



**Fokussiert auf die Zukunft  
von Stadt und Land.  
Seit 1988.**

# Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Cottbus/Chósebus

Ergebnisse der Online-Befragung

Stadt + Regionalentwicklung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

CIMA Beratung + Management GmbH  
Scharnhorststraße 24 · 10115 Berlin  
T 030 221 841 451  
evers@cima.de  
lemke@cima.de

München

Stuttgart

Forchheim

Frankfurt a.M.

Köln

Leipzig

Berlin

Hannover

Lübeck

Ried (AT)

**www.cima.de**

Bearbeitung: Kilian Evers und Julia Lemke

Berlin, 16. Juli 2024



# Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Cottbus/Chósebus

## 1. Methodik

Im März 2024 wurde auf der Homepage der Stadt Cottbus/Chósebus eine Online-Befragung zur Einzelhandelssituation und zum Einkaufsverhalten der Einwohnenden und Besuchenden durchgeführt.

Insgesamt wurde eine Stichprobengröße (n) von 421 befragten Personen erreicht.

Ziel der Befragung war es, Kenntnisse über die Einkaufsorientierung der befragten Personen zu erhalten und daraus u.a. Aussagen über die Stärken und Schwächen des Einzelhandels abzuleiten. Thematisch hatte die Befragung folgende Schwerpunkte:

- Einkaufsorientierung der befragten Personen innerhalb der Stadt Cottbus/Chósebus
- Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandortes Cottbus/Chósebus
- Gründe für den Besuch der Cottbuser Innenstadt
- Bewertung des Einzelhandels in der Innenstadt

Die Ergebnisse der Befragung wurden von der cima grafisch aufbereitet, und die Kernergebnisse der Befragungen textlich zusammengefasst. Alle im Text oder in den Abbildungen ausgewiesenen Werte sind als Circa-Werte zu verstehen. Diese können geringfügig von den Werten der Rohdaten abweichen (z.B. durch Rundungen).

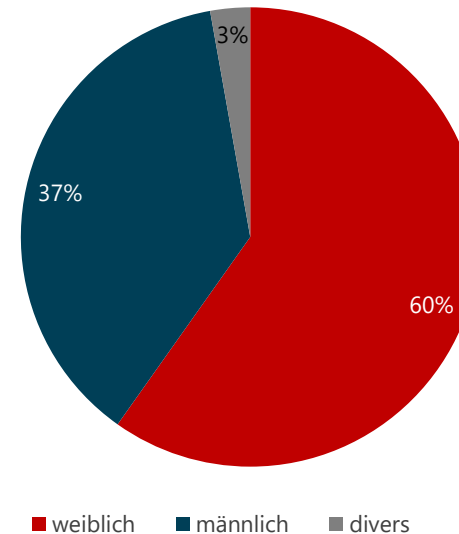
Um eine größere Übersichtlichkeit zu gewährleisten, wurde vielfach nur eine Zusammenstellung der häufigsten Nennungen als Grafik aufbereitet. Fehlende Prozente sind zudem durch die Angaben „weiß nicht“ oder „kein Bedarf“ bedingt.

## 2. Soziodemografische Struktur

### Geschlecht und Alter der befragten Personen

Die nachfolgenden Abbildungen veranschaulichen die Geschlechterverteilung sowie die Altersstruktur der befragten Personen.

Abbildung 1: Geschlecht der befragten Personen

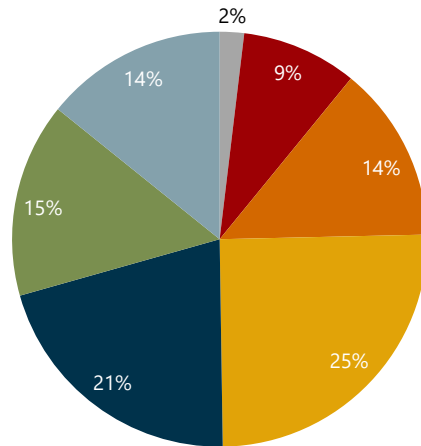


Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 214)



# Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Cottbus/Chósebus

Abbildung 2: Altersklassen der befragten Personen



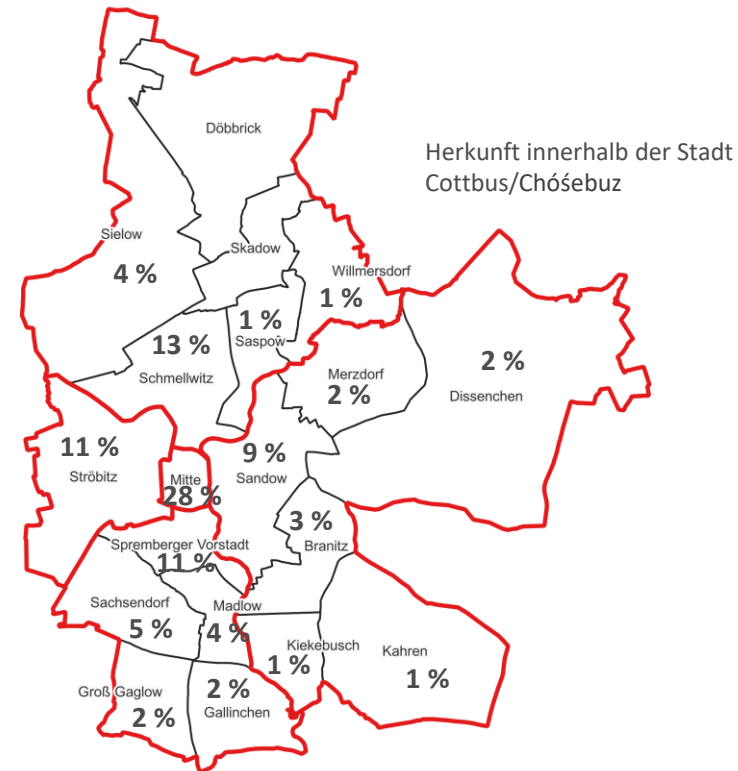
■ bis 18 Jahre  
 ■ 19-25 Jahre  
 ■ 26-35 Jahre  
 ■ 36-45 Jahre  
■ 46-55 Jahre  
 ■ 56-65 Jahre  
 ■ über 65 Jahre

Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 211)

- Die Altersstruktur zeigt, dass fast jede Generation und Altersklasse ausreichend vertreten sind und in der Befragung statistisch Berücksichtigung finden. Ausschließlich aus der Gruppe unter 18 Jahren haben nur sehr wenige Personen an der Befragung teilgenommen.

## 3 Wohnort der befragten Personen

Abbildung 3: Wohnort der befragten Personen



Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 194)

- Insgesamt 194 der befragten Personen leben Bad Cottbus/Chósebus.
- 19 Befragte geben an, in den Umlandgemeinden zu wohnen (Peitz, Kolkwitz, Neuhausen/ Spree, Briesen (Mark), Lübbenau/ Spreewald, Vetschau/ Spreewald). Drei Personen stammen aus den Städten Königs Wusterhausen, Leipzig und Berlin. Weitere 183 Personen machen keine Angaben zum Wohnort.



# Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Cottbus/Chósebusz

## 4 Bewertung des Einzelhandelsstandortes Cottbus/Chósebusz

Welcher positive Begriff fällt Ihnen ein, wenn Sie an Cottbus/Chósebusz denken? Was sind die Stärken des Einzelhandelsstandortes?

Insgesamt wurden 220 Stärken genannt, die die befragten Personen mit Cottbus/Chósebusz verbinden. Wir haben die Begriffe und Nennungen geclustert und in der nachfolgenden Wortwolke zusammengefasst.

Abbildung 4: Stärken des Einzelhandelsstandortes Cottbus/Chósebusz



Bearbeitung: cima 2024

- Auf Basis der Befragung sind die größten Stärken des Einzelhandelsstandortes Cottbus/Chósebusz die kurzen Wege und die räumliche Nähe der Handels- und Dienstleistungsangebote. An zweiter Stelle folgen die inhabergeführten Einzelhandelsgeschäfte mit individueller Auswahl.

- Die Erreichbarkeit der Innenstadt, das gastronomische Angebot und der Altmarkt sind weitere, relevante Stärken der Stadt Cottbus/Chósebusz.

Neben den Stärken des Einzelhandelsstandortes wurde auch nach den Schwächen gefragt. Welcher negative Begriff fällt Ihnen ein, wenn Sie an Cottbus/Chósebusz denken? Was sind die Schwächen des Einzelhandelsstandortes?

Insgesamt wurden 238 Schwächen aufgenommen, die die befragten Personen mit Cottbus/Chósebusz verbinden. Wir haben die Begriffe ebenfalls geclustert und in einer Wortwolke zusammengefasst.

Abbildung 5: Schwächen des Einzelhandelsstandortes Cottbus/Chósebusz



Bearbeitung: cima 2024

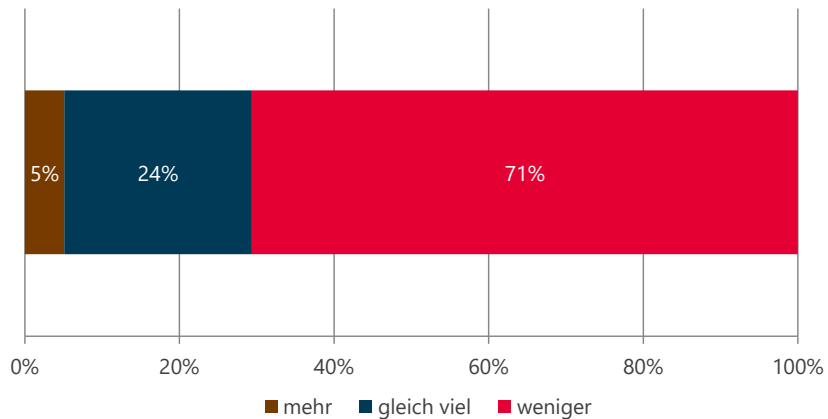
- Schwächen der Stadt Cottbus/Chósebusz sind das geringe Einzelhandelsangebot, die fehlende Angebotsvielfalt, die zunehmende Anzahl der Leerstände, die große Zahl an Billiggeschäften und die uneinheitlichen Öffnungszeiten des Einzelhandels in der Innenstadt.



### 5 Veränderung des Einkaufsverhaltens

Frage: Wenn Sie Ihr heutiges Einkaufsverhalten mit dem vor drei Jahren vergleichen, kaufen Sie dann heute mehr, gleich viel oder weniger in der Stadt Cottbus/Chósebus ein?

Abbildung 6: Veränderungen im Einkaufsverhalten



Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 235)

- Rd. ein Viertel der befragten Personen ist als Stammkundschaft zu bezeichnen, das Einkaufsverhalten ist konstant geblieben.
- Nur 5 % der befragten Personen geben an, heute mehr als noch vor drei Jahren in der Stadt Cottbus/Chósebus einzukaufen.
- Bei der größten Gruppe der Befragten (71 %) hat die Stadt Cottbus/Chósebus als Einzelhandelsstandort allerdings an Bedeutung verloren. Dieses Ergebnis sollte als ein Warnsignal für den Einzelhandel verstanden werden. Um die Einwohnenden wieder stärker an den örtlichen Einzelhandel zu binden, sollten die Sortimentsvielfalt und die Angebotsqualität verbessert werden (siehe nachfolgende Auswertungen). Die nachfolgenden Auswertungen zur Einkaufsorientierung zeigt auf, wo die Befragten heute vorwiegend einkaufen.



## Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Cottbus/Chósebusz

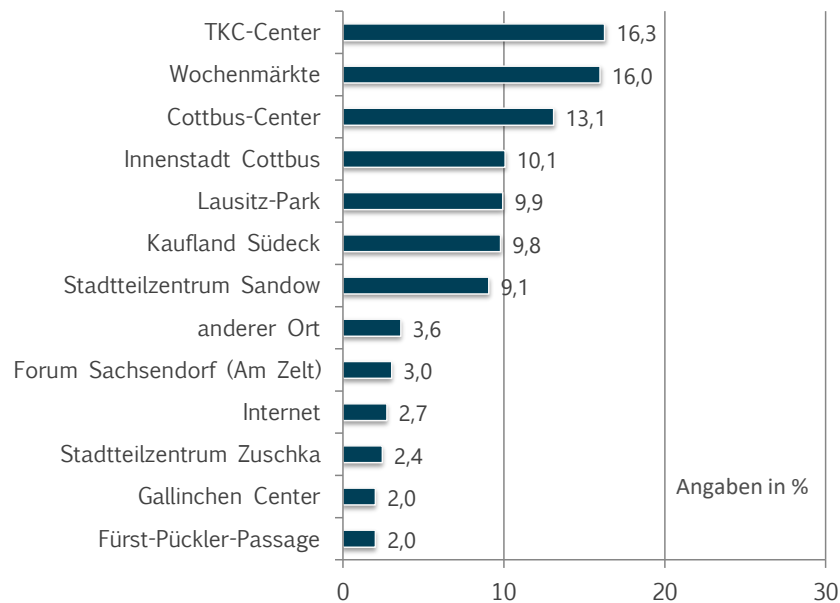
### 6 Einkaufsorientierung

Im Rahmen der Online-Befragung haben wir für insgesamt zehn Sortimente und Warengruppen die Haupteinkaufsorte erfragt. Die Teilnehmenden wurden gebeten, den Haupteinkaufsort zu nennen; Mehrfachantworten waren möglich.

Frage: Wo kaufen Sie die folgenden Waren hauptsächlich ein? Was ist Ihr Haupteinkaufsort?

#### Was ist Ihr Haupteinkaufsort für Nahrung und Genussmittel?

Abbildung 7: Haupteinkaufsort für Nahrung und Genussmittel

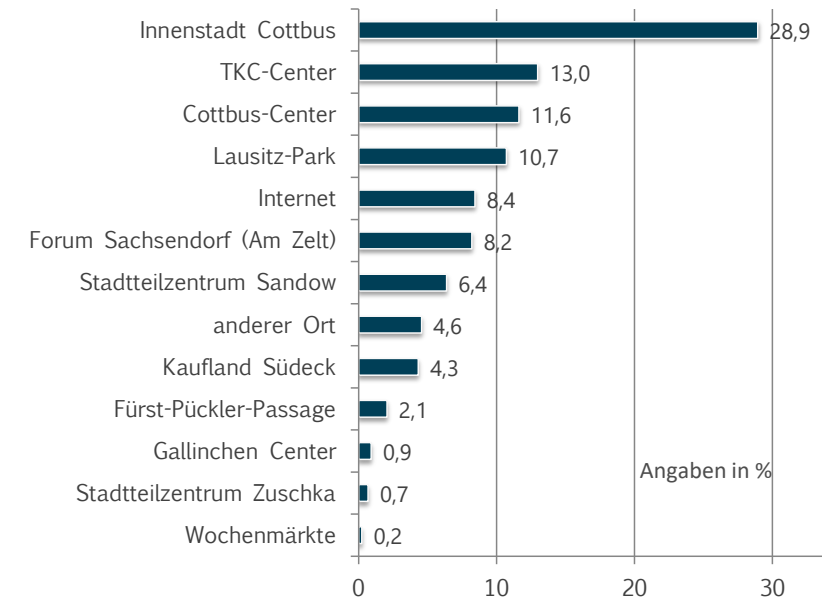


Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 695)

- Insbesondere beim Lebensmitteleinkauf spielt der Aspekt der „kurzen Wege“ eine wichtige Rolle bei der Wahl des Einkaufsstandortes. Die größte Gruppe der Befragten lebt in den Ortsteilen Cottbus/Chósebusz Mitte und Schmallwitz (vgl. Abb. 7). In Schmallwitz sind sowohl das TKC-Center und das Cottbus-Center zu finden.

#### Was ist Ihr Haupteinkaufsort für Drogeriewaren?

Abbildung 8: Haupteinkaufsort für Drogeriewaren



Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 439)

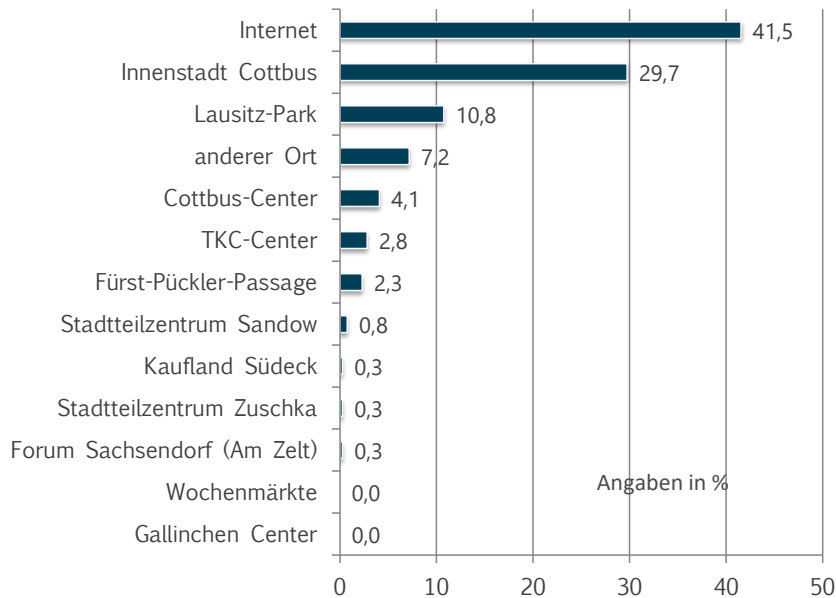
- Bei den Drogeriewaren besteht eine große Orientierung auf die Cottbuser Innenstadt; hier sind die Drogeriefachmärkte ROSSMANN, DM und MÜLLER vorhanden. Weitere Drogeriefachmärkte befinden sich u.a. im TKC-Center, im Cottbus-Center und im Lausitz-Park.



## Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Cottbus/Chóšebuz

### Was ist Ihr Haupteinkaufsort für Bekleidung und Wäsche?

Abbildung 9: Haupteinkaufsort für Bekleidung und Wäsche

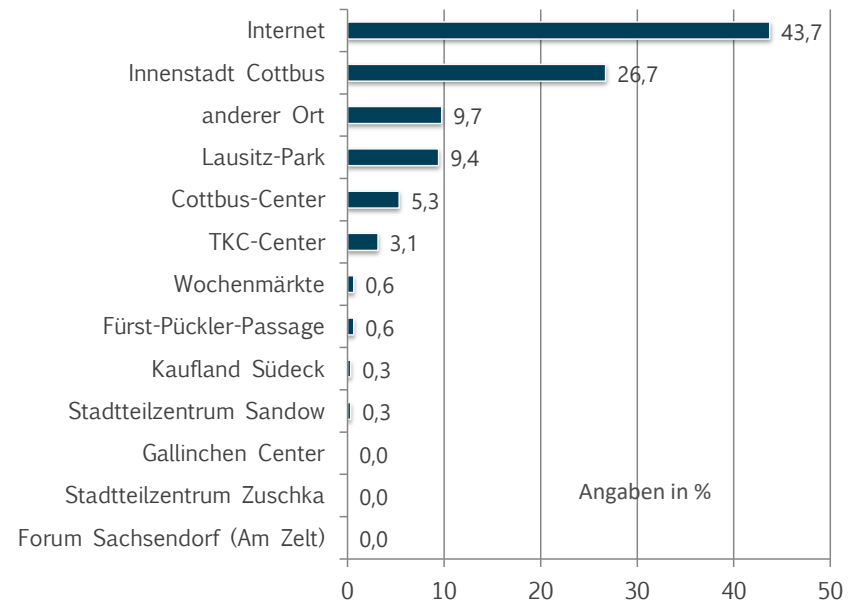


Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 390)

- Der Haupteinkaufsort für Bekleidung ist auf Basis der Befragung das Internet. 42 % der befragten Personen bezeichnen den Online-Handel als wichtigsten Einkaufsort für Bekleidung.
- An zweiter Stelle der Nennungen folgt die Innenstadt Cottbus/Chóšebuz (30 % der Nennungen). Der Lausitz-Park spielt als Einkaufsdestination für Bekleidung und Wäsche eine deutlich geringe Rolle (11 %).
- Bemerkenswert ist, dass die befragten Personen, die angeben an einem anderen Ort als Cottbus/Chóšebuz Bekleidung und Wäsche zu kaufen, bis nach Dresden, Berlin und Leipzig fahren.

### Was ist Ihr Haupteinkaufsort für Schuhe und Lederwaren?

Abbildung 10: Haupteinkaufsort für Schuhe und Lederwaren



Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 318)

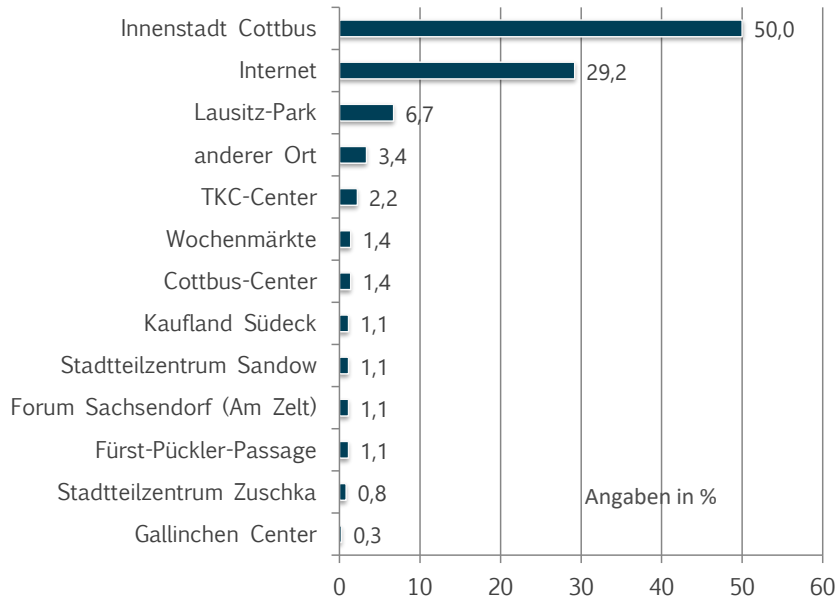
- Das Internet erzielt auch in der Warengruppe Schuhe/ Lederwaren die größte Kaufkraftbindung auf Grundlage der Befragungsergebnisse. Darüber hinaus ist die Innenstadt ein relevanter Bezugsort für Schuhe und Lederwaren.
- Als „anderer Ort“ wurde in erster Linie Burg (Spreewald) genannt, gefolgt von Dresden, Berlin und Leipzig. In Burg (Spreewald) befindet sich das etablierte SCHUHHAUS STRAUCH, das von zahlreichen der befragten Personen als Haupteinkaufsort für Schuhe und Lederwaren bezeichnet wird.



## Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Cottbus/Chósebus

### Was ist Ihr Haupteinkaufsort für Bücher?

Abbildung 11: Haupteinkaufsort für Bücher

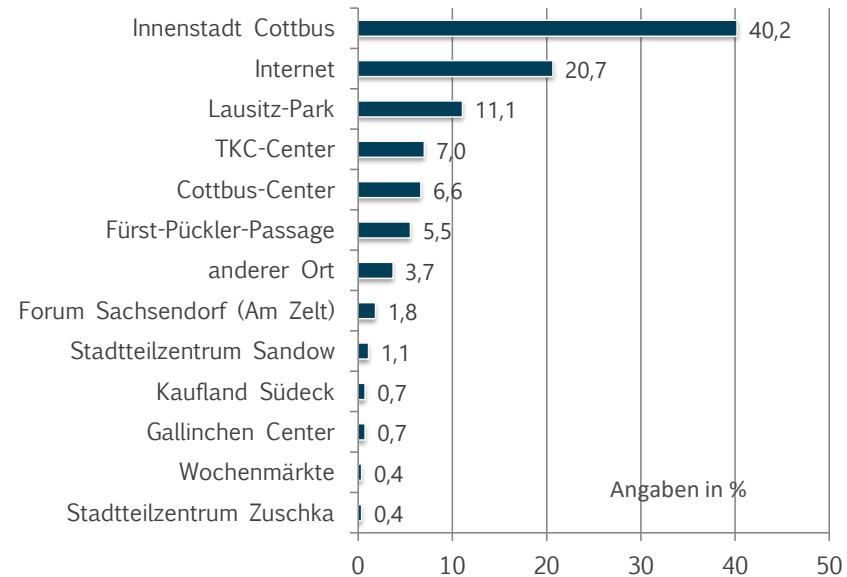


Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 356)

- Bücher werden zu einem erfreulich hohen Anteil in der Innenstadt von Cottbus/Chósebus gekauft. Die Hälfte der befragten Personen bezeichnet die Innenstadt als den wichtigsten Einkaufsort für Bücher. In der Innenstadt sind die Buchhandlungen THALIA und HUGENDUBEL vorhanden. HUGENDUBEL ist zudem der beliebteste Einzelhandelsbetrieb in Cottbus/Chósebus (vgl. Abb. 25).
- Der Anteil der befragten Personen, die Bücher aus dem Internet beziehen liegt bei fast 30 %. Die Bedeutung des Lausitz-Parks als Einkaufsort für Bücher ist bereits deutlich geringer (fast 7 %).

### Was ist Ihr Haupteinkaufsort für Schreibwaren?

Abbildung 12: Haupteinkaufsort für Schreibwaren



Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 271)

- Auch beim Sortiment Schreibwaren entfällt die größte Anzahl der Nennungen auf die Innenstadt von Cottbus/Chósebus (40 %).
- Für 21 % der Befragten ist das Internet der wichtigste Bezugsort für Schreibwaren, während wiederum nur 11 % der befragten Personen Schreibwaren hauptsächlich im Lausitz-Park kaufen.

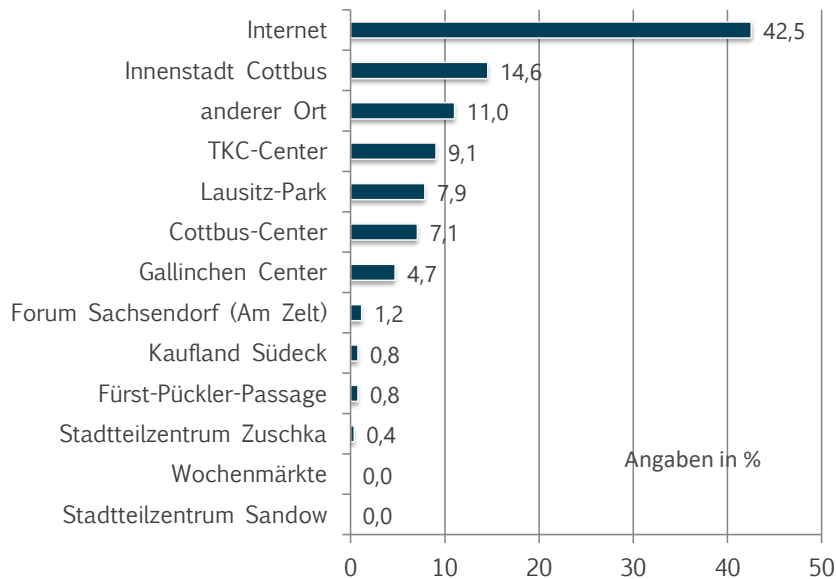




## Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Cottbus/Chósebus

### Was ist Ihr Haupteinkaufsort für Glas/ Porzellan und Hausrat?

Abbildung 13: Haupteinkaufsort für Glas/ Porzellan und Hausrat

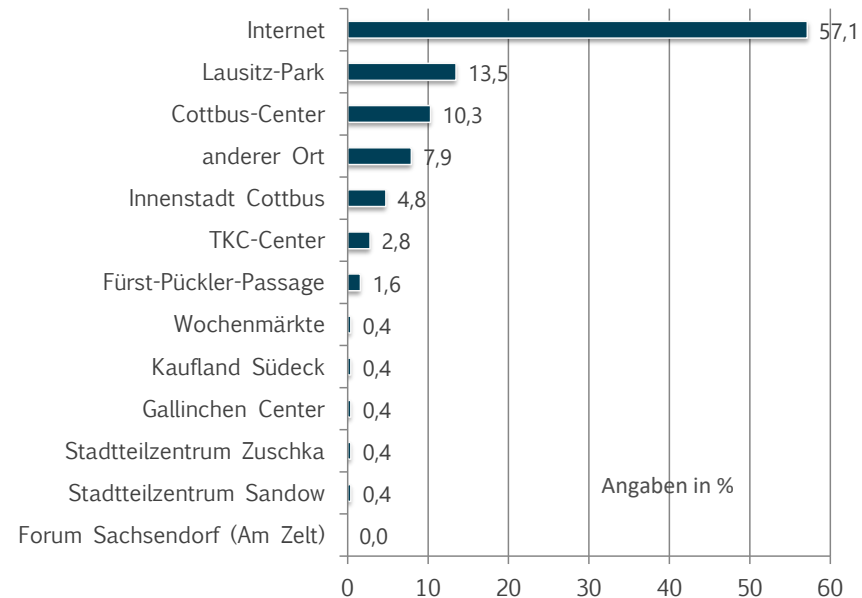


Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 254)

- In Bezug auf die Warengruppe Glas/ Porzellan und Hausrat bezeichnen insgesamt 43 % der befragten Personen das Internet als ihren Haupteinkaufsort; weitere 15 % der Befragten benennen die Cottbuser Innenstadt als den wichtigsten Einkaufsstandort für dieses Sortiment.
- Interessanterweise entfallen 11 % der Nennungen auf „anderer Ort“; hier wurde in erster Linie das Möbelhaus HÖFFNER im Ortsteil Wilmersdorf genannt. Das Möbelhaus bietet ein umfangreiches Randsortiment mit Glas/ Porzellan und Hausratartikeln an.

### Was ist Ihr Haupteinkaufsort für Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik?

Abbildung 14: Haupteinkaufsort für Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik



Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 252)

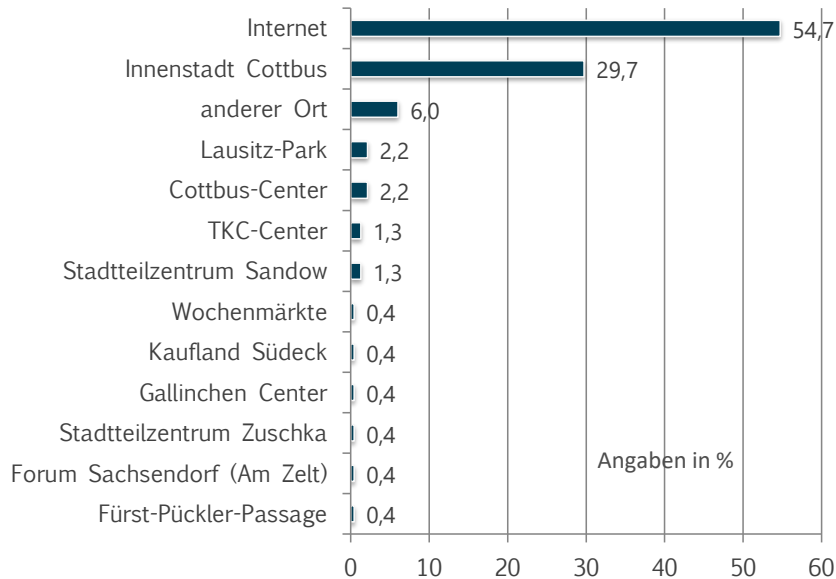
- Insgesamt kaufen die befragten Personen Elektroartikel und Unterhaltungselektronik größtenteils im Internet (57 %).
- 13,5 % der befragten Personen geben an, Elektroartikel und Unterhaltungselektronik vorwiegend im Lausitz-Park zu kaufen, weitere 10 % kaufen Elektroartikel und Unterhaltungselektronik im Cottbus-Center.
- Während im Lausitz-Park und im Cottbus-Center die Elektronikfachmärkte MEDIA MARKT und EXPERT vorhanden sind, ist in der Innenstadt Cottbus/Chósebus kein originärer Fachmarkt oder Facheinzelhandel für Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik zu finden.



## Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Cottbus/Chósebus

### Was ist Ihr Haupteinkaufsort für Sportartikel und Sportbekleidung

Abbildung 15: Haupteinkaufsort für Sportartikel und Sportbekleidung

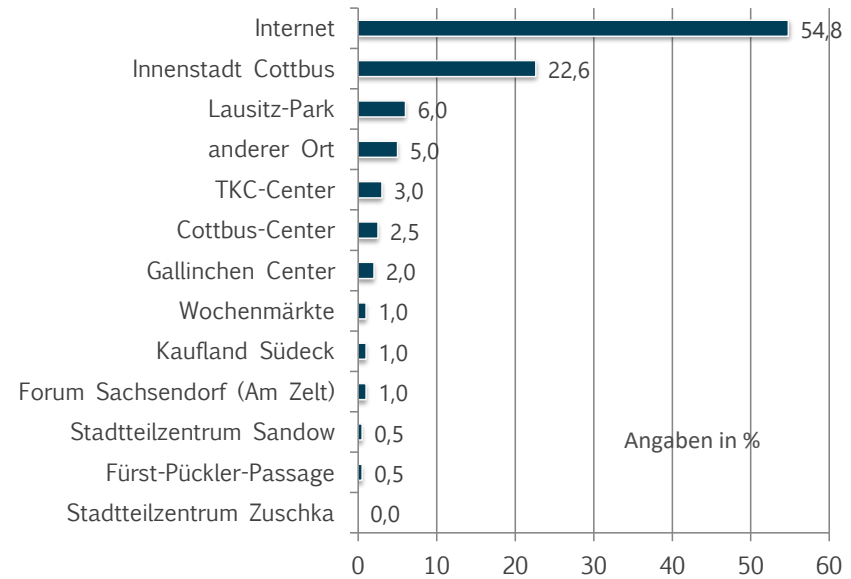


Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 232)

- 55 % der befragten Personen bezeichnen das Internet als ihren Haupteinkaufsort für Sportartikel und Sportbekleidung.
- Die Innenstadt Cottbus/Chósebus steht an zweiter Stelle der favorisierten Einkaufsorte in diesem Segment. In der Spree-Galerie ist der Sportfachmarkt INTERSPORT vorhanden.

### Was ist Ihr Haupteinkaufsort für Spielwaren?

Abbildung 16: Haupteinkaufsort für Spielwaren



Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 199)

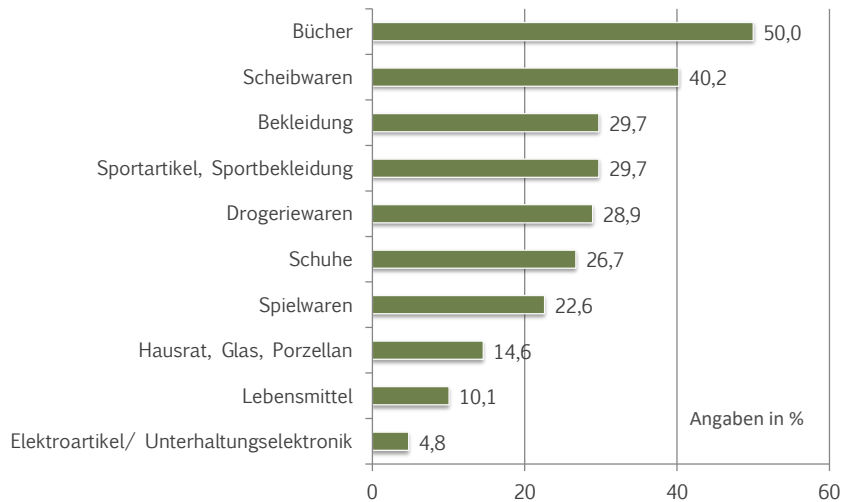
- Die Auswertung der Befragungsergebnisse zeigt auf, dass das Internet der wichtigste Bezugsort für Spielwaren ist.
- An zweiter Stelle folgt die Innenstadt. Hier ist u.a. das qualitätsorientierte Spielwarenfachgeschäft FIDIBUS in der Bärgrasse vorhanden.
- Die weiteren Einzelhandelsstandorte im Cottbuser Stadtgebiet spielen keine relevante Rolle beim Einkauf von Spielwaren. Nur 6 % der Befragten bezeichnen den Lausitz-Park als ihren favorisierten Einkaufsort für Spielwaren. Das TKC-Center ist für 3 % der befragten Personen der Haupteinkaufsort für Spielwaren.



## Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Cottbus/Chósebus

### Übersicht der Kaufkraftbindung auf Basis der Befragungsergebnisse insgesamt

Abbildung 17: Kaufkraftbindung der Innenstadt Cottbus/Chósebus



Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n=257)

- In der Gesamtbetrachtung erreicht der Einzelhandelsstandort Innenstadt Cottbus/Chósebus in den Sortimenten Bücher und Schreibwaren die größte Kaufkraftbindung (50 % bzw. 40 %). Angebotslücken oder Angebotsdefizite werden auf Grundlage der Befragungsergebnisse in diesen Sortimenten nicht offensichtlich.
- In den Warengruppen Bekleidung, Sportartikel und Sportbekleidung, Drogeriewaren und Schuhe besteht eine deutlich geringere Einkaufsorientierung auf die Innenstadt (< 30 %).
- In den Branchen Haushaltswaren/ Glas/ Porzellan, Lebensmittel und Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik spielt der Einzelhandelsstandort Innenstadt nur noch eine untergeordnete Rolle.

### Vermisste Angebote in der Stadt Cottbus/Chósebus

Frage: Gibt es Angebote oder Sortimente, die Sie in Cottbus/Chósebus vermissen?

Von den befragten Personen werden insgesamt 378 Angaben zu vermissenden Angeboten in Cottbus/Chósebus gemacht. Folgende Hinweise für eine Erweiterung des Einzelhandelsangebotes können dokumentiert werden:

Abbildung 18: Vermisste Angebote oder Sortimente in Cottbus/Chósebus



Bekleidungsangebote (u.a. auch Herrenmode, junge Mode)



Spielwaren



Höherwertige Angebote



Schuhe



Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik

Bearbeitung: cima 2024

- Angebotsdefizite im Einzelhandel werden in erster Linie in der Warengruppe Bekleidung/ Wäsche gesehen. Dabei werden vor allem fehlende Angebote für Herren, Jugendliche/ Junge Erwachsene und Kinder angeführt. Darüber hinaus vermissen die befragten Personen Spielwaren und höherwertige Angebote. Des Weiteren wünschen sich die Befragten eine größere Auswahl an Schuhen sowie Elektroartikeln und Unterhaltungselektronik.

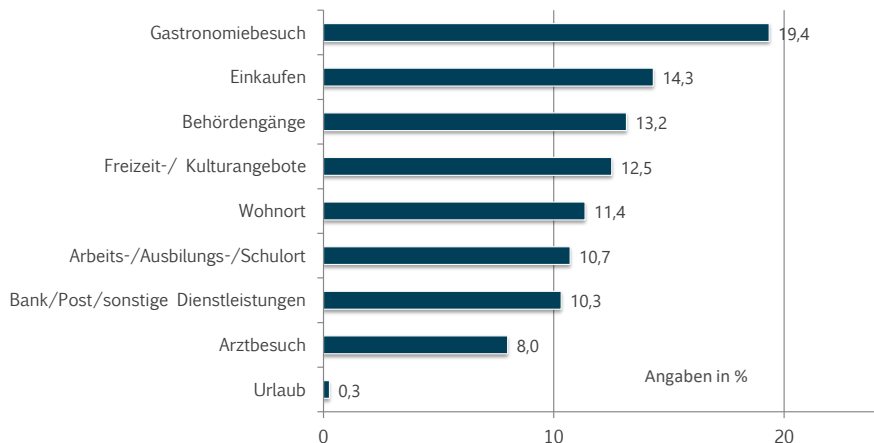


## 7. Bewertung der Innenstadt

### Gründe für den Besuch der Cottbuser Innenstadt

Frage: Was ist normalerweise der Grund für Ihren Besuch der Innenstadt von Stadt Cottbus/Chósebus? (Mehrfachnennungen möglich)

Abbildung 19: Gründe für den Besuch der Cottbuser Innenstadt



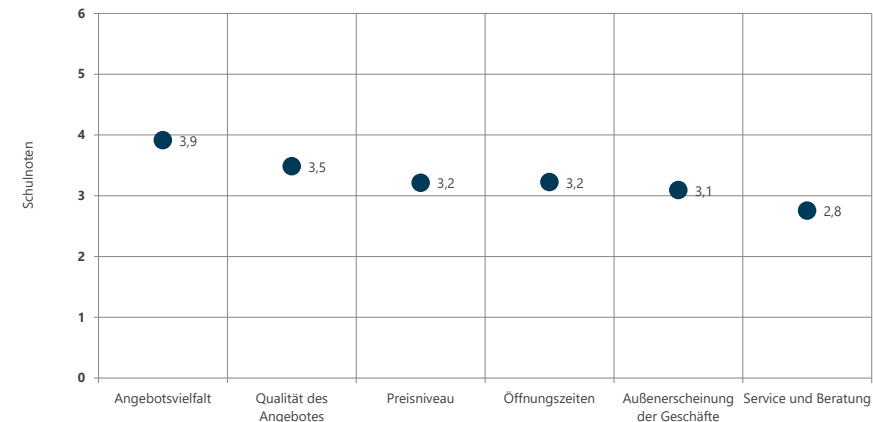
Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 775)

- Das häufigste Besuchsmotiv für die Innenstadt ist der Gastronomiebesuch (19 % der Nennungen). Das gastronomische Angebot der Stadt Cottbus/Chósebus ist aus Sicht der Befragten eine der größten Stärken der Stadt (vgl. Abb. 8). Damit erfüllt die Stadt Cottbus/Chósebus eine wesentliche Voraussetzung, um dem Strukturwandel in den Innenstädten erfolgreich entgegenzutreten zu können. Gastronomische Angebote werden als Stabilisierungsanker einer Innenstadtlage immer wichtiger.
- An zweiter Stelle der Besuchsgründe folgt der Einkauf (14 %). Der Mix aus Gastronomie und Handel scheint in der Cottbuser Innenstadt bereits heute erfolgreich zu gelingen.

### Bewertung des Einzelhandels in der Cottbuser Innenstadt

Bitte vergeben Sie für folgende Eigenschaften des Einzelhandels in der Innenstadt von Cottbus/Chósebus Schulnoten (von 1: sehr gut bis 6: ungenügend).

Abbildung 20: Bewertung des Einzelhandels in der Innenstadt



Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 218)

- Generell weist die Benotung des Einzelhandels in der Cottbuser Innenstadt auf eine verbesserungswürdige Situation hin, die Durchschnittsnote aller Eigenschaften liegt bei 3,3.
- Am besten schneiden mit einer Durchschnittsnote von 2,8 der Service und die Beratung im Einzelhandel ab. Die Kernkompetenzen des Fach Einzelhandels in der Innenstadt sind die persönliche Beratung und der Kundenservice; diese Aspekte werden von den Befragten nicht nur geschätzt, sondern auch positiv bewertet.
- Die Außenerscheinung der Geschäfte offenbart mit einer Durchschnittsnote von 3,1 Handlungsbedarfe. Die Gestaltung des Ladenlokals kann wesentlichen Einfluss auf den Besuch eines Geschäftes nehmen; aus diesem Grund sollten die Immobilieneigentümer\*innen und



## Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Cottbus/Chósebusz

auch die Gewerbetreibenden im Einzelfall eine Verbesserung in diesem Bereich anstreben.

- Die Öffnungszeiten und das Preisniveau des Einzelhandels in der Innenstadt werden von den befragten Personen mit einer Durchschnittsnote von 3,2 bewertet. Die uneinheitlichen Öffnungszeiten des Einzelhandels wurden von den Befragten bereits als eine große Schwäche der Stadt Cottbus/Chósebusz beschrieben (vgl. Abb. 9).
- Die Qualität der Einzelhandelsangebote wird von den Befragten ebenfalls nur als befriedigend eingestuft (Durchschnittsnote 3,5). Das Einzelhandelsangebot in der Cottbuser Innenstadt ist nur teilweise durch qualitätsorientierte und oder sogar höherpreisige Facheinzelhandelsbetriebe geprägt. Das Preisniveau wird sehr stark durch niedrigpreisige oder discountorientierende Angebote bestimmt. Die Anzahl der niedrigpreisigen Fachmarkt- und Filialkonzepte in der Stadt Cottbus/Chósebusz ist gemäß Abb. 9 eine Schwäche des Einzelhandelsstandortes.
- Am schlechtesten schneidet auf Basis der Befragung die Angebotsvielfalt ab; eine Durchschnittsnote von 3,9 offenbart nicht nur qualitative Angebotslücken.
- In welchen Sortimenten wiederum die besten Angebote bestehen, offenbart die nachfolgende Frage.

### Beliebte Angebote in der Innenstadt von Cottbus/Chósebusz

Frage: Fallen Ihnen spezielle Handelsangebot in der Innenstadt ein, die Sie besonders gern aufsuchen und weiterempfehlen würden?

Mehr als 250 Hinweise auf gute und empfehlenswerte Angebote wurden von den befragten Personen aufgeführt. Die nachfolgende Abbildung fasst die Top 5 Nennungen zusammen:

Abbildung 21: Beliebte Angebote in der Innenstadt von Cottbus/Chósebusz



Bearbeitung: cima 2024

- Die meisten Nennungen entfallen auf die Buchhandlung HUGENDUBEL, gefolgt vom innerstädtischen Facheinzelhandel HEIMAT & HERZ. Den dritten bis fünften Platz belegen der Bekleidungsfilialist TK MAXX, das Spielwarengeschäft FIDIBUS und die Buchhandlung THALIA.

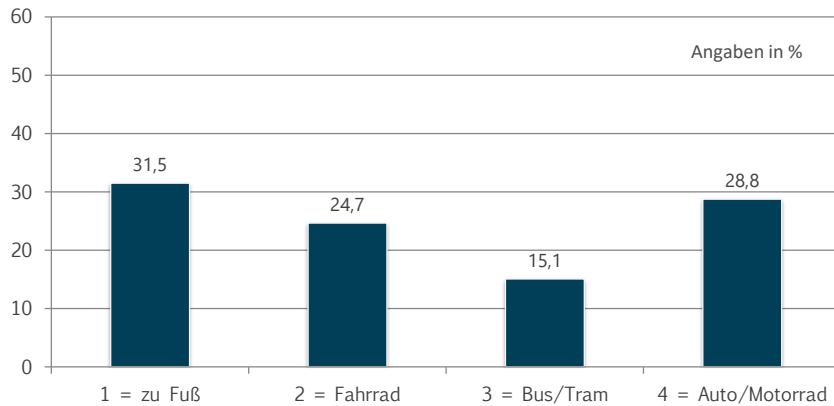


## Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Cottbus/Chósebusz

### Erreichbarkeit der Innenstadt von Cottbus/Chósebusz

Frage: Mit welchem Verkehrsmittel kommen Sie normalerweise in die Innenstadt von Cottbus/Chósebusz?

Abbildung 22: Bevorzugtes Verkehrsmittel für den Besuch der Innenstadt



Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 219)

- Bei der Wahl der Verkehrsmittel ist der Pkw erfreulicherweise nicht das bevorzugte Verkehrsmittel (29 %) der befragten Personen, die Gruppe der Fußgänger\*innen (32 %) und Fahrradfahrenden (25 %) stellt in der Zusammenführung den größten Anteil dar (56 %).

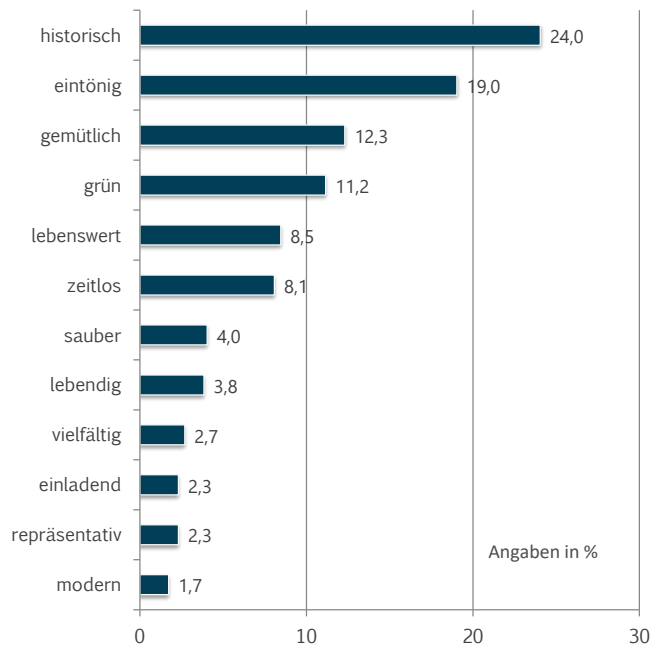


## Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Cottbus/Chósebus

### 8. Image der Innenstadt

Wie würden Sie die Innenstadt von Cottbus/Chósebus mit drei Worten beschreiben?

Abbildung 23: Image der Cottbuser Innenstadt (Teil1)

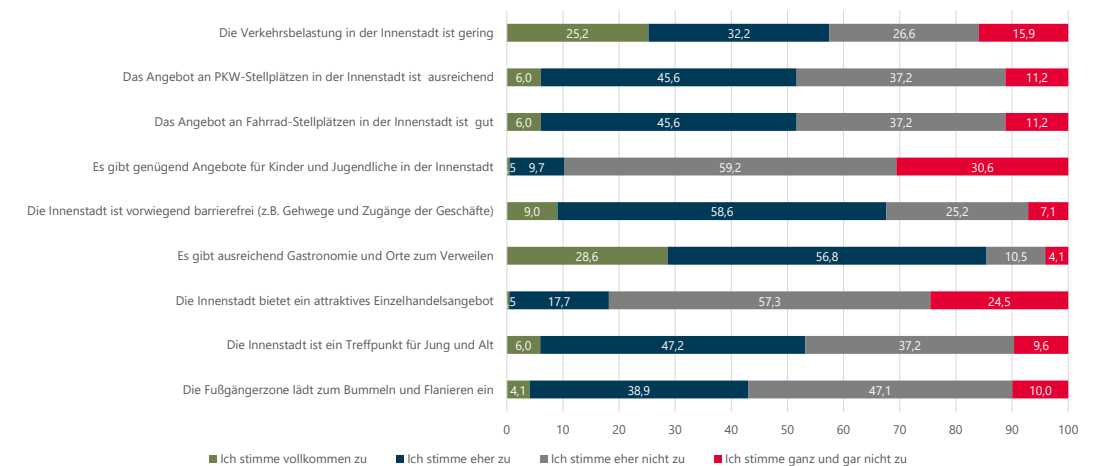


Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 520)

- Auf Basis der Online-Befragung ist das Image der Innenstadt von Cottbus/Chósebus sehr ambivalent: Für fast ein Viertel der Befragten ist die Innenstadt vor allem „historisch“. An zweiter Stelle steht der eindeutig negativ konnotierte Begriff „eintönig“. Im Ranking der häufigsten Nennungen folgen danach die eher positiv belegten Begriffe „gemütlich, grün, lebenswert und zeitlos“.

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zur Innenstadt zu?

Abbildung 24: Image der Cottbuser Innenstadt (Teil 2)



Bearbeitung: cima 2024 (Angaben in Prozent; n = 221)

Folgende Ergebnisse der Befragung möchten wir herausstellen:

- Die Auswertung der Befragung zeigt noch einmal sehr deutlich auf, dass keine ausreichenden Angebote für Kinder und Jugendliche in der Innenstadt vorhanden sind. Diese Aussage bezieht sich nicht nur auf die Einzelhandelsangebote, sondern auch auf konsumfreie Angebote (z.B. Plätze zum Verweilen und Aufenthaltsräume).
- Darüber hinaus belegt die Auswertung dieser Frage zum wiederholten Mal, dass die Innenstadt kein attraktives Einzelhandelsangebot für alle Zielgruppen (Junge und Alte, Familien und Singles etc.) bereithält.
- Gleichzeitig ist diese Auswertung ein weiterer Beleg dafür, dass das gastronomische Angebot in der Innenstadt sowie Orte zum Verweilen (z.B. Altmarkt und Stadtpromenade) ausreichend vorhanden sind.



### 9. Fazit der Befragung

Stärken der Stadt Cottbus/Chósebus sind aus Sicht der Befragten die kurzen Wege und die räumliche Nähe der Handels- und Dienstleistungsangebote, an zweiter Stelle folgen die Erreichbarkeit der Innenstadt, das individuelle Angebot des Facheinzelhandels, der Altmarkt und die gastronomischen Angebote. Schwächen der Stadt Cottbus/Chósebus sind das geringe Einzelhandelsangebot, die fehlende Angebotsvielfalt, die zunehmende Anzahl der Leerstände, die große Zahl an Billiggeschäften und die uneinheitlichen Öffnungszeiten des Einzelhandels.

Diese aufgeführten Stärken und Schwächen finden sich auch in den Antworten der anderen Fragestellungen wieder. So wird das Image des Einzelhandelsstandortes davon bestimmt, dass die Innenstadt kein attraktives Einzelhandelsangebot vorhalten kann. Die Befragten verbinden zudem Begriffe wie „eintönig“ mit der Cottbuser Innenstadt. Gleichzeitig wird das Image der Cottbuser Innenstadt sehr stark von den gastronomischen Angeboten und den vorhandenen Aufenthaltsräumen bestimmt.

Mehr als 70 % der befragten Personen kaufen heute weniger in Cottbus/Chósebus ein als noch vor drei Jahren. Die Einkaufsorientierung der befragten Personen ist heute sehr stark auf den Online-Handel ausgerichtet. Die Befragungsergebnisse machen deutlich, dass insbesondere in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren, Elektroartikel, Sportartikel, Spielwaren heute eine sehr starke Einkaufsorientierung auf das Internet bzw. den Online-Handel besteht. Hier bedarf es Maßnahmen, um die Einwohnenden wieder stärker an den örtlichen Einzelhandel zu binden und die Sortimentsvielfalt und die Angebotsqualität in der Cottbuser Innenstadt zu verbessern.

Ausschließlich Bücher werden zu einem erfreulich hohen Anteil in der Cottbuser Innenstadt gekauft. In der Innenstadt sind die Buchhandlungen HUGENDUBEL und THALIA vorhanden. Die Buchhandlung HUGENDUBEL ist die beliebteste Einzelhandelsnutzung in Cottbus/Chósebus. Weitere beliebte Handelsnutzungen sind der inhabergeführte Facheinzelhandel HEIMAT & HERZ an der Spremberger Straße, TK MAXX, das Spielwarenfachgeschäft FIDIBUS und die Buchhandlung THALIA.

Die Befragungsergebnisse liefern zudem konkrete Hinweise auf Angebotsdefizite in Cottbus/Chósebus. Die befragten Personen wünschen sich eine Ergänzung der Angebote in den Branchen Bekleidung/ Wäsche (Herrenmode, Junge Mode, Kindermode), Spielwaren, Schuhe, Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik. Des Weiteren wird der Wunsch nach mehr höherwertigen und qualitätsorientierten Einzelhandelsangeboten geäußert. Mit Blick auf die Bewertung des Einzelhandelsangebotes in der Innenstadt wird die Angebotsvielfalt am schlechtesten bewertet; die Durchschnittsnote von 3,9 ist als ein Beleg für die Unzufriedenheit der Kundschaft zu verstehen.

Weitere Verbesserungsbedarfe bestehen in der Angebotsqualität. Aus Sicht der Befragten wird die Innenstadt von niedrigpreisigen und discountorientierenden Fachmarkt- und Filialkonzepten dominiert. Die Befragten wünschen sich eine Qualifizierung des Einzelhandelsangebotes.

Die Benotung der Ladengestaltung offenbart ebenfalls Handlungsbedarfe (Durchschnittsnote 3,2). Die Immobilieneigentümer\*innen und die Gewerbetreibenden in der Cottbuser Innenstadt sollten eine Verbesserung in diesem Bereich anstreben.