

## PRESSEINFORMATION

### Brilons City nach 2020 erneut mit guten Noten – Einheimische wissen ihre Innenstadt zu schätzen

**Bei der deutschlandweiten Umfrage „Vitale Innenstädte“ des Instituts für Handelsforschung aus Köln konnte die Briloner City mit einer Schulnote von 2,3 (2020: 2,4) erneut ein gutes Ergebnis erzielen. Die Umfrage wurde bereits zum 5. Mal von der IHK Arnsberg durchgeführt. Brilon war nach der Premiere 2020 zusammen mit der Brilon Wirtschaft und Tourismus GmbH zum zweiten Mal dabei.**

Bei der aktuellen Erhebung kamen mit 80 Prozent (2020: 70 %) der weitaus größte Teil der Befragten aus Brilon selbst. Mit im Durchschnitt 41 Jahren waren die Interviewten deutlich jünger als vor zwei Jahren (2020: 50 Jahre) und auch im Vergleich mit Städten vergleichbarer Größe (48 Jahre).

Insgesamt geben die Innenstadtbesucher ihrer Stadt gute Noten, sei es in Bezug auf die Gesamtattraktivität (Note 2,3) oder aber den Gesamteindruck bei Aufenthaltsqualität/Ambiente/Flair (Note 2,2). „Dieses Ergebnis ist sehr erfreulich“, so Stephan Britten, Handelsreferent der IHK Arnsberg. „Brilon hat es auch unter schwierigen Rahmenbedingungen wie Coronaeinschränkungen und Kaufzurückhaltung geschafft, bei auswärtigen, und vor allem bei einheimischen Innenstadtbesuchern einen positiven Eindruck zu hinterlassen.“ „Und dieser positive Eindruck findet sich auch bei der Benotung des Einzelhandelsbesatzes (Schulnote 2,1) wieder“, ergänzt Oliver Dülme, Wirtschaftsförderer der Stadt Brilon. Gerade auch die Nahversorgung wird äußerst gut bewertet, obwohl sich die großen Verbrauchermärkte und Discounter überwiegend außerhalb der Innenstadt befinden. Dies

Datum/Sperrfrist:

8. Februar 2023 (16.30 Uhr)

Ansprechpartner:

Stephan Britten  
Tel. 02931 878-271

spricht, dafür, dass auch der kleinteilige Besatz in diesem Sortiment angenommen wird.“

Gute Noten erhält Brilon ebenfalls für sein Gastronomieangebot (1,6), seine Veranstaltungen wie Stadtfeste, Weihnachtsmarkt und verkaufsoffene Sonntage (1,7) und seine Lebendigkeit/Vitalität (1,9). Der Vorstand von „Prima BRILON“, allen voran Vorsitzender Christian Leiß, freut sich über dieses Zeugnis der Innenstadtbesucher: „Die Bewertung zeigt uns, dass wir mit unserem Engagement und unseren Aktivitäten auf dem richtigen Weg sind und dies sowohl von den Besuchern als auch den Einwohnern Brilons gewürdigt wird.“

Doch es gibt auch Bereiche in der Wahrnehmung der Innenstadtbesucher, die „Luft nach oben“ lassen. So werden der Erlebniswert (Neues entdecken, inspirieren lassen, Spaß haben; Schulnote 2,7), die Touristische Attraktivität/Sehenswürdigkeiten (Note 2,6) sowie das Freizeit- und Kulturangebot (z.B. Kino, Theater, Museen, Sport, Spiel, Musik; Note 2,8) lediglich mit einer „drei plus“ bewertet. Thomas Mester (Leiter „Brilon Kultour“) weist hier darauf hin, dass Brilon mit dem Museum „Haus Hövener“ und dem Theaterangebot im Bürgerzentrum bei der Kultur Einiges zu bieten habe. „Hier ergeben sich Ansätze, das bereits vorhandene Angebot intensiver zu vermarkten.“

Bei der Anreise bleibt der PKW mit über 50 Prozent die Nummer 1, trotz leichtem Bedeutungsrückgangs zu 2020. „Der PKW ist in unserer ländlichen Region beim Besuch der Innenstadt das Verkehrsmittel der Wahl“ so Stephan Britten von der IHK Arnsberg. „Es ist gut und sinnvoll, die Erreichbarkeit der Innenstadt auch für Radfahrer und Bus- und Bahnfahrer attraktiver zu gestalten, allerdings sollte dies nicht zu Lasten der umsatzstarken PKW-Nutzer geschehen.“

Die Beweggründe für einen Besuch in der Briloner Innenstadt sind vielfältig und im Vergleich zum Ortsgrößendurchschnitt bei weitem nicht so einzelhandelszentriert. Hauptgrund ist mit 44,7 Prozent Essen und Trinken, gefolgt von Wohnen (38,5 %), Verweilen/Sightseeing (34,4 %) und mit 33,1 % erst an vierter Stelle das Einkaufen. „Brilon ist eine Stadt mit vielfältigem Angebot und kurzen Wegen und eben nicht nur

eine reine Einkaufsstadt, auch wenn der Einzelhandel in Zukunft weiterhin eine relevante Bedeutung für die Attraktivität Brilons haben muss“, ordnet Bürgermeister Christof Bartsch die Zahlen ein. „Anders als im Vergleich zu Städten gleicher Größenordnung, erachten deutlich mehr als die Hälfte der Befragten Geschäfte, Gastronomie, Dienstleistungsangebote, Kunst- und Kulturangebote, aber auch Orte zum Verweilen und Freunde treffen sowie innerstädtisches Wohnen und Arbeiten gleichermaßen als wichtig und ausbaufähig für die Briloner Innenstadt. Die Umfrageergebnisse bieten damit wichtige Impulse zur unumgänglichen Diskussion unter Einbeziehung aller relevanten Akteursgruppen, wie die Innenstadt auf die Zukunft hin ausgerichtet werden kann, um an Attraktivität nichts einzubüßen.“

Stephan Britten resümiert: „So erfreulich die aktuell guten Noten sind, so zeigen uns die Bewertungen doch auch, wie wichtig es ist, sich mit vereinten Kräften aller Innenstadtakteure für eine attraktive, vielfältige Stadt einzusetzen.“