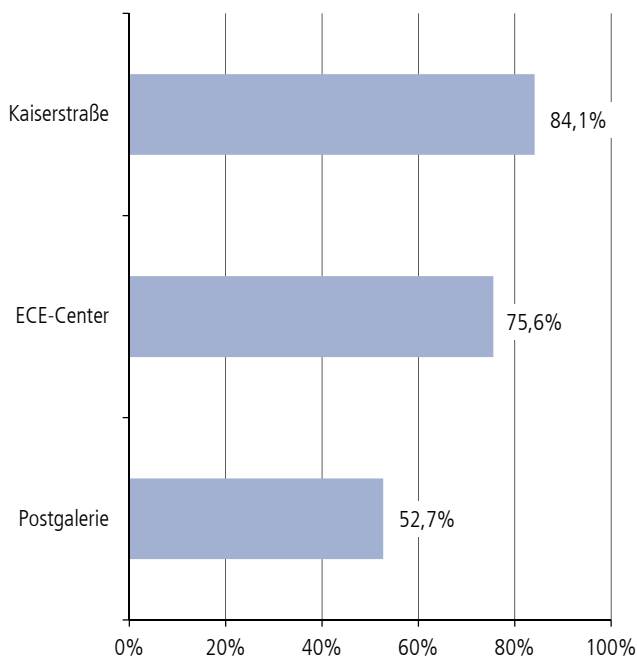


Basis: 655 Befragte mit Antwort
Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

Abbildung 4.6

GESAMTANTEILE DER BESUCHTEN EINKAUFSGEBIETE 2016¹⁾

Wenn Sie zum Einkaufen in die Karlsruher Innenstadt kommen, wohin gehen Sie da in aller Regel – in die Fußgängerzone Kaiserstraße, in die Postgalerie oder ins Einkaufszentrum Ettlinger Tor (ECE-Center)?



¹⁾ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.

Basis: 655 Befragte mit Antwort

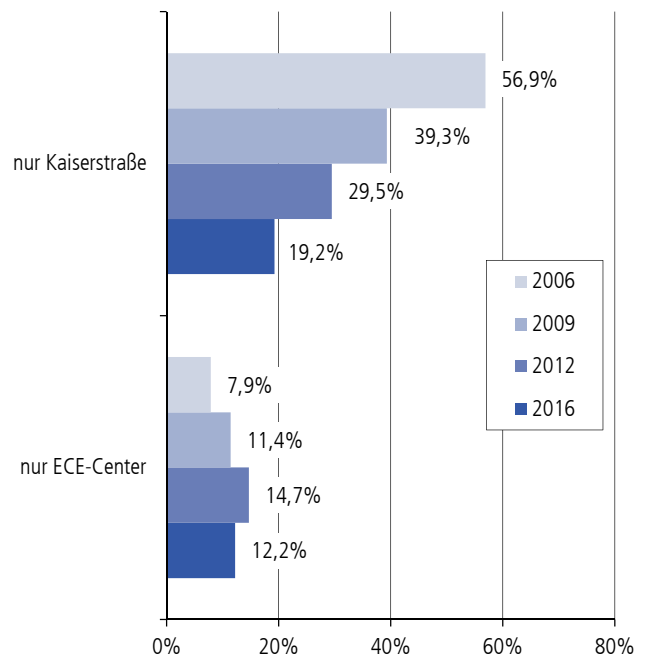
Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

In Abbildung 4.7 ist dargestellt, wie sich die Anteile der Exklusivbesucher in der Kaiserstraße und im ECE-Center in den letzten zehn Jahren entwickelt haben. Seit dem Jahr 2006 ist der Prozentsatz der Regionsbevölkerung, die bei einem Besuch der Karlsruher City ausschließlich in die Kaiserstraße geht, von 56,9 % auf aktuell 19,2 % gesunken. Dagegen ist der Anteil der Exklusivbesucher des ECE-Centers relativ konstant geblieben. Grundsätzlich ist die Abnahme der Exklusivbesucher in der Kaiserstraße kein Indiz für eine abnehmende Bedeutung der Kaiserstraße als Einkaufsort. Vielmehr wird anhand der Auswertungen deutlich, dass ein Besuch der Kaiserstraße zunehmend mit dem Aufsuchen anderer Einkaufsorte kombiniert wird.

Abbildung 4.7

RÄUMLICHES EINKAUFsverhalten 2006, 2009, 2012, UND 2016

Wenn Sie zum Einkaufen in die Karlsruher Innenstadt kommen, wohin gehen Sie da in aller Regel – in die Fußgängerzone Kaiserstraße, in die Postgalerie oder ins Einkaufszentrum Ettlinger Tor (ECE-Center)?



Basis: 1.074/1.091/1.085/655 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2006/2009/2012/2016

Tabelle 4.6

RÄUMLICHES EINKAUFsverhalten NACH GESCHLECHT UND ALTER 2016

EINKAUFSGEBIETE UND DEREN KOMBINATION	BEFRAGTE INSGESAMT	davon		davon im Alter von				
		männlich	weiblich	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 bis unter 75 Jahre	75 Jahre und älter
Kaiserstraße, Postgalerie und ECE-Center	45,2%	48,3%	42,3%	49,5%	44,0%	48,6%	40,9%	30,4%
nur Kaiserstraße	19,2%	17,7%	20,7%	17,5%	17,9%	14,6%	24,8%	43,5%
nur ECE-Center	12,2%	12,0%	12,4%	9,7%	14,3%	14,2%	9,4%	8,7%
nur Postgalerie	2,3%	2,2%	2,4%	2,9%	4,2%	1,4%	1,3%	0,0%
Kaiserstraße und ECE-Center	15,7%	14,5%	16,9%	15,5%	16,7%	17,0%	15,4%	0,0%
Kaiserstraße und Postgalerie	4,0%	4,4%	3,6%	2,9%	2,4%	2,8%	6,7%	13,0%
Postgalerie und ECE-Center	1,4%	0,9%	1,8%	1,9%	0,6%	1,4%	1,3%	4,3%
EINZELNE EINKAUFSGEBIETE								
Kaiserstraße	83,2%	83,6%	82,9%	84,4%	79,9%	82,0%	87,2%	86,9%
ECE-Center	74,0%	74,7%	73,4%	75,7%	78,7%	78,7%	66,4%	39,1%
Postgalerie	51,4%	53,2%	49,8%	56,3%	50,7%	51,6%	48,9%	47,7%
BEFRAGTE INSGESAMT	655	317	338	103	168	212	149	23

Basis: 655 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

Aus Tabelle 4.6 geht hervor, dass das räumliche Einkaufsverhalten in der Karlsruher City nach Altersgruppen variiert, sich jedoch keine geschlechtsspezifischen Unterschiede abzeichnen. Der Anteil derjenigen, die alle drei Bereiche für ihren Einkauf nutzen, sinkt vor allem in der Altersgruppe 75 Jahre und älter deutlich ab (30,4 %). Dagegen ist in dieser Altersgruppe mit 43,5 % ein erhöhter Anteil an Exklusivbesuchern der Kaiserstraße festzustellen.

Die Betrachtung der einzelnen Einkaufsgebiete zeigt, dass vor allem die Besuche des ECE-Centers altersabhängig sind. So liegen die Anteile der Besucherinnen und Besucher des ECE-Centers mit 66,4 % bei den 60- bis unter 75-Jährigen und bei der Regionsbevölkerung im Alter von 75 Jahre und älter mit 66,4 % beziehungsweise 39,1 % unter dem Durchschnitt.

4.4 ATTRAKTIVITÄT DES EINZELHANDELSANGEBOTS

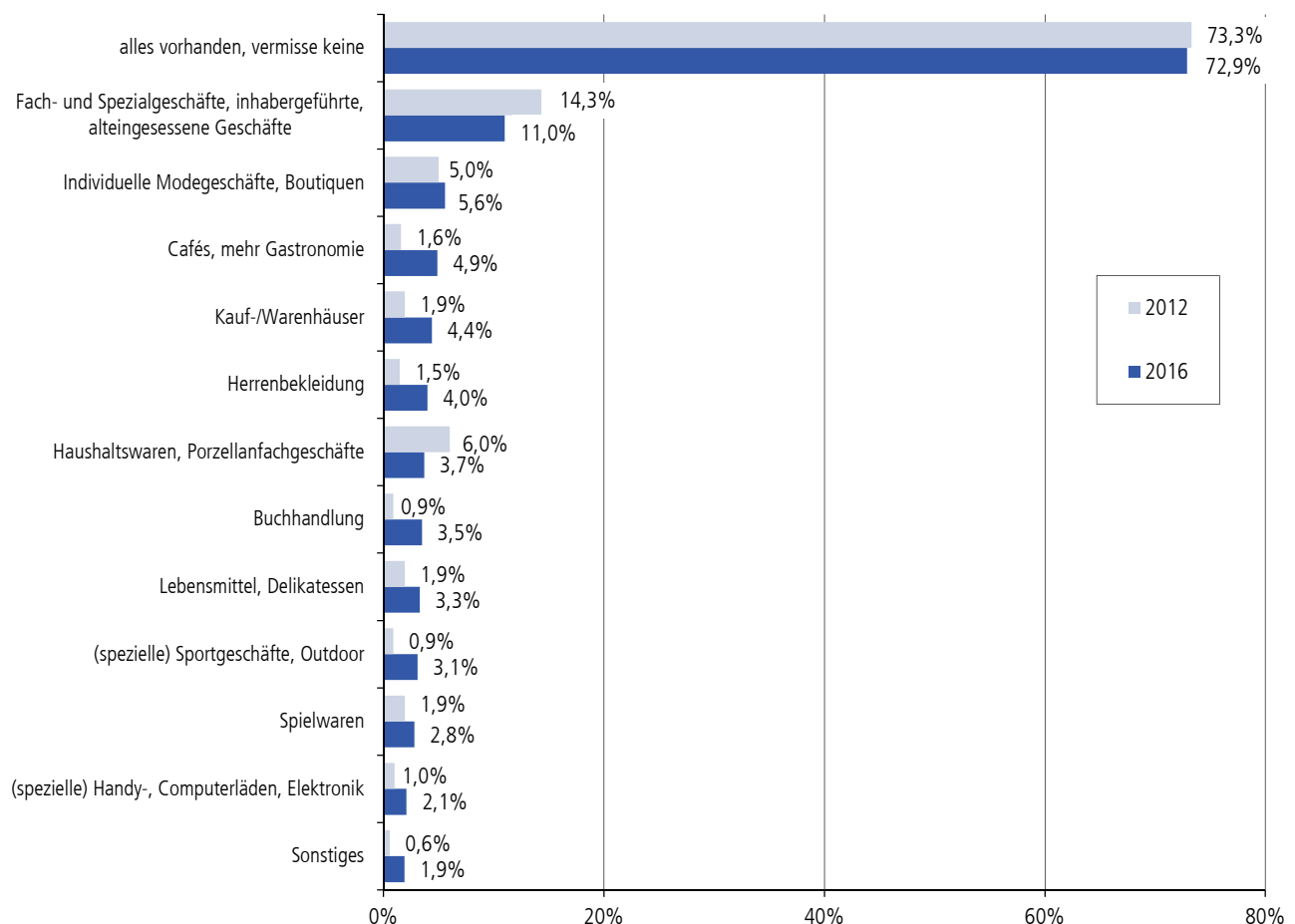
Neben der Frage zum räumlichen Einkaufsverhalten der Regionsbevölkerung in der Karlsruher Innenstadt wurden die Befragten auch gebeten, eine qualitative Einschätzung der innerstädtischen Einzelhandelsstruktur abzugeben (Abbildung 4.8). Insgesamt geben 72,9 % der Regionsbevölkerung an, dass alle von ihnen gewünschten Einzelhandelsangebote in der City vorhanden sind und sie nichts vermissen. Diejenigen, die einen Verbesserungsbedarf der Angebotsstrukturen sehen,

wünschen sich vor allem mehr Fach- und Spezialgeschäfte bzw. inhabergeführte, alteingesessene Geschäfte (11 %) sowie individuelle Modegeschäfte und Boutiquen (5,6 %). Auf alle anderen Verbesserungsvorschläge entfallen jeweils weniger als 5 % der Nennungen. Im Zeitvergleich zur Regionsumfrage 2012 zeigen sich keine nennenswerten Unterschiede bezüglich des Antwortverhaltens.

Abbildung 4.8

ERWÜNSCHTE ZUSÄTZLICHE EINZELHANDELSANGEBOTE IN DER INNENSTADT¹

Wenn Sie an den Einzelhandel in der Karlsruher Innenstadt denken, fallen Ihnen da Branchen oder Angebote ein, die Sie vermissen?



¹ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.

Basis: 880/572 Befragte mit Antwort

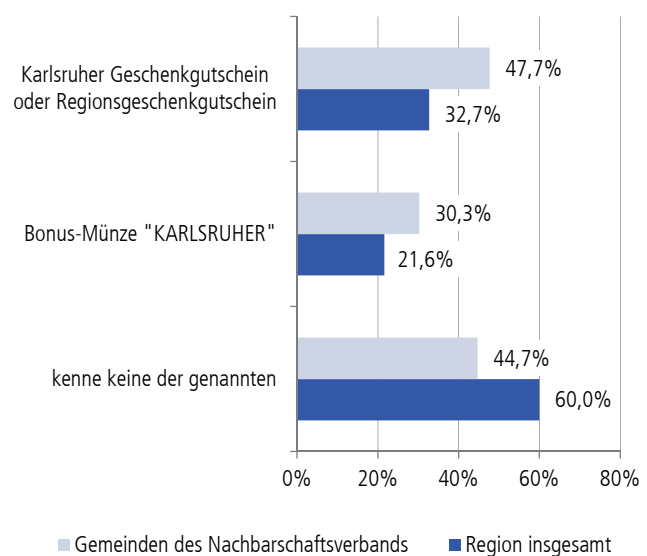
Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2012/2016

Aktionen des Karlsruher Einzelhandels zur Kundenbindung erreichen in der Region unterschiedliche Bekanntheitsgrade (Abbildung 4.9). Insgesamt kennt ein Drittel der Befragten (32,7 %) den Karlsruher Geschenkgutschein beziehungsweise den Regionsgeschenkgutschein, der bei 350 Einzelhändlern in Karlsruhe und über 800 Annahmestellen in der Region eingelöst werden kann. Etwa jeder Fünfte (21,6 %) kennt die Bonus-Münze „KARLSRUHER“, die für Parkgebühren, ÖPNV-Fahrscheine, an Tankstellen und in der Fahrradstation des Karlsruher Hauptbahnhofs eingesetzt werden kann. 60 % der Regionsbevölkerung kennen weder den Karlsruher Geschenkgutschein beziehungsweise den Regionsgutschein noch die Bonus-Münze „KARLSRUHER“. Aus der Auswertung nach Teilregionen geht hervor, dass die Aktionen des Karlsruher City-Einzelhandels bei Einwohnerinnen und Einwohnern des Nachbarschaftsverbands bekannter sind. Den Karlsruher Geschenkgutschein beziehungsweise den Regionsgutschein kennt in diesem Teilgebiet nahezu die Hälfte der Befragten (47,7 %). Etwa jede beziehungsweise jeder Dritte (30,3 %) kennt die Bonus-Münze „KARLSRUHER“. Der Anteil derjenigen, die beide Aktionen nicht kennen, liegt mit 44,7 % im Nachbarschaftsverband deutlich unter dem Durchschnitt.

Abbildung 4.9

BEKANNTHEIT VON AKTIONEN DES KARLSRUHER EINZELHANDELS

Der Karlsruher City-Einzelhandel wirbt mit verschiedenen Aktionen für seine Angebote. Welche der folgenden Aktionen kennen Sie?



Basis: 643 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

4.5 BAUSTELLEN IN DER KARLSRUHER INNENSTADT

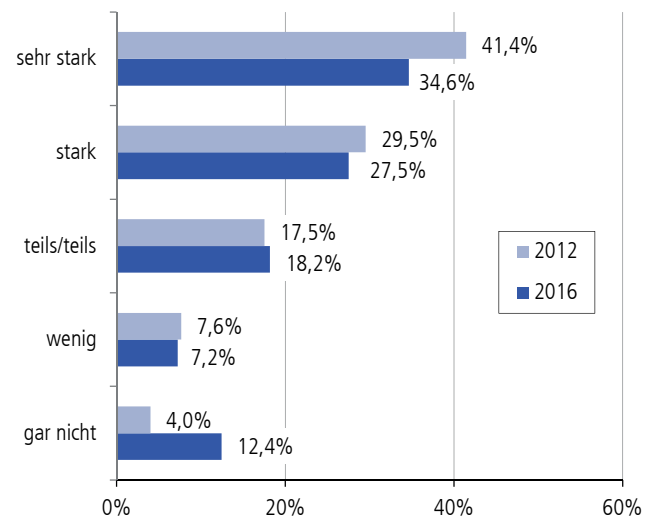
Wie bereits in den Einschätzungen zur Karlsruher Innenstadt in Kapitel 3 deutlich wurde, sind die Baustellen in der City derzeit ein beherrschendes Thema sowohl in Bezug auf die innerstädtische Attraktivität als auch bei den geäußerten Verbesserungsvorschlägen. In Abbildung 4.10 ist dargestellt, inwieweit sich die Regionsbevölkerung durch die Baustellen in der Innenstadt beim Einkaufen und Flanieren beziehungsweise Bummeln beeinträchtigt fühlt. Etwas weniger als zwei Drittel (62,1 %) geben an, dass die Baustellen sie sehr stark oder stark behindern. Teils-teils eingeschränkt beim Einkaufen und Flanieren beziehungsweise Bummeln fühlen sich 18,2 %. Nahezu ein gleich großer Anteil (19,6 %) gibt an, durch die Bautätigkeiten in der City wenig oder gar nicht beeinträchtigt zu sein. Im Zeitvergleich zeigt sich, dass der Anteil derjenigen, die sich gar nicht beeinträchtigt fühlen von 4 % auf 12,4 % gestiegen ist. Diese positive Entwicklung in der Einschätzung ist vermutlich auf zwei Faktoren zurückzuführen. Einerseits wurde denjenigen, die Karlsruhe in den letzten zwölf Monaten nicht besucht haben, diese Frage nicht gestellt; und gerade bei dieser Befragtengruppe ist es naheliegend, dass sie auch aufgrund der Baustellen nicht gekommen sind. Andererseits hat eventuell auch ein Gewöhnungseffekt eingesetzt.



Abbildung 4.10

BEHINDERUNG DES EINKAUFENS DURCH BAUSTELLEN 2012 UND 2016

Durch die Tieferlegung der Straßenbahn in der Karlsruher Innenstadt sind mehrere große Baustellen entstanden. Wie stark wird dadurch aus Ihrer Sicht das Einkaufen und Flanieren in der City behindert?



Basis: 1.033/869 Befragte mit Antwort
Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2012/016

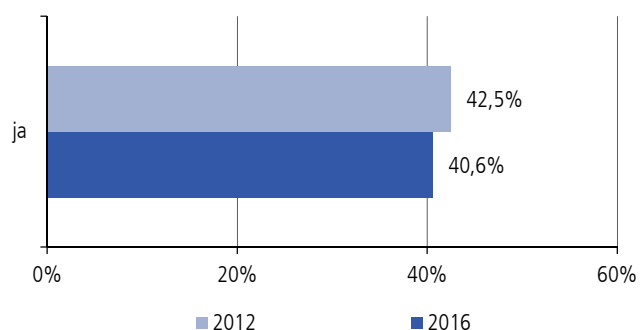


Die Frage, ob sich ihr Einkaufsverhalten in der Innenstadt durch die Baustellen geändert hat, bejahen 40,6 % der Besucherinnen und Besucher aus der Region (Abbildung 4.11). Eine Veränderung des Antwortverhaltens im Vergleich zur Regionsumfrage 2012 (42,5 %) zeichnet sich nicht ab. Diejenigen, die angegeben haben, dass sich ihr Besuchsverhalten geändert hat, wurden gebeten, ihre Verhaltensänderung näher zu beschreiben (Abbildung 4.12). Insgesamt ergeben sich sowohl Veränderungen der Besucherfrequenz als auch des räumlichen Verhaltens. Etwa jeweils 40 % der Befragten geben an, dass sie seltener beziehungsweise weniger in der Innenstadt einkaufen (43,3 %) und/oder dass sie in Läden einkaufen, die nicht an einer Baustelle liegen (41,3 %). Weitere Nennungen sind „kaufe mehr im Einkaufszentrum Ettlinger Tor ein“ (16,5 %) und „meide die Fußgängerzone/Innenstadt“ (16,2 %). Je 11,7 % tätigen ihre Einkäufe vermehrt in anderen Städten oder im Internet. Der Zeitvergleich legt offen, dass sich die Ausweichreaktionen verändert haben. So haben sich die Anteile derjenigen, die seltener in der Innenstadt einkaufen, die Fußgängerzone meiden und vermehrt in anderen Städten einkaufen deutlich reduziert. Gleichzeitig hat sich der Anteil der Regionsbesucher, die in Läden einkaufen, welche nicht direkt an einer Baustelle liegen, stark erhöht. Diese Unterschiede im Antwortverhalten sind vermutlich im Wesentlichen darauf zurückzuführen, dass die Frage im Jahr 2016 ausschließlich von denjenigen beantwortet wurde, die die Karlsruher Innenstadt in den letzten 12 Monaten – und damit trotz der Baustellen – besucht haben.

Abbildung 4.11

VERÄNDERTES EINKAUFSVERHALTEN AUFGRUND DER BAUSTELLEN 2012 UND 2016

Haben Sie aufgrund der Baustellen Ihr Einkaufsverhalten in der Karlsruher Innenstadt geändert?

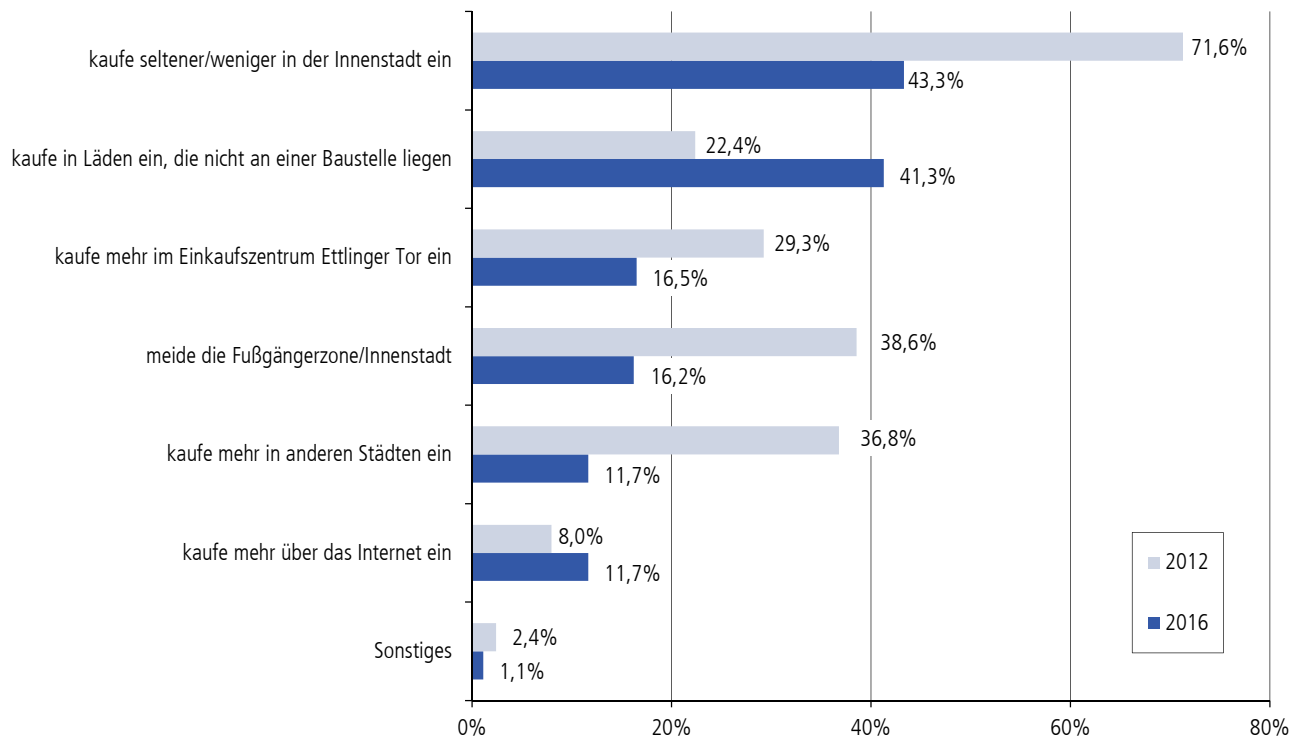


Basis: 1.062/870 Befragte mit Antwort
Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2012/016

Abbildung 4.12

VERÄNDERUNGEN DES EINKAUFsverhaltens 2012 UND 2016¹

Wie haben Sie Ihr Einkaufsverhalten aufgrund der Baustellen geändert?



¹ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.
 Basis: 413/351 Befragte mit Antwort
 Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2012/016





5.

IMAGE DER STADT KARLSRUHE

5.1 SPONTANE ASSOZIATIONEN ZU KARLSRUHE

Um das Image der Stadt Karlsruhe bei den Einwohnerinnen und Einwohnern der Region zu erheben, wurden diese gefragt, was ihnen spontan einfällt, wenn sie Karlsruhe beschreiben sollen. Wie aus Abbildung 5.1 ersichtlich ist, steht bei den spontanen Assoziationen zur Fächerstadt deutlich das Thema Baustellen, Staus, Chaos, Verkehrsprobleme und Umleitungen im Vordergrund: 61 % der Befragten greifen auf dieses Vokabular zurück, um Karlsruhe zu beschreiben. An zweiter Stelle folgen mit 38,2 % Schloss, Schlossgarten und Botanischer Garten als räumlicher Bezugspunkt in der Karlsruher City. Gute Einkaufsmöglichkeiten, die Karlsruhe in der Kaiserstraße und im ECE-Center vorzuweisen hat, nennen 21,4 % der Befragten. Etwa jede beziehungsweise jeder Achte (12,3 %) verweist auf Kultur, Museen, Ausgehmöglichkeiten und Gastronomie. Ein Zehntel (10,7 %) der Regionsbevölkerung bezieht in die spontane Beschreibung Karlsruhes den Zoo beziehungsweise den Stadtgarten ein. Alle weiteren spontanen Assoziationen – die sowohl negative als auch positive Aspekte umfassen – werden von jeweils weniger als zehn Prozent der Befragten genannt. Im Vergleich zur Regionsumfrage 2012 zeigt sich, dass das Thema Baustellen, Staus, Chaos, Verkehrsprobleme und Umleitungen dominanter geworden ist und sich der Anteil der Nennungen ausgehend von 29,4 % im Jahr 2012 etwas mehr als verdoppelt hat (61 %). Auch der Anteil derjenigen, die sich auf Schloss, Schlossgarten und Botanischen Garten beziehen, hat sich im Zeitvergleich von 27,6 % auf 38,2 % erheblich erhöht. Eventuell ist dies auf die Veranstaltungen im Rahmen des Stadtgeburtstags im Jahr 2015 zurückzuführen, die sich mit dem Pavillon und den Schlosslichtspielen räumlich am Karlsruher Schloss konzentriert haben.

Tabelle 5.1 stellt alters- und geschlechtsspezifische Unterschiede im Antwortverhalten der Regionsbevölkerung dar. Die Auswertungen zeigen, dass insbesondere die Antworten der ältesten Befragtengruppe – 75 Jahre und älter – vom Durchschnitt abweichen. So assoziiert diese Befragtengruppe Karlsruhe erheblich seltener mit Baustellen,

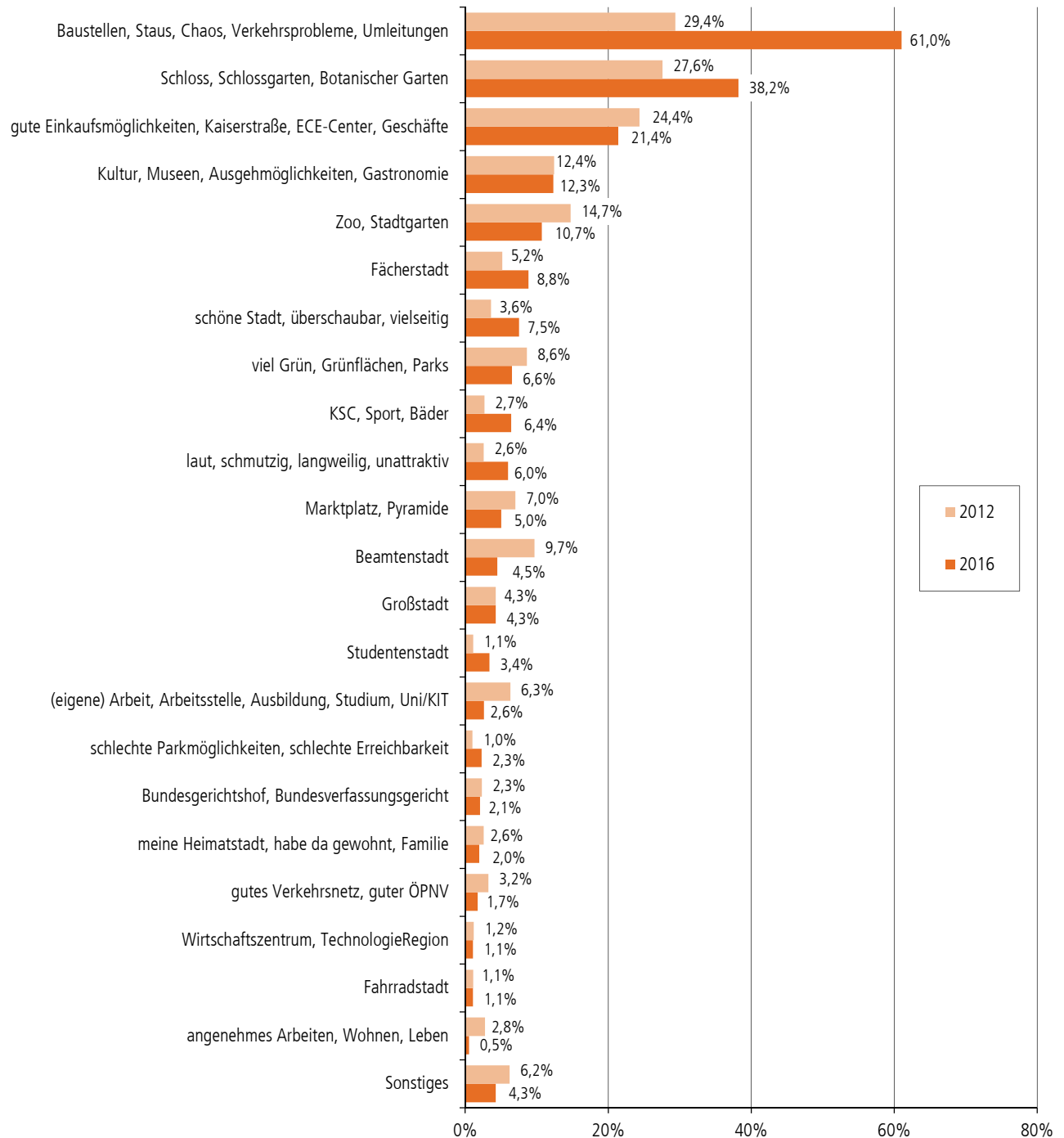
Staus, Chaos, Verkehrsproblemen und Umleitungen (46,2 %), guten Einkaufsmöglichkeiten (10,3 %) sowie Kultur, Museen, Ausgehmöglichkeiten, Gastronomie (5,1 %). Hierin spiegelt sich nicht nur eine andere Wahrnehmung Karlsruhes, sondern auch erheblich andere Nutzungsstrukturen und Besuchsfrequenzen des Oberzentrums durch diese Befragtengruppe wider. Im Umkehrschluss werden gute Einkaufsmöglichkeiten (26,2 % und 27 %) sowie Kultur, Museen, Ausgehmöglichkeiten, Gastronomie (15,9 % und 15,8 %) von Befragten der Altersgruppen 18 bis 29 Jahre und 30 bis 44 Jahre überdurchschnittlich häufig genannt, um Karlsruhe zu beschreiben.

Die Betrachtung nach Teilräumen der Region legt weitere Unterschiede offen (Tabelle 5.2). Mit Baustellen, Staus, Chaos, Verkehrsproblemen und Umleitungen wird Karlsruhe besonders häufig von Einwohnerinnen und Einwohnern des Nachbarschaftsverbands (73 %), des übrigen Landkreises Karlsruhe (72,9 %) und der übrigen Südpfalz (80 %) beschrieben. Insbesondere der überdurchschnittlich hohe Anteil an Nennungen durch Bewohnerinnen und Bewohner der übrigen Südpfalz ist als Hinweis dafür zu werten, dass der Faktor Baustellen, Staus, Chaos, Verkehrsprobleme und Umleitungen sich nicht ausschließlich auf innerstädtische Bauaktivitäten bezieht, sondern auch die verkehrliche Situation an der Rheinbrücke in die Beschreibungen einfließt. Schloss, Schlossgarten und Botanischer Garten (55,4 %), gute Einkaufsmöglichkeiten (36,9 %), Kultur, Museen, Ausgehmöglichkeiten, Gastronomie (38,5 %) und Marktplatz, Pyramide (29,2 %) werden besonders häufig im Canton Wissembourg zur Beschreibung der Fächerstadt herangezogen. Dies zeigt eine deutlich touristisch-freizeit-orientierte Sicht der Bewohnerinnen und Bewohner aus dieser Teilregion auf Karlsruhe. Eine Betonung der Aspekte gute Einkaufsmöglichkeiten (33,8 %) sowie Kultur, Museen, Ausgehmöglichkeiten, Gastronomie (25,4 %) erfolgt auch von Seiten der Regionsbevölkerung aus dem nördlichen Enzkreis.

Abbildung 5.1

SPONTANE ASSOZIATIONEN ZU KARLSRUHE 2012 UND 2016¹

Wenn Sie Karlsruhe beschreiben sollen, was fällt Ihnen da spontan ein?



¹ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.

Basis: 1.079/916 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2012/2016

Tabelle 5.1

SPONTANE ASSOZIATIONEN ZU KARLSRUHE NACH GESCHLECHT UND ALTER¹

SPONTANE ASSOZIATIONEN	BEFRAGTE INSGESAMT	davon		davon im Alter von				
		männlich	weiblich	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 bis unter 75 Jahre	75 Jahre und älter
Baustellen, Staus, Chaos, Verkehrsprobleme, Umleitungen	61,0%	65,3%	57,0%	57,9%	65,8%	63,5%	57,8%	46,2%
Schloss, Schlossgarten, Botanischer Garten	38,2%	34,7%	41,5%	42,1%	36,5%	36,1%	40,4%	35,9%
gute Einkaufsmöglichkeiten, Kaiserstraße, ECE-Center, Geschäfte	21,4%	20,9%	21,8%	26,2%	27,0%	20,7%	15,6%	10,3%
Kultur, Museen, Ausgelmöglichkeiten, Gastronomie	12,3%	11,9%	12,7%	15,9%	15,8%	11,2%	9,3%	5,1%
Zoo, Stadtgarten	10,7%	10,6%	10,8%	9,0%	14,9%	10,2%	8,0%	12,8%
Fächerstadt	8,8%	10,1%	7,6%	6,2%	9,9%	9,5%	8,4%	10,3%
schöne Stadt, überschaubar, vielseitig	7,5%	7,9%	7,2%	9,0%	6,3%	7,0%	7,1%	15,4%
viel Grün, Grünflächen, Parks	6,6%	7,2%	5,9%	4,8%	6,8%	9,5%	4,4%	2,6%
KSC, Sport, Bäder	6,4%	9,7%	3,4%	8,3%	6,3%	7,0%	5,8%	---
laut, schmutzig, langweilig, unattraktiv	6,0%	6,8%	5,3%	4,8%	3,6%	7,7%	5,8%	12,8%
Marktplatz, Pyramide	5,0%	5,6%	4,4%	7,6%	4,1%	4,6%	4,0%	---
Beamtenstadt	4,5%	5,9%	3,2%	2,1%	4,1%	6,7%	4,0%	2,6%
Großstadt	4,3%	4,3%	4,2%	6,2%	3,2%	5,3%	2,7%	5,1%
Studentenstadt	3,4%	4,1%	2,8%	6,2%	2,7%	3,2%	2,2%	5,1%
(eigene) Arbeit, Arbeitsstelle, Ausbildung, Studium, Uni/KIT	2,6%	3,8%	1,5%	2,1%	5,0%	2,8%	0,9%	---
schlechte Parkmöglichkeiten, schlechte Erreichbarkeit	2,3%	2,5%	2,1%	2,8%	2,3%	3,2%	1,3%	---
Bundesgerichtshof, Bundesverfassungsgericht	2,1%	2,9%	1,3%	0,7%	1,8%	3,2%	1,3%	5,1%
meine Heimatstadt, habe da gewohnt, Familie	2,0%	2,9%	1,1%	---	2,7%	0,7%	4,0%	2,6%
gutes Verkehrsnetz, guter ÖPNV	1,7%	2,7%	0,8%	1,4%	2,7%	1,8%	1,3%	0,0%
Wirtschaftszentrum, TechnologieRegion	1,1%	1,4%	0,8%	0,7%	0,9%	1,1%	1,3%	2,6%
Fahrradstadt	1,1%	2,0%	0,2%	1,4%	1,4%	1,1%	0,9%	---
angenehmes Arbeiten, Wohnen, Leben	0,5%	0,9%	0,2%	0,7%	0,9%	0,7%	---	---
Sonstiges	4,3%	3,8%	4,7%	2,8%	5,9%	3,9%	4,0%	5,1%
BEFRAGTE INSGESAMT	916	444	472	145	222	285	225	39

¹ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.
 Basis: 916 Befragte mit Antwort
 Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2012/2016

Tabelle 5.2

SPONTANE ASSOZIATIONEN ZU KARLSRUHE NACH TEILREGIONEN¹

SPONTANE ASSOZIATIONEN	BE- FRAGTE INS- GESAMT	davon aus							
		Gemein- den des Nachbar- schafts- verbands	Übriger Land- kreis Karlsruhe und Bad Herren- alb	nörd- licher Enz kreis	Land- kreis Rastatt nörd- licher Teil	Land- kreis Rastatt süd- licher Teil und Baden- Baden	Stadt Landau, VG Landau- Land	übrige Süd- pfalz	Wissem- bourg und übriger Canton Wissem- bourg
Baustellen, Staus, Chaos, Verkehrsprobleme, Umleitungen	61,0%	73,0%	72,9%	53,5%	44,2%	44,2%	30,9%	80,0%	60,0%
Schloss, Schlossgarten, Botanischer Garten	38,2%	40,2%	36,8%	33,8%	27,4%	39,2%	38,2%	44,4%	55,4%
gute Einkaufsmöglichkeiten, Kaiserstraße, ECE-Center, Geschäfte	21,4%	13,2%	20,2%	33,8%	23,9%	16,7%	29,1%	17,8%	36,9%
Kultur, Museen, Ausgehmöglichkeiten, Gastronomie	12,3%	7,4%	10,9%	25,4%	12,4%	5,8%	3,6%	11,1%	38,5%
Zoo, Stadtgarten	10,7%	12,2%	8,1%	16,9%	7,1%	6,7%	20,0%	6,7%	18,5%
Fächerstadt	8,8%	13,2%	5,8%	4,2%	3,5%	17,5%	5,5%	17,8%	3,1%
schöne Stadt, überschaubar, vielseitig	7,5%	6,3%	8,1%	7,0%	7,1%	3,3%	12,7%	2,2%	16,9%
viel Grün, Grünflächen, Parks	6,6%	10,6%	6,6%	---	2,7%	1,7%	5,5%	4,4%	20,0%
KSC, Sport, Bäder	6,4%	3,7%	8,5%	18,3%	6,2%	2,5%	9,1%	2,2%	1,5%
laut, schmutzig, langweilig, unattraktiv	6,0%	6,3%	12,0%	1,4%	1,8%	3,3%	---	6,7%	3,1%
Marktplatz, Pyramide	5,0%	1,6%	6,2%	4,2%	0,9%	0,8%	5,5%	---	29,2%
Beamtenstadt	4,5%	10,6%	2,3%	---	0,9%	4,2%	---	17,8%	1,5%
Großstadt	4,3%	1,1%	3,1%	---	4,4%	11,7%	3,6%	11,1%	4,6%
Studentenstadt	3,4%	4,2%	3,5%	5,6%	3,5%	5,0%	---	---	---
(eigene) Arbeit, Arbeitsstelle, Ausbildung, Studium, Uni/KIT	2,6%	1,6%	4,3%	4,2%	1,8%	---	7,3%	---	1,5%
schlechte Parkmöglichkeiten, schlechte Erreichbarkeit	2,3%	0,5%	6,2%	---	---	0,8%	---	---	4,6%
Bundesgerichtshof, Bundesverfassungsgericht	2,1%	3,7%	0,8%	2,8%	0,9%	5,0%	---	2,2%	---
meine Heimatstadt, habe da gewohnt, Familie	2,0%	1,6%	2,3%	1,4%	2,7%	0,8%	1,8%	2,2%	3,1%
gutes Verkehrsnetz, guter ÖPNV	1,7%	2,6%	2,7%	---	1,8%	0,8%	1,8%	---	---
Wirtschaftszentrum, TechnologieRegion	1,1%	1,6%	1,2%	2,8%	---	0,8%	1,8%	---	---
Fahrradstadt	1,1%	1,6%	2,3%	---	0,9%	---	---	---	---
angenehmes Arbeiten, Wohnen, Leben	0,5%	0,5%	1,6%	---	---	---	---	---	---
Sonstiges	4,3%	4,8%	5,0%	8,5%	5,3%	0,8%	7,3%	---	---
BEFRAGTE INSGESAMT	916	189	258	71	113	120	55	45	65

¹ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.

Basis: 916 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016



5.2 BESONDERHEITEN VON KARLSRUHE

Bereits in der Regionsumfrage 2012 wurde ermittelt, welche Besonderheiten, Orte und Plätze in Karlsruhe die Regionsbevölkerung einem auswärtigen Besucher beziehungsweise einer auswärtigen Besucherin zeigen würde. Mit dieser Frage soll erhoben werden, welche Symbole und Wahrzeichen die Fächerstadt aus Sicht der Regionsbevölkerung kennzeichnen. Auch in der aktuellen Regionsumfrage wurde dieser Aspekt wieder in den Fragenkanon aufgenommen.

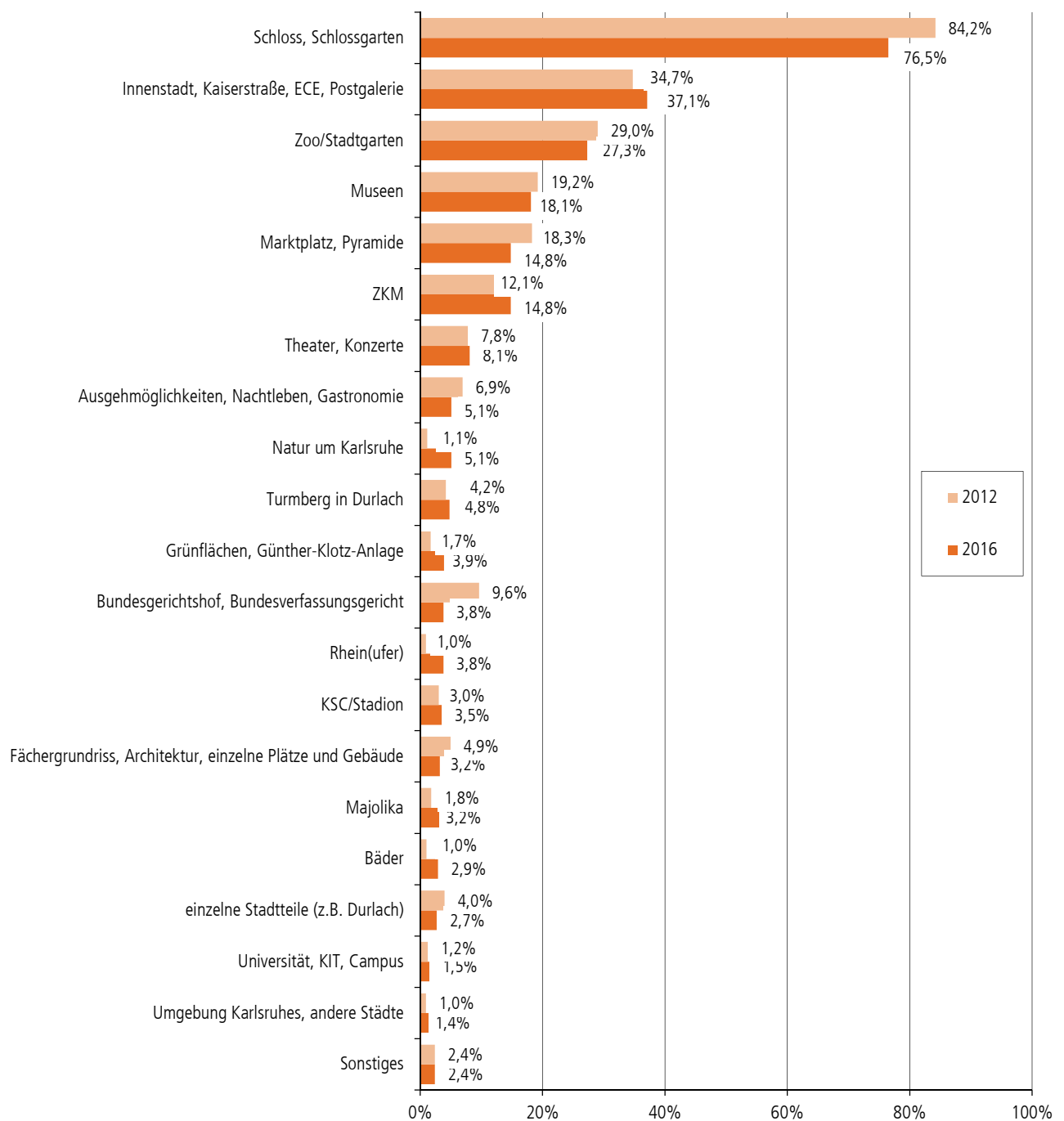
Mit Nennungen von 76,5 % der Befragten stehen Schloss und Schlossgarten im Vordergrund (Abbildung 5.2). Sie stellen somit die Hauptattraktion dar. Darauf folgt mit einem Anteil von 37,1 % ein Besuch der Innenstadt sowie der dort gelegenen Einkaufsgebiete Kaiserstraße, ECE-Center und Postgalerie. Jeweils mehr als zehn Prozent der Regionsbevölkerung würden Besucherinnen und Besuchern von auswärts den Zoo beziehungsweise Stadtgarten (27,3 %),

Museen (18,1 %), den Markplatz und die Pyramide (14,8 %) sowie das ZKM (14,8 %) zeigen. Im Vergleich zur Erhebung aus dem Jahr 2012 zeigt sich ein leichter Bedeutungsverlust von Schloss und Schlossgarten um 7,7 Prozentpunkte. Wie aus Tabelle 5.3 hervorgeht, zeichnen sich nur geringe alters- und geschlechtsspezifische Unterschiede bei der Beschreibung der Karlsruher Attraktionen ab. So nennen Befragte der jüngsten Altersgruppe (18 bis unter 29 Jahre) etwas seltener Schloss und Schlossgarten (67,3 %) und etwas häufiger Theater, Konzerte (11,2 %). Befragte im Alter von 30 bis 44 Jahren, insbesondere mit Kindern im Haushalt, würden auswärtigen Besucherinnen und Besuchern überdurchschnittlich häufig den Zoo bzw. den Stadtgarten (32,9 %) zeigen. Von der Regionsbevölkerung im Alter von 75 Jahren und älter werden Innenstadt, Kaiserstraße, ECE-Center und Postgalerie (31,8 %) und ZKM (9,1 %) etwas seltener genannt.

Abbildung 5.2

BESONDERHEITEN VON KARLSRUHE 2012 UND 2016¹⁾

Was würden Sie einem auswärtigen Besucher in der Stadt unbedingt zeigen, wenn er Karlsruhe richtig kennen lernen soll – also welche Besonderheiten, welche Orte oder Plätze?



¹⁾ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.

Basis: 1.051/663 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2012/2016

Tabelle 5.3

BESONDERHEITEN VON KARLSRUHE NACH GESCHLECHT UND ALTER¹

BESONDERHEITEN VON KARLSRUHE	BEFRAGTE INSGESAMT	davon		davon im Alter von				
		männlich	weiblich	18 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 bis unter 75 Jahre	75 Jahre und älter
Schloss, Schlossgarten	76,5%	72,3%	80,7%	67,3%	72,3%	80,3%	82,4%	77,3%
Innenstadt, Kaiserstraße, ECE, Postgalerie	37,1%	39,8%	34,4%	38,3%	39,3%	33,7%	39,2%	31,8%
Zoo/Stadtpark	27,3%	28,6%	26,0%	22,4%	32,9%	27,9%	23,5%	27,3%
Museen	18,1%	19,6%	16,6%	14,0%	22,5%	17,8%	15,7%	22,7%
Marktplatz, Pyramide	14,8%	16,0%	13,6%	13,1%	16,2%	17,3%	11,1%	13,6%
ZKM	14,8%	16,6%	13,0%	17,8%	15,0%	13,9%	14,4%	9,1%
Bundesgerichtshof, Bundesverfassungsgericht	8,1%	8,1%	8,2%	10,3%	7,5%	11,1%	3,3%	9,1%
Theater, Konzerte	5,1%	6,6%	3,6%	11,2%	4,0%	4,8%	2,6%	4,5%
Ausgelmöglichkeiten, Nachtleben, Gastronomie	5,1%	6,6%	3,6%	5,6%	7,5%	4,8%	3,3%	---
Fächergrundriss, Architektur, einzelne Plätze und Gebäude	4,8%	7,8%	1,8%	1,9%	3,5%	6,3%	6,5%	4,5%
Turmberg in Durlach	3,9%	3,0%	4,8%	3,7%	2,9%	5,8%	2,6%	4,5%
einzelne Stadtteile (zum Beispiel Durlach)	3,8%	4,2%	3,3%	2,8%	2,9%	3,8%	4,6%	9,1%
KSC/Stadion	3,8%	5,1%	2,4%	3,7%	5,2%	2,9%	2,6%	9,1%
Majolika	3,5%	3,9%	3,0%	2,8%	4,6%	4,3%	2,0%	---
Grünflächen, Günther-Klotz-Anlage	3,2%	3,6%	2,7%	5,6%	1,7%	1,9%	5,2%	---
Universität, KIT, Campus	3,2%	2,1%	4,2%	3,7%	3,5%	2,9%	3,3%	---
Natur um Karlsruhe	2,9%	3,3%	2,4%	2,8%	2,9%	3,8%	2,0%	---
Bäder	2,7%	3,3%	2,1%	2,8%	---	4,3%	3,9%	---
Rhein(ufer)	1,5%	2,4%	0,6%	1,9%	0,6%	2,4%	1,3%	---
Umgebung Karlsruhes, andere Städte	1,4%	2,1%	0,6%	0,9%	0,6%	2,9%	0,7%	---
Sonstiges	2,4%	1,5%	3,3%	1,9%	1,2%	2,9%	3,9%	---
BEFRAGTE INSGESAMT	663	332	331	107	173	208	153	22

¹ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.
 Basis: 663 Befragte mit Antwort
 Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2012/2016

5.3 KARLSRUHES VOR- UND NACHTEILE

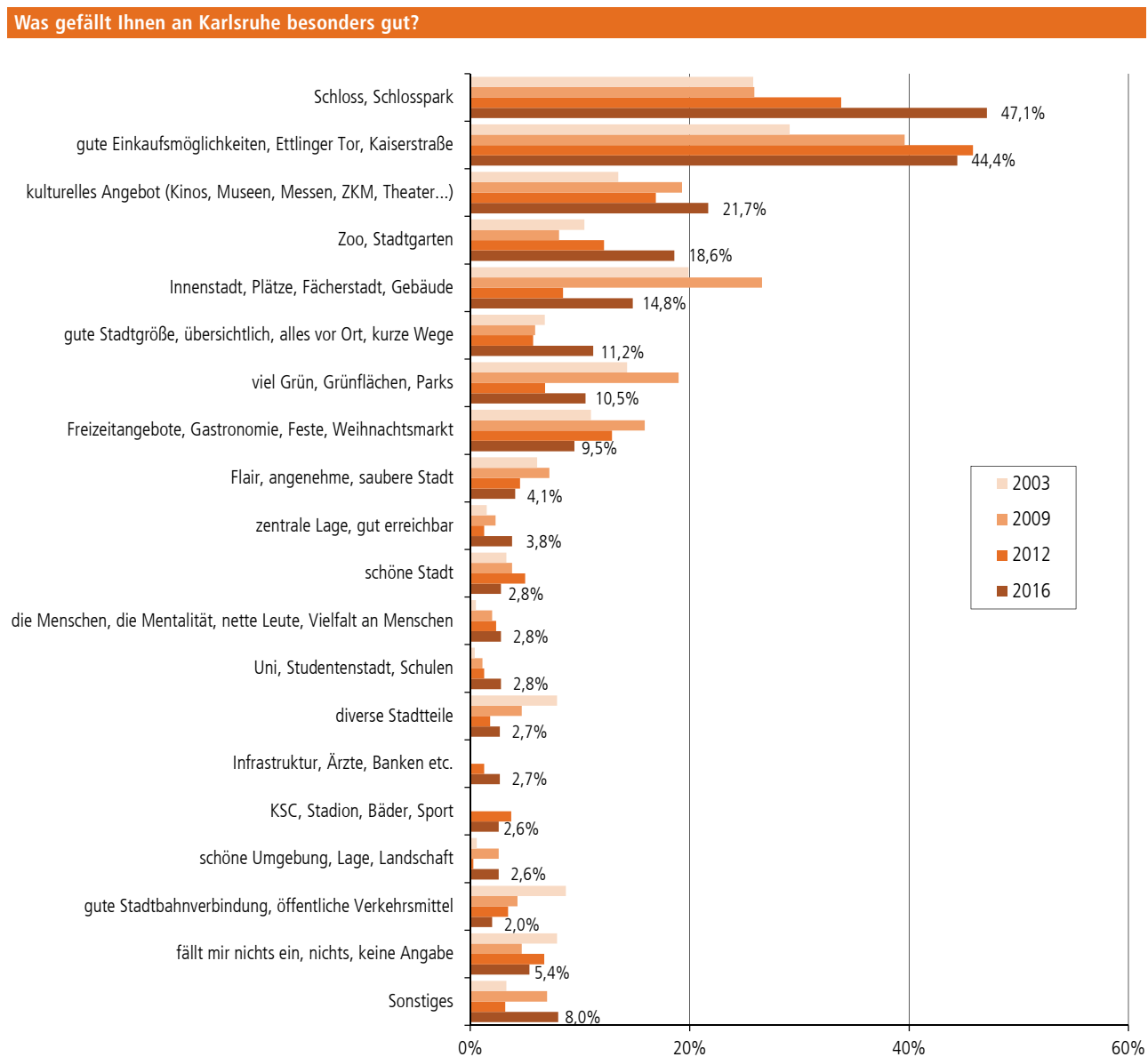
Auf die Frage, was ihnen an Karlsruhe besonders gut gefällt, nennt etwa die Hälfte der Einwohnerinnen und Einwohner aus dem Umland (47,1 %) Schloss und Schlosspark. Nahezu gleich viele Befragte (44,4 %) geben an, dass sie in den guten Einkaufsmöglichkeiten der Fächerstadt einen Vorzug sehen. Etwa jede beziehungsweise jeder Fünfte (21,7 %) sieht im kulturellen Angebot einen besonderen Vorteil der Fächerstadt. Zoo beziehungsweise Stadtgarten zählen nach Ansicht von 18,6 % der Regionsbevölkerung zu den Vorzügen Karlsruhes. Mit Innenstadt, Plätze, Fächerstadt und Gebäuden betonen 14,8 % bei der Beantwortung der Frage architektonische und städtebauliche Aspekte. Jeweils etwas mehr als jedem beziehungsweise jeder Zehnten gefallen die Übersichtlichkeit und kurze Wege in der Stadt (11,2 %) sowie das viele Grün (10,5 %). Die Anteile weiterer genannter Vorzüge liegen bei

jeweils unter zehn Prozent. Im Zeitvergleich wird deutlich, dass die Regionsbevölkerung insbesondere Schloss und Schlosspark, das kulturelle Angebot sowie den Zoo beziehungsweise Stadtgarten zunehmend zu schätzen weiß und diese vermehrt als Vorzüge Karlsruhes wahrnimmt.

Neben den Vorzügen des Oberzentrums werden in der Regionsumfrage auch regelmäßig die Nachteile Karlsruhes aus Sicht der Regionsbevölkerung erhoben. Wie bereits im Rahmen anderer Fragestellungen deutlich wurde, sind aus Sicht der Einwohnerinnen und Einwohner im Karlsruher Umland Baustellen, Umleitungen, die Verkehrssituation und Stau der größte Nachteil: 81 % nennen diesen Aspekt als Antwort auf die Frage was ihnen an Karlsruhe weniger gut gefällt (Abbildung 5.4). Jeweils ein Fünftel bemängelt fehlende Parkplätze, hohe Parkgebühren (20,3 %) sowie Hektik, Stress, Schmutz und zu viele Menschen (18 %). Kritik am ÖPNV üben 10,2 %. Weitere Kritikpunkte werden von relativ wenigen Befragten genannt. Der Zeitvergleich legt offen, dass ausgehend von der Regionsumfrage 2003 die auf Baustellen, Umleitungen, Verkehrssituation und Stau bezogene Kritik stark zugenommen hat. Auch Parksituation sowie Hektik, Stress, Schmutz und zu viele Menschen werden häufiger als Nachteile der Fächerstadt empfunden. Der Zeitvergleich zeigt außerdem, dass der Anteil derjenigen, die keine Kritik äußern, zurückgegangen ist: Ausgehend von etwas über 40 % im Jahr 2003 ist ihr Anteil auf 8,5 % gesunken. Die Auswertungen der Vor- und Nachteile Karlsruhes nach demografischen Gesichtspunkten und Teilregionen legen nur geringe Unterschiede im gruppenspezifischen Antwortverhalten offen. Deshalb werden diese hier nicht aufgeführt.



Abbildung 5.3

KARLSRUHES VORZÜGE AUS SICHT DER REGION 2003, 2009, 2012 UND 2016¹⁾¹⁾ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.

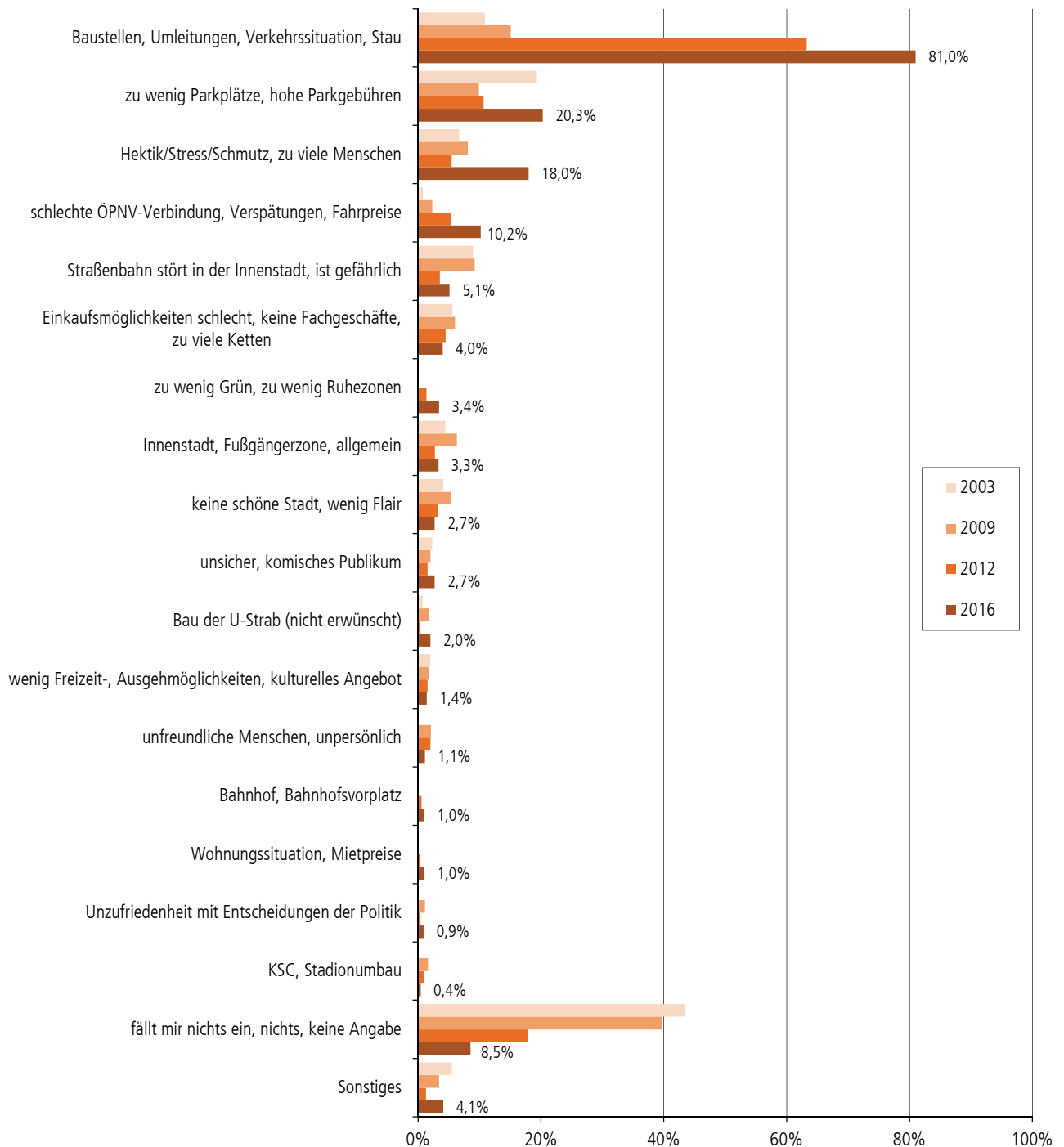
Basis: 1.060/1.108/1.110/705 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2003/2009/2012/2016

Abbildung 5.4

KARLSRUHES NACHTEILE AUS SICHT DER REGION 2003, 2009, 2012 UND 2016¹⁾

Was gefällt Ihnen an Karlsruhe weniger gut?

¹⁾ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.

Basis: 1.060/1.108/1.100/705 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2003/2009/2012/2016

5.4 BEURTEILUNG DER ATTRAKTIVITÄT ALS GROSSSTADT

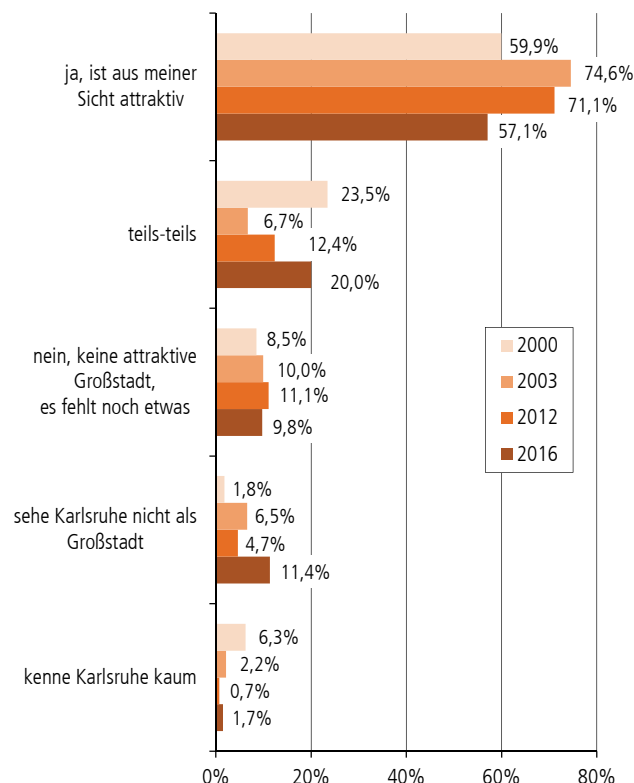
Die Frage, ob sie Karlsruhe als eine attraktive Großstadt sehen, beantworten 57,1 % der Regionsbevölkerung mit ja (Abbildung 5.5). Für ein Fünftel (20 %) ist die Fächerstadt „teils-teils“ als attraktive Großstadt anzusehen. Etwa jede beziehungsweise jeder Zehnte (9,8 %) ist der Auffassung, dass Karlsruhe keine attraktive Großstadt ist und noch etwas fehlt. Ein etwas höherer Anteil der Befragten (11,4 %) gibt an, dass sie Karlsruhe nicht als Großstadt sehen. Im Vergleich zu den Regionsumfragen der Jahre 2003 (74,6 %) und 2012 (71,1 %) hat der Anteil derjenigen, die Karlsruhe als attraktive Großstadt sehen, abgenommen. Dementsprechend ist vor allem der Prozentsatz derjenigen, die Karlsruhe nur teils-teils als attraktive Großstadt einschätzen, gestiegen.

Diejenigen, die die Fächerstadt nur teils-teils oder nicht als (attraktive) Großstadt sehen, wurden gefragt, was aus ihrer Sicht geboten werden müsste, damit Karlsruhe eine attraktive Großstadt wird (Abbildung 5.5). Auch bei der Beantwortung dieser Frage steht die aktuelle Bautätigkeit im Vordergrund: So fordert deutlich über die Hälfte der Befragten (55,8 %) ein Ende der Baustellen. An zweiter Stelle folgt mit einem Anteil von 29,2 % mehr Flair/Atmosphäre und ruhigere Plätze. Eine attraktivere Fußgängerzone und Innenstadt nennen 18,3 % der Befragten. Jeweils etwas mehr als 17 % sind der Auffassung, Karlsruhe benötige mehr Grün (17,5 %), mehr Sauberkeit (17,2 %) und/oder eine Verbesserung der Parksituation (16,9 %), um eine attraktive Großstadt zu sein. Ein Sechstel der Regionsbevölkerung (16,4 %) sieht Karlsruhe aufgrund der Stadtgröße nicht als Großstadt. Weitere Punkte, die von jeweils mehr als zehn Prozent der Befragten genannt werden, sind attraktivere Geschäfte, bessere Einkaufsmöglichkeiten (16,4 %), bessere Verkehrsregelung, weniger Stau/Verkehr (14,2 %) sowie mehr (Straßen-) Cafés, bessere Gastronomie (11,4 %). Im Zeitvergleich zeigt sich, dass der Anteil derjenigen, die eine Beendigung der Baustellen fordern, deutlich zugenommen hat: Während er in der Regionsumfrage 2012 noch bei 6,3 % lag, hat er sich in der aktuellen Umfrage nahezu verdreifacht (55,8 %). Um mehr als zehn Prozentpunkte – ausgehend vom Umfragejahr 2012 – haben sich auch die Forderungen nach einer attraktiveren Fußgängerzone beziehungsweise Innenstadt, mehr Grün, mehr Sauberkeit, einer verbesserten Parksituation günstigeren Parkmöglichkeiten sowie einer verbesserten Verkehrsregelung erhöht.

Abbildung 5.5

KARLSRUHES VORZÜGE AUS SICHT DER REGION 2003, 2009, 2012 UND 2016¹⁾

Ist Karlsruhe für Sie eine attraktive Großstadt, oder fehlt da aus Ihrer Sicht insgesamt noch etwas?



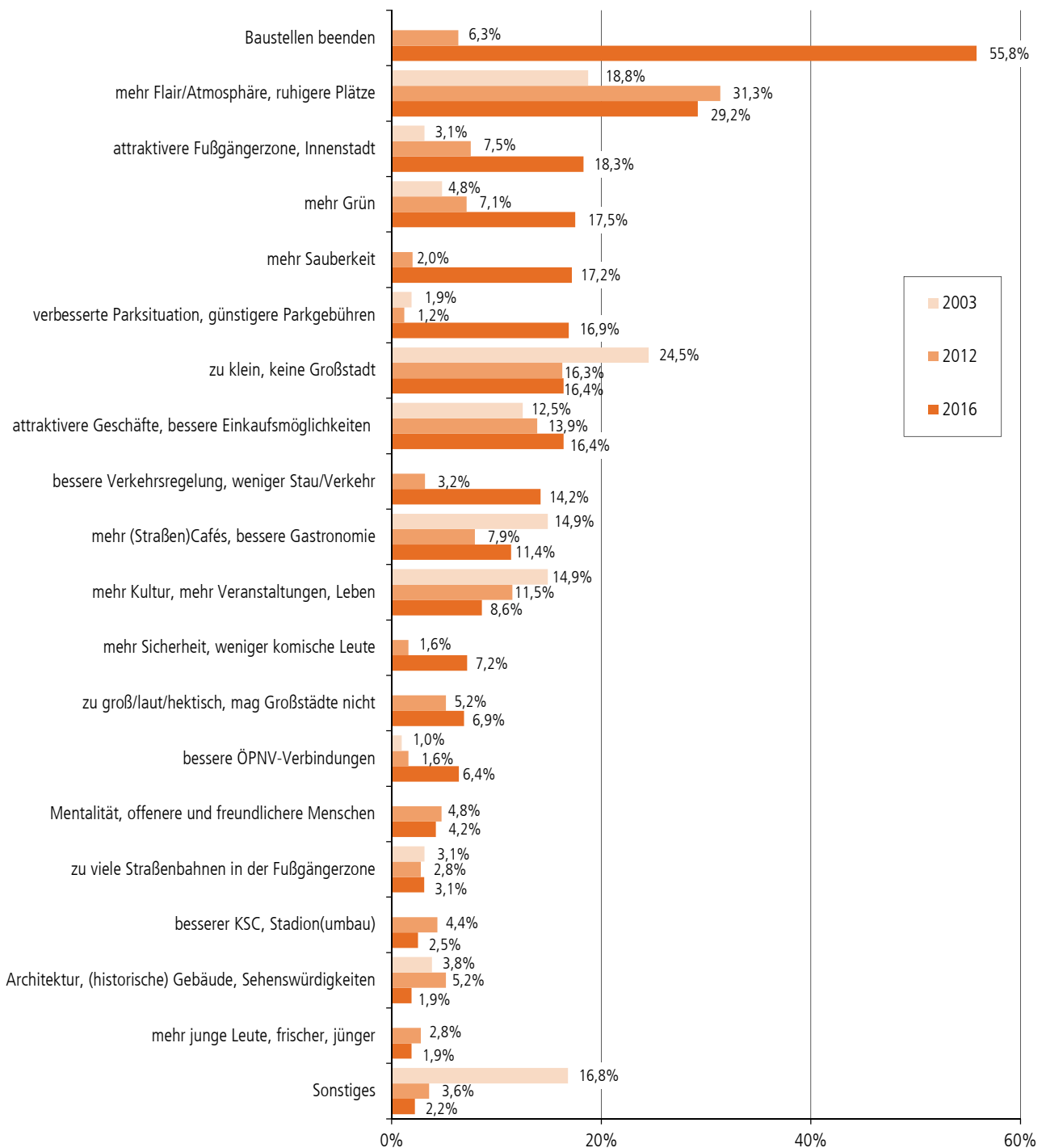
Basis: 1.056/1.023/1.074/923 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2000/2003/2012/2016

Abbildung 5.6

VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE FÜR KARLSRUHE ALS ATTRAKTIVE GROSSSTADT 2003, 2012 UND 2016¹⁾

Was fehlt aus Ihrer Sicht, was muss noch geboten werden, damit Karlsruhe eine attraktive Großstadt wird?



¹⁾ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.

Basis: 208/252/360 Befragte mit Antwort

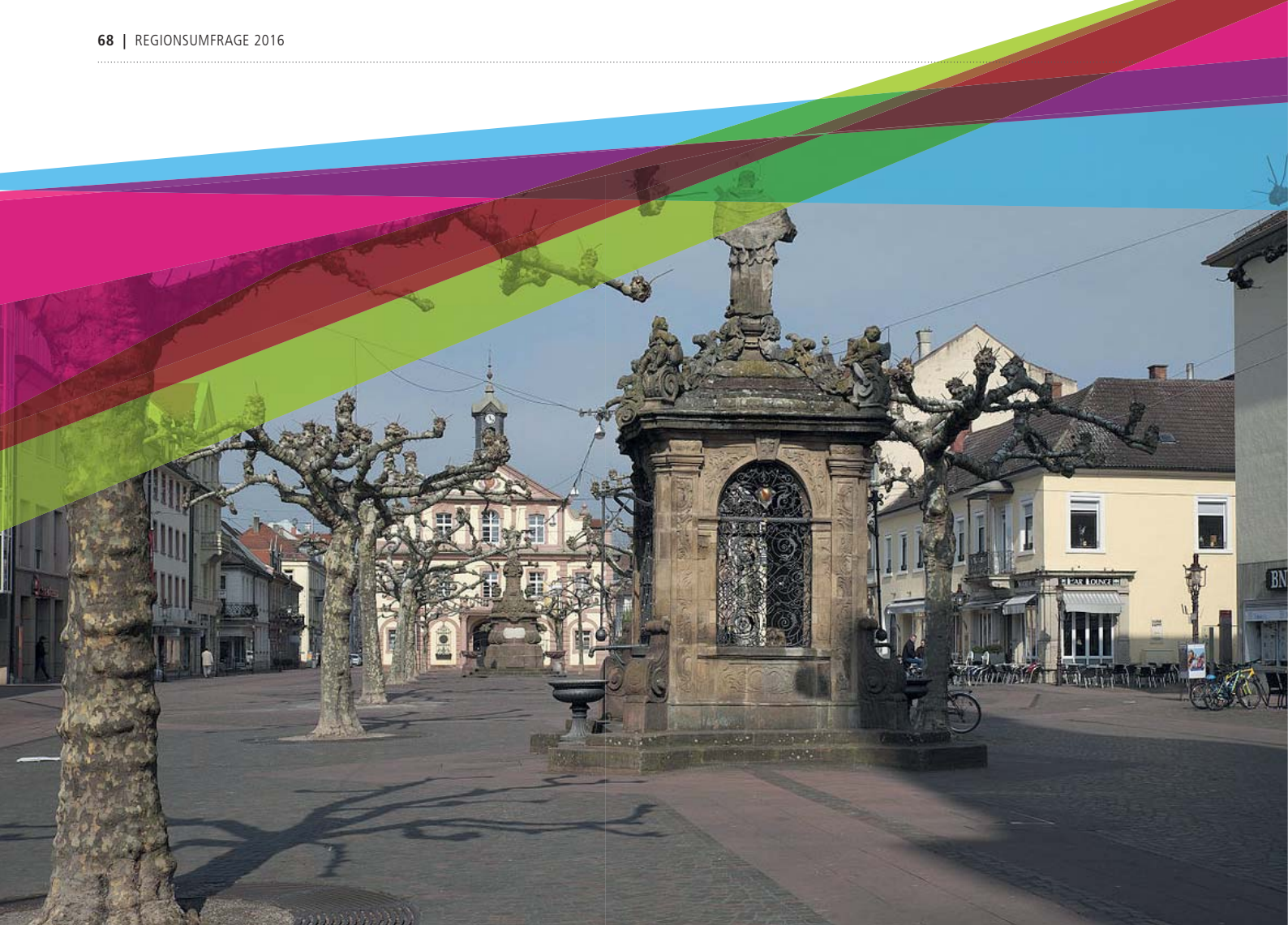
Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2003/2012/2016





6.

BESUCH ANDERER MITTEL- UND OBERZENTREN



Neben Karlsruhe besucht ein Großteil der Regionsbevölkerung auch andere Ober- und Mittelzentren. Welche dies sind und was genau die Einwohnerinnen und Einwohner aus der Region dort unternehmen, wurde erstmals in der Regionsumfrage 2009 erhoben. Gerade vor dem Hintergrund abnehmender Besucherzahlen aus der Region in Karlsruhe sowie zunehmender Beschwerden über die Bautätigkeiten in der Fächerstadt ist diese Fragestellung besonders relevant, da sie auch Aufschluss über eventuelle Ausweichreaktionen der Regionsbevölkerung geben kann.

Insgesamt geben 77,2 % der Befragten aus der Region an, dass sie auch andere Städte regelmäßig aufsuchen, um dort

Erledigungen zu machen oder sich dort aufzuhalten. An erster Stelle der regelmäßig besuchten Städte steht Baden-Baden (Tabelle 6.1). Das Mittelzentrum wird etwa von einem Viertel (23,8 %) derjenigen, die regelmäßig andere Städte besuchen, genannt. Darauf folgt Rastatt mit einem Anteil von 15,7 %. Das Oberzentrum Mannheim besuchen 13 % der Regionsbevölkerung regelmäßig. Jede beziehungsweise jeder Achte fährt regelmäßig nach Pforzheim (12,7 %) und/oder Bruchsal (12,2 %). Landau (10,6 %), Ettlingen (10,5 %) und Heidelberg (9,9 %) sind jeweils für etwa zehn Prozent der Regionsbevölkerung Ziele regelmäßiger Stadtbesuche. Die Landeshauptstadt Stuttgart wird von 7,9 % regelmäßig besucht. Alle anderen Städte werden jeweils von deutlich unter fünf Prozent der Befragten genannt.

Abbildung 6.1

ANDERE STÄDTE, DIE REGELMÄSSIG BESUCHT WERDEN 2009, 2012 UND 2016¹

Gibt es eine andere Stadt/Städte, die Sie regelmäßig aufsuchen, um Einkäufe oder Erledigungen dort zu machen oder um sich dort aufzuhalten?

ANDERE STÄDTE	2009	2012	2016
Baden-Baden	18,4%	21,8%	23,8%
Rastatt	8,4%	7,1%	15,7%
Mannheim	20,4%	20,3%	13,0%
Pforzheim	6,6%	5,7%	12,7%
Bruchsal	11,8%	9,4%	12,2%
Landau	14,4%	11,6%	10,6%
Ettlingen	6,9%	5,9%	10,5%
Heidelberg	16,7%	16,9%	9,9%
Stuttgart	8,1%	10,9%	7,9%
Freiburg	7,0%	4,6%	3,1%
Speyer	4,8%	4,7%	2,3%
Gaggenau	0,9%	1,6%	1,7%
Bretten	3,3%	2,2%	1,6%
Straßburg	3,4%	1,1%	0,8%
München	3,1%	2,9%	0,7%
Berlin	2,6%	1,7%	0,6%
Bühl	4,4%	1,8%	0,4%
Frankfurt	2,3%	2,4%	0,4%
Ludwigshafen	0,1%	1,5%	0,4%
Heilbronn	1,9%	1,6%	0,3%
Offenburg	2,0%	0,9%	0,3%
Neustadt	1,6%	2,5%	0,1%
Hamburg	2,3%	1,1%	---
Sonstiges	15,7%	10,3%	4,5%
BEFRAGTE INSGESAMT	798	758	707

¹ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.

Basis: 798/758/707 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage2009/2012/2016

Im Zeitvergleich wird deutlich, dass insbesondere die Mittelzentren Baden-Baden und Rastatt für die Regionsbevölkerung an Bedeutung gewonnen haben. So steigt der Anteil der Nennungen von Baden-Baden von 18,4 % im Jahr 2009 um etwas mehr als fünf Prozentpunkte auf aktuell 23,8 %. Eine noch deutlichere Zunahme um 7,3 Prozentpunkte von 2009 auf 2016 ist für Rastatt (2009: 8,4 %, 2016: 15,7 %) feststellbar. Auch das Mittelzentrum Ettlingen wird im Zeitablauf häufiger besucht (2009: 6,9 %, 2016: 10,5 %). Die steigende Anzahl der Nennungen von Pforzheim ist dagegen nicht auf eine Änderung des Besuchsverhaltens zurückzuführen, sondern vielmehr auf die Erweiterung des Befragungsgebiets um den nördlichen Enzkreis.

Die Auswertung des Besuchsverhaltens anderer Mittel- und Oberzentren nach Teilräumen legt deutliche Unterschiede offen (Tabelle 6.2). Grundsätzlich sind diese stark durch die räumliche Nähe zu den jeweiligen Städten geprägt. Etwa die Hälfte (46,6 %) der Regionsbevölkerung aus Gemeinden des Nachbarschaftsverbands besucht regelmäßig Ettlingen. Jeweils etwa ein Viertel der Einwohnerinnen und Einwohner des übrigen Landkreises Karlsruhe und aus Bad Herrenalb fährt regelmäßig nach Bruchsal (28,3 %) und Heidelberg (23 %). Die Bevölkerung des nördlichen Enzkreises besucht überdurchschnittlich häufig Pforzheim (84,4 %) und Stuttgart (23,4 %). Rastatt (75,2 %) und Baden-Baden (38,9 %) werden vor allem von Personen aus dem nördlichen Landkreis Rastatt besucht. Etwa drei Viertel (72,2 %) der Einwohnerinnen und Einwohner aus der südlichen Teilregion (südlicher Landkreis Rastatt, Baden-Baden) besuchen regelmäßig Baden-Baden. Der Besucherschwerpunkt der Bevölkerung in der Südpfalz ist Landau. Die Regionsbevölkerung aus Landau und der Verbandsgemeinde Landau-Land besucht außerdem überdurchschnittlich häufig Mannheim (36,4 %). Einwohnerinnen und Einwohner des Cantons Wissembourg fahren relativ oft nach Baden-Baden (34 %) und Rastatt (28 %).

Abbildung 6.2

ANDERE STÄDTE, DIE REGELMÄSSIG BESUCHT WERDEN, NACH TEILRÄUMEN¹

Gibt es eine andere Stadt/Städte, die Sie regelmäßig aufsuchen, um Einkäufe oder Erledigungen dort zu machen oder um sich dort aufzuhalten?

ZEHN MEISTGENANNT ANDERE STÄDTE	BEFRAGTE INS- GESAMT	davon aus							
		Gemeinden des Nachbar- schafts- verbands	übriger Landkreis Karlsruhe und Bad Herrenalb	nördlicher Enzkreis	Landkreis Rastatt nördlicher Teil	Landkreis Rastatt südlicher Teil und Baden-Baden	Stadt Landau, VG Landau- Land	übrige Südpfalz	Wissembourg und übriger Canton Wissembourg
Baden-Baden	23,8%	5,2%	14,7%	10,9%	38,5%	72,2%	1,8%	6,3%	34,0%
Rastatt	15,7%	1,7%	3,1%	---	75,2%	5,6%	3,6%	---	28,0%
Mannheim	13,0%	11,2%	15,2%	1,6%	5,5%	23,3%	36,4%	6,3%	---
Pforzheim	12,7%	6,0%	13,1%	84,4%	---	---	3,6%	3,1%	2,0%
Bruchsal	12,2%	12,9%	28,3%	3,1%	1,8%	4,4%	12,7%	3,1%	2,0%
Landau	10,6%	3,4%	3,1%	---	---	2,2%	65,5%	59,4%	16,0%
Ettlingen	10,5%	46,6%	3,1%	1,6%	2,8%	4,4%	---	---	12,0%
Heidelberg	9,9%	7,8%	23,0%	4,7%	3,7%	2,2%	9,1%	9,4%	---
Stuttgart	7,9%	11,2%	5,8%	23,4%	1,8%	7,8%	---	15,6%	6,0%
Freiburg	3,1%	1,7%	6,3%	---	2,8%	---	1,8%	---	8,0%
BEFRAGTE INSGESAMT	707	116	191	64	109	90	55	32	50

¹ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.

Basis: 707 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

Ein Zeitvergleich des Besuchsverhaltens anderer Städte auf teilsräumlicher Ebene zeigt, dass sich dieses seit dem Jahr 2012 stark verändert hat. Insgesamt werden die Mittelzentren in der Region – Ettlingen, Bruchsal, Rastatt und Baden-Baden – häufiger besucht. So fahren deutlich mehr Bewohnerinnen und Bewohner des Nachbarschaftsverbands regelmäßig nach Ettlingen (2012: 25,2 %; 2016: 46,6 %). Die Regionsbevölkerung des übrigen Landkreises Karlsruhe plus Bad Herrenalb besucht häufiger Bruchsal (2012: 20,7 %; 2016: 28,3 %) und nennt seltener Heidelberg (2012: 37,6 %;

2016: 23 %) sowie Mannheim (2012: 32,1 %; 2016: 15,2 %) als regelmäßig besuchte Städte. Die Bevölkerung des nördlichen Landkreises Rastatt besucht deutlich häufiger Rastatt (2012: 33,7 %; 2016: 75,2 %) und die Bevölkerung des südlichen Landkreises Rastatt sowie aus Baden-Baden fährt häufiger nach Baden-Baden (2012: 51,6 %, 2016: 72,2 %).

In Tabelle 6.3 sind die Gründe für den Besuch anderer Städte dargestellt. Neben Einzelhandelsangebot, räumlicher Nähe und persönlichen Verbindungen spielen auch touristische

Motive eine Rolle. Die meistgenannten Gründe für den Besuch anderer Städte sind Einkaufen/Shoppen (21,6 %) und räumliche Nähe bzw. deren gute Erreichbarkeit (21,1 %). An dritter Stelle folgt mit 17 % der Nennungen der Besuch von Familie, Freunden oder Bekannten. 14,3 % der Befragten geben an, dass es sich bei der regelmäßig besuchten anderen Stadt um ihren Wohnort handelt. Gute beziehungsweise bessere Einkaufsmöglichkeiten bescheinigen 13,4 % den jeweils genannten Städten. Ein Zehntel der Regionsbevölkerung (10 %) besucht regelmäßig andere Städte, um deren Sehenswürdigkeiten zu besichtigen. Alle anderen Gründe werden von jeweils weniger als zehn Prozent

der Befragten genannt. Die stadtsspezifische Auswertung des Antwortverhaltens legt individuelle Vorzüge der einzelnen Städte offen. Beispielsweise werden Rastatt, Pforzheim, Bruchsal und Landau besonders häufig besucht, weil sie gut erreichbar sind beziehungsweise weil es sich um die Wohnorte der Befragten handelt. Das weiter entfernte Freiburg besucht die Regionsbevölkerung primär aufgrund persönlicher Verbindungen (40,9 %). Eine gute Auswahl an Geschäften und (bessere) Einkaufsmöglichkeiten sind besonders häufig Gründe für regelmäßige Besuche von Mannheim (25 %) und Stuttgart (26,8 %).

Abbildung 6.3

DIE WICHTIGSTEN GRÜNDE FÜR DEN BESUCH DER AM HÄUFIGSTEN GENANNTEN ANDEREN STÄDTE¹**Warum suchen Sie Stadt ... auf?**

ANDERE STÄDTE	BE- FRAGTE INS- GESAMT	Zehn meistgenannte andere Städte									
		Baden- Baden	Landau	Mann- heim	Rastatt	Pforz- heim	Bruchsal	Heidel- berg	Ettlingen	Stuttgart	Freiburg
einkaufen/shoppen	21,6%	17,3%	16,0%	16,3%	20,7%	26,7%	14,0%	18,6%	18,6%	19,6%	4,5%
Entfernung/in der Nähe/gute Erreichbarkeit	21,1%	9,5%	17,3%	12,0%	35,1%	38,9%	20,9%	10,0%	10,0%	---	---
Familie/Freunde/Bekannte besuchen	17,0%	16,1%	6,7%	10,9%	7,2%	16,7%	8,1%	2,9%	2,9%	12,5%	40,9%
Wohnort	14,3%	5,4%	34,7%	---	16,2%	---	27,9%	---	---	---	---
(bessere)Einkaufsmöglichkeiten/Auswahl an Geschäften	13,4%	10,7%	1,3%	25,0%	6,3%	12,2%	9,3%	2,9%	2,9%	26,8%	---
Stadt besichtigen/Sehenswürdigkeiten/Sightseeing	10,0%	10,7%	5,3%	4,3%	12,6%	---	7,0%	17,1%	17,1%	8,9%	9,1%
Atmosphäre (ruhig, gepflegt, macht Spaß...)	8,9%	8,9%	2,7%	5,4%	3,6%	7,8%	9,3%	15,7%	15,7%	7,1%	18,2%
schöne Stadt/(Gegend) gefällt mir	8,6%	11,3%	2,7%	7,6%	4,5%	1,1%	7,0%	12,9%	12,9%	3,6%	---
Arbeitsplatz/Studium	6,6%	1,8%	---	5,4%	4,5%	8,9%	2,3%	4,3%	4,3%	7,1%	---
bummeln/spazieren gehen	6,2%	4,8%	8,0%	3,3%	5,4%	1,1%	8,1%	10,0%	10,0%	5,4%	---
Ausflug/Wandern/Natur/Schwarzwald	4,2%	6,0%	2,7%	1,1%	1,8%	---	2,3%	5,7%	5,7%	5,4%	13,6%
Kultur (Museum, Veranstaltungen, Konzert...)	3,4%	3,0%	1,3%	8,7%	---	3,3%	---	4,3%	4,3%	5,4%	4,5%
Größe der Stadt/Struktur	2,4%	0,6%	4,0%	1,1%	---	---	2,3%	2,9%	2,9%	3,6%	4,5%
Arzt, Behörden etc.	1,6%	0,6%	---	3,3%	2,7%	3,3%	1,2%	1,4%	1,4%	---	---
zur Abwechslung/mal was anderes sehen	1,1%	0,6%	1,3%	6,5%	---	---	---	---	---	---	4,5%
ausgehen/weggehen/Nachtleben	1,0%	---	---	---	---	2,2%	---	---	---	5,4%	---
Sonstiges	6,2%	5,4%	4,0%	3,3%	1,8%	7,8%	1,2%	8,6%	8,6%	5,4%	9,1%
Keine Angabe	8,1%	5,4%	8,0%	5,4%	3,6%	4,4%	5,8%	7,1%	7,1%	10,7%	4,5%
BEFRAGTE INSGESAMT	707	168	75	92	111	90	86	70	74	56	22

¹ Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.

Basis: 707 Befragte mit Antwort

Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2016

