

FACHKOMMENTAR

Passantenfrequenz belegt: Innenstädte sind nach wie vor vital und resilient

Julian Aengenvoort, Geschäftsführer hystreet.com GmbH

Die deutschen Innenstädte stehen vor großen Herausforderungen. Geändertes Konsumverhalten, Kaufzurückhaltung angesichts eines gesamtwirtschaftlich schwierigen Umfeldes sowie der wachsende Einfluss des Onlinehandels fordern alle Innenstadtakteure heraus, ihre Zentren lebendig und attraktiv zu gestalten. Das häufige Klagen der Befragten über die Zukunft der Innenstädte lässt sich mit der von hystreet.com erhobenen Passantenfrequenz, der entscheidenden Attraktivitätskennziffer für Innenstädte, allerdings nicht belegen. Im Gegenteil: Die deutschen Innenstädte zeigen sich vielmehr nach wie vor vital und resilient. So weisen die Jahresbilanzen der Passantenfrequenzen der letzten Jahre trotz aller Herausforderungen sehr stabile bzw. leicht steigende Werte auf.

Von nachlassender oder gar fehlender Attraktivität unserer Innenstädte zeigen die Daten also keine Spur. Für diverse Einkaufsstraßen belegen die Daten, dass die Frequenzentwicklung von 2022 bis 2024 sogar durchschnittlich um 5 Prozent zugelegt hat. In Großstädten mit mehr als 600.000 Einwohnern stieg die Fußgängerfrequenz in diesem Zeitraum sogar um 8 Prozent. Es besteht offenbar eine Diskrepanz zwischen den Antworten der Befragten in dieser Studie: Rund ein Drittel geht weniger oder gar nicht mehr in die Innenstadt, die Besucherzahlen zeigen gegenteiliges.

Großveranstaltungen, selbst wenn sie nicht direkt in der Innenstadt stattfinden, haben einen besonders starken Einfluss auf die Frequenz. Im August 2024 erhöhte der Konzertsommer in München die Frequenz in der Innenstadt um 10 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die Fußball-EM im Juni führte ebenfalls zu einem deutlichen

Anstieg der Besucherzahlen. In den Austragungsorten lagen die Fußgängerfrequenzen an einzelnen Wochenenden bis zu 40 Prozent über dem Durchschnitt. Generell gilt zudem: Auch klassische City-events, ob verkaufsoffene Sonntage oder Stadtfeste, sind nachweislich wahre Besuchermagneten, auch und besonders in kleineren Städten.

Die Ergebnisse der aktuellen Deutschlandstudie verdeutlichen die Notwendigkeit einer nachhaltigen Stadtentwicklung. Stadtzentren müssen künftig ein „buntes Erlebnis“ für ganz unterschiedliche Zielgruppen bieten: eine Mischung von Angeboten nicht nur zum Einkaufen, sondern auch zur Freizeitgestaltung mit Gastronomie, Kultur-, Sport- und Dienstleistungsangeboten. Die Deutschlandstudie liefert wertvolle Einblicke in die Wünsche der Menschen, die ein schönes Stadtbild, ein gutes Handels- und Gastronomieangebot, mehr Aufenthaltsqualität und gute Mobilitätsangebote umfassen. Eine konsequente Umsetzung dieser Erkenntnisse durch die Verantwortlichen wird nicht nur die Attraktivität der Innenstädte steigern, die durch die Passantenfrequenzmessung objektiv erfasst wird, sondern auch den stationären Einzelhandel nachhaltig fördern. Während Umfragen wertvolle Einblicke in die Wahrnehmung der Bürger geben, bieten die tatsächlichen Frequenzdaten eine transparente Grundlage, um den Erfolg der Innenstadt-Transformation aufzuzeigen.



cima.monitor

Deutschlandstudie

INNENSTADT

2024

Kennziffern, Trends und Erwartungen

Multiple Krise: Wie die City standhält

Kopplungseffekte: Das Immunsystem multifunktionaler Zentren

Verkehrswende: Was und wer bereits in der Innenstadt „ankommt“

Gastronomie: Der symbiotische Partner des Einzelhandels im Fokus

Kostenloser PDF-Download

Jetzt herunterladen und lesen.

www.cima.de/deutschlandstudie-innenstadt



Bildkompositing: Matthias Hugo - stock.adobe.com/Firefly (ll/re), AdobeStock.com/babaroga (Mitra)