

Gute Noten für die Biberacher Innenstadt

Oberbürgermeister Norbert Zeidler stellt Ergebnisse einer bundesweiten Studie vor



Von Gerd Mägerle

Biberach

Mit der Schulnote 2,3 bewerten Befragte insgesamt die Attraktivität der Biberacher Innenstadt. Dies ist das Ergebnis einer bundesweiten Studie des Instituts für Handelsforschung (IFH) in Köln vom September 2018. Der Biberacher Oberbürgermeister Norbert Zeidler erläuterte bei der Hauptversammlung der Werbegemeinschaft einige Ergebnisse der Studie für Biberach.

Auch wenn sich der Einzelhandel in Biberach den Herausforderungen des Onlinehandels stellen müsse, seien die Voraussetzungen in der Biberacher Innenstadt nicht so schlecht, sagte Zeidler. Er zitierte dazu unter anderem aus dem Einzelhandelskompendium der IHK Ulm aus dem vergangenen Jahr, das eine Zunahme der Kundenfrequenz und einen Rückgang der Ladenleerstände ermittelt hatte. "Damit spielt Biberach unter den Mittelzentren in einer eigenen Liga", zitierte Zeidler.

Bestätigt werde dieser Eindruck durch die Zahlen der bundesweiten IFH-Studie, so Zeidler. Darin sei Biberachs Innenstadt mit denen von 36 anderen Städten ähnlicher Größenordnung verglichen worden. Mit einer Gesamtnote von 2,3 schneide Biberach hier deutlich besser ab als der Durchschnitt (2,7). Die zentrale Frage an Passanten sei dabei gewesen: Warum kommen Besucher im digitalen Zeitalter noch in die Innenstadt, und welche Aspekte sind ihnen bei ihrem Besuch in der City besonders wichtig?

Zeidler zeigte hierzu Folien mit den Bewertungen zu unterschiedlichen Aspekten der Innenstadt. So ist Biberach beispielsweise besser als der Durchschnitt bei folgenden Punkten: Parkmöglichkeiten (Note 2,5/Durchschnitt 2,8), Ladenöffnungszeiten (2,1/2,5), Freizeitangebote (2,4/3,0), Ambiente und Flair (2,2/2,6), Sehenswürdigkeiten (2,5/3,1), Lebendigkeit der Innenstadt (2,4/2,7). Schlechter als der Durchschnitt (2,1) schneidet Biberach beim Thema Orientieren und Zurechtfinden in der Innenstadt ab (2,3).

Bei den Einzelhandelsangeboten wird Biberach (2,5) besser bewertet als der Durchschnitt vergleichbar großer Städte (2,7). Nachholbedarf sehen die Befragten bei den Branchen Optiker (2,3/2,1) und Drogeriewaren (2,5/2,2).

Interessant ist auch, dass für 70,7 Prozent der Befragten Veranstaltungen wie zum Beispiel lange Einkaufsnächte ein Grund sind, die Biberacher Innenstadt zu besuchen. Der Durchschnitt in anderen Städten liegt hier bei 70,7 Prozent. Außerdem finden 58 Prozent, dass die Biberacher Innenstadt einen hohen Erlebniswert hat (Durchschnitt 47,2 Prozent).

Eine gute Nachricht bietet die Studie auch für die Biberacher Gastronomie: 75,9 Prozent der Befragten sagen, dass sie ihren Besuch der Innenstadt mit einem gastronomischen Angebot verbinden (Durchschnitt 69,8 Prozent).

Die Befragten in Biberach seien im Schnitt 43,6 Jahre alt gewesen und damit jünger als die Befragten in vergleichbar großen Orten (47,7 Jahre). Über die Zahl der Befragten und die Art der Befragung wurde bei der Versammlung der Werbegemeinschaft nichts bekannt.
