

# cima.MONITOR 2022 – Aktuelle Trends

## Zukunftsaufgaben für das Innenstadtmanagement

Handel  
Stadt + Regionalplanung  
Marketing  
Management  
Digitale Stadt  
Wirtschaftsförderung  
Immobilien  
Tourismus  
Mobilität

CMVO-Fachtagung Innenstadtmanagement | 17. Mai 2022 | Seelow

Mark Hädicke | cima-Projektleiter

### CIMA Beratung + Management GmbH

- gegründet 1988
- 90 Mitarbeiter\*innen
- unabhängig: in der Hand von 13 Partner:innen
- Neun Standorte bundesweit

### Starke Gruppe – Wirksame Expertise

- CIMA Österreich
- CIMA Institut für Regionalwirtschaft
- cima.digital
- themenübergreifendes Netzwerk



## Mark Hädicke

Dipl.-Geograf, Projektleiter cima Lübeck + Berlin

- seit 2007 bei der cima in Lübeck, seit 2018 Leiter der cima-Niederlassung in Berlin
- Mitgliedschaften u.a.:
  - Deutscher Verband für Angewandte Geographie
  - Arbeitskreis Geographische Handelsforschung im VGDH
- **Schwerpunktbereiche bei der cima:**
  - Einzelhandel:
    - Markt- und Strukturuntersuchungen
    - Einzelhandelsgutachten/-konzepte
    - Potenzial- und Auswirkungsanalysen
    - Bauplanungs- und raumordnungsrechtliche Expertisen
  - Innenstädte und Quartiere:
    - Machbarkeitsanalysen (Schwerpunkt Handel und Mixed Use, Sozialimmobilien)
    - Nutzungs- und Standortentwicklungskonzepte
  - Tourismusentwicklung



# Studienreihe zur Stadtentwicklung

2007 | 2009 | 2016 | 2019 | 2021

**CIMA.**

## Methodik



Repräsentative Stichprobe:  
2.241 Befragte bundesweit  
(150 bis 156 je Bundesland)



Befragungszeitraum:  
Oktober bis November 2021



29 Fragen zu Demografie,  
Kaufverhalten, Perspektiven  
& Verhaltensänderungen

## Fokusthemen der Stadtentwicklung im Meinungsbild der Deutschen

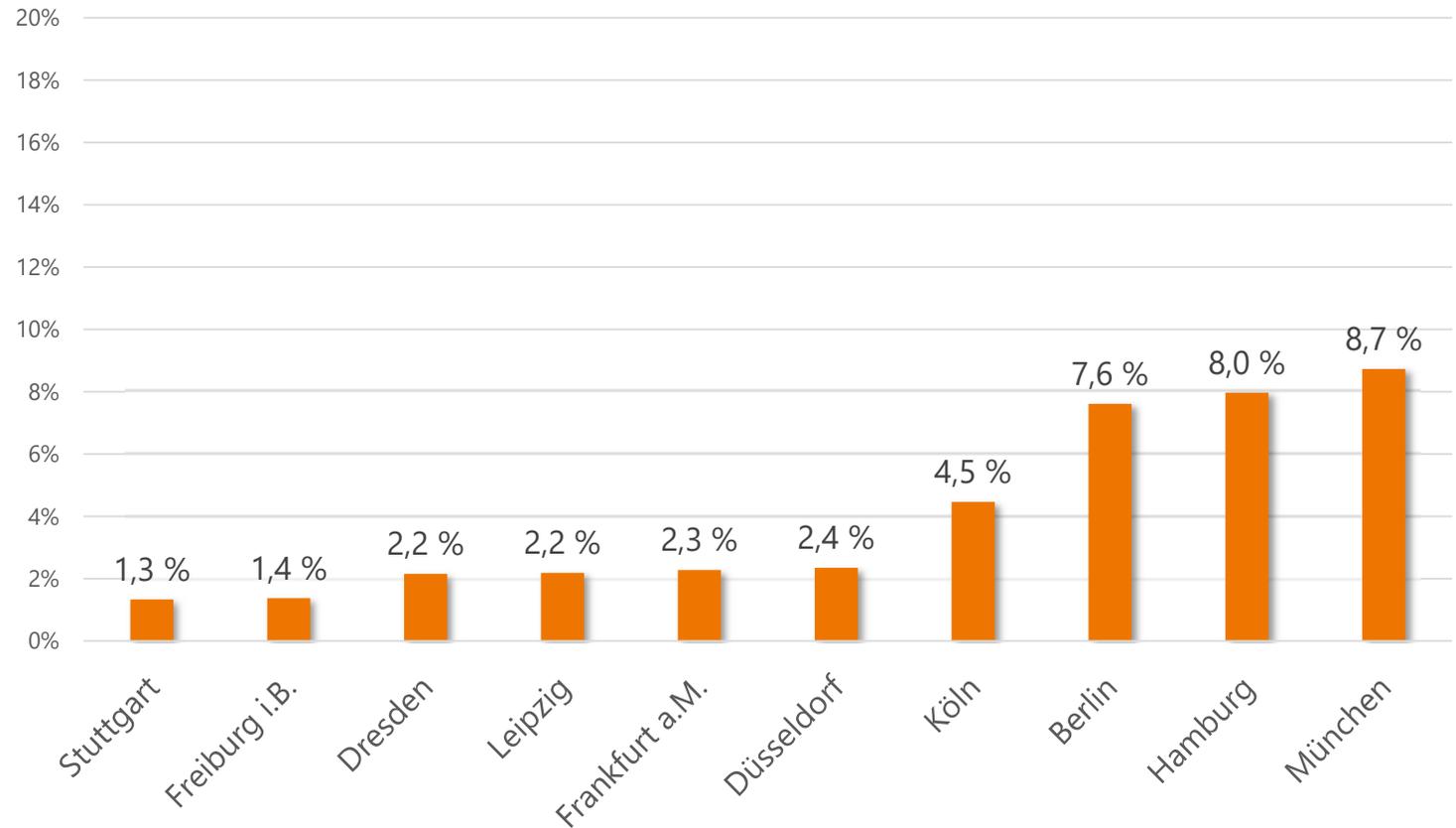


**CIMA.** MONITOR

## Fokus Innenstadt

„Welches ist für Sie die attraktivste Innenstadt Deutschlands?“ – Top 10 Nennungen

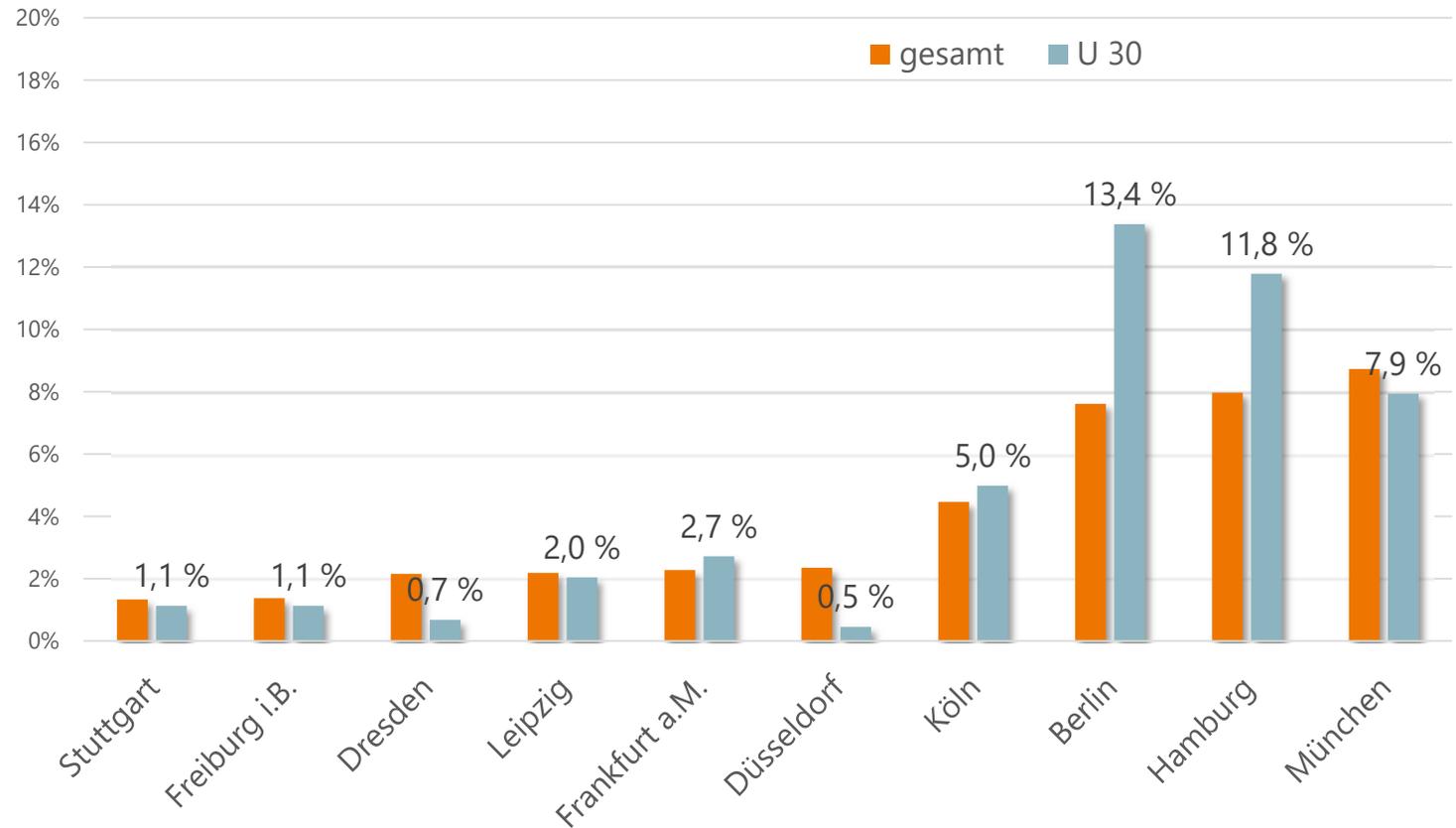
**München ist die attraktivste Innenstadt Deutschlands – noch**



## Fokus Innenstadt

„Welches ist für Sie die attraktivste Innenstadt Deutschlands?“ – Top 10 Nennungen

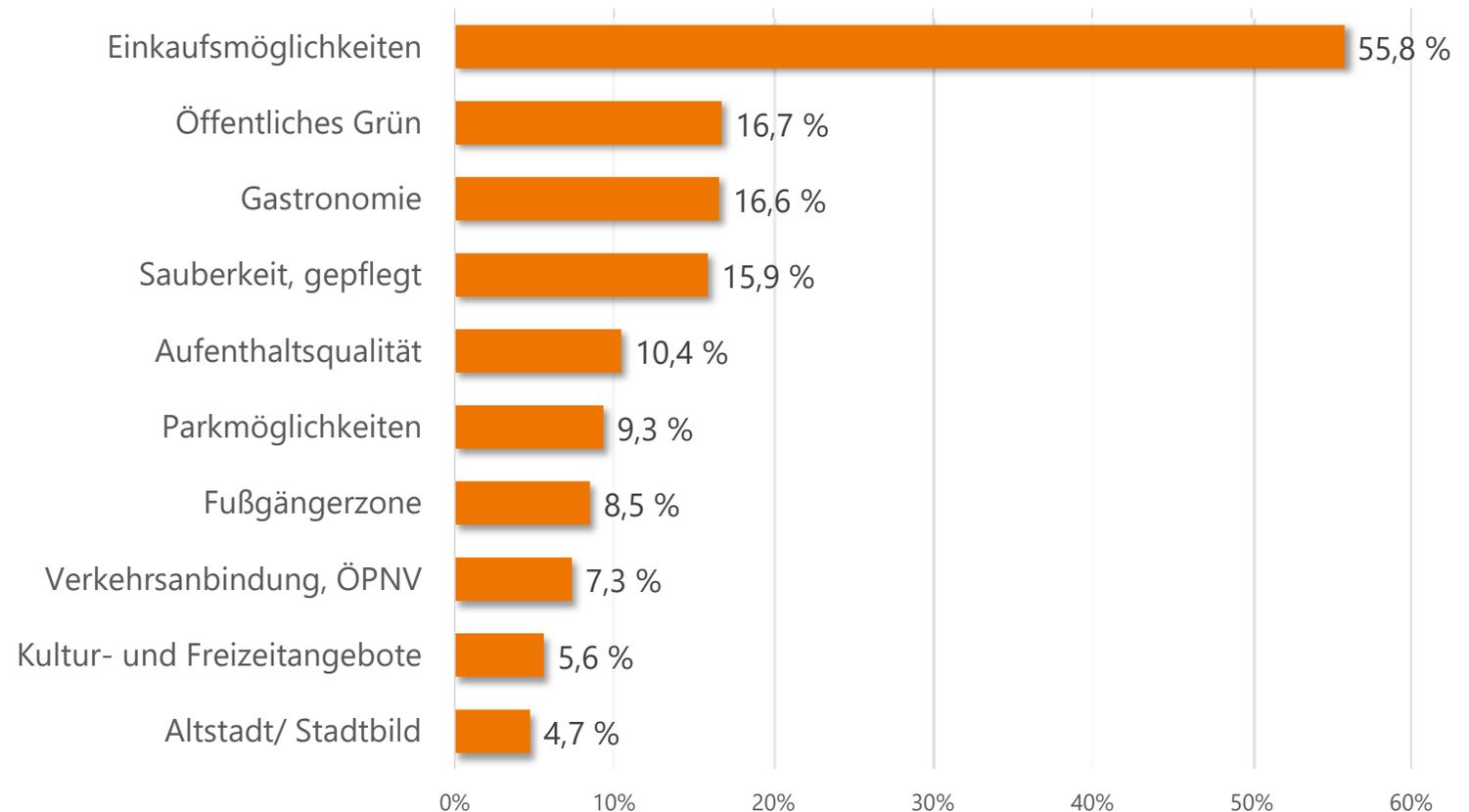
**Bei der jungen Generation führen Hamburg und Berlin!**



## Fokus Innenstadt

„Was zeichnet in Ihren Augen eine attraktive Innenstadt aus?“ – Top 10 Nennungen

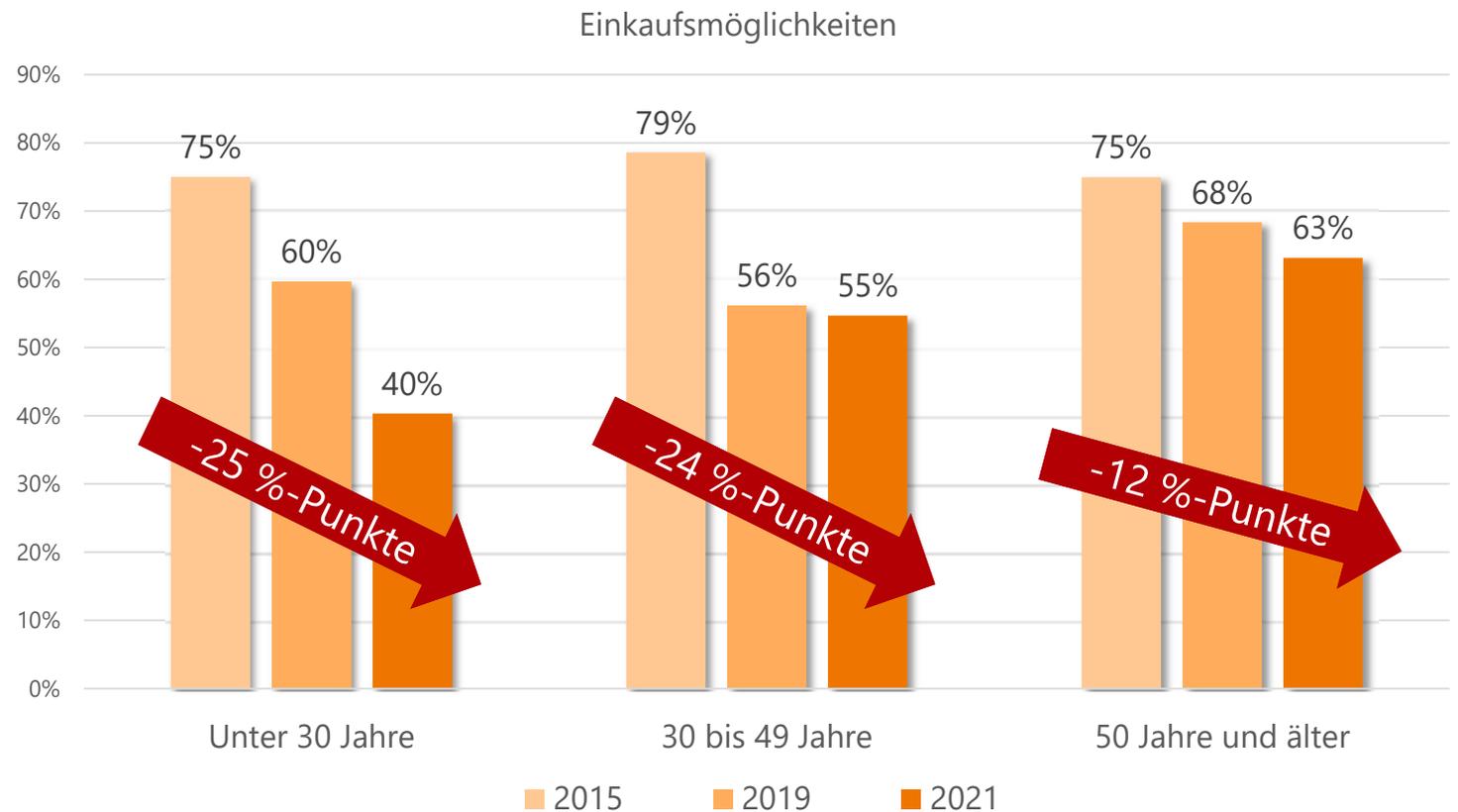
**Einkaufsmöglichkeiten sind noch immer der wichtigste Attraktivitätsfaktor der Innenstädte...**



# Fokus Innenstadt

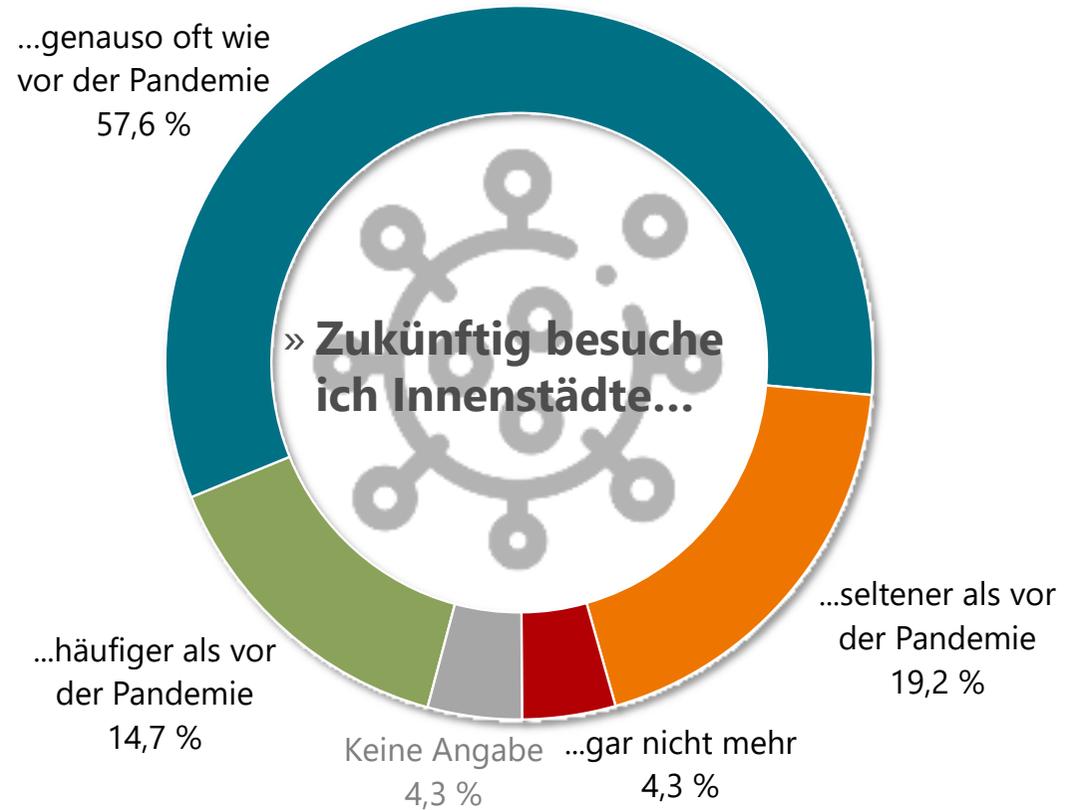
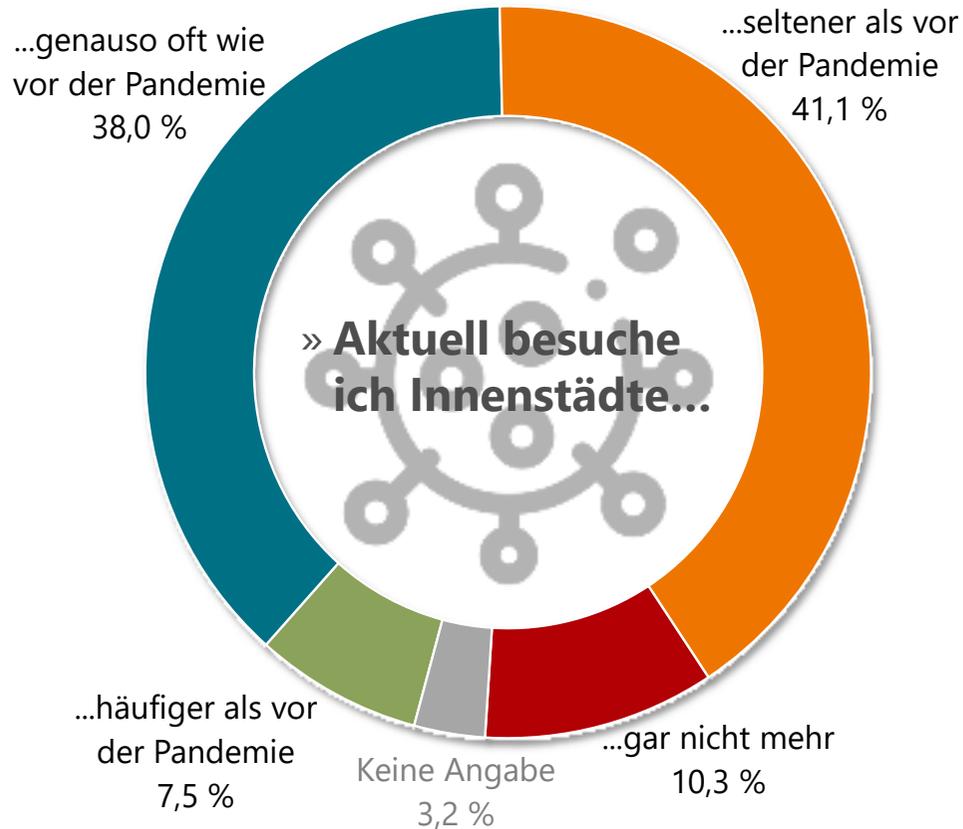
„Was zeichnet in Ihren Augen eine attraktive Innenstadt aus?“

**...aber:  
Die Bedeutung der  
Einkaufsmöglichkeiten  
sinkt!**



# Innenstadt & Corona

„Hat sich Ihr Besuchsverhalten durch die Corona-Pandemie verändert?“



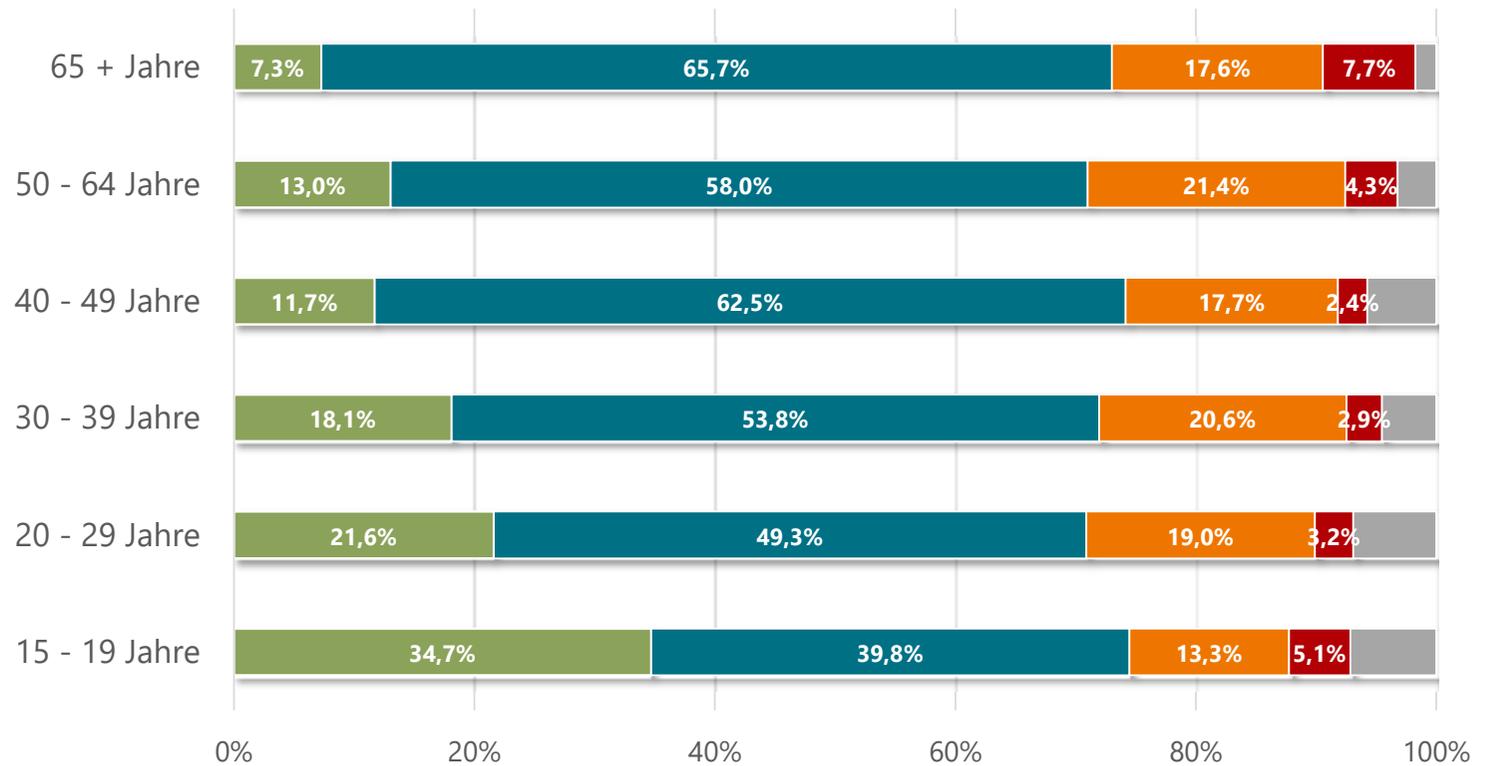
# Innenstadt & Corona

Anzeichen der Post-Corona-Innenstadt



» Zukünftig besuche ich Innenstädte...

■ ...häufiger % ■ ...genauso oft % ■ ...seltener als vor der Pandemie % ■ ...gar nicht mehr % ■ k.A. %

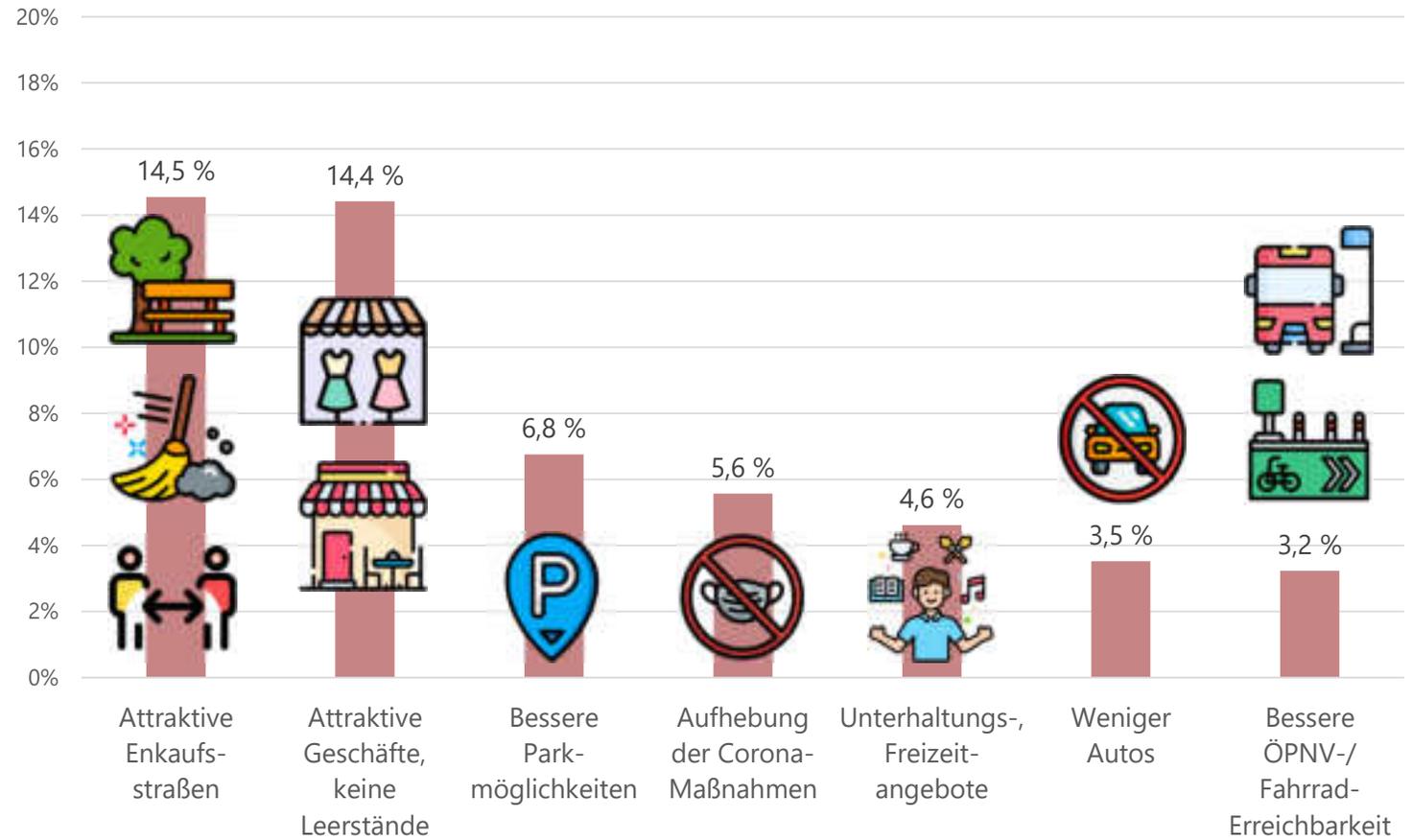


» **Junge Menschen sind innenstadt-affin. Sie wollen Innenstädte bewusst unterstützen.**

# Innenstadt & Corona

Post-Corona-Innenstadt

- » Die Menschen sind bereit, in die Innenstädte zurückzukehren.
- » Aber sie erwarten **Erlebnisorientierung & Aufenthaltsqualität!**



# Innenstadt & Corona

Schlussfolgerungen für die Post-Corona-Innenstadt

» **Die Innenstadt wird zum Third Place**

- » Freizeit, Erlebnis und Erholung werden wichtiger
- » Bedürfnisbefriedigung statt Bedarfsdeckung

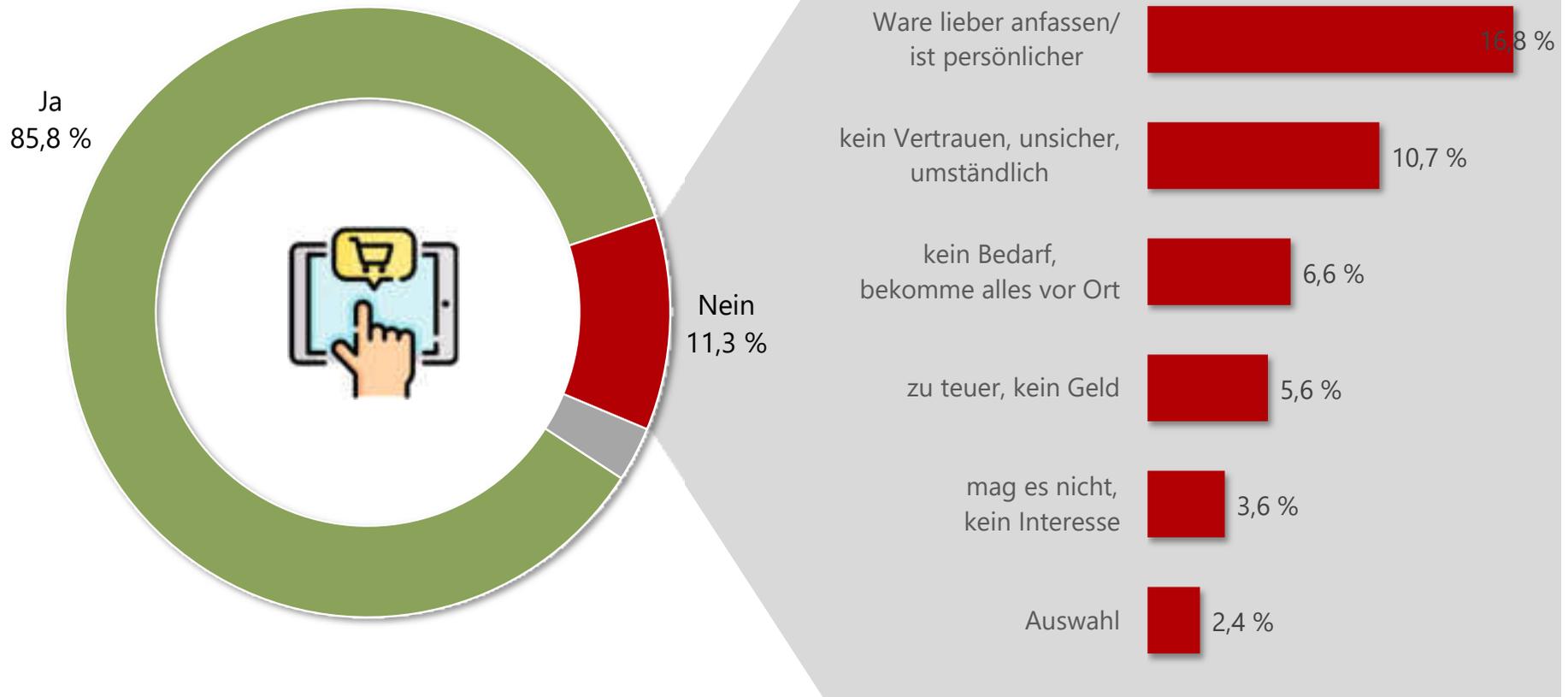
» **Attraktive Mixed-Use-Konzepte sind gefragt**  
(Erlebnis-Shopping + Erlebnis-Gastronomie)

» **Nachhaltige Mobilität rückt ins Bewusstsein**



# Fokus Shopping

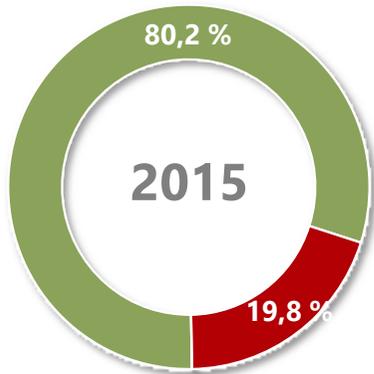
„Haben Sie im vergangenen Jahr auch online eingekauft?“



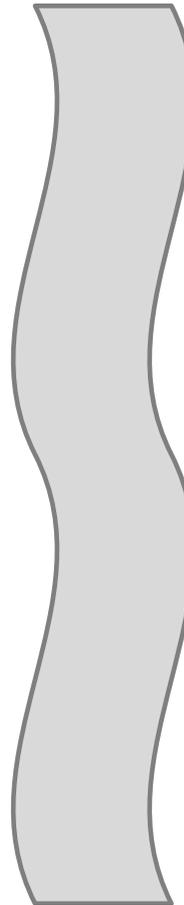
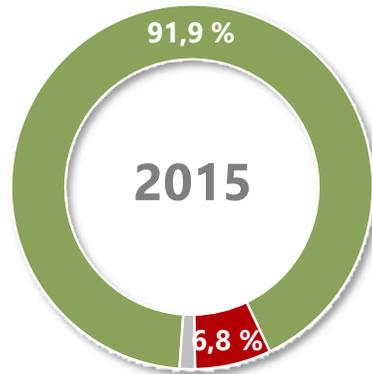
# Fokus Shopping

„Haben Sie im vergangenen Jahr auch online eingekauft?“

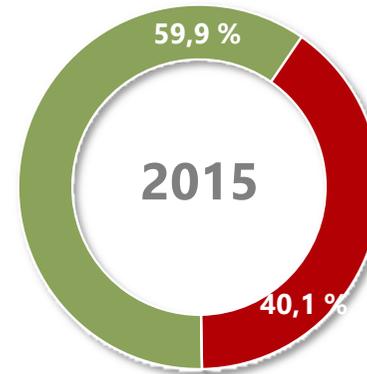
### 15-19 Jahre



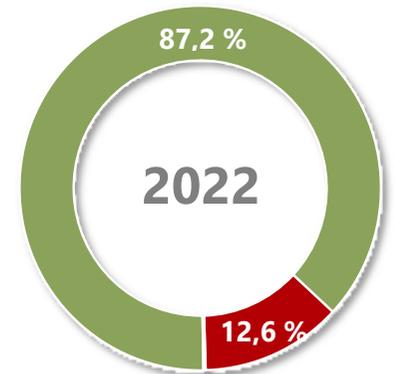
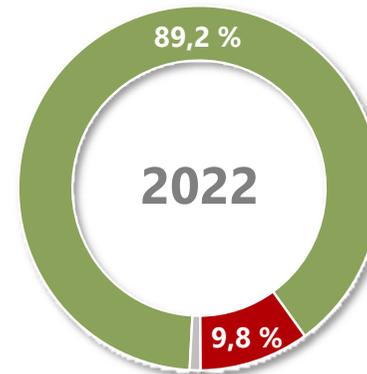
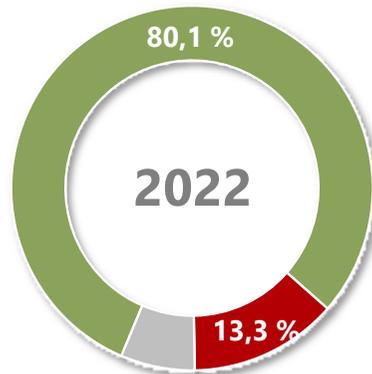
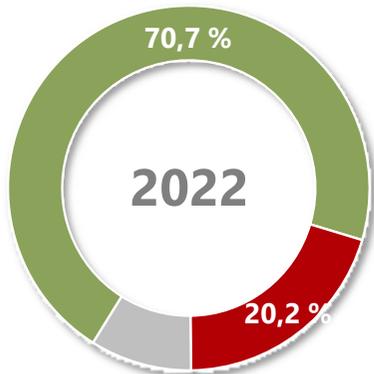
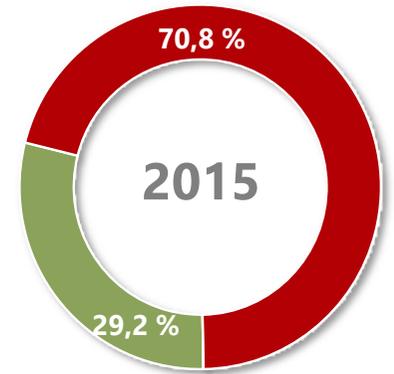
### 20-22 Jahre



### 50-64 Jahre



### 65+ Jahre



# Fokus Shopping

Schlussfolgerungen für die Innenstadt von morgen

## Greta-Effekt



vs.

## Silver Surfers?



# Fokus Shopping

Schlussfolgerungen für die Innenstadt von morgen

» Die junge Generation konsumiert kritischer.

» **Fast Fashion ist out.**  
**Fair Fashion ist in.**

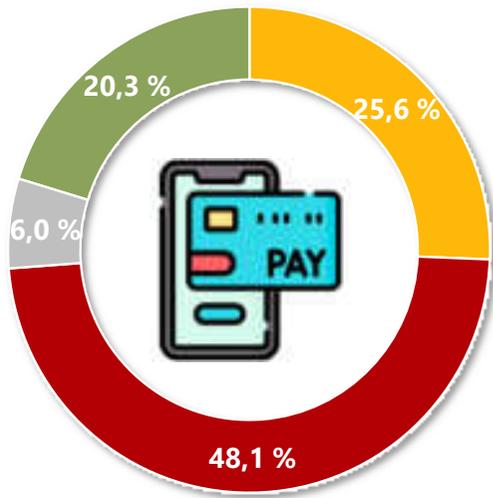
» **Machen Sie Ihre  
Innenstadt nachhaltig –  
aber meinen Sie es ernst.**



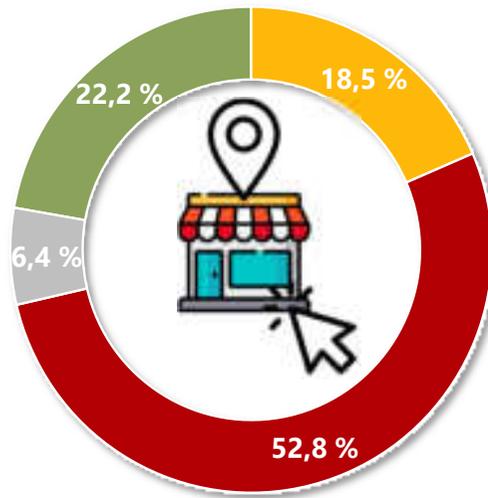
# Fokus Shopping

„Nutzen Sie im lokalen Einzelhandel vor Ort folgende digitale Angebote?“

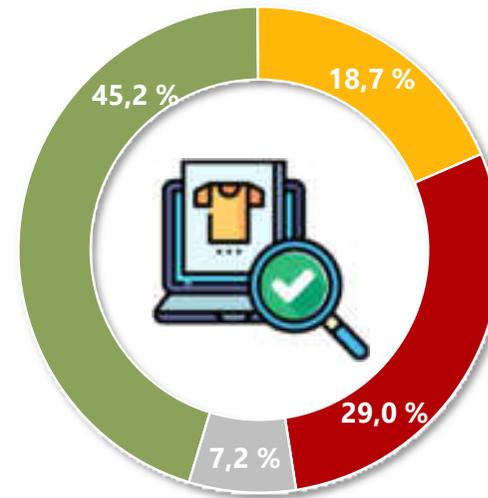
### Mobile Payment



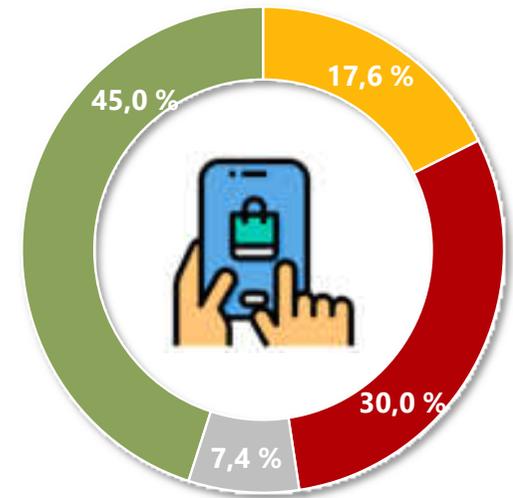
### Click & Collect



### Verfügbarkeits-Check



### Shopping-Apps



- ja
- nein, aber ich denke, dass ich es wohl zukünftig nutzen werde
- ja
- nein, ich werde es wohl auch zukünftig nicht nutzen
- keine Angabe

- » **Die Menschen kommen zurück in die Innenstädte, aber...**
  - » die Bedeutung des Einzelhandels nimmt ab.
  - » Bedürfnisbefriedigung statt Bedarfsdeckung.
  - » Erlebnisorientierung und Aufenthaltsqualität rücken in den Fokus –
  - » **Die Innenstadt als Third Place!**
  
- » **Gesamtgesellschaftliche Megatrends müssen sich auch in den Innenstädten wiederfinden:**
  - » Nachhaltige Mobilität
  - » Nachhaltiger Konsum (fair, ökologisch,...)
  - » Sharing Economy
  - » **Der Wandel findet jetzt statt. Gestalten Sie ihn mit!**



# Fragen & Diskussion



## KONTAKT

haedicke@cima.de



cima.de

cimadirekt.de

blog.cima.de

newsletter.cima.de