



Entwicklung eines Profils für Flensburgs Innenstadt

Hauptausschuss Stadt Flensburg,
17. September 2024

Mehr Profil und Attraktivität:
**Wie kann die Wahrnehmung
von Flensburgs Innenstadt
weiter verbessert werden?**

Quantitative Forschung: Onlinebefragung der Zielgruppen

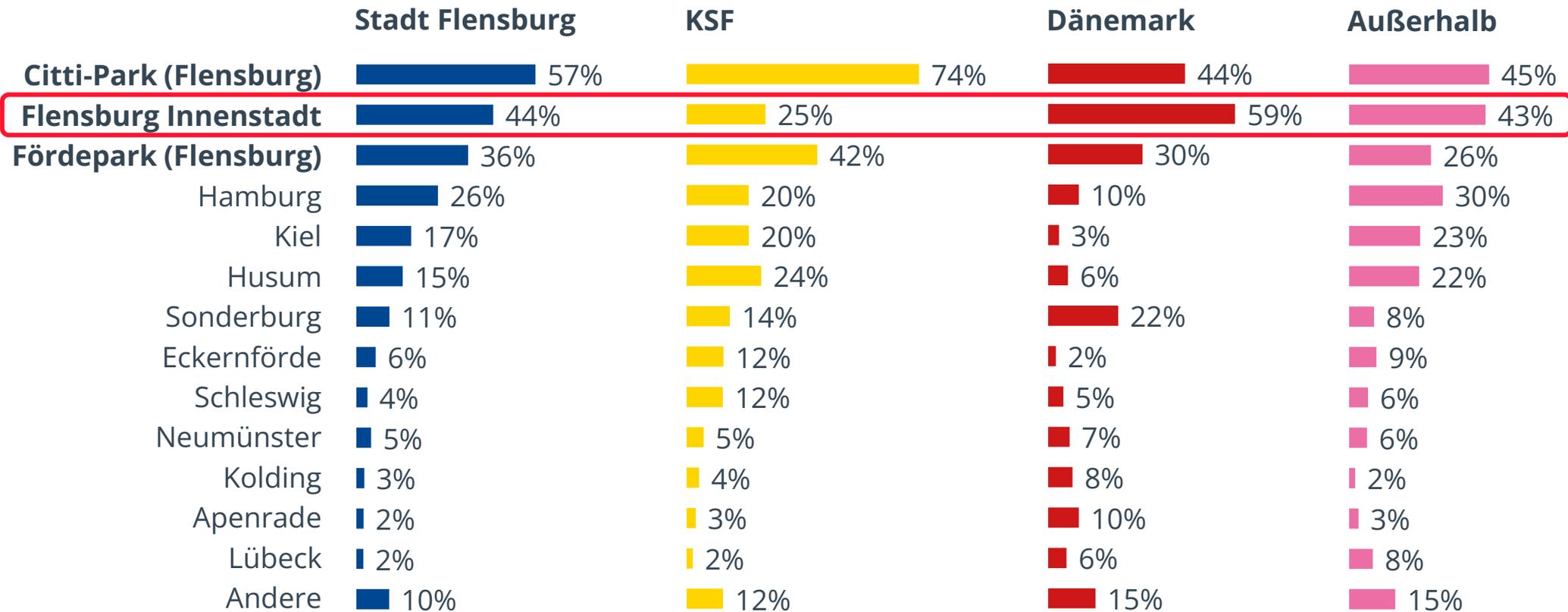
- › Auf Basis von Stakeholder-Workshops wurde ein maßgeschneiderter Fragebogen entwickelt und online gestellt
- › Sehr hohe Beteiligung: Insgesamt haben zwischen dem 10. Juli und dem 8. August 2024 **n=4.759** Menschen an der Befragung teilgenommen, davon
 - › 3.050 Befragte der **Stadt Flensburg**
 - › 1.237 Befragte aus dem **Kreis Schleswig-Flensburg**
 - › 265 Befragte aus dem **übrigen Bundesgebiet**
 - › 207 Befragte aus **Dänemark**
- › **Altersverteilung** der Befragten:
 - › Bis 25 Jahre: n=356
 - › 26 bis 45 Jahre: n=2.035
 - › 46 bis 65 Jahre: n= 1.830
 - › 66+ Jahre: n=538
- › Durchführung der Feldforschung: INNOFACT AG, Düsseldorf



Stärkste Wettbewerber von Flensburgs Innenstadt: Die Einkaufszentren der Stadt

Frage 11a

Wo kaufen Sie bevorzugt ein?



Basis: Befragte Stadt Flensburg (n=3.050), Kreis SF (n=1.237), Dänemark (n=207), Außerhalb (n=265)

Aufgabe der Treiberanalysen:

Die **zugkräftigsten** Themen und Inhalte für die Profilierung von Flensburgs Innenstadt ermitteln

Mit Hilfe von Regressionsanalysen wurde die **Treiberwirkung** der Themenfelder auf die Attraktivität von Flensburgs Innenstadt ermittelt

Bewertung Themenfelder

Gesamtbewertung der Themenfelder

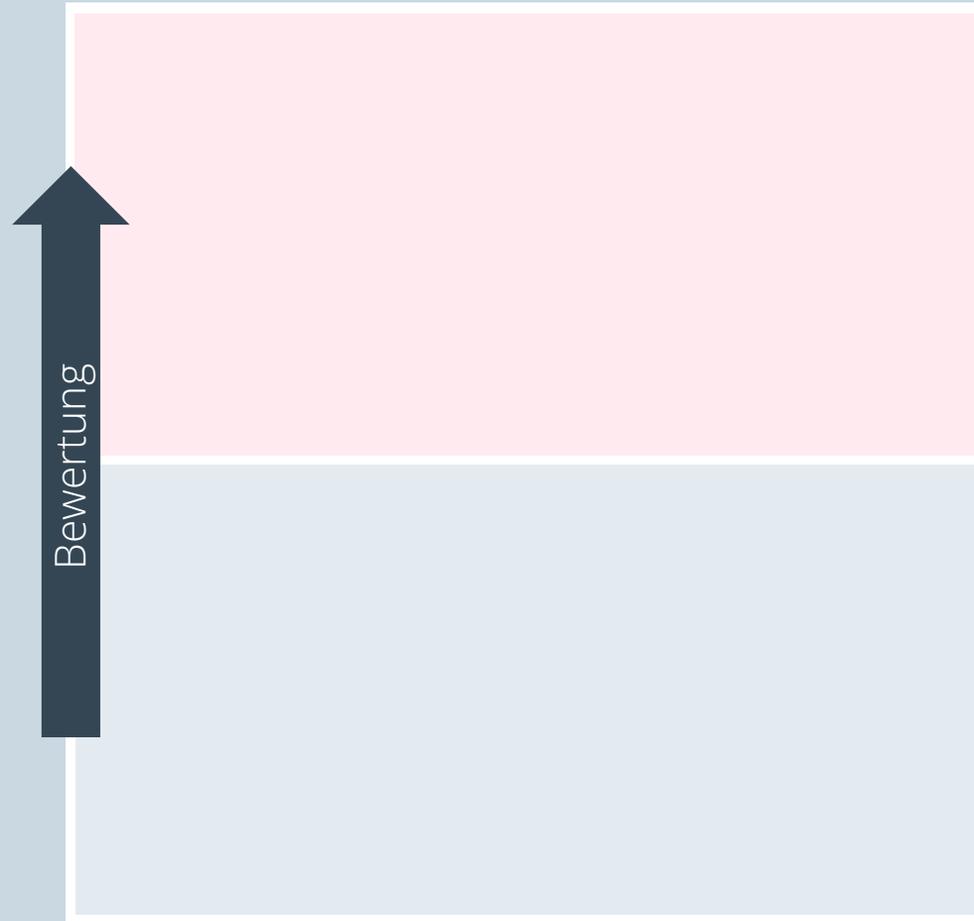
- Stadtbild
- Gastronomisches Angebot
- Skandinavisches Flair
- Shopping / Einkaufen
- Freizeit- und Kulturangebot
- Aufenthaltsqualität

Treiberwirkung

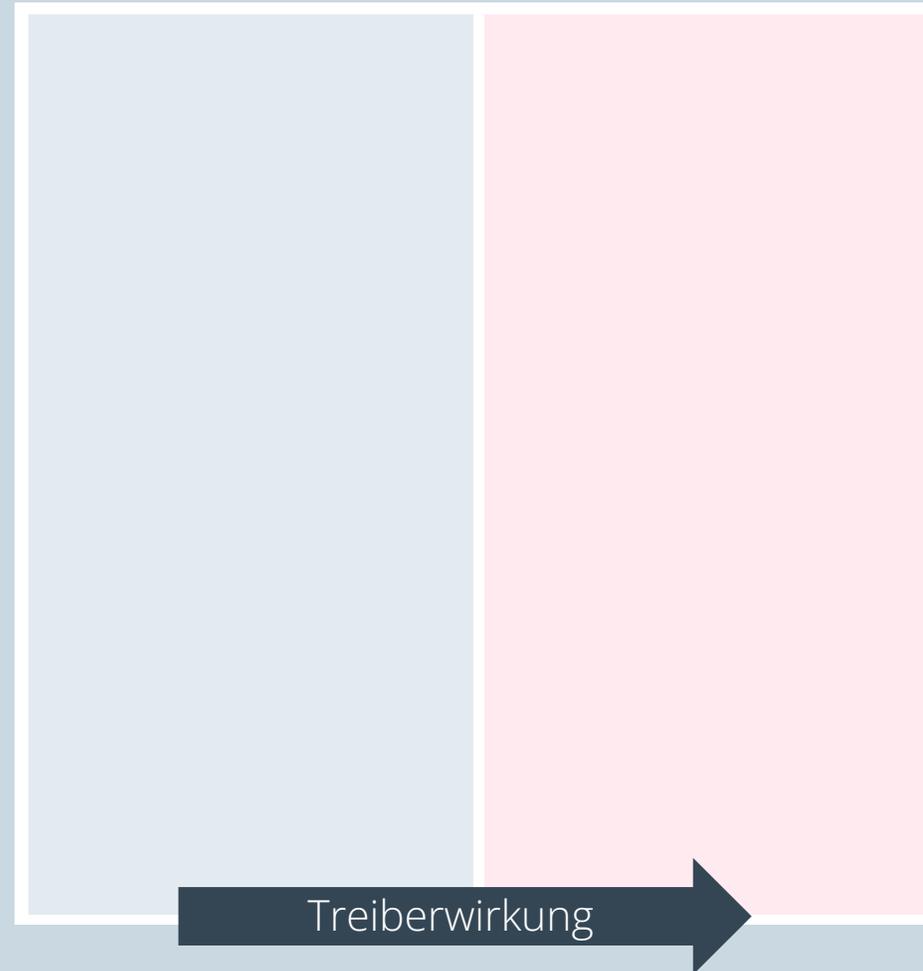
Bewertung Attraktivität/Einstellung

- Gefällt mir sehr gut
- Gute Gründe, Flensburgs Innenstadt zu besuchen
- Flensburgs Innenstadt ist einzigartig
- Empfehlungsbereitschaft
- Gesamt-Attraktivität

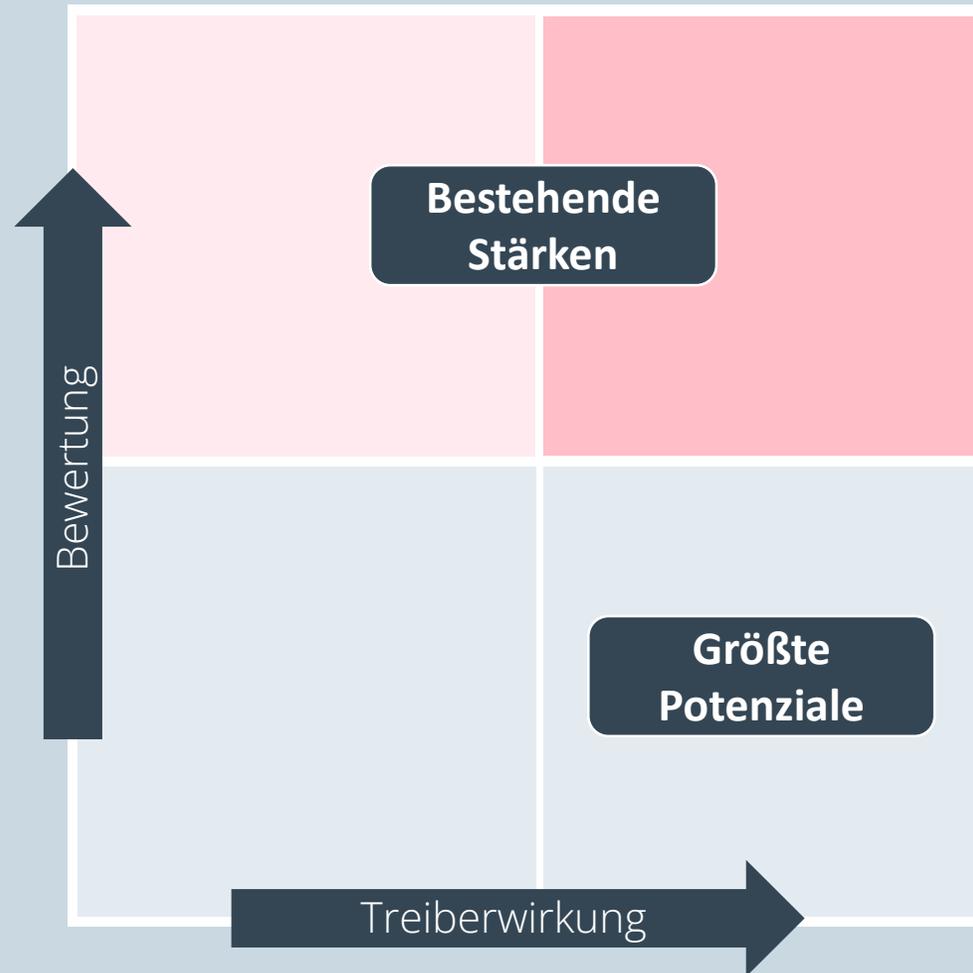
Die **Zustimmungswerte** zeigen, wo aus Zielgruppensicht bestehende **Stärken** der Flensburger Innenstadt liegen



Die **Treiberwirkungen** zeigen, wie **relevant** die Themenfelder für die Attraktivität der Innenstadt sind

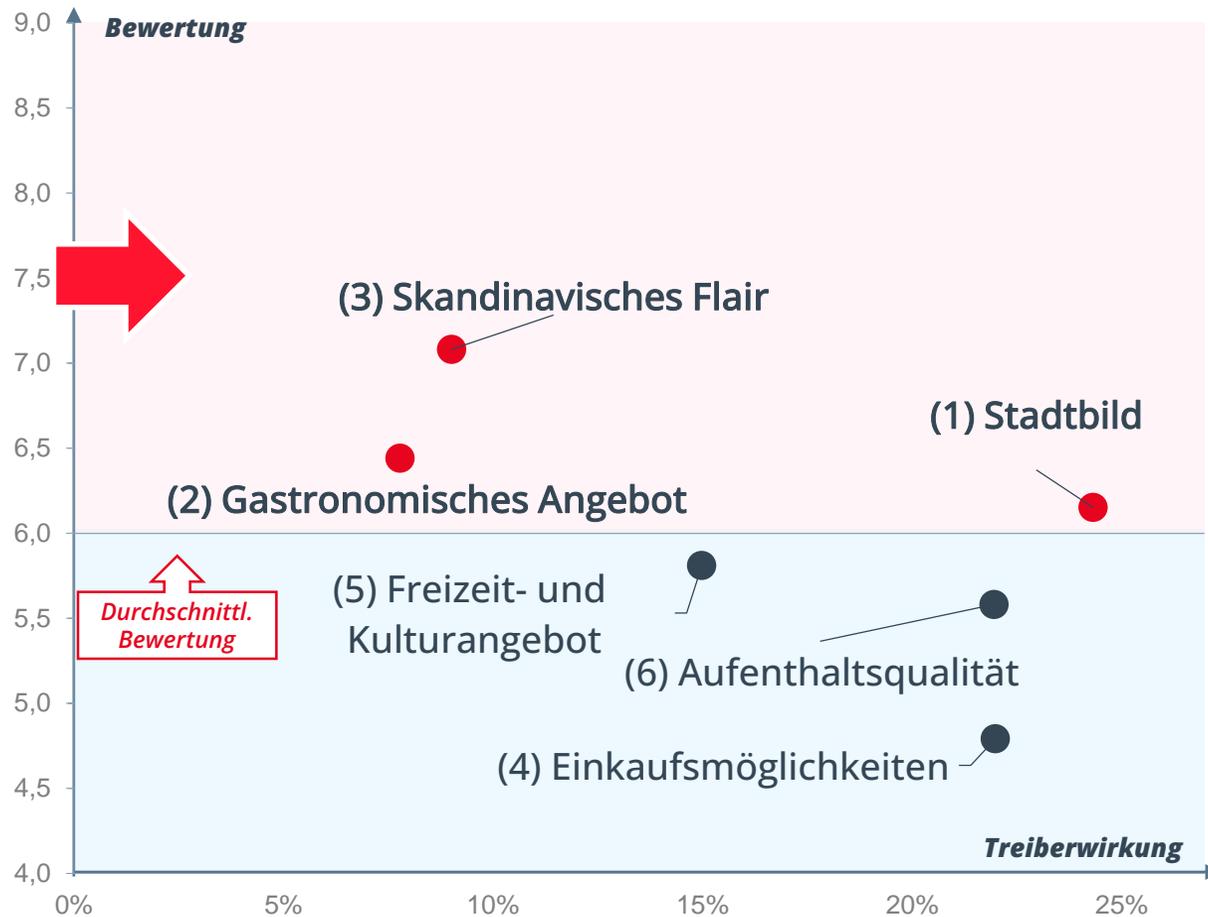


Zwei Kennzahlen geben Hinweise für die Priorisierung der abgefragten Themenfelder



Ergebnisse der Analysen:

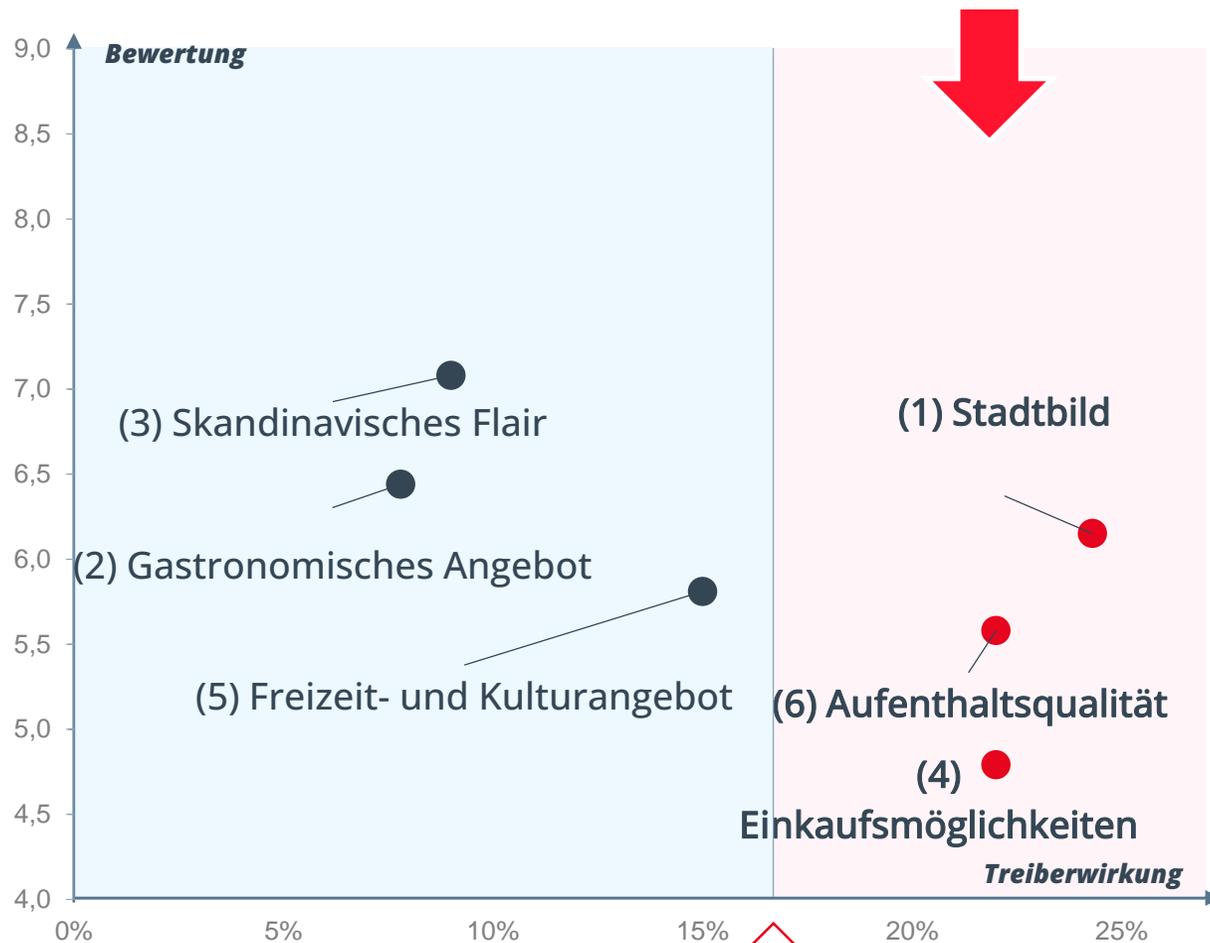
1. Betrachtungs-Ebene: Welche Themenfelder werden von den Flensburger:innen **überdurchschnittlich bewertet**? (= Stärken)



- 1 Das **Stadtbild** der Flensburger Innenstadt finde ich sehr gut
- 2 Das **gastronomische Angebot** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 3 Das **skandinavische Flair** der Flensburger Innenstadt gefällt mir sehr gut
- 4 Die **Einkaufsmöglichkeiten** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 5 Das **Freizeit- und Kulturangebot** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 6 Ich finde die **Aufenthaltsqualität** in Flensburgs Innenstadt sehr gut

Basis: Befragte Stadt Flensburg (n=3.050)

2. Betrachtungs-Ebene: Welche Themenfelder haben überdurchschnittliche Treiberwirkung (= Relevanz)?

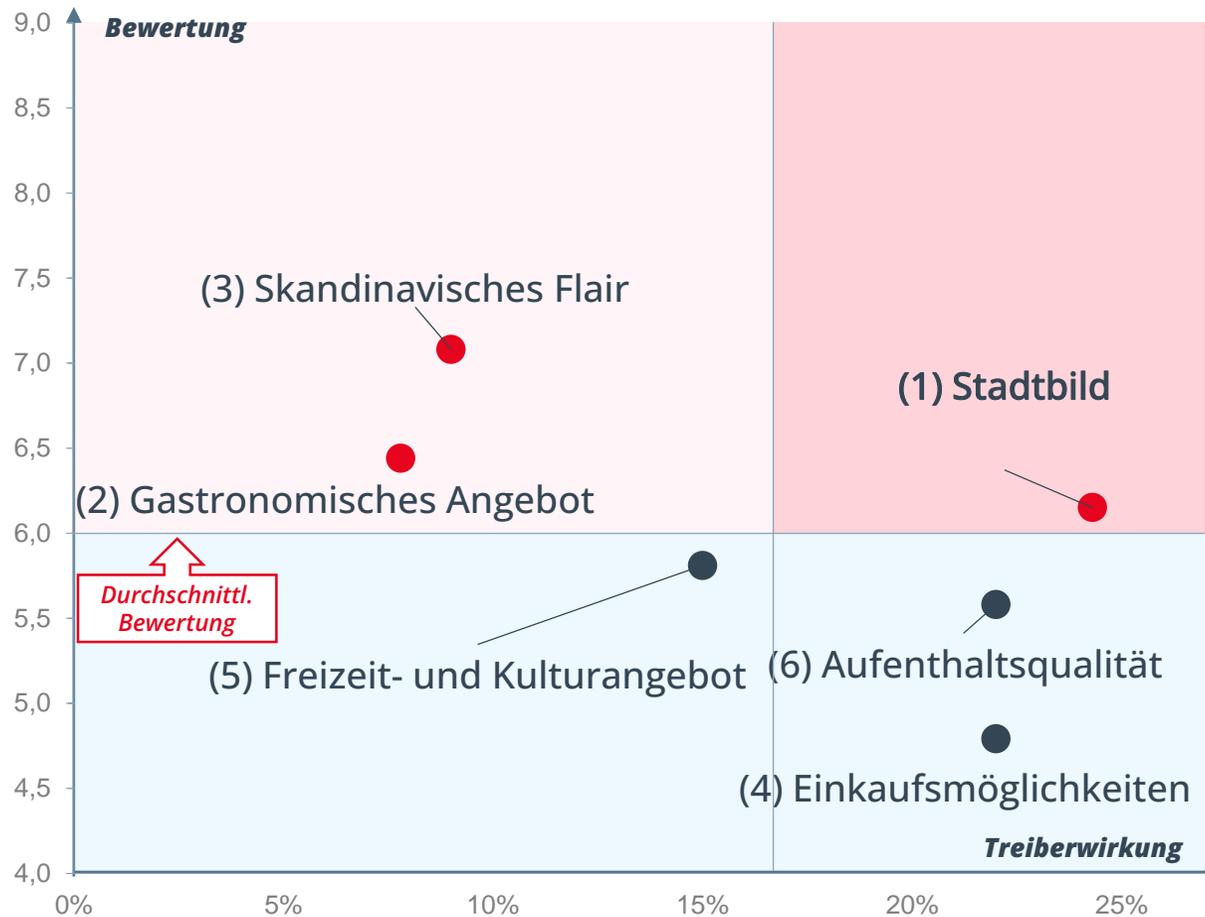


Basis: Befragte Stadt Flensburg (n=3.050)

Durchschnittl.
Treiberwirkung

- 1 Das **Stadtbild** der Flensburger Innenstadt finde ich sehr gut
- 2 Das **gastronomische Angebot** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 3 Das **skandinavische Flair** der Flensburger Innenstadt gefällt mir sehr gut
- 4 Die **Einkaufsmöglichkeiten** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 5 Das **Freizeit- und Kulturangebot** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 6 Ich finde die **Aufenthaltsqualität** in Flensburgs Innenstadt sehr gut

Das Stadtbild hat sowohl eine hohe Bewertung als auch überdurchschnittliche Treiberwirkung

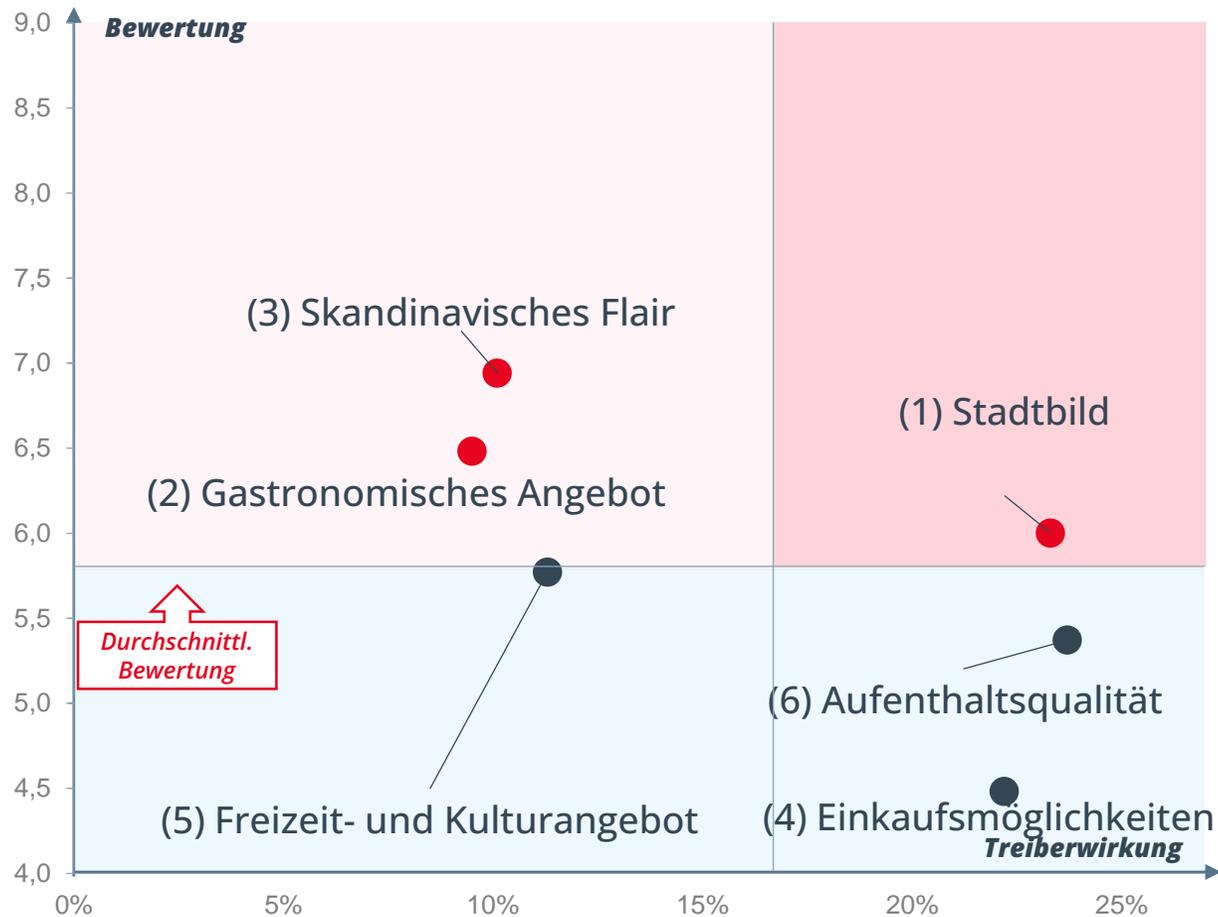


Basis: Befragte Stadt Flensburg (n=3.050)

- 1 Das **Stadtbild** der Flensburger Innenstadt finde ich sehr gut
- 2 Das **gastronomische Angebot** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 3 Das **skandinavische Flair** der Flensburger Innenstadt gefällt mir sehr gut
- 4 Die **Einkaufsmöglichkeiten** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 5 Das **Freizeit- und Kulturangebot** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 6 Ich finde die **Aufenthaltsqualität** in Flensburgs Innenstadt sehr gut

Ein Blick auf die weiteren Zielgruppen

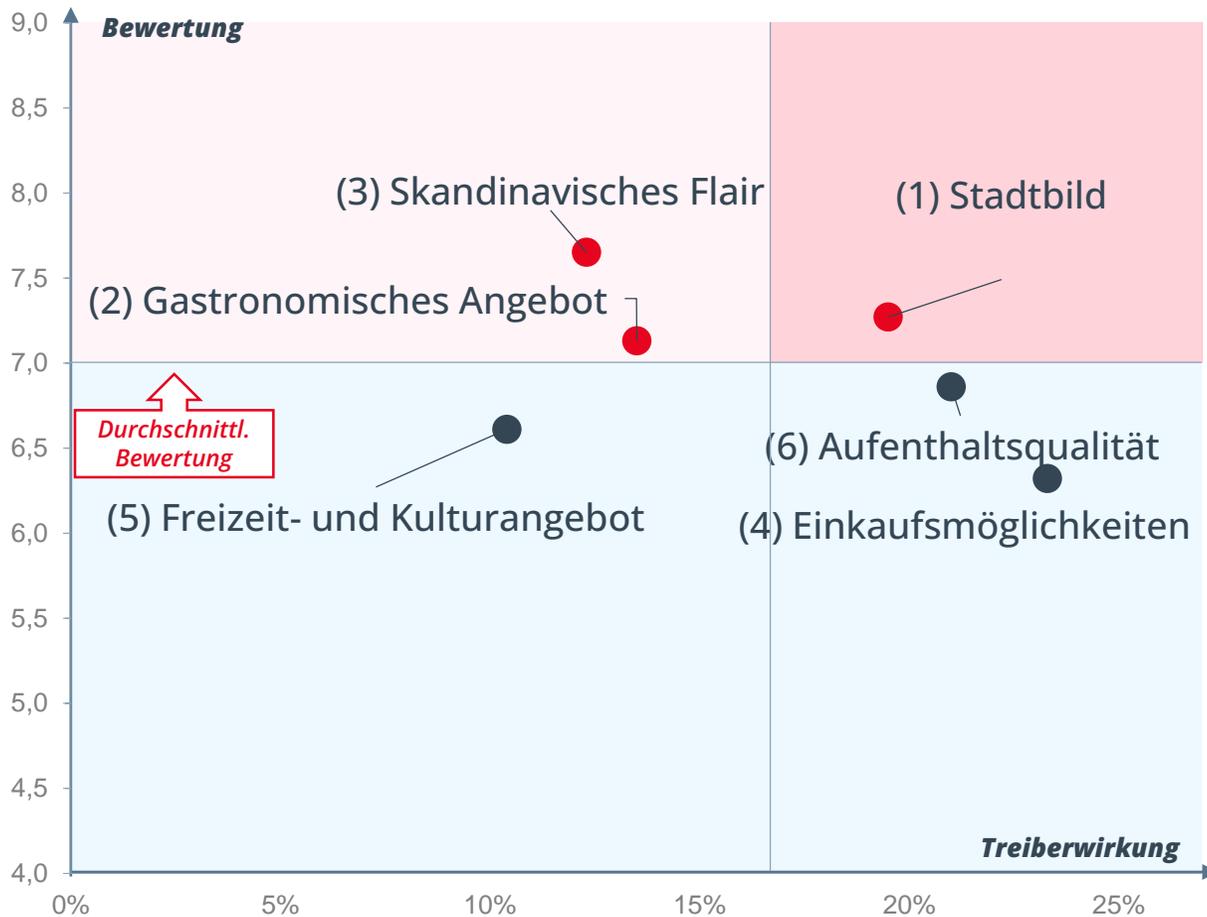
Ähnliches Bild bei Befragten aus dem **Kreis SF**



- 1 Das **Stadtbild** der Flensburger Innenstadt finde ich sehr gut
- 2 Das **gastronomische Angebot** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 3 Das **skandinavische Flair** der Flensburger Innenstadt gefällt mir sehr gut
- 4 Die **Einkaufsmöglichkeiten** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 5 Das **Freizeit- und Kulturangebot** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 6 Ich finde die **Aufenthaltsqualität** in Flensburgs Innenstadt sehr gut

Basis: Befragte Kreis Schleswig-Flensburg (n=1.237)

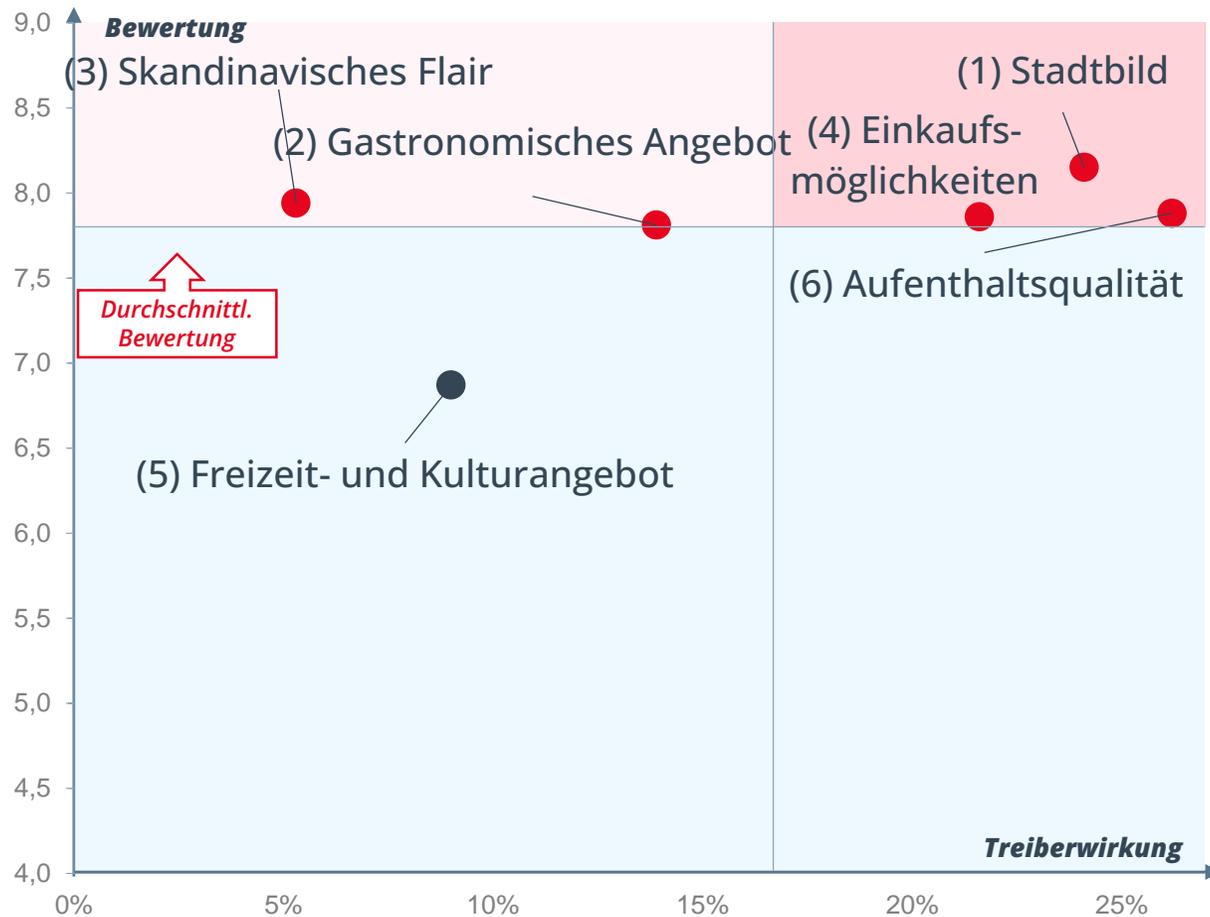
Ähnliches Bild ebenfalls bei **deutschen Befragten** **außerhalb** von Stadt und Kreis SF



- 1 Das **Stadtbild** der Flensburger Innenstadt finde ich sehr gut
- 2 Das **gastronomische Angebot** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 3 Das **skandinavische Flair** der Flensburger Innenstadt gefällt mir sehr gut
- 4 Die **Einkaufsmöglichkeiten** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 5 Das **Freizeit- und Kulturangebot** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 6 Ich finde die **Aufenthaltsqualität** in Flensburgs Innenstadt sehr gut

Basis: Befragte Außerhalb (n=265)

Befragte aus **DK** bewerten auch Shopping und Aufenthaltsqualität überdurchschnittlich



- 1 Das **Stadtbild** der Flensburger Innenstadt finde ich sehr gut
- 2 Das **gastronomische Angebot** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 3 Das **skandinavische Flair** der Flensburger Innenstadt gefällt mir sehr gut
- 4 Die **Einkaufsmöglichkeiten** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 5 Das **Freizeit- und Kulturangebot** in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut
- 6 Ich finde die **Aufenthaltsqualität** in Flensburgs Innenstadt sehr gut

Basis: Befragte Dänemark (n=207)

Konkretisierung der sechs Themenfelder

Skandinavisches Flair

Bewertung:
Beste Bewertung aller Themenfelder

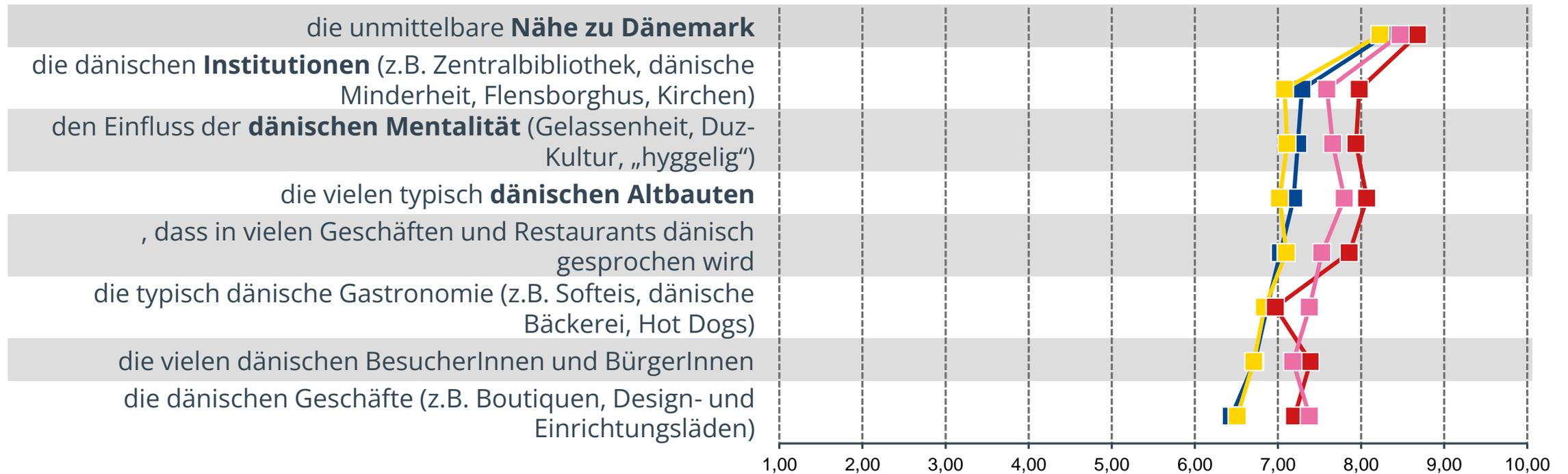
Treiberwirkung:
Unterdurchschnittlich

Geschätzt werden vor allem die **Nähe zu DK**, die **dänischen Institutionen, Mentalität** und die **typische Architektur**

Frage 3.3a

Was schätzen Sie am skandinavischen Flair der Flensburger Innenstadt?

Am skandinavischen Flair der Flensburger Innenstadt finde ich sehr gut ...



Basis: Befragte Stadt Flensburg (n=3.050), Kreis SF (n=1.237), Dänemark (n=207), Außerhalb (n=265)

Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

Gastronomisches Angebot

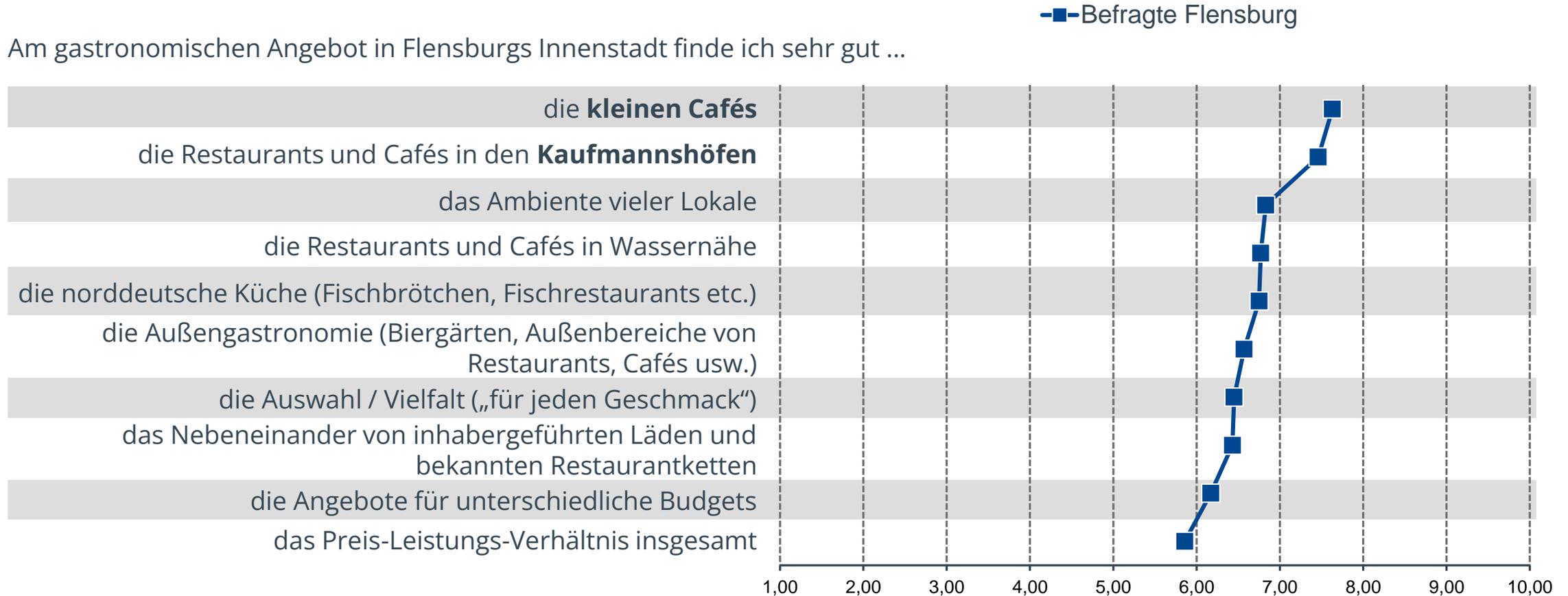
Bewertung:
Überdurchschnittlich

Treiberwirkung:
Unterdurchschnittlich

Highlights aus Sicht der Flensburger:innen sind die **kleinen Cafés** und gastronomischen Angebote in den **Kaufmannshöfen**

Frage 3.2a

Was schätzen Sie am gastronomischen Angebot in Flensburgs Innenstadt?



Basis: Befragte Stadt Flensburg (n=3.050)

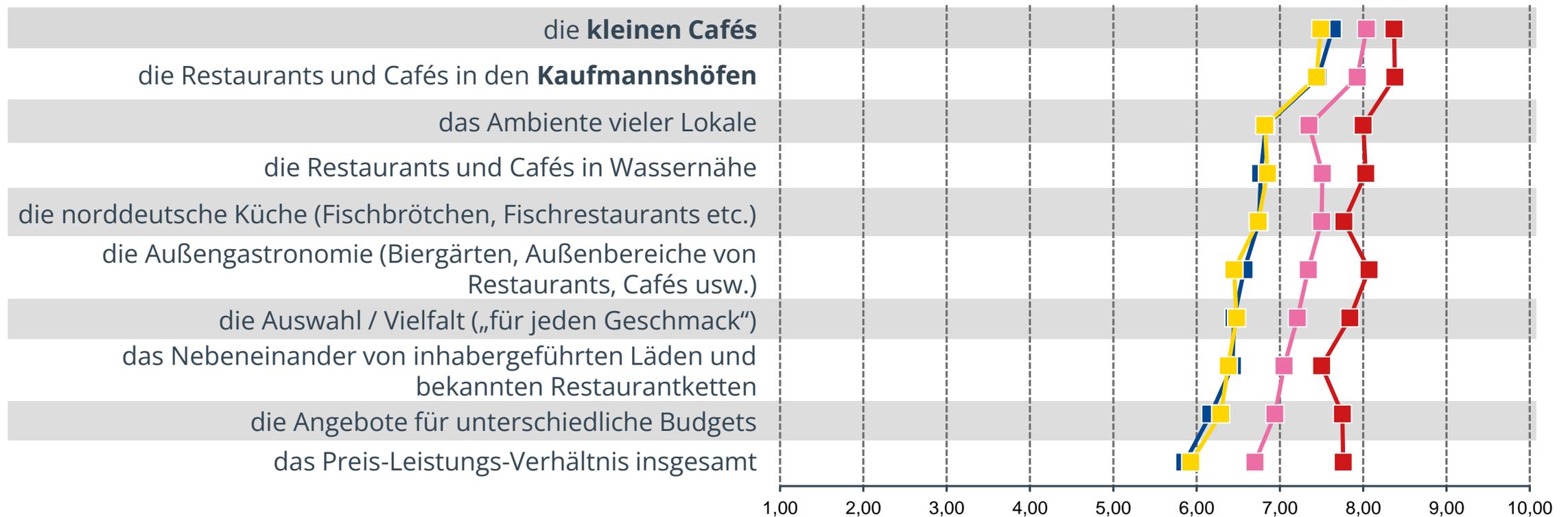
Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

Highlights sind die **kleinen Cafés** und gastronomischen Angebote in den **Kaufmannshöfen**

Frage 3.2a

Was schätzen Sie am gastronomischen Angebot in Flensburgs Innenstadt?

Am gastronomischen Angebot in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut ...



Basis: Befragte Stadt Flensburg (n=3.050), Kreis SF (n=1.237), Dänemark (n=207), Außerhalb (n=265)

Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

Stadtbild

Bewertung:
Überdurchschnittlich

Treiberwirkung:
Überdurchschnittlich

Hafen und Historie: Das Bild der Innenstadt lebt besonders von Fördenähe, Kaufmannshäuser/-höfe und hist. Seitengassen

Frage 3.1a

Was schätzen Sie am Stadtbild der Flensburger Innenstadt?

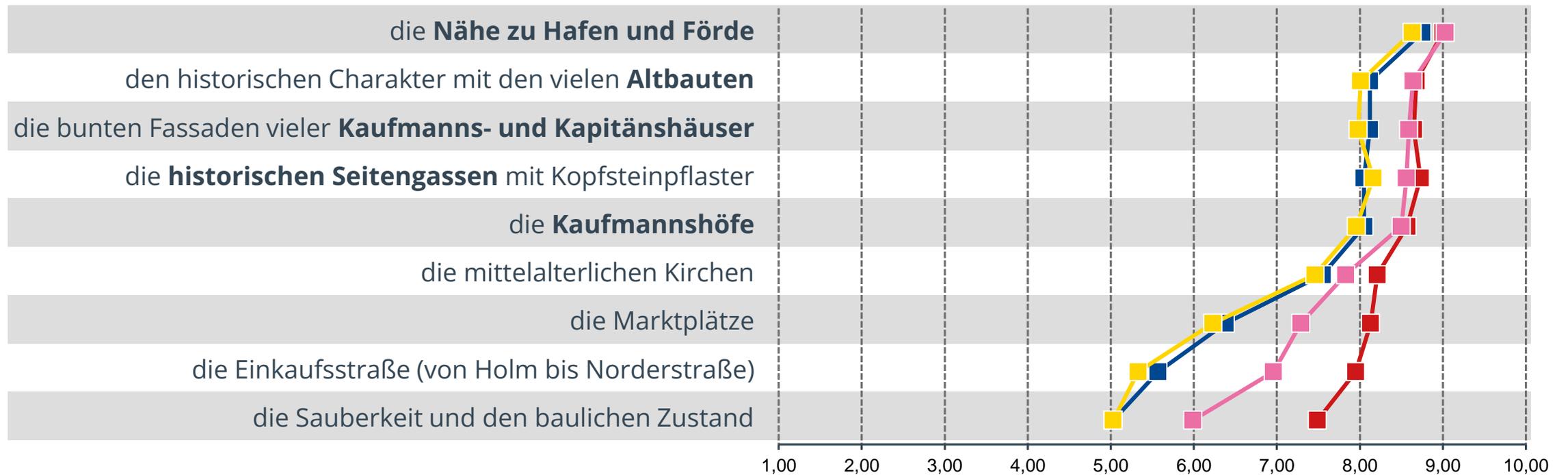
Am Stadtbild der Flensburger Innenstadt finde ich sehr gut ...

■ Befragte Flensburg

■ Befragte Kreis SF

■ Befragte Dänemark

■ Befragte außerhalb



Basis: Befragte Stadt Flensburg (n=3.050), Kreis SF (n=1.237), Dänemark (n=207), Außerhalb (n=265)

Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

Freizeit- und Kulturangebot

Bewertung:
(Knapp) unterdurchschnittlich

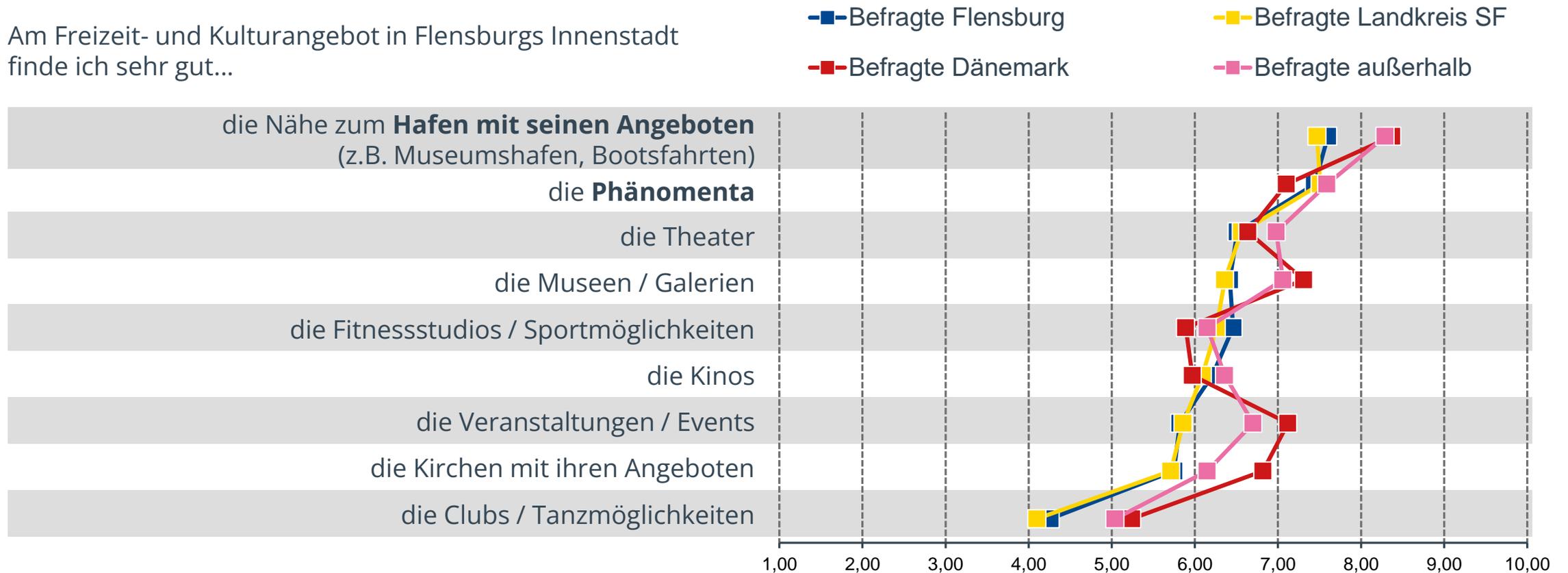
Treiberwirkung:
Unterdurchschnittlich

Beste Bewertungen innerhalb des Themenfeldes für den **Hafen** mit seinen Angeboten sowie die **Phänomenta**

Frage 3.5a

Was schätzen Sie am Freizeit- und Kulturangebot in Flensburgs Innenstadt?

Am Freizeit- und Kulturangebot in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut...



Basis: Befragte Stadt Flensburg (n=3.050), Landkreis SF (n=1.237), Dänemark (n=207), Außerhalb (n=265)

Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

Aufenthaltsqualität

Bewertung:
(Knapp) unterdurchschnittlich

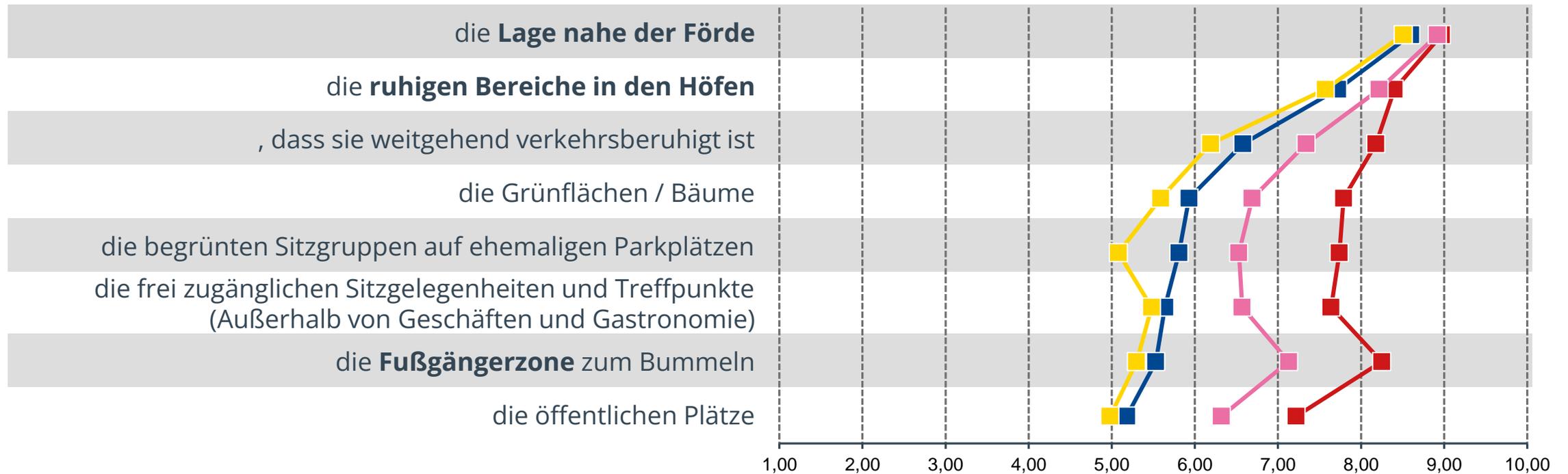
Treiberwirkung:
Überdurchschnittlich

Auch die Aufenthaltsqualität lebt vor allem von **Förde und Höfen** – schwächere Werte für die öffentlichen Plätze

Frage 3.6a

Was schätzen Sie diesbezüglich an Flensburgs Innenstadt?

An der Aufenthaltsqualität in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut ...



Basis: Befragte Stadt Flensburg (n=3.050), Kreis SF (n=1.237), Dänemark (n=207), Außerhalb (n=265)

Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

Shopping / Einkaufen

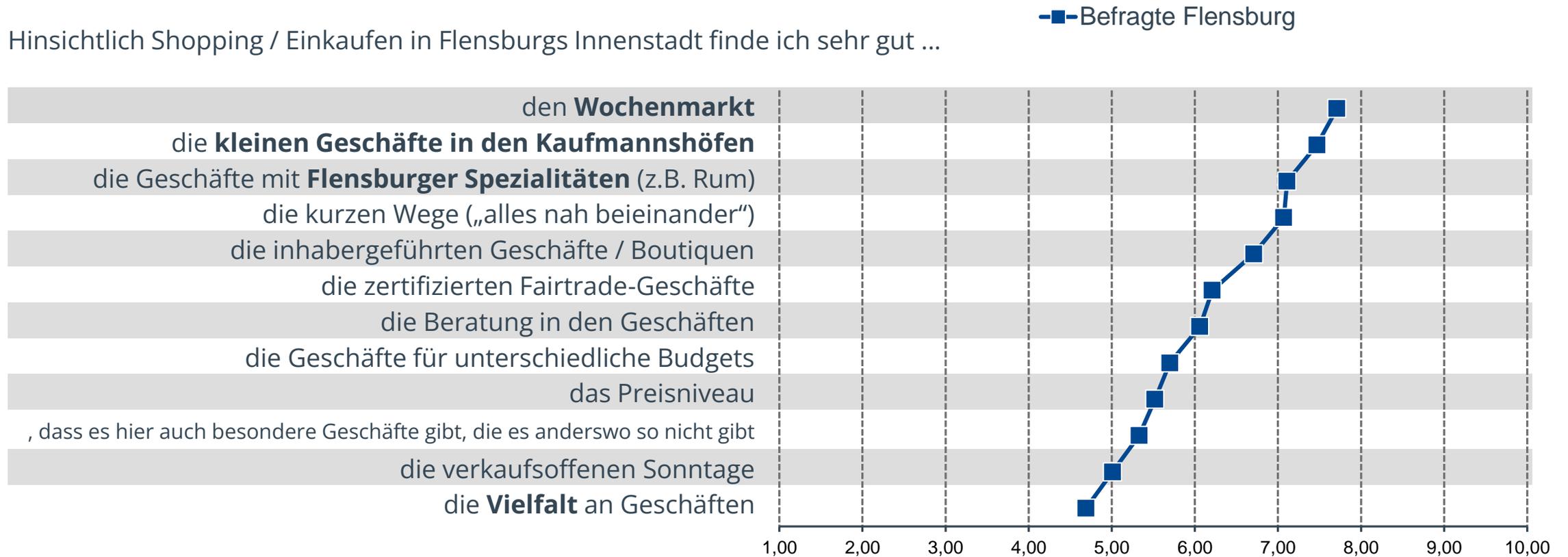
Bewertung:
Unterdurchschnittlich

Treiberwirkung:
Überdurchschnittlich

Trotz unterdurchschnittlicher Gesamtbewertung: "Gute Noten" für **Wochenmarkt, Kaufmannshöfe und Spezialitäten**

Frage 3.4a

Wenn Sie an Shopping / Einkaufen denken – was schätzen Sie diesbezüglich an Flensburgs Innenstadt?



Basis: Befragte Stadt Flensburg (n=3.050)

Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

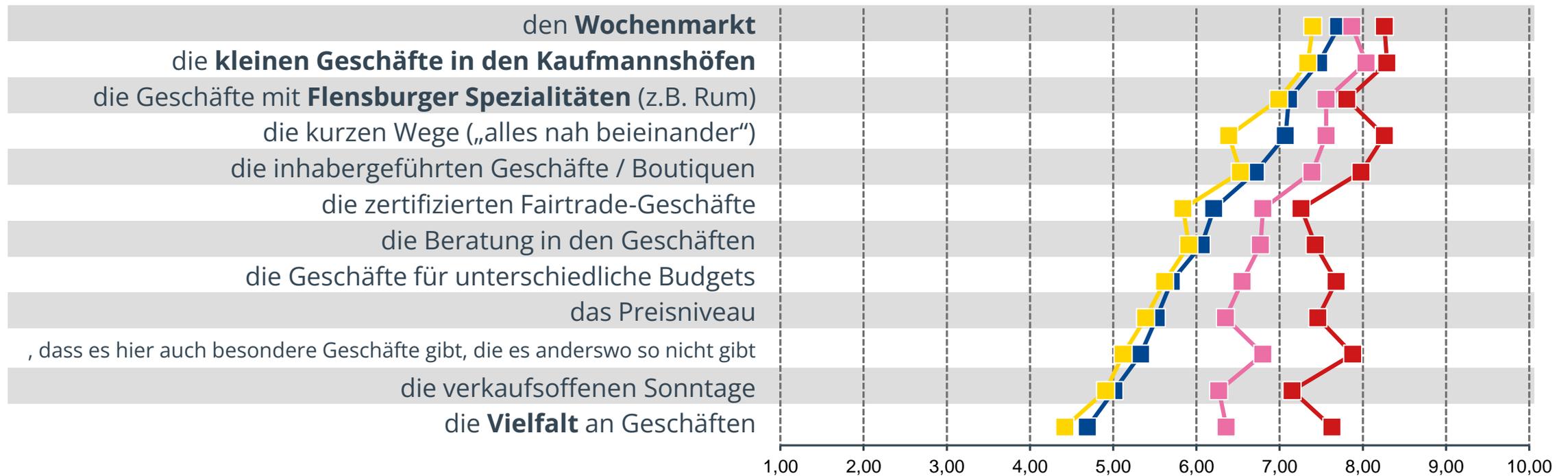
Befragte außerhalb von Stadt und Kreis schätzen die Einkaufsmöglichkeiten deutlich besser ein

Frage 3.4a

Wenn Sie an Shopping / Einkaufen denken – was schätzen Sie diesbezüglich an Flensburgs Innenstadt?

Hinsichtlich Shopping / Einkaufen in Flensburgs Innenstadt finde ich sehr gut ...

■ Befragte Flensburg ■ Befragte Kreis SF
■ Befragte Dänemark ■ Befragte außerhalb



Basis: Befragte Stadt Flensburg (n=3.050), Kreis SF (n=1.237), Dänemark (n=207), Außerhalb (n=265)

Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

Vertiefender Blick:
**Was kann man aus Sicht der
Befragten in Flensburgs
Innenstadt gut einkaufen?**

In den meisten Sortimenten liegt die Innenstadt vorne – nur bei Elektronik und Wohnen gewinnt der Citti-Park klar

Frage 12

Wenn Sie einmal an die Flensburger Innenstadt, den Citti-Park und den Fördepark denken: Wo kann man die folgenden Sortimente aus Ihrer ganz persönlichen Sicht am besten einkaufen?

	Innenstadt von Flensburg	Citti-Park	Fördepark
Bücher / Zeitschriften / Medien	58%	20%	10%
Geschenkartikel	51%	29%	7%
Freizeit / Spielwaren	49%	27%	7%
Schuhe	43%	25%	13%
Outdoor / Sport	42%	28%	10%
Bekleidung / Mode	37%	34%	8%
Waren des täglichen Bedarfs, z.B. Lebensmittel, Drogeriewaren	30%	33%	27%
Elektronik- / Elektroartikel	18%	58%	11%
Rund ums Wohnen, Möbel, Einrichtung	13%	21%	19%

Basis: Befragte Stadt Flensburg (n=3.050)

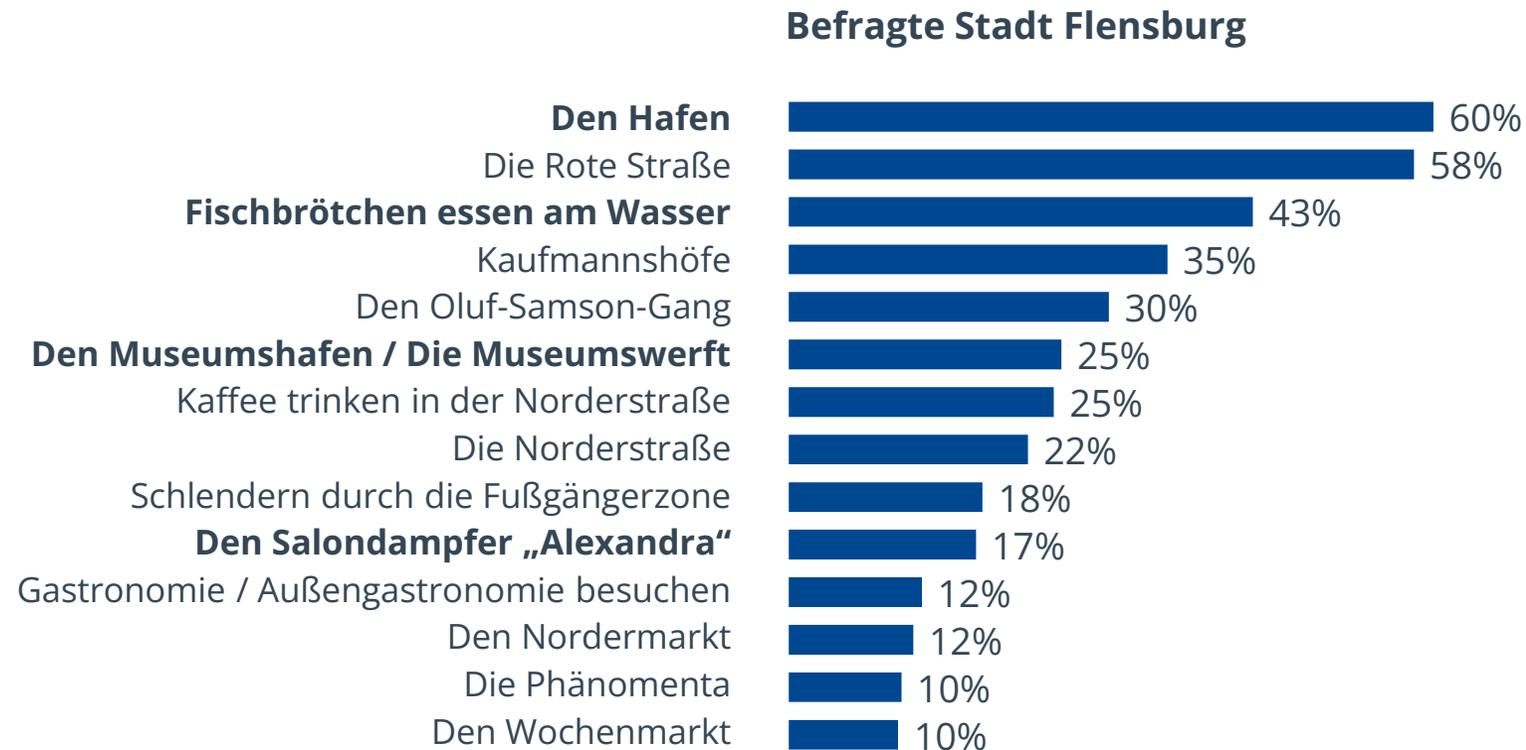
Zusätzlich gab es die Antwortmöglichkeit: „Weiß nicht“

**Was würden Sie ortsfremden
Bekannten zeigen/mit ihnen
unternehmen, um sie davon zu
überzeugen, dass Flensburg eine
attraktive Innenstadt hat?**

Flensburger:innen würden vor allem den **Hafen** „vorzeigen“ (mit Fischbrötchen, Museumshafen und der Alexandra) ...

Frage 7

Was würden Sie Ihren ortsfremden Bekannten zeigen oder mit ihnen unternehmen, um sie davon zu überzeugen, dass Flensburg eine sehr attraktive Innenstadt hat? (1/2)



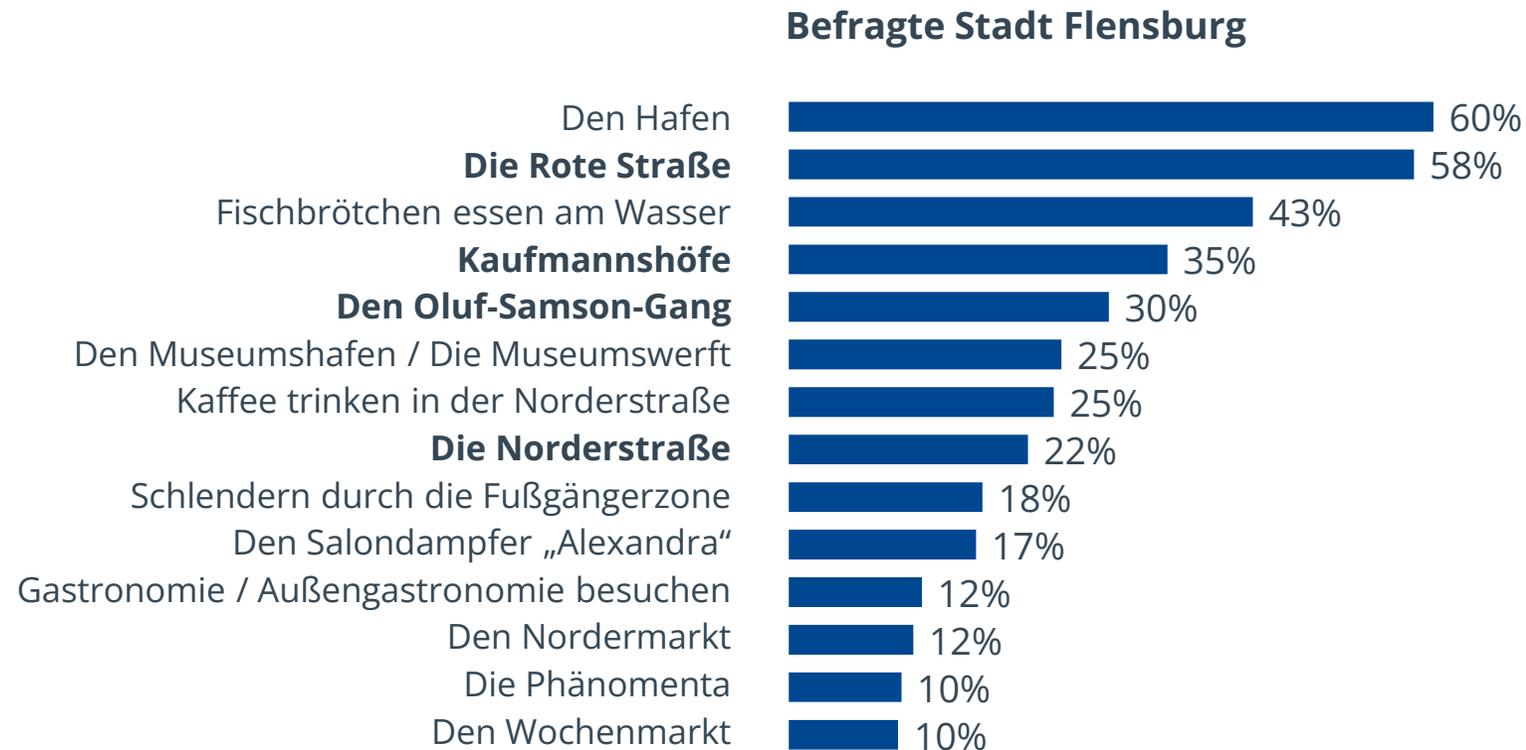
Basis: Befragte Stadt Flensburg (n=3.050)

Maximal 5 Antworten pro Befragten

... sowie prägende Straßen mit ihren Kaufmannshöfen wie Rote Straße, Oluf-Samson-Gang und Norderstraße

Frage 7

Was würden Sie Ihren ortsfremden Bekannten zeigen oder mit ihnen unternehmen, um sie davon zu überzeugen, dass Flensburg eine sehr attraktive Innenstadt hat? (1/2)



Basis: Befragte Stadt Flensburg (n=3.050)

Maximal 5 Antworten pro Befragten

Die Essenz der Analyse:
**Ein Profil für
Flensburgs Innenstadt**

Ein Profil für Flensburgs Innenstadt

Die positionierenden Stärken im Überblick



Hafen und Förde vor der Tür

Bereits ihre malerische Lage macht Flensburgs Innenstadt einzigartig: Die **Förde** und der **Hafen** mit dem **Museumshafen**, der **Alexandra** und Angeboten wie **Bootsfahrten** oder **Fischbrötchen** etc. schaffen eine ganz besondere Aufenthaltsqualität und typisch Flensburger Erlebnisangebote.



Skandinavisches Flair

Befragte aus allen Regionen schätzen Flensburgs Innenstadt für ihre **Nähe zu Dänemark** und die Prägung durch die dänische Kultur, **Mentalität** und **Institutionen**. Sie verleihen Flensburgs Innenstadt ein skandinavisches Flair, das in Deutschland einzigartig ist.



Historisches Stadtbild

Während viele deutsche Innenstädte durch funktionale Architektur charakterisiert sind, punktet Flensburgs Zentrum mit seinem weitenteils **historischen Charakter**: Besonders resonanzstark sind die typischen **Kaufmannshöfe** sowie die prägenden Ensembles von **Rote Straße**, **Oluf-Samson-Gang** und **Norderstraße**.



Einkaufen als Erlebnis

Der effizienten Bedarfsdeckung in den Einkaufszentren setzt Flensburgs Innenstadt ein besonderes **Einkaufserlebnis** entgegen: **Wochenmarkt**, Shopping in **Kaufmannshöfen**, Flensburger **Spezialitäten**, **inhabergeführte Geschäfte** und **gute Sortimente** in vielen Bereichen (von Buch bis Mode) ermöglichen „Einkaufen mit Format“.



Gastronomie und Kultur im Herzen der Stadt

Über Shopping hinaus bietet Flensburgs Innenstadt vieles, was den Aufenthalt zu einem Erlebnis machen: Das **gastronomische Angebot** punktet insbesondere mit **kleinen Cafés**, **Kaufmannshöfen** und **Hafennähe**. Kulturelle Institutionen wie die **Phänomenta** sowie Museen und Theater schaffen weitere, attraktive Angebote.

Emotionale Kommunikation durch **starke Bilder**

Resonanzstarke Innenstadt-Motive im Überblick



**Hafen und Förde
vor der Tür**



**Skandinavisches
Flair**



**Historisches
Stadtbild**



**Einkaufen
als Erlebnis**



**Gastronomie und
Kultur im Herzen
der Stadt**



**Diese profilierenden Stärken
gilt es zu kommunizieren und
zu inszenieren**

Weitere Befragungsergebnisse:
**Besuchshürden und Wege
zu mehr Attraktivität**

Welches sind laut Befragung
die wichtigsten **Besuchshürden**
für Flensburgs Innenstadt?

Leerstand, verschlechtertes Einzelhandelsangebot und teures Parken sind in der Abfrage die wichtigsten Besuchshürden

Frage 9

Was sind mögliche Gründe dafür, dass Sie die Innenstadt von Flensburg nicht oder nicht häufiger besuchen bzw. nutzen? (1/2)

Ein wichtiger Grund, die Innenstadt von Flensburg nicht öfter zu besuchen, ist für mich, ...

	Befragte Flensburg
dass viele Geschäfte / Gebäude leer stehen	55%
dass sich das Einzelhandelsangebot verschlechtert hat	54%
dass das Parken zu teuer ist	42%
dass ich mich am Südermarkt unwohl / unsicher fühle	32%
das fehlende Angebot / zu wenig Auswahl in bestimmten Bereichen	30%
dass es wenig Grünflächen gibt	24%
dass es zu wenig öffentliche WCs gibt	23%
die mangelnde Sauberkeit	22%
dass es zu wenig Parkplätze gibt	20%
dass es Außerhalb von Geschäften und Restaurants wenig Aufenthalts- / Sitzgelegenheiten gibt	19%
dass ich viele Sachen lieber online, also im Internet, einkaufe	14%
dass ich Autofahren in der Innenstadt anstrengend finde (viele Einbahnstraßen, schlechte Verkehrsführung)	14%
dass es wenig attraktive Events / Veranstaltungen gibt	13%
dass über die Bedarfsdeckung hinaus wenig Erlebnis geboten wird	13%

Basis: Befragte Stadt Flensburg (n=3.050)

Maximal 5 Antworten pro Befragten

**Welche Veränderungen würden
Flensburgs Innenstadt aus Sicht der
Befragten **attraktiver** machen?**

Häufigste Antworten: Nutzung leerstehender Geschäfte, günstigeres Parken, mehr Auswahl

Frage 10

Was müsste sich in der Innenstadt von Flensburg ändern, damit sie für Sie zukünftig attraktiver wird? (1/2)

Für mich würde die Innenstadt von Flensburg attraktiver werden, wenn ...

leerstehende Geschäfte sinnvoll genutzt würden (z.B. für Ausstellungen, Kultur, Vereine, Gastronomie)

es **mehr günstige / kostenlose Parkmöglichkeiten** gäbe

es in bestimmten Bereichen ein **besseres Angebot / mehr Auswahl** gäbe

ich mich dort **sicherer** fühlen würde (z.B. am Südermarkt)

sie **mehr Grünflächen** hätte

sie **sauberer** wäre

es mehr **öffentliche WCs** gäbe

es mehr **kostenfreie Plätze / Sitzgelegenheiten** gäbe

es mehr attraktive Veranstaltungen / Events gäbe

mehr Kaufmannshöfe für Restaurants, Veranstaltungen oder Geschäfte genutzt würden

es eine bessere Verkehrs- und Parkführung geben würde

ich besser informiert werden würde, was in der Innenstadt los ist

**Befragte
Flensburg**

61%

43%

39%

34%

34%

27%

26%

25%

23%

20%

16%

16%

Basis: Befragte Stadt Flensburg (n=3.050)

Maximal 5 Antworten pro Befragten

Nächster Schritt: Entwicklung konkreter Maßnahmen

Vier Pfade zur Profilierung der Flensburger Innenstadt



Erhöhte Anziehungskraft auf die Zielgruppen



Brandmeyer

MARKENBERATUNG

Peter Pirck

Geschäftsführender Gesellschafter

peter.pirck@brandmeyer-markenberatung.de

www.brandmeyer-markenberatung.de

Grimm 8 - 20457 Hamburg

0049 - 40-244 228-55