



17-11-2008

Sagsnr.
2008-100963

Dokumentnr.
2008-632264

Bilag 1 - Resultater fra spørgeskemaundersøgelse

Evaluering af skilteforbud på Strøget og Købmagergade

Den 19. august 2008 omdelte forvaltningen et spørgeskema til samtlige forretningsindehavere (112 stk.) på Strøget og Købmagergade vedrørende evalueringen af skilteforbudet, som trådte i kraft 1. januar 2008.

Forvaltningen har modtaget 84 besvarelser, hvilket svarer til en svarprocent på ca. 75 %

Resultatet af spørgeskemaundersøgelsen fremgår af nedenstående tabel og uddybende tekst.

Spg. 1 **Synes du, at skilteforbudet har gjort Strøget og Købmagergade mere attraktiv for dine kunder?**

Ja: 28 %
Nej: 72 %

Spg. 2. **Har skilteforbudet haft en positiv effekt på din mulighed for at drive erhvervsvirksomhed?**

Ja: 16 %
Nej: 84 %

Spg. 3. **Er problemerne med fremkommeligheden på Strøget og Købmagergade blevet bedre?**

Ja: 34 %
Nej: 66 %

Spg. 4. **Har skilteforbudet medført andre former for synliggørelse af din butik, f.eks. vareudstilling eller montre?**

Ja: 17 %
Nej: 83 %

Butiksindehaverne på Strøget og Købmagergade er generelt forbeholdne med hensyn til skilteforbudet. Butiksindehaverne er ikke overbeviste om, at midtbyen er blevet mere attraktiv uden skilte, og mange ser en indskrænkning i deres mulighed for at tiltrække kunder,

og dermed en nedgang i omsætningen. Der er til gengæld mere blandede meninger om skilteforbudets effekt på fremkommeligheden. (Se ovenstående procenttal)

Butiksindehavernes uddybende kommentarer viser, at der er delte meninger om, hvad der gør gågaderne og midtbyen attraktiv. Nogle butiksindehavere giver udtryk for, at Strøget og Købmagergade gerne må være livlige og farverige med noget at se på for de handlende. En udtrykker det således ”Det er handełsgader. Det må ikke blive for klinisk”. Omvendt er der andre som mener, at byrummet er blevet flottere: ”Nu kan man se de smukke velholdte rammer, der er i centrum af København”. Fakta er, at 72 % af butiksindehaverne ikke mener, at gågaderne er mere blevet mere attraktive for de handlende. En ofte fremført grund hertil er, at der er mere og andet end løse reklameskilte, som fylder Strøget og Købmagergade op. Vareudstillinger, Thomas-toget (Strøget) og parkerede cykler er efter sigende med til at give de to gågader et ”rodet” udtryk.

Flere butiksindehavere oplever, at de er blevet mindre synlige i gadebilledet uden reklameskilte. Kommentarer som ”de handlende er i tvivl om vi har åbent”, ”som 1.sals butik er det svært at få opmærksomhed uden skilt” og ”nabobutikkens vareudstilling stjæler udsynet til min butik” giver et billede af de udfordringer butiksindehaverne oplever nu. Enkelte forbinder desuden et fald i omsætningen med indførelsen af skilteforbudet.

Der er delte meninger om, hvorvidt skilteforbudet har resulteret i forbedret fremkommelig i de to gågader. Omkring 1/3 af butiksindehaverne mener, at fremkommeligheden er forbedret, mens de øvrige 2/3 enten ikke oplever problemer med fremkommeligheden eller mener andre ting i gadebilledet er større hindringer for god fremkommelighed. En kommentar lyder således: ”Der har aldrig været problemer med tilgængeligheden her hos os. Skiltene står jo langs husfacaden”. En anden butiksindehaver ser lidt anderledes på det: ”Problemet er ikke skiltene, men alle bilerne, Thomas Toget og vareudstillingerne - vareudstillingerne fylder i dag mere”. Butiksindehavernes bemærkninger viser, at vareudstillinger, levende reklamesøjler, biler og gøgl på gaden er det der stjæler opmærksomheden fra deres butiksvinduer.

Omkring 1/5 af butiksindehaverne har fundet alternative former for reklamering for butik, og disse har primært valgt løsninger med vareudstilling og/eller montre på husfacaden. Butikker i passager og på 1. sal eller højere oppe i en ejendom er tydeligvis dem, som har sværest ved at finde alternative reklameløsninger. En butiksindehaver på 1. sal udtaler: ”Vi har vareudstilling, men oplever et stort svind, så det er ikke et reelt alternativ til skiltet”. Butikker, som yder en service, har ligeledes en udfordring i forhold til alternativ reklamering.