

Attraktivste Innenstadt Deutschlands



Hamburg ist 2019 die attraktivste deutsche Innenstadt, gefolgt von Berlin und München. Dies liegt vor allem daran, dass in Hamburg die meisten und aus Konsumentensicht besten Einkaufsmöglichkeiten bestehen, die die Attraktivität von Innenstädten ausmacht. Außerdem ist es den deutschen Kunden von großer Bedeutung, in ihrer Innenstadt ein gutes Gastronomie-Angebot sowie zahlreiche Kultur- und Freizeitangebote geboten zu bekommen.

„Stadt in Deutschland“

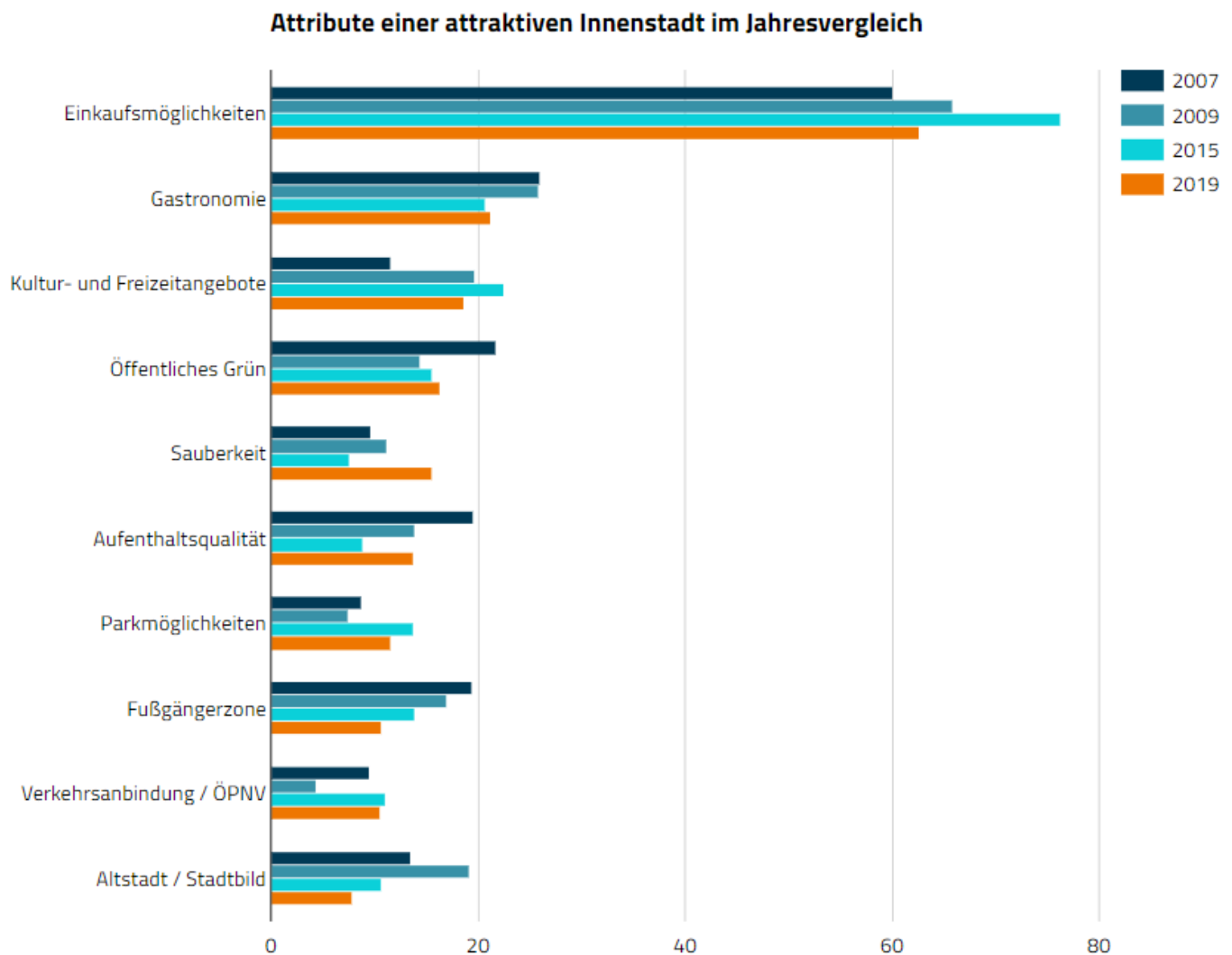
Mit der Studienreihe „cima.MONITOR“ wurde zum vierten Mal durch die Berater von Cima eine repräsentative Erhebung zum Themenbereich „Stadt in Deutschland“ herausgegeben. Hierbei wurden deutschlandweit insgesamt 2.025 Bürger interviewt. Die Erhebung liefert insgesamt ein aktuelles Spiegelbild zu vier Themenbereichen:

- Attraktivität von Innenstädten
- Wohnzufriedenheit
- Nahversorgung und der
- Bedeutung von Online-Einkäufen

Attraktivität von Innenstädten: Shoppen als Markenkern

Welche Faktoren zeichnen die Attraktivität von Innenstädten aus? Stets waren es in der Vergangenheit die Einkaufsmöglichkeiten, die mit weitem Abstand mehrheitlich genannt wurden. Sowie in den Befragungen aus den Jahren 2007, 2009 und 2016 wurde auch 2019 dieses Argument aufgeführt. Zeitgleich zeichnet sich eine vorsichtige Trendwende ab, da nicht nur das Shoppen weiter an Bedeutung gewinnt, sondern es auf eine Mischung aus Einkaufen, Gastronomieangeboten und Verweilen in der Innenstadt ankommt. Einheitlich finden sich gegenüber den Vorjahren Zuwächse im Zuge der Bedeutung von öffentlichem Grün, Aufenthaltsqualität und Sauberkeit.

„Die Innenstadt muss zukünftig eher als Gesamtdestination überzeugen. Nicht einzelne Faktoren ziehen Besucher in die Innenstadt, sondern die Kombination aus mehreren, auch städtebauliche Individualitäten oder Magnete.“ (Martin Kremming, cima Hannover)



Jahresvergleich, Angaben in Prozent; N=1.998 (2019), N=1.605 (2015); N=2.000 (2009), N=1.800 (2007)

Hamburg ist die attraktivste deutsche Innenstadt

2015 hat Hamburg erstmalig im Ranking der attraktivsten Innenstädte München überholt. Gleichfalls in diesem Jahr liegt die Hansestadt vor Berlin und München. München musste unterdessen gegenüber den Vorjahren übrige Prozentverluste hinnehmen.

Auf den Plätzen 3-5 folgen mit Dresden, Leipzig und Köln drei zum Beispiel gleichermaßen

starke Großstädte, womit Leipzig als Aufsteiger des Jahres 2015 seinen Sprung in die Top 5 bestätigen konnte. Die Städte Frankfurt am Main, Erfurt, Bremen und Düsseldorf gelang der Sprung unter die ersten zehn der attraktivsten Städte. Frankfurt verdrängte unterdessen Trier aus dem Spitzenfeld.

Shopping-Center weiter nachgefragt

Auch wenn die Nummer der Center-Neueröffnungen seit Jahren rückläufig ist, sind sie für die befragten Kunden Magnete der Innenstädte. Die Bewertung fällt in 2019 deutlich pro Shopping-Center aus: Zwei von drei Befragten finden ein Shopping-Center für die Anziehungskraft einer Innenstadt überaus elementar bzw. fundamental. Seit 2007 ist dies ein Anstieg um 20 Prozentpunkte!

Im Vergleich zu 2015 hat die Bedeutung eines Shopping-Centers für die Attraktivität einer Innenstadt in allen Altersklassen zugenommen. Traditionell fragen jüngere Bevölkerungsgruppen die Center mehr nach als ältere; 2019 ordneten trotzdem gleichfalls 59,4 Prozent der über 50-jährigen Shopping-Center als essentiell für die Innenstädte ein. Zum Vergleich: 75 Prozent der 15-29-Jährigen sehen Center als sonderlich fundamental an.

„Unsere Studien-Ergebnisse bestätigen, Städte und Gemeinden leiden unter sinkenden Kundenfrequenzen. Je kleiner die Stadt, desto größer sind vielfach die Problempunkte. Gerade in Klein- und Mittelstädten verstärken sich Fragen wie Frequenzverlust, Überalterung der Betriebsinhaber, fehlende Betriebsnachfolgen und mangelnde Attraktivität für junge Zielgruppen. Allerdings sind neben der Größe natürlich die regionale Lage von großer Bedeutung.

In den nächsten Jahren werden sich die Besuchsgründe verschieben, der Handel wird an Bedeutung als absolut dominanter Anziehungsfaktor verlieren. Neue Nutzungen werden den Innenstädten ein neues Gesicht geben. Zukünftig werden Innenstädte wesentlich stärker zum Wohn-, Freizeit-, Kultur-, Kommunikations- und Produktionsraum. Das Profil einer Gesamtdestination ist gefordert. (Roland Wölfel, cima)

Online-Produktverfügbarkeit wichtige Voraussetzung

Ein Drittel aller Online-Käufer möchte zukünftig darüber hinaus tendenziell noch mehr im Internet einkaufen. Digitale Dienstleistungen bzw. Angebote stationärer Händler wie den Online-Check der Produktverfügbarkeit nutzen momentan oder in nächster Zeit 61 % der Befragten. Für den Dienst Click & Collect sind es 41 % und gut und gerne annähernd über ein Drittel (36 Prozent) der Befragten stehen dem Dienst Mobile Payment positiv gegenüber.

An den Studienergebnissen zeigt sich, dass die Fahnenstange im Online-Handel noch nicht erreicht ist. Das bestätigen die Nachfrage und steigende Akzeptanz der Konsumenten. Bei vielen stationären Anbietern herrscht noch zu häufig „digitaler Leerstand“. Daher ist Grundvoraussetzung für den stationären Händler leicht im Internet auffindbar zu sein - ob über die eigene Webseite, auf Marktplätzen wie Amazon & Co. oder auf lokalen bzw. regionalen Online-Marktplätzen.

Deutsche fühlen sich an ihren Wohnorten wohl

Ebenso geht aus der Untersuchung hervor, dass die überwiegende Mehrheit der Bürger (78 Prozent) in einem Umkreis von bis zu zwei Kilometern zum Wohnort Einkaufsmöglichkeiten für Güter des täglichen Bedarfs (Lebensmitteln) erwartet. Obgleich bisweilen das Auto für jeden Zweiten (51 Prozent) das bevorzugte Verkehrsmittel für diesen Einkauf ist, ist die Pkw-Nutzung insgesamt rückläufig. Aktuell erledigt 30% (33,8 Prozent) der Befragten den Einkauf zu Fuß. Insgesamt ist der Anteil derjenigen, die ihren Einkauf vorzugsweise im Umweltverbund realisieren, im Zuge von zehn Jahren um neun Prozentpunkte gestiegen.

Gleichermaßen hat die Umfrage ergeben, dass die deutschen Bürger mit ihrem Wohnort zufrieden sind: 88 % aller Befragten in Deutschland wohnen gern dort, wo sie leben. Trotz insgesamt hoher Zufriedenheitswerte mit dem Wohnstandort, hat die Zufriedenheit insgesamt in allen Altersklassen und am stärksten in den Mittelstädten (50.000-200.000 Einwohnern) abgenommen.

Die vollständigen Studienergebnisse mit Grafiken und fachlichen Kommentaren stehen auf

der Website www.cimamonitor.de bereit.