

PRESSE INFO

21. Oktober 2024

Deutschlandstudie Innenstadt:

Chancen für die Stadtzentren nutzen – Investitionen notwendig

Trotz vieler Negativ-Schlagzeilen aus den vergangenen Jahren sind Deutschlands Innenstädte nach wie vor starke Anziehungspunkte für die Menschen. Das ist ein Ergebnis der aktuellen Deutschlandstudie Innenstadt der CIMA Beratung+Management GmbH. Für die repräsentative Studie wurden über 5000 Bundesbürger im Juni und Juli 2024 befragt. Und doch gibt es dringenden Handlungsbedarf, um Stadtzentren attraktiv zu halten oder sie wieder zu beleben. Der Handelsverband Deutschland (HDE) fordert deshalb entschiedene Unterstützungsmaßnahmen der Politik auf allen Ebenen. Die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd) macht sich für mehr Kooperation aller Akteure stark.

„Die Innenstadt lebt und ist vielerorts ein Erfolgsmodell. Viele Menschen suchen sie regelmäßig auf und wissen sie zu schätzen“, so CIMA-Geschäftsführer Roland Wölfel. Die Studie zeigt: 53,3 Prozent der Personen in Haushalten mit 4.000 bis unter 6.000 Euro Monatseinkommen besuchen mindestens einmal wöchentlich die Innenstadt. Zwischen 2.000 und unter 4.000 Euro liegt dieser Wert bei 47,8 Prozent. Dabei ist über alle Altersgruppen hinweg der wichtigste Grund für den Besuch des Stadtzentrums der Einkauf im örtlichen Einzelhandel. Mehr als 70 Prozent der in der Studie Befragten geben an, die Innenstädte des Shoppings wegen zu besuchen.

„Die Studie zeigt, dass der Einzelhandel für attraktive Innenstädte unverzichtbar ist und bleibt. Stadtzentren und die dort ansässigen Unternehmen sind Begegnungsort für alle Generationen“, so HDE-Präsident Alexander von Preen. Angesichts der zentralen Rolle des Einzelhandels in attraktiven Stadtzentren müsse die Politik auf allen Ebenen dringend an den Rahmenbedingungen arbeiten. „Wir müssen jetzt gemeinsam die Zukunft der Innenstadt sichern. Die Menschen wollen vitale Stadtzentren, die Politik muss den Rahmen dafür schaffen. Sauberkeit, Sicherheit und die gute Erreichbarkeit mit allen Verkehrsmitteln – das ist das Fundament, das muss überall angegangen werden“, so von Preen weiter. Zudem geht es um die Zusammenarbeit aller Akteure vor Ort. „Die Studie macht deutlich, dass wir ein strategisches Gesamtkonzept brauchen, das Handel, Gastronomie und Erlebnisangebote miteinander verzahnt und gleichzeitig das Stadtbild und somit die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum verbessert“, erklärt Gerold Leppa, stellvertretender Bundesvorsitzender der bcsd. „Eine zentrale Koordinierungsstelle, die die Interessen aller Akteure bündelt, zu Kooperationen anstiftet und diese trägt und die die Innenstadt als multifunktionalen, attraktiven Ort für Besucherinnen und Besucher gestaltet, ist der Schlüssel zur Zukunftsfähigkeit unserer Innenstädte. Hier kann das Stadtmarketing als bewährter Partner eine tragende Rolle spielen.“

Die Deutschlandstudie Innenstadt der CIMA Beratung+Management GmbH ist in Kooperation mit dem HDE und der bcsd, sowie mit der Unterstützung des Citymanagement Verbands Ost e.V. (CMVO), des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes e.V. (DEHOGA), des Deutschen Industrie und Handelskammertags e.V.(DIHK), eBay Deutschland, der EDEKA-MIHA Immobilien-Services GmbH, der Fokus Development AG, der Hanseatischen Betreuungs- und Beteiligungsgesellschaft mbH, der hystreet.com GmbH, der LIDL Immobilien Dienstleistung GmbH & Ko. KG, der MK Illumination Handels GmbH und von noceanZ marketResearch entstanden.

Kontakt:

**Handelsverband
Deutschland (HDE)**
Stefan Hertel
Telefon 030/72 62 50-65
presse@handelsverband.de

**CIMA Beratung +
Management GmbH**
Sylvia Kühl
Telefon 0511/220079-89
kuehl@cima.de

**Bundesvereinigung City-
und Stadtmarketing
Deutschland (bcsd)**
Daniela Hoffmann
Telefon 030/28042671
hoffmann@bcsd.de

Die Deutschlandstudie Innenstadt zum Download: <https://einzelhandel.de/hdepk>