

cima.monitor

Deutschlandstudie

INNENSTADT

2026/27



ERGEBNISPRÄSENTATION

Dipl.-Geogr. Roland Wölfel, Studienleitung
(Geschäftsführer CIMA Beratung+Management GmbH)

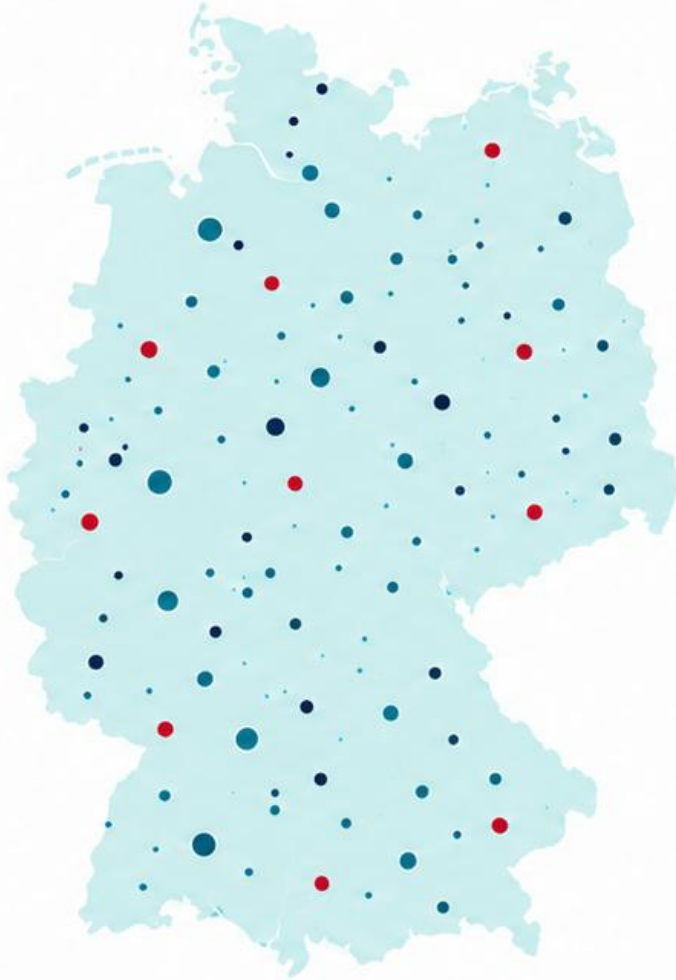
Deutschlandstudie Innenstadt – Partner



Studiensteckbrief

Deutschlandstudie Innenstadt 2026/27

cima.



5.079

Befragte ab 16 Jahren

Bevölkerungsrepräsentativ
nach Alter, Bundesland
und Geschlecht



Mai/Juni 2026

Deutschlandweite Befragung

Durchgeführt durch das Marktforschungsinstitut
NoceanZ GmbH



40 Fragen

Auswertung u. a. nach

Stadtgrößenklassen
Wohnort
Wohnzufriedenheit

Zentrale Erkenntnisse der Studie

DIE EINFLUSSFAKTOREN DER INNENSTADTNUTZUNG

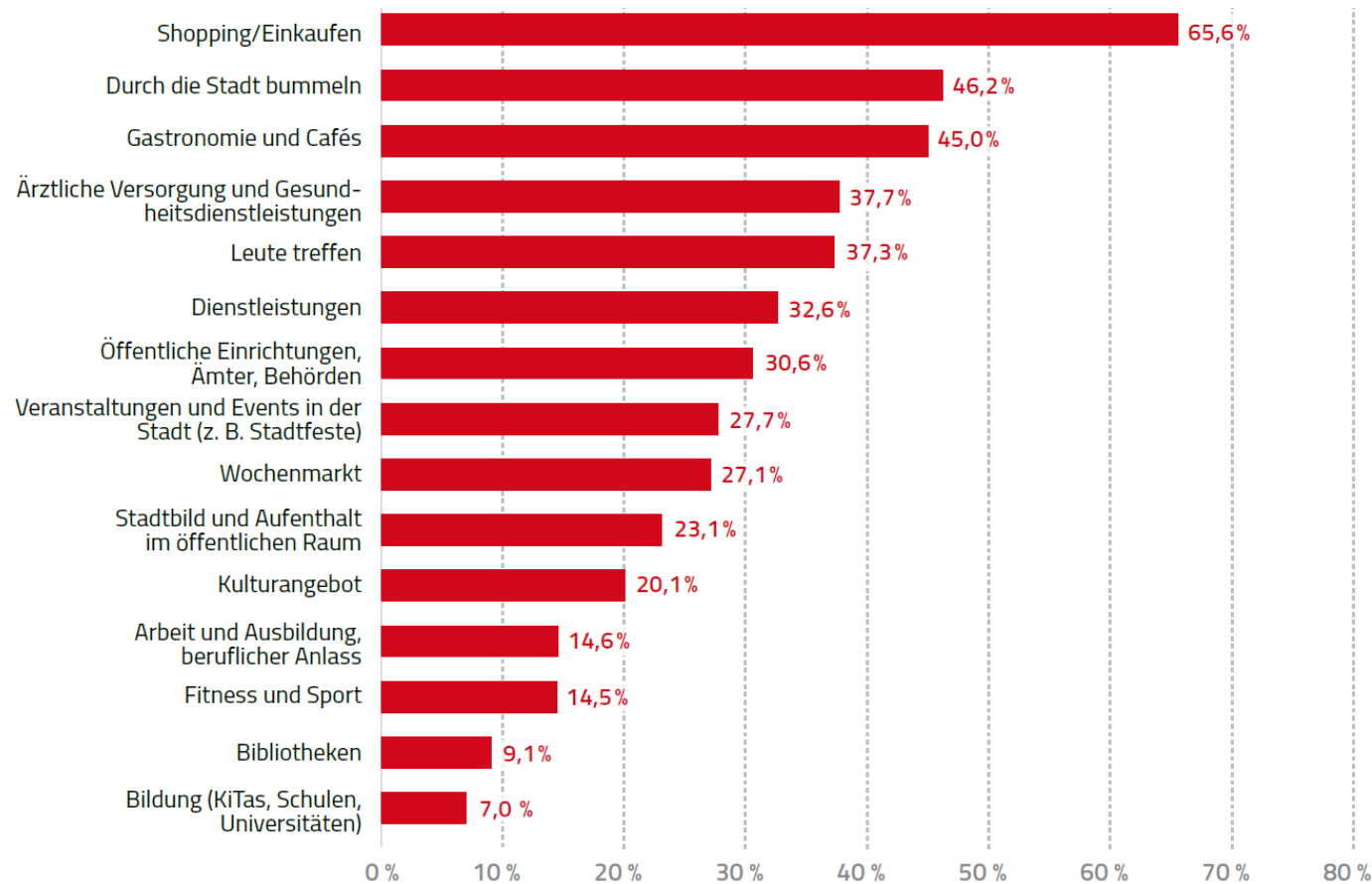
cima.



MAGNETFUNKTION DES HANDELS BESTÄTIGT – AUFENTHALT UND BEGEGNUNG GEWINNEN AN GEWICHT

Zu welchen Zwecken suchen Sie die von Ihnen am häufigsten besuchte Innenstadt i.d.R. auf?

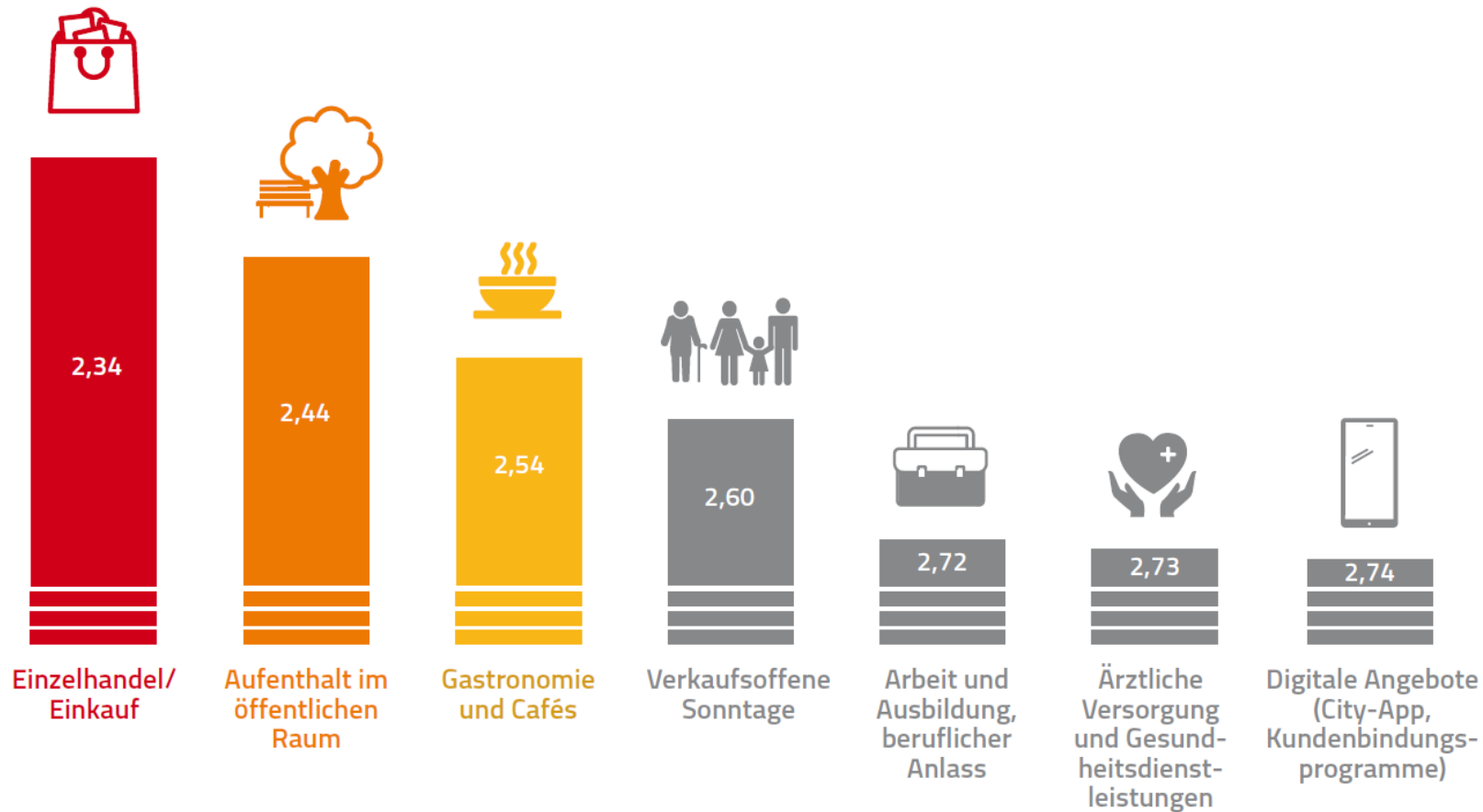
- Mehrfachnennung möglich



DIE SIEBEN WICHTIGSTEN ATTRAKTIVITÄTSFAKTOREN DER INNENSTADT

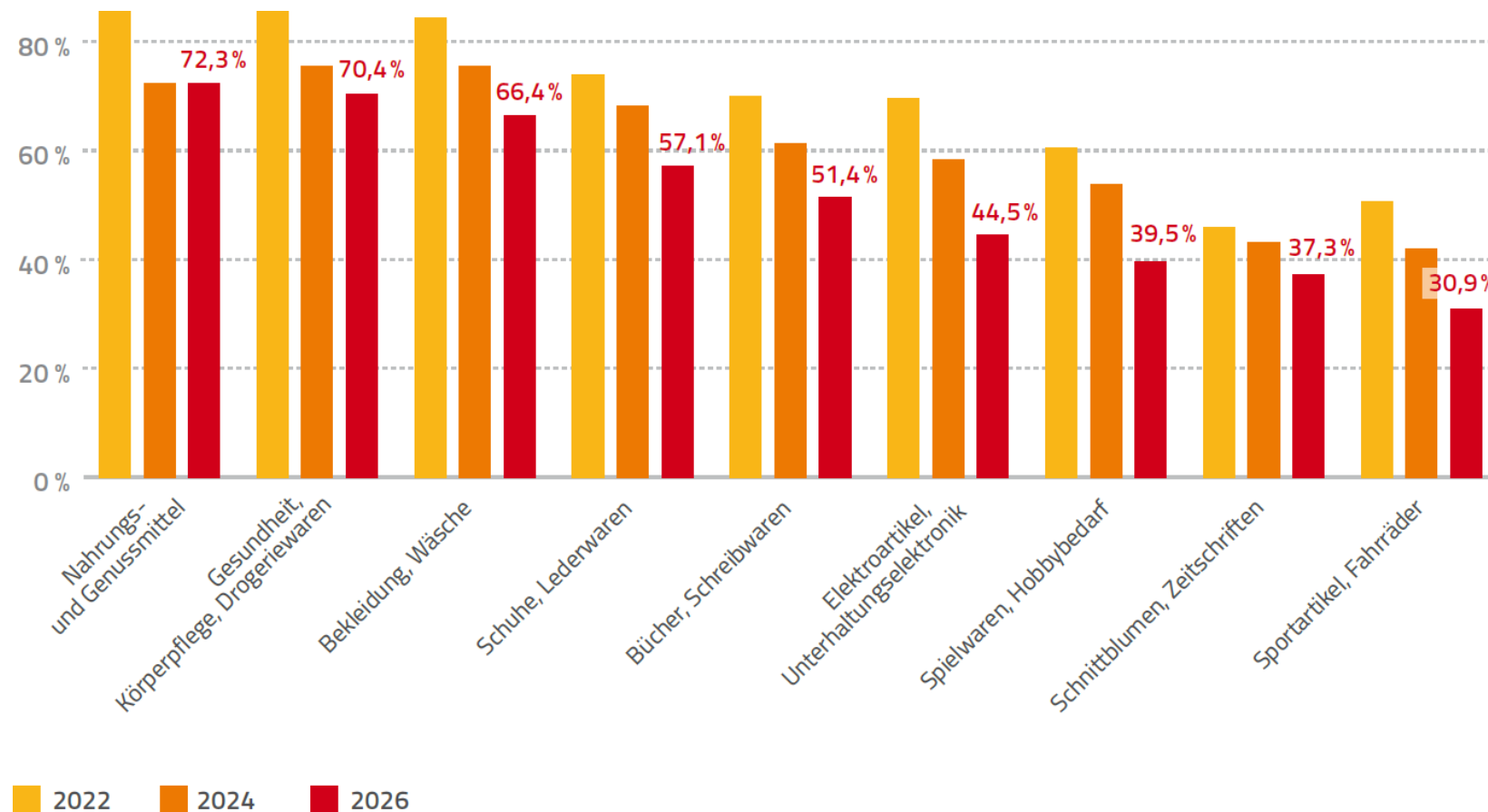
Was zeichnet in Ihren Augen eine attraktive Innenstadt aus?

Durchschnittlicher Rang auf einer Skala von 1 bis 5: Je näher an Rang 1, desto wichtiger der Aspekt.



FREQUENZANKER DER INNENSTADT – LEBENSMITTEL STABIL, LEICHTE VERLUSTE BEI DROGERIE UND FASHION

Welche Warengruppen müssen Ihnen attraktive Innenstädte konkret bieten?

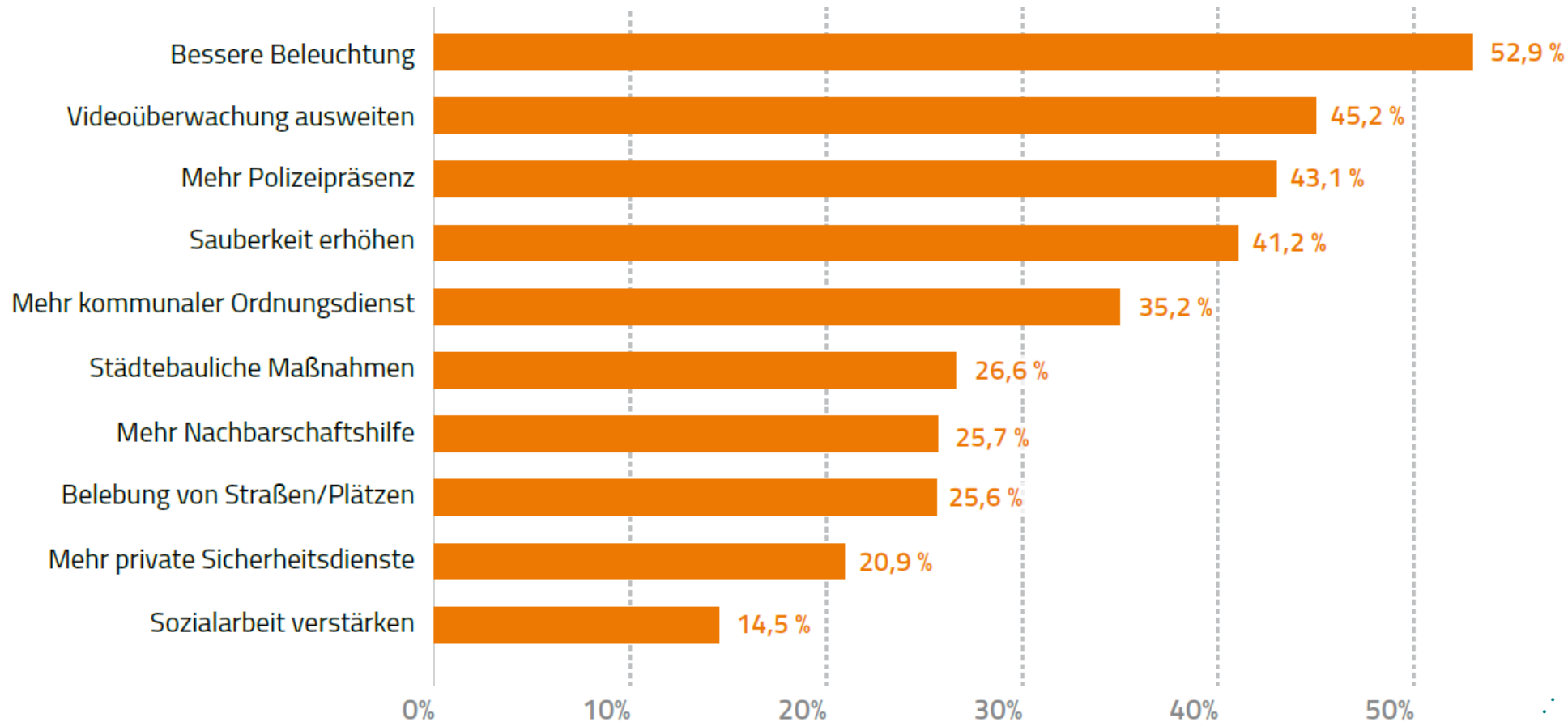


• Quelle: cima.monitor 2022 (n = 2.312–2.333), 2024 (n = 4.892–4.918) und 2026 (n = 4.927–4.996);
• zusammengefasste Antworten „eher wichtig“/„sehr wichtig“
• CIMA Beratung + Management GmbH

INFRASTRUKTUR VOR ORDNUNGSPOLITIK: BELEUCHTUNG SICHERT

Welche Maßnahmen würden ihr Sicherheitsempfinden verbessern?

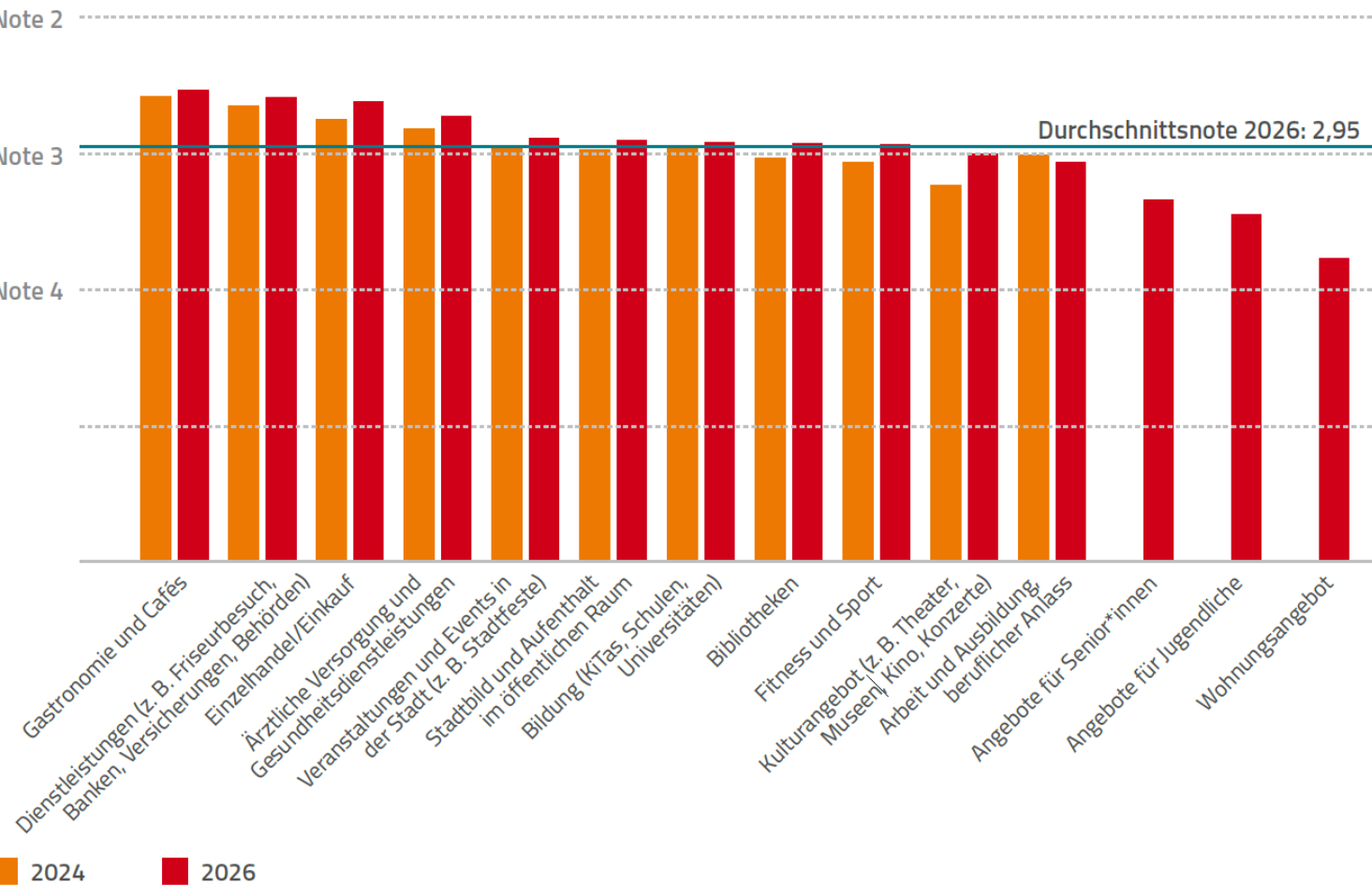
Mehrfachnennung möglich



DIE INNENSTADT PUNKTET BEI WAREN UND DIENSTLEISTUNGEN – WOHNEN MIT NACHHOLBEDARF

Wie bewerten Sie das Angebot in den folgenden Bereichen Ihrer Innenstadt?

Schulnoten 2024 und 2026 im Vergleich



• Quelle: cima.monitor 2024 (n = 4.334–5.043) und 2026 (n = 4.416–4.960);
• 2026 erstmals abgefragt: Angebote für Senior*innen, Angebote für Jugendliche, Wohnungsangebot
• CIMA Beratung + Management GmbH

DIE LIEBLINGS-INNENSTADT DER DEUTSCHEN DRESDEN „TRENDET“, HEIDELBERG KLETTERT

Top 10 der attraktivsten Innenstädte Deutschlands

2026 im Vergleich zu 2024

1.	München	→	14,0%
2.	Hamburg	↓	12,3%
3.	Berlin	→	11,0%
4.	Köln	→	7,1%
5.	Dresden	↑	4,2%
6.	Frankfurt	→	3,9%
7.	Düsseldorf	↓	3,6%
8.	Leipzig	→	2,9%
9.	Heidelberg	↑	2,4%
10.	Stuttgart	↓	2,1%

Bei der Gruppe der bis
30-jährigen

ist Berlin mit 38,8% klar vorne

Hamburg auf Platz 2 mit 26,7%

München liegt bei 18,1% auf Platz 3

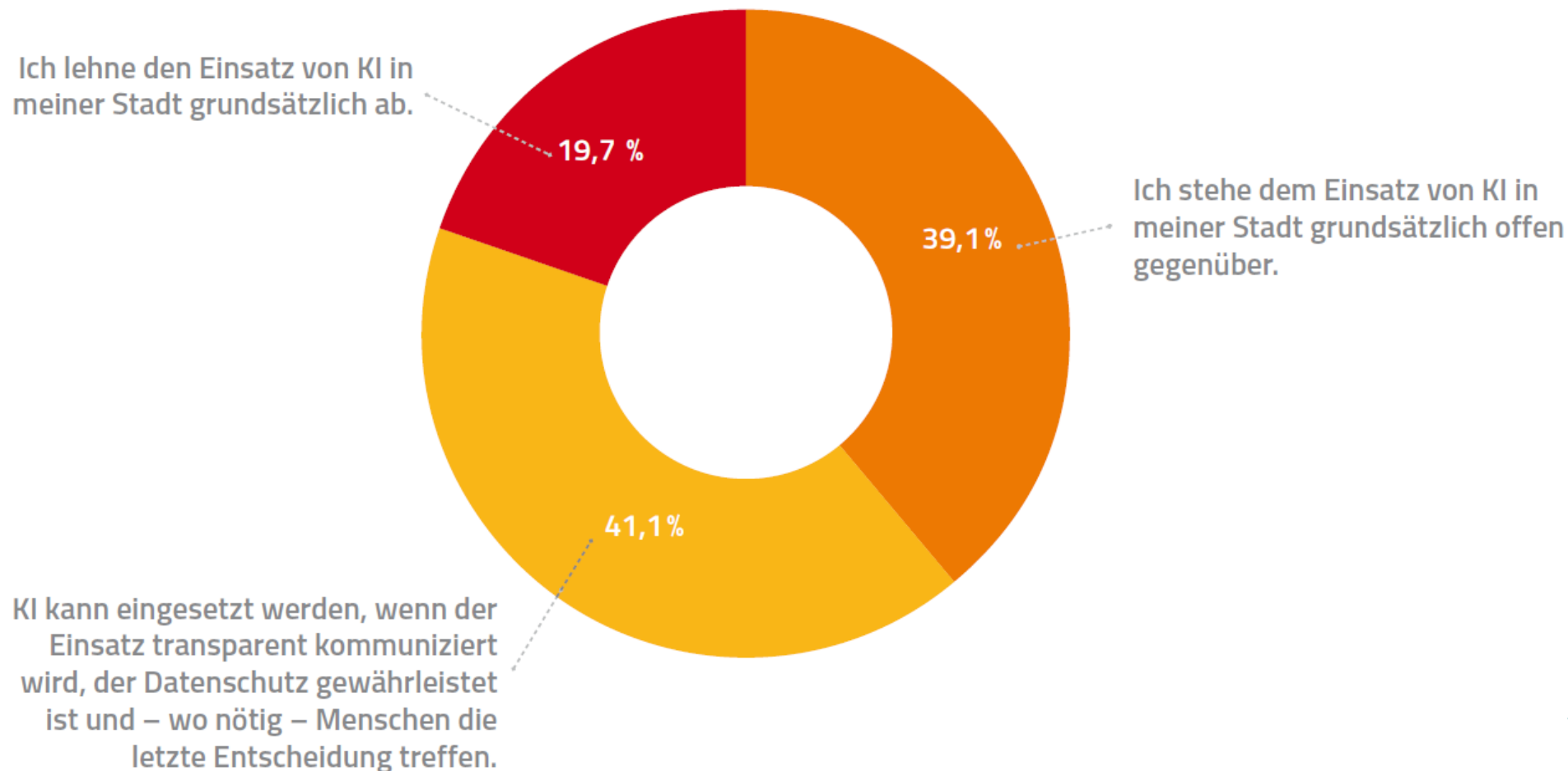
Innenstadtbesuch vorbereiten

INFORMATION,
PLANUNG + WERKZEUGE



KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IN DER CITY: NUR JEDE*R FÜNFTE IST GRUNDSÄTZLICH DAGEGEN

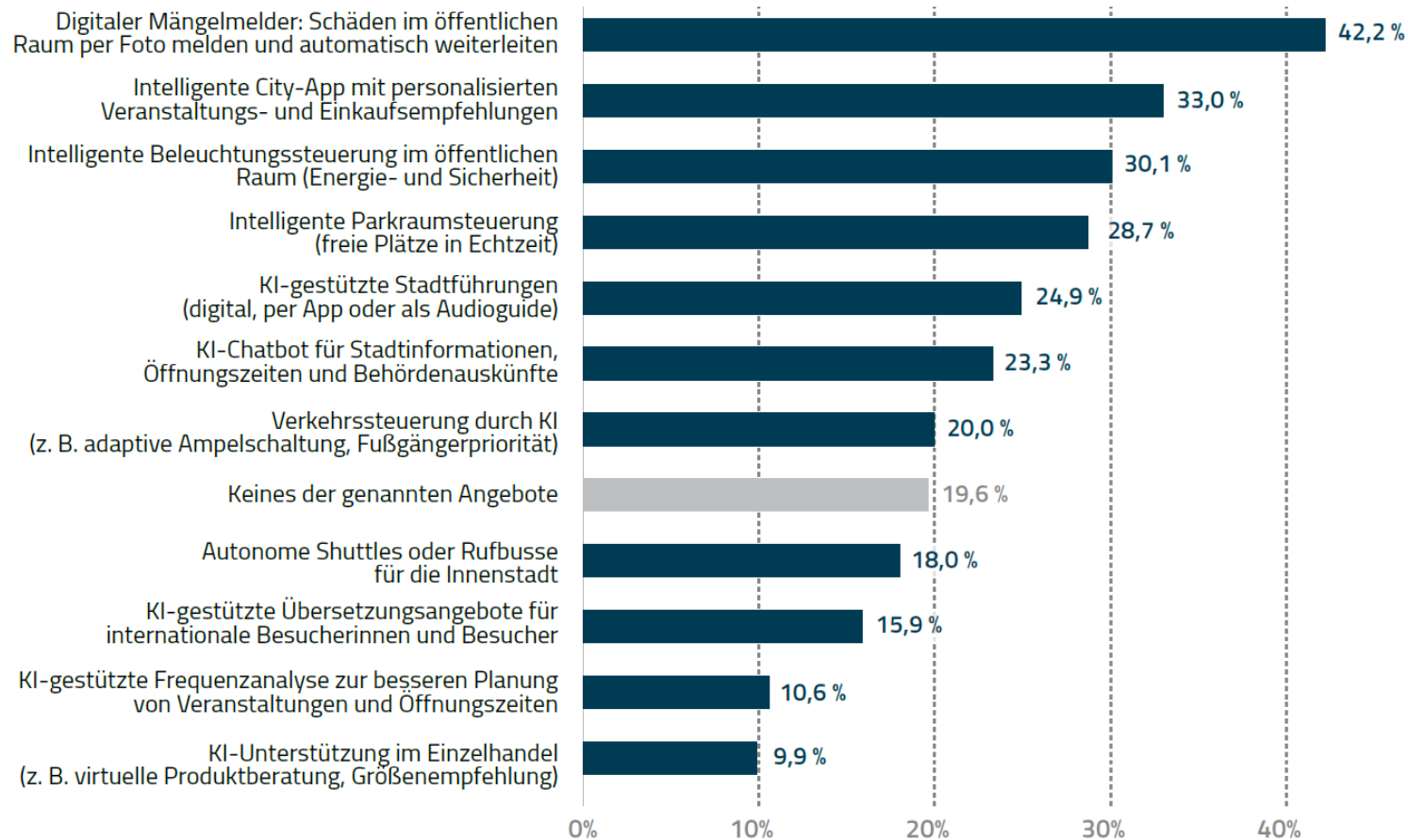
Einstellungen zum KI-Einsatz in der Innenstadt



DIE MENSCHEN LEHNEN KI NICHT AB – SIE WOLLEN, DASS SIE KONKRETE PROBLEME LÖST

Denkbare KI-Anwendungen in der Innenstadt

Mehrfachnennung möglich



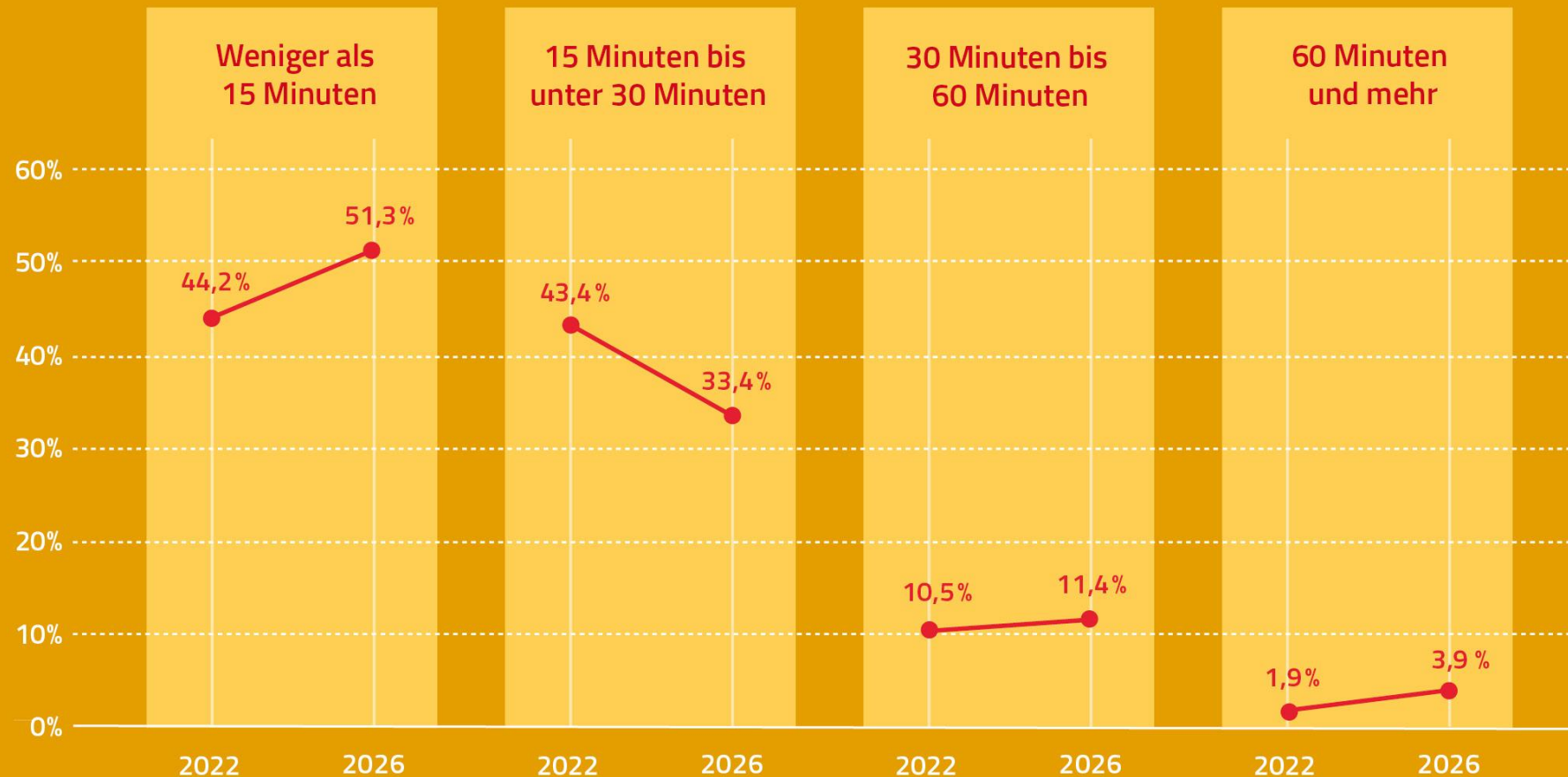
Innenstadt erreichen

MOBILITÄT, VERKEHRSMITTEL + DAUER



DIE 15-MINUTEN-STADT NIMMT NUN WIRKLICH GESTALT AN

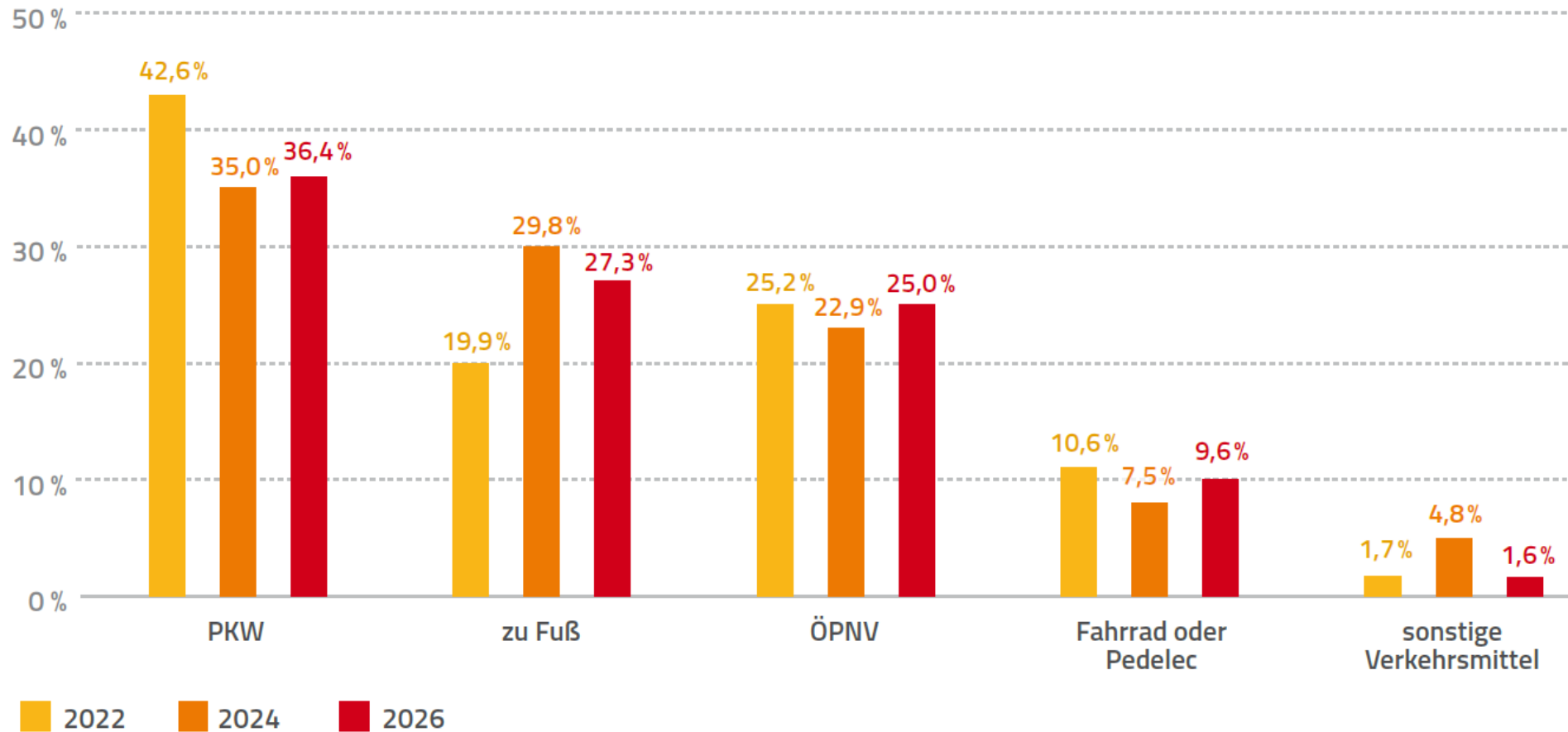
Wie lange benötigen Sie in der Regel, um Ihre Innenstadt zu erreichen?



Quelle: cima.monitor 2022 (n = 2.353)
und 2026 (n = 5.079)
CIMA Beratung + Management GmbH

NAHMOBILITÄT STAGNIERT – DAS AUTO BLEIBT NUMMER EINS

Welches ist Ihr Hauptverkehrsmittel zum Erreichen Ihrer Innenstadt?

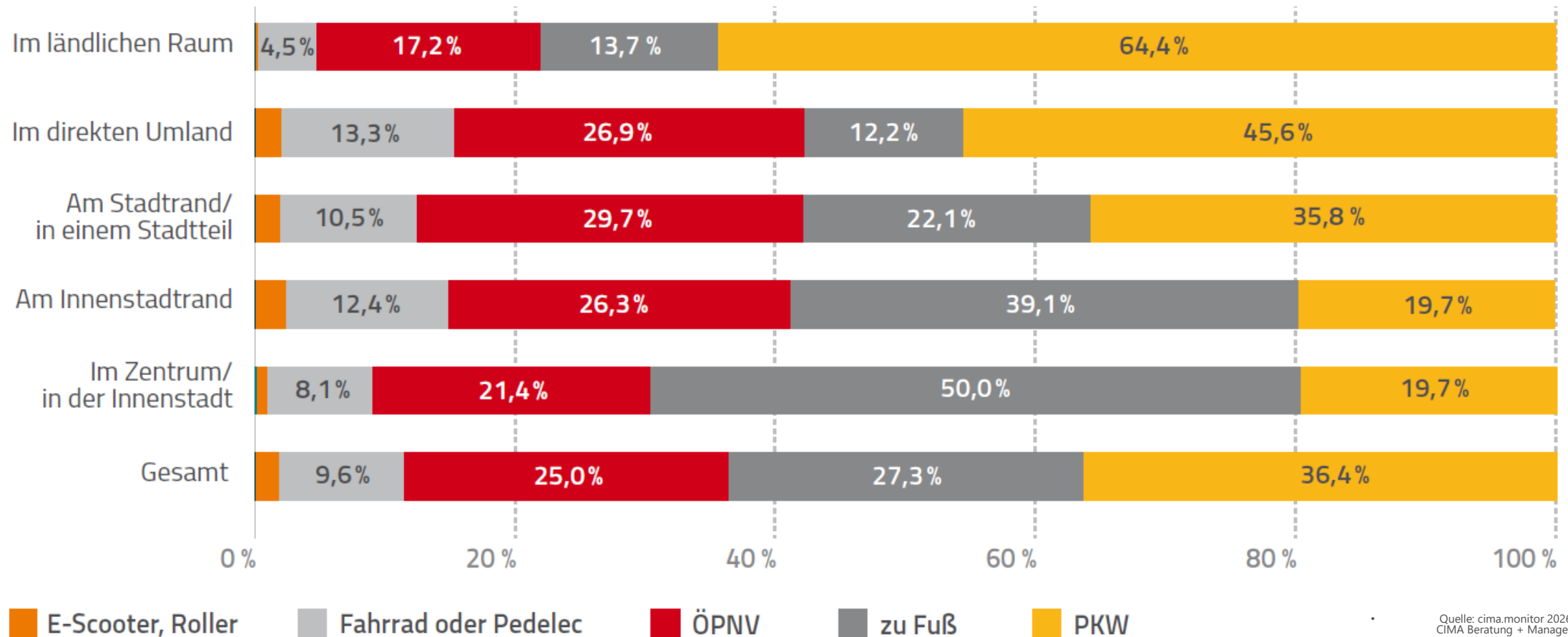


Quelle: cima.monitor 2022 (n = 2.339),
2024 (n = 4.621) und 2026 (n = 5.076)
CIMA Beratung + Management GmbH

JE GRÖßER DIE DISTANZ ZUR CITY, DESTO MEHR STEIGEN INS AUTO

Welches ist Ihr Hauptverkehrsmittel zum Erreichen Ihrer Innenstadt?

In Prozent nach Wohnort



Quelle: cima.monitor 2026 (n = 5.076)
CIMA Beratung + Management GmbH

Innenstadt erleben

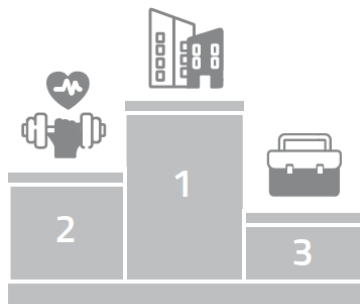
BESUCHSMOTIVE, SICHERHEIT +
AUFENTHALTSQUALITÄT

cima.



WAS INNENSTÄDTE AUSMACHT – SIE MÜSSEN JEDER ALTERSGRUPPE GERECHT WERDEN

Top 5 Attraktivitätsfaktoren nach Alter der Befragten



4. Bibliotheken
5. Verkaufsoffene Sonntage

16 bis 19 Jahre



4. Verkaufsoffene Sonntage
5. Hotels

20 bis 29 Jahre



4. Digitale Angebote
5. Gastronomie

30 bis 39 Jahre



4. Gastronomie
5. Bildungsangebote

40 bis 49 Jahre



4. Ärztliche Versorgung
5. Arbeit/Ausbildung

50 bis 64 Jahre



4. Ärztliche Versorgung
5. Gastronomie

65 Jahre und älter

 Einzelhandel/
Einkauf

 Arbeit und Ausbildung,
beruflicher Anlass

 Gastronomie
und Cafés

 Öffentliche
Einrichtungen

 Aufenthalt im
öffentlichen Raum

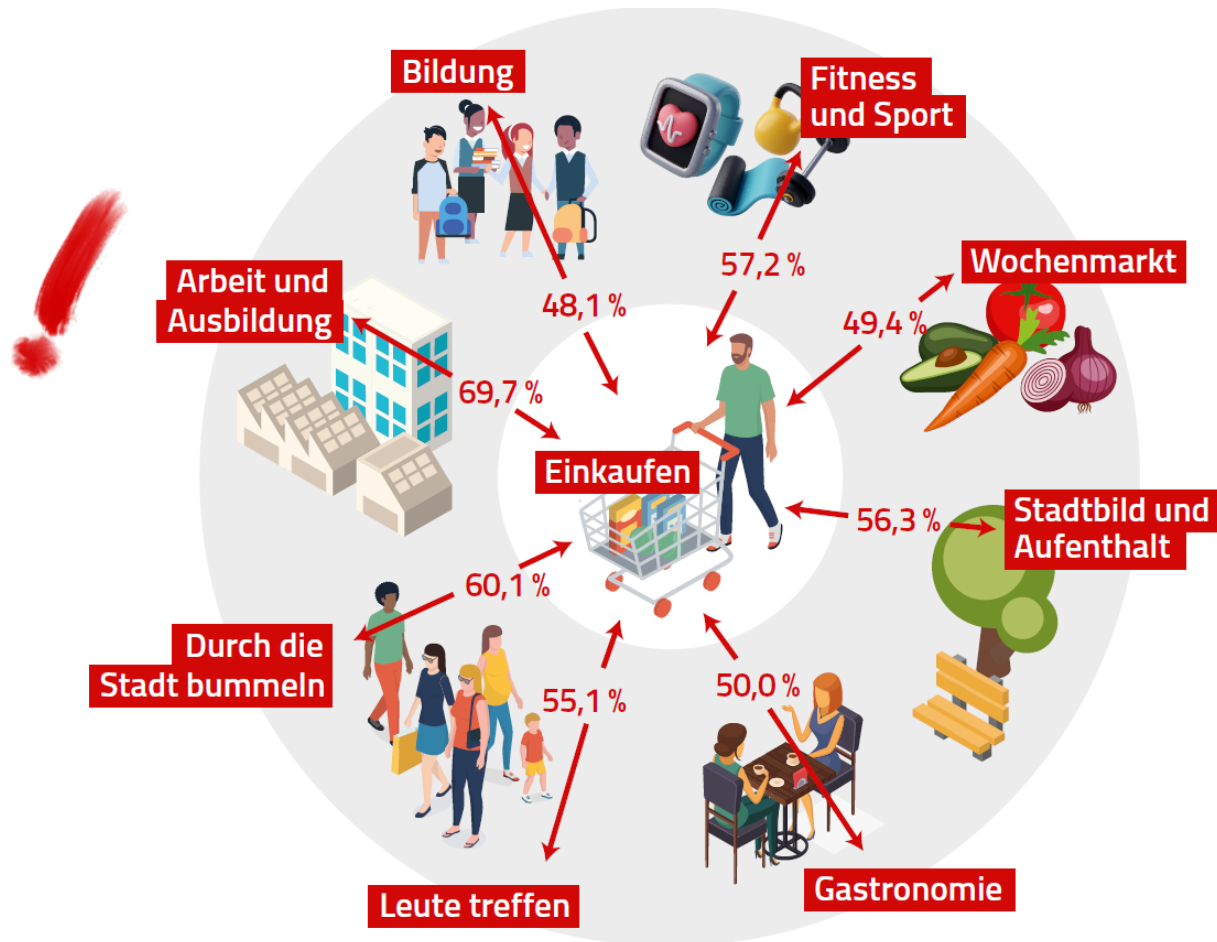
 Digitale Angebote (City-App,
Kundenbindungsprogramme)

 Verkaufsoffene
Sonntage

 Fitness und
Sportmöglichkeit

KOPPLUNGSEFFEKTE: HANDEL BLEIBT HERZSTÜCK – AUFENTHALT, GYMS, BEGEGNUNG GEWINNEN AN GEWICHT

Welche dieser Besuchsgründe verbinden Sie mit Einkäufen in der Innenstadt und wie oft?

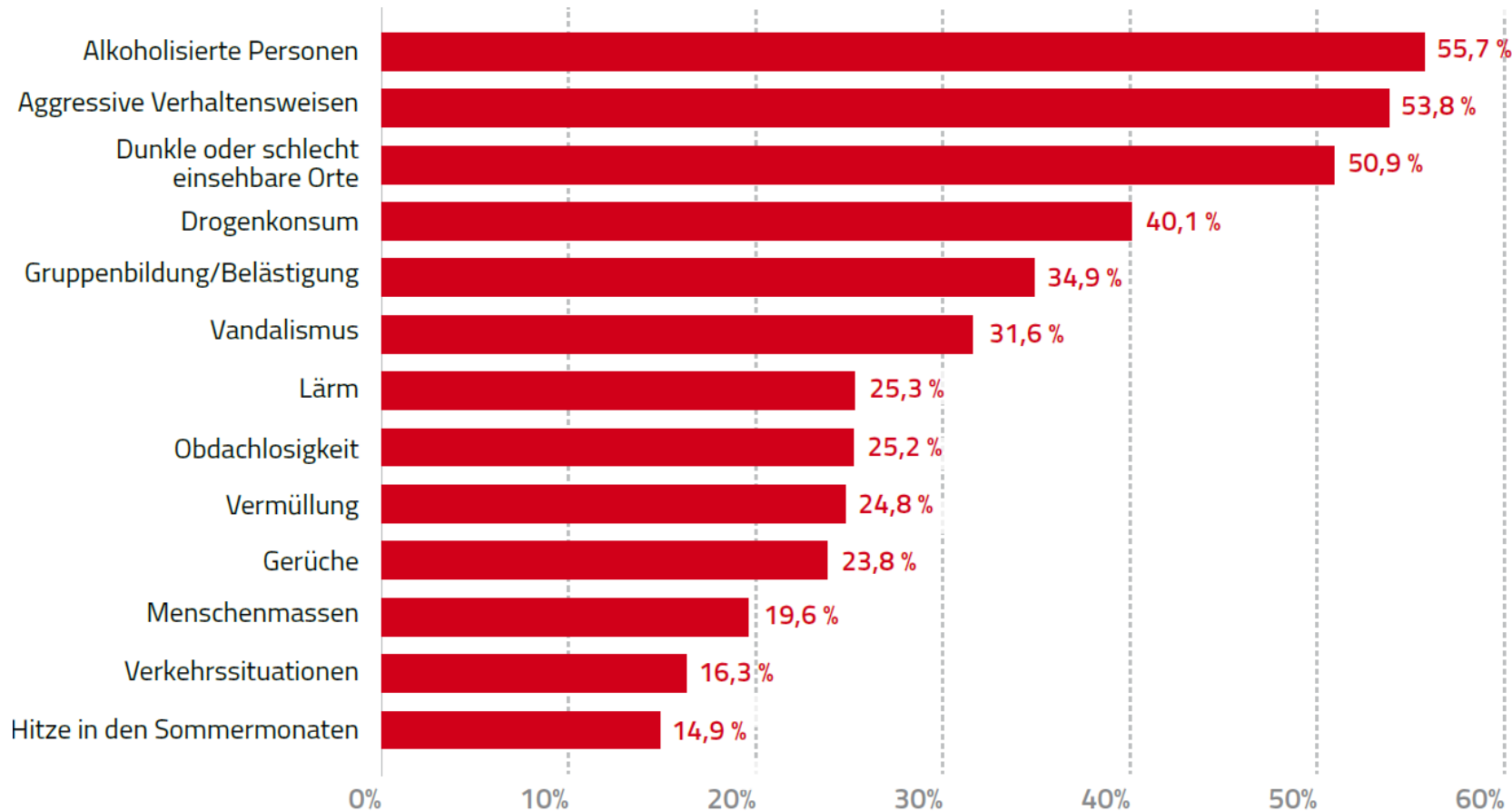


Quelle: cima.monitor 2026 (n = 220–1.726);
Mehrfachnennung möglich,
zusammengefasste Antwort „häufig“ bzw.
„immer“
CIMA Beratung + Management GmbH

ZU VIEL PROMILLE – NICHT NUR EIN BAHNHOFSPROBLEM

Faktoren für Unwohlsein in der Innenstadt

Mehrfachnennung möglich



Innenstadt- bindung

LOYALITÄT,
BEWERTUNG + ABSICHTEN

cima.



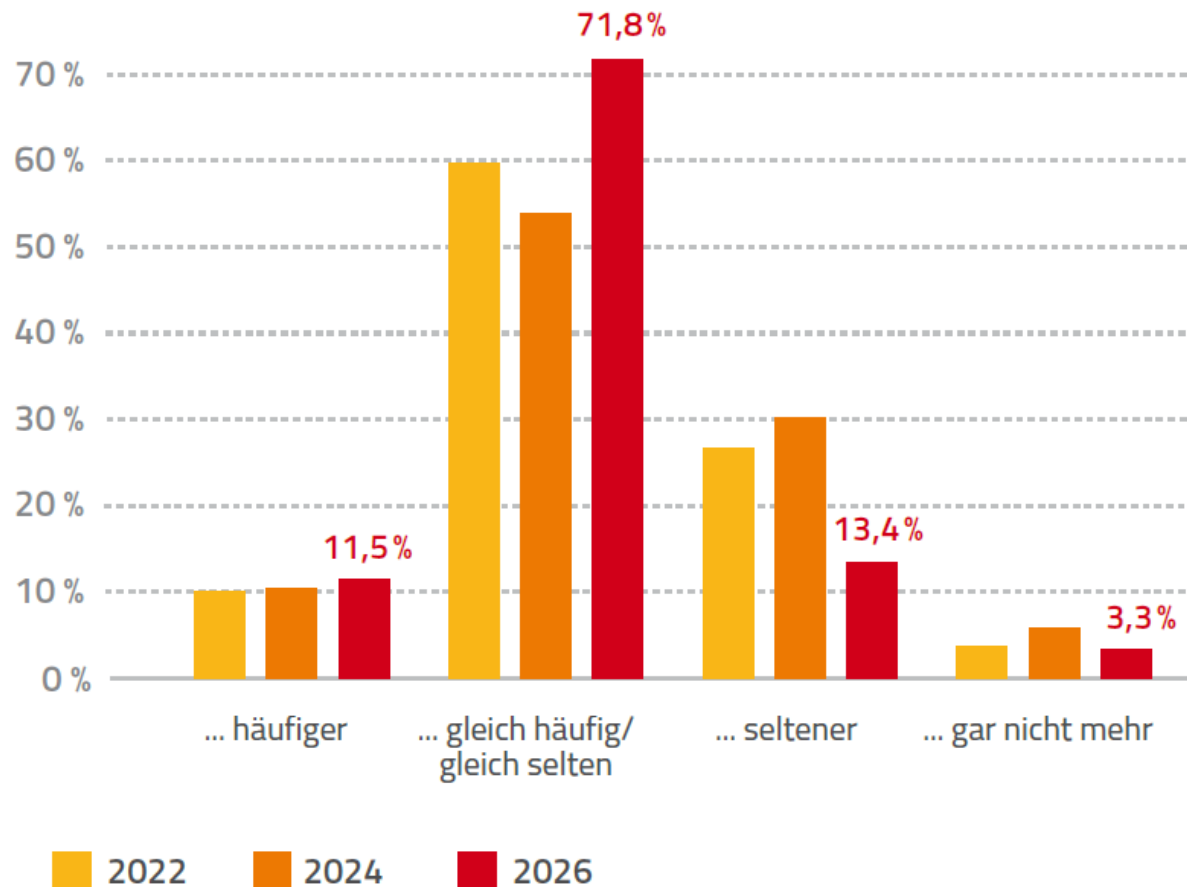
Illustration: iStock/eLenab

Illustration: iStock/Reenya

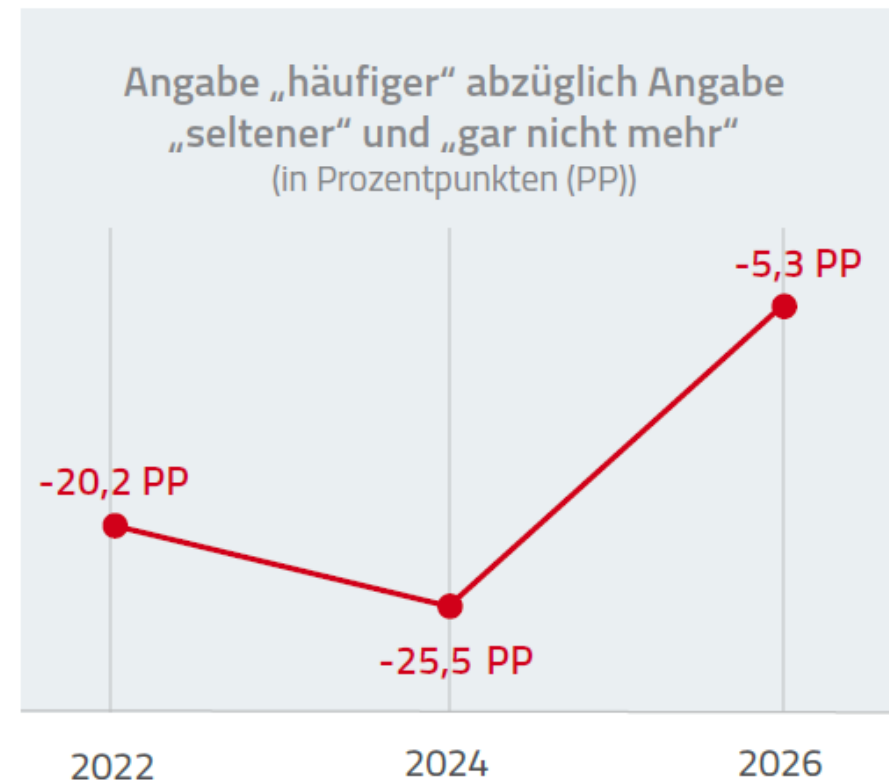
Illustration: iStock/eLenab

DIE BINDUNG AN DIE INNENSTADT WÄCHST WIEDER

Ich besuche die Innenstadt zukünftig ...



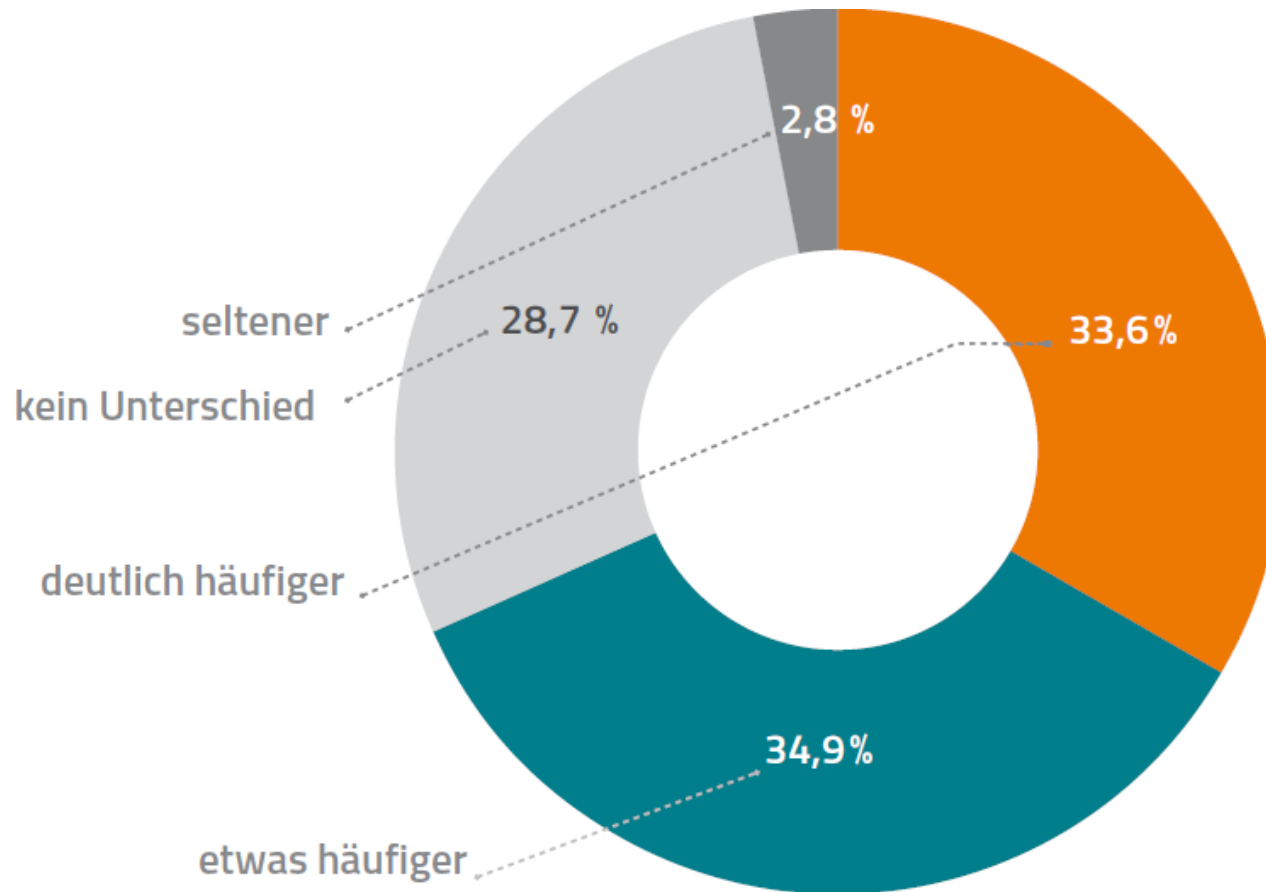
Besuchernettoverlustrisiko



• cima.monitor 2022 (n = 2.354), 2024 (n = 4.886) und 2026 (n = 4.882)
• CIMA Beratung + Management GmbH

INSTRUMENT MIT HOHER AKTIVIERUNGSWIRKUNG: POSITIVER EINFLUSS AUF DIE BESUCHSFREQUENZ

Hat die Nutzung eines City-Gutscheins Einfluss darauf, wie häufig Sie die Innenstadt besuchen? Ich komme ...



Handlungsbedarfe + Ausblick

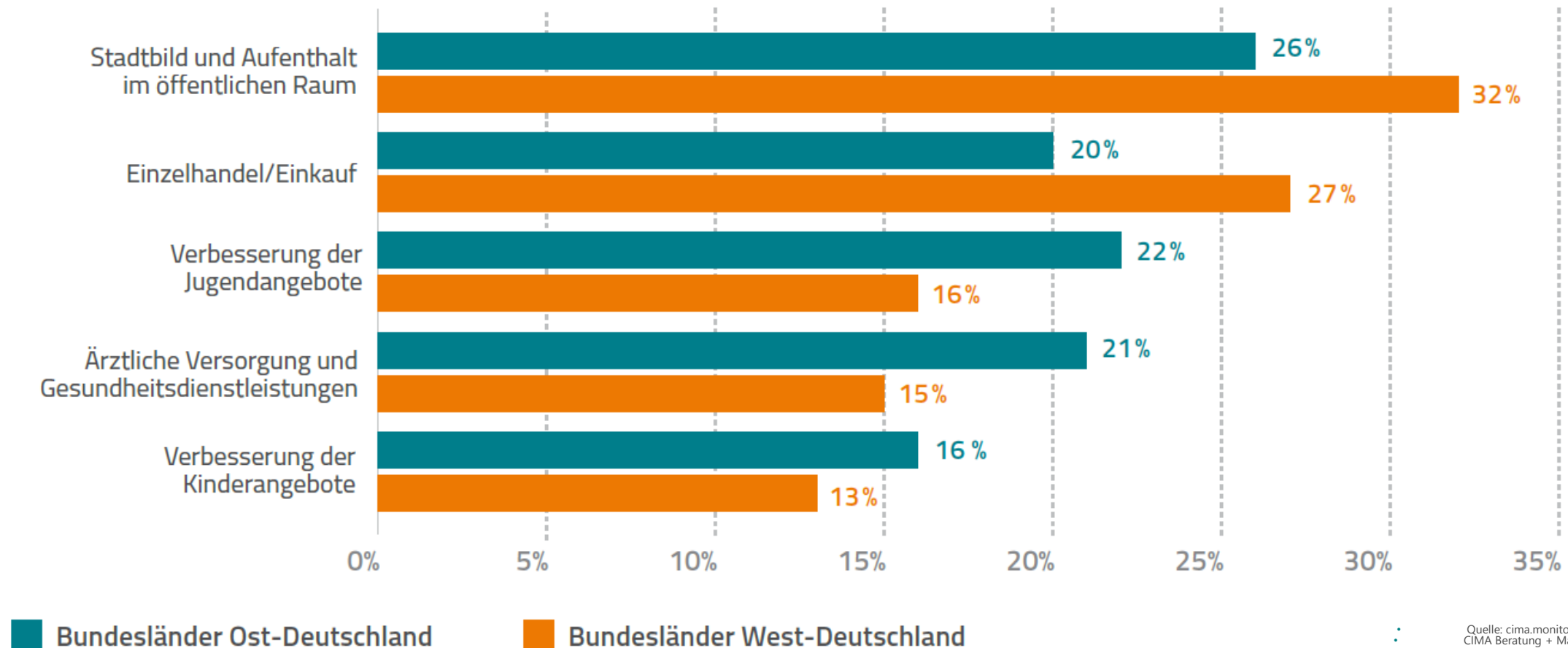
cima.



INFRASTRUKTURELLE UND ATMOSPHERISCHE MÄNGEL DOMINIEREN DEN HANDLUNGSBEDARF

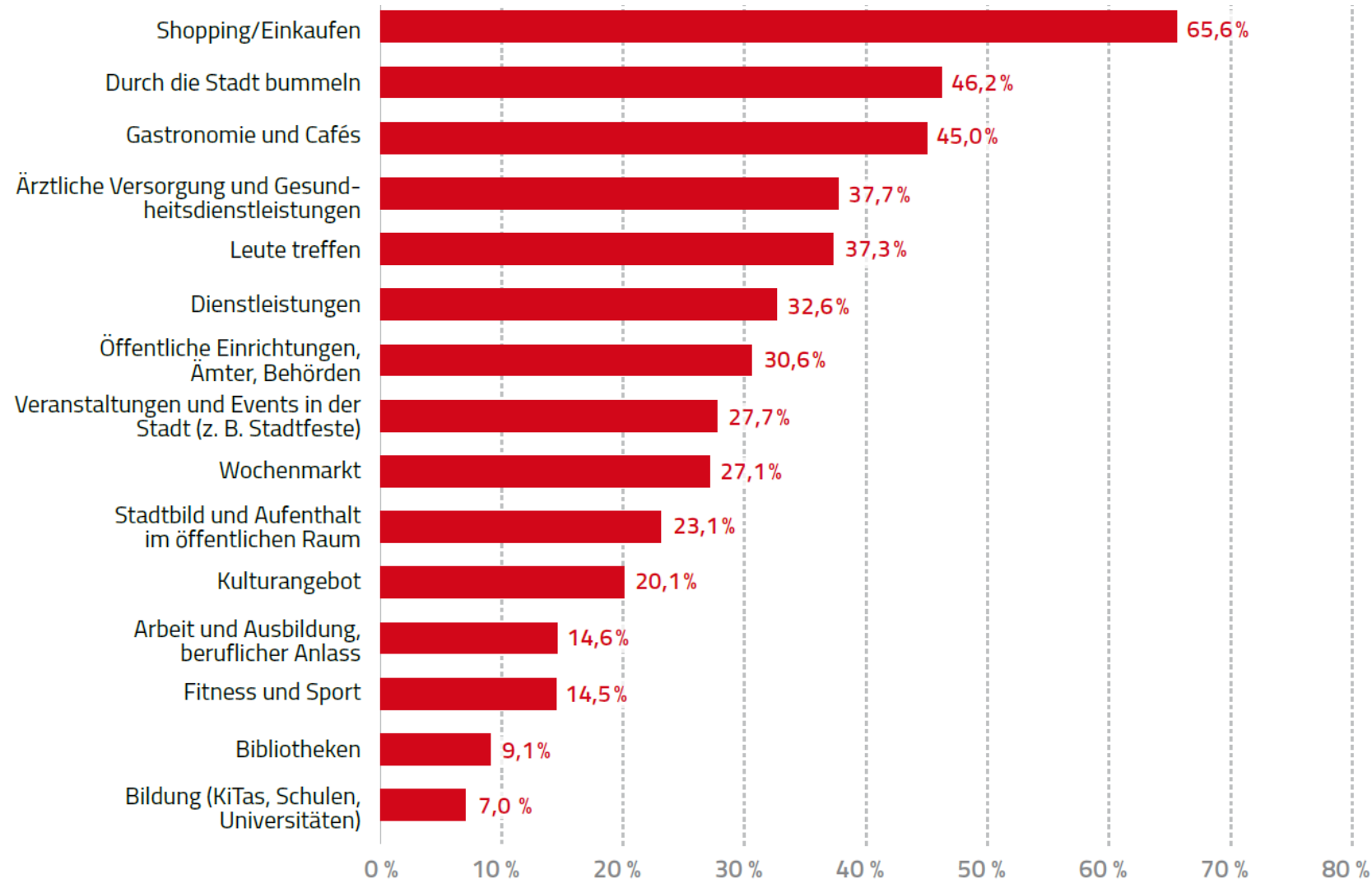
In welchen Themenfeldern sehen Sie die größten Handlungsbedarfe, um die Attraktivität Ihrer Innenstadt zu verbessern?

(Ausgewählte Antwortkategorien, Mehrfachnennung möglich, Angaben gerundet)



Einkauf mit Abstand wichtigster Besuchsanlass

Zu welchen Zwecken suchen Sie die von Ihnen am häufigsten besuchte Innenstadt i.d.R. auf? - Mehrfachnennung möglich



Ausgangssituation

Einzelhandel bleibt für attraktive Innenstädte unverzichtbar

⇒ Innenstädte und Einzelhandel können eine gute gemeinsame Zukunft haben

ABER: Das Engagement vor Ort darf nicht nachlassen – kein Ausruhen auf den verbesserten Werten der Studie

Die Menschen fühlen sich in den Innenstädten sicher, aber zunehmende Leerstände und Vandalismus belasten das Sicherheitsgefühl der Bürger.

78 Prozent der Menschen in deutschen Innenstädten fühlen sich sicher. Dabei ist der stationäre Einzelhandel mit einer Bewertung von über 90% der zentrale Sicherheits- und Stabilitätsanker.

=>**HDE-Forderung:**

Die Politik muss auf allen Ebenen endlich klare Maßnahmen ergreifen und Leerstände schneller füllen oder gar nicht erst entstehen lassen.

Quelle: HDE-Standort-Monitor 2026

(<https://einzelhandel.de/standort-monitor>)

Es braucht gezielte politische Anreize und Ansiedlungsmanager, um leerstehende Ladenlokale mit neuen Konzepten und Zwischennutzungen schnell wieder zu beleben.

⇒ **HDE-Forderungen:**

- zentrale Koordinierungsstellen für Handel, Gastronomie, Immobilienbesitzer und Kommunen
- Gründungsoffensive für den Innenstadthandel, um privaten Investoren und neuen Konzepten den Einstieg zu erleichtern

Bei Temperaturen über 30 Grad sinken die Kundenfrequenzen in den Innenstädten

=>HDE-Forderung:

Die Politik muss Gelder für mehr Grünflächen, Bäume, Schattensegel und offene Wasserflächen bereitstellen, um die Aufenthaltsqualität bei sommerlicher Hitze zu sichern

Gute Erreichbarkeit durch alle Verkehrsträger

Die optimale Erreichbarkeit der Innenstädte muss für alle Verkehrsteilnehmer und alle Verkehrsträger (Auto, ÖPNV, Rad, Fuß) gewährleistet sein.

=>HDE-Forderung:

Intelligente Verknüpfung aller Verkehrsmittel statt ideologischer Blockaden.

Kommunale Finanzkraft stärken – Attraktivität der öffentlichen Räume erhöhen

In etlichen Innenstädten gibt es großen der Revitalisierungs- und Umbaubedarf

=>HDE-Forderungen:

- Neuordnung der Kommunalfinanzen
- Umfassende städtebauliche Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität