

Kontakt:

Christina Bunnenberg
Leiterin Unternehmenskommunikation
& Marketing

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92
c.bunnenberg@ifhkoeln.de
www.ifhkoeln.de

SPERRFRIST:

30.01.2017, 10:30 Uhr

Leipzig, Erfurt und Heidelberg haben die attraktivsten Innenstädte Deutschlands

IFH Köln legt größte Untersuchung zur Attraktivität der Stadtzentren in Deutschland vor. Innenstadtbesucher vergeben weiterhin nur die Schulnote drei plus für deutsche Innenstädte. Leipzig, Erfurt, Heidelberg, Hilden, Wismar und Quedlinburg siegen in den einzelnen Größenklassen. Wettbewerb um Kunden läuft aktuell vor allem zwischen Standorten und nicht online/offline.

Köln, 30. Januar 2017 – Attraktiver Einzelhandel und attraktive Innenstädte sind eng miteinander verbunden. Doch was macht Innenstädte im digitalen Zeitalter attraktiv? Was erwarten die Besucher? Diesen und weiteren Fragen ist das IFH Köln nun zum zweiten Mal in der bundesweiten Untersuchung „Vitale Innenstädte“ nachgegangen und hat im Herbst 2016 insgesamt 58.000 Interviews mit Innenstadtbesuchern in über 120 Städten geführt. Die Studie liegt nun vor.

Die Top-Performer nach Größenklassen

Die Sieger der einzelnen untersuchten Größenklassen lauten: Leipzig (über 500.000 Einwohner), Erfurt (200.000 bis 500.000 Einwohner), Heidelberg (100.000 bis 200.000 Einwohner), Hilden (50.000 bis 100.000 Einwohner), Wismar (25.000 bis 50.000 Einwohner) und Quedlinburg (bis 25.000 Einwohner). Im Vergleich mit den anderen untersuchten Städten ihrer Kategorie können diese Top-Performer in Sachen Innenstadtattraktivität besonders punkten.

Nachhilfe nötig? Weiterhin nur Gesamtnote drei plus für Stadtzentren

Im Gesamtdurchschnitt aller 121 teilnehmenden Städte bewerten die Deutschen ihre Innenstädte wie schon in der Erhebung 2014 mit der Schulnote drei plus. Lediglich Städte mit mehr als 500.000 Einwohnern konnten ihre Bewertung im Vergleich zu 2014 leicht verbessern.

„Der Veränderungsdruck durch den branchenspezifischen Strukturwandel im Handel, durch demografische Verschiebungen und durch die Digitalisierung nimmt zu. Mit einer drei plus als Schulnote können Städte, die sich für die Zukunft aufstellen möchten, nicht zufrieden sein. An jedem Standort stellt sich die Frage nach Lösungen, um drohenden Bedeutungsverlust zu vermeiden. Dies ist unabhängig von der Stadtgröße“, so Boris Hedde, Geschäftsführer des IFH Köln.

Die Mär von Online vs. Offline

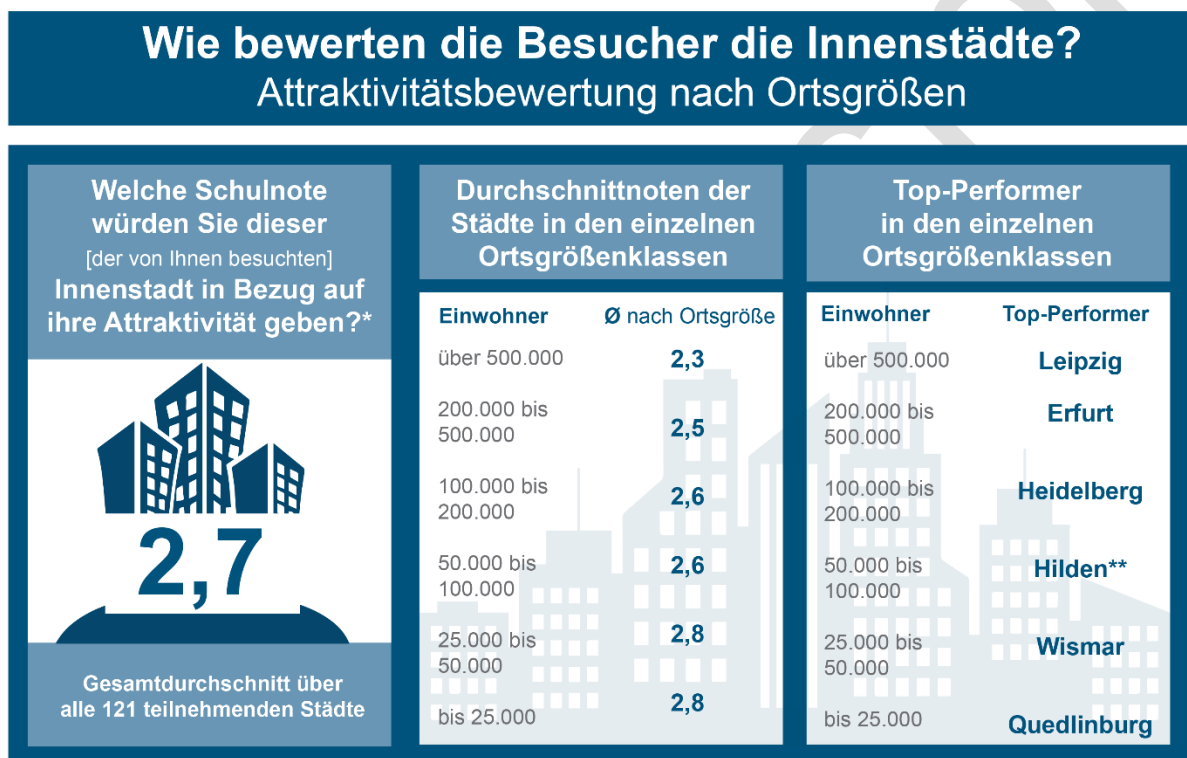
Obwohl nach wie vor jede/r fünfte Befragte angibt, aufgrund vermehrten Online-Shoppings seltener in die Innenstadt zu fahren, ist die größte Konkurrenz der Stadtzentren nicht immer das Internet. Eine genaue Betrachtung der einzelnen innenstadtrelevanten Sortimente zeigt, dass der stärkere Wettbewerb zwischen einzelnen stationären Standorten stattfindet. So wandern Konsumenten z. B. bei Bekleidung, Wohnartikeln, Schreibwaren oder bei Optikern eher in andere Städte ab, anstatt auf das Internet zurückzugreifen. Bei

Telekommunikation oder Consumer Electronics hingegen ist der Onlinekanal schon heute bei jedem fünften der präferierte Einkaufsort.

„Gefordert sind ganzheitliche und kontinuierlich angepasste Konzepte für eine standortbezogene Langfrist-Strategie, die nicht an der Stadtgrenze endet. Erst wenn Immobilienbesitzer bekannt, Handelsunternehmen bereit und Kommunalverantwortliche gewillt sind, kann handlungsorientiert agiert werden. Schon dies zu erreichen, stellt aber oft schon eine Herausforderung dar. Nur eine gemeinsame, lösungsorientierte Bewertung der lokalen Situation bietet eine Chance für zielführende und nachhaltig wirkende Entscheidungen“, erläutert Boris Hedde, Geschäftsführer des IFH Köln.

Wörter der Meldung: 441

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.423



*Bewertung anhand von Schulnoten 1 bis 6, Gesamtdurchschnitte über alle teilnehmenden Städte der entsprechenden Ortsgrößen

**Aufgrund der sehr geringen Anzahl der Befragten des Bestplatzierten in dieser Kategorie, wurde hier der Zweitplatzierte ausgewiesen



Zur Untersuchung:

Ziel der größten empirisch basierten Untersuchung zur Zukunft der Stadtzentren in Deutschland ist die Schaffung einer aussagekräftigen Datenbasis, die das Einkaufsverhalten in deutschen Innenstädten umfassend abbildet. Die teilnehmenden Städte erhalten Informationen zur Positionierung ihrer Stadt aus Sicht der Besucher und damit eine Planungsgrundlage für standortspezifische Maßnahmen.

Die Untersuchung liefert u. a. Ergebnisse zu:

- Besucherstruktur und Kundenverhalten,
- Erreichbarkeit des Standorts,
- Anforderungen und Wünsche der Innenstadtbesucher,
- Informationen zu ungenutzten Potenzialen und Sortimentslücken,
- Daten zur Bedeutung und Einfluss des E-Commerce auf die Innenstadt.

Für die Untersuchung „Vitale Innenstädte“ wurden in über 120 deutschen Städten aller Größen und Regionen zeitgleich Innenstadtbesucher zu ihren Einkaufsgewohnheiten und der Attraktivität der Innenstadt befragt. Die Datenerhebung erfolgte an zwei ausgewählten Tagen (Donnerstag und Samstag) im September 2016 anhand eines einheitlichen Fragebogens. Insgesamt sind so rund 58.000 Interviews zusammen gekommen. Bei der Bewerbung der Umfrage auf Seiten der Städte und Gemeinden haben die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland, der Deutsche Industrie- und Handelskammertag, der Deutsche Städte- und Gemeindebund, der Handelsverband Deutschland sowie weitere lokale Partner unterstützt.

Über das IFH Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Das IFH Köln ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Mit der Marke ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel: z. B. Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

Weitere Informationen unter: www.ifhkoeln.de

Vorabversion