

**essentiq.**

**h** **HDE**  
Handelsverband  
Deutschland

# STANDORTMONITOR 2026

Sicherheit in Innenstädten  
aus Besuchersicht



Ohne einen starken, belebten Handel gibt es keine sichere Innenstadt – und ohne Sicherheit keinen starken Handel. Sicherheit in Innenstädten entsteht durch sichtbare Ordnung, lebendige Nutzung und gute Gestaltung – und sie ist Voraussetzung für Attraktivität, Frequenz und wirtschaftliche Stabilität. Innenstadtentwicklung, Sicherheitspolitik und Handelsförderung müssen daher konsequent zusammengedacht werden.



# STUDIENDESIGN

|                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ZIELSETZUNG</b><br>                    | <ul style="list-style-type: none"><li>&gt; Das Sicherheitsgefühl in deutschen Innenstädten aus Sicht der Bevölkerung differenziert erfassen und verstehen.</li><li>&gt; Die Bedeutung des stationären Handels als stabilisierender Faktor und Verstärker urbaner Sicherheit empirisch belegen.</li><li>&gt; Eine belastbare Evidenzbasis zum Sicherheitsgefühl in Innenstädten und zur Rolle des Handels für fundierte Entscheidungen schaffen.</li></ul> |
| <b>GRUNDGESAMTHEIT UND STICHPROBE</b><br> | <ul style="list-style-type: none"><li>&gt; Zur Grundgesamtheit gehören deutschsprachige Personen ab 16 Jahren mit Wohnsitz in Deutschland</li><li>&gt; Online-Befragung einer nach Strukturgesichtspunkten repräsentativen Stichprobe</li></ul>                                                                                                                                                                                                           |
| <b>ERHEBUNGSMETHODE</b><br>              | <ul style="list-style-type: none"><li>&gt; CAWI-Interviews (Computer Assisted Web Interview)</li><li>&gt; Rekrutierung über ein Online Access Panel</li><li>&gt; Durchschnittliche Interviewdauer: 15 Minuten</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>STICHPROBE</b><br>                   | <ul style="list-style-type: none"><li>&gt; n = 2.038 Personen im Alter von 16 bis 93 Jahren</li><li>&gt; Struktur-repräsentative Gewichtung hinsichtlich der Merkmale Alter, Geschlecht, Bundesland, Einwohnerzahl des Wohnorts</li></ul>                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>FELDZEIT</b><br>                     | 6. Januar bis 21. Januar 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

# KERNERGEBNISSE

## Thema Sicherheit in den Innenstädten



### POSITIVE ASPEKTE

- **78 %** und damit eine große Mehrheit **fühlen sich** in ihrer am häufigsten besuchten Innenstadt **sicher**. Dies gilt besonders **in Städten mit weniger als 50.000 Einwohnern**. Im direkten Handelsumfeld gibt es nur geringe Unterschiede in der Sicherheitsbewertung nach Stadtgröße.
- **Einzelhandelsgeschäfte** werden als besonders sichere Orte wahrgenommen: **90 %** geben an, sich dort sicher zu fühlen. **88 %** finden, dass **belebte Geschäfte in der Innenstadt** auch das Umfeld sicherer machen.
- Die sichtbare **Präsenz von Polizei und Sicherheitsdiensten** in Fußgängerzonen wirkt für **90 %** positiv auf das Sicherheitsgefühl.
- **Beleuchtete Schaufenster** stärken das Sicherheitsgefühl deutlich: **87 %** empfinden entsprechend ausgeleuchtete Straßen als sicherer.



### NEGATIVE ASPEKTE

- Ein **ungepflegtes oder heruntergekommenes Stadtbild** – etwa durch Graffiti oder Vandalismus – beeinträchtigt für **82 %** das Sicherheitsgefühl in Innenstädten spürbar.
- **Leerstehende Geschäfte** gelten als klarer Unsicherheitsfaktor – besonders in **Großstädten: 73 %** sagen, dass sie das Sicherheitsgefühl in Innenstädten mindern, **68 %** sehen sogar einen starken bis sehr starken negativen Einfluss.



# BESUCHER FÜHLEN SICH ÜBERWIEGEND SICHER

## Deutschlands Innenstädte sind keine Angsträume – aber Sicherheit ist ein sensibles Thema und abends eine Gender-Frage

Die Mehrheit der Deutschen fühlt sich grundsätzlich sicher, aber es gibt relevante Unsicherheitszonen und -situationen. Der größte Handlungsbedarf besteht in den Abend- und Nachtstunden, wenn der Einzelhandel als belebender, geschützter Aufenthaltsraum und stabilisierender Faktor geschlossen ist. Frauen fühlen sich dann deutlich unsicherer – dies gilt vor allem für Frauen ab 50 Jahren. Eine gute Beleuchtung und die Präsenz von Sicherheits- und Ordnungskräften wirken positiv auf das Sicherheitsempfinden. Aggressives Auftreten, Pöbeleien, öffentlicher Drogenkonsum und ein ungepflegtes Erscheinungsbild der Stadt wirken dagegen stark verunsichernd – unabhängig von objektiven Kriminalitätsraten.

## Attraktive Innenstädte fühlen sich sicherer an – und umgekehrt

Sicherheitsgefühl, Aufenthaltsqualität und Attraktivität verstärken sich gegenseitig. Investitionen in Sauberkeit, Beleuchtung, Handel und Belegung zahlen direkt auf das subjektive Sicherheitsgefühl ein.

## Innenstadtsicherheit ist kein Randthema, sondern ein Standortfaktor

Sicherheit entscheidet mit darüber, ob Innenstädte besucht, gemieden oder nur noch kurz aufgesucht werden. Unsicherheit führt nicht zum Kompletterverzicht, aber zu kürzeren, selteneren und stärker zweckorientierten Besuchen – mit direkten Folgen für Handel und Gastronomie. Umgekehrt stärken sichere, belebte Einkaufsbereiche die Attraktivität der Innenstadt insgesamt.



# DIFFERENZIIERTES SICHERHEITSGEFÜHL

## Grundsätzliche Sicherheitslage

Ich fühle mich in der Innenstadt insgesamt ...



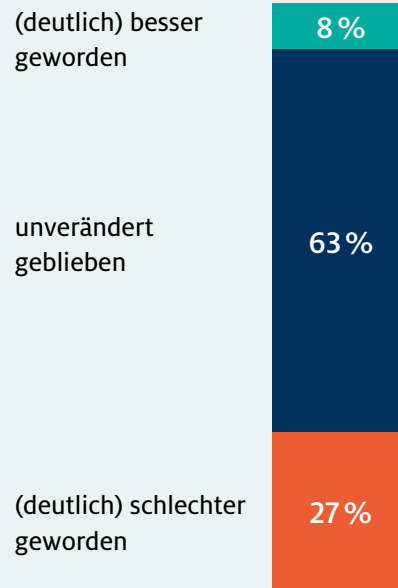
Zwischen **Frauen und Männern** bestehen keine Unterschiede im allgemeinen Sicherheitsgefühl. Es zeigt sich ein **deutlicher Zusammenhang mit der Innenstadtqualität**: Je attraktiver die Innenstadt wahrgenommen wird, desto sicherer fühlen sich die Menschen.

## Sicherheitsgefühl meist stabil, aber ein relevanter Anteil sieht Verschlechterung

Mit **zunehmender Stadtgröße** wächst der Anteil derjenigen, die eine Verschlechterung des Sicherheitsgefühls wahrnehmen. Auch die **wahrgenommene Attraktivität** der Innenstadt sowie das **generelle Sicherheitsgefühl** vor Ort beeinflussen, wie die Entwicklung des Sicherheitsgefühls eingeschätzt wird.



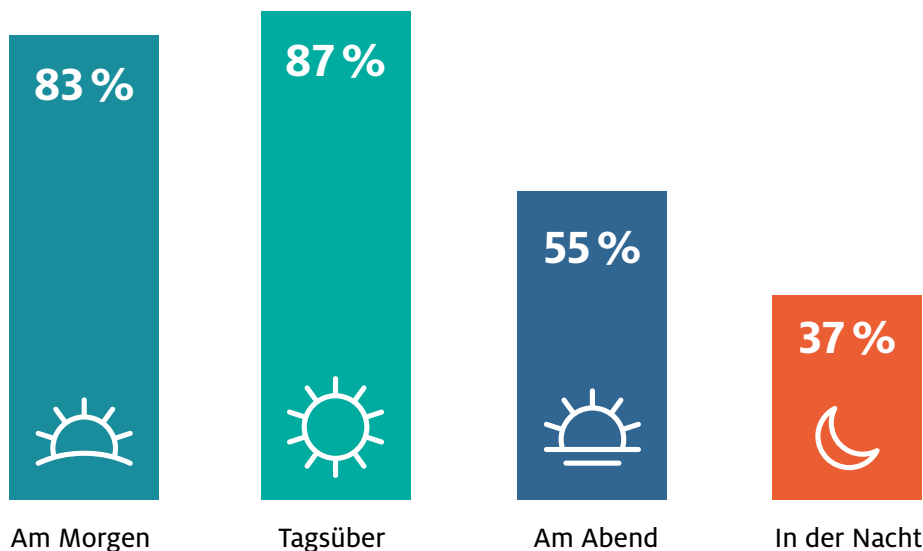
## Sicherheitsgefühl ist...



# DIFFERENZIIERTES SICHERHEITSGEFÜHL

Tageszeit als klarer Treiber – mit Gender-Gap am Abend/Nacht

Wahrgenommenes Sicherheitsgefühl (Top 3)



**Abends und nachts** fühlen sich Frauen unsicherer als Männer – besonders Frauen ab 50 Jahren. Neben der Dunkelheit trägt dazu bei, dass der **Handel als geschützter und sicherheitsstiftender Raum** zu diesen Zeiten geschlossen ist.



# DIFFERENZIIERTES SICHERHEITSGEFÜHL

## Auswirkungen auf das Besuchsverhalten von Innenstädten

Wie häufig ist es schon vorgekommen, dass Sie aus Sicherheitsbedenken ....

... zu bestimmten Zeiten nicht in die Innenstadt gegangen sind.

21%

... zu bestimmten Anlässen nicht in die Innenstadt gegangen sind.

19%

... sich nur kurz in der Innenstadt aufgehalten haben.

17%



Das Sicherheitsgefühl prägt das Besuchsverhalten unterschiedlich stark: **Jüngere und mobilitätseingeschränkte Personen** sowie Menschen in **wenig attraktiven Innenstädten** oder **mit geringem Sicherheitsgefühl** agieren insgesamt vorsichtiger. **Frauen** meiden zu bestimmten Zeiten häufiger die Innenstadt als Männer.



# GESCHÄFTE ALS SICHERE RÄUME, LEERSTÄNDE ALS NEGATIVFAKTOR

## Der Handel ist einer der wichtigsten Sicherheitsanker der Innenstadt

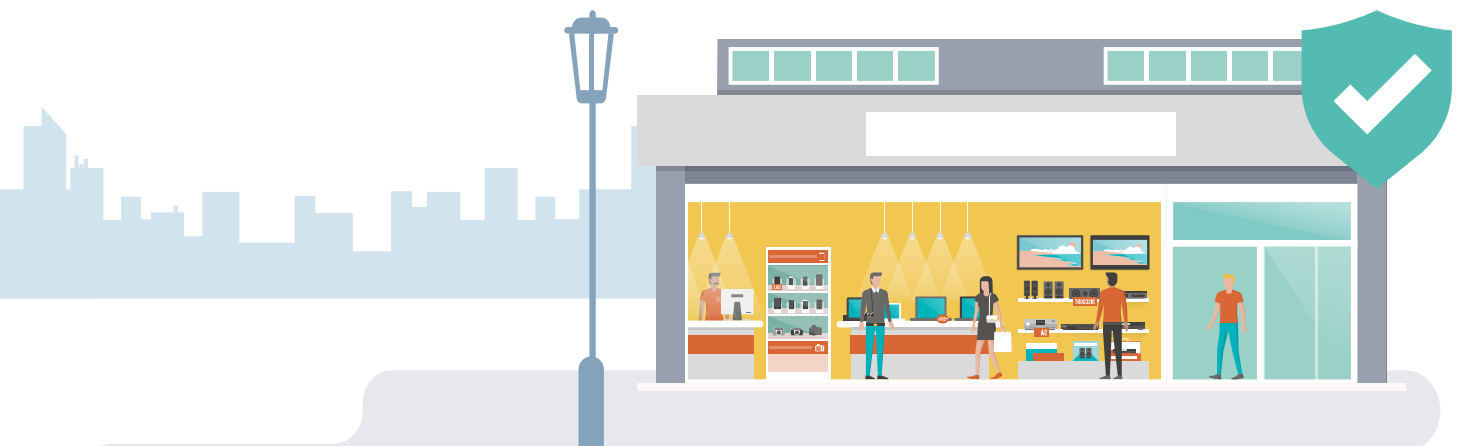
Der stationäre Handel spielt eine zentrale Rolle für das subjektive Sicherheitsgefühl in deutschen Innenstädten – sowohl als direkter Schutzraum als auch als strukturprägender Faktor für das gesamte Umfeld. Helle, belebte Räume mit sichtbarem Personal vermitteln Orientierung und Schutz. Damit wirkt der Handel über seine wirtschaftliche Funktion hinaus als zentraler Stabilitäts- und Sicherheitsanker der Innenstadt: Wo Handel lebt, fühlen sich Menschen sicher.

## Belebte Geschäfte erhöhen Sicherheit – auch im Umfeld

Eine lebendige Einzelhandelslandschaft steigert das Sicherheitsgefühl im direkten Umfeld deutlich. Geöffnete Läden, beleuchtete Schaufenster und laufender Publikumsverkehr erzeugen soziale Kontrolle, reduzieren Angsträume und fördern längere Aufenthalte.

## Leerstände sind ein zentraler Treiber von Unsicherheit

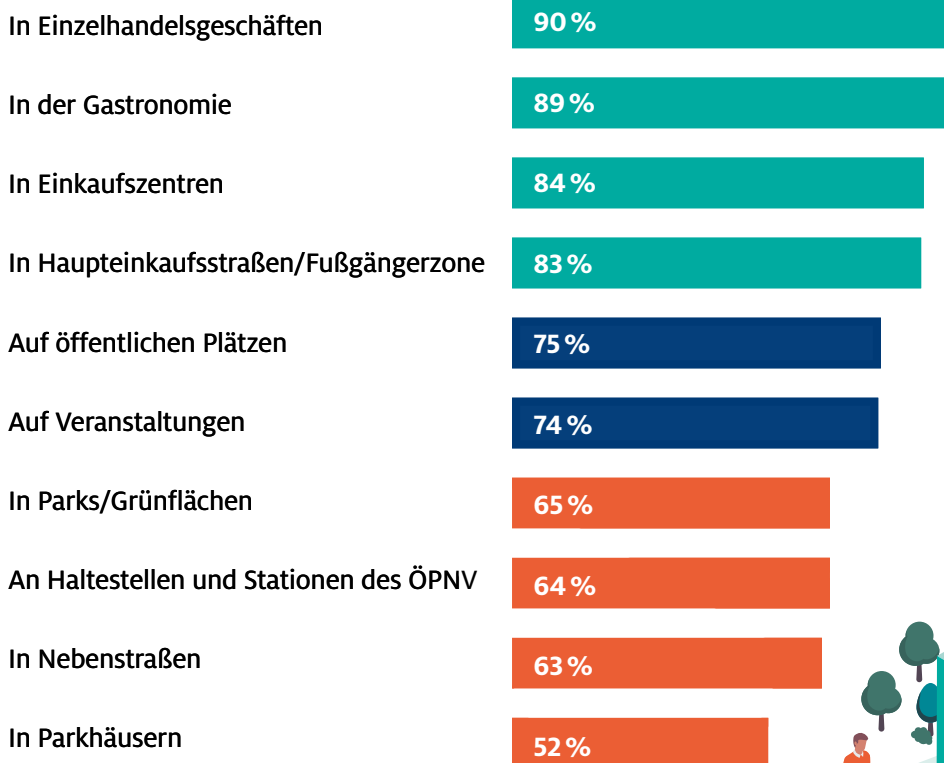
Leerstehende Geschäfte wirken verunsichernd und sind ein klarer Negativfaktor für das Sicherheitsgefühl in der Innenstadt – dies gilt in Großstädten ab 100.000 Einwohnern am stärksten. Dunkle Fassaden und fehlende Nutzung werden als Zeichen von Verfall und Kontrollverlust interpretiert und verstärken Unsicherheit vor allem in ohnehin schwachen Innenstadtlagen. Leerstände wirken damit nicht nur wirtschaftlich, sondern auch sozial und sicherheitsbezogen destabilisierend.



# EINZELHANDEL ALS SICHERHEITSANKER

## Wo sich Menschen besonders sicher fühlen

### Wahrgenommenes Sicherheitsgefühl (Top 3)



Damit werden vor allem handels- und frequenzgeprägte Orte als Sicherheitsanker wahrgenommen.



## Gründe für das wahrgenommene Sicherheitsgefühl im Einzelhandel



**72 %**

Gute Beleuchtung/  
helle Räumlichkeiten

**90 %**

Sicher fühlen sich die  
meisten – vor allem  
wegen des Umfelds und  
der Personalpräsenz.



**66 %**

Präsenz von  
Personal



**60 %**

Videoüberwachungs-  
technik

Von den 90 % der Befragten,  
die sich im EH sicher fühlen,  
geben 66 % an, die Präsenz  
von Personal sei hierfür  
ein Grund.



**60 %**

Viele Menschen/  
geschützter Raum

# STÄDTE UND GEMEINDEN IN DER PFLICHT

## Handel und Ordnung wirken am stärksten im Zusammenspiel

Die sichtbare Präsenz von Polizei, Security und Ordnungsdiensten ist ein wichtiger Sicherheitstreiber – besonders in problematischen Lagen. Ihre Wirkung entfaltet sich besonders effektiv dort, wo der Handel Frequenz, Übersichtlichkeit und soziale Kontrolle schafft. Sicherheit entsteht vor allem durch das Zusammenspiel aus Nutzung, Präsenz und Durchsetzung.

## Sicherheitsstrategien sind zugleich Standort- und Handelspolitik

Investitionen in Beleuchtung, Sauberkeit, aktive Erdgeschosszonen, Vermeidung von Leerständen und sichtbare Ordnung sind keine Zusatzmaßnahmen, sondern zentrale Voraussetzungen für wirtschaftlich stabile Innenstädte.



# EINFLUSSFAKTOREN VON SICHERHEIT

## Welche Faktoren stärken das Sicherheitsgefühl in der Innenstadt?

### Positiv-Faktoren Sicherheitsgefühl (Top 3)

|                                                                                   |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------|
| Gute öffentliche Beleuchtung                                                      | 94 % |
| Konsequentes Vorgehen gegen Ordnungswidrigkeiten und Straftaten                   | 93 % |
| In Begleitung mit bekannten Personen unterwegs sein                               | 92 % |
| Viele Rückzugsorte (Geschäfte, Cafés, Restaurants)                                | 91 % |
| Sauberkeit                                                                        | 90 % |
| Präsenz von Polizei und Sicherheitsdiensten in der Fußgängerzone                  | 90 % |
| Präsenz von Sicherheitsdiensten in Einzelhandelsgeschäften und in Einkaufszentren | 87 % |
| Überwachungskameras                                                               | 85 % |



Für Personen, die ihre Innenstadt als **attraktiv** bewerten, entfalten diese Faktoren eine besonders starke Wirkung. Wird die Innenstadt hingegen als **weniger attraktiv** wahrgenommen, zählen am deutlichsten die Faktoren **gute Beleuchtung, konsequentes Vorgehen gegen Fehlverhalten** sowie **Rückzugs- und Aufenthaltsorte** zu haben, positiv auf das Sicherheitsgefühl ein.



# EINFLUSSFAKTOREN VON SICHERHEIT

## Welche Faktoren schwächen das Sicherheitsgefühl in der Innenstadt?

### Negativ-Faktoren Sicherheitsgefühl (Top 3)

|                                                                   |      |
|-------------------------------------------------------------------|------|
| Pöbeleien/aggressive Gruppen                                      | 91 % |
| Misstrauen erweckende Personen(-gruppen)                          | 89 % |
| Öffentlicher Drogenkonsum                                         | 87 % |
| Taschendiebstahl                                                  | 87 % |
| Heruntergekommenes Erscheinungsbild (z. B. Graffiti, Vandalismus) | 82 % |
| Leerstehende Geschäfte                                            | 68 % |



Negativ wirken sich vor allem **bestimmte Personengruppen** und **öffentlicher Drogenkonsum** aus. Diese Faktoren werden als stark belastend wahrgenommen. **Leerstände** und ein **ungepflegtes Erscheinungsbild** der Stadt wirken sich vor allem bei **älteren Personen** und Personen, die ihre Innenstadt eher **unattraktiv bewerten**, aus.



#### **HERAUSGEBER**

Handelsverband Deutschland – HDE e. V.  
Am Weidendamm 1 A  
10117 Berlin  
Tel. +49 30 72 62 50-0  
Fax +49 30 72 62 50-99  
E-Mail: [hde@einzelhandel.de](mailto:hde@einzelhandel.de)  
[www.einzelhandel.de](http://www.einzelhandel.de)

#### **Copyright**

Dieses Projekt wurde nach bestem Wissen und Gewissen,  
mit aller gebotenen Sorgfalt, jedoch ohne Gewähr erstellt.  
© Handelsverband Deutschland – HDE e. V., 2026

#### **KONTAKT HDE**

Olaf Roik, Bereichsleiter Wirtschaftspolitik  
E-Mail: [roik@hde.de](mailto:roik@hde.de)

Michael Reink, Bereichsleiter Standort- und Verkehrspolitik  
E-Mail: [reink@hde.de](mailto:reink@hde.de)

#### **STUDIENPARTNER**

essentiq GmbH  
Ingo Sander  
Telefon +49 55 777 111  
E-Mail: [ingo.sander@essentiq.de](mailto:ingo.sander@essentiq.de)

Mauerstr. 8  
33602 Bielefeld  
[www.essentiq.de](http://www.essentiq.de)

**[www.einzelhandel.de](http://www.einzelhandel.de)**