

PRESSEINFORMATION

Umfrage: Soest punktet weiter mit Ambiente und Flair

Bei der deutschlandweiten Umfrage „Vitale Innenstädte“ des Instituts für Handelsforschung aus Köln konnte die Soester City aktuell für die Gesamtattraktivität zwar „nur“ eine Schulnote von 2,6 (2020: 2,4) erzielen. Das Flair der Hansestadt mit weit über 1.000-jähriger Geschichte wird allerdings sowohl von Einheimischen als auch Besuchern erneut sehr positiv bewertet (2,1). Die Umfrage wurde bereits zum 5. Mal von der IHK Arnsberg zusammen mit der Wirtschaft und Marketing Soest durchgeführt. Soest war bereits zum vierten Mal dabei.

Der überwiegende Teil (55,3 %) der Befragten kam dieses Mal aus Soest selbst, der Anteil Auswärtiger lag mit 44,7 Prozent aber nach wie vor deutlich über dem in Städten vergleichbarer Größe (34 %). Dazu merkt Stephan Britten, Handelsreferent der IHK Arnsberg, an: „Soest verfügt traditionell über eine hohe Zentralität in der Region. Das liegt an der Lage als Solitärstandort, als Verwaltungs- und Bildungszentrum und nicht zuletzt an seiner historisch bedingten Attraktivität, sowohl für Tagesausflügler als auch für Touristen.“

Die Bedeutung des Einzelhandels für die Stadt Soest findet sich auch in den Besuchsmotiven der Befragten wieder: mit 57 % der Befragten war das Shoppen der Hauptgrund für den Innenstadtbesuch. Das Einzelhandelsangebot insgesamt erhält allerdings in der aktuellen Befragung im Vergleich zu 2020 (2,2) lediglich noch eine befriedigende Benotung (2,9). Carolin Brautlecht, Geschäftsführerin der Wirtschaft & Marketing Soest GmbH weist darauf hin, dass das eine oder andere Urteil der Befragten doch erstaunt. „Beispielsweise ist der Einzelhandelsbesatz in der Soester Innenstadt in den letzten beiden Jahren – trotz Corona-Krise – weitgehend konstant geblieben. Gerade im Bereich Bekleidung / Schuhe, verfügt Soest nach wie vor über ein

Datum/Sperrfrist:

9. Februar 2023 (11.00 Uhr)

Ansprechpartner:

Stephan Britten
Tel. 02931 878-271

vielfältiges Angebot. Hier muss man im Detail schauen, ob man zum Beispiel durch gezieltes Marketing die positive Wahrnehmung verbessern kann.“

Mehr als verdreifacht hat sich der Anteil der Befragten, die nun vermehrt im Online-Handel einkaufen und die es deshalb deutlich seltener in die Innenstadt zieht. Hier stieg der Wert von 11,3 Prozent auf 36,9 Prozent „Vermutlich spielt bei dieser Entwicklung auch die Corona-Pandemie eine Rolle. Denn während der Lockdowns sind viele Kunden verstärkt auf das Onlineshopping ausgewichen und kehren nun nicht mehr zu den alten Gewohnheiten zurück.“, ordnet Stephan Britten die Zahlen ein. „Hier ist es wichtiger denn je, die Händlerinnen und Händler dabei zu unterstützen, sich digital vor allem sichtbar aufzustellen.“

Die Mobilität der Innenstadtbesucher wird mit knapp 50 Prozent nach wie vor durch PKWs geprägt. Sowohl die Autofreundlichkeit (Note 3,3) als auch die Parkmöglichkeiten (Note 3,4) werden jedoch im Vergleich zur Fahrradfreundlichkeit (Note 2,4) und Fußgängerfreundlichkeit (Note 2,1) eher befriedigend bewertet. Frank Strothkamp vom Verein Soester Wirtschaft merkt hierzu an: „Bei allen Diskussionen um das Thema Verkehrswende darf man nicht außer Acht lassen, dass das Verkehrsmittel der Wahl nach wie vor das Auto ist und Soest auch in Zukunft attraktiv für diese wesentliche Kundengruppe – mit einem in der Regel auch höheren Ausgabeverhalten – sein muss und man diese nicht verprellen darf.“

Traditionell gute Noten erhält Soest im Bereich Veranstaltungen (2,1) und beim Gastronomieangebot (2,2). „Soest ist für seine oftmals einzigartigen Veranstaltungen wie zum Beispiel die Soester Fehde oder die Allerheiligenkirmes weit über die Region bekannt und auch das vielfältige Angebot an Gastronomie wird auswärtigen und einheimischen Besuchern geschätzt“, so Martin Jochem vom Verein Soester Wirtschaft.

Trotz der ein oder anderen nur befriedigenden Bewertung sehen der überwiegende Teil der Befragten (55,5 %) in den letzten Jahren insgesamt eine Verbesserung der Attraktivität der Soester Innenstadt – ein Wert, der deutlich sowohl über dem Ortsgrößendurchschnitt (40,1 %) als

auch dem Durchschnitt aller teilnehmenden Städte (39,2 %) liegt.

Isabell Zacharias, Zukunftsmanagerin Innenstadt der Stadt Soest resümiert: „Die Innenstadtbesucher, insbesondere aber auch die Soester blicken insgesamt stolz, aber im Detail mitunter auch kritischer auf ihre Stadt. Dementsprechend gilt es auch, das Innenmarketing im Auge zu behalten und die Soester für ihre Stadt immer wieder neu zu begeistern. Man kann sich nicht dem Status Quo ausruhen, sondern muss sehen, wie man die Innenstadt weiter vital und erlebnisreich gestalten kann. Dabei muss man gerade auch die Aufwertung der Aufenthaltsqualität, sei es im Bereich Wege, Plätze, Sitz- und Verweilmöglichkeiten oder im Bereich Stadtgrün, berücksichtigen.“

Stephan Britten ergänzt: „Die IHK Arnsberg hat im Rahmen des EFRE-Förderprojektes City Lab, an dem sich auch die Stadt Soest aktiv beteiligt hat, unter anderem die Bedeutung eines dauerhaften ‚Kümmerers‘ für die Belange der City herausgearbeitet. Es ist gut und wichtig, dass die Stadt Soest zur Stärkung ihrer Innenstadt und Attraktivitätssteigerung auf eine Zukunftsmanagerin setzt.“