

Kontakt:

Christina Fingerhut
Leiterin Unternehmenskommunikation

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92
c.fingerhut@ifhkoeln.de
www.ifhkoeln.de

Vitale Innenstädte: Shopping-Klischees größtenteils bestätigt – IFH-Befragung geht in die nächste Runde

Die größte Innenstadtbefragung Deutschlands wird wiederholt. Untersuchung liefert wichtige Zahlen zu Strukturwandel, Kaufverhalten und Attraktivität von Innenstädten. Alle Städte können mitmachen. Ergebnisse der aktuellen Befragung zeigen: Frauen liegen in Sachen Geschäftezahl und Aufenthaltsdauer beim Innenstadtbesuch vorn.

Köln, 22. Oktober 2015 – Insgesamt 33.000 Interviews mit Innenstadtbesuchern hat das IFH Köln 2014 geführt, um vor dem Hintergrund des Strukturwandels herauszufinden, was Erfolgskriterien für Innenstädte im digitalen Zeitalter sind und wie einzelne Städte im Bundesgebiet bei ihren Besuchern u. a. in puncto Angebot, Sauberkeit und Erlebnis im Vergleich zu anderen Regionen abschneiden. Jetzt starten die Vorbereitungen für die nächste Runde. Alle Städte können sich beteiligen.

Befragung bestätigt Shopping-Klischees

Shopping-Muffel Mann versus Intensiv-Shopper Frau? Eine Sonderauswertung der Befragungsergebnisse aus der ersten Erhebung „Vitale Innenstädte“, die das IFH Köln gemeinsam mit den Kooperationspartnern bcsd, HDE, Galeria Kaufhof, zwölf IHKs und vielen weiteren lokalen Partnern durchgeführt hat, zeigt: Auch wenn die geschlechtsspezifischen Unterschiede unter den Innenstadt-Shoppern geringer ausfallen als erwartet, so bestätigen sie doch die gängigen Shopping-Klischees. Sowohl bei der Anzahl der besuchten Geschäfte als auch bei der Aufenthaltsdauer in den Geschäften liegen die Frauen leicht vorn. So gaben knapp 47 Prozent der weiblichen Innenstadtbesucher an, drei oder mehr Geschäfte zu besuchen. Bei den Männern sind dies nur rund 39 Prozent. Auch hinsichtlich der Warengruppen offenbart die Befragung gängige Vorlieben: Während rund 41 Prozent der Frauen angaben, Bekleidung gekauft zu haben oder einen Kauf zu planen, waren es bei den Männern nur knapp 30 Prozent. Mit rund 31 Prozent kauften auch wesentlich mehr Frauen Artikel aus dem Bereich Kosmetik/Drogerie ein (Männer: 18 %). Umgekehrt gaben deutlich mehr Männer als Frauen an, die Stadt für den Kauf von Multimedia- und Elektronikprodukten aufzusuchen. Sie sind sie es auch, die Angebote aus dem Elektronikbereich in den Innenstädten vermissen.

Fortsetzung folgt: Neuauflage 2016 – Jetzt mitmachen!

Die größte Innenstadtdstudie Deutschlands wird 2016 wiederholt. Schon jetzt laufen die Vorbereitungen. Alle Städte können sich an der Innenstadtbefragung beteiligen. Die Teilnehmer erhalten ein umfassendes Auswertungspaket zu Besucherstruktur und Besucherverhalten in ihrer Stadt. Auf dieser Grundlage werden pro Stadt individuelle Stärken-/Schwächenprofile abgeleitet und Benchmark-Vergleiche mit den erfolgreichsten Städten zur Verfügung gestellt. Die Untersuchung stellt somit einen wertvolles Basiswissen für strategische Entscheidungen vor dem Hintergrund des Strukturwandels zur Verfügung.

[Hier finden Sie weitere Informationen.](#)

Wörter der Meldung: 319

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.442

Zur Untersuchung:

Wie sieht die Zukunft der deutschen Innenstädte aus und was wünschen sich Innenstadtbesucher von ihren Stadtzentren? Diese Fragen liegen der bundesweit angelegten Untersuchung „Vitale Innenstädte“ zugrunde, die das IFH Köln gemeinsam mit den Kooperationspartnern bcscd, HDE, Galeria Kaufhof, zwölf IHKs und vielen weiteren lokalen Partnern durchgeführt hat. In über 60 deutschen Städten aller Größen und Regionen wurden zeitgleich Innenstadtbesucher zu ihren Einkaufsgewohnheiten und die Attraktivität der Innenstadt befragt. Die Datenerhebung erfolgte an zwei ausgewählten Tagen (Donnerstag und Samstag) im September 2014 anhand eines einheitlichen Fragebogens. Insgesamt sind so rund 33.000 Interviews zusammen gekommen. Mit den beteiligten Kooperationspartnern IFH Köln, bcscd, HDE, Galeria Kaufhof, zwölf IHKs und weiteren lokalen Partnern haben sich alle wesentlichen Stakeholder der Innenstadt zusammengetan, um das wichtige Zukunftsthema Innenstadt umfassend beleuchten zu können. Ziel ist es, den Partnern in Handel und Verwaltung dringend benötigte Basisinformationen über die Positionierung ihrer Stadt aus Sicht der Besucher als Planungsgrundlage für standortspezifische Maßnahmen liefern zu können. Die Untersuchung liefert sowohl allgemeine Ergebnisse zur Attraktivität von Innenstädten und die Ansprüche der Innenstadtbesucher an die Stadtzentren der Zukunft als auch spezifische Erkenntnisse zu einzelnen deutschen Städten aller Größen und Regionen.

Über das IFH Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Seit 1929 ist das IFH Köln erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Konzepte, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel: z. B. Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

Weitere Informationen unter: www.ifhkoeln.de