

Betreff:

Wo kommen in Zukunft unsere Besucher, Gäste und Kunden her?

Organisationseinheit:

Dezernat VI
0800 Stabsstelle Wirtschaftsdezernat

Datum:

23.11.2022

Beratungsfolge

Rat der Stadt Braunschweig (zur Kenntnis)

Sitzungstermin

22.11.2022

Status

Ö

Sachverhalt:

Die obenstehende Anfrage der AfD-Fraktion vom 10.11.2022 beantwortet die Verwaltung unter Beteiligung der Braunschweig Stadtmarketing GmbH und Braunschweiger Verkehrs-GmbH wie folgt.

Zu den Fragen 1. und 2.:

Seit Ende September 2016 erfasst das Stadtmarketing, unterstützt durch den Arbeitsausschuss Innenstadt Braunschweig e. V. und die Schloss-Arkaden, an acht Standorten die Frequenzen in der Innenstadt [Damm, Hutfiltern, Langer Hof, Schuhstraße, Poststraße und Sack, Neue Straße (2018) und der Friedrich-Wilhelm-Straße (2020)]. Mit der lasergesteuerten Technik lassen sich rund um die Uhr nahezu echtzeitbasierte Daten erfassen, allerdings werden dabei Besucherinnen und Besucher, die mehrere Messpunkte passieren, mehrfach gezählt, sodass der Frequenzbegriff nicht mit der Besucheranzahl gleichzusetzen ist. Im Sachverhalt der Anfrage wurde von 4,5 Millionen Besuchern im Dezember 2019 gesprochen, es müsste aber korrekterweise 4,5 Millionen Besuchersfrequenzen heißen.

Neben der Besucherfrequenzmessung führt das Stadtmarketing auch eigene Besucherbefragungen zu folgenden Anlässen durch:

- mummegenusssmeile: Befragung am verkaufsoffenen Sonntag Anfang November
- trendsporterlebnis: Befragung am verkaufsoffenen Sonntag Ende September
- modeautofrühling: Befragung am verkaufsoffenen Sonntag Ende April
- winter-/sommerkunstzeit: Befragung am verkaufsoffenen Sonntag Anfang Februar, bzw. Anfang Juli
- Kundenbefragung „Vitale Innenstädte“ in Kooperation mit dem Institut für Handelsforschung (IfH): alle zwei Jahre, Befragung an drei Tagen Ende September

Alle Besucherbefragungen werden in einer Stichprobe zu Veranstaltungen und damit in einem Zeitraum von ein bis drei Tagen durchgeführt, leider keine davon im angefragten Zeitraum Dezember. Die folgenden Ergebnisse aus oben genannten Befragungen können wir in Bezug auf die Frage nach den zur Anreise genutzten Verkehrsmitteln bereitstellen. In den letzten beiden Jahren ist der Effekt eines veränderten Verhaltens infolge der Pandemie zu beachten. Üblicherweise sind an Wochenenden, insbesondere bei verkaufsoffenen Sonntagen, mehr Besucher aus der Region zu verzeichnen.

Befragungsergebnisse i. R. d. Veranstaltungen mit verkaufsoffenem Sonntag

In 2019 sind zu den verkaufsoffenen Sonntagen im Durchschnitt 47,75 %, in 2021 40,46 % und in 2022 43,46 % der befragten Innenstadtbesucher:innen mit dem PKW angereist. Mit

dem Rad kamen in 2019 11,5 %, in 2021 15,7 % und in 2022 12,83 %. Mit den öffentlichen Verkehrsmitteln sind in 2019 22,75 %, in 2021 18,9 % und in 2022 19,46 % der Befragten angereist.

Ergebnisse IfH-Kundenbefragung „Vitale Innenstädte“

In 2018 sind 35% und in 2020 39,5 % der befragten Innenstadtbesucher:innen mit dem PKW angereist. Mit dem Rad kamen in 2018 12 % und in 2020 13,5 %. Mit den öffentlichen Verkehrsmitteln sind in 2018 39,2 % und in 2020 30,4 % der Befragten angereist.

Alle Einzelergebnisse sind in der Anlage aufgeführt.

Zu Frage 3.:

Die Auslastung der Busse und Stadtbahnen der BSVG gemessen an der rechnerischen Gesamtkapazität bzw. den absoluten Fahrgastzahlen über den Gesamttag wird nicht ausgewertet, da dieser Zahlenwert keine wirkliche Aussagekraft hat.

Die Auslastung wird jedoch fortwährend zeitpunkt- und linienbezogen beobachtet, auf Nachfragespitzen wird angemessen reagiert. Es werden beispielhaft im Schüler- und Berufsverkehr zusätzliche Verstärkerfahrten angeboten, um der erhöhten Nachfrage gerecht zu werden. Bei Heimspielen von Eintracht Braunschweig werden umfangreiche Zusatzfahrten angeboten.

Im Monat Dezember werden die Kapazitäten auf den Relationen in Richtung bzw. aus der Innenstadt insbesondere in den Abendstunden aufgestockt. Hier werden auf den Hauptlinien deutlich vermehrt Gelenk- statt Solobusse eingesetzt, um der höheren Nachfrage gerecht zu werden und um den Fahrgästen eine möglichst angenehme Fahrt zu ermöglichen.

Leppa

Anlage/n: Befragungsergebnisse BSM und IfH

Ergebnisse IfH-Befragung „Vitale Innenstädte“

Ergebnis 2018: 35% PKW/Motorrad

Ergebnis 2020: 39,5% PKW/Motorrad

Ergebnisse Befragung zu Veranstaltungen mit verkaufsoffenem Sonntag

	Anteil PKW (2022)	Anteil PKW (2021)	Anteil PKW (2019)
mummegenussmeile verkaufsoffener Sonntag	43,8 %	40 %	47,4 %
trendsporterlebnis verkaufsoffener Sonntag	39,5 %	35,1 %	48,3 %
winter-/sommerkunstzeit verkaufsoffener Sonntag	nicht stattgefunden	46,3 %	48,8 %
modeautofrühling verkaufsoffener Sonntag	47,1 %	Keine Erhebung erfolgt	46,5 %

Ergebnisse IfH-Befragung „Vitale Innenstädte“

Ergebnis 2018: 12 % Fahrrad

Ergebnis 2020: 13,5 % Fahrrad

Ergebnisse Befragung zu Veranstaltungen mit verkaufsoffenem Sonntag

	Anteil Fahrrad (2022)	Anteil Fahrrad (2021)	Anteil Fahrrad (2019)
mummegenussmeile verkaufsoffener Sonntag	13,6 %	12,8 %	13,4 %
trendsporterlebnis verkaufsoffener Sonntag	13,3 %	20,7 %	8 %
sommmerkunstzeit verkaufsoffener Sonntag	nicht stattgefunden	13,6 %	5,6 %
modeautofrühling verkaufsoffener Sonntag	11,6 %	Keine Erhebung erfolgt	19 %

Ergebnisse IfH-Kundenbefragung „Vitale Innenstädte“

Ergebnis 2018: ÖPNV 39,2 %

Ergebnis 2020: ÖPNV 30,4 %

	Anteil ÖPNV (2022)	Anteil ÖPNV (2021)	Anteil ÖPNV (2019)
mummegenussmeile verkaufsoffener Sonntag	15,8 %	20,7 %	24,2 %
trendsporterlebnis verkaufsoffener Sonntag	24,5 %	15,3 %	22,8 %
winter-/sommmerkunstzeit verkaufsoffener Sonntag	nicht stattgefunden	20,7 %	25,3 %
modeautofrühling verkaufsoffener Sonntag	18,1 %	Keine Erhebung erfolgt	18,7 %