

## Pressemitteilung

### Lebendige Innenstädte: Die Zukunft liegt in einem attraktiven Nutzungsmix

Deutschlandstudie Innenstadt 2024 veröffentlicht

[www.bcsd.de](http://www.bcsd.de)

**Berlin, 21. Oktober 2024** – Wie bewerten die Menschen die deutschen Innenstädte aktuell und wie sieht deren Zukunft aus? Antworten darauf liefert die neue *Deutschlandstudie Innenstadt* der CIMA Beratung+Management GmbH, die u. a. in Kooperation mit der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing e. V. (bcsd) sowie dem Handelsverband Deutschland (HDE) entstand und als bundesweite Leitstudie zur Innenstadtentwicklung gilt. Über 5.000 Bürgerinnen und Bürger wurden für die repräsentative Studie befragt. Die Studie zeigt auf, dass die Innenstadt wichtiger Anziehungspunkt für die Menschen bleibt, gleichzeitig stellt sie Handlungsbedarfe für die Gestaltung attraktiver Zentren heraus.

„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 zentralen Ergebnisse der Studie verdeutlichen jedoch, dass sich das Nutzungsgefüge der Innenstädte weiter verändert. Einzelhandel ist noch immer häufigster Besuchsgrund (rund 70% Nennungen), direkt gefolgt von Gastronomie und Cafés (rund 58% Nennungen), ebenso wie Gesundheitsdienstleistungen sowie das Treffen mit Freunden / das Flanieren durch die Stadt. Deutlich zeigt sich aber auch die Bedeutung der Multifunktionalität für die Innenstadt, denn häufig werden die verschiedenen Besuchsanlässe kombiniert: Mit jeweils rund 60% wird Arbeit sowie Gastronomie mit dem Einkaufen verbunden, wichtig scheinen in diesem Zusammenhang auch Fitness und Sport (rund 50%), Bildung (51%) und Leute treffen bzw. bummeln (rund 55%).

„Die Innenstadt ist für viele Menschen schon heute vor allem ein Ort der Begegnung und beliebter Treffpunkt, ein attraktiver Ort, an dem man gerne seine Freizeit mit Familie und Freunden verbringt“, **betont Gerold Leppa, stellvertretender Bundesvorsitzender der bcsd**. „Neben der Versorgungsfunktion mit Dienstleistungen und dem Einkaufen sind die Innenstädte vor allem Zentrum und Begegnungsort der Stadtgesellschaft, von der Demo bis zum Weinfest, von der öffentlichen Sitzbank bis zum Restaurantbesuch reicht das Spektrum der vielfältigen Bedürfnisse. Dem müssen wir in den Städten durch einen breiteren Ansatz in Innenstadtentwicklung und Citymarketing gerecht werden.“

Die größten Handlungsbedarfe sehen die Befragten in der Verbesserung von „Stadtbild und Aufenthaltsqualität“, „Mobilität, Verkehr, Parken“ sowie im „Einzelhandel“. Diese Bereiche sind entscheidend, um die Attraktivität der



Innenstädte zu stärken. Hier zeigt sich die hohe Komplexität einer ganzheitlichen Innenstadtentwicklung, die von städtebaulichen Fragestellungen, über Mobilitäts- bis hin zu inhaltlichen Nutzungskonzepten reicht und immer auch die ökonomische Perspektive einnehmen muss.

„Die Studie macht deutlich, dass wir ein strategisches Gesamtkonzept brauchen, dass 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 Innenstadt als multifunktionalen, attraktiven Ort für Besucher:innen gestaltet, ist der Schlüssel zur Zukunftsfähigkeit unserer Innenstädte. Hier kann das Stadtmarketing als bewährter Partner eine tragende Rolle spielen.“

**HDE-Präsident Alexander von Preen:** „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“.

Die Deutschlandstudie Innenstadt ist in Kooperation mit dem Handelsverband Deutschland (HDE) und der Bundesvereinigung City und Stadtmarketing Deutschland (BCSD), sowie 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), der EBay Group Services GmbH/eBay Germany, 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.

Hier finden Sie die Deutschlandstudie Innenstadt 2024 zum Download:

[Deutschlandstudie Innenstadt 2024 - CIMA Beratung + Management GmbH](#)

### **Über die bcSD:**

Die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland unterstützt ihre Mitgliedsorganisationen durch Auskünfte, Weiterbildungs- und Informationsveranstaltungen sowie die Kennzeichnung von Best-Practice-Modellen im Aufbau und in der Weiterführung von erfolgreichen Stadtmarketingprozessen. Sie empfiehlt den kommunalen Verantwortungsträgern sowie den Vertreter:innen der städtischen Anspruchsgruppen, das Stadtmarketing der Zukunft vor dem Hintergrund der beschriebenen Entwicklungen konsequent als strategisches Instrument zu nutzen, um im Verbund und übersektoral die Entwicklung der Städte nachhaltig und transparent zu gestalten.



## **Kontakt**

Daniela Hoffmann  
Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing e. V.

Telefon: 030 / 28 04 26 71

Email: [office@bcsd.de](mailto:office@bcsd.de)

Web: [www.bcsd.de](http://www.bcsd.de)

### **Geschäftsstelle:**

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

### **Vorstand:**

Bernadette Spinnen  
(Bundesvorsitzende)  
Gerold Leppa  
Karmen Strahonja  
Michael Gerber  
Michael Metzler  
Steffen Schoch  
Katja Teixeira

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

