



YouGov®



HDE
Handelsverband
Deutschland

STANDORTMONITOR 2024

Einkaufen in Klein- und Mittelstädten



ZUSAMMENFASSUNG AUF EINEN BLICK

Die Mittelstadt ergänzt die praktischen Vorteile der Kleinstadt um emotionale und erlebnisorientierte Aspekte

KLEINSTADT



Art der Gebrauchsgüter-Einkäufe:

- › Versorgungseinkäufe
- › Ersatzeinkäufe
- › Einkauf von saisonbedingten Ereignissen

Einkaufsgrund:

- › Nähe zum Wohnort

Treiber für den Einkauf:

- › Kurze Fußwege
- › Übersichtlichkeit
- › Leichte Erreichbarkeit
- › (Trotzdem) vielfältiges Angebot



MITTELSTADT



Art der Gebrauchsgüter-Einkäufe:

- › Selbstverwöhnung
- › Einkaufsbummel & Inspiration
- › Spontaneinkauf im Rahmen eines anderen Anlasses

Einkaufsgrund:

- › Attraktivität

Treiber für den Einkauf:

- › Vielfältig(er)es Angebot
- › Vielseitige Gastronomie

Kleinstädte können das etwas schlechter wahrgenommene Angebot an Geschäften, Gastronomie und Dienstleistungen im Vergleich zu Mittelstädten durch die Nähe zum Wohnort, kurze Wege & angenehme Atmosphäre überraschend gut kompensieren.

Auch die Versorgung durch Gebrauchsgüter aller Art ist in Kleinstädten annähernd so gut wie in Mittel- und Großstädten.

Die Lebensverhältnisse sind also gleichwertiger als erwartet, so dass die Kleinstadt aufgrund ihres Standortvorteils v. a. im ländlichen Raum sowie dem grundsätzlichen Bedürfnis der Menschen nach „Stadtleben“ durchaus einer positiven Zukunft entgegen sehen kann.

STUDIENDESIGN

METHODE Face-to-Face, CAPI 	FRAGENBOGEN Interviewlänge ca. 5 Minuten 	STICHPROBE n= 1.204 
ZIELGRUPPE Junge Innenstadtbesucher im Alter ab 18 Jahren 	MARKT Deutschland 	

DEFINITION FÜR KLEIN-, MITTEL- UND GROßSTÄDTE

Quote auf Stadtgröße zur Erreichung einer Mindest-Fallzahl pro Stadtgröße

Innenstadt einer Kleinstadt (bis zu 20.000 Einwohner) 	Kleinstadt	n=388 Befragte
Innenstadt einer Mittelstadt (20.000–100.000 Einwohner) 	Mittelstadt	n=416 Befragte
Innenstadt einer kleinen Großstadt (>100.000–500.000 Einwohner) Innenstadt einer (größeren) Großstadt (>500.000 Einwohner) 	Großstadt	n=481 Befragte

SOZIODEMOGRAFIE

GESCHLECHT

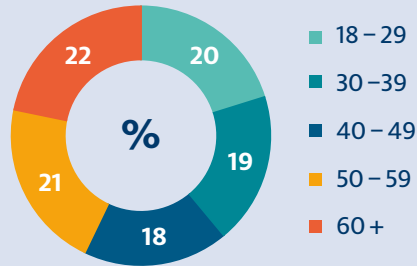


50%
Männer



50%
Frauen

ALTER IN JAHREN



REGION



■ Nord: 17%
■ West: 37%
■ Ost: 20%
■ Süd: 27%

HÄUFIGSTER EINKAUF

38%



Großstadt

32%



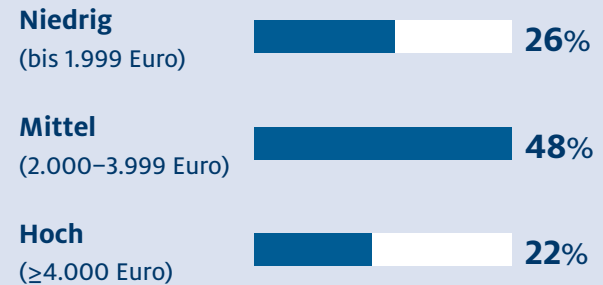
Mittelstadt

30%

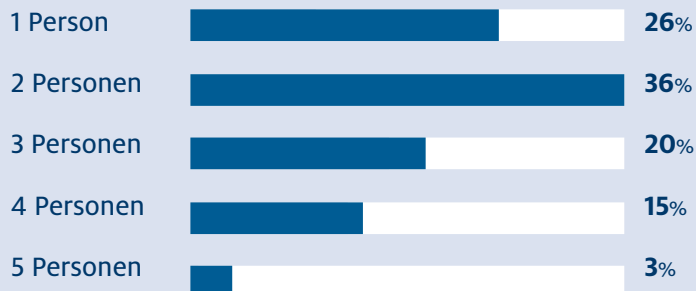


Kleinstadt

HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN



HAUSHALTSGRÖßE

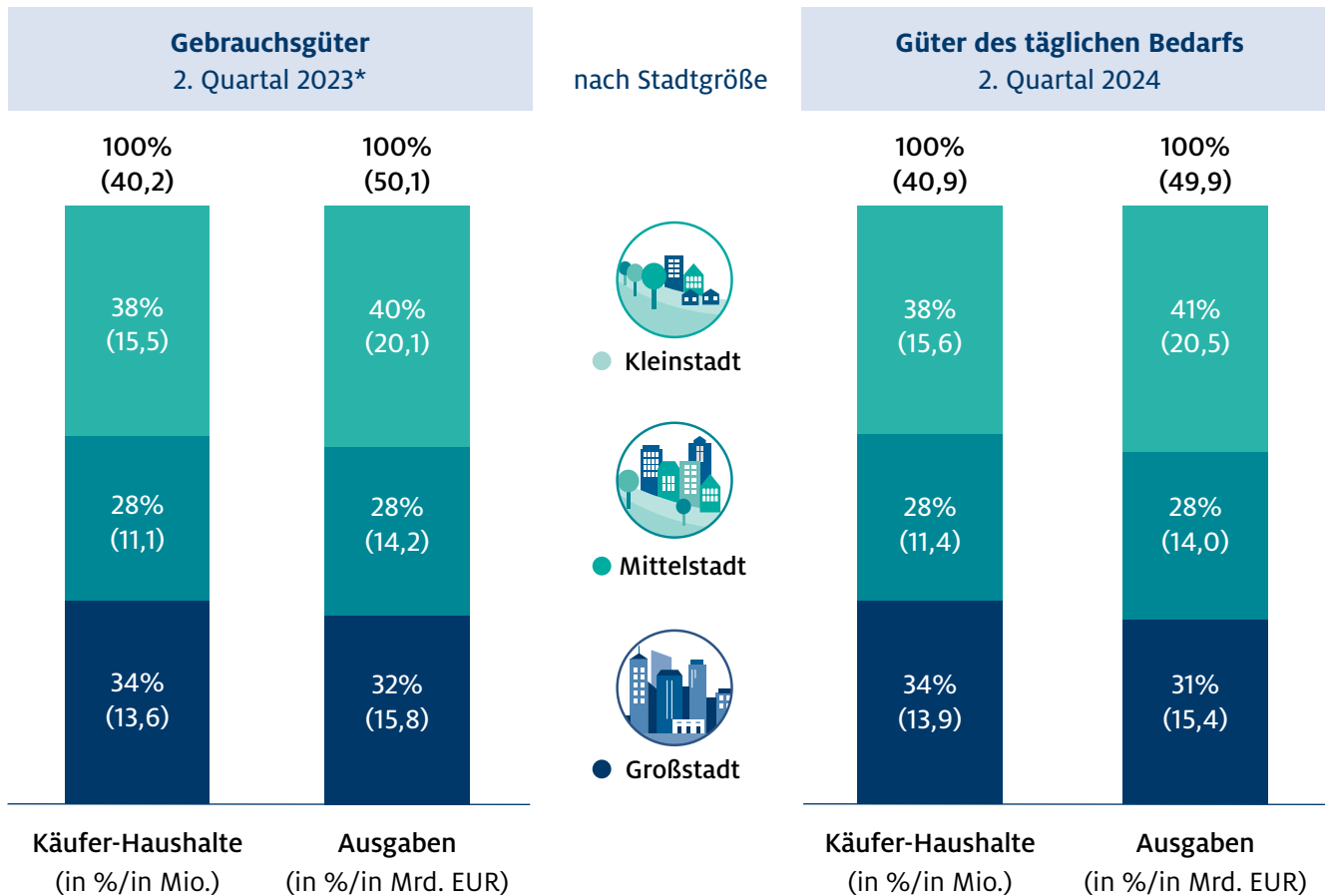


Kinder bis
14 Jahre im HH
27%



38% aller Haushalte wohnen in Kleinstädten und stehen für 40% aller Ausgaben im Nonfood-Markt & für 41% der Güter des täglichen Bedarfs

Anteile der Käufer:innen* und Ausgaben für Gebrauchsgüter und Güter des täglichen Bedarfs

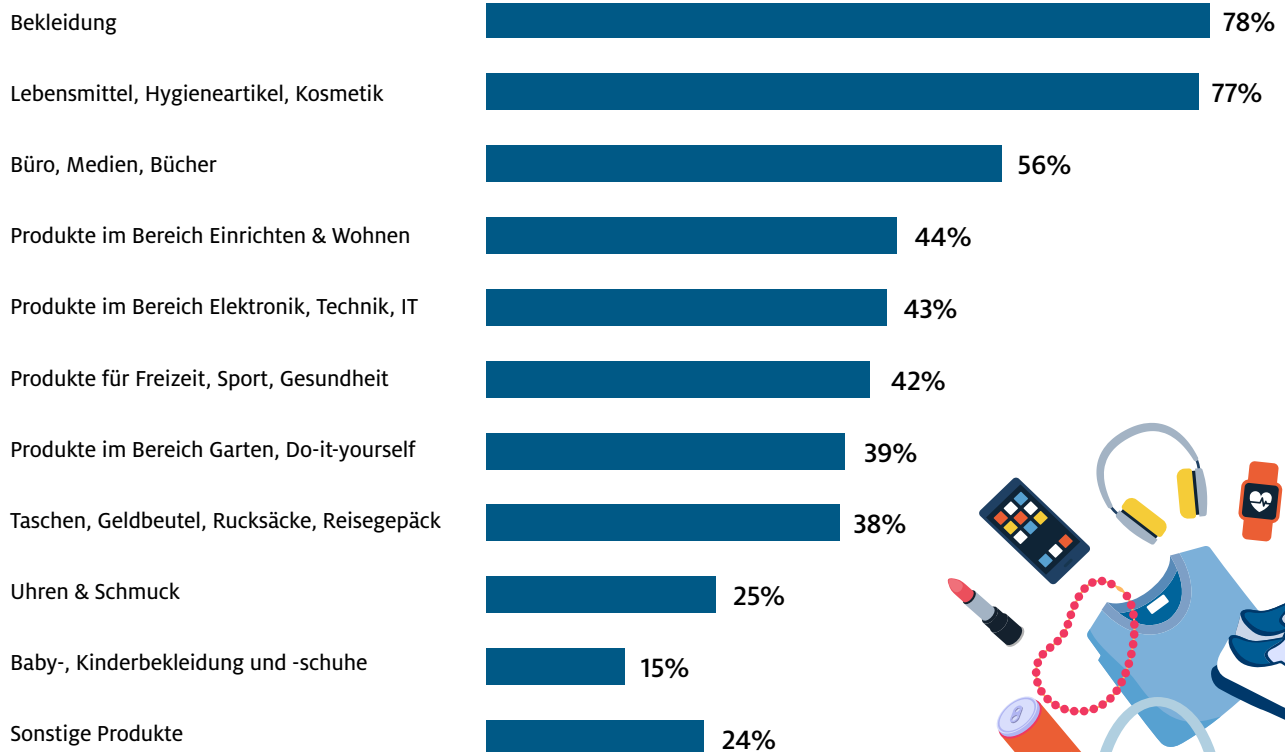


* ausschließlich Ausgaben der Käufer:innen aus Haushalten, die in KS, MS & GS wohnen

Quelle: CPS GfK Consumer Panel Nonfood & FMCG, *Q2 2024 noch nicht verfügbar
Consumer Panel Services GfK | YouGov | HDE Standortmonitor 2024

Bekleidung sowie Güter des täglichen Bedarfs (Lebensmittel/Hygieneartikel/Kosmetik) werden in der Innenstadt am häufigsten eingekauft

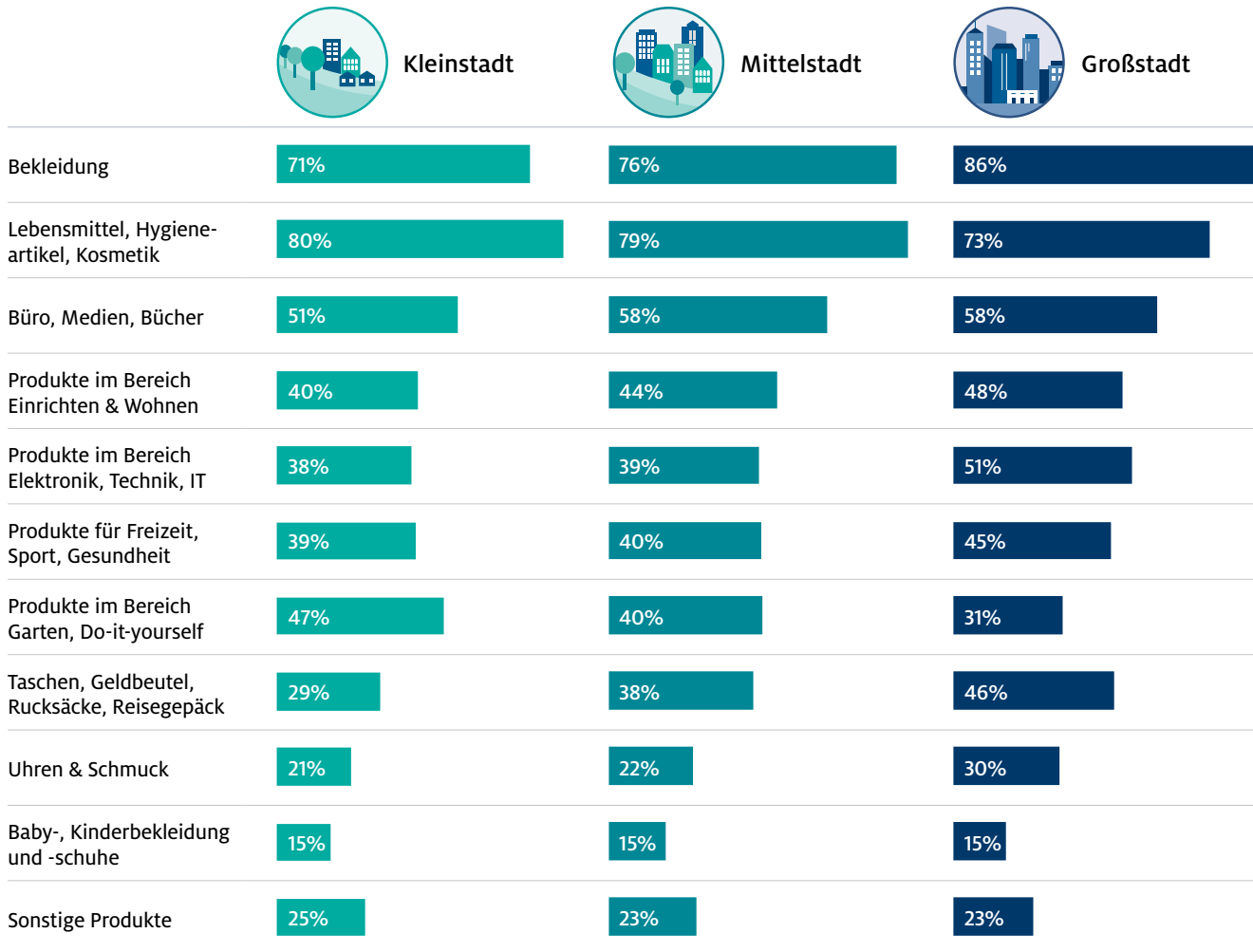
Warengruppen beim Einkauf in der Innenstadt



Art der Frage: Mehrfachnennung
Q11: Was kaufen Sie bei Ihren Besuchen in der Innenstadt ein? | Basis: 1.204 (KS, MS, GS)
Consumer Panel Services GfK | YouGov | HDE Standortmonitor 2024

Getrennt nach Stadtgrößen dominiert Bekleidung den Einkauf in der Großstadt, Güter des täglichen Bedarfs den in der Kleinstadt

Warengruppen beim Einkauf in der Innenstadt



Art der Frage: Mehrfachnennung

Q11: Was kaufen Sie bei Ihren Besuchen in der Innenstadt ein? | Basis Kleinstadt: 366; Mittelstadt: 385; Großstadt: 453

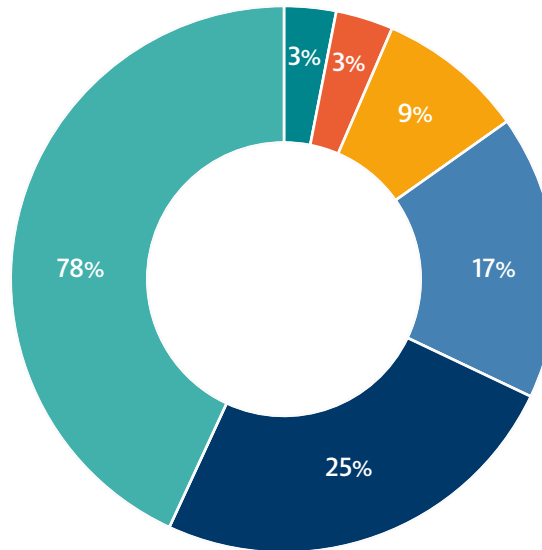
Consumer Panel Services GfK | YouGov | HDE Standortmonitor 2024

Gebrauchsgüter werden von knapp der Hälfte der Befragten mindestens 1x pro Monat in der Innenstadt eingekauft

Häufigkeit des Einkaufs von Gebrauchsgütern



- Mind. 1x im Monat
- Ca. alle 2 Monate
- Ca. alle 3 Monate/1x im Quartal
- Ca. alle 4–6 Monate
- Ca. alle 7–12 Monate
- Seltener als 1x jährlich



Definition Gebrauchsgüter:

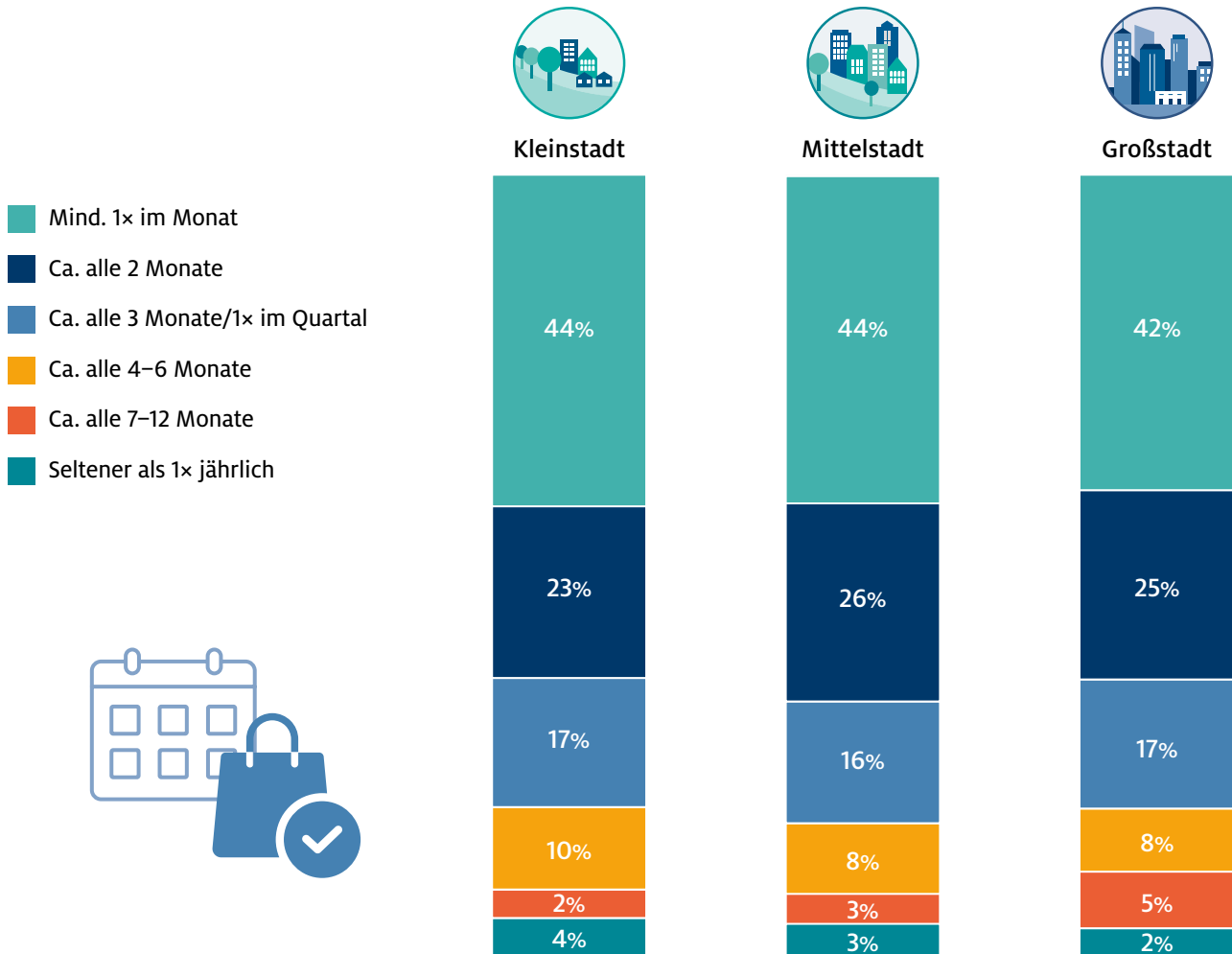
z.B. Büro/Papierwaren, Produkte aus den Bereichen Einrichten/Wohnen, Elektronik/Technik/IT, Freizeit/Sport/Gesundheit, Garten, Uhren/Schmuck, Taschen, Bekleidung, etc. (KEINE Güter des täglichen Bedarfs wie z. B. Lebensmittel, Pflegeprodukte)

Art der Frage: Einfachnennung
Q13: Wie häufig kaufen Sie diese in der Innenstadt ein? | Basis: 1.204
Consumer Panel Services GfK | YouGov | HDE Standortmonitor 2024



Die Kaufhäufigkeit von Gebrauchsgütern differenziert kaum zwischen den Stadtgrößen

Warengruppen beim Einkauf in der Innenstadt



Art der Frage: Mehrfachnennung

Q11: Was kaufen Sie bei Ihren Besuchen in der Innenstadt ein? | Basis Kleinstadt: 366; Mittelstadt: 385; Großstadt: 453

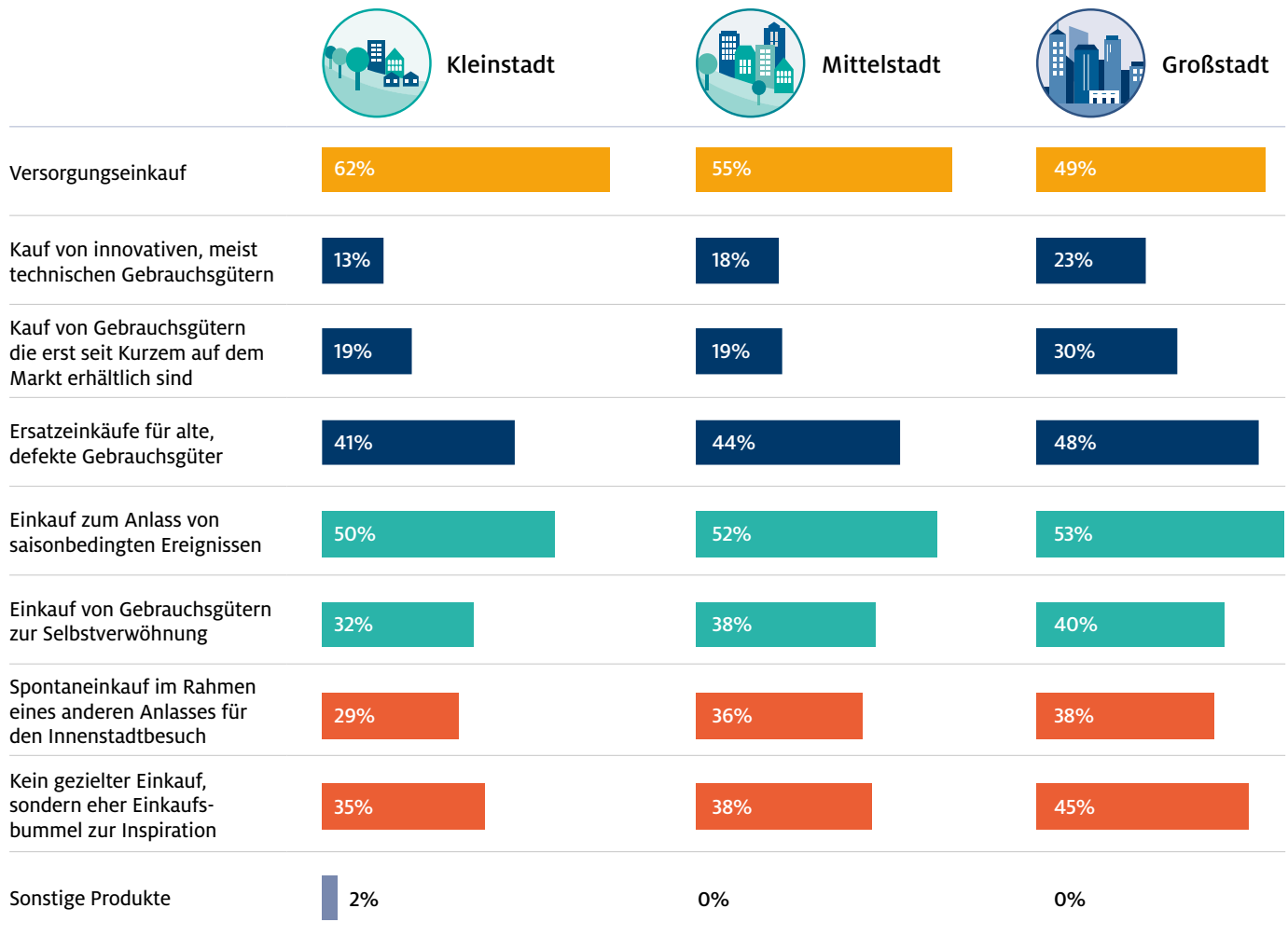
Consumer Panel Services GfK | YouGov | HDE Standortmonitor 2024

BEURTEILUNG VON KLEIN-, MITTEL- UND GROßSTÄDTEN



In Klein- und Mittelstädten finden überwiegend Versorgungseinkäufe von Gebrauchsgütern statt, in Großstädten mehrheitlich Saison-Einkäufe

Einkaufsarten von Gebrauchsgütern pro Stadtgröße



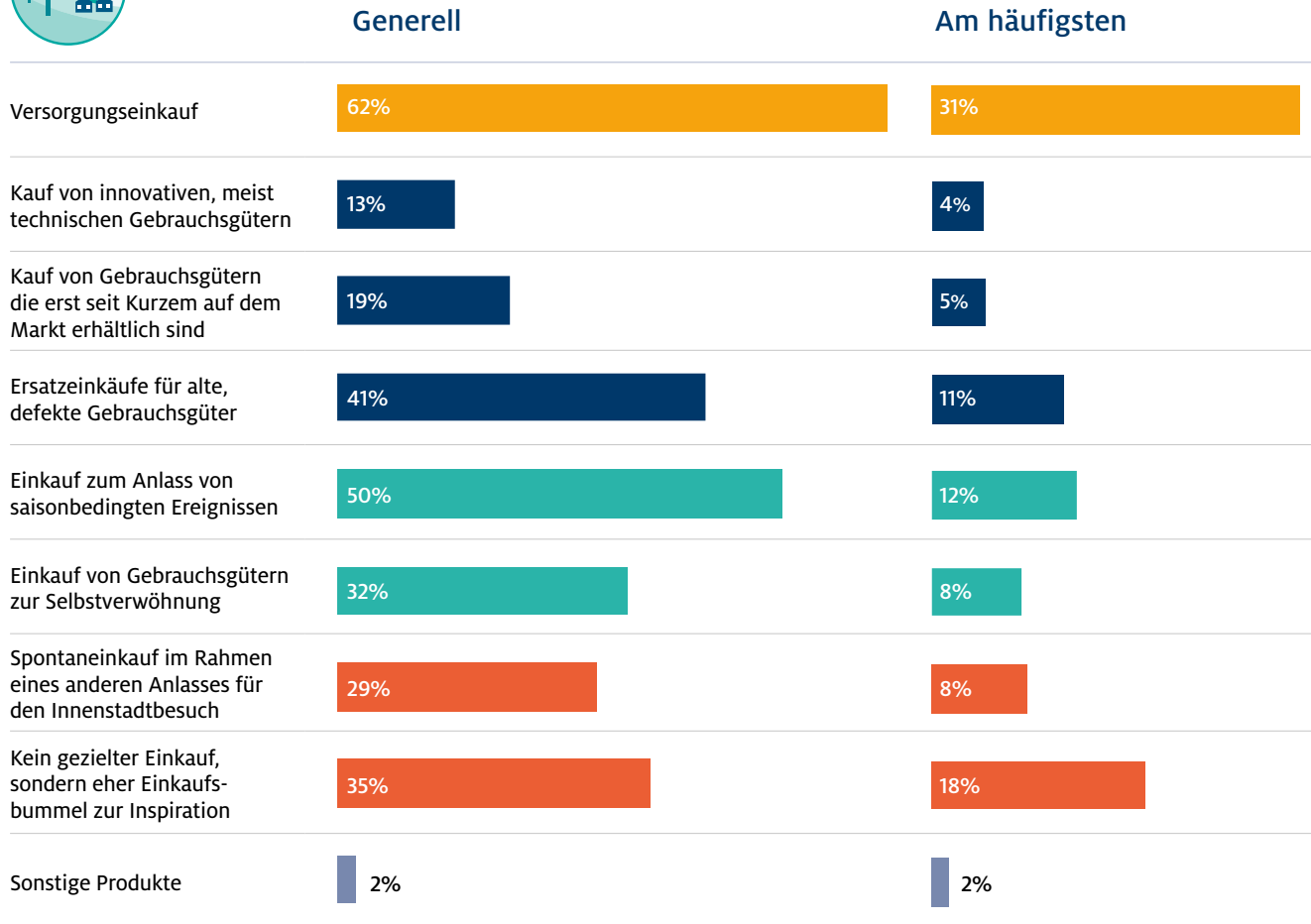
Art der Frage: Mehrfachnennung

Q14 | 16 | 18: Welche Art von Gebrauchsgüter-Einkäufen erledigen Sie in der Innenstadt der Kleinstadt | Mittelstadt | Großstadt? | Basis: 388 | 416 | 481

Consumer Panel Services GfK | YouGov | HDE Standortmonitor 2024

Die Kleinstadt ist Ort für Versorgungs- und Ersatzkäufe sowie saisonbedingte Einkäufe, aber auch für Einkaufsbummel

Einkaufsarten von Gebrauchsgütern in Kleinstädten



Art der Frage: Q14 Mehrfachnennung | Q15 Einfachnennung

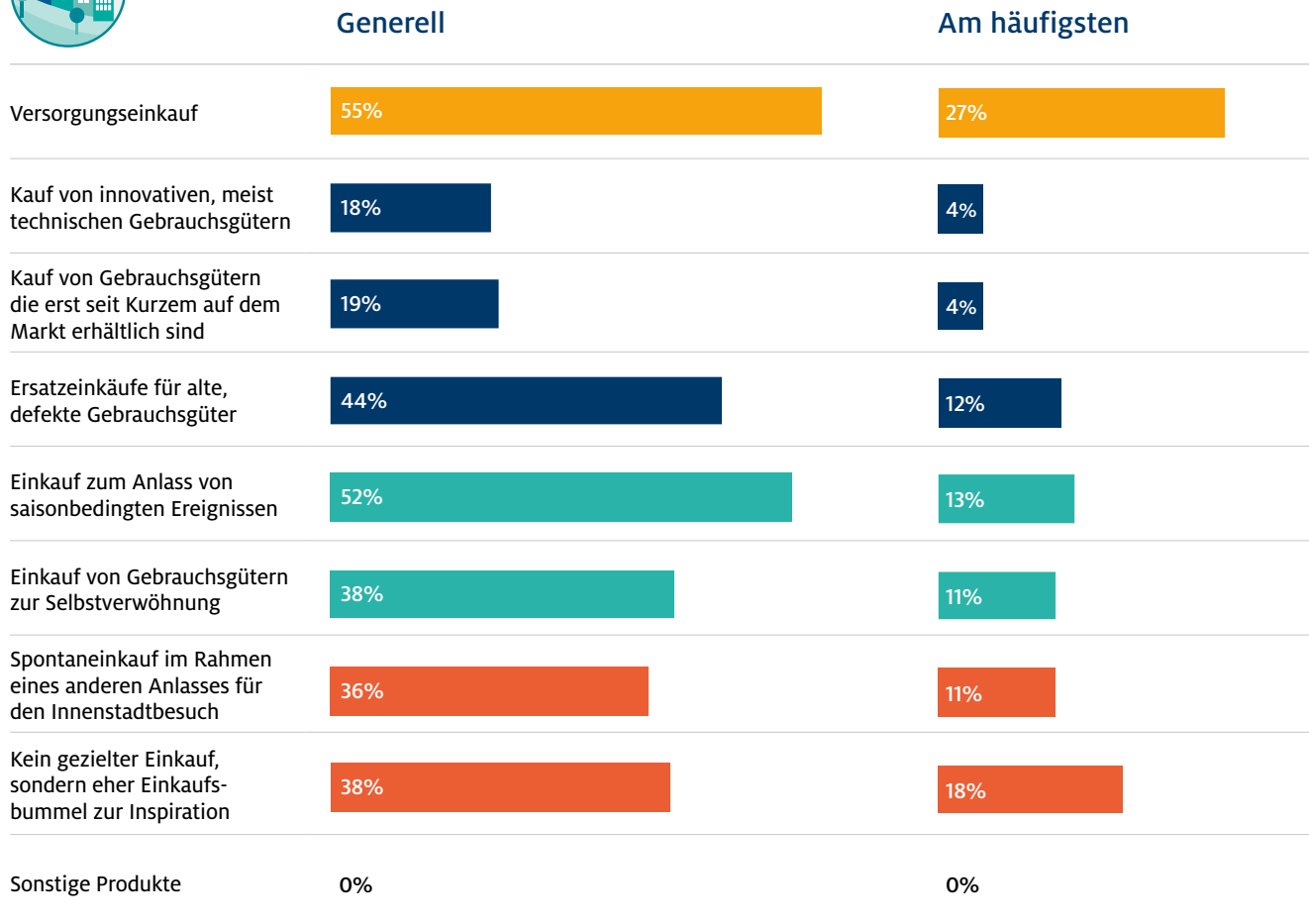
Q14: Welche Art von Gebrauchsgüter-Einkäufen erledigen Sie in der Innenstadt der Kleinstadt? | Basis: 388

Q15: Und welche Art von Gebrauchsgüter-Einkäufen erledigen Sie am häufigsten, wenn Sie in der Innenstadt von Kleinstädten einkaufen? | Basis: 388

Consumer Panel Services GfK | YouGov | HDE Standortmonitor 2024

Die Mittelstadt dient den Versorgungs-, Saison- und Ersatzeinkäufen, aber auch der Selbstverwöhnung, dem Einkaufsbummel und Spontanität

Einkaufsarten von Gebrauchsgütern in Mittelstädten



Art der Frage: Q16 Mehrfachnennung | Q17 Einfachnennung

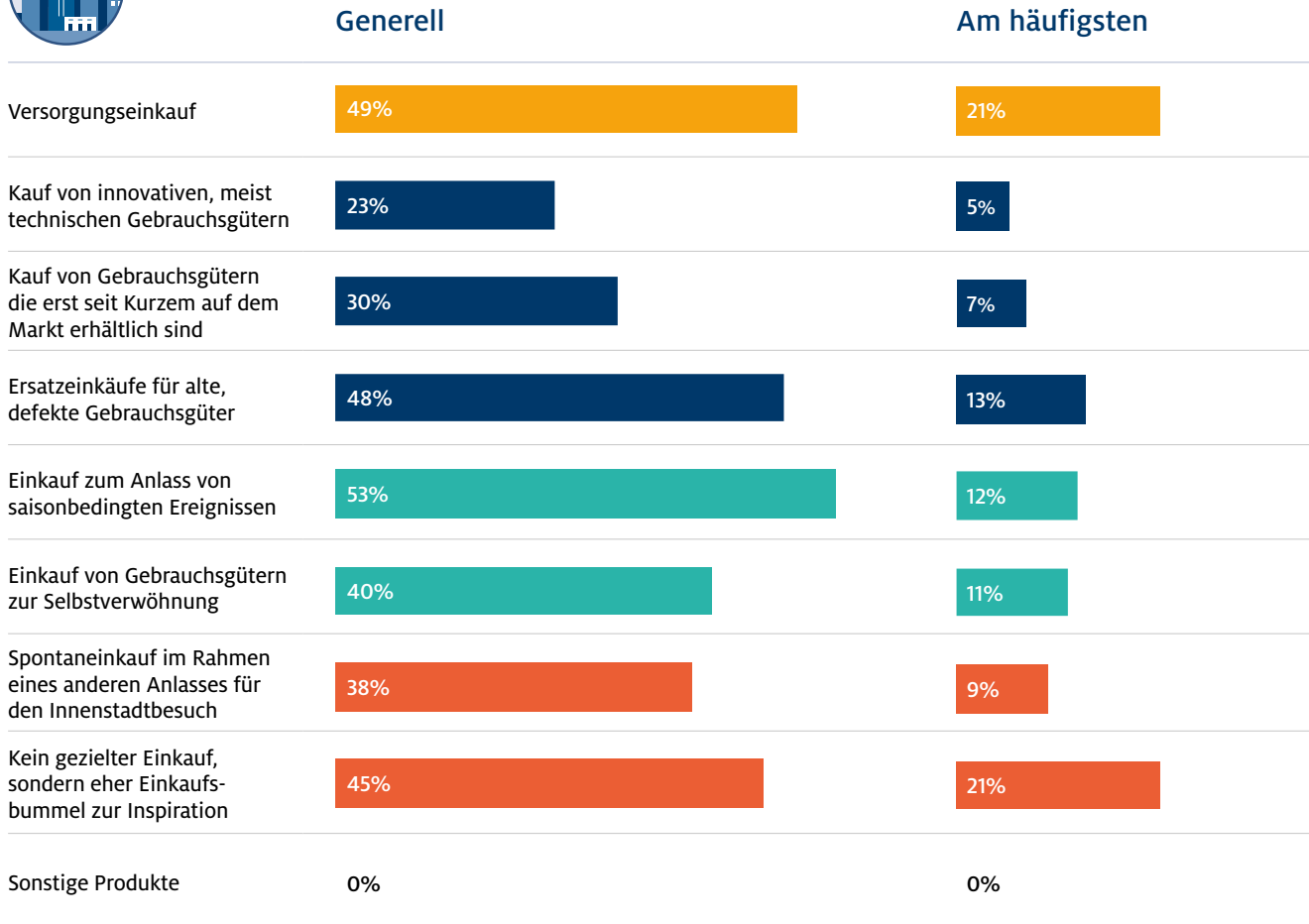
Q16: Welche Art von Gebrauchsgüter-Einkäufen erledigen Sie in der Innenstadt der Mittelstadt? | Basis: 416

Q17: Welche Art von Gebrauchsgüter-Einkäufen erledigen Sie am häufigsten, wenn Sie in der Innenstadt von Mittelstädten einkaufen? | Basis: 416

Consumer Panel Services GfK | YouGov | HDE Standortmonitor 2024

Neben Versorgungs- und Ersatzeinkäufen spielen Saison-Besuch, Einkaufsbummel und Selbstverwöhnung in der Großstadt ebenfalls eine große Rolle

Einkaufsarten von Gebrauchsgütern in Großstädten



Art der Frage: Q18 Mehrfachnennung | Q19 Einfachnennung

Q18: Welche Art von Gebrauchsgüter-Einkäufen erledigen Sie in der Innenstadt der Großstadt? | Basis: 481

Q19: Welche Art von Gebrauchsgüter-Einkäufen erledigen Sie am häufigsten, wenn Sie in der Innenstadt von Großstädten einkaufen? | Basis: 481

Consumer Panel Services GfK | YouGov | HDE Standortmonitor 2024

ATTRAKTIVITÄT VON KLEIN- UND MITTELSTÄDTEN

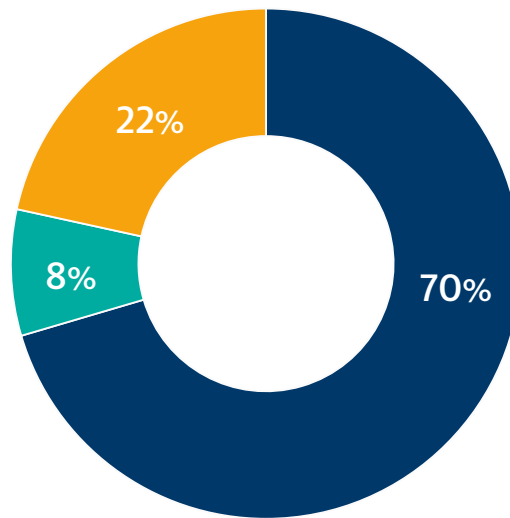


Die Menschen kaufen überwiegend dort ein, wo sie wohnen – nur knapp ein Drittel pendelt in die nächstgelegene Stadt

Wohnort als Einkaufsort



- Ja
- Nein, ich wohne in einer anderen Stadt ab 20.000 Einwohner
- Nein, ich wohne in einem Ort mit weniger als 20.000 Einwohnern



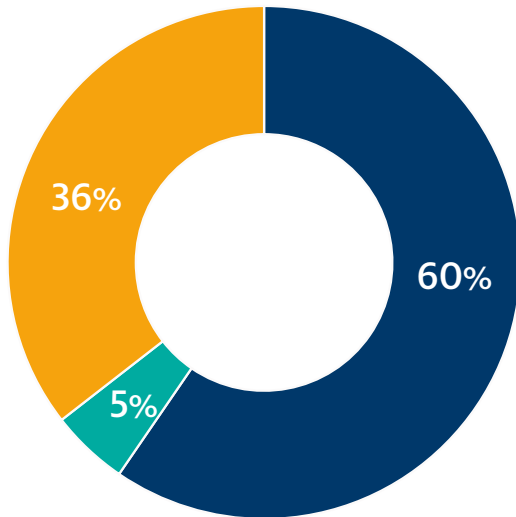
Art der Frage: Einfachnennung
Q12: Ist die (Kleinstadt/Mittelstadt), in der Sie am häufigsten einkaufen, ebenfalls Ihr Wohnort? | Basis: 751
Consumer Panel Services GfK | YouGov | HDE Standortmonitor 2024

Menschen, die in kleinen Gemeinden und Dörfern leben, pendeln eher in die nächste Kleinstadt als in die nächste Mittelstadt

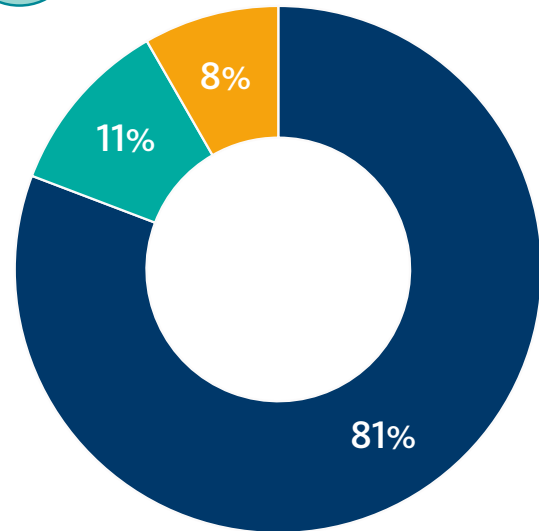
Wohnort als Einkaufsort nach Stadtgröße



Kleinstadt



Mittelstadt



■ Ja

■ Nein, ich wohne in einer anderen Stadt ab 20.000 Einwohner

■ Nein, ich wohne in einem Ort mit weniger als 20.000 Einwohnern

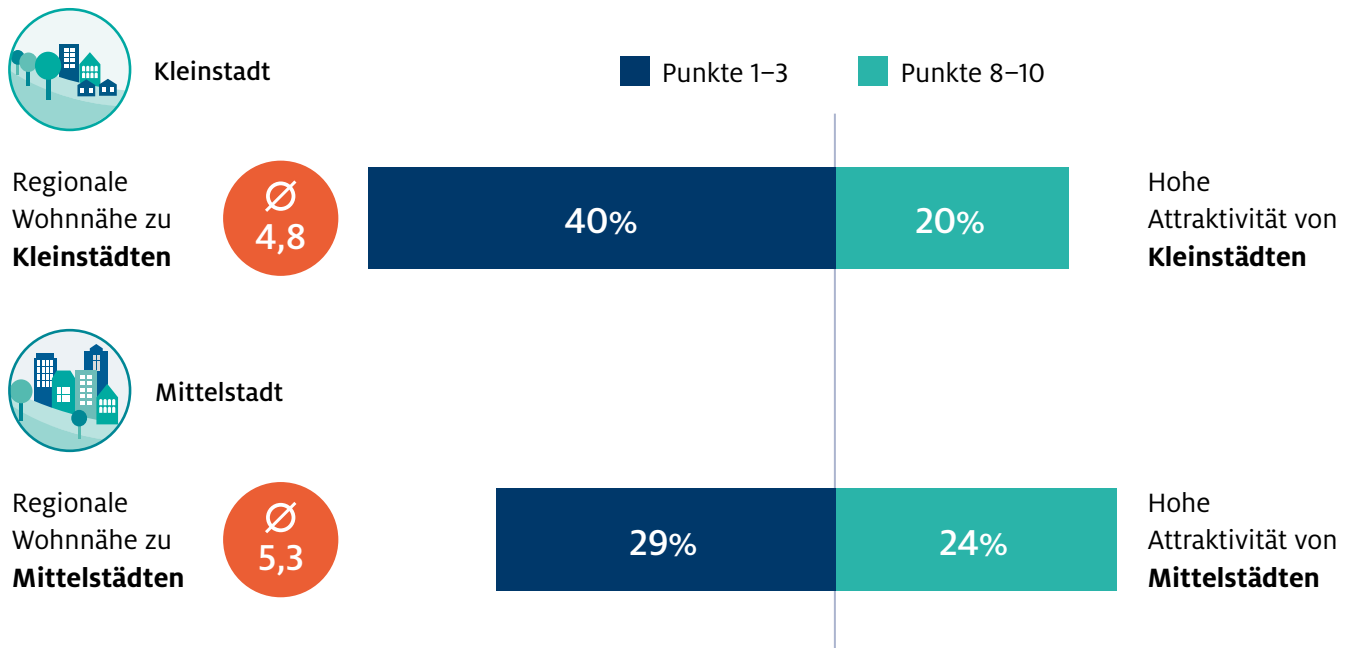
Art der Frage: Einfachnennung

Q12: Ist die (Kleinstadt/Mittelstadt), in der Sie am häufigsten einkaufen, ebenfalls Ihr Wohnort? | Basis Kleinstadt: 366; Mittelstadt: 385

Consumer Panel Services GfK | YouGov | HDE Standortmonitor 2024

Beim Einkauf in der Kleinstadt ist die Nähe zum Wohnort entscheidend, bei der Mittelstadt spielt die Attraktivität eine ähnlich große Rolle wie die Nähe

Räumliche Nähe vs. Attraktivität (TOP 3 auf beiden Polen)



Art der Frage: Einfachnennung

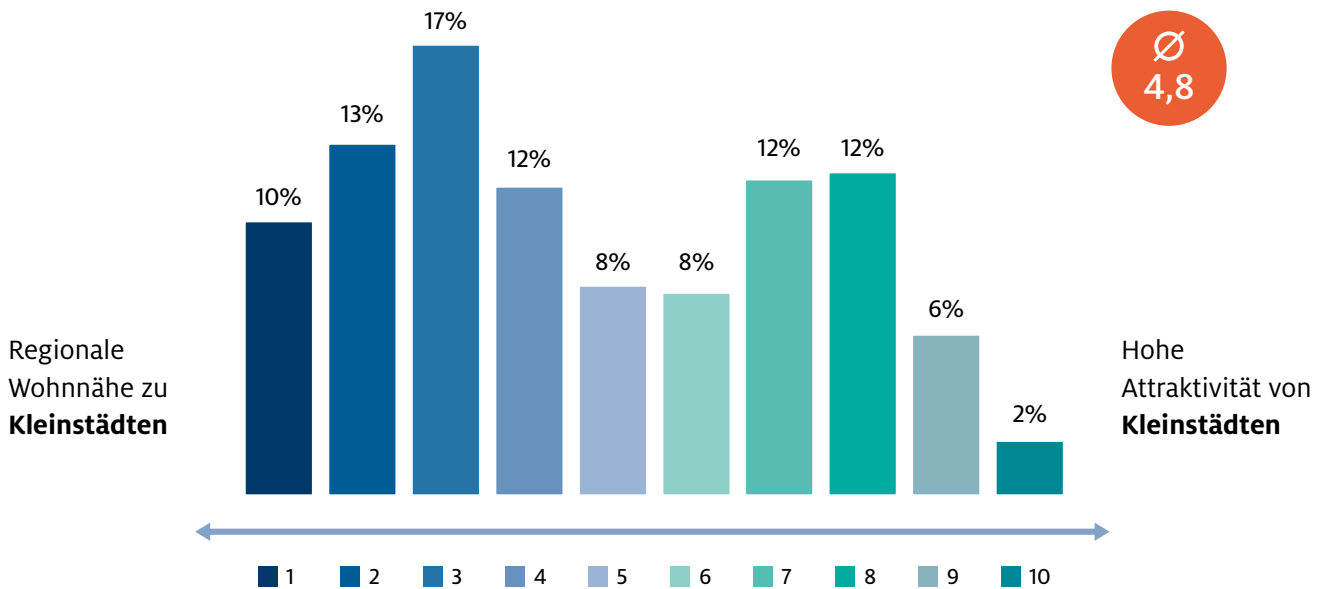
Q20 | 21: Bitte geben Sie an, welcher der beiden Gründe rechts und links des Schiebereglers am ehesten auf Sie zutrifft. | Basis: 388 | 416

Consumer Panel Services GfK | YouGov | HDE Standortmonitor 2024

Die Nähe zum Wohnort spielt für den Besuch der Innenstadt einer Kleinstadt eine gewichtigere Rolle

Räumliche Nähe vs. Attraktivität bei der Kleinstadt

Einkaufsgrund Kleinstadt



Art der Frage: Einfachnennung

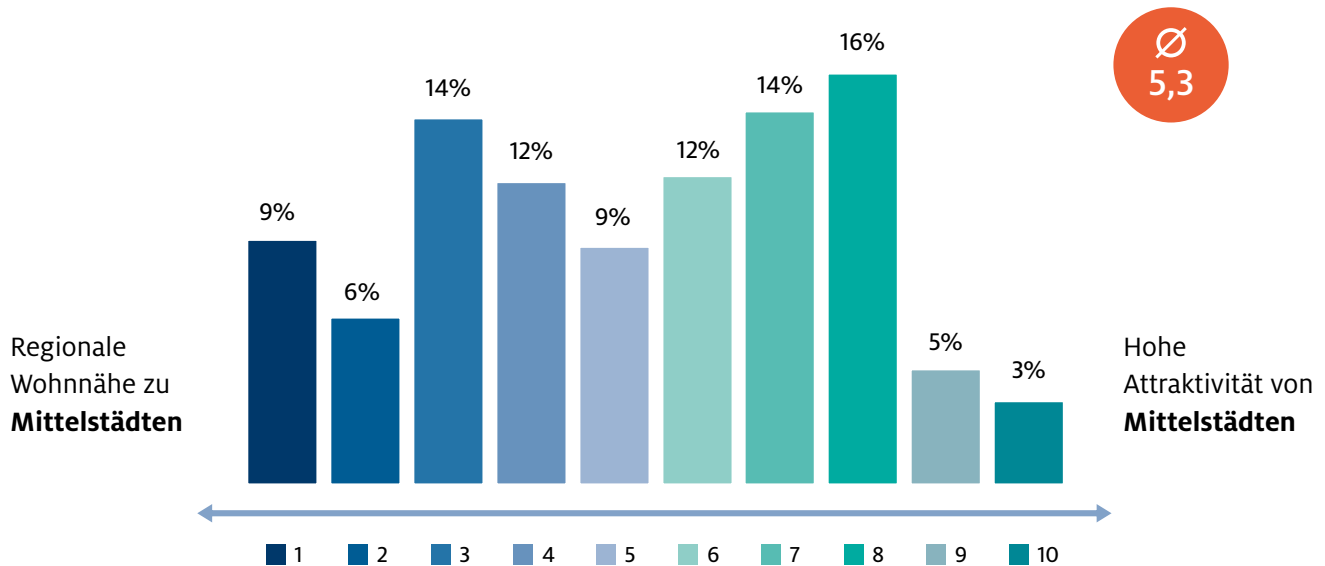
Q20: Bitte geben Sie an, welcher der beiden Gründe rechts und links des Schiebereglers am ehesten auf Sie zutrifft. | Basis: 388

Consumer Panel Services GfK | YouGov | HDE Standortmonitor 2024

Insgesamt betrachtet ist die Attraktivität der Mittelstädte für den Innenstadtbetrieb etwas bedeutender als die Nähe (unabhängig vom Einkaufen)

Räumliche Nähe vs. Attraktivität bei der Mittelstadt

Einkaufsgrund Mittelstadt



Art der Frage: Einfachnennung

Q21: Bitte geben Sie an, welcher der beiden Gründe rechts und links des Schiebereglers am ehesten auf Sie zutrifft. | Basis: 416

Consumer Panel Services GfK | YouGov | HDE Standortmonitor 2024

Hinsichtlich kurzer Wege und Übersichtlichkeit punkten Klein- und Mittelstädte, bei der Vielfältigkeit des Angebots gewinnen die Mittelstädte

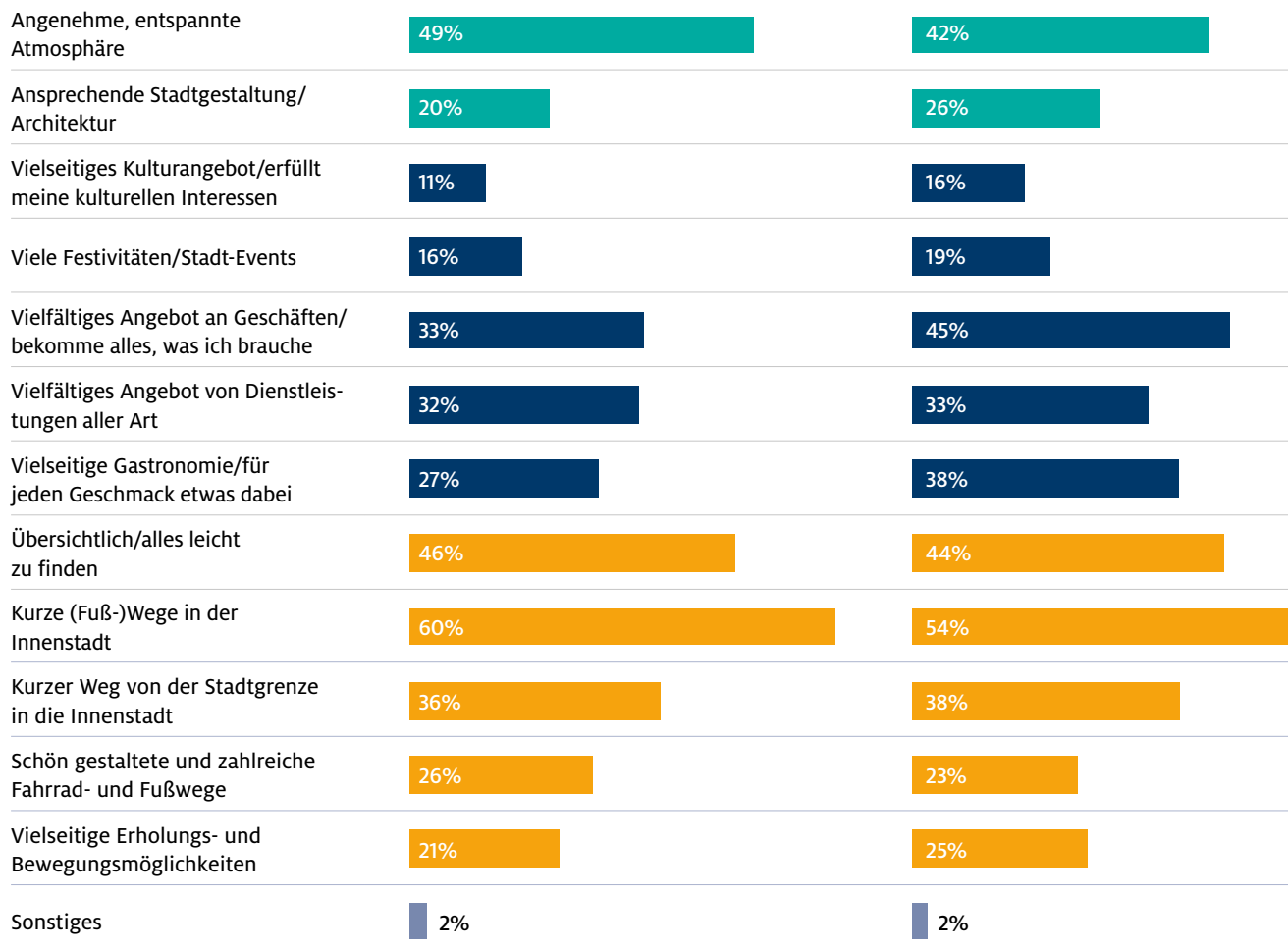
Treiber für den Innenstadtbesuch



Kleinstadt



Mittelstadt



Art der Frage: Mehrfachnennung

Q22 | 24: Ganz allgemein: Was sind Beweggründe bzw. Motive, warum Sie Kleinstädte | Mittelstädte besuchen? | Basis: 388 | 416

Consumer Panel Services GfK | YouGov | HDE Standortmonitor 2024

Neben kurzen Wegen, Übersichtlichkeit und angenehmer Atmosphäre überraschen Kleinstädte mit einem als relativ attraktiv wahrgenommenen Angebot



Treiber für den Innenstadtb Besuch der Kleinstädte

	Generell	Am wichtigsten
Angenehme, entspannte Atmosphäre	49%	16%
Ansprechende Stadtgestaltung/Architektur	20%	3%
Vielseitiges Kulturangebot/erfüllt meine kulturellen Interessen	11%	2%
Viele Festivitäten/Stadt-Events	16%	3%
Vielfältiges Angebot an Geschäften/bekomme alles, was ich brauche	33%	14%
Vielfältiges Angebot von Dienstleistungen aller Art	32%	8%
Vielseitige Gastronomie/für jeden Geschmack etwas dabei	27%	5%
Übersichtlich/alles leicht zu finden	46%	9%
Kurze (Fuß-)Wege in der Innenstadt	60%	22%
Kurzer Weg von der Stadtgrenze in die Innenstadt	36%	10%
Schön gestaltete und zahlreiche Fahrrad- und Fußwege	26%	4%
Vielseitige Erholungs- und Bewegungsmöglichkeiten	21%	3%
Sonstiges	2%	2%

Art der Frage: Q22 Mehrfachnennung | Q23 Einfachnennung

Q22: Ganz allgemein: Was sind Beweggründe bzw. Motive, warum Sie Kleinstädte besuchen? | Basis: 388

Q23: Welcher Beweggrund bzw. welches Motiv ist Ihnen am wichtigsten bei Ihren Besuchen von Kleinstädten? | Basis: 388

Consumer Panel Services GfK | YouGov | HDE Standortmonitor 2024

Mittelstädte sind stärker in puncto Vielfältigkeit des Angebots an Shops & Gastronomie, aber die Unterschiede zu Kleinstädten sind geringer als erwartet



Treiber für den Innenstadtbesuch der Mittelstädte

	Generell	Am wichtigsten
Angenehme, entspannte Atmosphäre	42%	10%
Ansprechende Stadtgestaltung/Architektur	26%	3%
Vielseitiges Kulturangebot/erfüllt meine kulturellen Interessen	16%	1%
Viele Festivitäten/Stadt-Events	19%	1%
Vielfältiges Angebot an Geschäften/ bekomme alles, was ich brauche	45%	21%
Vielfältiges Angebot von Dienstleistungen aller Art	33%	7%
Vielseitige Gastronomie/für jeden Geschmack etwas dabei	38%	6%
Übersichtlich/alles leicht zu finden	44%	10%
Kurze (Fuß-)Wege in der Innenstadt	54%	20%
Kurzer Weg von der Stadtgrenze in die Innenstadt	38%	10%
Schön gestaltete und zahlreiche Fahrrad- und Fußwege	23%	3%
Vielseitige Erholungs- und Bewegungsmöglichkeiten	25%	6%
Sonstiges	2%	2%

Art der Frage: Q24 Mehrfachnennung | Q25 Einfachnennung

Q24: Ganz allgemein: Was sind Beweggründe bzw. Motive, warum Sie Mittelstädte besuchen? | Basis: 416

Q25: Welcher Beweggrund bzw. welches Motiv ist Ihnen am wichtigsten bei Ihren Besuchen von Kleinstädten? | Basis: 416

Consumer Panel Services GfK | YouGov | HDE Standortmonitor 2024

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
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., 2024

KONTAKT HDE

Olaf Roik
Bereichsleiter Wirtschaftspolitik
Tel.: +49 30 72625022 | E-Mail: roik@hde.de

KONTAKT GFK

Christian Koch
Senior Consultant
Tel.: +49 911 88187211 | E-Mail: christian.koch@gfk-cps.com

Bettina Arneth

Account Director
Tel.: +49 911 95034751 | E-Mail: bettina.arneth@gfk-cps.com