

## PRESSEMITTEILUNG

### Studie cima.MONITOR 2019:

#### **Was macht Deutschlands Innenstädte attraktiv? Warum kommen die Menschen in die Stadt? Welche deutsche Innenstadt ist die Attraktivste?**

**München, 13. November 2019 – Mit der Studienreihe „cima.MONITOR“ veröffentlicht die CIMA Beratung + Management GmbH in 2019 zum vierten Mal nach 2007, 2009 und 2016 eine aktuelle Repräsentativbefragung von 2.000 Bundesbürgern zum Thema „Attraktivität der Stadt in Deutschland“.**

Der wachsenden Bedeutung des Online-Handels zum Trotz ist das Einzelhandelsangebot für 63 Prozent der befragten Bundesbürger das wichtigste Merkmal einer attraktiven Innenstadt. Gastronomie sowie Kultur- und Freizeitangebote folgen mit deutlichem Abstand auf den Plätzen 2 und 3 (Abbildung A). Gleichzeitig zeichnet sich eine vorsichtige Trendwende an, indem insbesondere die Mischung aus Einkaufen, Besuch der Gastronomie und Verweilen nachgefragt wird. Gegenüber den Vorjahren finden sich Zuwächse bei der Bedeutung von öffentlichem Grün, Aufenthaltsqualität und Sauberkeit. Ebenso finden aktuell zwei von drei Befragten ein Shopping-Center für die Attraktivität einer Innenstadt sehr wichtig bzw. wichtig (Abbildung B). *„Innenstädte müssen in Zukunft eher als Gesamtdestination überzeugen. Lebendige Quartiere werden zukünftig die Motoren unserer Innenstädte sein.“*, kommentiert Martin Kremming, Leiter der Studie, die Untersuchungsergebnisse.

**13. November 2019****Ihr Pressekontakt:  
Maja Brunner  
T 0451-38968-23  
medien@cima.de**CIMA Beratung + Management GmbH  
Briener Str. 45  
80333 München  
T 089-55118 154  
F 089-55118 250  
cima.muenchen@cima.deGeschäftsführer Roland Wölfel  
Registergericht München  
HRB 85796  
Gerichtsstand München  
UID DE129314570  
Steuernummer 14312470390Bankverbindungen  
Postbank München  
IBAN DE18 7001 0080 0305 5228 05  
BIC PBNKDEFF  
Volksbank Forchheim  
IBAN DE15 7639 1000 0000 0777 80  
BIC GENODEF1FOH**Fokussiert auf die Zukunft  
von Städten und Regionen.  
Seit 1988.****www.cima.de**

Im Ranking zur attraktivsten Innenstadt behauptet sich erneut die Hansestadt Hamburg vor Berlin und München. Mit Dresden, Leipzig und Köln folgen drei etwa gleich starke Großstädte. Den Städten Frankfurt am Main, Erfurt, Bremen und Düsseldorf gelang zugleich der Sprung in die Liste der ersten zehn attraktivsten Innenstädte. Der Attraktivität eines Innenstadtbesuchs nicht entgegen steht das Online-Shopping. Der Untersuchung zufolge haben 84 Prozent der Bürger in den vergangenen zwölf Monaten auch online eingekauft. Ein Drittel aller Online-Käufer will künftig sogar eher noch mehr online einkaufen. Digitale Services bzw. Angebote stationärer Händler wie den *Online-Check der Warenverfügbarkeit* nutzen aktuell oder zukünftig 61 Prozent der Befragten. Für den Service *Click & Collect* sind es 41 Prozent und immerhin knapp über ein Drittel (36 Prozent) der Befragten stehen dem Service *Mobile Payment* positiv gegenüber (Abbildung C). Dazu führt Roland Wölfel, Geschäftsführer der CIMA Beratung + Management GmbH und Projektleiter, aus: *„An den Studienergebnissen zeigt sich das, was wir auch in der Beratungspraxis erleben. Das Ende der Fahnenstange im Online-Handel ist noch nicht erreicht – das bestätigen die Nachfrage und steigende Akzeptanz der Verbraucher. Wir wissen, bei stationären Anbietern herrscht leider noch zu häufig „digitaler Leerstand“. Wir müssen unsere Innenstädte im Netz genauso attraktiv darstellen wie wir sie vor Ort erleben! Das ist der neue öffentliche Raum; und der will gepflegt sein. Die gesamte Destination Innenstadt ist hier gefordert. Es darf nicht sein, dass wir trotz faktischer Vollbelegung in den Innenstädten oft noch einen „digitalen Leerstand“ von 15-20 Prozent erleben! Deshalb plädieren wir grundlegend für Präsenz, Sichtbarkeit und leichte Auffindbarkeit im Netz – ob über die eigene Website, auf lokalen Marktplätzen oder überregionalen Plattformen von Google bis eBay – alle dies Wege sollten in die City führen.“*

Die Studie liefert wertvolle, neue Erkenntnisse zum Einkaufsverhalten, zum Mobilitätsverhalten und zur Wohnzufriedenheit, die beispielsweise im Vergleich zu den Vorjahren dramatisch von ca. 95 auf 88 Prozent abgenommen hat (Abbildung D). Obwohl nach wie vor der Pkw für jeden Zweiten zum Beispiel das bevorzugte Verkehrsmittel für diesen Einkauf ist, ist die Pkw-Nutzung insgesamt rückläufig. Der Anteil derjenigen, die ihren Einkauf vorzugsweise im Umweltverbund erledigen, ist innerhalb von zehn Jahren um bemerkenswerte neun Prozentpunkte gestiegen (Abbildung E).

*„Insgesamt wird bestätigt, dass viele Städte und Gemeinden sich neu erfinden müssen, sonst leiden sie weiter unter sinkenden*

*Kundenfrequenzen. Gerade Klein- und Mittelstädte sind hier gefordert durch eine alle Bereiche umfassende Neuausrichtung ihre Emotionalität und Persönlichkeit in den Vordergrund zu stellen. Der Aspekt „Nähe schlägt Größe“ ist eine gute Chance Kunden und Bevölkerung zu binden!“* schließt Roland Wölfel ab.

## **Über die CIMA Beratung + Management GmbH**

Im gesamten deutschsprachigen Raum ist die CIMA Beratung + Management GmbH (cima) das Kompetenzzentrum für Stadt- und Regionalentwicklung sowie für Marketing im öffentlichen Sektor. Sie ist Anlaufstelle bei allen Fragen zur Stadtentwicklung. Stetige Handels- und Marktforschung bilden das Fundament für die nachhaltige Qualität der Beratungsleistungen. Mit 85 Mitarbeitern unterhält das Beratungsunternehmen Standorte in München, Stuttgart, Forchheim, Frankfurt a. M., Leipzig, Hannover, Köln, Lübeck und Ried (AT).

Die vollständigen Studienergebnisse cima.MONITOR 2019 mit Abbildungen und fachlichen Kommentaren sind auf der Website [www.cimamonitor.de](http://www.cimamonitor.de) veröffentlicht. Für Ihre Berichterstattung stellen wir Ihnen dort eine Pressemitteilung, Abbildungen, Fotos sowie Logo der Studie cima.MONITOR 2019 zum Download bereit. Das Bildmaterial darf uneingeschränkt mit Hinweis auf die Quelle „CIMA Beratung + Management GmbH/cima“ veröffentlicht werden. Der Text ist frei zum Abdruck. Über ein Belegexemplar bzw. einen Beleglink würden wir uns sehr freuen! Für weitergehende redaktionelle Absprachen wenden Sie sich bitte an den Pressekontakt.

## **Pressematerial zum Download:**

- Pressemitteilung cima.MONITOR 2019 von der CIMA Beratung + Management GmbH (pdf.)
- Abbildung A: Attribute einer attraktiven Innenstadt – TOP 3
- Abbildung B: Bedeutung der Shopping-Center gestiegen
- Abbildung C: Akzeptanz digitaler Services im stationären Handel
- Abbildung D: Wohnzufriedenheit rückläufig
- Abbildung E: Verkehrsmittelwahl zum Einkaufsort
- Logo cima.MONITOR 2019 (eps.)
- Logo cima.MONITOR 2019 (jpg.)
- Foto Projektleiter Martin Kremming
- Foto Geschäftsführer Roland Wölfel