



Das IFH Köln (Institut für Handelsforschung) hat anlässlich der Untersuchung „Vitale Innenstädte 2018“ deutschlandweit in 116 Städten unterschiedlicher Ortsgröße knapp 59500 Passanten vor Ort befragt, wie sie die jeweils besuchte Innenstadt bewerten und was ihnen dabei wichtig ist.

Shopping bleibt der Treiber

Es zeigt sich: Shopping bleibt mit weitem Abstand und in allen Altersgruppen das Besuchsmotiv Nr. eins. Zu differenzieren sind dabei Affinitäten für einen Shoppingbummel und/oder den effizienten Zielkauf. Neben dem Einkaufen können aber auch weitere Beweggründe adressiert werden, um Zielgruppen lokal unterschiedlich anzusprechen.

Boris Hedde und Dr. Markus Preißner stehen im Interview zur Verfügung und stellen die Kernpunkte der Untersuchung „Vitale Innenstädte“ vor. Kernaussage: Die Städte haben sich nicht verbessert, aber auch nicht verschlechtert. Die Schulnote 3 Plus zieht sich durch alle vergangenen Untersuchungen. Laut Boris Hedde reicht das aber nicht aus: Vitale Innenstädte der Zukunft brauchen mindestens die Note 2!

Hier geht es zu den Details der Untersuchung

Folge hier direkt anhören:

Klicken Sie auf den unteren Button, um den Inhalt von soundcloud.com zu laden.

[Inhalt laden](#)