

Regionsumfrage 2022

Karlsruhe aus Sicht der Region



Impressum

Stadt Karlsruhe

Amt für Stadtentwicklung
Zähringerstraße 61
76133 Karlsruhe

Leiter:

Christoph Riedel

Bereich:

Stadt- und Regionalentwicklung
Dr. Andrea Hammer

Bearbeitung:

Benedikt Dierßen
Dr. Andrea Hammer
Kai Rohweder

Titelfoto:

Benedikt Dierßen

Auskunftsdienst und Bestellung:

Telefon: 0721 133-1220

Fax: 0721 133-1209

E-Mail: stadtentwicklung@afsta.karlsruhe.de

Internet: www.karlsruhe.de/stadtentwicklung

Stand:

Februar 2023

Gedruckt in der Rathausdruckerei
auf 100 Prozent Recyclingpapier.

© Stadt Karlsruhe

Alle Rechte vorbehalten. Ohne ausdrückliche Genehmigung
des Herausgebers ist es nicht gestattet, diese Veröffentlichung
oder Teile daraus zu vervielfältigen oder in elektronischen
Systemen anzubieten.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung, Zusammenfassung und Methodik	4
2. Besuchsverhalten der Regionsbevölkerung	8
2.1 Besuchshäufigkeit	8
2.2 Genutzte Verkehrsmittel	13
2.3 Besuchsanlässe	16
2.4 Auswirkungen der COVID-19-Pandemie	20
3. Image von Karlsruhe in der Region	21
3.1 Spontane Assoziationen zu Karlsruhe	21
3.2 Besonderheiten von Karlsruhe	25
3.3 Karlsruhes Vor- und Nachteile	28
4. Besuch anderer Mittel- und Oberzentren	34
Anhang: Fragebogen	42

1. Einleitung, Zusammenfassung und Methodik

Einleitung

Neben verlässlichen Einschätzungen und Meinungen der Bürger*innen über ihre Stadt, benötigen die Entscheidungsträger*innen der Stadt Karlsruhe regelmäßig Einschätzungen der Bevölkerung in der Region Karlsruhe, für die Karlsruhe als Oberzentrum der Bezugspunkt ist. Seit 1997 führt das Amt für Stadtentwicklung in dreijährigen Abständen repräsentative Befragungen unter den Bewohnerinnen und Bewohnern der Stadtregion durch. Seit den ersten Regionsumfragen wird ein identischer Fragenkanon zu Besuchshäufigkeit, Besuchsanlässen, Image und dem Besuchsverhalten in Bezug auf andere Städte erhoben. So liefern die Umfragen ein langjähriges Profil des Images und der Attraktivität der Stadt Karlsruhe bei der Regionsbevölkerung. Sie zeigen, inwieweit insbesondere der

Strukturwandel im Einzelhandel, aber auch das Baugeschehen im Rahmen der Kombilösung sowie die Entwicklungen der regionalen Mittelzentren, Auswirkungen auf die Wahrnehmung der Fächerstadt in der Region und das Besuchsverhalten der Regionsbevölkerung haben. Anders als in vorangegangenen Regionsumfragen sind Fragen, die einen innenstadtspezifischen Inhalt haben, nicht in die vorliegende Broschüre eingeflossen. Diese City-bezogenen Fragen wurden gemeinsam mit entsprechenden Fragen aus der Bürgerumfrage 2022 zum Thema Einkaufen und Nahversorgung sowie der Passantenumfrage 2022 (IFH-Studie Vitale Innenstädte) ausgewertet und erscheinen gebündelt in der Reihe „Stadtentwicklung aktuell“.¹

1 Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung (2023): „Stadtentwicklung aktuell: Umfragen zur Karlsruher City 2022“.



Zusammenfassung

Die Hälfte der Regionsbevölkerung (50,1 %) fährt mindestens einmal im Monat in das Oberzentrum Karlsruhe. Überdurchschnittlich häufig besuchen die 18- bis unter 30-Jährigen (63,5 % mindestens einmal im Monat) sowie die Bewohner*innen des Nachbarschaftsverbands (75,5 %) die Fächerstadt. Hochrechnungen zeigen, dass Karlsruhe von rund 525.000 erwachsenen Regionsbewohnerinnen und -bewohnern monatlich oder häufiger besucht wird. Seit der Eröffnung des Stadtbahntunnels im Dezember 2021 haben binnen eines halben Jahres gut drei Viertel (75,7 %) der Regionsbevölkerung die Fächerstadt besucht.

Beim Besuch Karlsruhes nutzen etwa 60 Prozent der erwachsenen Regionsbevölkerung das Auto als Selbst- oder Mitfahrer*in. Hierbei hat insbesondere der Anteil der Selbstfahrer*innen abgenommen (2022: 50,4 %; 2019: 59,4 %), während der Anteil der Mitfahrenden leicht gestiegen ist (2022: 10,2 %; 2019: 8,8 %). Rund ein Drittel (34,4 %) besuchen Karlsruhe mit öffentlichen Verkehrsmitteln (2019: 29,4 %).

Einkaufen ist nach wie vor Hauptanlass für den Besuch des Oberzentrums. Hauptanlässe für den Besuch der Fächerstadt sind für die Regionsbevölkerung das Einkaufen in der Fußgängerzone (88,0 %) sowie im ECE-Center (84,4 %). An dritter Stelle folgt der Besuch von Schloss und Schlossgarten (75,3 %). Damit liegen die Hauptattraktoren für den Besuch Karlsruhes unverändert in der Innenstadt. Im Zeitvergleich lässt sich jedoch feststellen, dass andere Besuchsanlässe – beispielsweise Essen gehen oder Kneipenbesuch (71,6 %; 2019: 64,0 %) – an Relevanz gewonnen haben. Auch räumliche Besonderheiten sind festzustellen: So übt die Karlsruher Bäderlandschaft eine besondere Anziehungskraft auf die in Frankreich wohnende Regionsbevölkerung aus.

Die COVID-19-Pandemie hat zu Veränderungen im Besuchs- und Einkaufsverhalten geführt. Nahezu zwei Drittel der Regionsbevölkerung (66,3 %) geben an, dass Sie insbesondere die Karlsruher Innenstadt aufgrund der COVID-19-Pandemie seltener besucht haben. Rund die Hälfte (51,5 %) hat aufgrund der Corona-Pandemie vermehrt online eingekauft. Zu Auswirkungen der aktuellen Preissteigerungen als Folge des russischen Angriffskriegs auf die Ukraine, können aufgrund des Umfragezeitraums keine Angaben gemacht werden.

Das Baugeschehen in Karlsruhe prägt nach wie vor das Image der Fächerstadt in der Region, insbesondere Zoo/ Stadtpark rücken jedoch vermehrt in den Fokus. Mehr als 40 Prozent (43,5 %) der Regionsbevölkerung denken an Baustellen, Verkehrsprobleme etc., wenn sie nach spontanen Assoziationen zu Karlsruhe gefragt werden. An zweiter Stelle folgt als identitätsstiftendes Merkmal das Karlsruher Schloss und dessen Umgebung (34,7 %). Im Vergleich zur Regionsumfrage des Jahres 2019 werden vermehrt der Zoo/ Stadtpark, die Attraktivität Karlsruhes als Stadt insgesamt sowie das Stadtgrün als Assoziationen genannt. Wesentlich häufiger werden auch der Bundesgerichtshof und das Bundesverfassungsgericht spontan genannt.

Schloss, Innenstadt und Zoo/Stadtpark sind die Besonderheiten Karlsruhes. Auswärtigen würde die Regionsbevölkerung insbesondere das Schloss mit Schlossgarten (70,6 %), die Innenstadt mit ihren Einkaufsorten (37,4 %) und den Zoo/Stadtpark (27,8 %) zeigen. Diese drei Aspekte zählen auch zu den am häufigsten genannten Vorzügen der Fächerstadt, wogegen der Hauptnachteil Karlsruhes aus Sicht der Regionsbevölkerung die Bautätigkeiten sind.

Drei Viertel der Regionsbevölkerung besuchen regelmäßig auch andere Städte. Insbesondere die Mittelzentren Baden-Baden, Bruchsal, Landau und Ettlingen haben in den letzten zehn Jahren an Bedeutung gewonnen. Hauptbesuchsgrund dieser Städte ist die jeweilige geringe Entfernung und gute Erreichbarkeit aus Sicht der sie besuchenden Regionsbevölkerung. Bei regelmäßigen Besucherinnen und Besuchern der Oberzentren Stuttgart und Mannheim sind die dortigen Einkaufsmöglichkeiten der Hauptbesuchsgrund.



Methodik

Für die Regionsumfrage 2022 wurden im Zeitraum von 20. Juni 2022 bis 29. Juli 2022 insgesamt 1.205 repräsentativ ausgewählte Bürger*innen ab 18 Jahren in der Region 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 1.1). Im elsässischen Grenzgebiet wurden insgesamt 61 telefonische Umfragen in französischer Sprache durchgeführt.



Abbildung 1.1

Untersuchungsgebiet der Regionsumfrage 2022 mit Abgrenzung der Teilräume



Zeichenerklärung

- Staats- beziehungsweise Landesgrenze
- Grenze der (Verbands-) Gemeinden beziehungsweise Cantons

Teilräume der Region

- Gemeinden des Nachbarschaftsverbands
- übriger Landkreis Karlsruhe, Bad Herrenalb
- nördlicher Enzkreis
- nördlicher Landkreis Rastatt
- Baden-Baden, südlicher Landkreis Rastatt
- Stadt Landau und Verbandsgemeinde Landau-Land
- übrige Südpfalz
- Wissembourg und übriger Canton Wissembourg

2. Besuchsverhalten der Regionsbevölkerung

2.1 Besuchshäufigkeit

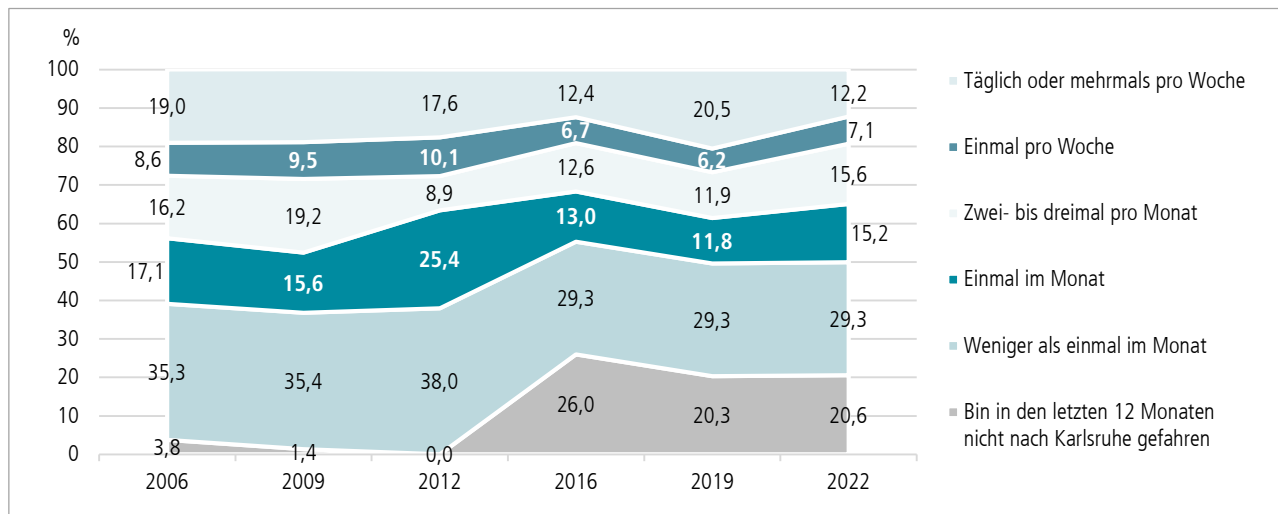
Insgesamt zeigen die in Abbildung 2.1 dargestellten Auswertungen der Besuchshäufigkeit, dass die Hälfte der Regionsbevölkerung (50,1 %) mindestens einmal im Monat in das Oberzentrum Karlsruhe fährt. Etwa jede*r Achte (12,2 %) fährt sogar täglich oder mehrmals pro Woche nach Karlsruhe. Diese Gruppe besteht hauptsächlich aus beruflich einpendelnden Personen.

Im Zeitvergleich hat sich die Besuchsfrequenz nach einem Einbruch im Jahr 2016 – in dem der Anteil der mindestens monatlichen Besucherinnen und Besucher bei 44,7 % lag – und einer leichten Erholung im Jahr 2019 (50,4 %) nun auf diesem Niveau stabilisiert, was angesichts der

Auswirkungen der COVID-19-Pandemie positiv gewertet werden kann. Das Niveau der Jahre 2006 (60,9 %), 2009 (63,3 %) und 2012 (62,0 %) konnte jedoch nicht wieder erreicht werden. Auffällig ist dabei, dass in den letzten drei Jahren trotz gleichbleibender mindestens monatlicher Besuchender, der Anteil der täglichen oder mehrmals pro Woche Frequentierenden von 20,5 % auf 12,2 % gesunken ist. Diese Entwicklung könnte im Zusammenhang mit der sich ausweitenden Inanspruchnahme von Home-Office-Angeboten in weiten Bereichen des Wirtschaftsraums stehen. Die Anteile der gar nicht in den letzten 12 Monaten oder weniger als einmal im Monat einpendelnden Regionsbevölkerung hat sich in den letzten drei Jahren nur marginal verändert.

Abbildung 2.1
Besuchshäufigkeit der Regionsbevölkerung 2006 bis 2022

„Wie häufig fahren Sie nach Karlsruhe?“



Basen 2006: 1.146 | 2009: 1.108 | 2012: 1.099 | 2016: 953 | 2019: 1.202 | 2022: 1.205 Befragte mit Antwort.
Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

Geschlechterspezifische Unterschiede im Besuchsverhalten sind nur in sehr geringem Ausmaß festzustellen (Tabelle 2.1). Dagegen zeigt sich in Abhängigkeit des Alters der Regionsbevölkerung, dass vor allem Befragte der Altersgruppe 18 bis unter 30 Jahre insgesamt häufiger mehrmals im Monat

nach Karlsruhe fahren. Der Anteil der binnen Jahresfrist nicht nach Karlsruhe Fahrenden ist in dieser jüngsten Altersgruppe mit 8,6 % besonders gering und steigt auf 38,8 % unter den Befragten ab 75 Jahren an.

Tabelle 2.1

Besuchshäufigkeit der Regionsbevölkerung nach Geschlecht und Alter 2022

„Wie häufig fahren Sie nach Karlsruhe?“	Befragte insgesamt	davon		davon				
		Männlich	Weiblich	18 bis unter 30 Jahre	30 bis unter 45 Jahre	45 bis unter 60 Jahre	60 bis unter 75 Jahre	75 Jahre und älter
		Anteile in Spaltenprozent						
Täglich oder mehrmals pro Woche	12,2	12,4	12,0	15,6	12,2	17,1	6,6	7,5
Einmal pro Woche	7,1	9,0	5,3	6,5	9,2	8,7	4,8	5,0
Zwei- bis dreimal pro Monat	15,6	15,9	15,3	26,3	18,5	12,3	12,9	6,3
Einmal im Monat	15,2	13,9	16,4	15,1	15,9	12,9	16,8	16,3
Weniger als einmal im Monat	29,3	29,1	29,4	28,0	28,4	31,4	29,3	26,3
Bin in den letzten 12 Monaten nicht nach Karlsruhe gefahren	20,6	19,6	21,5	8,6	15,9	17,7	29,6	38,8

Basis 1.205 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

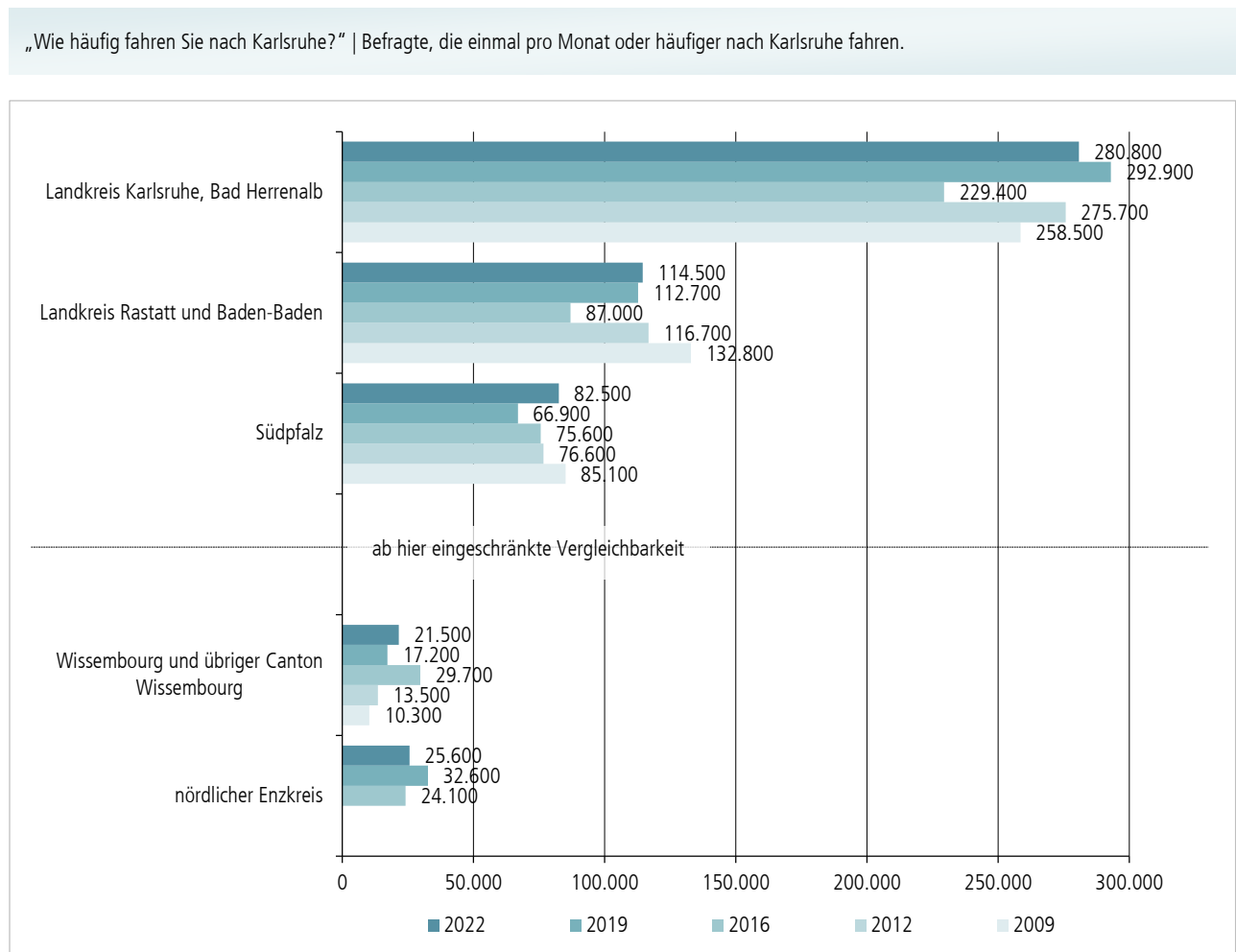


Die hochgerechneten Besucherzahlen aus der Region haben sich im Zeitverlauf nach einer deutlichen Zunahme zwischen 2016 (rund 445.000) und 2019 (rund 522.000) nochmals geringfügig auf rund 525.000 Besuchende im Jahr 2022 gesteigert. Der deutlichste absolute Zuwachs an mindestens einmal im Monat einfahrenden Personen ist dabei aus dem Teilraum Südpfalz zu verzeichnen

(2019: 66.900; 2022: 82.500; + 23 Prozent; Abbildung 2.3). Anteilig betrachtet stiegen die jährlichen Besucherzahlen aus dem nah gelegenen Frankreich sogar um ein Viertel (2019: 17.200; 2022: 21.500; + 25 Prozent). Dagegen nahm der Anteil mindestens einmal im Monat Einfahrender aus dem nördlichen Enzkreis um 22 Prozent ab (2019: 32.600; 2022: 25.600).

Abbildung 2.3

Hochgerechnete Besucherzahlen der Regionsbevölkerung 2009 bis 2022^{TG}



1 Seit 2016 erweiterter Gebietszuschnitt aufgrund der Gebietsreform in Frankreich, Befragungsgebiete 2009 und 2012: Wissembourg, Lauterbourg und Seltz.
 2 Erstmalige Erhebung im Jahr 2016.
 TG Nur Personen, die in den letzten zwölf Monaten nach Karlsruhe gefahren sind.
 Basen 2022: 1.205 | 2019: 1.202 | 2016: 953 | 2012: 1.099 | 2009: 1.108 Befragte mit Antwort.
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

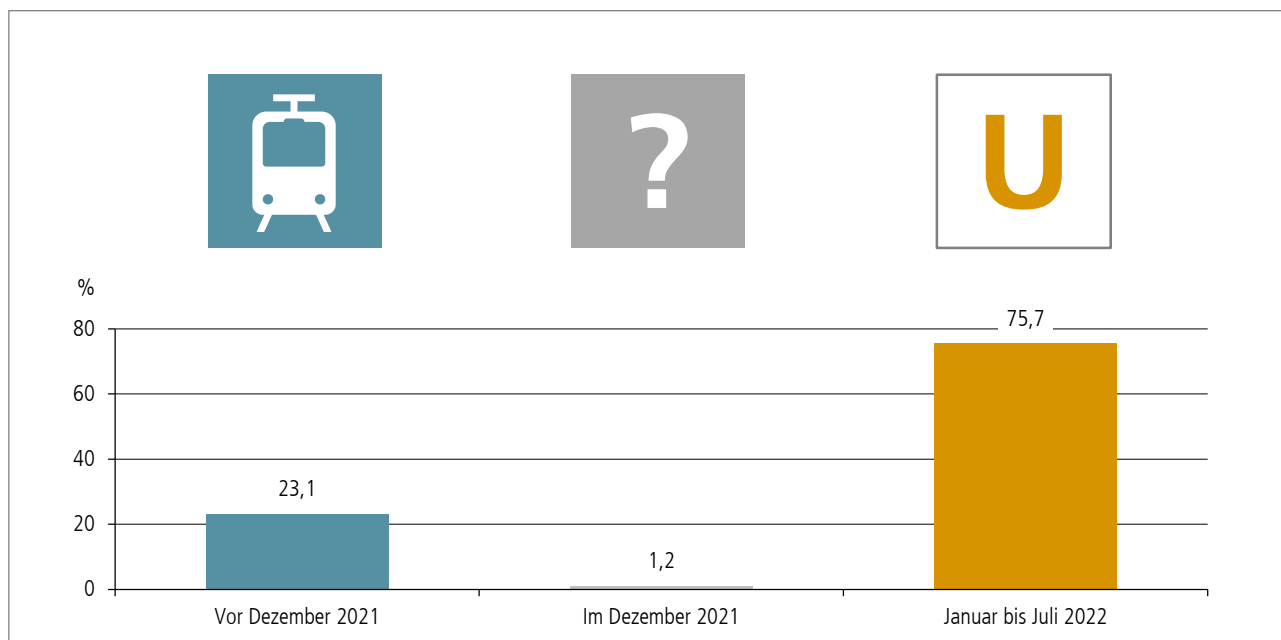
Erstmals wurde neben der Besuchshäufigkeit auch monatsgenau der letztmalige Besuch in der Fächerstadt erfragt. Diese Frage diente vor allem dem Zweck, Einschätzungen und Bewertungen der Regionsbevölkerung dahingehend unterscheiden zu können, ob die Befragten bereits den Ende 2021 eröffneten Stadtbahntunnel mit den sieben unterirdischen Haltestellen erleben konnten. Rund drei Viertel (75,7 %) waren seit der Inbetriebnahme des Stadtbahntunnels, also zwischen Januar 2022 und dem Ende des Befragungszeitraums Ende Juli 2022 das letzte

Mal in Karlsruhe (Abbildung 2.4). Bei 23,1 % liegt der letzte Besuch vor Dezember 2021 und bei 1,2 Prozent datiert der letzte Aufenthalt im Oberzentrum auf Dezember 2021, weswegen keine sichere Zuordnung vorgenommen werden kann. Die höhere Besuchshäufigkeit der jüngeren Regionsbevölkerung spiegelt sich auch hier wider: 88,2 % der Befragten im Alter von 18 bis unter 30 Jahren waren im Jahr 2022 zum Umfragezeitpunkt bereits in Karlsruhe, während dies bei den ab 75-Jährigen nur auf rund zwei Drittel (63,7 %) zutrifft.

Abbildung 2.4

Inbetriebnahme des Stadtbahntunnels und letztmaliger Besuch in Karlsruhe

„Wann waren Sie das letzte Mal in Karlsruhe?“



Basis 1.205 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

2.2 Genutzte Verkehrsmittel

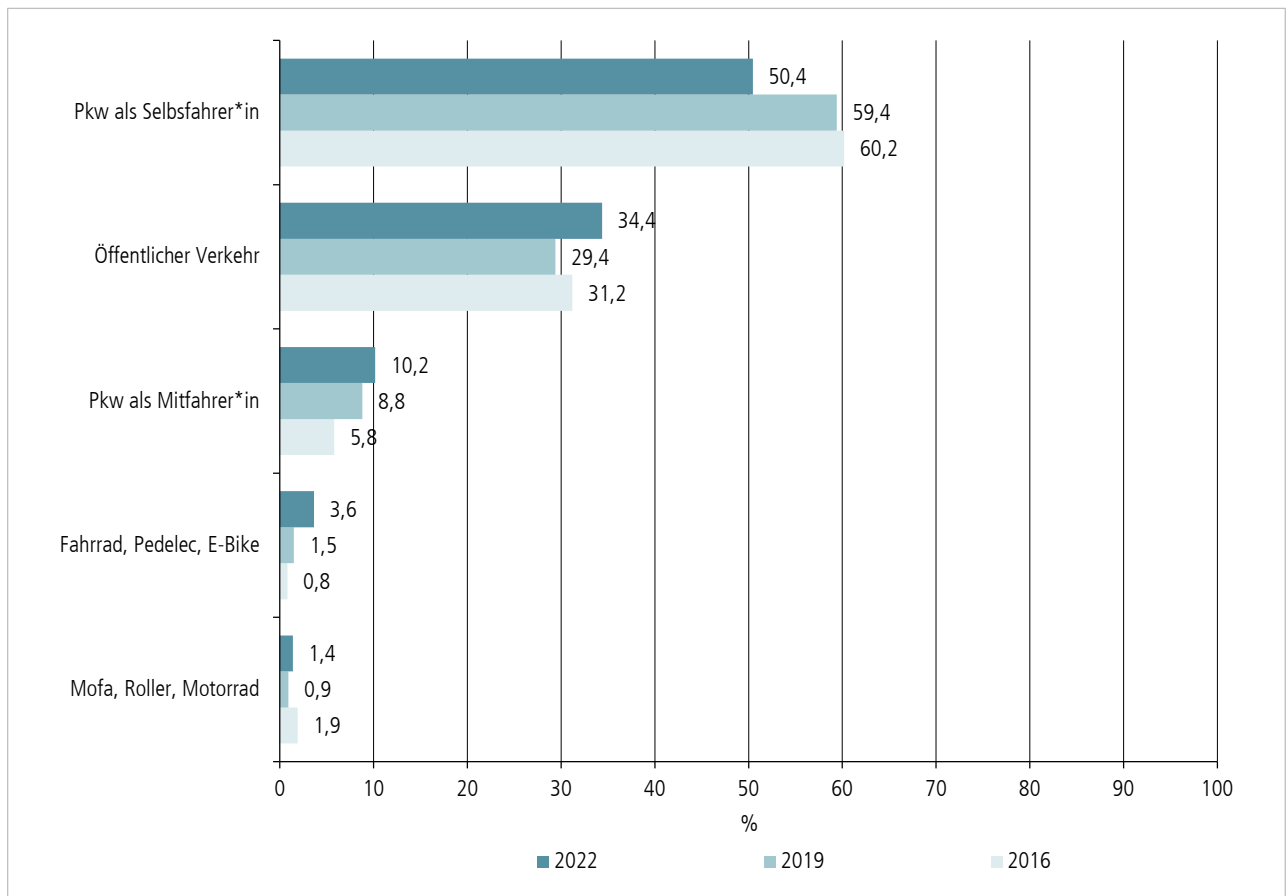
Von denjenigen, die innerhalb der letzten 12 Monate nach Karlsruhe gefahren sind, wurde für die Fahrt in die Fächerstadt überwiegend das Auto genutzt: 50,4 % fahren in der Regel selbst, weitere 10,2 % kommen als Mitfahrer*in. Gut ein Drittel (34,4 %) nutzen öffentliche Verkehrsmittel (Abbildung 2.5). Im Zeitvergleich ist für die Region insgesamt ein Rückgang der Pkw-Anteile zu erkennen. So ist der Anteil

der Pkw-Nutzerinnen und -nutzer von 66,0 % (2016) auf 60,6 % gesunken. Der Anteil der öffentlichen Verkehrsmittel hat gegenüber 2016 (31,2 %) und 2019 (29,4 %) auf nun 34,4 % zugenommen. Der steigende Anteil von mit dem Fahrrad aus der Region einfallenden Bevölkerungsteilen könnte mit der zunehmenden Verbreitung von Elektro-Fahrrädern in Zusammenhang stehen.

Abbildung 2.5

Genutzte Verkehrsmittel bei Fahrten nach Karlsruhe 2016 bis 2022^{TG, MFN}

„Welches Verkehrsmittel benutzen Sie dabei in der Regel?“ | Befragte, die in den letzten zwölf Monaten nach Karlsruhe gefahren sind.



TG Nur Personen, die in den letzten zwölf Monaten nach Karlsruhe gefahren sind.

MFN Mehrfachnennungen möglich. Für die Vergleichbarkeit innerhalb der Zeitreihe wurden die Ergebnisse auf 100 % normiert.

Basen 2022: 1.103 | 2019: 1.097 | 2016: 1.100 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

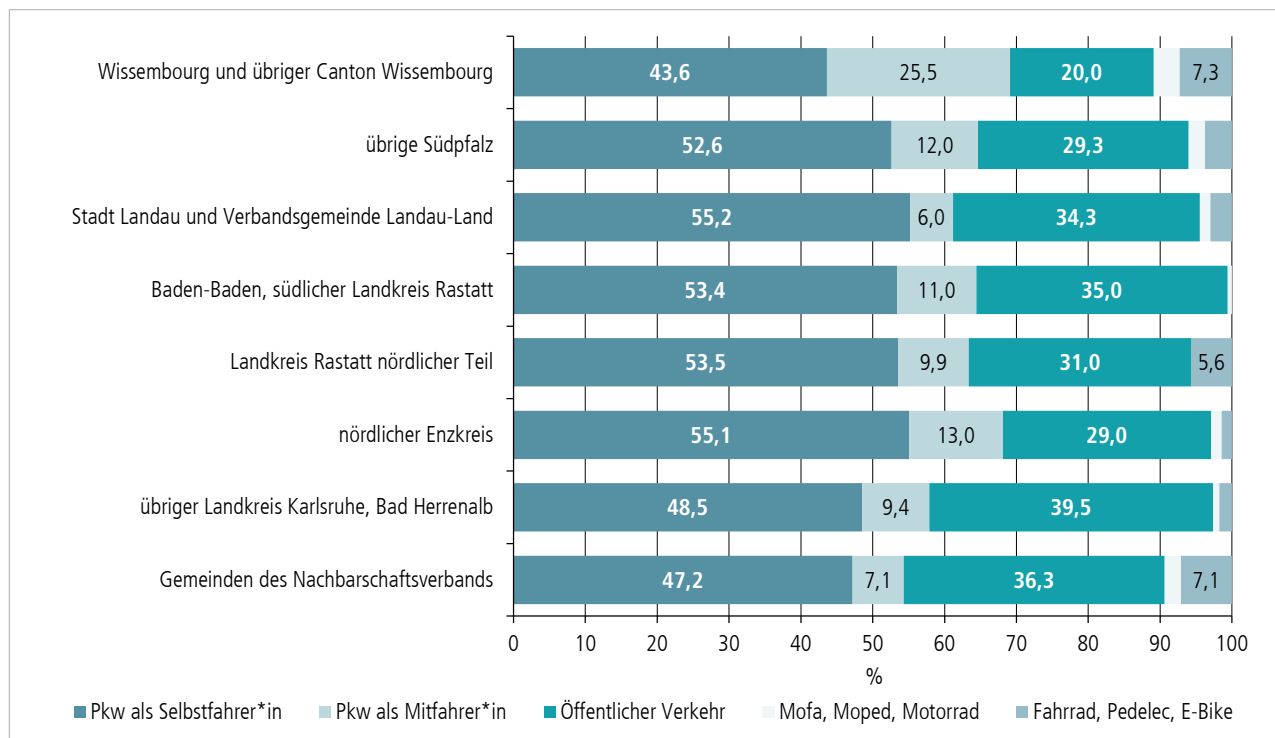
Die Auswertung nach Teilräumen (Abbildung 2.6) macht deutlich, dass der Anteil der Pkw-Nutzer*innen als Selbst- oder Mitfahrer*in im Nachbarschaftsverband Karlsruhe mit 54,3 % am geringsten ist, gefolgt vom übrigen Landkreis Karlsruhe mit Bad Herrenalb (57,9 %). In den anderen Teilräumen der Region liegt der Anteil der Pkw-Nutzer*innen

jeweils zwischen 60 und 70 Prozent. Der Anteil der Nutzer*innen von öffentlichen Verkehrsmitteln ist vor allem in den besonders gut angeschlossenen Gemeinden des Nachbarschaftsverbands (36,3 %) und allen voran im übrigen Landkreis Karlsruhe mit Bad Herrenalb (39,5 %) stark ausgeprägt.

Abbildung 2.6

Genutzte Verkehrsmittel bei Fahrten nach Karlsruhe nach Teilräumen 2022^{TG, MFN}

„Welches Verkehrsmittel benutzen Sie dabei in der Regel?“ | Befragte, die in den letzten zwölf Monaten nach Karlsruhe gefahren sind.



Keine Wertbeschriftungen unter 5 %.

TG Nur Personen, die in den letzten zwölf Monaten nach Karlsruhe gefahren sind.

MFN Mehrfachnennungen möglich. Für die Vergleichbarkeit innerhalb der Zeitreihe wurden die Ergebnisse auf 100 % normiert.

Basis 957 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

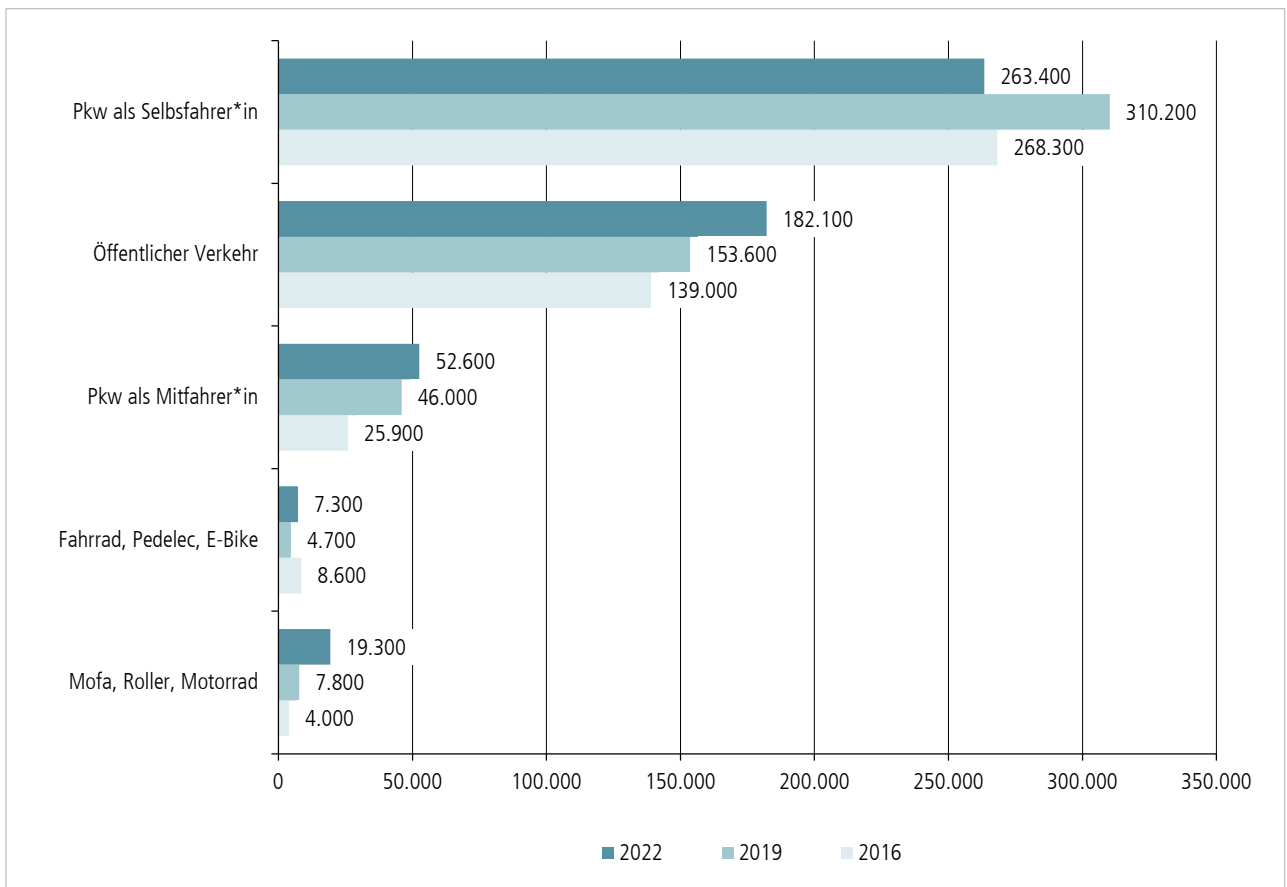
Die hochgerechneten Besucherzahlen des Jahres 2022 nach Verkehrsmitteln zeigen einen Rückgang der mit dem Pkw als Selbstfahrer*in einpendelnden Regionsbevölkerung bei gleichzeitigem Anstieg der Fahrten für alle anderen Verkehrsmittelnutzungen im Vergleich zu den Jahren 2016 und 2019 (Abbildung 2.7). Aktuell fahren aus dem gesamten Untersuchungsgebiet mehr als eine halbe Million Regionsbesucherinnen und Regionsbesucher (524.900)

mindestens einmal pro Monat in die Fächerstadt. Davon fahren rund 263.400 selbst mit dem Pkw, weitere 52.600 nutzen das Auto als Mitfahrer*in. Öffentliche Verkehrsträger werden mindestens einmal monatlich von 182.100 Besucherinnen und Besuchern genutzt. Mit dem Fahrrad (auch E-Bike) kommen monatlich 19.300 und mit Mofa/Roller/Motorrad 7.300 nach Karlsruhe eingefahren.

Abbildung 2.7

Hochgerechnete Besucherzahlen nach Verkehrsmitteln 2016, 2019 und 2022^{TG, MFN}

„Welches Verkehrsmittel benutzen Sie dabei in der Regel?“ | Befragte, die in den letzten zwölf Monaten nach Karlsruhe gefahren sind.



TG Nur Personen, die in den letzten zwölf Monaten nach Karlsruhe gefahren sind.

MFN Mehrfachnennungen möglich. Für die Vergleichbarkeit innerhalb der Zeitreihe wurden die Ergebnisse auf 100 % normiert.

Basen 2022: 957 | 2019: 1.202 | 2016: 953 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

2.3 Besuchs­anlässe

Die Anlässe für die Regionsbevölkerung nach Karlsruhe zu fahren, sind vielfältig. Das Oberzentrum lockt mit zahlreichen Veranstaltungen und Einrichtungen, deren Besuch und Nutzung im Rahmen der Telefoninterviews neben weiteren Angeboten und Aktivitäten in der Stadt einzeln abgefragt wurden. Vor allem das Einkaufen – in der Fußgängerzone (88,0 %) und im Einkaufszentrum Ettlinger Tor (84,4 %) – steht bei fast allen Besucherinnen und Besuchern, die binnen Jahresfrist die Fächerstadt besucht haben, hoch im Kurs. Häufig werden außerdem der Besuch von Schloss/Schlossgarten (75,3 %), Restaurants/Kneipen (71,6 %), Zoo/Stadtpark (69,6 %) oder der Weihnachtsstadt Karlsruhe (zum Beispiel Christkindlesmarkt: 68,9 %) als Anlässe für Fahrten nach Karlsruhe genannt. Der 2019 erstmals abgefragte Besuch von Events auf dem Schlossplatz, wie etwa die Schlosslichtspiele, wird mit 53,5 % von mehr als der Hälfte der Befragten als Unternehmung genannt.

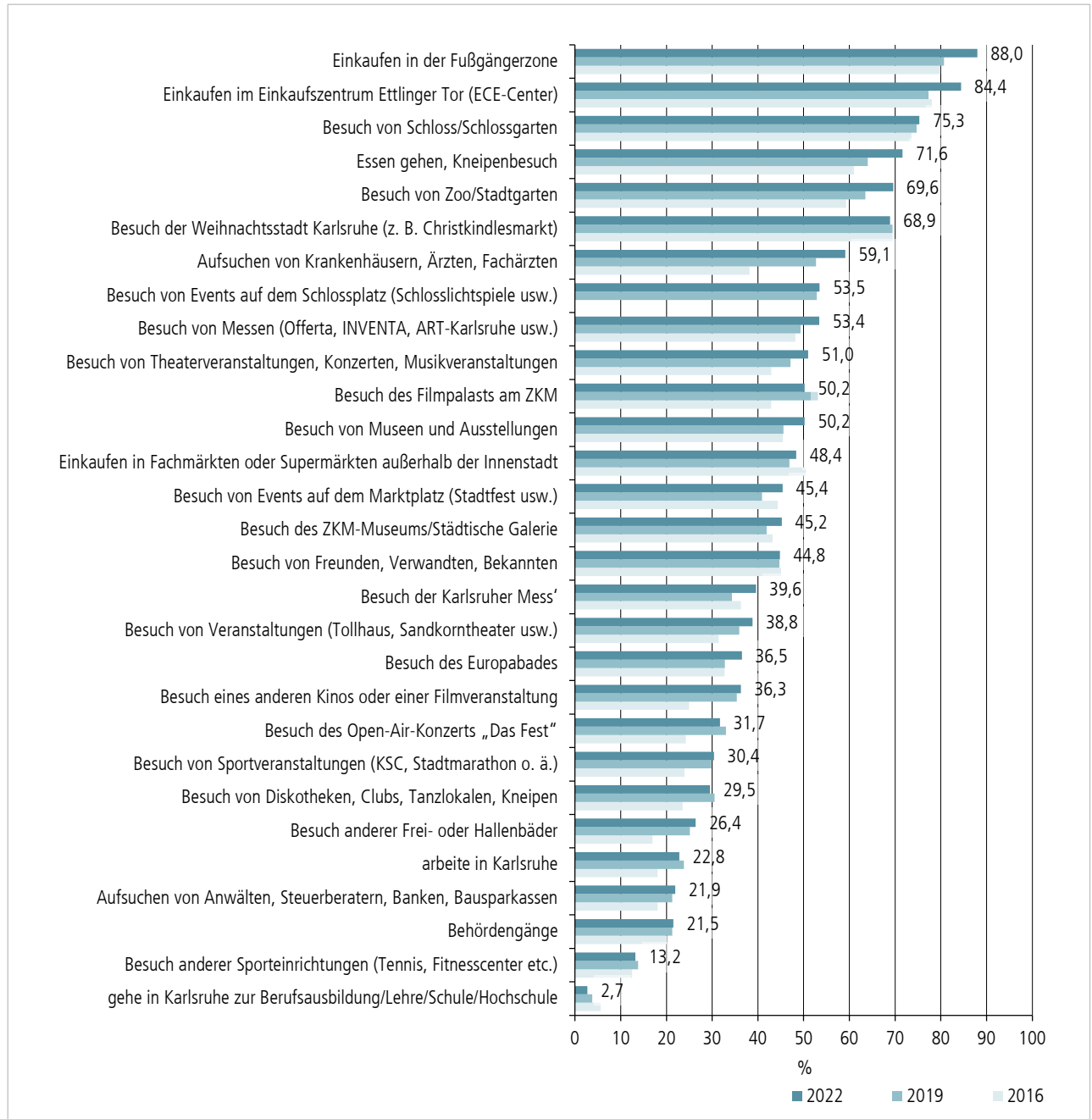
In Abbildung 2.8 sind die Anlässe im Zeitvergleich seit 2016 dargestellt, wobei innerhalb der letzten drei Jahre vor allen Dingen Essen gehen/Kneipenbesuch (+ 7,6 Prozentpunkte) sowie das Einkaufen in der Fußgängerzone und im Einkaufszentrum Ettlinger Tor (+ 7,3 beziehungsweise + 7,1 Prozentpunkte) an Relevanz gewinnen konnten. Verhältnismäßig fallen zusätzlich der Besuch der Karlsruher Mess' (+ 15,5 %), das Aufsuchen von Krankenhäusern und (Fach-)Ärztinnen und Ärzten (+ 12,1 %), sowie der Besuch des Europabades (+ 11,3 %) durch vermehrte Nennungen auf.



Abbildung 2.8

Besuchsanlässe 2016, 2019 und 2022^{TG, MFN}

„Denken Sie einmal daran, was Sie im Laufe eines Jahres bei einem Besuch in Karlsruhe so alles unternehmen oder erledigen. Sagen Sie mir bei den folgenden Dingen jeweils einfach „ja“ oder „nein“, ob das auf Sie zutrifft.“



Wertbeschriftungen nur für das Jahr 2022.

TG Nur Personen, die in den letzten zwölf Monaten nach Karlsruhe gefahren sind.

MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summe ungleich 100 %.

Basen 2022: 951 | 2019: 951 | 2016: 697 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

Die Anlässe für Fahrten nach Karlsruhe unterscheiden sich dabei deutlich in Abhängigkeit des Alters der befragten Regionsbevölkerung (Tabelle 2.2). In der Gruppe der 18- bis unter 30-Jährigen werden die Besuchsanlässe Essen gehen, Kneipenbesuch (79,8 %), Besuch von Freunden, Verwandten, Bekannten (57,7 %), sowie der Besuch des Europabades (53,6 %) und von Diskotheken/Clubs (51,8 %) überdurchschnittlich häufig genannt.

Mit zunehmendem Alter abnehmende Besuchsanteile lassen sich vor allem für Diskotheken/Clubs, Europabad, andere Frei- und Hallenbäder sowie für Sporteinrichtungen feststellen. Dagegen werden Theaterveranstaltungen, Konzerte, Musikveranstaltungen, medizinische Einrichtungen und Messen mit zunehmendem Alter zu größeren Anteilen besucht. Hervorzuheben ist außerdem, dass sich im Hinblick auf Einkaufen in der Fußgängerzone, Besuche von Schloss, Schlossgarten und Events auf dem Schlossplatz sowie der Besuch des Weihnachtsmarktes keine altersabhängigen Muster abzeichnen und diese Attraktionen für nahezu alle Altersgruppen gleichermaßen attraktiv sind.

Tabelle 2.2

Besuchsanlässe nach Geschlecht und Alter 2022^{TG, MFN}

„Denken Sie einmal daran, was Sie im Laufe eines Jahres bei einem Besuch in Karlsruhe so alles unternehmen oder erledigen. Sagen Sie mir bei den folgenden Dingen jeweils einfach „ja“ oder „nein“, ob das auf Sie zutrifft?“ – Befragte, die in den letzten zwölf Monaten nach Karlsruhe gefahren sind.	Befragte insgesamt	davon		davon im Alter von				
		männlich	weiblich	18 bis unter 30 Jahre	30 bis unter 45 Jahre	45 bis unter 60 Jahre	60 bis unter 75 Jahre	75 Jahre und älter
				Anteile in Spaltenprozent				
Einkaufen in der Fußgängerzone	88,0	87,6	88,4	86,9	87,7	88,7	87,6	91,7
Einkaufen im Einkaufszentrum Ettlinger Tor (ECE-Center)	84,4	83,6	85,3	88,1	87,7	86,9	79,5	66,7
Besuch von Schloss/Schlossgarten	75,3	73,5	77,1	74,4	67,0	78,5	77,4	89,6
Essen gehen, Kneipenbesuch	71,6	72,4	70,8	79,8	77,5	73,4	61,5	54,2
Besuch Zoo/Stadtpark	69,6	69,5	69,7	60,1	72,7	71,5	68,8	81,3
Besuch der Weihnachtsstadt Karlsruhe	68,9	66,3	71,4	69,6	64,8	71,2	67,5	79,2
Aufsuchen von Krankenhäusern, Ärzten, Fachärzten	59,1	56,6	61,6	41,7	51,1	69,7	64,1	72,9
Besuch von Events auf dem Schlossplatz (Schlosslichtspiele usw.)	53,5	55,6	51,5	54,8	48,0	57,7	54,3	47,9
Besuch von Messen (Offerta, INVENTA, ART-Karlsruhe usw.)	53,4	53,5	53,4	39,3	52,0	55,5	62,0	56,3
Besuch von Theaterveranstaltungen, Konzerten, Musikveranstaltungen	51,0	49,3	52,7	32,1	41,9	60,2	59,4	66,7
Besuch von Museen und Ausstellungen	50,2	51,2	49,2	39,3	44,9	54,0	54,3	70,8
Besuch des Filmpalasts am ZKM	50,2	49,9	50,4	56,0	53,7	58,4	37,6	27,1
Einkaufen in Fachmärkten oder Supermärkten außerhalb der Innenstadt	48,4	52,8	43,9	50,0	55,1	47,8	42,3	43,8
Besuch von Events auf dem Marktplatz (Stadtfest usw.)	45,4	47,6	43,3	53,0	44,5	43,1	44,9	39,6
Besuch des ZKM-Museums/Städtische Galerie	45,2	45,5	45,0	41,1	37,4	51,8	46,2	54,2
Besuch von Freunden, Verwandten, Bekannten	44,8	47,4	42,2	57,7	43,2	43,1	41,5	33,3
Besuch der Karlsruher Mess'	39,6	42,5	36,8	49,4	41,4	37,2	35,0	33,3
Besuch von Veranstaltungen im Alten Schlachthof, Tollhaus, Sandkorntheater usw.	38,8	40,2	37,4	27,4	30,8	48,5	45,7	27,1
Besuch des Europabades	36,5	38,1	34,9	53,6	49,3	32,8	20,5	14,6
Besuch eines anderen Kinos oder einer Filmveranstaltung	36,3	34,3	38,2	36,9	33,5	44,2	32,1	22,9
Besuch des Open-Air-Konzerts „Das Fest“	31,7	31,8	31,5	35,7	36,6	35,8	24,4	6,3
Besuch von Sportveranstaltungen	30,4	38,1	22,7	35,7	31,7	32,8	25,2	16,7
Besuch von Diskotheken, Clubs, Tanzlokalen, Kneipen	29,5	29,5	29,6	51,8	38,8	25,9	15,0	---
Besuch anderer Frei- oder Hallenbäder	26,4	27,4	25,4	39,3	35,2	23,0	15,0	14,6
arbeite in Karlsruhe	22,8	24,6	21,0	23,2	30,8	32,8	7,7	---
Aufsuchen von Anwälten, Steuerberatern, Banken, Bausparkassen	21,9	24,0	19,7	25,0	15,9	26,3	18,8	29,2
Behördengänge	21,5	22,7	20,2	25,0	22,9	19,0	22,6	10,4
Besuch anderer Sporteinrichtungen	13,2	16,4	10,1	25,6	12,8	15,0	4,7	4,2
Besuch anderer Einrichtungen	5,2	5,5	4,8	1,2	3,1	7,7	6,4	8,3
gehe in Karlsruhe zur Berufsausbildung/Lehre/Schule/Hochschule	2,7	3,4	2,1	14,3	0,4	0,4	---	---

TG Nur Personen, die in den letzten zwölf Monaten nach Karlsruhe gefahren sind.

MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summe ungleich 100 %.

Basis 951 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

Die Auswertung nach Einkommensklassen legt weitere interessante Details bezüglich der Besuchsansätze der Regionsbevölkerung offen. Dabei zeigt sich, dass Aktivitäten die ohne Eintrittsgelder zugänglich sind, vor allem in den unteren Einkommensklassen Anklang finden, während der Besuch von Messen sowie kulturellen Veranstaltungen oder Einrichtungen wie Museen, Theater und Kinos gerade bei besser situierten Befragten zum jährlichen Besuchsspektrum gehören.

Bezüglich des Besuchsverhaltens nach Teilräumen lässt sich feststellen, dass vor allem Bewohner*innen der Gemeinden des Nachbarschaftsverbandes zum Aufsuchen von Krankenhäusern, Ärzten, Fachärzten (77,8 %) nach Karlsruhe kommen.

Die Regionsbevölkerung aus den direkt umliegenden Städten und Gemeinden arbeitet mit 28,9 % überdurchschnittlich häufig in Karlsruhe und kommt binnen Jahresfrist relativ oft zum Aufsuchen von Anwälten, Steuerberatern, Banken, Bausparkassen (34,0 %) oder für Behördengänge (33,0 %) in die Stadt (Tabelle 2.3).

Bei Besucherinnen und Besuchern aus Wissembourg und dem übrigen Canton Wissembourg treten die meisten Besuchsansätze deutlich in den Hintergrund. Eine hohe grenzübergreifende Anziehungskraft übt die Karlsruher Bäderlandschaft mit dem Europabad (65,8 %) und anderen Frei- oder Hallenbädern (50,0 %) aus.

Tabelle 2.3
Besuchsansätze nach Teilräumen 2022^{TG, MFN}

„Denken Sie einmal daran, was Sie im Laufe eines Jahres bei einem Besuch in Karlsruhe so alles unternehmen oder erledigen. Sagen Sie mir bei den folgenden Dingen jeweils einfach „ja“ oder „nein“, ob das auf Sie zutrifft?“ – Befragte, die in den letzten zwölf Monaten nach Karlsruhe gefahren sind.	Befragte insgesamt	davon aus								
		Gemeinden des Nachbarschaftsverbands	übriger Landkreis Karlsruhe, Bad Herrenalb	nördlicher Enzkreis	Landkreis Rastatt nördlicher Teil	Baden-Baden, südlicher Landkreis Rastatt	Stadt Landau und VG Landau-Land	übrige Südpfalz	Wissembourg und übriger Canton Wissembourg	
		in Prozent								
Einkaufen in der Fußgängerzone	88,0	89,7	87,9	81,8	91,2	86,8	86,0	87,7	86,8	
Einkaufen im Einkaufszentrum Ettlinger Tor (ECE-Center)	84,4	84,5	84,9	80,0	83,2	88,4	74,0	88,7	78,9	
Besuch von Schloss/Schlossgarten	75,3	82,0	76,6	78,2	73,5	75,2	72,0	69,8	55,3	
Essen gehen, Kneipenbesuch	71,6	73,2	67,9	70,9	72,6	79,1	74,0	66,0	76,3	
Besuch Zoo/Stadtgarten	69,6	66,0	66,8	70,9	75,2	80,6	68,0	66,0	63,2	
Besuch der Weihnachtsstadt Karlsruhe	68,9	76,3	68,7	65,5	72,6	66,7	64,0	61,3	60,5	
Aufsuchen von Krankenhäusern, Ärzten, Fachärzten	59,1	77,8	59,2	43,6	58,4	48,1	40,0	66,0	31,6	
Besuch von Events auf dem Schlossplatz (Schlosslichtspiele usw.)	53,5	62,4	52,1	49,1	60,2	52,7	34,0	52,8	36,8	
Besuch von Messen (Offerta, INVENTA, ART-Karlsruhe usw.)	53,4	55,2	55,5	52,7	61,9	54,3	32,0	51,9	36,8	
Besuch von Theater-/Musikveranstaltungen, Konzerten	51,0	58,8	52,8	40,0	54,0	49,6	34,0	50,0	36,8	
Besuch von Museen und Ausstellungen	50,2	56,7	49,8	38,2	51,3	51,2	42,0	51,9	36,8	
Besuch des Filmpalasts am ZKM	50,2	66,0	43,4	47,3	54,9	47,3	36,0	51,9	28,9	
Einkaufen in Fach-/ oder Supermärkten außerhalb der Innenstadt	48,4	58,2	45,3	27,3	48,7	42,6	44,0	56,6	52,6	
Besuch von Events auf dem Marktplatz (Stadtfest usw.)	45,4	50,0	42,3	41,8	55,8	43,4	44,0	42,5	36,8	
Besuch des ZKM-Museums/Städtische Galerie	45,2	52,6	43,4	38,2	46,0	45,7	38,0	47,2	31,6	
Besuch von Freunden, Verwandten, Bekannten	44,8	51,0	45,7	36,4	43,4	46,5	38,0	42,5	34,2	
Besuch der Karlsruher Mess'	39,6	37,6	43,0	43,6	45,1	39,5	20,0	37,7	36,8	
Besuch von Veranstaltungen im Alten Schlachthof, Tollhaus, Sandkorntheater usw.	38,8	51,5	38,1	32,7	39,8	38,0	18,0	36,8	21,1	
Besuch des Europabades	36,5	35,1	34,3	38,2	41,6	37,2	28,0	31,1	65,8	
Besuch eines anderen Kinos oder einer Filmveranstaltung	36,3	49,5	32,5	20,0	32,7	40,3	24,0	39,6	21,1	
Besuch des Open-Air-Konzerts „Das Fest“	31,7	33,5	30,2	30,9	31,0	38,0	22,0	32,1	26,3	
Besuch von Sportveranstaltungen	30,4	31,4	26,4	30,9	36,3	38,8	20,0	28,3	26,3	
Besuch von Diskotheken, Clubs, Tanzlokalen, Kneipen	29,5	29,4	27,2	27,3	31,9	34,9	34,0	25,5	31,6	
Besuch anderer Frei- oder Hallenbäder	26,4	30,4	26,0	21,8	28,3	20,2	14,0	25,5	50,0	
arbeite in Karlsruhe	22,8	28,9	23,0	21,8	16,8	19,4	14,0	26,4	23,7	
Aufsuchen von Anwälten/Steuerberatern/Banken/Bausparkassen	21,9	34,0	20,0	12,7	19,5	15,5	8,0	25,5	23,7	
Behördengänge	21,5	33,0	25,3	20,0	17,7	10,9	12,0	14,2	18,4	
Besuch anderer Sporteinrichtungen	13,2	16,5	11,7	5,5	13,3	18,6	6,0	11,3	15,8	
Besuch anderer Einrichtungen	5,2	10,8	4,2	1,8	2,7	5,4	---	2,8	7,9	
gehe in Karlsruhe zur Berufsausbildung/Lehre/Schule/Hochschule	2,7	3,1	1,1	---	2,7	3,1	4,0	6,6	2,6	

TG Nur Personen, die in den letzten zwölf Monaten nach Karlsruhe gefahren sind.

MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summe ungleich 100 %.

Basis 951 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

2.4 Auswirkungen der COVID-19-Pandemie

Die Anfang 2020 in Europa beginnende COVID-19-Pandemie beeinflusst nahezu sämtliche Lebensbereiche und hat unter anderem das Mobilitätsverhalten sowie das Einkaufsverhalten der Bevölkerung phasenweise sehr stark geprägt.

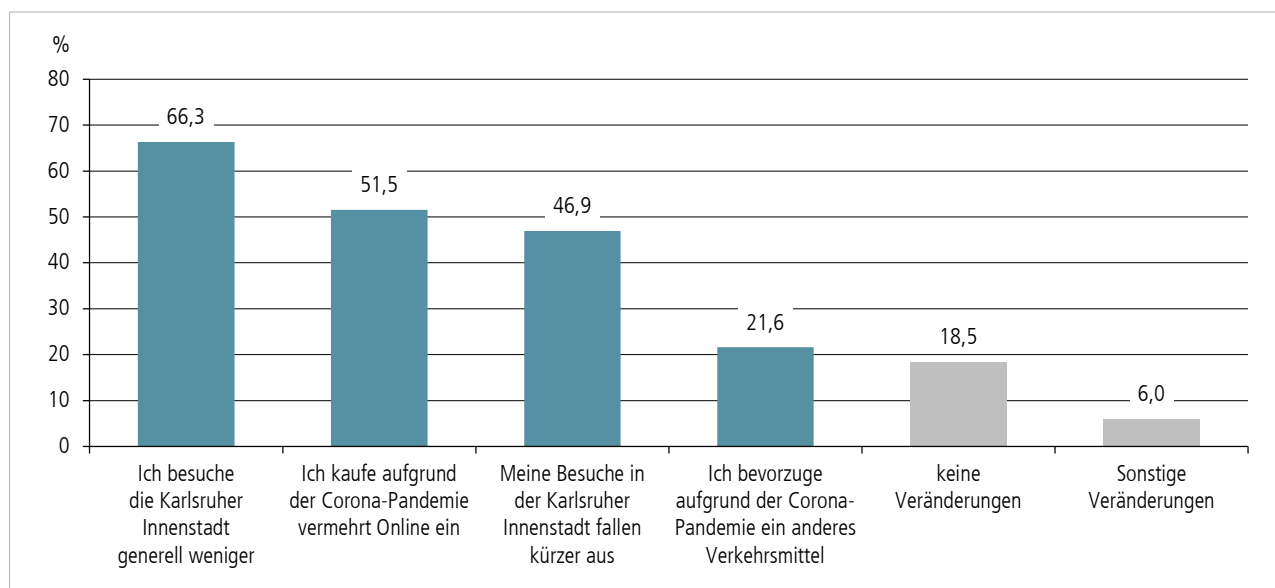
Der Interview-Zeitraum der Regionsumfrage fiel trotz sommerlicher Temperaturen im Juni und Juli 2022 in eine als „Sommer-Welle“ bezeichnete Phase mit in Deutschland, Karlsruhe und Umgebung steigenden Infektionszahlen. Obwohl rund zwei Jahre nach Beginn der Pandemie zahlreiche Einschränkungen für Handel und Gastronomie aufgehoben waren, lassen sich Verhaltensänderungen bei der Regionsbevölkerung beobachten. Die häufigsten Auswirkungen stellen eine Reduktion der Besuchshäufigkeit der City, Verkürzung der Aufenthalte sowie verstärkte Nutzung anderer Einkaufskanäle dar.

Zwei Drittel der Regionsbevölkerung (66,3 %) geben an, aufgrund der Corona-Pandemie die Karlsruher Innenstadt generell weniger zu besuchen (Abbildung 2.9). Jeweils rund die Hälfte kaufen Corona-bedingt vermehrt im Internet ein (51,1 %) oder geben an, die Besuche in der Karlsruher Innenstadt aufgrund der Pandemie kürzer zu halten (46,9 %). Lediglich knapp ein Fünftel (18,5 %) berichten davon, das Einkaufsverhalten aufgrund von Corona nicht verändert zu haben. Unter den 5,9 % der Befragten, die sonstige Veränderungen angeben, finden sich vor allem Aussagen dazu, dass generell weniger eingekauft wird (40,3 % der sonstigen Aussagen). Daneben erklären manche, dass generell mehr Vorsicht an den Tag gelegt wird und volle Läden oder Menschenansammlungen gemieden werden (16,4 % der sonstigen Aussagen), zum Einkaufen nun eine Gesichtsmaske getragen wird oder aber Läden gemieden werden, in denen Maske getragen werden muss (13,4 % beziehungsweise der sonstigen Aussagen).

Abbildung 2.9

Veränderungen im Einkaufsverhalten durch die COVID-19-Pandemie^{MFN}

„Wie hat sich Ihr Einkaufsverhalten aufgrund der Corona-Pandemie verändert?“



MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summe ungleich 100 %.

Basis 1.205 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

Die Zugehörigkeit zu einer altersdefinierten Risikogruppe schlägt sich in den geäußerten Auswirkungen der Corona-Pandemie nieder: Bei den Befragten im Alter von 75 Jahren oder älter ist es nur ein Neuntel (11,3 %), das sich im Einkaufsverhalten nicht als beeinflusst beschreibt. In dieser

Altersgruppe ist gleichzeitig der Anteil derjenigen, die angeben, generell seltener in die Karlsruher Innenstadt zu fahren, mit 78,8 % am ausgeprägtesten. Vermehrtes Online-Shopping nennen unter den ältesten Befragten 25,0 % als Konsequenz der Corona-Pandemie.

3. Image von Karlsruhe in der Region

3.1 Spontane Assoziationen zu Karlsruhe

Die Eingangsfrage, die zu Beginn der rund 1.200 Telefon-Interviews gestellt wurde, zielt auf spontane Assoziationen zu Karlsruhe ab: „Wenn Sie Karlsruhe beschreiben sollen, was fällt Ihnen da spontan ein?“. Dabei ist das Baugeschehen nach wie vor das am stärksten mit Karlsruhe in Zusammenhang gebrachte Attribut in der Region. So nennen 43,5 % der Regionsbevölkerung die Stichworte Baustellen, Staus, Chaos, Verkehrsprobleme, Umleitungen. An zweiter Stelle folgen Schloss, Schlossgarten, Botanischer Garten mit 34,7 %. Jeweils rund ein Fünftel denken bei der Beschreibung Karlsruhes an gute Einkaufsmöglichkeiten, Kaiserstraße, ECE-Center (21,7 %) sowie an den Zoo oder Stadtgarten (20,7 %). Weitere Assoziationen können inklusive Zeitvergleichen aus Abbildung 3.1 entnommen werden.

Im Zeitverlauf lassen sich einige, teils deutliche Entwicklungen der spontanen Assoziationen mit Karlsruhe erkennen. Vor allem fällt zunächst auf, dass die Häufigkeit der Nennung von Baustellen, Staus, Chaos, Verkehrsproblemen, Umleitungen in den letzten drei Jahren wieder zugenommen hat (auf 43,5 %), nachdem sie zuletzt zwischen 2016 (61,0 %) und 2019 (30,0 %) deutlich gesunken war. Doch auch positive Aspekte in Bezug auf den Verkehr werden als „gutes Verkehrsnetz, guter ÖPNV“ mit 12,4 % häufiger genannt als noch vor drei Jahren (4,2 %). Den ruhenden Verkehr einbeziehende Nennungen zu „schlechte Parkmöglichkeiten, schlechte Erreichbarkeit“ kommen den Befragten mit 16,8 % deutlich häufiger in den Sinn als 2019 (1,8 %). Der Themenkomplex Mobilität und Verkehr wird mit dem Ende 2021 eröffneten Stadtbahntunnel mit darin verkehrender Straßenbahn – die von der Regionsbevölkerung auch U-Bahn genannt wird –

komplettiert, der von 10,8 % der Befragten spontan mit Karlsruhe assoziiert wird. Zahlreiche mit der Realisierung der Kombilösung verknüpfte Umbau- und Abschlussarbeiten in der zentralen Innenstadt hatten auch Einfluss auf die Zugänglichkeit und Bespielungsmöglichkeiten des Marktplatzes, der nach rund sieben Jahren Bauzeit Ende 2020 wiedereröffnet wurde. In der Folge werden Marktplatz und Pyramide im Jahr 2022 von 12,7 % der Befragten genannt, nachdem dieser Wert in den letzten Jahren stets um die fünf Prozent lag. Die häufigere Nennung von Bundesgerichtshof und Bundesverfassungsgericht (2022: 13,2 %, 2019: 3,1 %) könnte mit Medienberichten um den 70. Geburtstag des Bundesverfassungsgerichts im Jahr 2021 sowie mit der viel diskutierten Überlegung, ein Forum Recht in Karlsruhe (und parallel dazu in Leipzig) zu installieren, in Zusammenhang stehen.

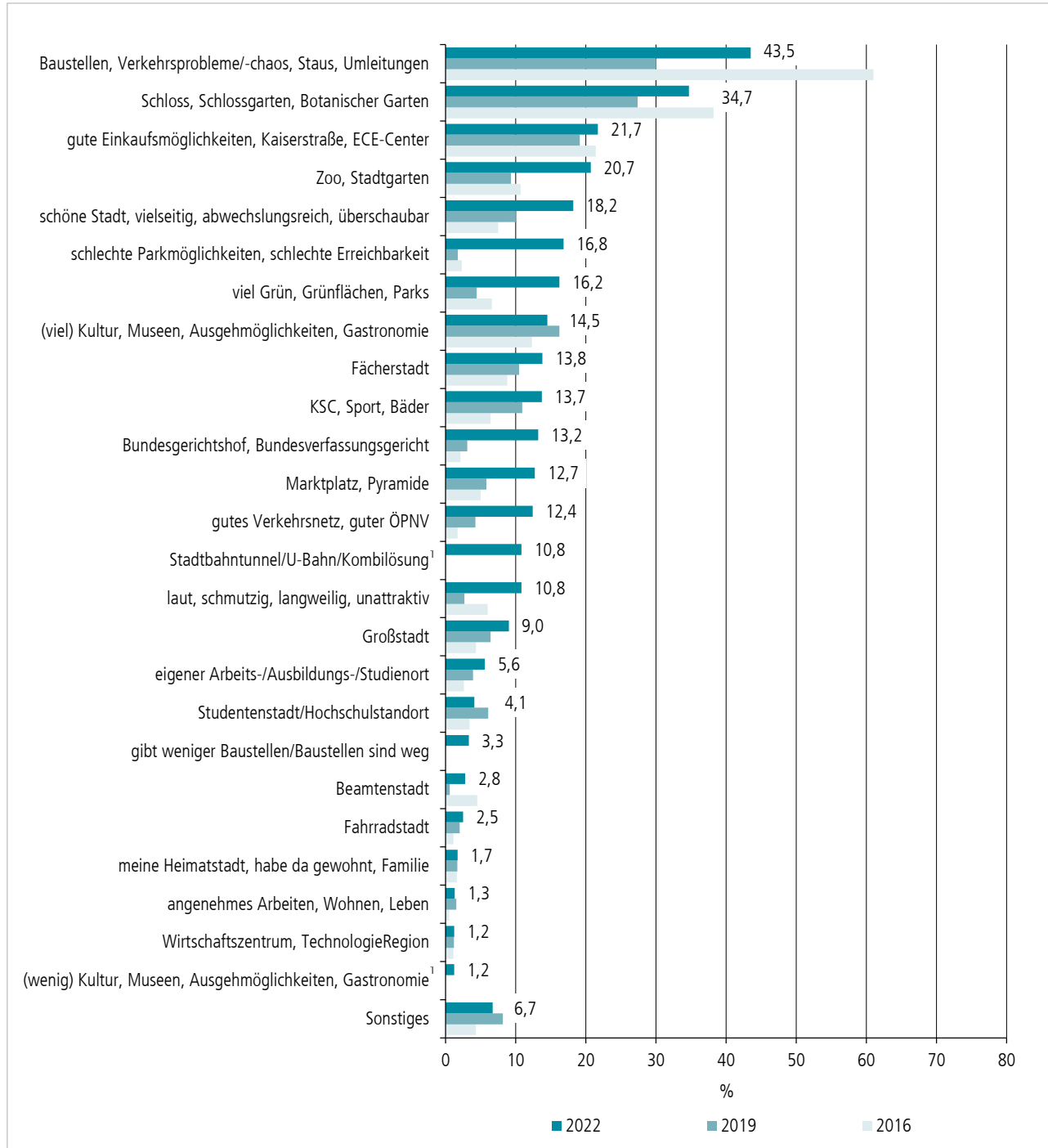
Insgesamt ist die Reihenfolge der drei häufigsten spontanen Nennungen gleichgeblieben, doch auch Schloss, Schlossgarten, Botanischer Garten (2022: 34,7 %, 2019: 27,4 %) und gute Einkaufsmöglichkeiten (2022: 21,7 %, 2019: 19,1 %) werden etwas häufiger genannt als noch vor drei Jahren. Durch anteilig häufigere Nennungen fällt vor allem der Zoo/Stadtgarten mit rund 20 Prozent gegenüber der Regionsumfrage im Jahr 2019 (9,3 %) auf. Auch die Beschreibungen „schöne Stadt, vielseitig abwechslungsreich, überschaubar“ (18,2 %; 2019: 10,0 %) sowie „viel Grün, Grünflächen, Parks“ (16,2 %; 2019: 4,4 %) kamen im Vergleich zu 2019 vermehrt zur Sprache.



Abbildung 3.1

Spontane Assoziationen zu Karlsruhe 2016, 2019 und 2022^{MFN}

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



¹ Erstmals 2022 genannt.

MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summe ungleich 100 %.

Basen 2022: 1.205 | 2019: 951 | 2016: 697 Befragte mit mindestens einer Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

Unterschieden nach der Besuchshäufigkeit in Karlsruhe werden manche Aspekte besonders hervorgehoben. Täglich oder mehrmals wöchentlich Besuchende assoziieren oft Baustellen und Verkehrsprobleme (56,5 %), aber auch viel Grün, Grünflächen und Parks (23,8 %) mit Karlsruhe. Außerdem wird von diesen besonders häufig einfahrenden Besucher*innen oft der neue Stadtbahntunnel/U-Bahn/Kombilösung (20,4 %) spontan genannt und/oder Karlsruhe stellt für die Befragten den eigenen Arbeits-/Ausbildungs- oder Studienort (16,3 %) dar.

In Tabelle 3.1 sind die Assoziationen mit Karlsruhe getrennt nach Geschlecht und Alter der Befragten dargestellt. Zwischen Frauen und Männern zeigen sich dabei nur geringe Unterschiede. Jedoch teilen die Befragten im Alter von 18 bis unter 30 Jahren besonders umfangreich Assoziationen zu Karlsruhe mit. Überdurchschnittlich oft nennen die jüngsten Befragten dabei die Baustellen und Verkehrsprobleme (55,9 %), schlechte Parkmöglichkeiten/Erreichbarkeit (26,3 %) oder führen den KSC/Sport/Bäder (25,8 %) an, wenn sie

Karlsruhe beschreiben sollen. Ebenso überdurchschnittlich häufig empfinden die 18 bis unter 30 Jahre alten Regionsbewohner*innen Karlsruhe als schöne Stadt, vielseitig, abwechslungsreich, überschaubar (25,8 %). Etwas weniger als ein Viertel der Befragten schildert die Fächerstadt als laut, schmutzig, langweilig oder unattraktiv (23,7 %).

Im Vergleich zu den noch vor drei Jahren festgestellten Unterschieden nach Alter der Befragten bei Assoziationen mit Karlsruhe fällt auf, dass Schloss, Schlossgarten und Botanischer Garten bei den jüngeren Befragten einen Bedeutungszuwachs erfahren haben und mittlerweile in allen Altersgruppen unter 75 Jahren ähnlich häufig genannt werden (zwischen 34,4 % im Alter von 60 bis unter 75 Jahren und 38,6 % von den 45 bis unter 60 Jahre alten Besucher*innen). Vor drei Jahren erwähnten unter den 18- bis unter 30-Jährigen nur unterdurchschnittliche 19,8 % das Karlsruher Schloss, aktuell sind es 34,9 %.

Tabelle 3.1

Spontane Assoziationen zu Karlsruhe nach Geschlecht und Alter 2022^{MFN}

„Wenn Sie Karlsruhe beschreiben sollen, was fällt Ihnen da spontan ein?“	Befragte insgesamt	davon		davon				
		Männlich	Weiblich	18 bis unter 30 Jahre	30 bis unter 45 Jahre	45 bis unter 60 Jahre	60 bis unter 75 Jahre	75 Jahre und älter
		Anteile in Spaltenprozent						
Baustellen, Verkehrsprobleme/-chaos, Staus, Umleitungen	43,5	39,9	47,0	55,9	53,5	42,5	36,2	15,0
Schloss, Schlossgarten, Botanischer Garten	34,7	33,5	35,9	34,9	32,1	38,6	34,4	27,5
gute Einkaufsmöglichkeiten, Kaiserstraße, ECE-Center	21,7	19,6	23,8	25,3	25,1	20,7	19,2	17,5
Zoo, Stadtgarten	20,7	18,3	23,0	28,0	26,9	16,2	18,9	8,8
schöne Stadt, vielseitig, abwechslungsreich, überschaubar	18,2	18,9	17,4	25,8	19,2	15,0	15,6	21,3
schlechte Parkmöglichkeiten, schlechte Erreichbarkeit	16,8	17,1	16,6	26,3	22,1	14,7	10,8	11,3
viel Grün, Grünflächen, Parks	16,2	17,4	15,0	23,1	19,2	14,1	14,4	6,3
(viel) Kultur, Museen, Ausgelmöglichkeiten, Gastronomie	14,5	14,1	15,0	14,0	17,3	16,2	11,1	13,8
Fächerstadt	13,8	15,1	12,5	9,7	14,4	13,2	16,8	11,3
KSC, Sport, Bäder	13,7	15,9	11,5	25,8	19,9	11,4	6,6	3,8
Bundesgerichtshof, Bundesverfassungsgericht	13,2	12,4	14,0	17,2	14,4	11,7	13,2	6,3
Marktplatz, Pyramide	12,7	11,9	13,5	17,2	15,9	12,3	9,3	7,5
gutes Verkehrsnetz, guter ÖPNV	12,4	13,7	11,2	21,0	14,4	12,0	8,4	5,0
Stadtbahntunnel/U-Bahn/Kombilösung	10,8	10,9	10,7	18,3	10,3	11,1	7,8	6,3
laut, schmutzig, langweilig, unattraktiv	10,8	10,6	11,0	23,7	14,4	7,5	5,1	6,3
Großstadt	9,0	11,2	6,7	16,7	11,1	6,6	6,6	3,8
eigener Arbeits-/Ausbildungs-/Studienort	5,6	5,4	5,8	9,1	6,6	6,3	2,7	2,5
Studentenstadt/Hochschulstandort	4,1	4,4	3,9	4,8	3,7	4,8	3,6	3,8
gibt weniger Baustellen/ Baustellen sind weg	3,3	3,2	3,5	5,4	4,4	3,3	1,5	2,5
Beamtenstadt	2,8	3,7	2,0	3,2	1,1	3,0	3,9	2,5
Fahrradstadt	2,5	2,2	2,8	2,7	1,5	3,3	3,0	---
meine Heimatstadt, habe da gewohnt, Familie	1,7	2,3	1,2	2,2	2,2	2,1	1,2	---
angenehmes Arbeiten, Wohnen, Leben	1,3	1,2	1,5	---	0,4	1,8	2,4	1,3
Wirtschaftszentrum, TechnologieRegion	1,2	1,3	1,0	1,6	1,1	1,2	0,9	1,3
(wenig) Kultur, Museen, Ausgelmöglichkeiten, Gastronomie	1,2	1,0	1,3	3,8	---	0,9	1,2	0,0
Sonstiges	6,7	6,9	6,6	3,8	4,8	8,1	7,5	11,3

MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summe ungleich 100 %.

Basis 1.205 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

Die Untersuchung nach Teilräumen legt deutlichere Unterschiede in Hinblick auf die Assoziationen zu Karlsruhe offen (Tabelle 3.2). So nennen die besonders häufig nach Karlsruhe einfahrenden Bewohner*innen des Nachbarschaftsverbands Karlsruhe zu überdurchschnittlichen Anteilen Baustellen, Staus, Chaos, Verkehrsprobleme, Umleitungen (50,5 %) bei ihren spontanen Beschreibungen der Fächerstadt. Auch viel Grün und Parks (22,5 %) sowie die Bezeichnung Fächerstadt (19,6 %) kommen vor allem den in nächster Umgebung Wohnenden beim Stichwort Karlsruhe in den Sinn.

Die guten Einkaufsmöglichkeiten werden vor allem von Befragten aus den linksrheinischen Teilräumen, namentlich aus Landau (33,8 %) und dem französischen Untersuchungsgebiet (32,8 %) angeführt. Ebenso werden in diesen beiden Teilräumen der Zoo und Stadtgarten überdurchschnittlich häufig genannt (Landau: 35,2 %, Wissembourg: 32,8 %). Gerade die Befragten aus Frankreich kommen auf die Bäderlandschaft, den KSC und Sport allgemein (47,5 %) zu sprechen und beschreiben Karlsruhe als schön, vielseitig, abwechslungsreich und überschaubar (39,3 %). Darüber hinaus ist, wie vor drei Jahren, der Anteil der „gute Einkaufsmöglichkeiten“ Anführenden mit 15,1 % im nördlichen Enzkreis besonders gering.

Tabelle 3.2

Spontane Assoziationen zu Karlsruhe nach Teilräumen 2022^{MFN}

„Wenn Sie Karlsruhe beschreiben sollen, was fällt Ihnen da spontan ein?“	Befragte insgesamt	davon aus							
		Gemeinden des Nachbarschaftsverbands	übriger Landkreis Karlsruhe, Bad Herrenalb	nördlicher Enzkreis	Landkreis Rastatt nördlicher Teil	Baden-Baden, südlicher Landkreis Rastatt	Stadt Landau und Verbandsgemeinde Landau-Land	übrige Südpfalz	Wissembourg und übriger Canton Wissembourg
		Anteile in Spaltenprozent							
Baustellen, Verkehrsprobleme/-chaos, Staus, Umleitungen	43,5	50,5	43,9	32,6	40,0	39,1	40,8	49,6	44,3
Schloss, Schlossgarten, Botanischer Garten	34,7	37,3	35,8	33,7	25,3	39,7	35,2	35,1	27,9
gute Einkaufsmöglichkeiten, Kaiserstraße, ECE-Center	21,7	17,6	19,3	15,1	22,0	22,9	33,8	23,7	32,8
Zoo, Stadtgarten	20,7	15,7	17,8	20,9	23,3	21,2	35,2	18,3	32,8
schöne Stadt, vielseitig, abwechslungsreich, überschaubar	18,2	16,2	18,7	15,1	22,0	16,2	19,7	9,9	39,3
schlechte Parkmöglichkeiten, schlechte Erreichbarkeit	16,8	16,2	15,9	15,1	13,3	14,5	19,7	22,1	26,2
viel Grün, Grünflächen, Parks	16,2	22,5	16,8	9,3	12,7	12,8	16,9	13,7	24,6
(viel) Kultur, Museen, Ausgehmöglichkeiten, Gastronomie	14,5	12,3	13,1	14,0	18,7	17,9	21,1	13,7	4,9
Fächerstadt	13,8	19,6	14,0	14,0	14,7	11,2	11,3	13,7	1,6
KSC, Sport, Bäder	13,7	8,3	9,0	10,5	16,7	13,4	14,1	16,8	47,5
Bundesgerichtshof, Bundesverfassungsgericht	13,2	13,7	14,3	14,0	10,0	10,1	25,4	14,5	3,3
Marktplatz, Pyramide	12,7	13,2	14,3	5,8	10,0	12,8	14,1	15,3	9,8
gutes Verkehrsnetz, guter ÖPNV	12,4	12,7	12,8	11,6	8,0	12,3	15,5	13,0	18,0
Stadtbahntunnel/U-Bahn/Kombilösung	10,8	8,8	14,6	9,3	10,0	6,7	14,1	14,5	1,6
laut, schmutzig, langweilig, unattraktiv	10,8	11,3	10,6	8,1	9,3	7,3	12,7	16,8	11,5
Großstadt	9,0	5,4	4,4	8,1	8,0	13,4	11,3	13,0	23,0
eigener Arbeits-/Ausbildungs-/Studienort	5,6	5,4	4,7	9,3	6,0	5,6	4,2	3,8	9,8
Studentenstadt/Hochschulstandort	4,1	3,4	2,2	9,3	2,7	8,9	4,2	3,1	1,6
gibt weniger Baustellen/ Baustellen sind weg	3,3	3,9	3,7	1,2	4,0	2,2	2,8	3,1	4,9
Beamtenstadt	2,8	3,4	3,7	1,2	2,0	0,6	4,2	5,3	---
Fahrradstadt	2,5	3,4	2,5	5,8	1,3	1,1	---	2,3	4,9
meine Heimatstadt, habe da gewohnt, Familie	1,7	3,4	2,5	1,2	---	---	1,4	0,8	4,9
angenehmes Arbeiten, Wohnen, Leben	1,3	2,0	1,6	1,2	1,3	0,6	1,4	0,8	1,6
Wirtschaftszentrum, TechnologieRegion	1,2	1,0	0,9	3,5	0,7	1,1	1,4	0,8	1,6
(wenig) Kultur, Museen, Ausgehmöglichkeiten, Gastronomie	1,2	0,5	1,6	1,2	0,7	1,7	2,8	0,8	---
Sonstiges	6,7	8,8	6,2	10,5	6,0	7,8	5,6	5,3	---

MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summe ungleich 100 %.

Basis 1.205 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

3.2 Besonderheiten von Karlsruhe

Einwohner*innen der Region, die Karlsruhe binnen Jahresfrist mindestens einmal besucht haben, wurden gefragt, was sie Auswärtigen unbedingt zeigen würden, wenn diese Karlsruhe richtig kennen lernen sollen. An erster Stelle der genannten Attraktionen stehen mit großem Abstand und 70,6 % das Schloss und der Schlossgarten. Darauf folgen Innenstadt, Kaiserstraße, ECE, Postgalerie (37,4 %), Zoo/ Stadtgarten (27,8 %) sowie Marktplatz/Pyramide (20,0 %). Der Fächergrundriss, Architektur, einzelne Plätze und Gebäude werden von 18,6 % und die Museen von 15,8 % als besonders lohnenswert betrachtet, um Auswärtigen Karlsruhe nahezubringen (Abbildung 3.2).

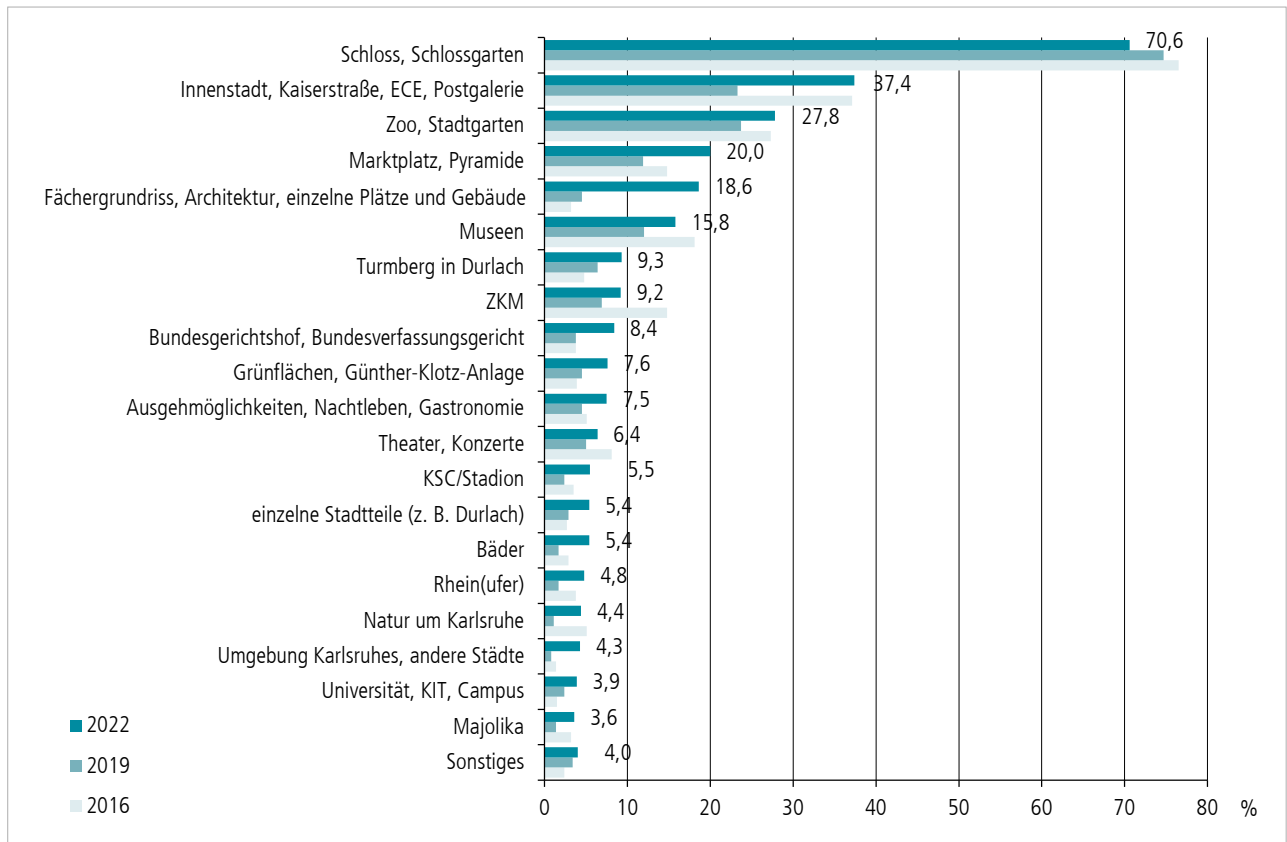
Im Vergleich zu den drei vorangehenden Regionsumfragen haben die Befragten 2022 insgesamt mit jeweils 2,8 Angaben wieder deutlich mehr Sehenswürdigkeiten genannt: die durchschnittliche Anzahl der erwähnten Attraktionen lag 2012 bei 2,5, 2016 bei 2,4 und 2019 nur noch bei 2,0.

Dies kann als Hinweis dafür gewertet werden, dass die Destinationswirkung Karlsruhes als Ausflugsort nach einer zwischenzeitlichen Abschwächung in den letzten drei Jahren wieder deutlich zugenommen hat. Besonders deutliche Steigerungen zeichnen sich dabei für den Bereich Innenstadt, Kaiserstraße, ECE, Postgalerie ab: Während in der Regionsumfrage 2019 noch 23,3 % der Regionsbevölkerung auswärtigen Besucher*innen die City mit den entsprechenden Einkaufsorten unbedingt zeigen würden, liegt dieser Anteil 2022 mit 37,4 % nun wieder auf dem Niveau des Jahres 2016 (37,1 %). Auch der in den vergangenen Regionsumfragen an Bedeutung verlierende Marktplatz (2016: 14,8 %; 2019: 11,9 %) zeigt sich nach langjährigen Bauarbeiten seit Eröffnung Ende 2020 in neuer Gestalt wieder präsenter in der Region und wird von einem Fünftel der Befragten angeführt; noch etwas häufiger als vor Beginn der Umbaumaßnahmen (2012: 18,3 %).

Abbildung 3.2

Besonderheiten von Karlsruhe 2016, 2019 und 2022^{MFN}

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



MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summe ungleich 100 %.
 Basen 2022: 957 | 2019: 958 | 2016: 663 Befragte mit Antwort.
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

Tabelle 3.3 schlüsselt die Häufigkeit, mit der typische Besonderheiten Karlsruhes von der Regionsbevölkerung genannt werden, nach Alter und Geschlecht auf. Während Geschlechterunterschiede im Antwortverhalten nur marginal sind, hat das Alter sehr wohl einen Effekt auf Häufigkeit und Auswahl der Nennungen. Insgesamt sinkt die Anzahl der genannten Besonderheiten mit zunehmendem Alter und ist vor allem unter den Befragten im Alter von 18 bis unter 30 Jahren mit durchschnittlich 3,2 genannten Orten/Einrichtungen besonders hoch. Deutliche altersabhängige Verläufe im Antwortverhalten sind für das Schloss und Schlossgarten, Fächergrundriss und Architektur, sowie für Ausgehmöglichkeiten und Nachtleben festzustellen:

Während das barocke Schloss und umliegendes Grün mit höherem Alter der Befragten häufiger genannt werden, werden planerische und architektonische Besonderheiten der Stadt, wie auch die Ausgehmöglichkeiten und das Nachtleben, häufiger angeführt, je jünger die Interviewten sind. So steigt der Anteil der Nennungen von Schloss, Schlossgarten von 55,9 % bei den 18- bis unter 30-Jährigen auf 81,6 % in der Altersklasse ab 75 Jahren. In dieser ältesten Gruppe finden Fächergrundriss, einzelne Plätze oder Gebäude nur von 8,2 % Erwähnung; jüngere Befragte unter 45 Jahren führen diese Besonderheiten dagegen zu jeweils rund einem Viertel an (27,1 % beziehungsweise 24,6 %).

Tabelle 3.3

Besonderheiten von Karlsruhe nach Geschlecht und Alter 2022^{TG, MFN}

„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?“	Befragte insgesamt	davon		davon				
		Männlich	Weiblich	18 bis unter 30 Jahre	30 bis unter 45 Jahre	45 bis unter 60 Jahre	60 bis unter 75 Jahre	75 Jahre und älter
		Anteile in Spaltenprozent						
Schloss, Schlossgarten	70,6	67,9	73,4	55,9	58,8	78,9	80,9	81,6
Innenstadt, Kaiserstraße, ECE, Postgalerie	37,4	38,5	36,3	53,5	46,1	30,2	26,8	32,7
Zoo/Stadtpark	27,8	26,0	29,6	18,8	30,3	29,1	31,1	24,5
Marktplatz, Pyramide	20,0	20,0	19,9	25,9	23,2	16,0	17,9	16,3
Fächergrundriss, Architektur, einzelne Plätze und Gebäude	18,6	18,8	18,4	27,1	24,6	17,1	10,6	8,2
Museen	15,8	16,0	15,5	12,4	14,5	17,1	19,1	10,2
Turmberg in Durlach	9,3	10,6	8,0	10,0	9,2	8,4	10,2	8,2
ZKM	9,2	8,8	9,6	9,4	9,2	9,1	8,9	10,2
Bundesgerichtshof, Bundesverfassungsgericht	8,4	10,0	6,7	10,6	6,6	8,7	9,4	2,0
Grünflächen, Günther-Klotz-Anlage	7,6	9,4	5,9	11,2	11,0	4,0	6,0	8,2
Ausgehmöglichkeiten, Nachtleben, Gastronomie	7,5	6,3	8,8	12,9	10,5	5,1	4,7	2,0
Theater, Konzerte	6,4	5,8	6,9	3,5	5,3	8,7	7,2	4,1
KSC/Stadion	5,5	6,5	4,6	8,8	9,2	5,1	1,3	---
Bäder	5,4	5,2	5,7	8,8	8,8	2,9	3,8	---
einzelne Stadtteile (z. B. Durlach)	5,4	4,8	6,1	7,6	7,9	3,6	4,7	---
Rhein(ufer)	4,8	5,2	4,4	8,2	4,4	4,0	4,7	---
Natur um Karlsruhe	4,4	4,2	4,6	8,2	5,3	3,3	2,6	2,0
Umgebung Karlsruhes, andere Städte	4,3	4,6	4,0	4,7	4,4	4,0	5,1	---
Universität, KIT, Campus	3,9	4,2	3,6	8,2	3,9	3,3	1,7	2,0
Majolika	3,6	5,0	2,1	3,5	3,1	3,3	3,8	6,1
Sonstiges	4,0	2,1	5,9	1,2	2,6	4,7	4,7	12,2

TG Nur Befragte, die binnen eines Jahres in Karlsruhe waren.

MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summe ungleich 100 %.

Basis 957 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

Die Auswertung nach Teilräumen legt offen, dass Bewohner*innen des Nachbarschaftsverbands Karlsruhe besonders häufig (85,6 %) das Schloss und den Schlossgarten zeigen würden. Die verschiedenen Einkaufsorte in der Innenstadt mit der Fußgängerzone Kaiserstraße, dem Einkaufszentrum Ettlinger Tor sowie der Postgalerie wird dagegen überdurchschnittlich oft von Befragten aus Landau – Stadt und der Verbandsgemeinde Landau Land (58,0 %) sowie Frankreich (52,5 %) hervorgehoben.

Dies deckt sich mit dem Antwortverhalten bei den spontanen Assoziationen zu Karlsruhe. Auch bei dieser Frage wurden von Befragten der Teilräume Wissembourg und Canton Wissembourg sowie Landau überdurchschnittlich häufig die Einkaufsmöglichkeiten genannt.

Tabelle 3.4
Besonderheiten von Karlsruhe nach Teilräumen 2022^{MFN}

„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?“	Befragte insgesamt	davon aus							
		Gemeinden des Nachbarschaftsverbands	übriger Landkreis Karlsruhe, Bad Herrenalb	nördlicher Enzkreis	Landkreis Rastatt nördlicher Teil	Baden-Baden, südlicher Landkreis Rastatt	Stadt Landau und Verbandsgemeinde Landau-Land	übrige Südpfalz	Wissembourg und übriger Canton Wissembourg
		Anteile in Spaltenprozent							
Schloss, Schlossgarten	70,6	85,6	69,9	75,4	76,1	63,8	56,0	65,1	37,5
Innenstadt, Kaiserstraße, ECE, Postgalerie	37,4	30,9	32,7	35,1	39,8	40,0	58,0	40,6	52,5
Zoo/Stadtpark	27,8	26,3	31,2	17,5	25,7	30,0	24,0	26,4	32,5
Marktplatz, Pyramide	20,0	22,7	21,8	14,0	20,4	16,2	20,0	17,9	20,0
Fächergrundriss, Architektur, einzelne Plätze und Gebäude	18,6	21,6	16,5	8,8	21,2	17,7	24,0	15,1	30,0
Museen	15,8	16,0	18,8	17,5	18,6	13,1	12,0	10,4	12,5
Turmberg in Durlach	9,3	17,0	12,0	8,8	8,8	1,5	4,0	4,7	---
ZKM	9,2	11,9	9,4	7,0	8,8	5,4	12,0	10,4	2,5
Bundesgerichtshof, Bundesverfassungsgericht	8,4	8,8	8,6	3,5	8,0	9,2	20,0	5,7	2,5
Grünflächen, Günther-Klotz-Anlage	7,6	8,2	3,8	5,3	6,2	9,2	4,0	15,1	17,5
Ausgangsmöglichkeiten, Nachtleben, Gastronomie	7,5	7,2	6,8	7,0	8,8	10,0	8,0	4,7	10,0
Theater, Konzerte	6,4	5,7	7,1	1,8	9,7	6,2	2,0	9,4	---
KSC/Stadion	5,5	2,1	6,4	1,8	8,8	9,2	8,0	2,8	5,0
Bäder	5,4	1,5	7,5	3,5	5,3	3,8	10,0	2,8	20,0
einzelne Stadtteile (z. B. Durlach)	5,4	4,1	4,9	3,5	6,2	6,2	2,0	7,5	12,5
Rhein(ufer)	4,8	5,7	4,5	3,5	3,5	2,3	8,0	4,7	12,5
Natur um Karlsruhe	4,4	4,6	3,4	3,5	5,3	3,8	2,0	6,6	7,5
Umgebung Karlsruhes, andere Städte	4,3	3,1	3,8	5,3	0,9	5,4	8,0	5,7	10,0
Universität, KIT, Campus	3,9	2,6	2,3	5,3	1,8	6,9	12,0	4,7	2,5
Majolika	3,6	4,1	3,4	1,8	4,4	4,6	4,0	2,8	---
Sonstiges	4,0	4,6	4,9	5,3	2,7	5,4	---	1,9	2,5

MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summe ungleich 100 %.

Basis 1.205 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

3.3 Karlsruhes Vor- und Nachteile

Attraktivität Karlsruhes

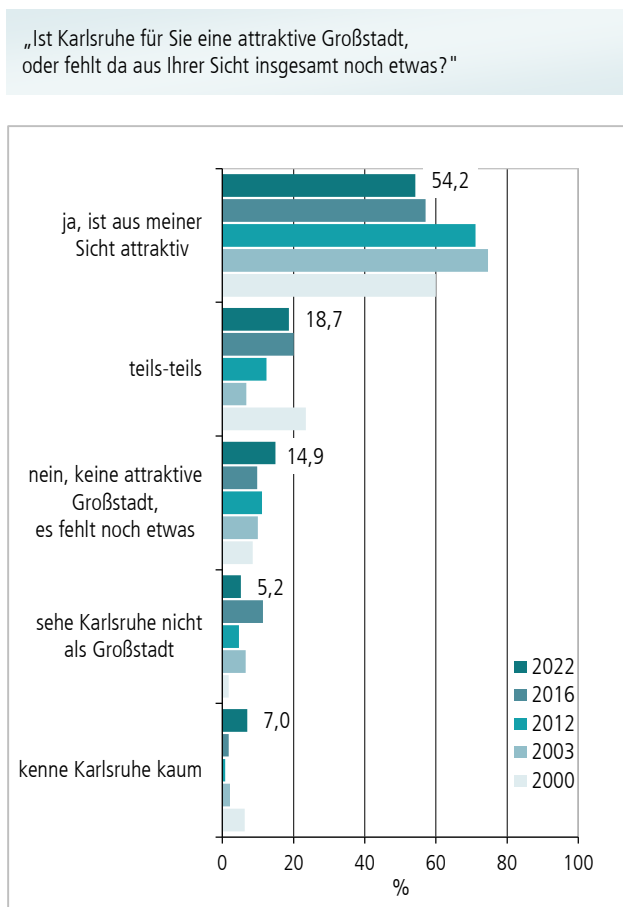
Die Frage, ob sie Karlsruhe als eine attraktive Großstadt sehen, beantworten 54,2 % der Regionsbevölkerung mit ja (Abbildung 3.3). Für rund ein Fünftel (18,7 %) ist die Fächerstadt „teils-teils“ als attraktive Großstadt anzusehen. Etwa jede beziehungsweise jeder Siebte (14,9 %) ist der Auffassung, dass Karlsruhe keine attraktive Großstadt ist und noch etwas fehlt. Die verbleibenden Anteile sehen Karlsruhe entweder nicht als Großstadt (5,2 %) oder geben an, Karlsruhe kaum zu kennen (7,0%).

Im Vergleich zu vorherigen Regionsumfragen seit dem Jahr 2000 hat der Anteil derjenigen, die Karlsruhe als attraktive Großstadt sehen, abgenommen. Allerdings geben im Vergleich zur Umfrage aus dem Jahr 2016 weniger Befragte an, dass sie Karlsruhe nicht als Großstadt sehen (5,2 %; 2016: 11,4 %). Gleichzeitig ist der Anteil derjenigen mit Verbesserungsvorschlägen, die Karlsruhe nicht als attraktive Großstadt einschätzen und gleichzeitig angeben, dass noch etwas fehlt, mit 14,9 % so hoch wie noch nie.

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 3.4). Dabei fällt vor allen Dingen auf, dass die besonders im Jahr 2016 angebrachte Forderung, die Baustellen zu beenden von 55,8 % auf nunmehr 9,3 % gesunken ist. Die genannten Aspekte, die Karlsruhe aus Sicht mancher Befragter noch zum Status oder Ruf einer attraktiven Großstadt fehlen, sind im Jahr 2022 breit gefächert: Die häufigsten Nennungen beziehen sich auf die Verbesserung der Einkaufsmöglichkeiten und attraktivere Geschäfte (14,4 %), mehr Flair/Atmosphäre und ruhige Plätze (12,1 %) sowie die Forderung nach mehr Grün (11,6 %). Daneben sind verbesserte Parksituationen oder günstigere Parkgebühren (10,3 %) sowie insgesamt eine attraktivere Fußgängerzone und Innenstadt (10,1 %) Punkte, die von mehr als 10 Prozent der Befragten, sämtlich aber seltener genannt werden als in den letzten Regionsumfragen.

Abbildung 3.3

Attraktivität von Karlsruhe als Großstadt 2000, 2003, 2012, 2016 und 2022



Basen 2022: 1.185 | 2016: 923 | 2012: 1.074 | 2003: 1.023 | 2000: 1.056 Befragte mit Antwort.

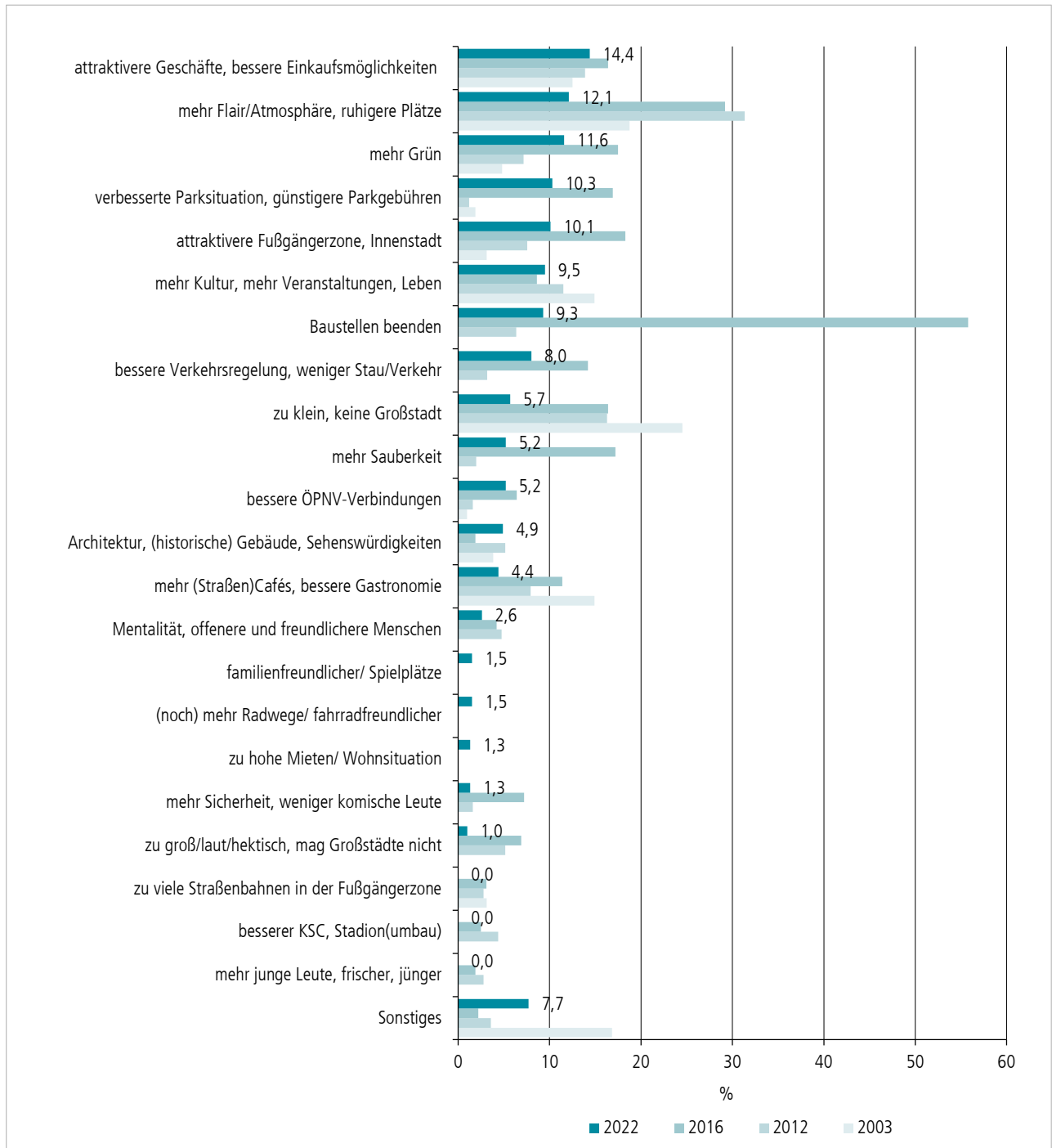
Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.



Abbildung 3.4

Verbesserungsvorschläge für Karlsruhe als attraktive Großstadt 2003, 2012, 2016 und 2022^{TG, MFN}

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



TG Nur Personen, denen Angebote fehlen.
 MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summe ungleich 100 %.
 Basen 2022: 388 | 2016: 360 | 2012: 252 | 2003: 208 Befragte mit Antwort.
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

Vorzüge und Nachteile

Bewohner*innen der Region, die binnen Jahresfrist in Karlsruhe waren, wurden gefragt, was ihnen an Karlsruhe besonders und was weniger gut gefällt. Insgesamt wurden hier 2.507 Vorzüge und 1.065 Nachteile genannt, also im Schnitt 2,6 positiv und 1,1 negativ zu wertende Äußerungen über Karlsruhe. Auf die Frage, was ihnen in Karlsruhe besonders gut gefällt, nennen jeweils rund vier von zehn Befragten gute Einkaufsmöglichkeiten, Ettlinger Tor, Kaiserstraße (39,5 %) sowie Schloss und Schlossgarten (39,1 %; Abbildung 3.5). An dritter und vierter Stelle folgen die Nennung von Zoo, Stadtgarten (21,8 %) und KSC, Stadion, Bäder, Sport (18,8 %). Freizeitangebote, Gastronomie, Feste, Weihnachtsmarkt werden von 16,4 %, kulturelle Angebote von 15,3 % der Befragten als Vorzüge Karlsruhes empfunden.

Gegenüber 2019 lässt sich vor allem für KSC, Stadion, Bäder, Sport sowie für Schloss und Schlossgarten eine steigende Beliebtheit erkennen (+ 12,5 beziehungsweise + 9,9 Prozentpunkte). Nach langen Diskussionen über eine Modernisierung des Wildparkstadions, wurde die Realisierung des Großprojekts schließlich mit dem Neubau im Dezember 2019 begonnen. Auch die guten Stadtbahnverbindungen und öffentliche Verkehrsmittel generell werden 2022 mit 13,4 % häufiger als Vorzug genannt als noch in den Jahren zuvor (2019: 4,4 %). Diese häufigeren Nennungen lassen sich vermutlich darin begründen, dass sich die Erreichbarkeit der Karlsruher Innenstadt mit Fertigstellung des Stadtbahntunnels Ende 2021 wieder deutlich verbessert hat und unter anderem wieder eine direkte Verbindung zwischen Hauptbahnhof und Marktplatz gegeben ist.

Die Frage, was ihnen an Karlsruhe weniger gut gefällt, beantworten 43,1 % derjenigen, die die Fächerstadt binnen Jahresfrist besucht haben, mit Baustellen, Umleitungen, Verkehrssituation und Stau (Abbildung 3.6). Interessant ist dabei, dass die Nennung dieser Themen im Zeitvergleich seit 2016 von 81,0 % über 2019 (65,0 %) weiter abgenommen hat. Trotz dieser zurückgehenden Wirkung der Baustellen- und Verkehrssituation, bleibt das Thema jedoch nach wie vor prägend für die Wahrnehmung Karlsruhes in der Region, was sich auch mit den spontan geäußerten Assoziationen deckt. Als weiterer Nachteil Karlsruhes werden mit 17,2 % und zuletzt steigender Tendenz zu wenig Parkplätze und hohe Parkgebühren genannt (2019: 9,0 %).

Die Parkentgelte wurden zuletzt im Sommer 2021 merklich erhöht. Allerdings ist auch das Thema Parksituation bereits seit 2003 unter den am häufigsten genannten Ärgernissen in der Regionsbevölkerung vertreten, wie Abbildung 3.7 zeigt. Alle anderen Nachteile werden jeweils von weniger als zehn Prozent der Befragten genannt. Ähnlich wie bei den Besonderheiten von Karlsruhe dominiert also auch hier das Baugeschehen die (negative) Wahrnehmung Karlsruhes.

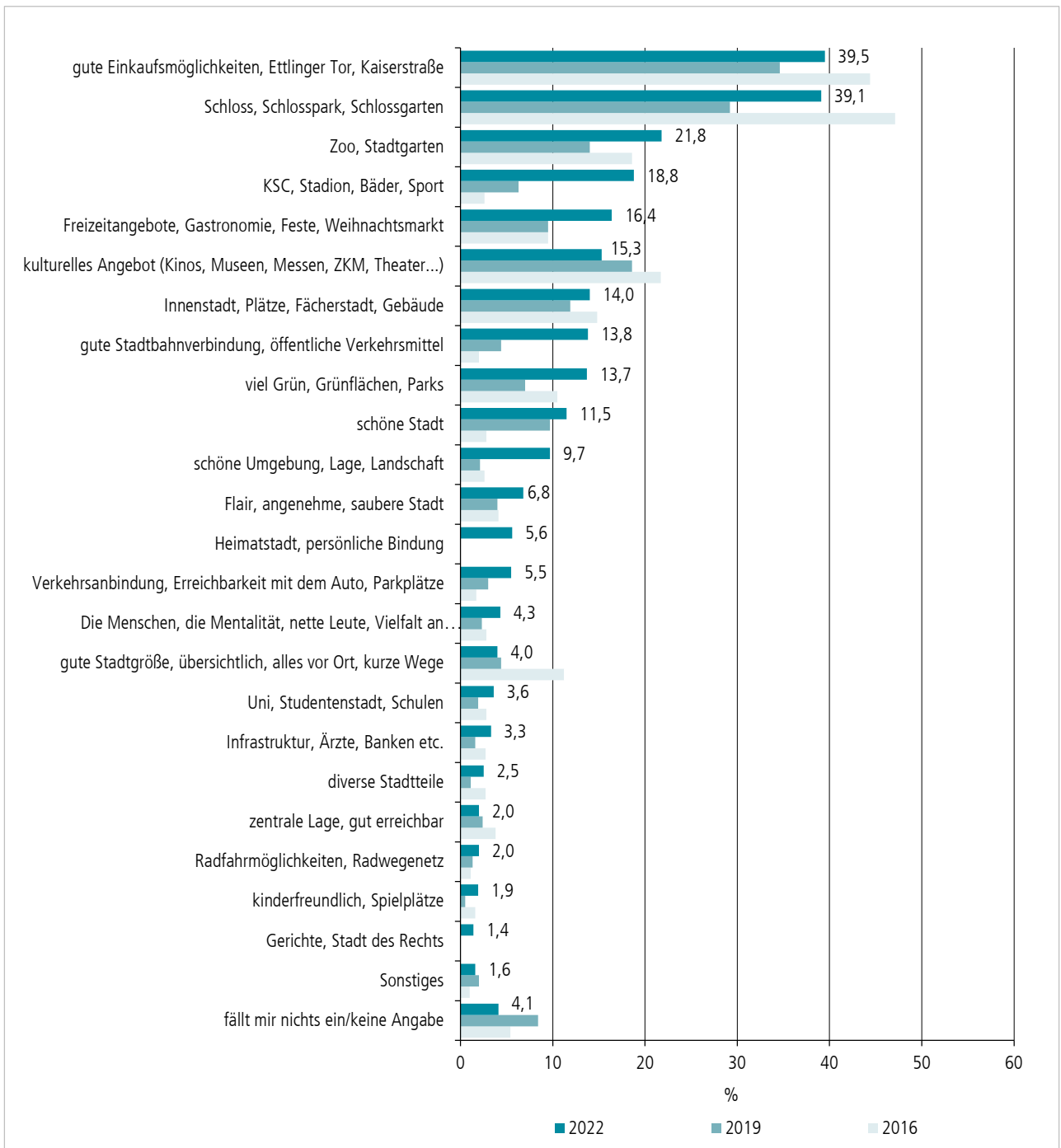
Bei der Betrachtung der langfristigen Entwicklung der drei am häufigsten genannten Vorzüge Karlsruhes bestimmen die guten Einkaufsmöglichkeiten das Bild (Abbildung 3.7). Bereits bei der Regionsumfrage im Jahr 2003 äußerte die Regionsbevölkerung, dass vor allem die Vielfalt und die Auswahl besonders gut gefallen. Lediglich im Jahr 2016, also ein Jahr nach dem 300. Stadtgeburtstag, konnte das Schloss und der Schlossgarten (47,1 %) mit den häufigsten positiven Nennungen die Einkaufsmöglichkeiten mit 44,4 % auf den zweiten Platz verweisen. Diese prominente Platzierung lässt sich wohl mit der erstmaligen Durchführung der mehrwöchigen Schlosslichtspiele, sowie mit zahlreichen weiteren Veranstaltungsformaten, die vor allem im Schlossgarten hinter dem Schloss am eigens aufgebauten Holzpavillon stattfanden, begründen. Insgesamt kann bei den wahrgenommenen Vorzügen Karlsruhes in den zurückliegenden Jahren eine recht hohe Konstanz attestiert werden. Leichte Veränderungen gibt es jedoch im Bereich der besonders positiv wahrgenommenen, freizeitorientierten Einrichtungen: kulturelle Angebote mit Kinos, Museen, Messen, ZKM und Theatern sind von 2012 bis 2019 in den TOP 3 vertreten und wurden erst 2022 vom erstmals so zahlreich angesprochenen Zoologischen Stadtpark abgelöst.

Auch unter den Aspekten, die der Regionsbevölkerung in Karlsruhe weniger gut gefallen, kommen seit 2003 im Wesentlichen die gleichen Themen zur Sprache. Allerdings wurde 2003 und 2006 noch „keine Angabe“ beziehungsweise die Aussage „fällt mir nichts ein“ mit jeweils rund 40 Prozent am häufigsten gemacht. Im Jahr 2012, und damit in der Anfangsphase der umfangreichen Bauarbeiten zur Realisierung der Kombilösung, nahm der Aspekte Baustellen, Umleitungen, Verkehrssituation und Staus eine prominente Rolle ein. Daneben wird seit 2003 durchgehend die Parksituation – mit zu wenig Plätzen und zu hohen Gebühren – als unschöne Eigenschaft in der Fächerstadt mitgeteilt.

Abbildung 3.5

Karlsruhes Vorzüge aus Sicht der Region 2016, 2019 und 2022^{TG, MFN}

„Was gefällt Ihnen an Karlsruhe besonders gut?“



TG Nur Personen, die in den letzten zwölf Monaten nach Karlsruhe gefahren sind.

MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summe ungleich 100 %.

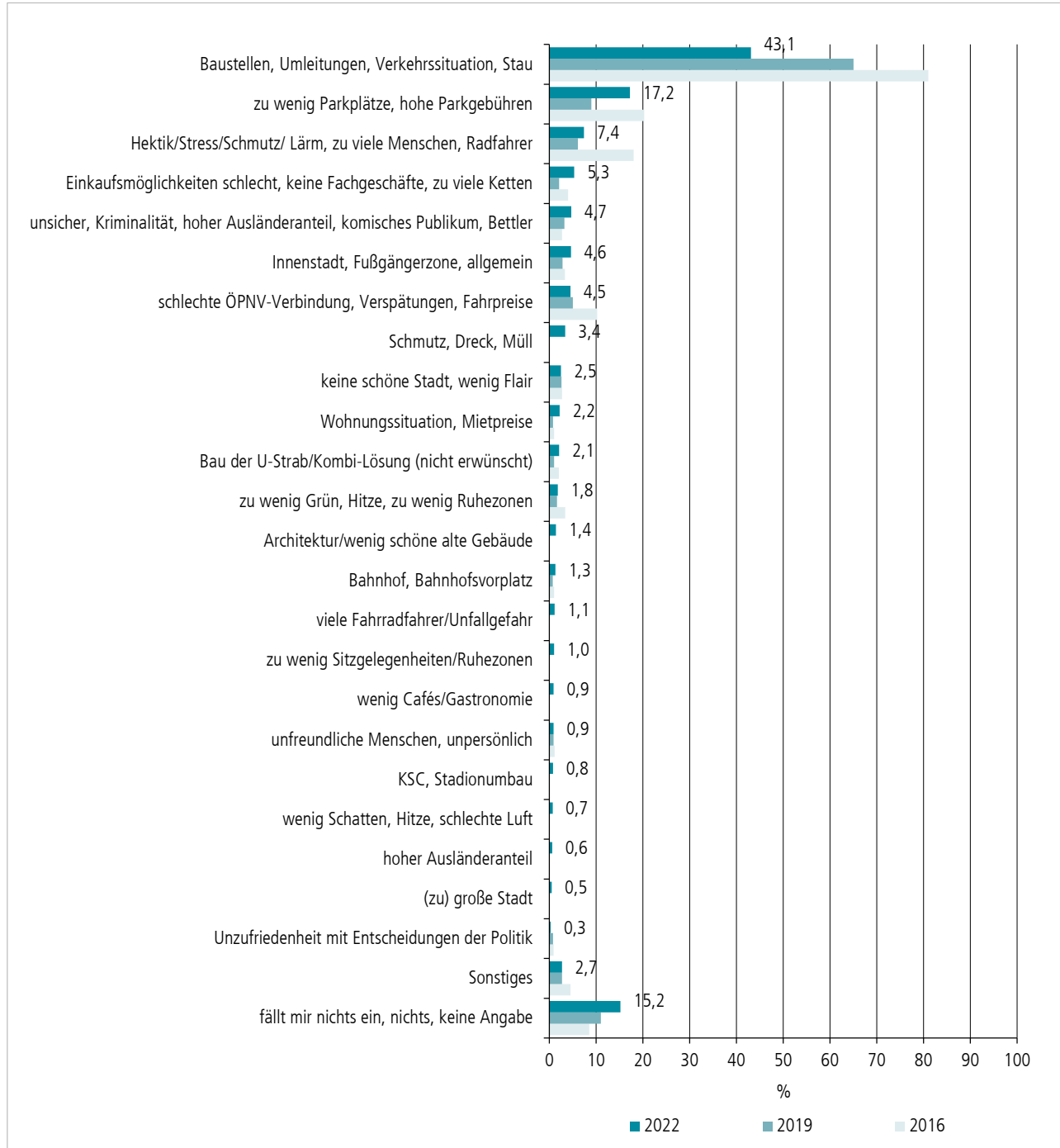
Basen 2022: 956 | 2019: 958 | 2016: 705 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

Abbildung 3.6

Karlsruhes Nachteile aus Sicht der Region 2016, 2019, 2022^{TG, MFN}

„Was gefällt Ihnen an Karlsruhe weniger gut?“



TG Nur Personen, die in den letzten zwölf Monaten nach Karlsruhe gefahren sind.

MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summe ungleich 100 %.

Basen 2022: 956 | 2019: 958 | 2016: 705 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

Abbildung 3.7

Vorzüge und Nachteile Karlsruhes aus Sicht der Regionsbevölkerung 2003 bis 2022^{TG, MFN}

„Was gefällt Ihnen an Karlsruhe besonders gut?“ / „Was gefällt Ihnen an Karlsruhe weniger gut?“

	Top-3 Vorzüge			Top-3 Nachteile		
2022	Gute Einkaufsmöglichkeiten 39,5	Schloss, Schlossgarten 39,1	Zoo, Stadtgarten 21,8	Baustellen, Umleitungen, Staus 43,1	Parksituation, zu teuer, zu wenig Plätze, 17,2	keine Angabe, fällt mir nichts ein 17,2
2019	Gute Einkaufsmöglichkeiten 34,6	Schloss, Schlossgarten 29,2	kulturelles Angebot 18,6	Baustellen, Umleitungen, Staus 65,0	keine Angabe, fällt mir nichts ein 11,0	Parksituation, zu teuer, zu wenig Plätze, 9,0
2016	Schloss, Schlossgarten 47,1	Gute Einkaufsmöglichkeiten 44,4	kulturelles Angebot 21,7	Baustellen, Umleitungen, Staus 81,0	Parksituation, zu teuer, zu wenig Plätze, 20,3	Hektik, Stress, Schmutz, zu viele Menschen 18,0
2012	Gute Einkaufsmöglichkeiten 45,8	Schloss, Schlossgarten 33,8	kulturelles Angebot 16,9	Baustellen, Umleitungen, Staus 63,3	keine Angabe, fällt mir nichts ein 17,8	Parksituation, zu teuer, zu wenig Plätze, 10,6
2009	Gute Einkaufsmöglichkeiten 39,6	Innenstadt, Plätze, Fächerstadt 26,6	Schloss, Schlossgarten 25,9	keine Angabe, fällt mir nichts ein 39,7	Baustellen, Umleitungen, Staus 15,1	Parksituation, zu teuer, zu wenig Plätze, 9,9
2003	Gute Einkaufsmöglichkeiten 29,1	Schloss, Schlossgarten 25,8	Innenstadt, Plätze, Fächerstadt 19,9	keine Angabe, fällt mir nichts ein 43,5	Parksituation, zu teuer, zu wenig Plätze, 19,3	Baustellen, Umleitungen, Staus 10,8

TG Nur Personen, die in den letzten zwölf Monaten nach Karlsruhe gefahren sind.

MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summe ungleich 100 %.

Basen 2022: 956 | 2019: 958 | 2016: 705 | 2012: 1.100 | 2009: 1.108 | 2003: 1.060 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

4. Besuch anderer Mittel- und Oberzentren

Karlsruhe liegt in der Mitte des dicht besiedelten Oberrheingrabens. Im Einzugsgebiet des Oberzentrums Karlsruhe befinden sich die Mittelzentren Baden-Baden, Ettlingen und Rastatt auf baden-württembergischer sowie Landau auf rheinland-pfälzischer Seite. Die Oberzentren Mannheim, Pforzheim und Heidelberg sind in unmittelbarer Nähe erreichbar. Außerdem ist die Entfernung zur Landeshauptstadt Stuttgart und zu Freiburg relativ gering.

Lebendige Stadtzentren und insgesamt eine hohe Lebensqualität für die Bürger*innen herzustellen und aufrechtzuerhalten, sind zentrale Aufgaben der Stadtentwicklung. Von modernen Zentren wird erwartet, dass sie mehrere Funktionen erfüllen und für die Besucher*innen über den Einzelhandel hinaus Besuchsanlässe bieten. Die in den letzten Jahren voranschreitende Funktionsdurchmischung der Innenstädte wird in Karlsruhe durch strategische Programme und Maßnahmen flankiert; unter anderem durch das vom Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) im Rahmen von „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ (ZIZ) geförderte Programm „City-Transformation“.

Sämtliche Innenstädte sind dem viel beschriebenen Strukturwandel im Einzelhandel unterworfen: Mit steigenden Online-Anteilen werden im Shoppingbereich Konkurrenzsituationen für den stationären Einzelhandel erzeugt, was darüber hinaus mit Einkaufsbesuchen verbundene Aktivitäten, wie den Besuch von Gastronomie, Veranstaltungen und kulturellen Angeboten, beeinflussen kann. Wie das CIMA-Gutachten zur „Zukunftsfähigkeit der Karlsruher City als Einzelhandelsstandort 2030“ (2019) beschreibt, hat sich zwischen 2007 und 2017 das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz und der vor Ort vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft – auch im Vergleich zu anderen Städten im Einzugsgebiet – rückläufig entwickelt.² Der sich vollziehende Strukturwandel im Einzelhandel wird durch die COVID-19-Pandemie, eine durch die hohe Inflation ausgelöste schwindende Kaufkraft sowie durch steigende Energiekosten im Zuge des russischen Angriffskriegs auf die Ukraine weiter beschleunigt. Wie in Kapitel 2 dargelegt, hat Corona nach Auskunft der Regionsbevölkerung das Einkaufsverhalten in Karlsruhe vor allem in Bezug auf die Besuchshäufigkeit, die Dauer stattfindender Aufenthalte sowie die Nutzung anderer Einkaufskanäle beeinflusst.

Aufgrund von Corona und der damit zusammenhängenden verstärkten Homeoffice-Nutzung, findet sich die aus beruflichen Gründen einpendelnde Regionsbevölkerung seltener in den Innenstädten ein. Damit wandern insbesondere Konsumtätigkeiten von der Innenstadt in die Wohngebiete: dieses jüngst für deutsche Großstädte vom Institut für Wirtschaftsforschung untersuchte und nachgewiesene Phänomen wird als „Donut-Effekt“ bezeichnet.³

Die Analyse des Images von Karlsruhe in der Region (Kapitel 3) belegt, dass Baustellen immer noch die dominierende Rolle bei der Wahrnehmung durch die Regionsbevölkerung einnehmen – wenn auch mit rückläufiger Bedeutung. All diese Entwicklungen lassen die über Karlsruhe hinausgehenden Besuchsgewohnheiten der Karlsruher Umlandbevölkerung im Hinblick auf andere Städte besonders interessant werden.

Insgesamt teilen drei von vier (75,0 %) Einwohner*innen in der Region mit, dass sie neben Karlsruhe auch andere Städte regelmäßig aufsuchen, um dort Einkäufe und Erledigungen zu tätigen, oder um sich dort aufzuhalten. Gegenüber 2019 (82,4 %) ist der Anteil der neben Karlsruhe regelmäßig auch andere Städte besuchenden Regionsbewohner*innen etwas zurückgegangen. An erster Stelle der häufig besuchten Städte steht, wie bereits in den Vorjahren, Baden-Baden: Mehr als ein Viertel der Befragten (28,8 %) besucht die Kurstadt regelmäßig. Der beschriebene Trend einer steigenden Relevanz mittelgroßer Städte wird beim Betrachten von Abbildung 4.1 deutlich: Mit Bruchsal (19,2 %), Landau (17,7 %), Rastatt (16,3 %) und Ettlingen (13,2 %) folgen die weiteren Mittelzentren im Untersuchungsgebiet. Heidelberg (13,2 %), Mannheim (12,5 %), Pforzheim (9,6 %) und Stuttgart (9,5 %) komplettieren als weitere Oberzentren in unmittelbarer Nähe des Untersuchungsgebiets den typischen Aktionsradius der Regionsbevölkerung. Im Zeitvergleich zeigt sich, dass vor allem die Kurstadt Baden-Baden weiter an Bedeutung gewinnen konnte und auch Bruchsal, Landau und Ettlingen vermehrt regelmäßig frequentiert werden.

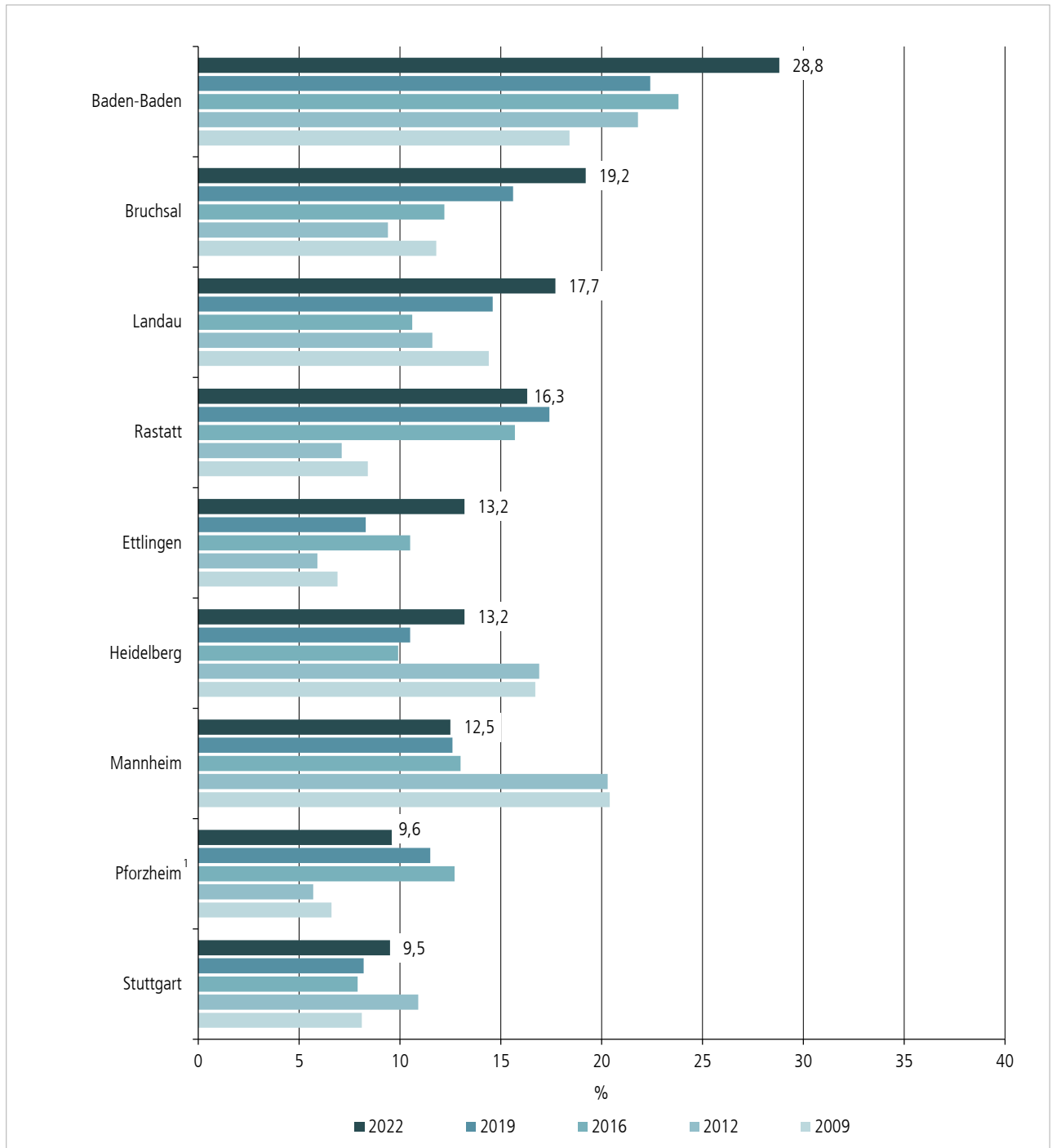
2 Genauere Analysen zur Entwicklung der Einzelhandelszentralität unter CIMA Beratung + Management GmbH (2018): Gutachten zur Zukunftsfähigkeit der Karlsruher City als Einzelhandelsstandort 2030. S. 11f.

3 Jean-Victor Alipour, Oliver Falck, Simon Krause, Carla Krolage, Sebastian Wichert (2022): Die Innenstadt als Konsumzentrum: Ein Opfer von Corona und Homeoffice? ifo Schnelldienst, 75, Nr. 10, 53-57. <https://www.ifo.de/publikationen/2022/aufsatz-zeitschrift/die-innenstadt-als-konsumzentrum-ein-opfer-von-corona-und>

Abbildung 4.1

Andere regelmäßig besuchte Städte 2009 bis 2022^{TG, MFN}

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



¹ Sondereffekt durch Erweiterung des Untersuchungsgebiets um nördlichen Enzkreis im Jahr 2016.

TG Nur Befragte, die regelmäßig andere Städte aufsuchen. Nur Städte mit einem Besuchsanteil von 6 % und mehr im Jahr 2022.

MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summe ungleich 100 %.

Basen 2022: 904 | 2019: 991 | 2016: 707 | 2012: 758 | 2009: 798 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

Die räumliche Distanz zu den jeweiligen Städten hat einen großen Einfluss auf das Besuchsverhalten aus den verschiedenen Teilräumen des Untersuchungsgebiets. Im Detail lassen sich die Besuchsgewohnheiten der anderen Städte nach Herkunft der Befragten aus Tabelle 4.1 ablesen: Bewohner*innen des Nachbarschaftsverbands besuchen überdurchschnittlich häufig Ettlingen (48,5 %) und Bruchsal (24,2 %). Die Regionsbevölkerung des übrigen Landkreises Karlsruhe und von Bad Herrenalb besucht zu 52,9 % Bruchsal, zu 28,2 % Heidelberg und zu 24,8 % Mannheim. Von den Einwohner*innen des nördlichen Enzkreises werden Pforzheim (73,5 %) und Stuttgart (17,6 %) besonders häufig

besucht. Für die Bevölkerung des nördlichen Landkreises Rastatt sind vor allem Rastatt (62,3 %) und Baden-Baden (51,6 %) wichtige Destinationsstädte. Der südliche Landkreis Rastatt und Baden-Baden steuert zum Großteil regelmäßig Baden-Baden (87,1 %) oder Rastatt (24,6 %) selbst an. Befragte in den rheinland-pfälzischen Teilräumen besuchen überdurchschnittlich häufig die Stadt Landau (88,7 % beziehungsweise 75,8 %). Schließlich frequentieren Bewohner*innen des elsässischen Befragungsgebiets überdurchschnittlich häufig Baden-Baden (61,9 %), Rastatt (28,6 %) und Landau (26,2 %).

Tabelle 4.1

Andere regelmäßig besuchte Städte nach Teilräumen 2022^{TG, MFN}

„Gibt es eine andere Stadt/andere Städte, die Sie regelmäßig aufsuchen, um Einkäufe oder Erledigungen dort zu machen oder um sich dort aufzuhalten?“ – Befragte, die regelmäßig andere Städte aufsuchen.	Befragte insgesamt	davon aus							
		Gemeinden des Nachbarschaftsverbands	übriger Landkreis Karlsruhe, Bad Herrenalb	nördlicher Enzkreis	Landkreis Rastatt nördlicher Teil	Baden-Baden, südlicher Landkreis Rastatt	Stadt Landau und VG Landau-Land	übrige Südpfalz	Wissembourg und übriger Canton Wissembourg
		in Spaltenprozent							
Baden-Baden	28,8	13,6	7,1	1,5	51,6	87,1	4,8	10,1	61,9
Bruchsal	19,2	24,2	52,9	5,9	---	2,1	3,2	5,1	4,8
Landau	17,7	4,5	2,9	2,9	0,8	1,4	88,7	75,8	26,2
Rastatt	16,3	4,5	5,9	---	62,3	24,3	3,2	3,0	28,6
Ettlingen	13,2	48,5	7,6	11,8	10,7	2,9	1,6	9,1	4,8
Heidelberg	13,2	12,9	28,2	7,4	4,1	5,7	11,3	7,1	7,1
Mannheim	12,5	11,4	24,8	4,4	2,5	2,9	24,2	11,1	7,1
Pforzheim	9,6	10,6	4,2	73,5	3,3	4,3	---	2,0	2,4
Stuttgart	9,5	13,6	10,1	17,6	12,3	5,0	---	6,1	9,5
Anzahl Befragte insgesamt	904	132	238	68	122	140	62	99	42

TG Nur Städte mit einem Besucheranteil > 6 % im Jahr 2022.

MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summen größer als 100%.

Basis 904 Befragte mit Antwort.

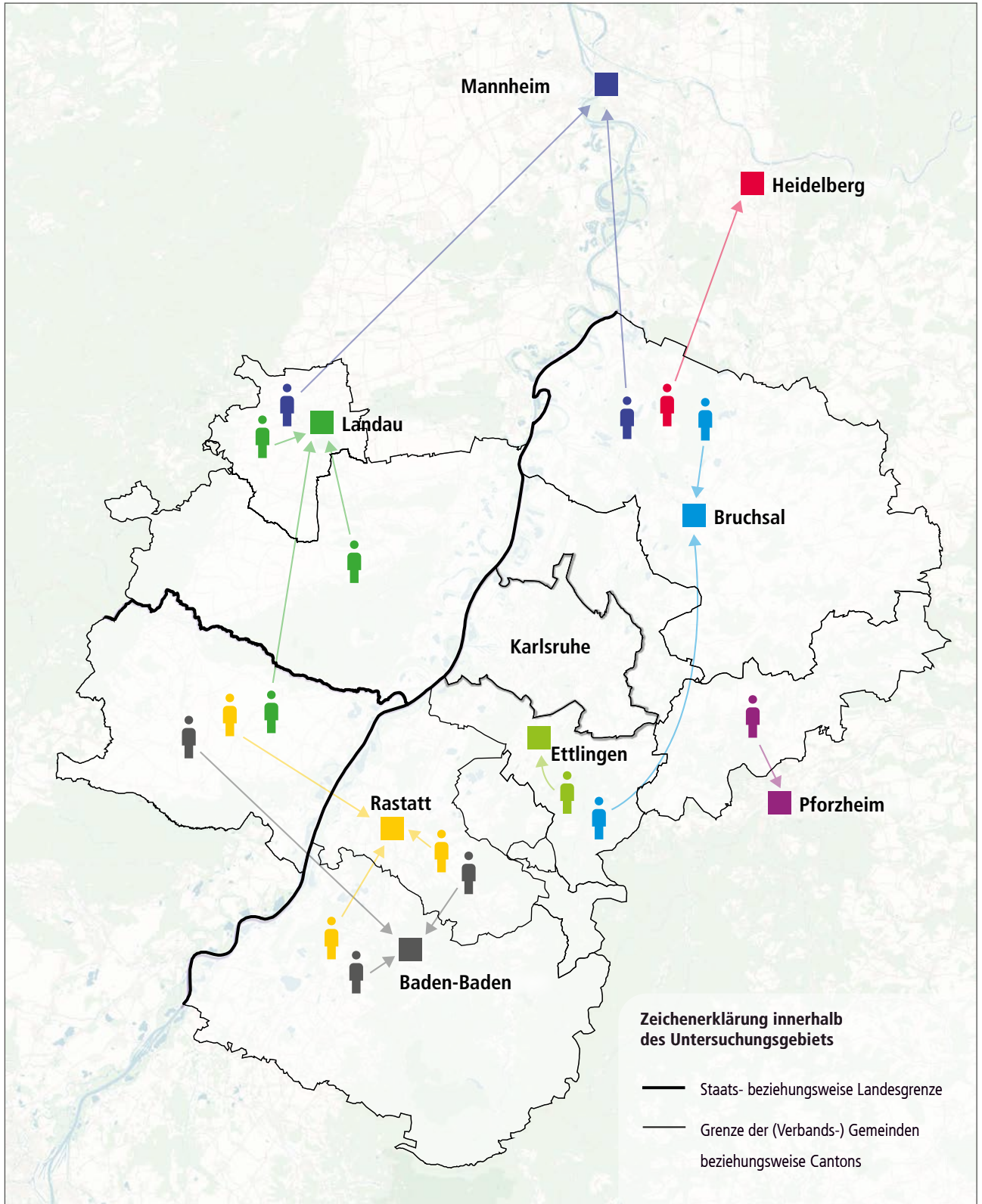
Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

Abbildung 4.2 zeigt die räumlichen Besuchsmuster anderer Städte in Kartenform. Hier sind alle Besuchsströme dargestellt, bei denen mindestens 20 Prozent der Einwohner*innen eines Teilraums die jeweilige Stadt regelmäßig aufsuchen. Aus dem Teilraum Stadt Landau und Verbandsgemeinde Landau Land

besuchen zum Beispiel 88,7 % der Befragten Landau selbst und 24,8 % Mannheim. Aus dem Gebiet nördlicher Enzkreis wird lediglich Pforzheim von mehr als einem Fünftel (73,5 %) der Befragten regelmäßig angesteuert.

Abbildung 4.2

Meistbesuchte andere Städte nach Teilräumen 2022¹



¹ Darstellung der Besuchsströme ab 20 Prozent der Wohnbevölkerung im Teilraum.
 Basis 904 Befragte mit Antwort.
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

Im Zeitvergleich wird deutlich, dass die Mittelzentren Baden-Baden, Bruchsal, Ettlingen und Landau die regionale Bindung in den letzten Jahren deutlich erhöhen konnten:

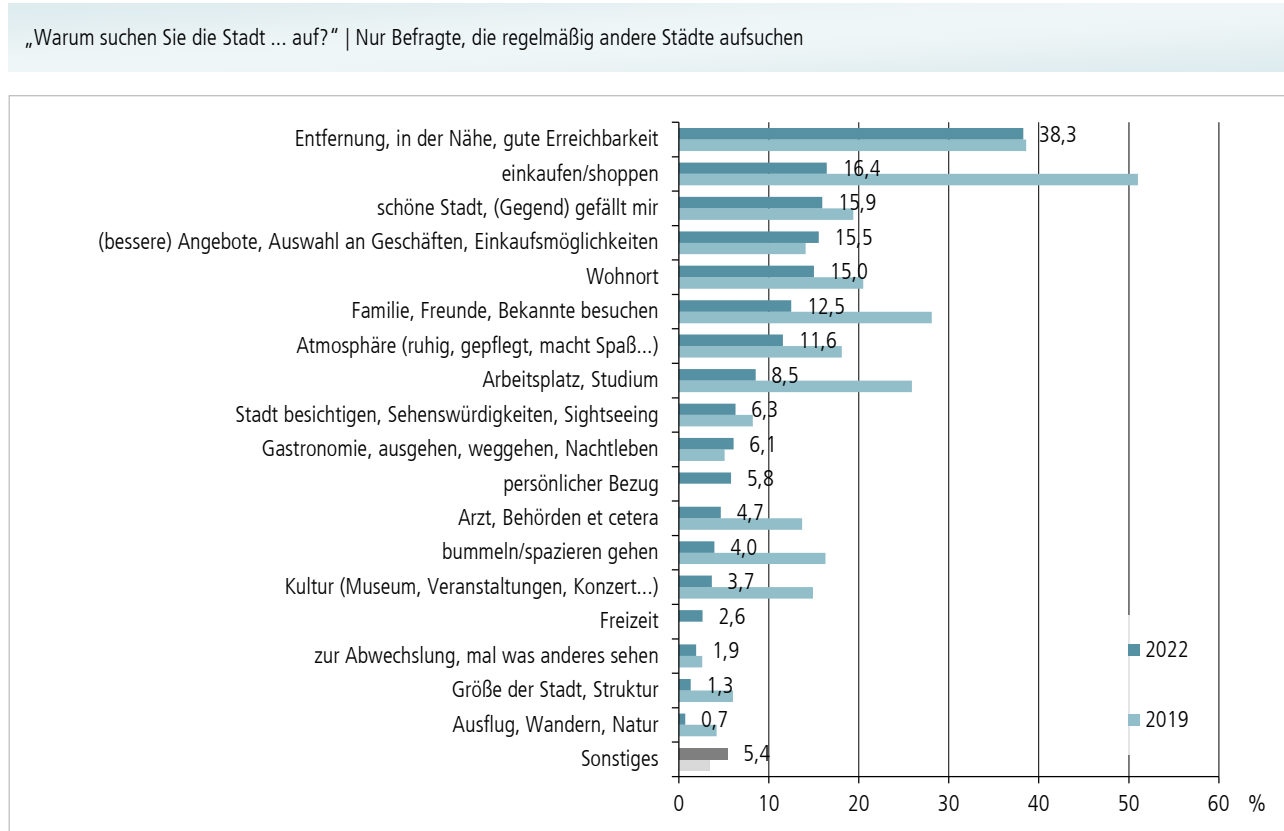
- So wird **Baden-Baden** sowohl von Bewohnerinnen und Bewohnern aus dem südlichen Landkreis Rastatt und Baden-Baden selbst (2019: 63,0 %, 2022: 87,1 %) und des Teilraums Wissembourg (2019: 46,2 %, 2022: 61,9 %) wesentlich häufiger besucht als noch vor drei Jahren.
- In **Bruchsal** stieg der Anteil der regelmäßigen Besucher*innen aus dem übrigen Landkreis Karlsruhe, Bad Herrenalb von 20,7 % im Jahr 2012, über 28,3 % im Jahr 2016, auf 49,6 % im Jahr 2019 und aktuell 52,9 %.
- **Ettlingen** kann vor allem Besucherzuwächse aus den Gemeinden des Nachbarschaftsverbands (2019: 30,6 %, 2022: 48,5 %) verzeichnen.
- Für **Landau** ergeben sich vor allem aus dem Raum Landau selbst (2012: 47,1 %, 2016: 65,5 %, 2019: 74,6 %, 2022: 88,7 %) und aus der übrigen Südpfalz (2012: 54,8 %, 2016: 59,4 %, 2019: 71,7 %, 2022: 75,8 %) Besuchergewinne.

- Dagegen hat **Rastatt** nach einem sukzessiven Bedeutungsgewinn ausgehend von 2009 deutliche Besucherverluste aus den Gemeinden des Nachbarschaftsverbands (2009: 16,2 %, 2012: 25,2 %, 2016: 46,6 %, 2019: 30,6 %, 2022: 4,5 %) und zuletzt auch grenzüberschreitend (2019: 59,0 %, 2022: 28,6 %) hinnehmen müssen.

Die über Karlsruhe hinaus mobile Regionsbevölkerung wurde offen nach den Beweggründen für den Besuch der anderen Städte gefragt. Hierbei konnten mehrere ausschlaggebende Anlässe genannt werden. Wie bereits beschrieben, hat die Nähe zu den jeweiligen Städten einen großen Einfluss auf die Besuchshäufigkeit in der jeweiligen Stadt: 38,3 % der Befragten geben als Besuchsgründe für eine andere Stadt die Entfernung und die gute Erreichbarkeit an (Tabelle 4.2). Einkaufen und Shopping steht mit 16,4 % an Rang zwei der Anlässe, gefolgt von der Aussage „schöne Stadt/(Gegend) gefällt mir“ (15,9 %), „(bessere) Angebote/Auswahl an Geschäften/ Einkaufsmöglichkeiten“ (15,5 %) oder die andere Stadt stellt den Wohnort der Befragten dar (15,0 %). Im Vergleich zur Regionsumfrage 2019 ist die Bedeutung der Entfernung und der guten Erreichbarkeit beim Besuch anderer Städte konstant geblieben (2019: 38,6 %), während der damals am häufigsten geäußerte Besuchsgrund des Einkaufens (2019: 51,0 %) erheblich nachgelassen hat (Abbildung 4.3).

Abbildung 4.3

Gründe für den Besuch anderer 2019 und 2022^{MFN}



MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summe ungleich 100 %.
 Basen 2022: 904 | 2019: 991 Befragte mit Antwort.
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

Tabelle 4.2

Gründe für den Besuch anderer Städte 2022^{MFN}

„Warum suchen Sie die Stadt ... auf?“ – Befragte, die regelmäßig andere Städte aufsuchen.	alle besuchten anderen Städte	darunter								
		Baden-Baden	Bruchsal	Landau	Rastatt	Ettlingen	Heidelberg	Mannheim	Pforzheim	Stuttgart
		in Prozent								
Entfernung, in der Nähe, gute Erreichbarkeit	38,3	31,2	48,3	30,6	28,6	33,6	5,0	7,1	41,4	2,3
einkaufen/shoppen	16,4	13,1	8,0	11,9	18,4	5,9	9,2	16,8	27,6	24,4
schöne Stadt, (Gegend) gefällt mir	15,9	13,8	7,5	5,6	4,8	24,4	25,2	15,9	---	9,3
(bessere) Angebote, Auswahl an Geschäften, Einkaufsmöglichkeiten	15,5	5,0	11,5	6,9	5,4	9,2	10,1	29,2	3,4	33,7
Wohnort	15,0	11,2	11,5	18,8	21,1	17,6	---	---	---	---
Familie, Freunde, Bekannte besuchen	12,5	3,8	5,2	8,8	4,8	5,9	9,2	12,4	18,4	16,3
Atmosphäre (ruhig, gepflegt, macht Spaß...)	11,6	8,5	6,3	10,6	2,7	11,8	15,1	2,7	---	3,5
Arbeitsplatz, Studium	8,5	3,8	2,3	3,8	8,2	0,8	6,7	6,2	8,0	12,8
Stadt besichtigen, Sehenswürdigkeiten, Sightseeing	6,3	5,4	1,7	1,9	2,7	0,8	21,8	0,9	---	2,3
Gastronomie, ausgehen, weggehen, Nachtleben	6,1	4,2	3,4	1,9	2,7	4,2	7,6	5,3	3,4	3,5
Sonstiges	5,4	2,7	2,3	6,9	5,4	1,7	2,5	2,7	5,7	4,7
persönlicher Bezug	5,8	1,9	4,6	2,5	1,4	3,4	4,2	7,1	8,0	3,5
Arzt, Behörden et cetera	4,7	3,8	2,9	4,4	7,5	4,2	2,5	2,7	5,7	1,2
bummeln/spazieren gehen	4,0	6,9	1,7	1,3	---	1,7	5,0	0,9	1,1	4,7
Kultur (Museum, Veranstaltungen, Konzert...)	3,7	3,8	---	1,3	---	---	4,2	3,5	---	12,8
Freizeit	2,6	1,9	0,6	4,4	1,4	---	1,7	---	1,1	2,3
zur Abwechslung, mal was anderes sehen	1,9	0,8	0,6	0,6	1,4	---	3,4	7,1	1,1	3,5
Größe der Stadt, Struktur	1,3	0,4	1,7	0,6	0,7	2,5	---	---	---	1,2
Ausflug, Wandern, Natur	0,7	0,8	---	---	0,7	---	1,7	0,9	---	---
Anzahl Befragte insgesamt	904	260	174	160	147	119	119	113	87	86

MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summen größer als 100%.

Basis 904 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.

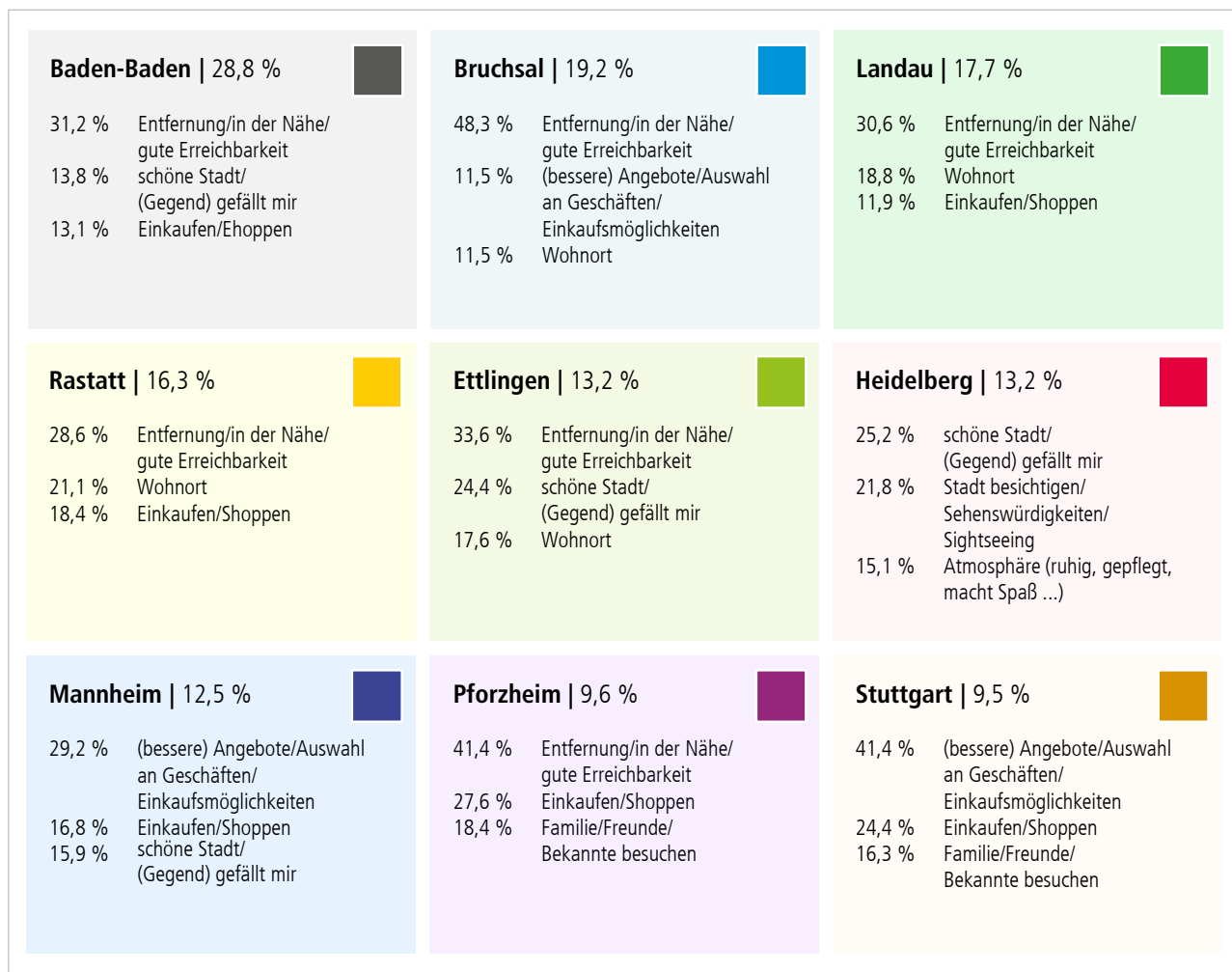
Abschließend beinhalten die Steckbriefe für die neun am häufigsten besuchten anderen Städte in der Karlsruher Umgebung die meistgenannten Besuchsgründe für die jeweilige Stadt (Abbildung 4.4). Zusätzlich zum Besuch von Karlsruhe wird Baden-Baden von 28,8 % der Regionsbevölkerung regelmäßig für Einkäufe und Erledigungen besucht oder um sich dort aufzuhalten. Offen nach den Gründen für diese Besuche gefragt, nennen fast ein Drittel die Entfernung oder die gute Erreichbarkeit von Baden-Baden (31,2 %), 13,8 % äußern als Grund, dass

Baden-Baden eine schöne Stadt sei und 13,1 % führen Einkäufen und Shoppen als Beweggründe für den Besuch in Baden-Baden an. Die 13,2 % der Befragten, die regelmäßig Heidelberg besuchen, führen zu rund einem Viertel an, dass es sich um eine schöne Stadt handle, die gefalle (25,2 %). Daneben steuern die Regionsbewohner*innen Heidelberg für Stadtbesichtigungen und Sehenswürdigkeiten an (21,8 %) oder nennen die ruhige und gepflegte Atmosphäre in der kurpfälzischen Stadt.

Abbildung 4.4

Top-3-Besuchsgründe der am häufigsten besuchten anderen Städte 2022¹, MFN

„Gibt es eine andere Stadt/andere Städte, die sie regelmäßig aufsuchen, um Einkäufe oder Erledigungen dort zu machen oder um sich dort aufzuhalten?“ / „Warum suchen Sie die Stadt ... auf?“^{TG}



1 Keine Darstellung von Städten mit einem Besuchsanteil von unter 6 Prozent.

TG Nur Befragte, die regelmäßig andere Städte aufsuchen.

MFN Mehrfachnennungen möglich, daher Summe ungleich 100 %.

Basis 904 Befragte mit Antwort.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung | Regionsumfrage 2022.



Anhang: Fragebogen

Image und Besuchsverhalten

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

2. **Wann waren Sie das letzte Mal in Karlsruhe?**

Wenn unsicher: War die U-Bahn schon in Betrieb?

3. **Wie häufig fahren Sie nach Karlsruhe?**

- Täglich oder mehrmals pro Woche ▶ Frage 4
- Einmal pro Woche ▶ Frage 4
- Zwei- bis dreimal pro Monat ▶ Frage 4
- Einmal im Monat ▶ Frage 4
- Weniger als einmal im Monat ▶ Frage 4
- Bin in den letzten 12 Monaten nicht nach Karlsruhe gefahren ▶ Frage 9
- Keine Antwort ▶ Frage 4

Nur wenn Frage 3 „keine Antwort“ oder mindestens „weniger als einmal im Monat“:

4. **Welches Verkehrsmittel benutzen Sie dabei in der Regel?**

(maximal 2 Nennungen)

- Pkw als Selbstfahrer*in
- Pkw als Mitfahrer*in
- Öffentlicher Verkehr (Straßenbahn/Stadtbahn/Eisenbahn/Bus)
- Mofa/Moped/Motorrad
- Pedelec/E-Bike
- Fahrrad
- Zu Fuß
- Keine Antwort

5. **Was gefällt Ihnen an Karlsruhe besonders gut?**

6. **Was gefällt Ihnen an Karlsruhe weniger gut?**

7. **Was würden Sie einer auswärtigen Besucherin/einem auswärtigen Besucher in der Stadt unbedingt zeigen, wenn sie/er Karlsruhe richtig kennen lernen soll – also welche Besonderheiten, welche Orte oder Plätze?**

8. **Denken Sie einmal daran, was Sie im Laufe eines Jahres bei einem Besuch in Karlsruhe so alles unternehmen oder erledigen. Sagen Sie mir bei den folgenden Dingen jeweils einfach mit „ja“ oder „nein“, ob das auf Sie zutrifft.**

- 1 arbeite in Karlsruhe
- 2 gehe in Karlsruhe zur Berufsausbildung/Lehre/Schule/Hochschule
- 3 Einkaufen in der Fußgängerzone
- 4 Einkaufen im Einkaufszentrum Ettlinger Tor (ECE-Center)
- 5 Einkaufen in Fachmärkten oder Supermärkten außerhalb der Innenstadt
- 6 Essen gehen, Kneipenbesuch
- 7 Besuch von Freunden, Verwandten, Bekannten
- 8 Besuch von Schloss/Schlossgarten
- 9 Besuch Zoo/Stadtpark
- 10 Behördengänge
- 11 Aufsuchen von Krankenhäusern, Ärzten, Fachärzten
- 12 Aufsuchen von Anwälten, Steuerberatern, Banken, Bausparkassen
- 13 Besuch von Sportveranstaltungen (KSC, Basketball, Stadtmarathon, Volleyball, Leichtathletik-Meeting o. ä.)
- 14 Besuch des Europabades
- 15 Besuch anderer Frei- oder Hallenbäder
- 16 Besuch anderer Sporteinrichtungen (Tennis-/Squash-Anlage, Fitnesscenter etc.)
- 17 Besuch von Diskotheken, Clubs, Tanzlokalen, Kneipen
- 18 Besuch von Messen (Offerta, INVENTA, ART-Karlsruhe usw.)
- 19 Besuch der Weihnachtsstadt Karlsruhe (z. B. Christkindlesmarkt, Eislaufen)
- 20 Besuch von Events auf dem Marktplatz (Stadtfest usw.)
- 21 Besuch der Karlsruher Mess'
- 22 Besuch von Events auf dem Schlossplatz (Schlosslichtspiele usw.)
- 23 Besuch des ZKM-Museums/Städtische Galerie
- 24 Besuch von Museen und Ausstellungen
- 25 Besuch des Filmpalasts am ZKM
- 26 Besuch eines anderen Kinos oder einer Filmveranstaltung (z. B. Schauburg, Open-Air Kino)
- 27 Besuch von Theaterveranstaltungen, Konzerten, Musikveranstaltungen
- 28 Besuch von Veranstaltungen im Alten Schlachthof, Tollhaus, Sandkorntheater usw.
- 29 Besuch des Open-Air-Konzerts „Das Fest“
- 30 Besuch anderer Einrichtungen: _____

Nur wenn Antwortmöglichkeiten 23, 24, 27 und 28 **nicht** genannt werden:

- 8.1 Sie haben angegeben, dass Sie Theatervorstellungen, Museen und Kulturveranstaltungen in Karlsruhe in der Regel nicht besuchen. Können Sie mir sagen, was Sie dazu bewegen würde, ein solches kulturelles Format zu besuchen?**

Nur wenn mindestens eine Antwortmöglichkeit von 13 bis 30 genannt wird:

8.2 Nutzen Sie den Besuch von Veranstaltungen in Karlsruhe, um davor oder danach auch in der Karlsruher Innenstadt einzukaufen?

- Ja, das verbinde ich immer
- Ja, meistens
- Ja, selten
- Nein

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

- | | |
|--|-------------|
| <input type="checkbox"/> ja, ist aus meiner Sicht attraktiv | ▶ Frage 10 |
| <input type="checkbox"/> teils-teils | ▶ Frage 9.1 |
| <input type="checkbox"/> nein, keine attraktive Großstadt, es fehlt noch etwas | ▶ Frage 9.1 |
| <input type="checkbox"/> sehe Karlsruhe nicht als Großstadt | ▶ Frage 9.1 |
| <input type="checkbox"/> kenne Karlsruhe kaum | ▶ Frage 10 |
| <input type="checkbox"/> keine Antwort | ▶ Frage 10 |

Nur wenn Frage 9 mit „teils-teils“, keine attraktive oder allgemein nicht als Großstadt gesehen wird:

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

offene Antworten im Volltext erfassen!

Innenstadt und Einkaufen

10. 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)?

- Fußgängerzone Kaiserstraße
- Einkaufszentrum Postgalerie (seit 2016)
- Einkaufszentrum Ettlinger Tor
- Überall hin (alle drei Innenstadtbereiche)
- Woanders hin (innerhalb der Innenstadt, z. B. Ludwigsplatz, Waldstraße)
- Keine Antwort

11. Gibt es weitere Stadtteile von Karlsruhe, die Sie im Laufe eines Jahres zum Einkaufen besuchen? Wenn ja, welche?

12. Wie hat sich Ihr Einkaufsverhalten aufgrund der Corona-Pandemie verändert? Sagen Sie mir bei den folgenden Dingen jeweils einfach mit „ja“ oder „nein“, ob das auf Sie zutrifft.

(Mehrfachnennungen sind möglich)

- Ich besuche die Karlsruher Innenstadt generell weniger
- Meine Besuche in der Karlsruher Innenstadt fallen kürzer aus
- Ich bevorzuge aufgrund der Corona-Pandemie ein anderes Verkehrsmittel
- Ich kaufe aufgrund der Corona-Pandemie vermehrt Online ein
- Keine Veränderungen
- Sonstiges: _____

13. Informieren Sie sich vor der Anreise über Angebote in der Karlsruher Innenstadt?

- Ja ▶ Frage 13.1
- Nein ▶ Frage 14

Nur wenn Frage 13 mit „Ja“ beantwortet wurde:

13.1 Wenn ja, zu welchen Themen?

- Anstehende Veranstaltungen
- Öffnungszeiten von Geschäften
- Anreise und Erreichbarkeit
- Lieferoptionen von Geschäften
- Produkte und deren Verfügbarkeit
- Sonstiges, und zwar: _____

13.2 Wenn ja, wo?

- Karlsruhe-erleben.de
- Google oder andere Suchmaschinen
- Webseiten einzelner Geschäfte
- Facebook
- Instagram
- Über eine andere Seite/Plattform, und zwar: _____
- Über Radio, Zeitung, Werbung
- Auf andere Art, und zwar: _____

14. Haben Sie schon einmal eine Werbeanzeige für die Karlsruher Innenstadt wahrgenommen?

- Ja ▶ Frage 14.1
- Nein ▶ Frage 15

14.1 Wenn ja, wo?

- Internet (Banner auf Webseiten etc.)
- App-Werbung (Anzeigen)
- Social Media (Facebook, Instagram etc.)
- Radio
- Zeitung
- Plakate
- Andere, und zwar: _____

15. Die City Initiative Karlsruhe wirbt mit verschiedenen Aktionen für lokale Unternehmen aus Einzelhandel, Gastronomie und Kultur. Kennen Sie den Karlsruher Geschenkgutschein?

- Ja
- Nein

16. Ende 2019 wurde die neue Touristen-Information „Schaufenster Karlsruhe“ am Marktplatz eröffnet. Haben Sie diese schon einmal besucht?

- Ja, mehrmals
- Ja, einmal
- Nein, noch nicht
- Weiß nicht

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

- Entspricht den Vorstellungen ▶ Frage 18
- Es fehlt einiges, Verbesserungen nötig ▶ Frage 17.1
- Keine Antwort ▶ Frage 18

Nur wenn Person Verbesserungspotenziale sieht:

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

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

19. 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).

- 1 Warenangebot
- 2 Beratung durch Verkaufspersonal
- 3 Gestaltung der Geschäfte
- 4 Service der Geschäfte rund ums Einkaufen (z. B. Geschenkgutscheine, Lieferservice mit dem Radkurier)
- 5 Onlineshops und Online-Service der Innenstadtgeschäfte
- 6 Erlebniswert des Einkaufens
- 7 Ausstattung mit Cafés, Restaurants
- 8 Öffentliche Sicherheit auf den Straßen und Plätzen der Innenstadt
- 9 Erreichbarkeit mit dem Fahrrad
- 10 Erreichbarkeit mit Straßenbahn und Bus
- 11 Erreichbarkeit mit dem Auto
- 12 Ladesäulen für E-Pkw oder Pedelec/E-Bike
- 13 Sauberkeit auf den Straßen, Plätzen und Grünanlagen
- 14 Gestaltung der Verbindungswege und Passagen
- 15 Ruhezonen, Sitzmöglichkeiten, Treffpunkte im Freien
- 16 Ausgestaltung der Fußgängerzone
- 17 Gesamteindruck der Straßen, Plätze und Gebäude
- 18 Veranstaltungsangebot
- 19 Wenn Frage 16 mit „Ja“ beantwortet:
Touristen-Information „Schaufenster Karlsruhe“

20. Ende 2021 wurde in der Karlsruher Innenstadt die U-Bahn eröffnet. Was erwarten Sie von einer neu gestalteten Fußgängerzone in der schienenfreien Kaiserstraße?

- 21. Was wären geeignete Neuerungen in der Karlsruher Innenstadt, welche die Aufenthaltsqualität und das Flair für Sie persönlich entscheidend verbessern würden? Sagen Sie mir bitte jeweils, wie geeignet die folgenden Maßnahmen für Sie persönlich wären.**

	... würde für mich/meine Familie die Aufenthaltsqualität...			
	sehr verbessern	etwas verbessern	neutral/ weiß nicht	verschlechtern
Kostenfreie Angebote/Einrichtungen für Kinder (Spelmöglichkeiten)				
Kostenfreie Kulturangebote in direkter Nachbarschaft zu den Geschäften				
Mehr Sitzgelegenheiten				
Mehr Verschattungselemente wie z. B. Sonnenschutzsegel				
Mehr Begrünung wie z. B. Grüninseln und Gebäudebegrünung				
„Digital Lounges“ mit kostenfreiem W-LAN, Lademöglichkeiten für Elektrogeräte				
Mehr Trinkwasserbrunnen				
Mehr öffentliche Toiletten				
Reduktion des innerstädtischen Autoverkehrs, z.B. durch Anlieferer				
Stärkere Reglementierung des innerstädtischen Fahrradverkehrs				
Sonstige Angebote, und zwar:				

- 22. Wie häufig kaufen Sie Produkte auch online im Internet ein?**

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> mindestens einmal wöchentlich | <input type="checkbox"/> einmal im halben Jahr |
| <input type="checkbox"/> einmal in 2 Wochen | <input type="checkbox"/> einmal im Jahr und seltener |
| <input type="checkbox"/> einmal im Monat | <input type="checkbox"/> keine Antwort |
| <input type="checkbox"/> einmal im Quartal | |

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

- | | | |
|--------------------------------------|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Baden-Baden | <input type="checkbox"/> Stuttgart | <input type="checkbox"/> Pforzheim |
| <input type="checkbox"/> Mannheim | <input type="checkbox"/> Bruchsal | <input type="checkbox"/> Speyer |
| <input type="checkbox"/> Heidelberg | <input type="checkbox"/> Rastatt | <input type="checkbox"/> Freiburg |
| <input type="checkbox"/> Landau | <input type="checkbox"/> Ettlingen | <input type="checkbox"/> andere Stadt: _ _ _ _ _ |

Wenn andere Städte genannt wurden.

- 23.1 Warum suchen Sie Stadt 1/2/3 auf?**

Soziodemografie

Um Einschätzungen der Bürgerinnen und Bürger auch nach Teilgruppen der Bevölkerung auswerten zu können, benötigen wir noch einige statistische Angaben von Ihnen.

S1 Ihr Geschlecht:

- Männlich
- Weiblich
- Divers

S2 Ihr Geburtsjahr:

S3 Mit welchen Personen leben Sie ständig in Haushalts- und Wirtschaftsgemeinschaft zusammen?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Ich lebe alleine ▶ S5 | <input type="checkbox"/> Mit erwachsenem Kind/Kindern (ab 18 Jahre) |
| <input type="checkbox"/> Mit Ehe-/ Lebenspartner*in | <input type="checkbox"/> Mit Eltern/Elternteil |
| <input type="checkbox"/> Ich bin alleinerziehend | <input type="checkbox"/> Mit Verwandten |
| <input type="checkbox"/> Mit Kind/Kindern (unter 18 Jahren) | <input type="checkbox"/> In einer Wohngemeinschaft |

Wenn Person **nicht** alleine lebt:

S4 Bitte geben Sie das Geburtsjahr der ständig mit Ihnen im Haushalt lebenden Personen an (z. B. Partner*in, Kinder, Eltern etc.): keine WG-Mitglieder

- | | |
|--|-----------------------------|
| 1. Person _____ Geburtsjahr (z. B. Partner*in) | 4. Person _____ Geburtsjahr |
| 2. Person _____ Geburtsjahr (z. B. Kind) | 5. Person _____ Geburtsjahr |
| 3. Person _____ Geburtsjahr | |

S5 Welche Staatsangehörigkeit haben Sie?

- Die deutsche
- Die deutsche und eine andere: _____
- Eine andere: _____

S6 Wo wurden Ihre Eltern geboren?

- Beide Eltern in Deutschland geboren
- Eltern(-teil) im Ausland geboren

S7 Welchen höchsten Schul- bzw. Hochschulabschluss haben Sie?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Noch Schüler*in | <input type="checkbox"/> Realschulabschluss/Mittlere Reife |
| <input type="checkbox"/> Ohne Abschluss/Sonderschulabschluss | <input type="checkbox"/> Abitur/(Fach-)Hochschulreife |
| <input type="checkbox"/> Volksschul-/Hauptschulabschluss | <input type="checkbox"/> Hochschul-/ Fachhochschulabschluss |

S8 In welchem Tätigkeitsverhältnis stehen Sie?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ganztags berufstätig | <input type="checkbox"/> arbeitslos |
| <input type="checkbox"/> in Teilzeit, stundenweise bzw. geringfügig beschäftigt | <input type="checkbox"/> in Elternzeit |
| <input type="checkbox"/> Schüler*in, in Lehre, Berufsausbildung, Praktikum, Wehr-/ Freiwilligendienst | <input type="checkbox"/> Rentner*in, Pensionär*in |
| <input type="checkbox"/> Student*in | <input type="checkbox"/> Hausfrau/Hausmann |

S9 Bitte geben Sie Ihr Haushalts-Nettoeinkommen an (nach Abzug von Steuern und Abgaben), über das Ihr Haushalt insgesamt monatlich verfügt:

Rechnen Sie also z. B. das Einkommen von Ihrem Ehepartner*in und Ihnen zusammen und geben Sie die volle Summe an. Hierzu zählen NICHT Einkommen von WG-Mitbewohnenden oder der Partnerin/dem Partner, die nicht mit Ihnen zusammenwohnen.

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Unter 750 € | <input type="checkbox"/> 3.000 € bis unter 4.000 € |
| <input type="checkbox"/> 750 € bis unter 1.500 € | <input type="checkbox"/> 4.000 € bis unter 5.000 € |
| <input type="checkbox"/> 1.500 € bis unter 2.250 € | <input type="checkbox"/> 5.000 € bis unter 6.000 € |
| <input type="checkbox"/> 2.250 € bis unter 3.000 € | |

