

## Pressekonferenz

# Ergebnisse der IFH-Passantenbefragung zur Attraktivität der Frankfurter Innenstadt

Dienstag, 7. März 2023 um 11:00 Uhr,  
IHK Frankfurt am Main

# Inhaltsverzeichnis

**1** Methodik

**2** Teilnehmende Städte vergleichbarer Größe

**3** Ergebnisse im Detail

3.1 Wer besucht die Innenstadt? Wohnort und Alter

3.2 Wie wird die Innenstadt besucht? Verkehrsmittel

3.3 Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?

3.4 Warum wird die Innenstadt besucht? Besuchsanlass

3.5. Wie shoppen die Innenstadtbesucher? Ausgabeverhalten und Onlineverhalten

3.6. Zukünftige Anforderungen an die Innenstadt

## Methodik

- Die Studie „Vitale Innenstädte“ wird alle zwei Jahre vom Institut für Handelsforschung (IFH) in Köln durchgeführt.
- Befragt wurde im Zeitraum von September bis November 2022 (donnerstags und samstags) in 111 Kommunen unterschiedlicher Größe in ganz Deutschland.
- Merkmale der Befragung:
  - Standardisierter, einheitlicher Fragebogen
  - Auswertung durch das IFH Köln
  - Clusterung der Kommunen nach Einwohnerzahl zu „Ortsgrößenklassen“ in der Ergebnisdarstellung
- Wirtschaftsförderung Frankfurt sowie Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main haben die organisatorische und inhaltliche Abwicklung vor Ort gesteuert.
- In der Frankfurter Innenstadt wurden an verschiedenen Donnerstagen und Samstagen an zehn Standorten ca. 2.000 Passantinnen und Passanten befragt.

## Städte derselben Ortsgrößenklasse

Ortsgrößenklasse mehr als 500.000 Einwohner

(11 Städte):

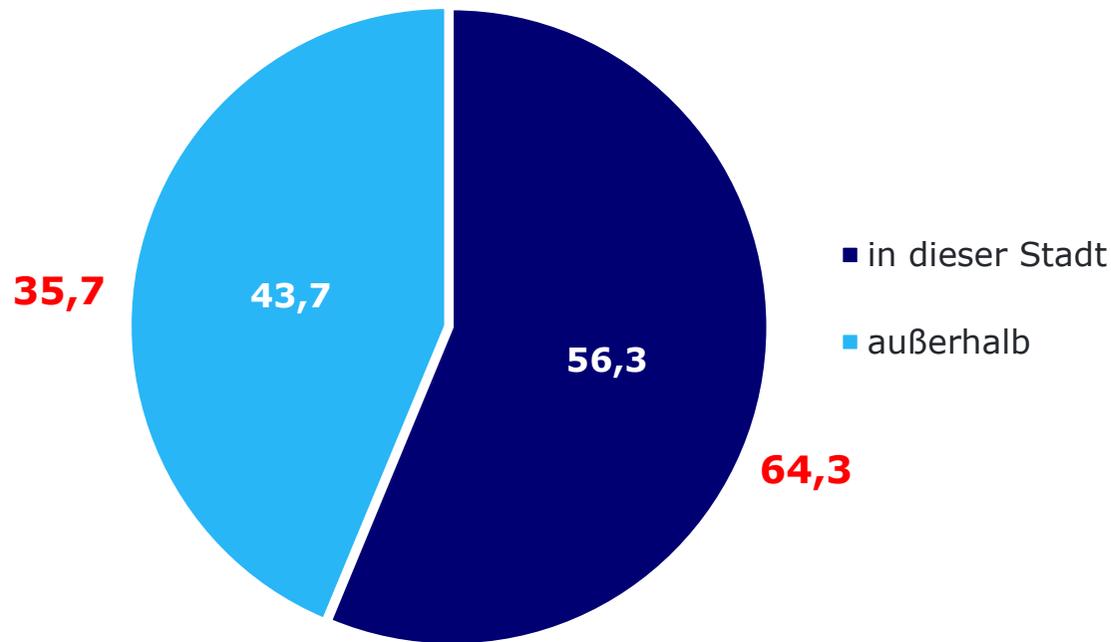
- Berlin City West
- Bremen
- Dortmund
- Düsseldorf
- **Frankfurt am Main**
- Hamburg
- Hannover
- Köln
- Leipzig
- Nürnberg
- Stuttgart

## WER BESUCHT DIE INNENSTADT?

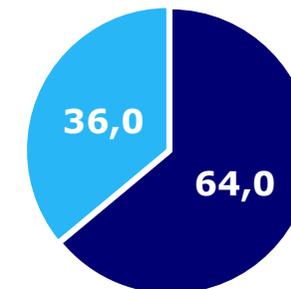
Wohnen Sie in dieser Stadt oder außerhalb?

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

### Frankfurt

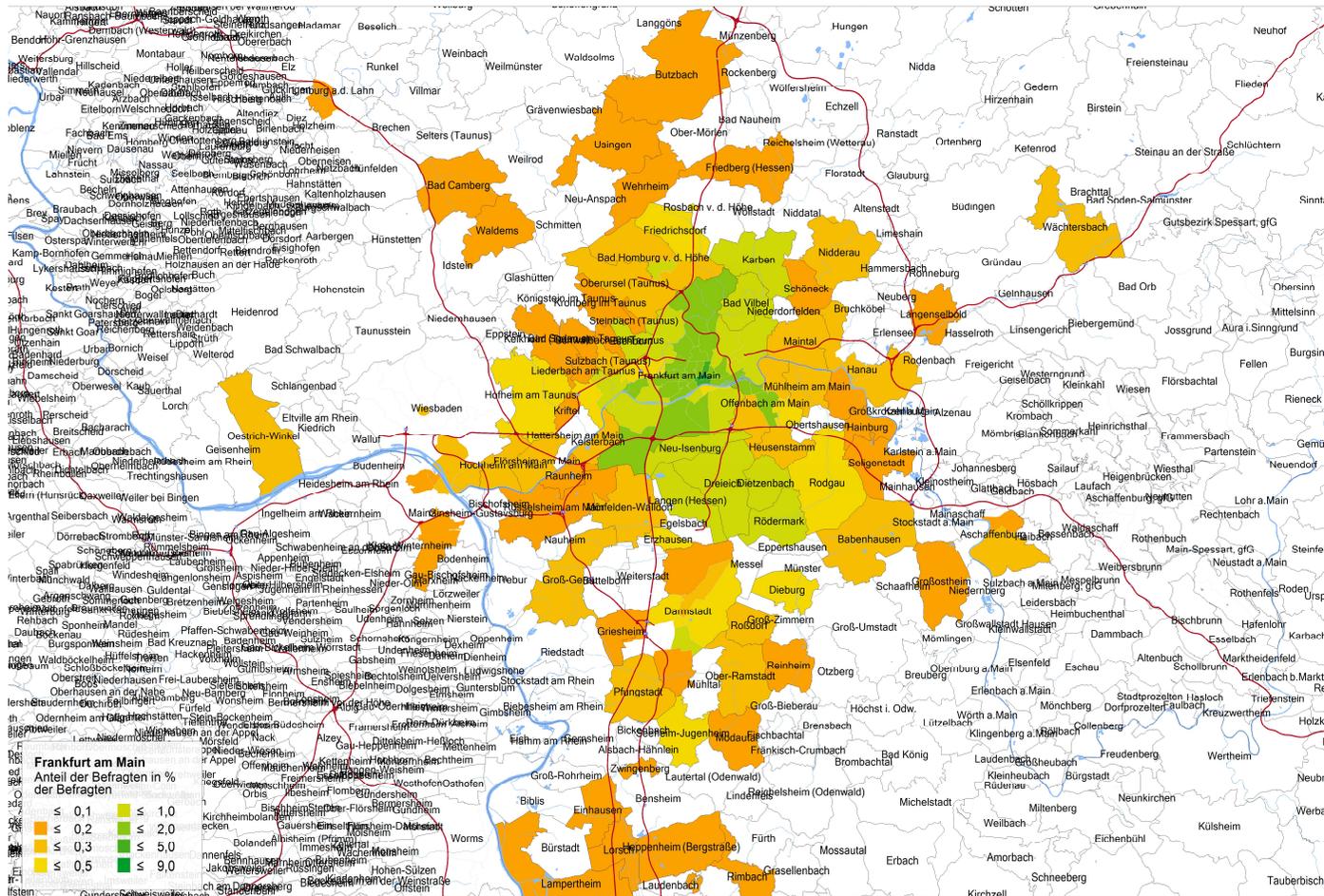


### Ortsgrößendurchschnitt

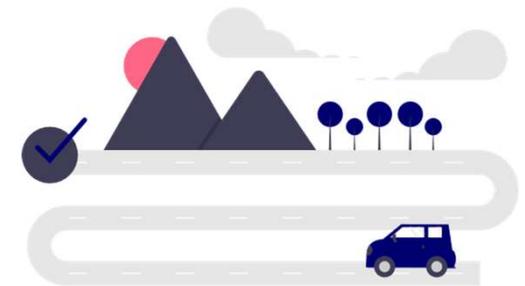


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten  
Rot = Werte aus der Befragung „Vitale Innenstädte 2018“

# EINZUGSGEBIET FRANKFURT AM MAIN



DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



Industrie- und Handelskammer  
Frankfurt am Main

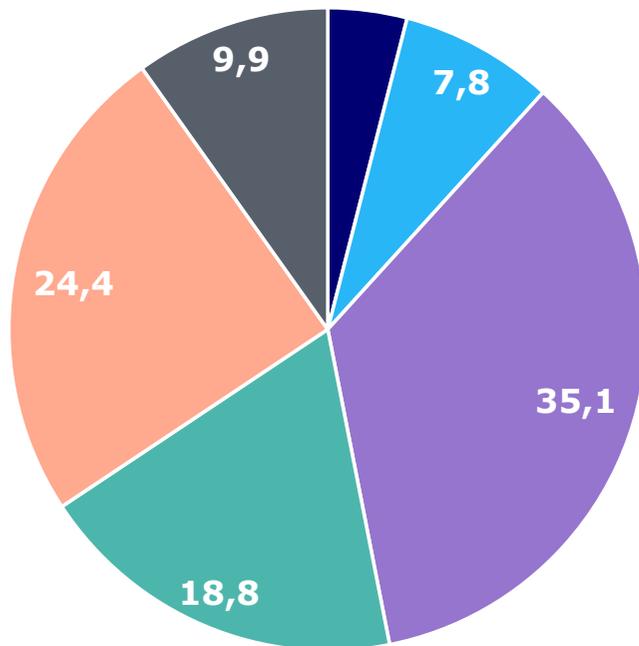


# WER BESUCHT DIE INNENSTADT?

Alter der Besucher

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

## Frankfurt

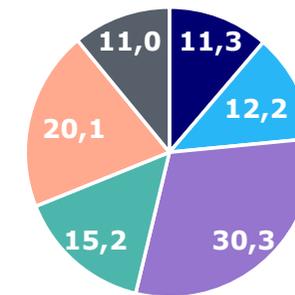


- bis 20
- 21 - 25
- 26 - 40
- 41 - 50
- 51 - 65
- über 65

Durchschnittsalter:  
**43,9 Jahre** **40 Jahre (2018)**

INFO n = 2.003, Angaben in % der Befragten  
Rot = Werte aus der Befragung „Vitale Innenstädte 2018“

## Ortsgrößendurchschnitt

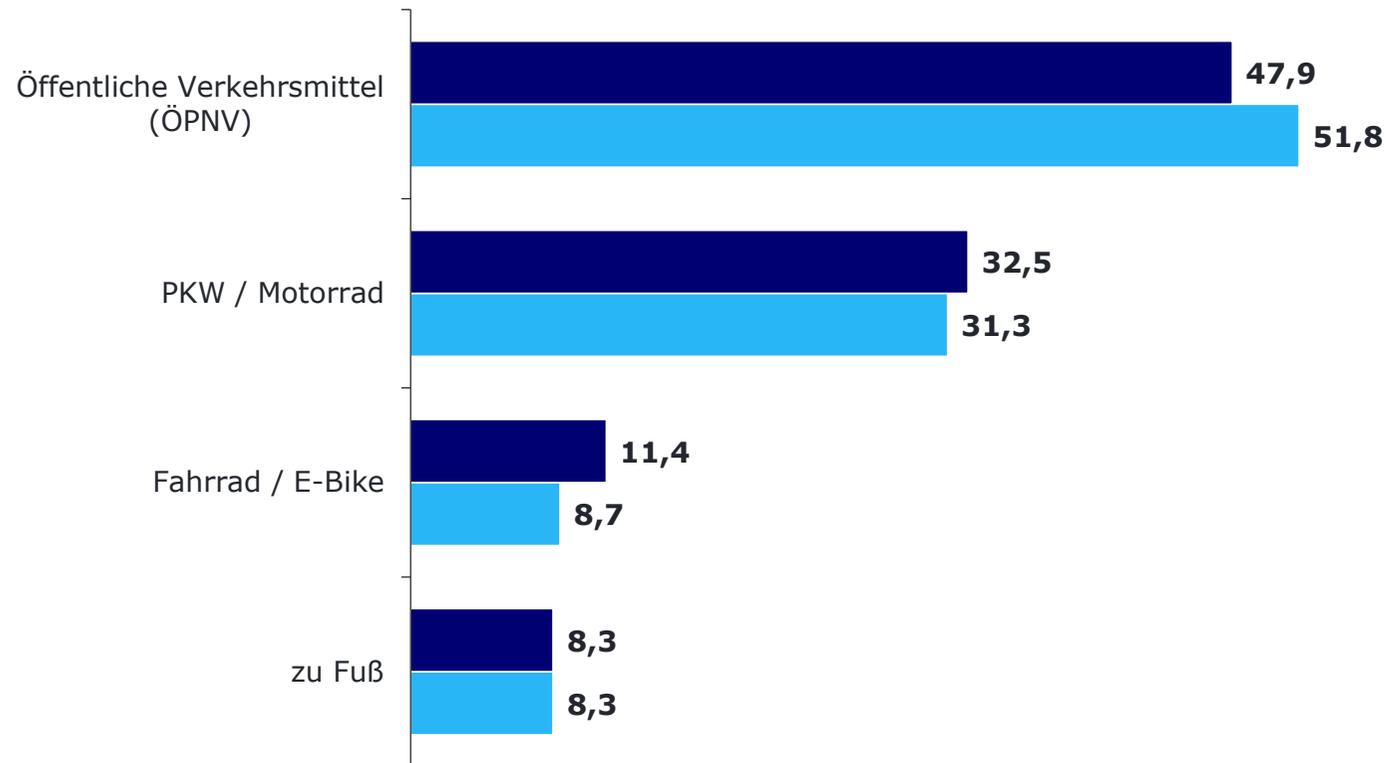


Durchschnittsalter:  
**41,1 Jahre**

## WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE



- Frankfurt
- Ortsgrößendurchschnitt

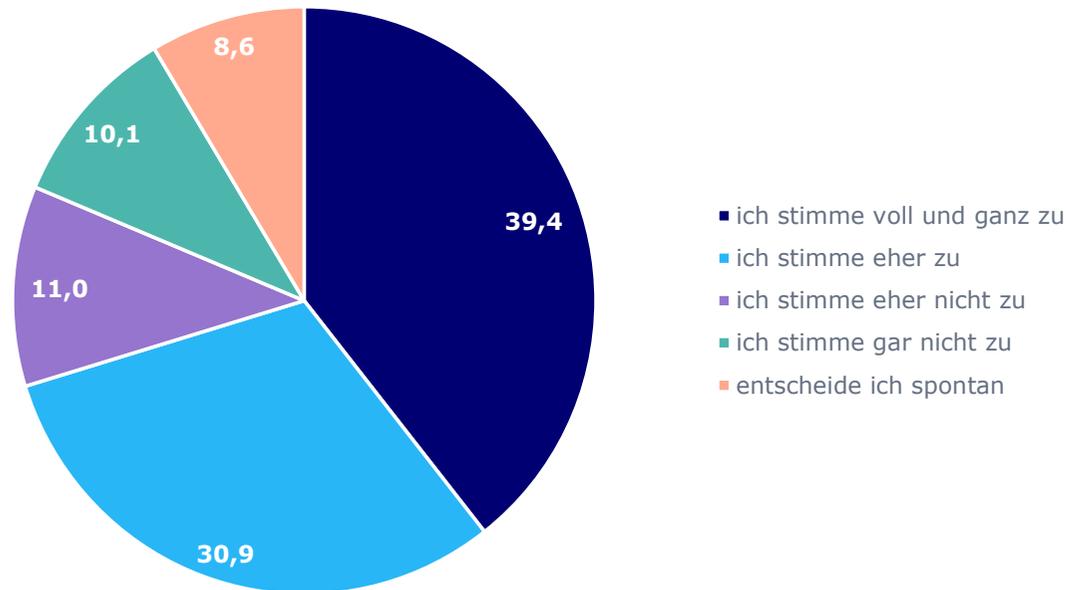


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

## VERZICHT AUF PKW - GESAMTERGEBNISSE

Ich würde auch ohne PKW zum Einkaufen in die Frankfurter Innenstadt kommen, z.B. mit dem ÖPNV, dem Rad oder zu Fuß.

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

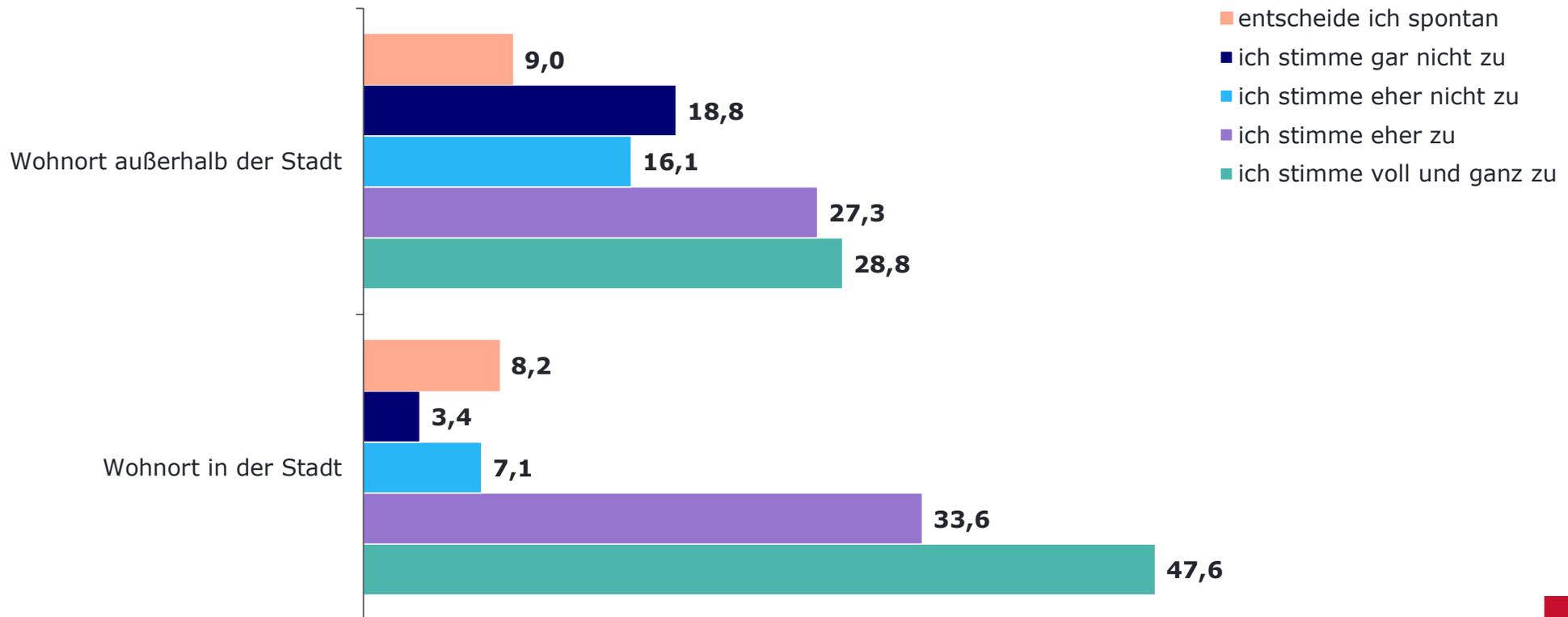


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

## VERZICHT AUF PKW - ERGEBNISSE NACH HERKUNFT

Ich würde auch ohne PKW zum Einkaufen in die Frankfurter Innenstadt kommen, z.B. mit dem ÖPNV, dem Rad oder zu Fuß.

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE



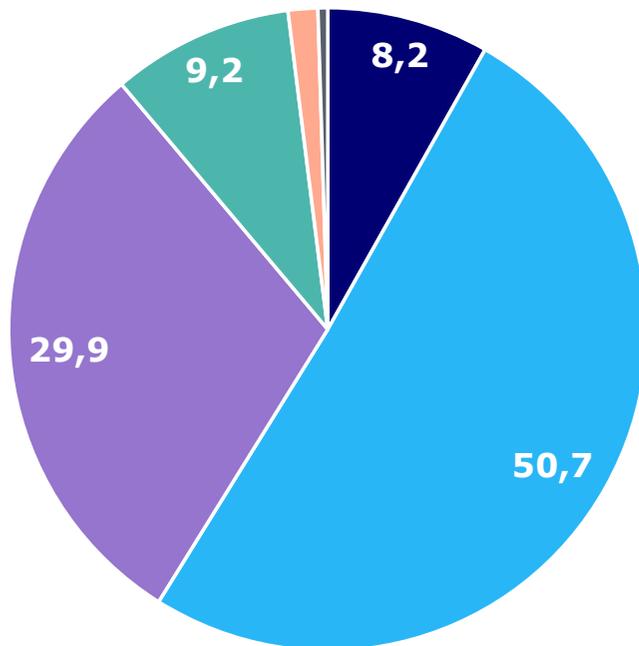
INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

## WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

Welche Schulnote würden Sie dieser Innenstadt in Bezug auf ihre Attraktivität insgesamt geben?

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

### Frankfurt

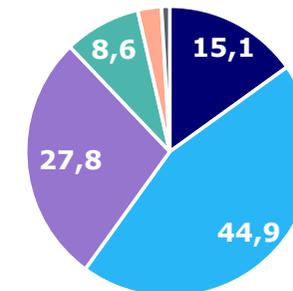


- sehr gut
- gut
- befriedigend
- ausreichend
- mangelhaft
- ungenügend

Durchschnittsnote:  
**2,5 2,2 (2018)**

INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten  
Rot = Werte aus der Befragung „Vitale Innenstädte 2018“

### Ortsgrößendurchschnitt

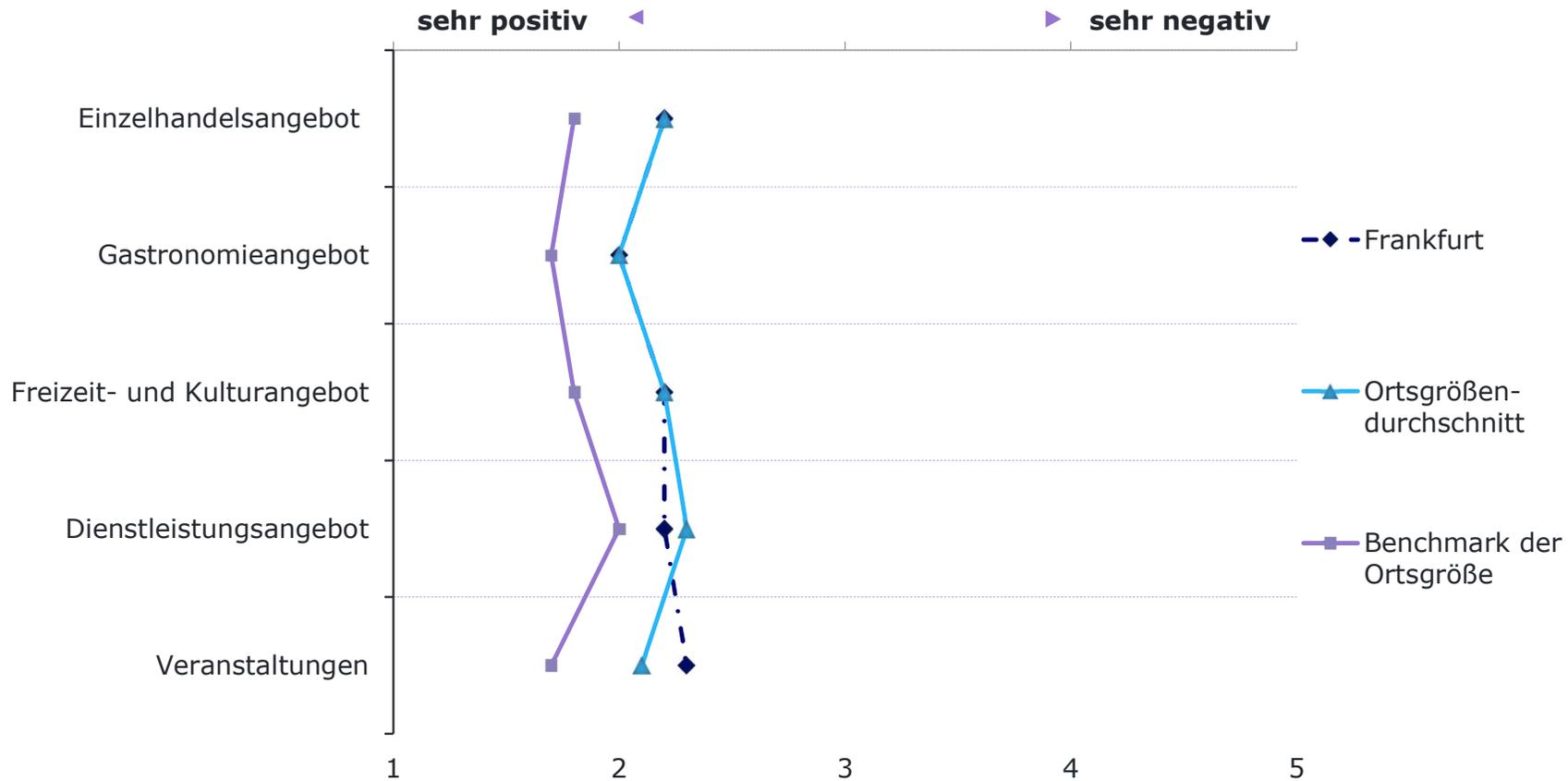


Durchschnittsnote:  
**2,4**

## WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf das folgende Angebot?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

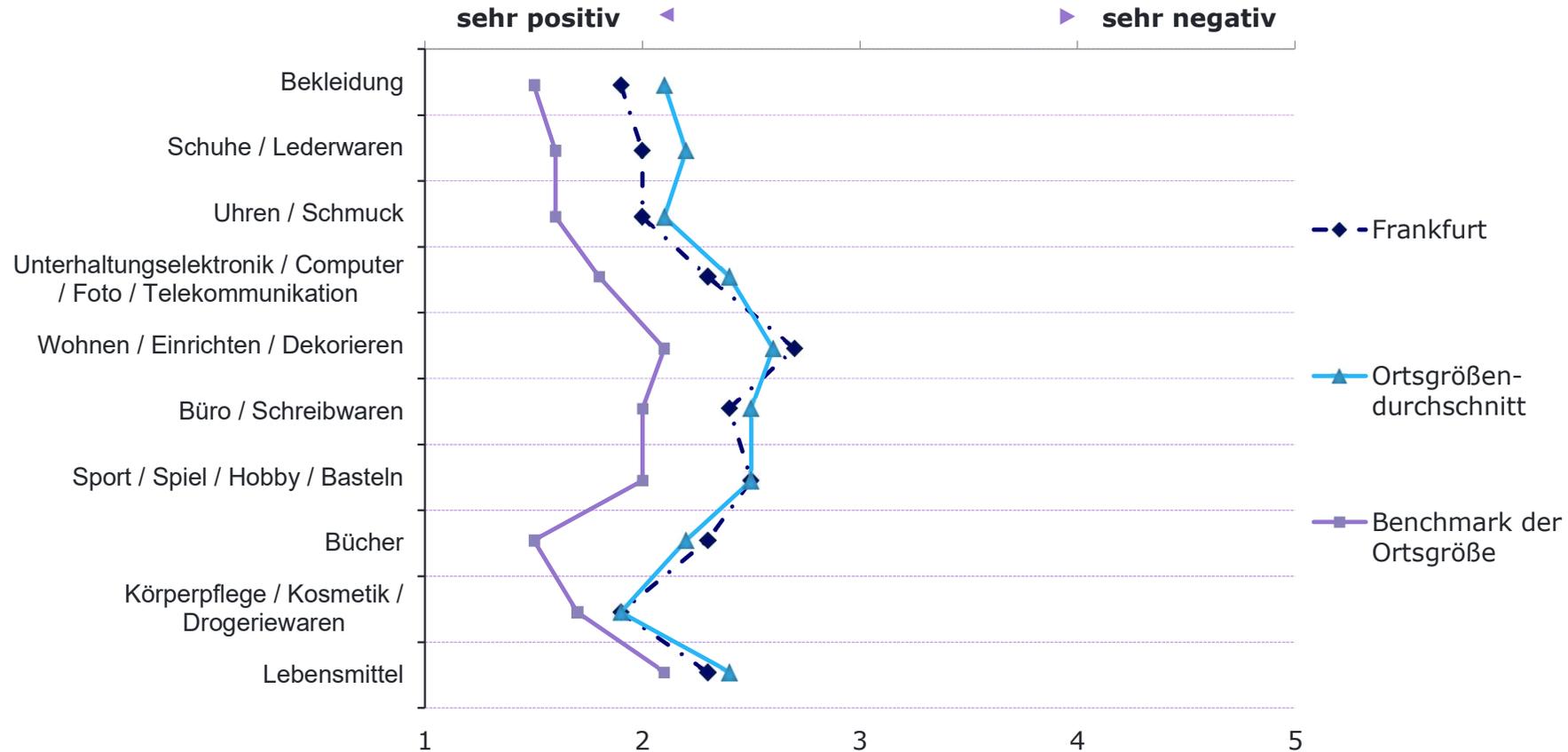


INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

# WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf das folgende Angebot?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

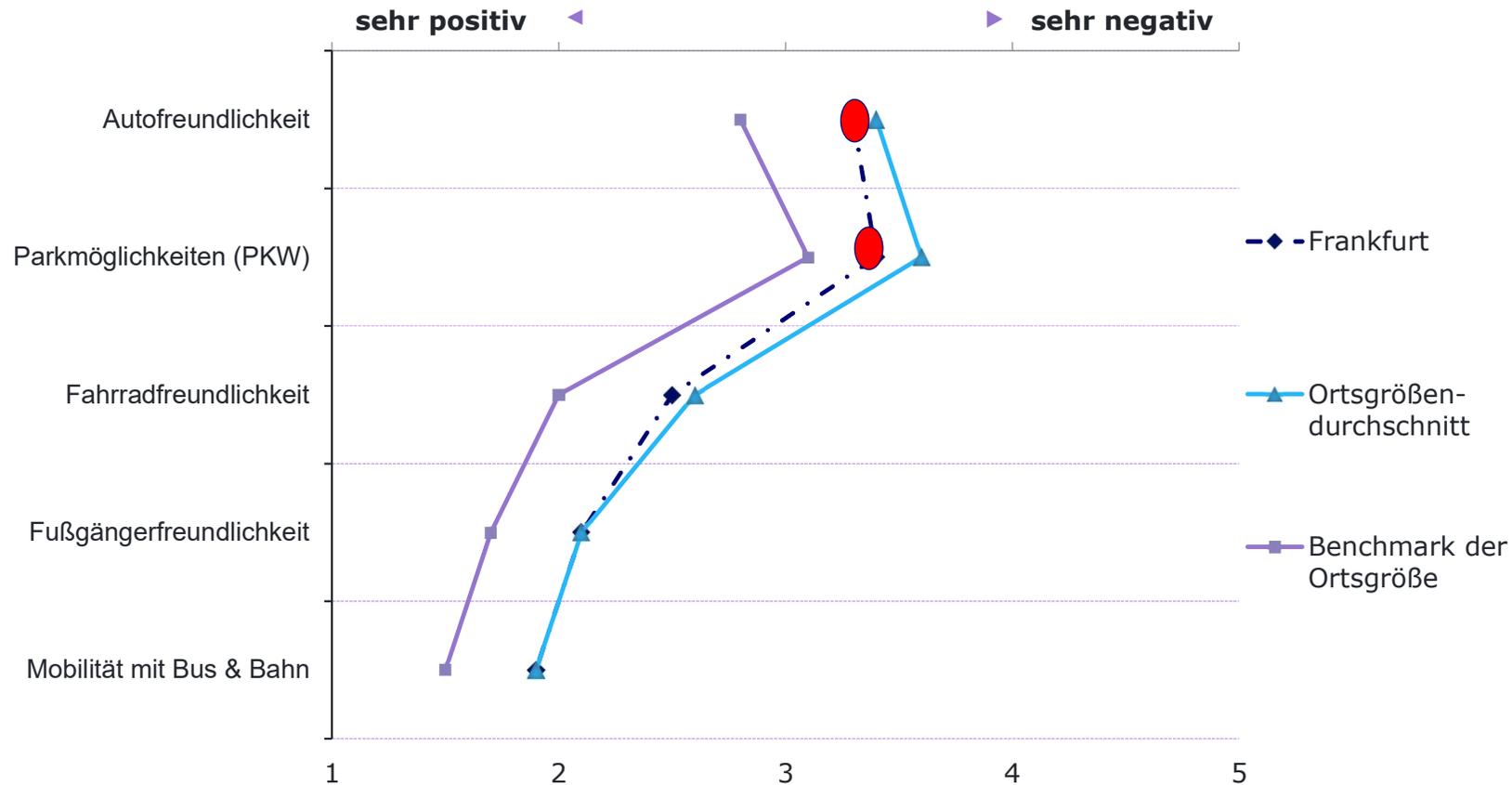


INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

## WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf das folgende Angebot?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

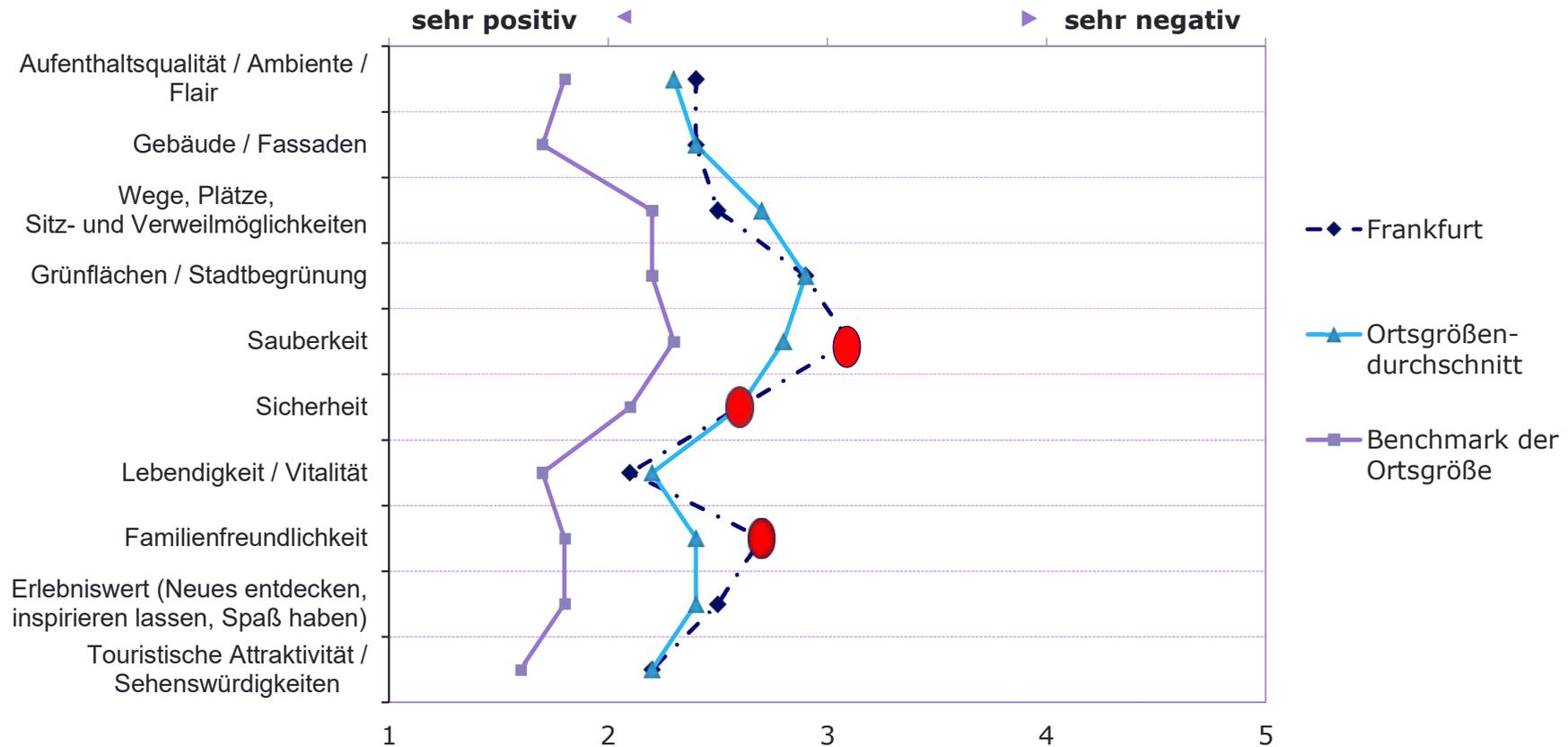


INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

# WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf das folgende Angebot?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

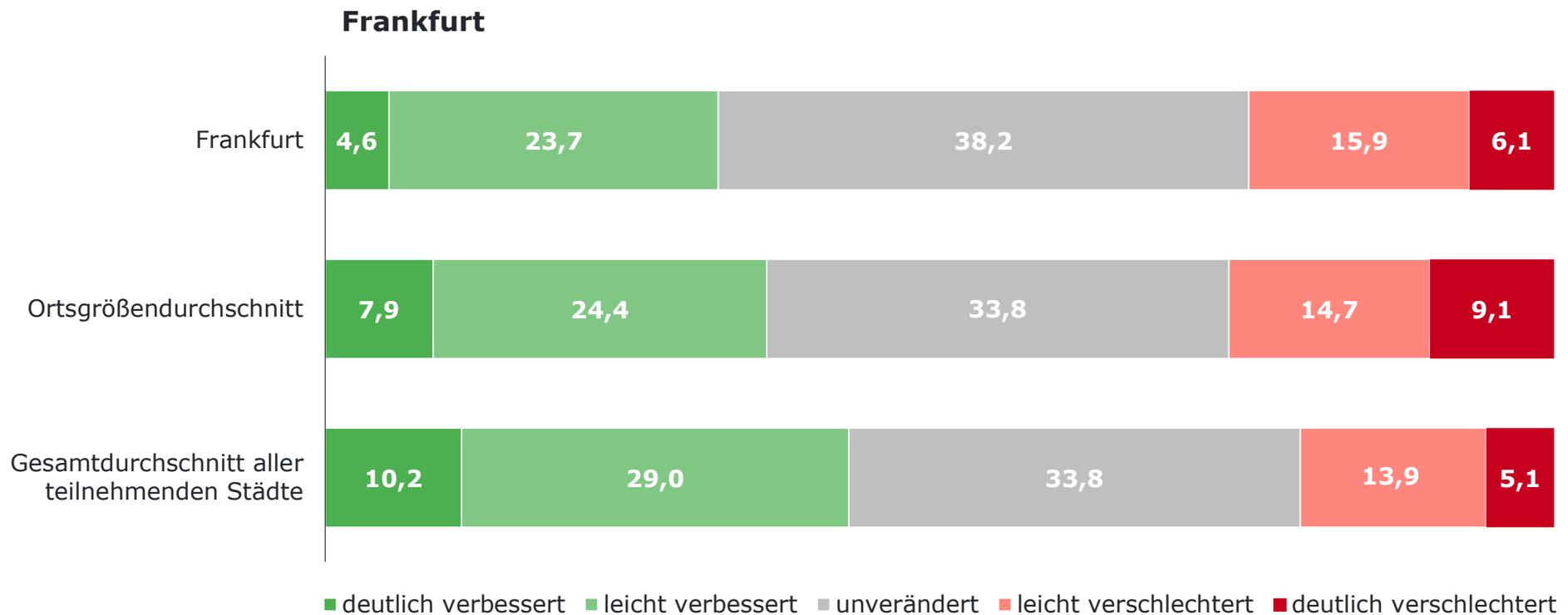


INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

## ENTWICKLUNG DER ATTRAKTIVITÄT IN DEN LETZTEN JAHREN

Wie hat sich Ihrer Meinung nach die Attraktivität dieser Innenstadt insgesamt in den letzten Jahren entwickelt?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

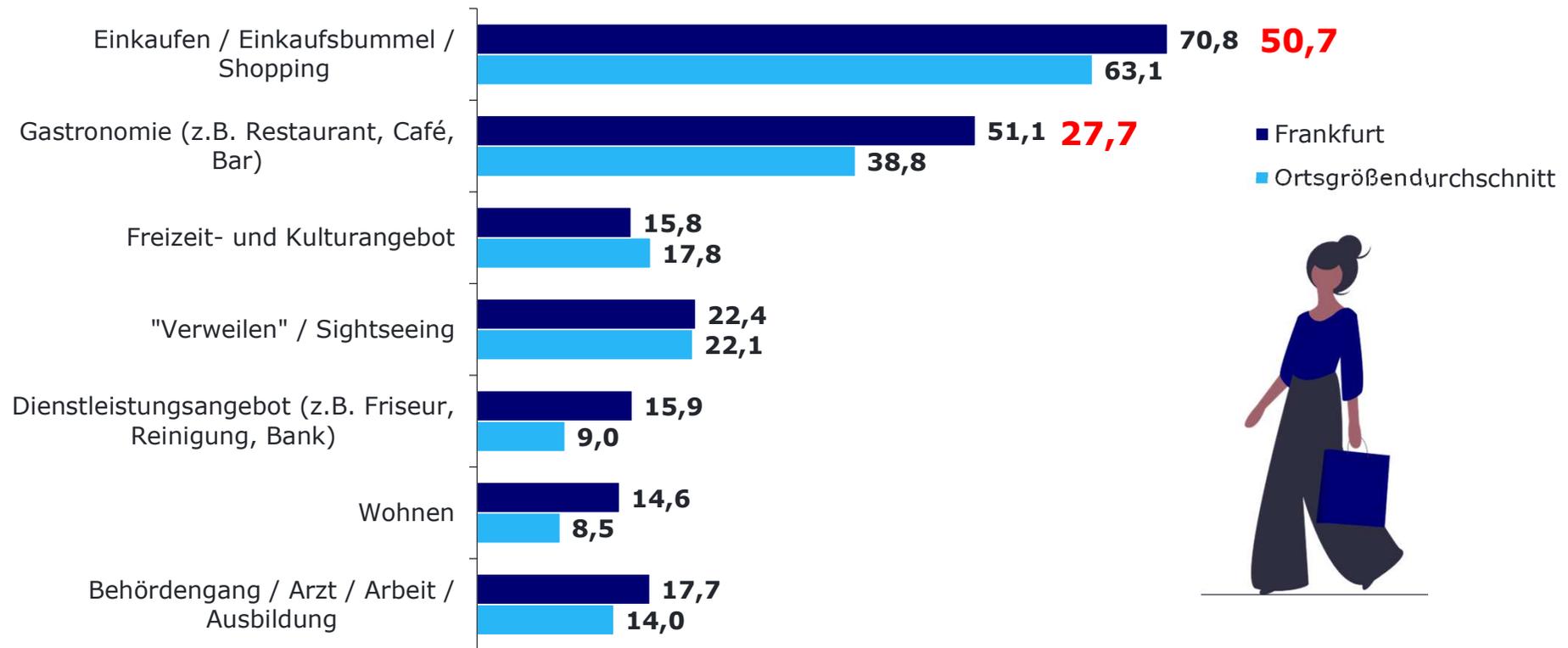


**INFO** n = 2.004, Angaben in % der Befragten

# WARUM WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE



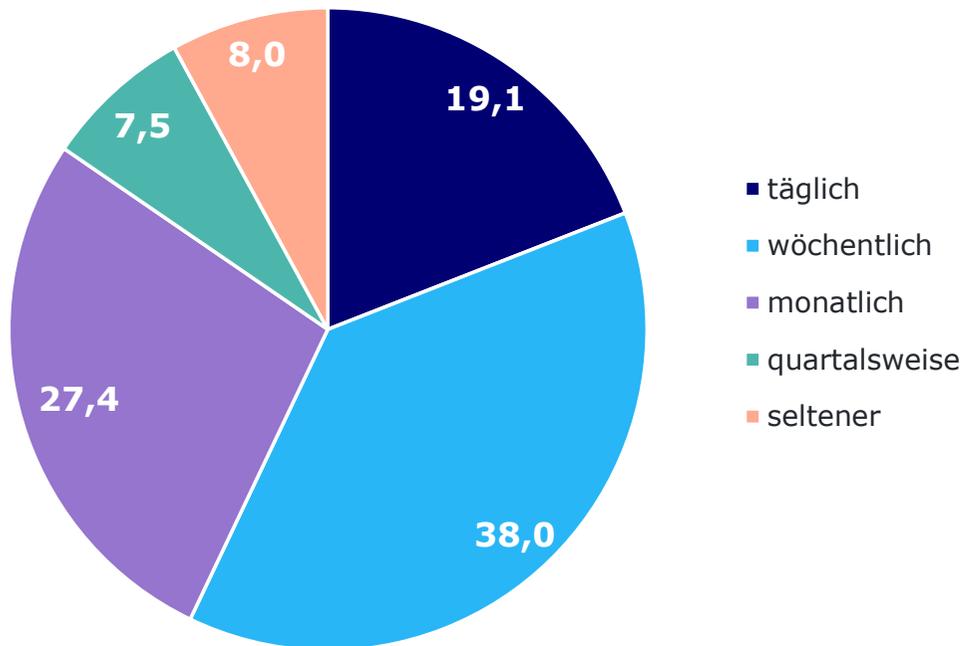
INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten  
 Rot = Werte aus der Befragung „Vitale Innenstädte 2018“

## WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

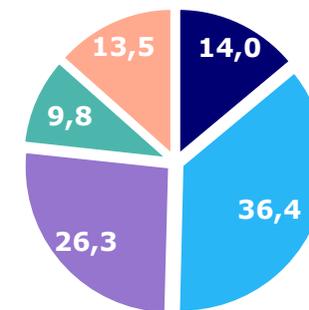
Wie oft besuchen Sie diese Innenstadt in etwa zum Einkaufen?

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

### Frankfurt



### Ortsgrößendurchschnitt



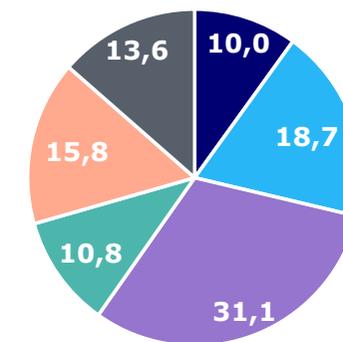
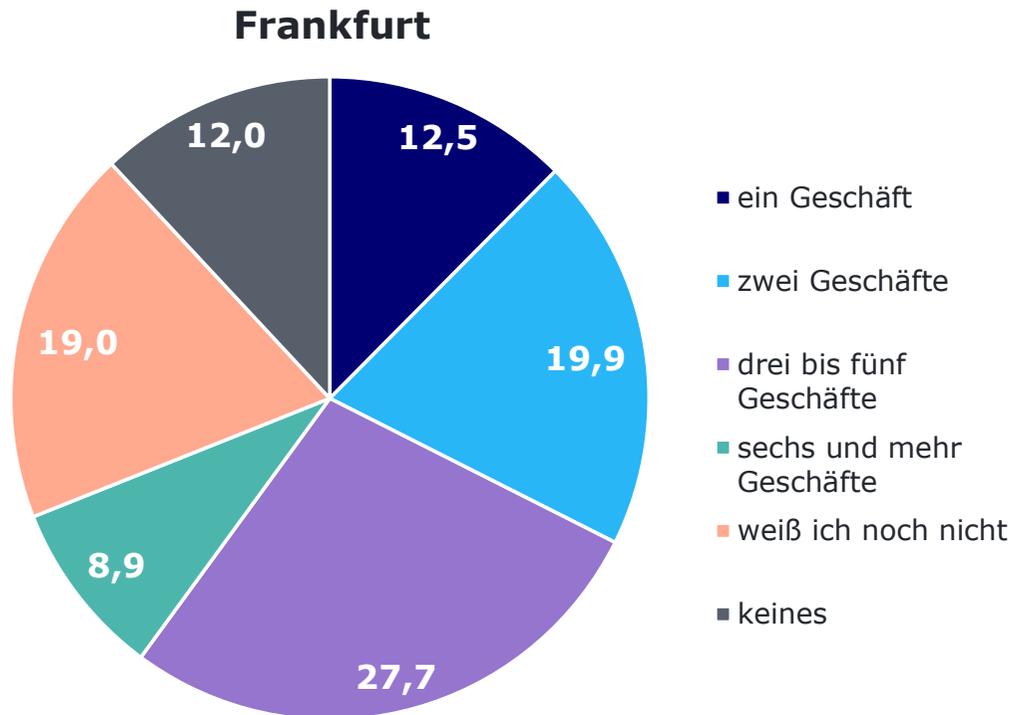
INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

## WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

Wie viele Einzelhandelsgeschäfte werden Sie heute voraussichtlich besuchen?

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

### Ortsgrößendurchschnitt

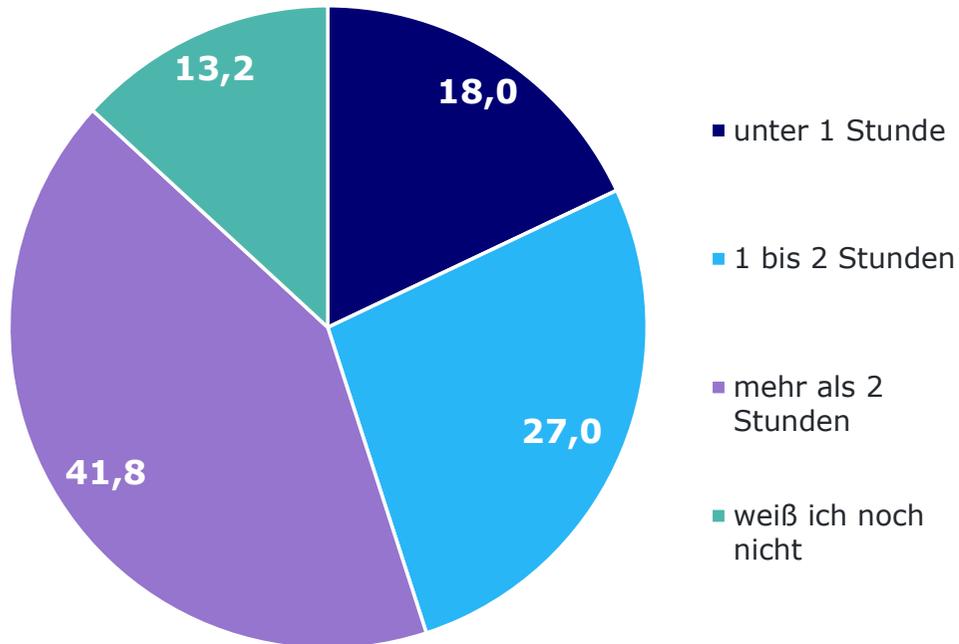


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

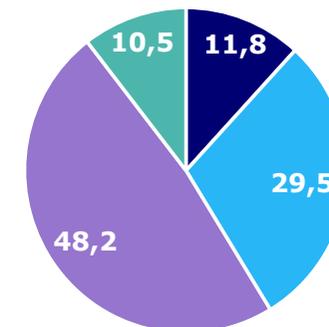
## WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

Wie lange werden Sie sich heute voraussichtlich in dieser Innenstadt aufhalten?

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE



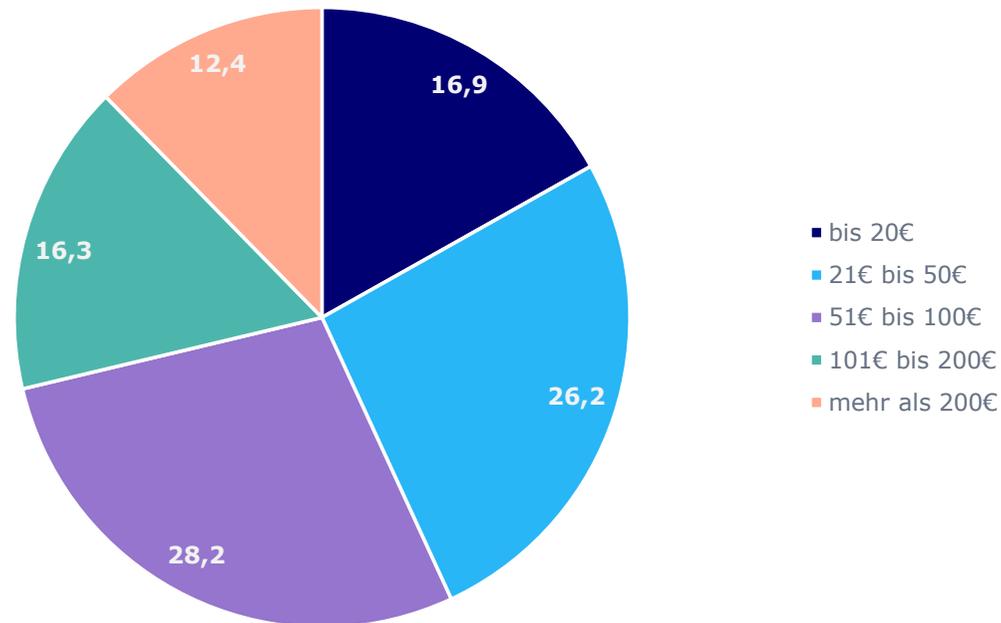
### Ortsgrößendurchschnitt



INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

## WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

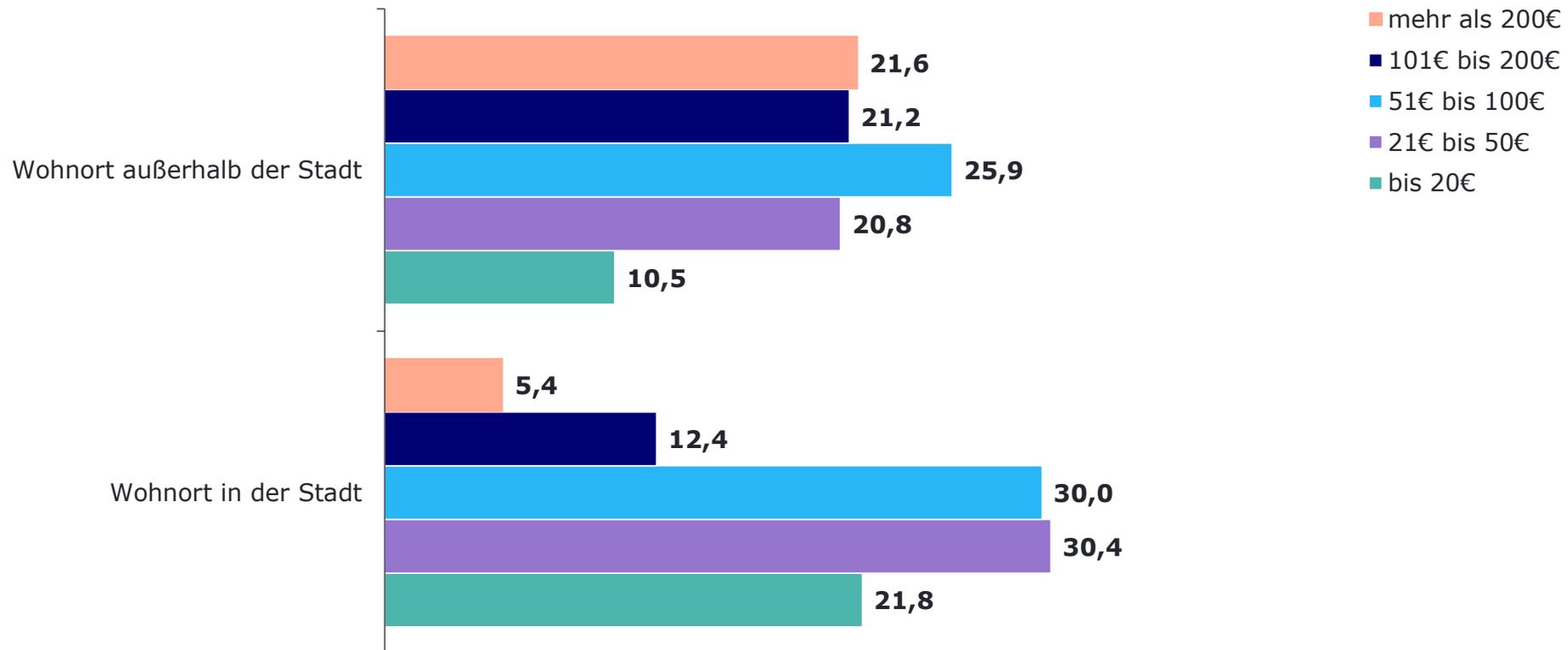
Wie viel Geld werden Sie bei Ihrem heutigen Einkauf voraussichtlich insgesamt ausgeben?



**INFO** n = 2.004, Angaben in % der Befragten

## WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

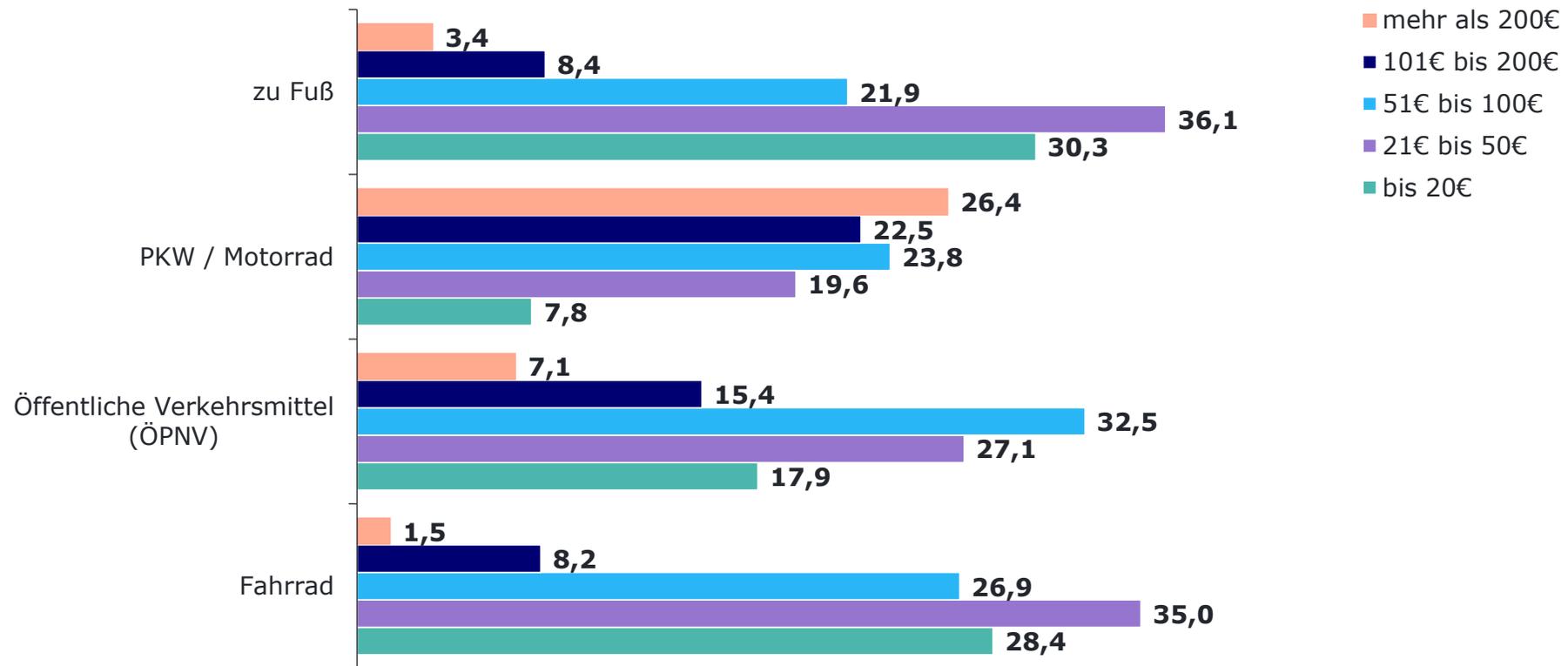
Wie viel Geld werden Sie bei Ihrem heutigen Einkauf voraussichtlich insgesamt ausgeben?



INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

## WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

Wie viel Geld werden Sie bei Ihrem heutigen Einkauf voraussichtlich insgesamt ausgeben?



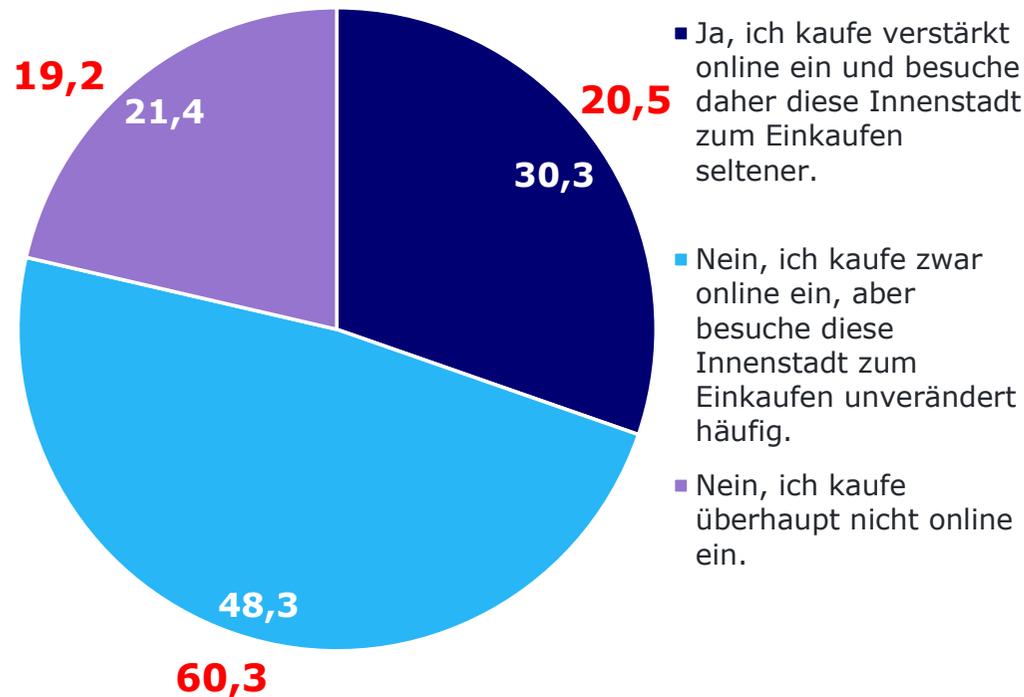
INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

## WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER? ONLINEVERHALTEN

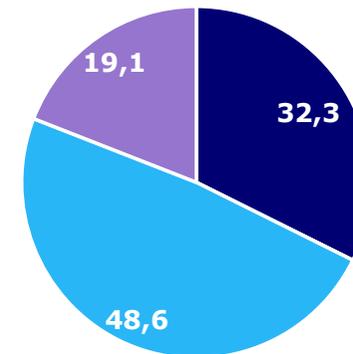
Hat sich Ihr Einkaufsverhalten in der Innenstadt durch das Angebot, online einkaufen zu können, in den letzten zwei bis drei Jahren verändert?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

Frankfurt



Ortsgrößendurchschnitt

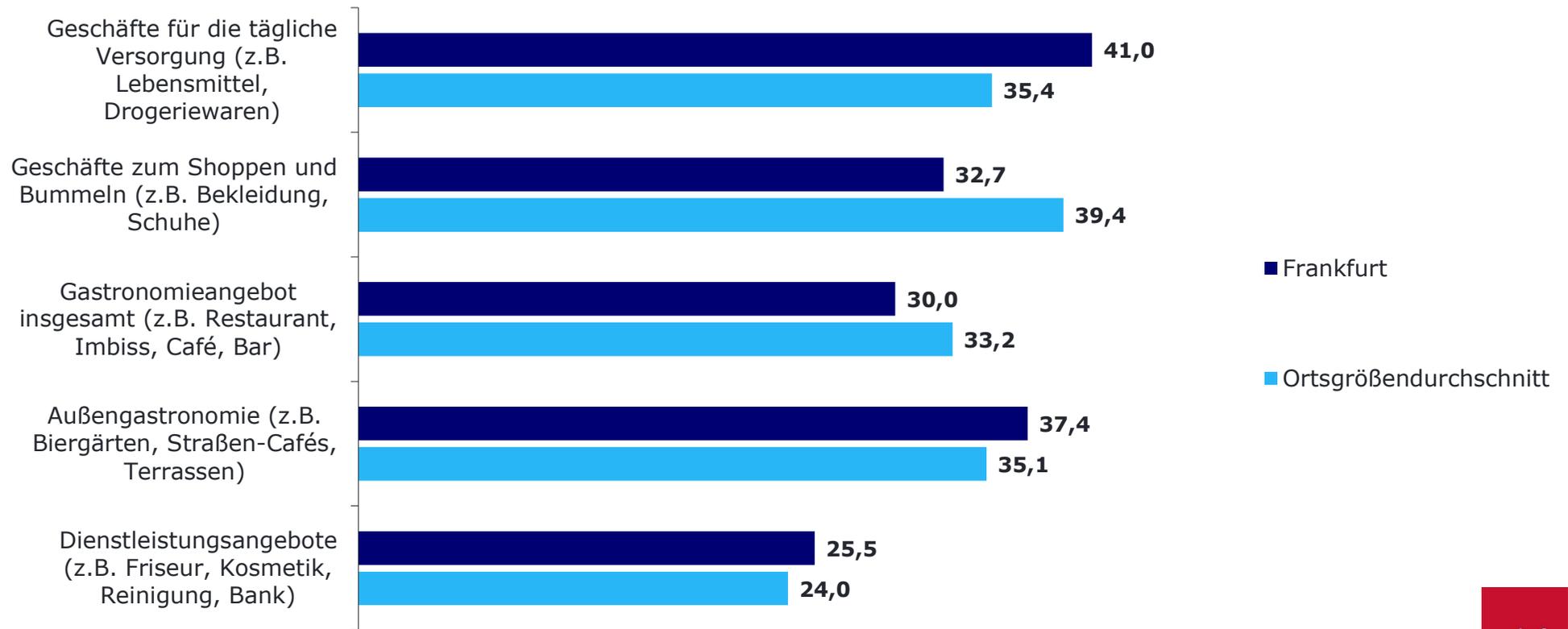


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten  
Rot = Werte aus der Befragung „Vitale Innenstädte 2018“

## ZUKÜNFTIGE ANFORDERUNGEN AN DIE INNENSTADT?

Welche der folgenden Angebote gehören Ihrer Meinung nach in dieser Innenstadt und sollten ausgebaut werden?

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE



INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Angaben in % der Befragten

Antworten mit „unbedingt“



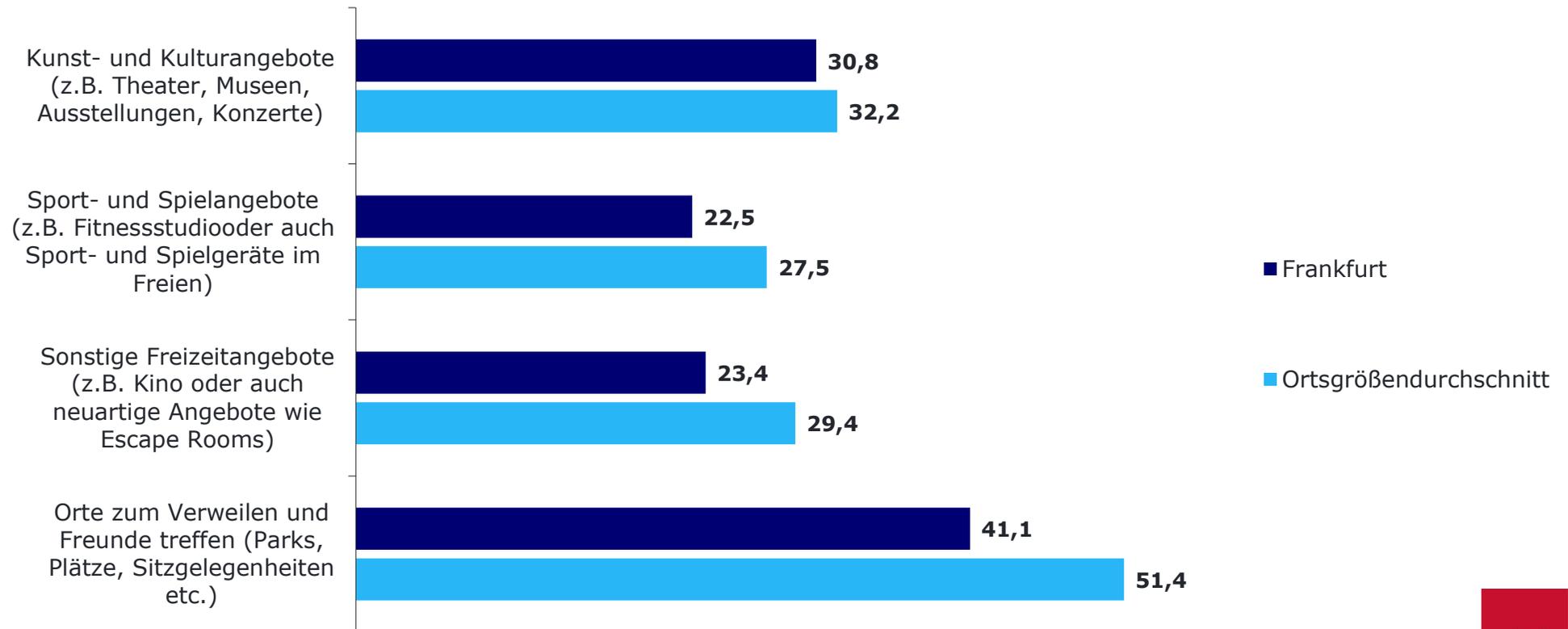
Industrie- und Handelskammer  
Frankfurt am Main



## ZUKÜNFTIGE ANFORDERUNGEN AN DIE INNENSTADT?

Welche der folgenden Angebote gehören Ihrer Meinung nach in dieser Innenstadt und sollten ausgebaut werden?

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE



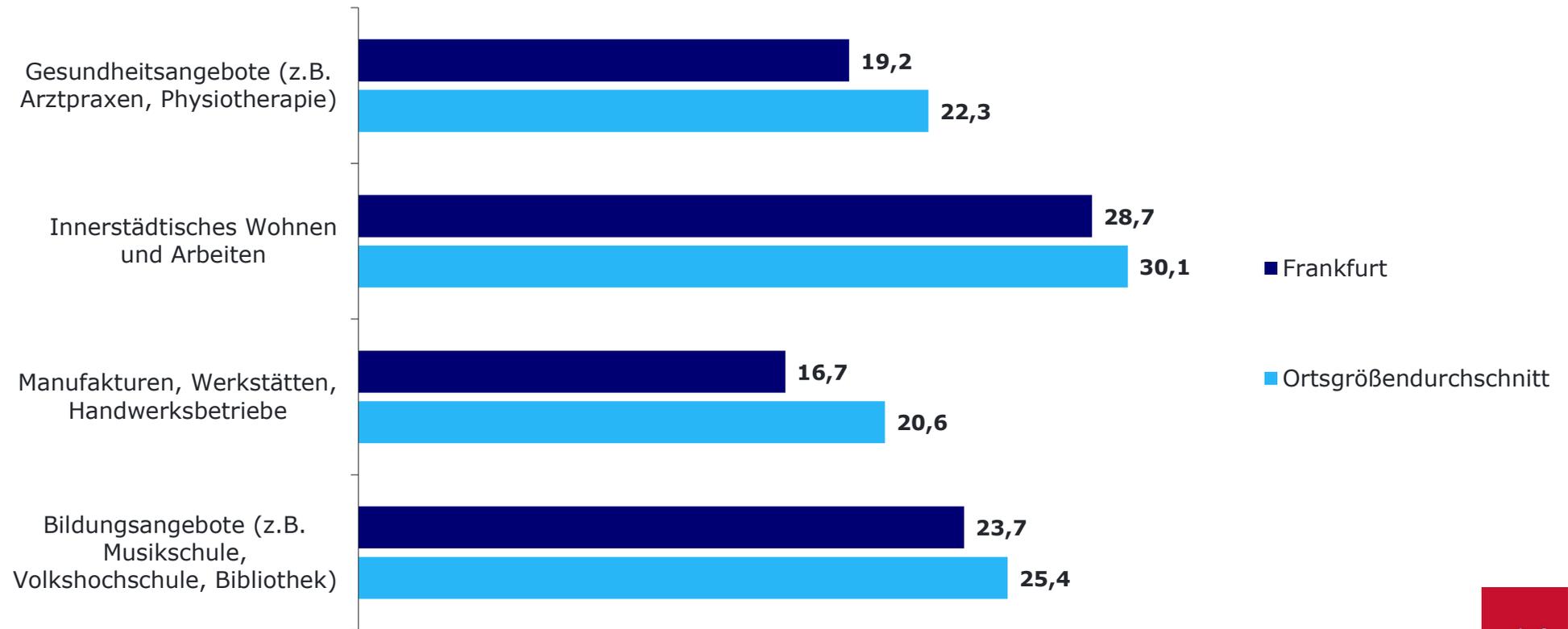
INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Angaben in % der Befragten

Antworten mit „unbedingt“

## ZUKÜNFTIGE ANFORDERUNGEN AN DIE INNENSTADT?

Welche der folgenden Angebote gehören Ihrer Meinung nach in dieser Innenstadt und sollten ausgebaut werden?

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE



INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Angaben in % der Befragten

Antworten mit „unbedingt“



Industrie- und Handelskammer  
Frankfurt am Main



## Zentrale Erkenntnisse

- Die Attraktivität der Frankfurter Innenstadt wird mit der Schulnote „gut“ bewertet
- Überregionale Bedeutung der Frankfurter Innenstadt gestiegen
- Handel bleibt Anziehungsfaktor Nr. 1 für den Innenstadtbesuch
- PKW als Verkehrsmittel für den Innenstadtbesuch unverzichtbar
- Auswärtige und motorisierte Kunden planen beim Innenstadtbesuch größere Ausgaben als Frankfurter und Nutzende anderer Verkehrsmittel
- Frankfurts Innenstadtbesucher werden älter
- Verbesserungspotenziale und Handlungsbedarfe trotz Zufriedenheit der Passantinnen und Passanten erkennbar

# Ansprechpartner

## Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main

Dr. Alexander Theiss  
Geschäftsführer  
Geschäftsfeld Standortpolitik  
T +49 (0) 69 – 2197 1332  
a.theiss@frankfurt-main.ihk.de

## Wirtschaftsförderung Frankfurt

Dr. Jan Schlesinger  
Projektleiter  
Kompetenzzentrum Stadtentwicklung und Planung  
T +49 (0) 69 - 212 34619  
jan.schlesinger@frankfurt-business.net

Quelle Abbildungen/Graphiken der Präsentation: IfH Köln