

Presseinformation

04.02.2021

## **Untersuchung „Vitale Innenstädte“ – Stuttgart besser als viele andere**

**Zusammenschluss von vier Partnern will für eine positive Zukunft der Stuttgarter Innenstadt sorgen.**

**Stuttgart hat als eine von 107 deutschen Städten an der Untersuchung „Vitale Innenstädte 2020“ des IFH Köln teilgenommen und im Vergleich zu anderen gleich großen Städten gut abgeschnitten. Vier Partner der Stadt haben sich zusammengetan, um diese Analyseergebnisse zu nutzen und zur positiven Entwicklung der Innenstadt aktiv steuernd beizutragen.**

Die deutschen Innenstädte stehen vor großen Herausforderungen. Sie sind mit einem enormen Transformationsbedarf konfrontiert. Auch die Stuttgarter Innenstadt durchlebt diesen Strukturwandel. Um sie insbesondere auch nach Corona-Auswirkungen zukunftsfähig zu rüsten, erarbeiten nun vier Stuttgarter Organisationen gemeinsame Perspektiven. City-Initiative Stuttgart e.V., Stuttgart-Marketing GmbH, Wirtschaftsförderung der Landeshauptstadt Stuttgart und IHK Region Stuttgart sehen Handlungsbedarf, wenn es um die künftige Attraktivität der Stuttgarter Innenstadt geht. Im Zusammenspiel wollen die Vier ihre Ideen künftig noch enger miteinander abstimmen, um der Herausforderung einer lebendigen Innenstadt gerecht zu werden. Jede der vier Organisationen wird dabei in ihrer Rolle, Koordinierung und Kompetenz ihren eigenen Beitrag leisten.

Ausgangspunkt für diese Initiative war die gemeinsame Beauftragung 2020 des renommierten Marktforschungs- und Beratungsunternehmens im Handelsumfeld IFH KÖLN (Institut für Handelsforschung) mit einer Untersuchung. Die Studie hinterfragt die Rolle der Innenstädte in der Zukunft und wurde vergangenes Jahr im Herbst durchgeführt. Bei der Umfrage unter mehr als 57.863 Passanten an zwei Tagen nahmen 107 Städte teil. In der Größenordnung Stuttgarts (mehr als 500.000 Einwohner) waren neben der baden-württembergischen Landeshauptstadt Düsseldorf, Bremen, Dortmund, Hannover, Köln und Leipzig Teil der Studie. Ziel der Untersuchung ist es, Erkenntnisse über die empfundene lokale Standortattraktivität und das lokale Kaufverhalten in den

Innenstädten zu bekommen. Der breit gefächerte Fragenkatalog umfasste unter anderem Fragen zur Besucherstruktur der Innenstadt, zum Einkaufsverhalten, zur Digitalisierung, zur Rolle der Gastronomie und zu zukünftigen Perspektiven. Für das Jahr 2020 wurde die Studie aus aktuellem Anlass ergänzt um die Schwerpunkthemen „Auswirkungen des Coronavirus“ und „Analyse der Visitor Journey“.

#### Hier Ausschnitte der Ergebnisse im Überblick:

- Besucherstruktur: Der Anteil auswärtiger Besucher liegt in Stuttgart bei 47,2 Prozent und damit 10 Punkte über dem Wert, den die Großstädte mit über 500.000 Einwohnern im Durchschnitt erzielen (Ortsgrößendurchschnitt 37,2 Prozent). Das zeigt, dass es der attraktiven Innenstadt gelingt, ein großes Besuchervolumen aus der Region in die Stuttgarter City anzuziehen.
- Die Besuchsanlässe nach Stuttgart unterscheiden sich teilweise deutlich von anderen Städten. An Rang eins wird Einkaufsbummel/Shopping mit 63,5 Prozent genannt (Ortsgrößendurchschnitt 60,4 Prozent). Auf Rang zwei steht als Besuchsanlass in Stuttgart die Gastronomie mit 45,7 Prozent. Für die übrigen Großstädte stellt die Gastronomie mit 30,4 Prozent einen weniger bedeutenden Besuchsanlass dar. Über die Hälfte (52 Prozent) gaben an, die Innenstadt mit dem ÖPNV zu besuchen. Rund 32 Prozent kommen mit dem PKW in die Stadt.
- Beim Einkaufsverhalten wird deutlich, wie stark die Innenstadt-Geschäfte in Stuttgart auch in Zeiten der Corona-Pandemie noch nachgefragt sind. Fast 62 Prozent aller Befragten gaben an, dass sie zwar online einkaufen würden, dass sie aber nichtsdestotrotz unverändert häufig die Betriebe in der Innenstadt zum Einkauf aufsuchten. Der Ortsgrößendurchschnitt lag hier gerade einmal bei 49,3 Prozent. Und auch bei der Dauer des Aufenthalts lag Stuttgart mit seinen Besuchern deutlich über dem Schnitt. 58,8 Prozent gaben an, sich mehr als zwei Stunden in der Innenstadt aufzuhalten. Der Schnitt lag hier bei knapp 50 Prozent.
- Der Gesamteindruck der Besucher\*innen: Der Gesamteindruck der Stuttgarter Innenstadt in Bezug auf ihre Gesamtattraktivität wurde mit gut bis sehr gut bewertet. Nahezu alle Bereiche, die die Attraktivität der Innenstadt ausmachen, erhielten gute Noten. Bekleidung, Apotheken und Kosmetik erhielten im Segment Einzelhandel gute Noten. Im Bereich „Ambiente und Erlebnis“ wurden in Stuttgart die Plätze, Grünflächen, Verweilmöglichkeiten

mit sehr gut benotet. Optimierungsbedarf zeigt die Studie u.a. bei den Kriterien Sauberkeit und Bequemlichkeit, Veranstaltungsangebot und Parkraum.

Die Corona-Krise erweist sich als klarer Beschleuniger für innerstädtische Veränderungsprozesse. In diesen Zeiten schweißt die gemeinsame Sorge um lebendige Innenstädte zusammen. Neue Ideen sind mehr denn je gefragt. Die Ergebnisse, die durch die Studie gewonnen werden, bilden nun die Basis zur Ideenentwicklung für eine als äußerst attraktiv wahrgenommene Innenstadt.

**Stimmen der vier Partner:**

Sven Hahn, City-Manager City-Initiative Stuttgart e.V.:

„Damit unsere Stadt auch nach der Corona-Pandemie lebendig und belebt sein wird, braucht es eine gemeinsame Kraftanstrengung aller relevanten Akteure. Ich bin sehr stolz darauf, dass es uns gelungen ist, einen wichtigen Schritt in diese Richtung zu gehen. Zudem ist es wichtig, die Meinung unserer Gäste, des Publikums und der Kunden zu kennen. Dabei hat uns die Umfrage sehr geholfen und wir werden das Ergebnis sehr ernst nehmen.“

Armin Dellnitz, Geschäftsführer der Stuttgart-Marketing GmbH:

„Eine funktionierende Innenstadt ist für den Tourismus von erheblicher Bedeutung. Sie muss Wohlfühlbereich sein. Im Viererverbund arbeiten wir daran, die Stuttgarter Innenstadt zukunftsfähig zu machen. Jeder von uns ist in die Pflicht genommen, diese in Zeiten eines großen Wandels auf solide Beine zu stellen. Wir sehen unsere Aufgabe in der transparenten Darstellung aller Angebote, einer serviceorientierten Besucherlenkung und einem hohen Servicelevel gegenüber allen Besucherinnen und Besuchern. Somit tragen unsere Projekte "Hop on Hop off Bus", öffentliches W-Lan, mobiler i-Punkt sowie die Projektplanungen zum Fußgängerinformationssystem und Haus des Tourismus wesentlich zu einer lebendigen, serviceorientierten und bedarfsgerechten Innenstadt bei. Auch in Zukunft sehen wir uns gefordert, weitere Ideen zur Attraktivität der Innenstadt zu entwickeln.“

Ines Aufrecht, Leitung Abteilung Wirtschaftsförderung der Landeshauptstadt Stuttgart:

„Mit Freude haben wir die Zustimmungswerte der befragten Passantinnen und Passanten zur Stuttgarter City vernommen. Denn gerade diese weichen Faktoren, wie das Wohlbefinden und das Sicherheitsgefühl, sind von hoher Bedeutung, wenn es darum geht, eine Stadt als attraktiv wahrzunehmen. Gerade auch die positive Bewertung unserer Plätze und der vielen innerstädtischen Grünbereiche bestätigt uns, diese Flächen des öffentlichen Lebens weiter zu entwickeln. So wie wir es schon seit geraumer Zeit mit beispielsweise Licht- und Außenmöblierungskonzepten tun. Gemeinsam mit unseren Partnern werden wir uns die



Kritikpunkte genau ansehen und gemeinsam Lösungen entwickeln. Auch werden wir überlegen, wie wir die vorhandenen mannigfachen und vielfältigen tollen Veranstaltungen mehr in den Fokus stellen. Zusammen werden wir dafür sorgen, dass ein Besuch Stuttgarts für jede, jeden ein angenehmes Erlebnis sein wird.“

Marjoke Breuning, Präsidentin IHK Region Stuttgart:

„Die Umfrage des IFH Köln zeigt, dass Stuttgart eine attraktive Stadt mit Aufenthaltsqualität ist. Die Lücken, die Corona derzeit in unsere Innenstadt reißt, werden dramatisch sein. Damit wir auch nach der Corona-Krise noch eine attraktive Stadt haben, müssen alle Beteiligten – Händler, Dienstleister, Gastronomie, Freizeit und Tourismuswirtschaft, sowie Wirtschaftsförderung, Verwaltung und Kommunalpolitik – jetzt an einem Strang ziehen und überlegen, wie die Innenstadt überleben und auch nach Corona noch funktionieren kann.“