



# Ausgewählte Ergebnisse der Bürger\*innenbefragung (DE + NL)



EUROPÄISCHE UNION  
Europäischer Fonds für  
regionale Entwicklung

Als Teil der Reaktion  
der EU auf die  
Covid-19-Pandemie  
finanziert



**Wann?** 20. Januar – 20. Februar 2022  
**Wie?** Online über die Projekthomepage

**Wie viele?** 505 Teilnehmende (deutsch)  
78 Teilnehmende (niederländisch)

**Ergebnis:** Die Kernergebnisse der Befragung werden auf der nachfolgenden Folie 3 dargestellt; die Auswertungen aller Einzelfragen sind in den darauffolgenden Folien 4 – 28 aufbereitet.

**Anmerkung:** Die Antworten der Fragen mit einer offenen Antwortmöglichkeit wurden von der cima kategorisiert und in Wortwolken dargestellt. Je größer das Wort, desto öfter wurde dieses von den Befragten genannt. Die Anzahlen werden mit  $n^{\max}$  und  $n^{\min}$  dargestellt.

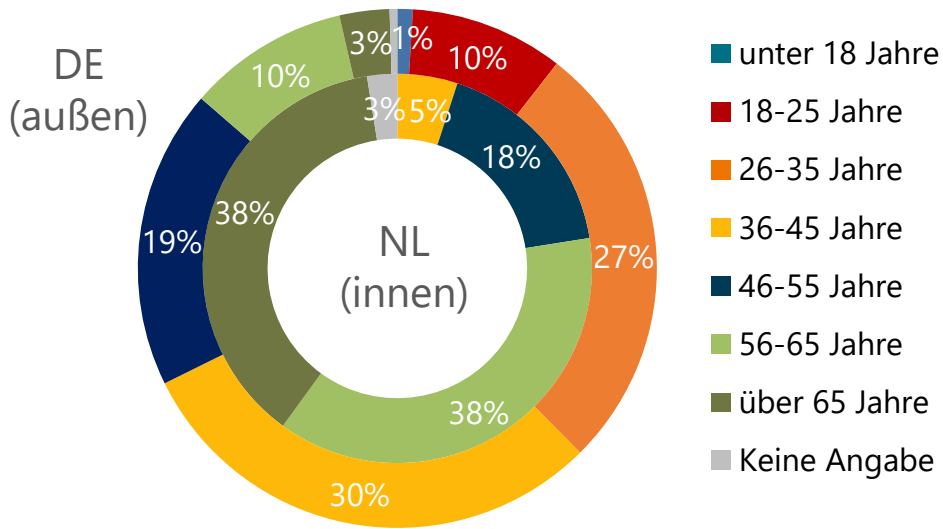
### Ziel/Zweck:

- Keine repräsentative Befragung
- „Stimmungsbild“ zur Zufriedenheit der Bevölkerung, wichtige Themen und Handlungsbedarfe
- digitale Hilfestellungen im Handel aus der Sicht der Konsumierenden

# Bürger\*innenbefragung

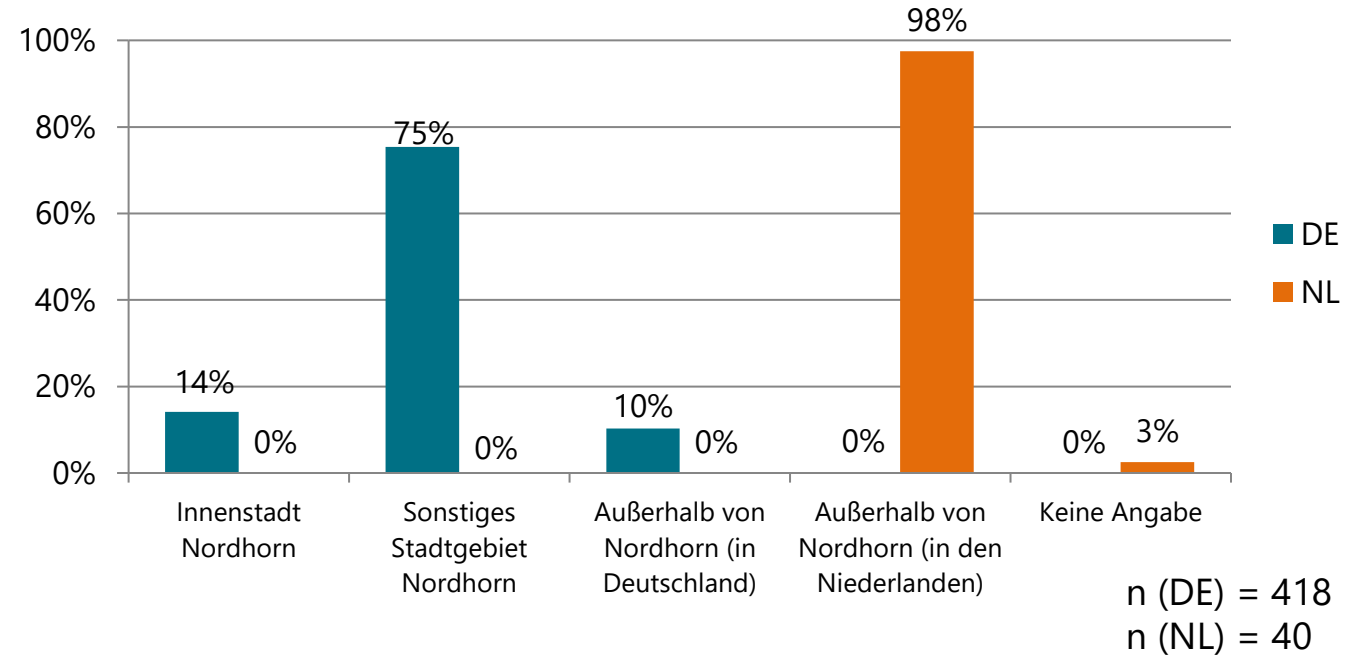
## Soziodemographische Angaben

### Alter der Teilnehmenden



n (DE) = 418  
n (NL) = 40

### Wohnorte der Teilnehmenden

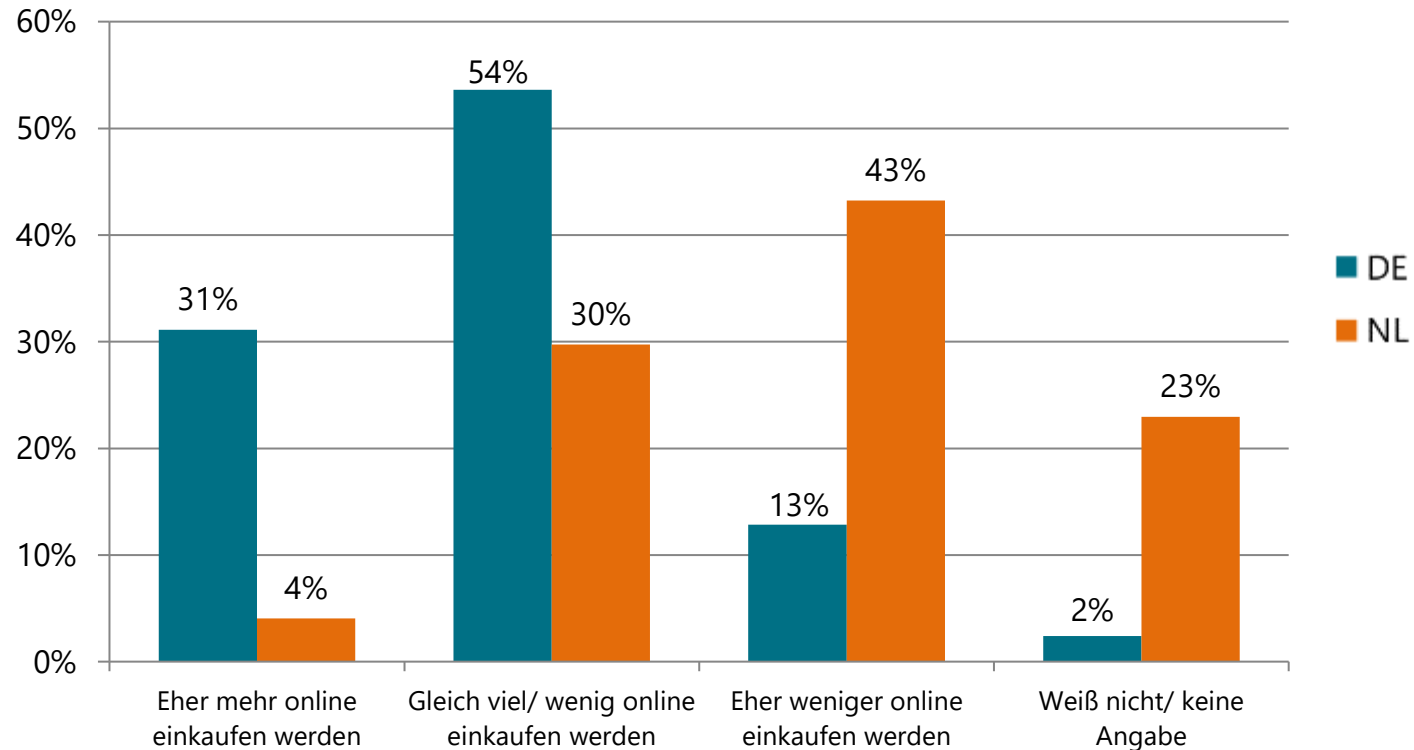


n (DE) = 418  
n (NL) = 40

- Die Verteilung zwischen männlichen und weiblichen Teilnehmenden ist annähernd ausgeglichen, wenngleich der weibliche Anteil jeweils leicht dominiert (DE 42 % männlich/ 57 % weiblich); (NL 45 % männlich/ 53 % weiblich).
- Das Durchschnittsalter der niederländischen Teilnehmenden ist deutlich älter als das der deutschen. Es gibt keine niederländischen Teilnehmenden unter 36 Jahre.**
- 14 % der deutschen Teilnehmenden wohnen in der Innenstadt von Nordhorn, 75 % im sonstigen Stadtgebiet.



### Denken Sie, dass Sie zukünftig...?



n (DE) = 366

n (NL) = 74

- Die deutschen Teilnehmenden gaben an, dass sie zukünftig verstärkt online einkaufen werden (31 %) bzw. gleich viel/ wenig wie bisher (54 %). Lediglich 13 % wollen zukünftig eher weniger online einkaufen.
- Bei den niederländischen Teilnehmenden sieht der Trend etwas anders aus: lediglich 4 % denken, dass sie zukünftig eher mehr online einkaufen werden. 30 % wollen zukünftig gleich viel/ wenig online einkaufen und 43 % wollen eher weniger online einkaufen als bisher.



# Bürger\*innenbefragung

## Persönliches Einkaufsverhalten

Welche drei Vorteile bringt für Sie das Online-Shopping mit sich?

- DE -



n = 462  
n<sup>max</sup> = 185  
n<sup>min</sup> = 23

- NL -



n = 47  
n<sup>max</sup> = 10  
n<sup>min</sup> = 1

# Bürger\*innenbefragung

## Persönliches Einkaufsverhalten

Was sind für Sie zentrale Nachteile des Online-Shopping?

- DE -



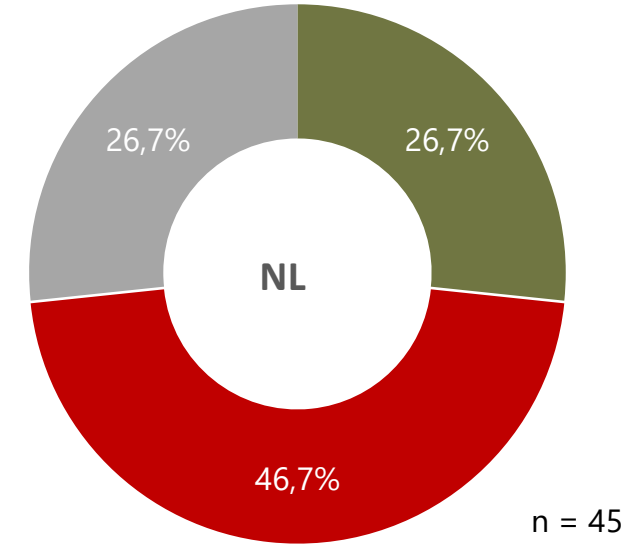
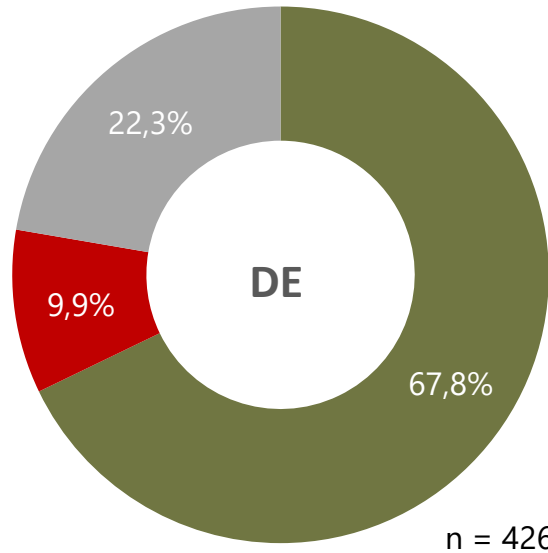
n=439  
n<sup>max</sup> = 173  
n<sup>min</sup> = 5

- NL -



n=51  
n<sup>max</sup> = 12  
n<sup>min</sup> = 1

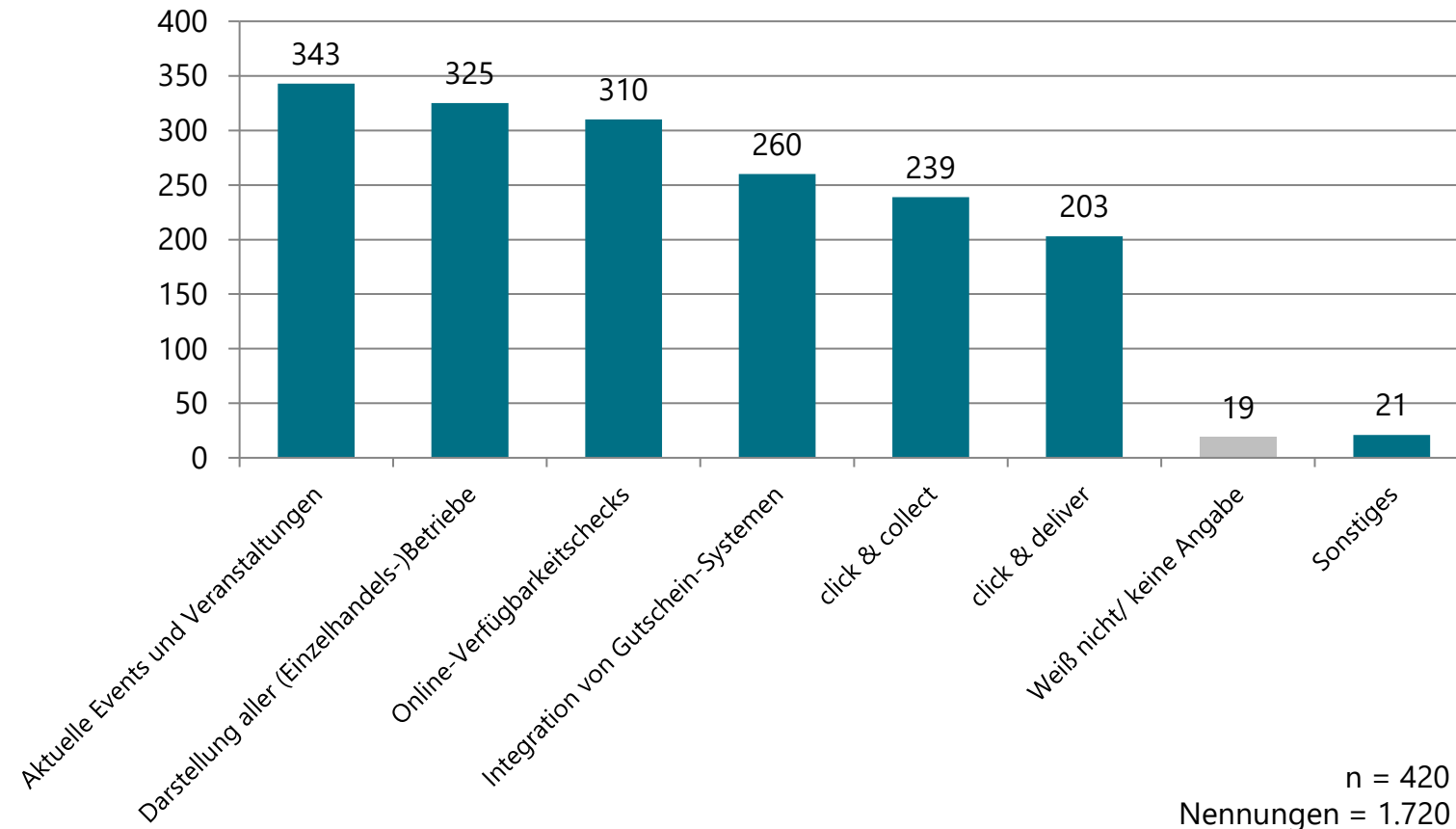
Würden Sie eine gemeinsame Online-Plattform der Nordhorner Innenstadt nutzen?



- Eine gemeinsame Online-Plattform findet bei den aus Nordhorn und Umgebung kommenden Personen Anklang. Über zwei Drittel gaben an, eine gemeinsame Online-Plattform nutzen zu wollen.
- Bei den niederländischen Teilnehmenden gab fast die Hälfte an, dass sie eine Plattform nicht nutzen würden, lediglich 27 % zeigen an der Idee grundsätzliches Interesse.

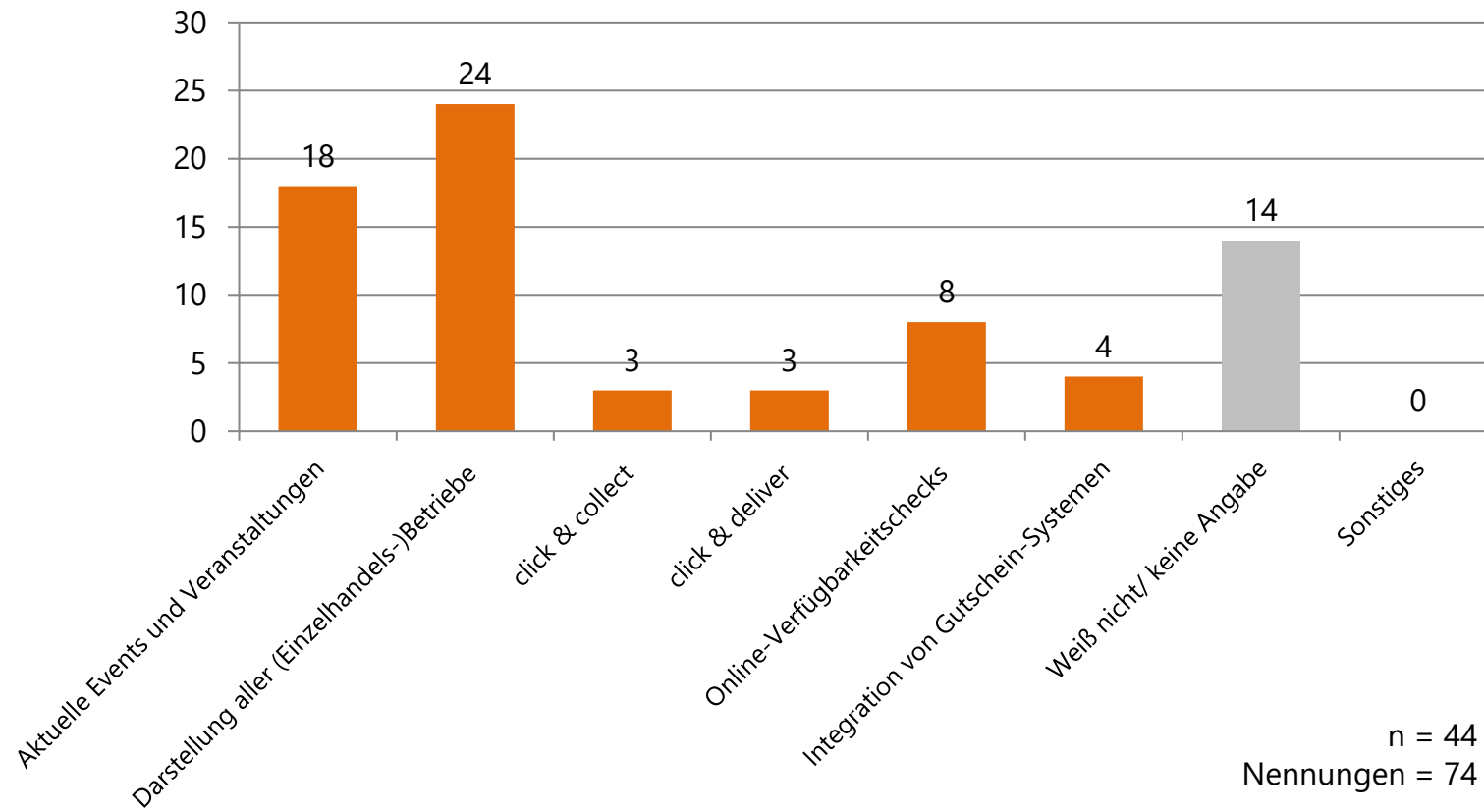


### Welche Angebote müsste die Online-Plattform umfassen? - DE - Mehrfachnennung möglich



- Für die deutschen Teilnehmenden wären als wichtige Funktionen einer etwaigen Online-Plattform in erster Linie Infos zu aktuellen Events & Veranstaltungen, die Darstellung aller (Einzelhandels-Betriebe) sowie Online-Verfügbarkeitschecks zu nennen.
- Auch die Integration von bestehenden Gutschein-Systemen sowie die Funktionen *click & collect* und *click & deliver* werden als wichtig erachtet.
- Sonstiges u.a.:
  - Rabattaktionen
  - Infos zur Barrierefreiheit
  - Übersichtlichkeit/ Design
  - Aktuelle Infos (Öffnungszeiten)

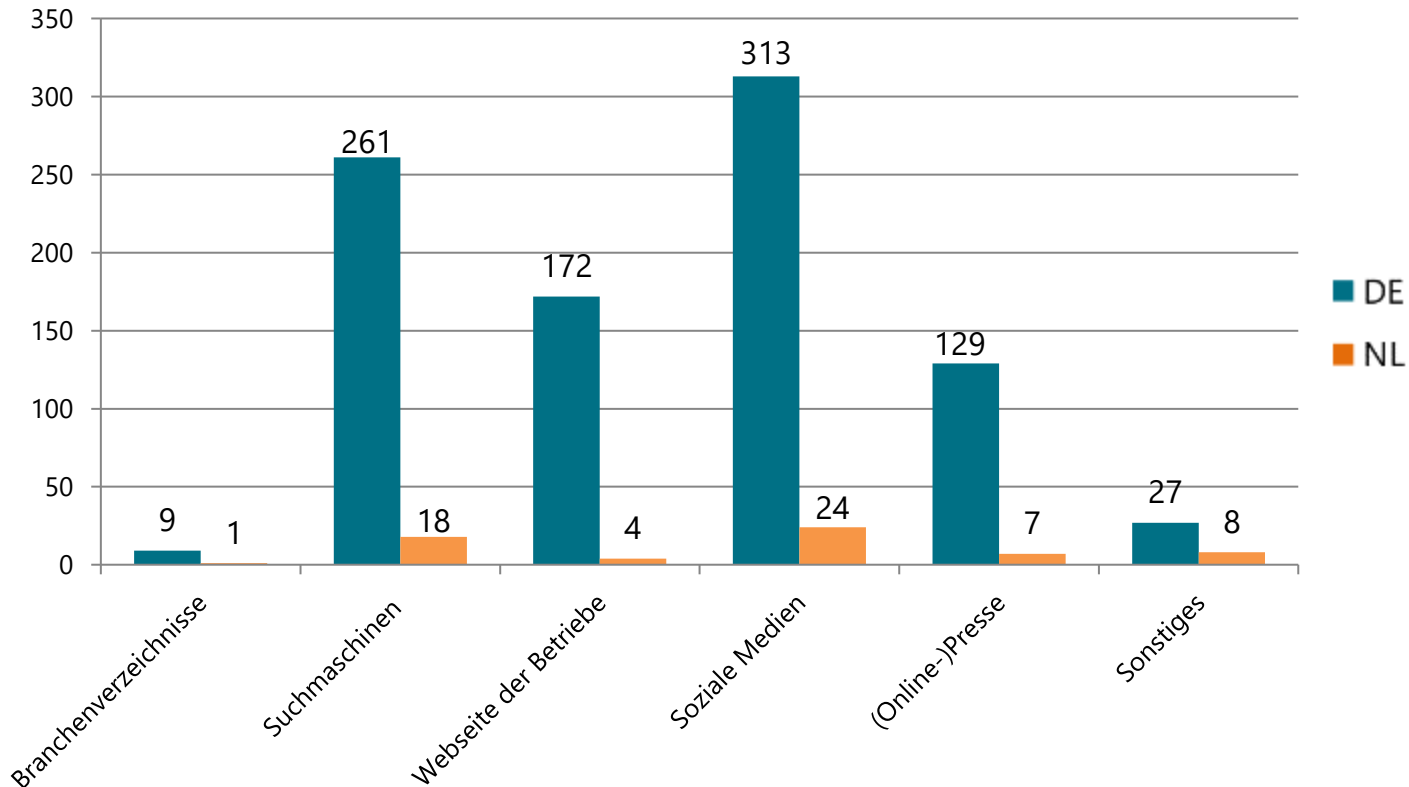
### Welche Angebote müsste die Online-Plattform umfassen? - NL - Mehrfachnennung möglich



- Für die niederländischen Teilnehmenden wären als Funktionen einer etwaigen Online-Plattform in erster Linie die Darstellung aller (Einzelhandels-)Betriebe sowie Infos zu aktuellen Events und Veranstaltungen wichtig.
- Die übrigen Angebote werden als weniger wichtig bewertet.

## Über welche Kanäle beziehen Sie Informationen zur Nordhorner Innenstadt?

Mehrfachauswahl möglich

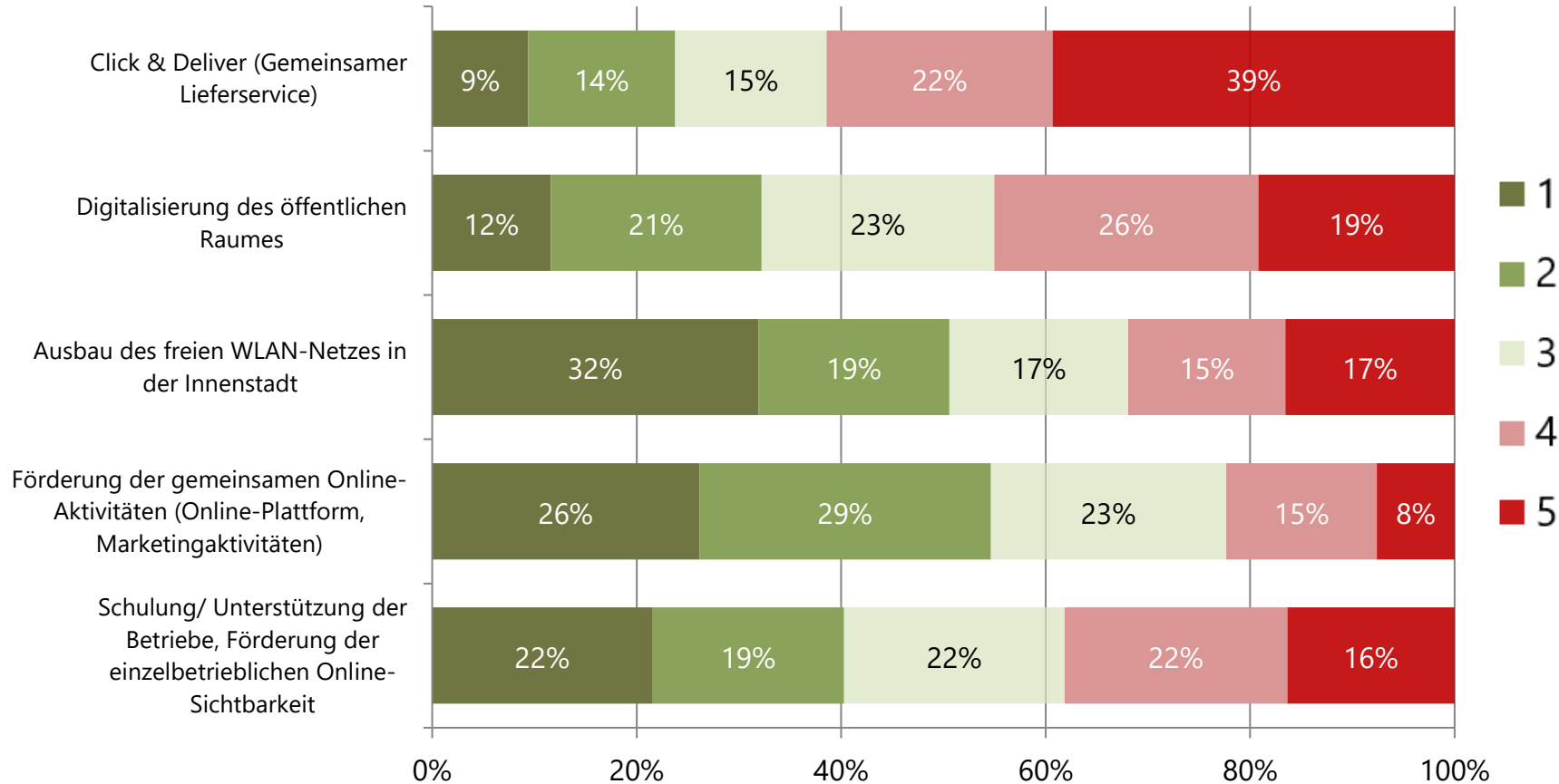


n (DE) = 423, Nennungen = 911  
n (NL) = 44, Nennungen = 62

- Die sozialen Medien spielen bei der Informationsbeschaffung über die Nordhorner Innenstadt eine entscheidende Rolle (sowohl bei den deutschen als auch bei den niederländischen Teilnehmenden).
- Weiterhin relevant sind reguläre Suchmaschinen (u.a. Google) sowie die eigenen Webseiten der Nordhorner Betriebe.
- Eher irrelevant bei der Informationsbeschaffung sind klassische Branchenverzeichnisse.
- Sonstiges:
  - Mündlicher Austausch
  - Aushänge

Bitte ranken Sie die folgenden Maßnahmen zur Förderung der Digitalisierung der Nordhorner Innenstadt.

- DE -

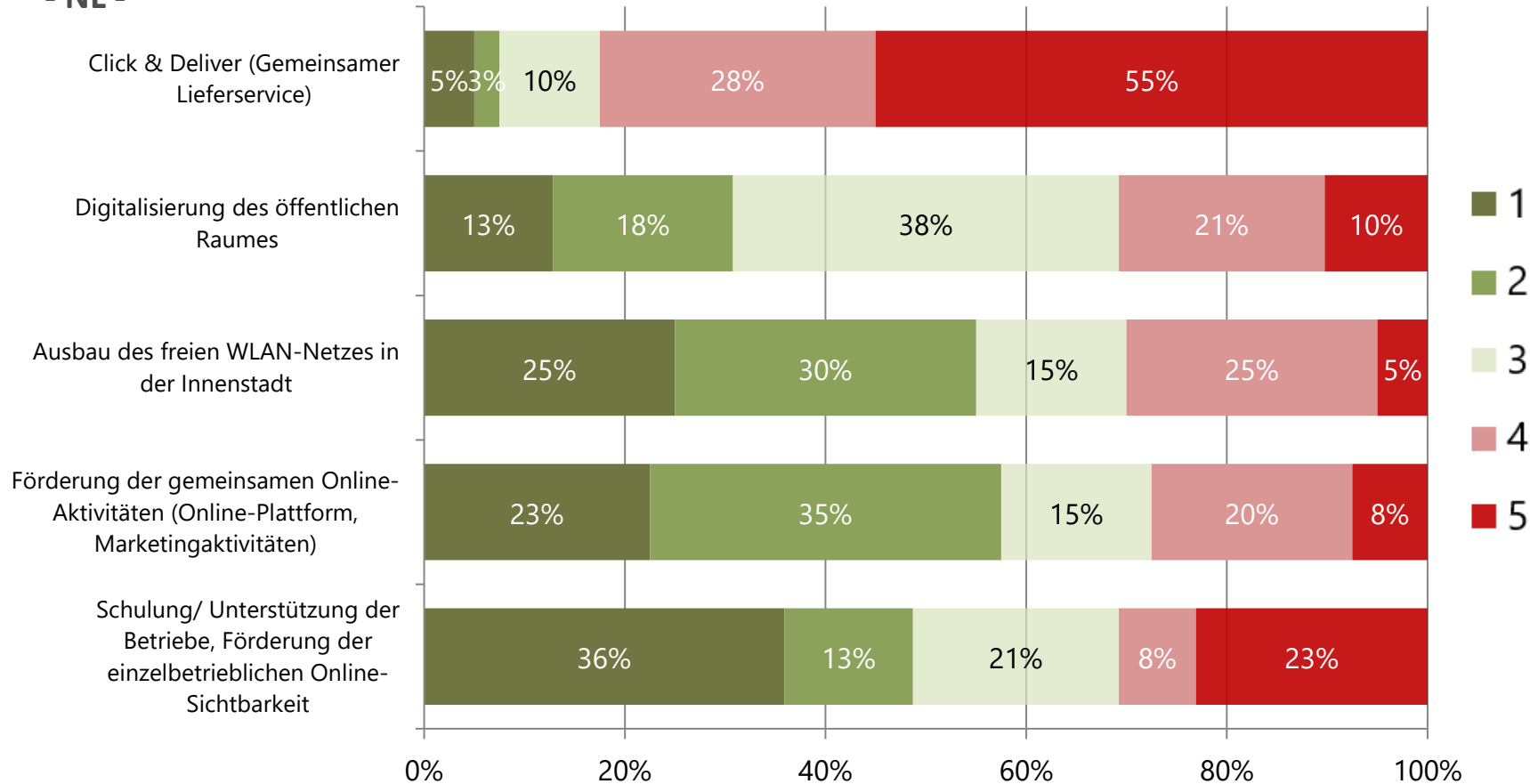


- Von den deutschen Teilnehmenden wird sowohl der Ausbau des freien WLAN-Netzes im Innenstadtbereich als auch die Förderung der gemeinsamen Online-Sichtbarkeit als wichtigste Maßnahmen bewertet.
- Weniger wichtig erscheint den Teilnehmenden ein gemeinsamer Lieferservice (click & deliver).

n = 429

Bitte ranken Sie die folgenden Maßnahmen zur Förderung der Digitalisierung der Nordhorner Innenstadt.

- NL -



n = 41

- Auch von den niederländischen Teilnehmenden wird sowohl der Ausbau des freien WLAN-Netzes im Innenstadtbereich als auch die Förderung der gemeinsamen Online-Sichtbarkeit als wichtigste Maßnahmen bewertet.
- Ergänzend wird die Schulung/ Unterstützung der Betriebe bei der einzelbetrieblichen Sichtbarkeit als wichtig erachtet.
- Weniger wichtig erscheint den Teilnehmenden ein gemeinsamer Lieferservice (click & deliver).



## Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der cima als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche -Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

## Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

## Sprachgebrauch

Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezügen die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

**Bildnachweis:** CIMA Beratung + Management GmbH, Pixabay