

## PRESSEINFORMATION

### Schulnote 2,9 - Herausfordernde Zeiten für die Lippstädter Innenstadt

**Bei der deutschlandweiten Umfrage „Vitale Innenstädte“ des Instituts für Handelsforschung aus Köln konnte die Lippstädter Innenstadt mit einer Schulnote von 2,9 (2018: 2,5) für die Gesamtattraktivität nur ein befriedigendes Ergebnis erzielen. Bei der Umfrage, die von der IHK Arnsberg zusammen mit der Wirtschaftsförderung Lippstadt durchgeführt wurde, hat sich Lippstadt – nach einer Corona-bedingten Pause im Jahr 2020 – jetzt bereits zum vierten Mal der Kritik der Innenstadtbesucher gestellt.**

Auffällig ist das mit 36 Jahren geringe Durchschnittsalter der Befragten in Lippstadt. Noch 2018 waren die Teilnehmer im Durchschnitt 47 Jahre alt. „Das ist kein Trend, der insgesamt die deutschlandweite Umfrage auszeichnet. Denn im Ortsgrößendurchschnitt waren auch dieses Mal die Befragten 47 Jahre alt“ erläutert Stephan Britten, Handelsreferent der IHK Arnsberg. Die Ursachen dafür sind nicht genau auszumachen. „Es kann sein, dass dies im konkreten Fall den überwiegend jungen Interviewern geschuldet ist, die gezielt ihre eigene Altersgruppe angesprochen haben bzw. bei diesen auch auf eine höhere Antwortbereitschaft gestoßen sind. Tendenziell dürfte dies auch die für Lippstadt vergleichsweise schlechten Umfrageergebnisse mit erklären. Jüngere Menschen haben durch ihre Erfahrungen mit dem Onlinehandel durchaus auch einen kritischeren Blick auf die Innenstädte.“ Dies findet sich in vielen Aussagen der Befragten zum Online-Einkaufsverhalten wieder: Fast 40 Prozent der Passanten kaufen verstärkt online ein und besuchen daher die Innenstadt mit geringerer Häufigkeit (Ortsgrößendurchschnitt: 27 %). Lediglich noch 11 Prozent

Datum/Sperrfrist:

9. Februar 2023 (16.30 Uhr)

Ansprechpartner:

Stephan Britten  
Tel. 02931 878-271

kaufen überhaupt nicht online ein (Ortsgrößendurchschnitt: 25 %).

Positiv sticht die Benotung der Veranstaltungen (2,0) und beim Gastronomieangebot (2,2) heraus. „Wir können also mit unseren Volks- und Stadtfesten wie der Lippstädter Herbstwoche, Altstadtfest, Weihnachtsmarkt und auch den verkaufsoffenen Sonntagen bei den Befragten punkten“, freut sich Carmen Harms, Geschäftsführerin der Kultur und Werbung Lippstadt GmbH.

Befragt nach dem Gesamteindruck zu Aufenthaltsqualität/Ambiente/Flair geben die Besucher der Lippstädter Innenstadt ebenfalls eine befriedigende Note (2,8). Dies spiegelt sich auch in der Benotung der Einzelkriterien wie Wege, Plätze, Sitz- und Verweilmöglichkeiten (3,4), Grünflächen/Stadtbegrünung (2,9) sowie Sauberkeit und Sicherheit (je 2,9) wider. Fast 60 Prozent der Befragten geben an, dass Orte zum Verweilen und Freunde Treffen (Parks, Plätze, Sitzgelegenheiten etc.) in die Lippstädter Innenstadt gehören und auch ausgebaut werden sollten. „Dafür müssen sich alle Innenstadtakteure zusammen mit der Stadtverwaltung / Stadtplanung Gedanken machen, wie man es schafft, die Aufenthaltsqualität in Lippstadts Innenstadt weiter zu steigern.“, so Heinrich Horstmann, Fachbereichsleiter Stadtentwicklung und Bauen. Josie Olk und Holger Gebauer von der Wirtschaftsförderung Lippstadt ergänzen, dass auch der Erlebniswert (3,8) und die Lebendigkeit/Vitalität der Innenstadt (3,1) – gerade für jüngere Menschen und auch abseits von Stadtfesten etc. – attraktiver gestaltet werden müssen.

Auch die Benotung des Einzelhandels in der Lippstädter Innenstadt ist nahezu über alle Sortimente hinweg schlechter als 2018. Lediglich die Bewertung des Nahversorgungs-Angebots (Lebensmittel, Körperpflege / Kosmetik / Drogeriewaren) hat sich leicht verbessert. „Insbesondere bei Bekleidung (2018: 2,4 / 2022: 2,9) und Schuhen (2020: 2,4 / 2022: 3,0) stimmt die Einschätzung der Innenstadtbesucher nachdenklich, war doch Lippstadts Innenstadt lange Jahre für genau diese Angebote bekannt“, bewertet IHK-Handelsreferent Stephan Britten dieses „Zeugnis“. „Dabei muss man aber auch

berücksichtigen, dass es gerade diese Sortimente zunehmend der online-Konkurrenz unterliegen. “

„Umso wichtiger ist es“, meint Ingo Arndt, Inhaber von Intersport Arndt und Vorsitzender der Lippstädter Werbegemeinschaft, „dass die Kunden in der Lippstädter Innenstadt ein konstantes Angebot vorfinden. Zwei Drittel der aktuell Befragten wünschen sich verlässliche Kernöffnungszeiten.“

Lippstadts Bürgermeister Arne Moritz resümiert: „Die aktuelle Befragung zeigt uns auf, dass eine attraktive Innenstadt kein Selbstläufer ist und man sich mit den kritischen Bewertungen der Befragten ernsthaft auseinandersetzen muss. Hierzu hat sich Lippstadt bereits auf den Weg gemacht, sei es durch die Beteiligung an dem Projekt City Lab unter der Federführung der IHK Arnsberg oder auch an der Landesinitiative Zukunft Innenstadt. Die Erkenntnis daraus ist, dass Lippstadts Innenstadt einen Kümmerer, ein Zentrenmanagement benötigt. Eine entsprechende, dauerhafte Stelle dafür ist bereits politisch beschlossen.“

„Dies ist sicherlich der richtige Weg. Ein Zentrenmanagement kann allerdings nur erfolgreich sein, wenn alle Innenstadtakteure auch bereit sind, an einem Strang zu ziehen“, so der ergänzende Appell von Stephan Britten.