

**bcsd e.V. zur cima.monitor – Deutschlandstudie Innenstadt
2022**
DAS INNENSTADT-ZUKUNFTSBILD DER DEUTSCHEN

www.bcsd.de

16. Dezember 2022

*Kennziffern, Trends, Erwartungen: Mit der Publikation zur „cima.monitor – Deutschlandstudie Innenstadt 2022“, veröffentlicht die **CIMA Beratung + Management** federführend zusammen mit verschiedenen Partnern eine wissenschaftliche Grundlage in der Debatte um die Zukunft der Innenstadt im Wandel. Darüber hinaus wurde die Studie durch den Initiatorenkreis der Best-Practice-Projektdatenbank unsere-Stadtimpulse.de, deren Mitglied die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd e.V.) ist, tatkräftig unterstützt.*

Städte und die Anforderungen an ihre Lebensqualität verändern sich durch den gesellschaftlichen Wandel stetig. Doch aktuell verstärkt die Gleichzeitigkeit von sich überlagernden Krisen (Auswirkungen der Corona-Pandemie, Energiekrise, Angriffskrieg Russlands) und strukturellen Megatrends (Nachhaltigkeit, Konnektivität, Klimaschutz, Urbanisierung) diesen Veränderungsdruck auf unsere Stadtgesellschaften enorm. Dies wird durch die umfassenden Ergebnisse der Deutschlandstudie belegt, so wird beispielsweise ein deutlicher Rückgang der Dominanz des Handels als Attraktivitätsfaktor für die Innenstädte, besonders bei älteren, kaufkräftigeren Bürger:innen festgestellt. Die Zahlen belegen, dass die Einkaufsmöglichkeiten bei der Bewertung der Attraktivitätsfaktoren zwar noch immer an der Spitze stehen, dennoch sinkt deren Bedeutung deutlich. Stattdessen strahlen andere Faktoren der Aufenthaltsqualität wie Stadtgrün, Gastronomie, Sauberkeit und Service Anreize für den Stadtbesuch aus. *„Der Handel und Innenstädte brauchen dringend eine neue Verantwortungsgemeinschaft sowie zusätzliche Frequenzpartner“*, sagt Studienleiter und Geschäftsführer der CIMA Beratung + Management GmbH Roland Wölfel.

Das City- und Stadtmarketing kann die Herausforderungen, Entwicklungen und Aushandlungsprozesse der

Stadtentwicklung mit den Bürger:innen nicht nur moderieren, sondern durch partnerschaftliche Kommunikation mit allen Anspruchsgruppen verlässlich vorantreiben und die nötige Akzeptanz auch für Ungewohntes und Neues schaffen. „*Die Transformation der Innenstädte, gemanagt durch das City- und Stadtmarketing, bietet allen städtischen Akteur:innen Anreize und Chancen sich aktiv und gestalterisch für eine zeitgemäße Attraktivität von Städten einzubringen*“, resümiert bcsd-Bundesvorsitzende Bernadette Spinnen.

Gegenstand der Studie

Die Deutschlandstudie Innenstadt greift die viel diskutierten Innenstadtherausforderungen auf und liefert zentrale Erkenntnisse zum Einkaufs- und Mobilitätsverhalten. Entlang der Customer Journey der Innenstadtbesuchenden wird gefragt: Was macht Deutschlands Innenstädte attraktiv? Was hat sich durch die Pandemie verändert? Wie wird das Konsum- und Verkehrsverhalten beeinflusst? Welche Anforderungen stellen Bürger:innen und Verbraucher:innen konkret an die Innenstädte und Zentren der Zukunft? Und nicht zuletzt: Welche Angebote und Funktionen werden erwartet? Ebenfalls Gegenstand der Publikation sind konkrete Anwendungsmöglichkeiten für die Praxis: Mit Verweisen auf zertifizierte Projektbeispiele für Innenstadt, Handel und städtisches Leben der bundesweiten Gemeinschaftsinitiative Stadtimpulse, der der bcsd e.V. ebenfalls angehört, werden erprobte Lösungsstrategien aufgezeigt.

Über den cima.monitor

Mit der Studienreihe „cima.monitor“ veröffentlicht die CIMA Beratung + Management GmbH in 2022 erneut nach 2007, 2009, 2016 und 2019 eine Repräsentativbefragung von über 2.000 Bundesbürger:innen zum Thema „Attraktivität der Stadt in Deutschland“. Für die „cima.monitor – Deutschlandstudie Innenstadt 2022“ waren deutschlandweite Befragungen im November 2021 und Juni 2022 durchgeführt worden. Die Befragung erfolgte durch den **Impulsgeber, das Marktforschungsinstitut NoceanZ GmbH**, Würzburg, mit Hilfe von Telefon- & Online-Interviews.

*Partner der Deutschlandstudie Innenstadt 2022 sind der **Handelsverband Deutschland e. V.**, der **Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V.**, **Haus & Grund Deutschland e.***

Geschäftsstelle:
Jürgen Block
(Geschäftsführer)
Tieckstraße 38
10115 Berlin
T: 030 / 28 04 26 71
F: 030 / 28 04 26 73
office@bcsd.de

Vorstand:
Bernadette Spinnen
(Bundesvorsitzende)
Gerold Leppa
Norbert Käthler
Michael Gerber
Karmen Strahonja
Sören Uhle
Uwe Wanger

USt.-ID Nr.
DE 238 769 633
VR 35492 Berlin

Bankverbindung:
Volksbank an der Niers eG
BLZ 320 613 84
Konto Nr. 430 2222 024

BIC GENODED1GDL

IBAN DE94 3206 1384
4302 2220 24

V., die HBB Hanseatische Betreuungs- und Beteiligungsgesellschaft mbH, RKW Architektur + GmbH sowie Lenz und Johlen Rechtsanwälte Partnerschaft mbH.

Mehr zur aktuellen Veröffentlichung erfahren Sie auch auf der Webseite www.cimamonitor.de. Das dort bereitgestellte Bildmaterial darf uneingeschränkt mit Hinweis auf die Quelle „cima.monitor – Deutschlandstudie Innenstadt 2022“ veröffentlicht werden. Dieser Text ist frei zum Abdruck – ein Belegexemplar bzw. ein Beleglink wird erbeten.

Über die bcsd

1996 wurde die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. von Stadtmarketingverantwortlichen gegründet, um gemeinsam mit weiteren Expert:innen aus den Städten die Idee und die Organisation des Stadtmarketings vor Ort weiterzuentwickeln und zukunftsfähig zu machen. Die Bundesvereinigung hat zudem die Aufgabe, die Belange des Stadtmarketings auf Bundesebene zu vertreten. Aktuell sind 450 City- und Stadtmarketingorganisationen sowie 85 Fördermitglieder in der bcsd organisiert.

Pressekontakt:

Für weitergehende redaktionelle Absprachen wenden Sie sich bitte gern an die CIMA Beratung + Management GmbH, Jan Schwate, E-Mail: medien@cima.de oder

Jürgen Block, Geschäftsführer
Geschäftsstelle bcsd e.V.
Telefon: (0 30) 28 04 26 71
E-Mail: office@bcsd.de
Web: www.bcsd.de