

Initiiert von:





Wir stiften Zukunft!



Unterstützt durch:



Landeshauptstadt München Referat für Arbeit und Wirtschaft

Durchgeführt von:





- O Doch wie steht es nach der Pandemie um den Handel in der Münchner Innenstadt?
- Wie sehen die Münchnerinnen und Münchner und unsere Gäste aus der Region die Innenstadt?
- Was gefällt oder was wird vermisst und wie urteilen die Handelsunternehmen über ihre Stadt?



# Zwei Perspektiven auf die Münchner City

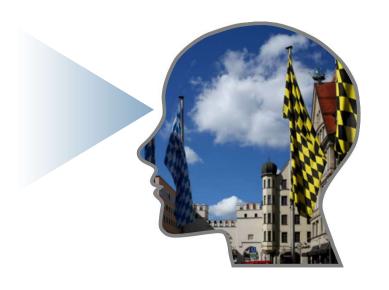
### KonsumentInnen-Befragung



1.003 TeilnehmerInnen



Handelsbefragung

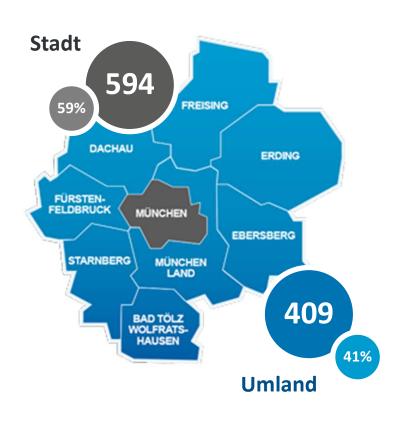


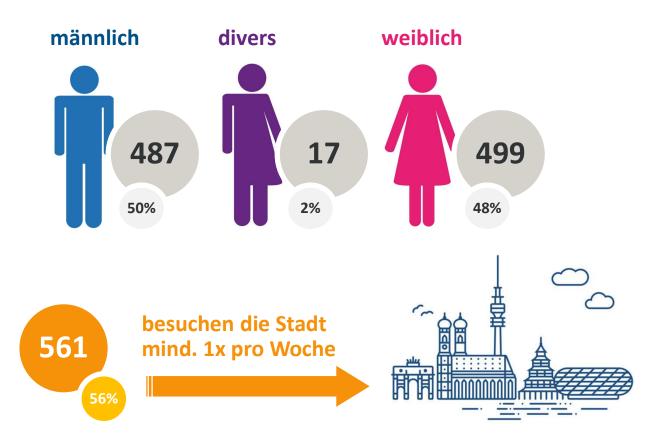
141 Unternehmen



## Wir haben 1.003 InnenstadtbesucherInnen befragt

Online-Befragung, Erhebungszeitraum: 9.12.22 bis 21.12.22





Wie kommen die Befragten in die City?

**57**% kommen mit dem ÖPNV in die Innenstadt,

19% kommen mit dem eigenen PKW.

Aus dem Umland sind es 28%, die mit eigenem PKW anreisen.





der unter 24-Jährigen fahren deutlich häufiger in die Innenstadt als noch vor 5 Jahren!

der Befragten fahren seltener in die Stadt als noch vor 5 Jahren, 40% unverändert oft.

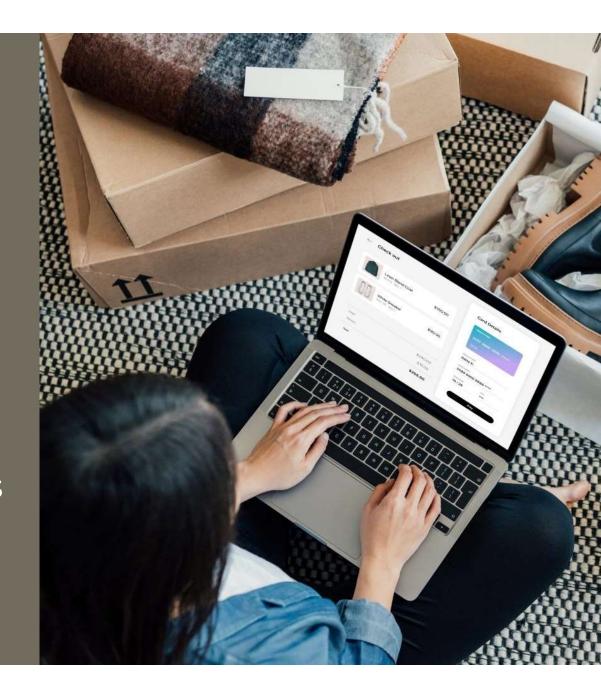


#### Warum seltener in die Innenstadt?

44% finden die Innenstadt weniger attraktiv.

**41**% kaufen häufiger online ein.

Nur **16**% geben Homeoffice als Grund für die selteneren Besuche an.





### **Top 5 Motive für den Innenstadtbesuch**





N = 1.003, Frage: Zu welchem Zweck haben Sie zuletzt die Münchner Innenstadt besucht?

Top 5 Faktoren der Aufenthaltsqualität

Wichtigkeit und Erfüllungsgrad





N = 1.003, Frage: Wie beurteilen Sie die Angebote/Rahmenbedingungen zur Aufenthaltsqualität?



### Top 5 Wünsche an den Einzelhandel

- 1. Viele Fachgeschäfte
- 2. Nachhaltige Angebote
- 3. Flexible Öffnungszeiten
- 4. Shopping-Nächte, offene Sonntage
- 5. Attraktive Schaufenster und Geschäfte



### Münchener City – Top 5

### Mir gefällt besonders gut...



- 1. Atmosphäre und Flair
- 2. Einkaufsmöglichkeiten
- 3. Angebotsvielfalt
- 4. insgesamt alles
- 5. Gastronomieangebot



### Münchener City – Flop 5

### Mir gefällt **überhaupt nicht**...



- 1. Menschenmassen
- 2. mangelnde Sauberkeit
- 3. Gesamtangebot
- 4. Bettler/Obdachlose
- 5. Parkplatzsituation



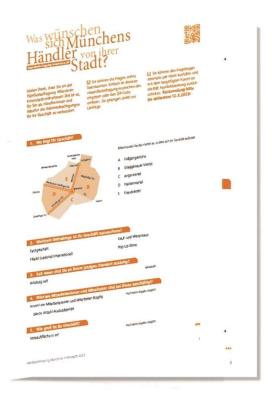


# Handelsbefragung München

Erhebungszeitraum: 24.2. bis 19.3.2023

N=141 (800 direkt verteilte Fragebögen)







## Wen haben wir gefragt?

#### Die 141 StudienteilnehmerInnen sind über die Münchner Altstadt verteilt

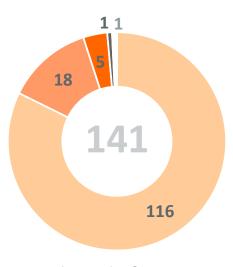


А	Fußgängerzone	39
В	Graggenauer Viertel	20
С	Angerviertel	32
D	Hackenviertel	19
Е	Kreuzviertel	29
	keine Angabe	2

Im Durchschnitt sind die befragten Händler seit **48 Jahren** an ihrem Standort, das älteste Unternehmen seit 1798.

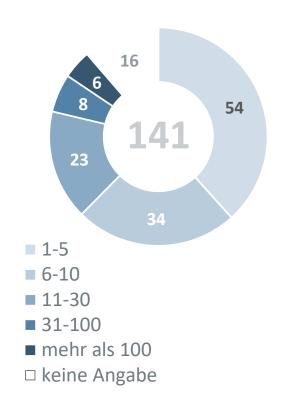
## Strukturdaten der befragten Unternehmen

# Betriebstyp

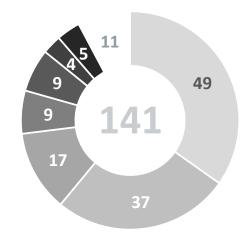


- Fachgeschäfte
- Filialisten
- Kauf- und Warenhäuser
- Pop-Up-Store
- □ keine Angabe

# MitarbeiterInnen



## Verkaufsfläche



- bis 50 m<sup>2</sup>
- 151 bis 300 m<sup>2</sup>
- 501 bis 800 m<sup>2</sup>
- mehr als 5.000 m<sup>2</sup>
- 51 bis 150 m<sup>2</sup>
- 301 bis 500 m<sup>2</sup>
- 801 bis 5.000 m<sup>2</sup>
- □ keine Angabe





9% der Unternehmen planen eine Expansion in der Innenstadt in den nächsten zwei Jahren.

der Unternehmen planen, ihren Standort in den nächsten zwei Jahren zu schließen.

### **Top 5 Gründe für Standortaufgabe**

- 1. Zu hohe Mieten/Kosten
- 2. Reduzierung der Standorte
- 3. Ende des Mietvertrages
- 4. Verlagerung aus der City
- 5. Altersgründe







## Top 5 Zufriedenheitsfaktoren



Sicherheit und Ordnung	78%
Aufenthaltsqualität	72%
Passantenfrequenz	69%
Kundenfrequenz	65%
Geschäfts-/Gastroumfeld	63%



N = 112, Frage: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Standortumfeld?

### Top 3 Unzufriedenheitsfaktoren



Zu wenig
Sitzgelegenheiten
60%

Unattraktives Straßenbild 54%

Mangelnde Sauberkeit 45%



N = 112, Frage: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Standortumfeld?



### **Top 3 Erreichbarkeit**



Anbindung zu Fuß 98%

Anbindung per ÖPNV 93%

Anbindung per Fahrrad 85%



N = 137, Frage: Wie zufrieden sind Sie mit der Anbindung Ihres Standortes?

### Flop 3 Erreichbarkeit



Eigene Parkplätze 78%

Erreichbarkeit mit PKW 77%

Parken in der Nähe 76%



N = 137, Frage: Welche Probleme bestehen aus Ihrer Sicht bezüglich der Anbindung?



### **Top 5 Standortvorteile**



- 1. Zentrale Lage
- 2. Hohe Passantenfrequenz
- 3. Gute ÖPNV-Erreichbarkeit
- 4. Fußgängerzone
- 5. Hochwertiges Umfeld



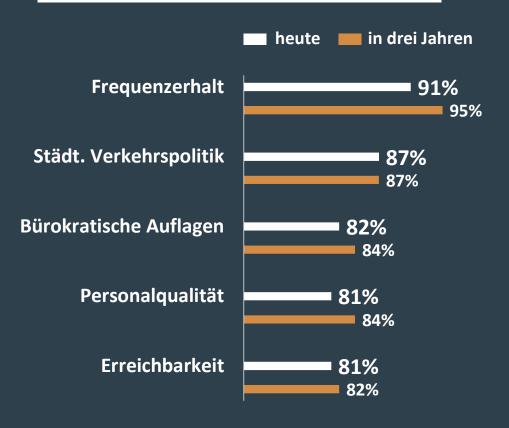
### **Top 5 Standortprobleme**



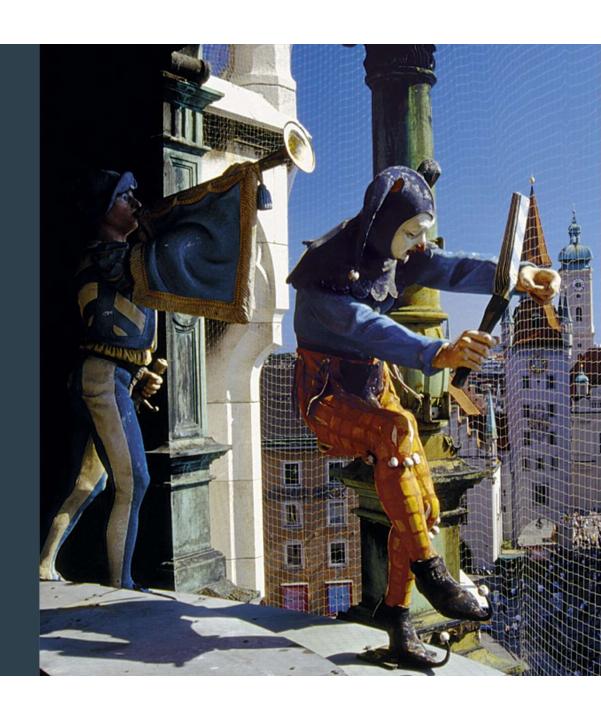
- 1. Baustellen und Sperrungen
- 2. Parkplatzsituation
- 3. Erreichbarkeit mit dem PKW
- 4. Obdachlose/Bettler
- 5. Sauberkeit



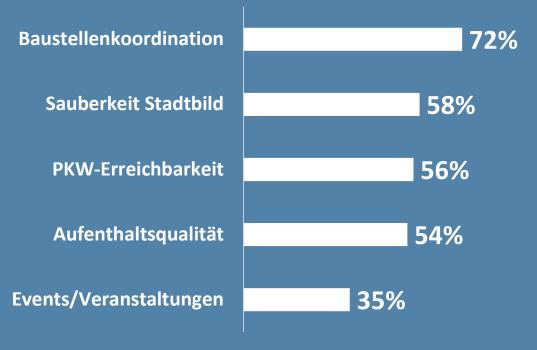
### Hauptherausforderungen der Händler



N = 129, Frage: Wie beurteilen Sie die folgenden unternehmerischen Herausforderungen, heute und in drei Jahren?



### **Top 5 Verbesserungsansätze**





N = 134, Frage: Durch welche Maßnahmen könnte Ihrer Meinung nach die Münchner Innenstadt für Sie als Unternehmer attraktiver (gestaltet) werden?



der Unternehmen hatten 2022 oder 2023 mit der Stadt als Genehmigungsbehörde zu tun.

57% empfanden den letzten Kontakt als etwas mühsam oder sehr unerfreulich.

#### Zufriedenheit mit dem Kontakt

freundlich und hilfsbereit

Öffnungszeiten

Erreichbarkeit Mail/Tel.

pragmatisch/verständnisvoll

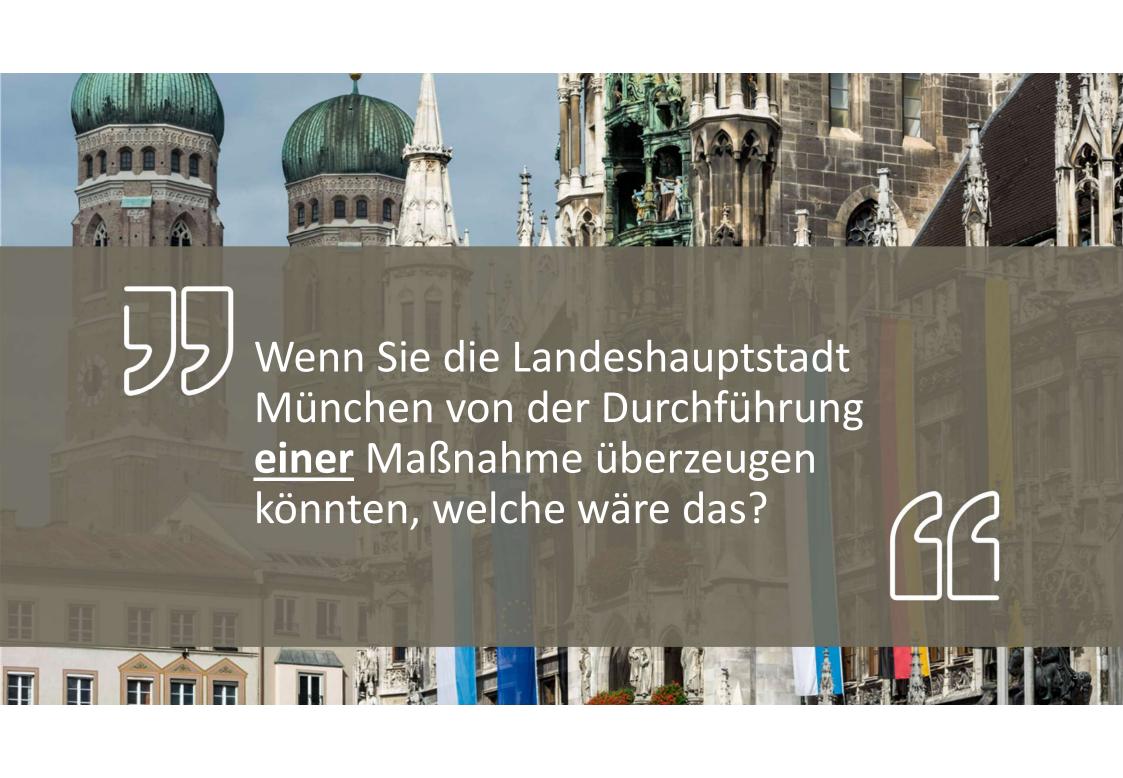
Lösungsorientierung

zeitnahe Bearbeitung

32%



N = 105, Frage: Wie haben Sie bei diesem Anliegen den Kontakt mit der Stadtverwaltung erlebt?



#### Forderungen des Handels an die Stadt

- 1. Erreichbarkeit mit dem PKW nicht weiter einschränken
- 2. Baumaßnahmen erheblich reduzieren und besser koordinieren
- 3. Öffnungszeiten erweitern, auch sonntags



N = 108, Frage: Wenn Sie die Landeshauptstadt München von der Durchführung <u>einer</u> Maßnahme überzeugen könnten, welche wäre das?

"Die Befragung zeigt:

Einkaufen ist der wichtigste Grund für den Innenstadtbesuch.

München muss allerdings etwas für die Aufenthaltsqualität tun.

Interessant für ganz Bayern, dass in der HändlerInnenbefragung die Flexibilisierung der Öffnungszeiten als dringliche Maßnahme eingestuft wird."



Michaela Pichlbauer, Vorständin Rid Stiftung

"Die Studie blickt erstmals aus zwei Perspektiven auf die Münchner Innenstadt.

In Zukunft wird der stationäre Einzelhandel mehr denn je auf ein attraktives Umfeld und die Symbiose mit Gastronomie, Kultur, Bildung, Freizeitangeboten angewiesen sein.

Wichtigster Parameter und gleichzeitig Nadelöhr für eine anziehende multifunktionale Innenstadt ist jedoch die Sicherstellung der Erreichbarkeit, und das auch mit dem PKW."

Wolfgang Puff, Hauptgeschäftsführer des Handelsverband Bayern e.V.

Die aufgezeigten Verbesserungspotentiale aus Konsumenten- und Händlersicht liefern uns wichtige Hinweise, wo wir als Stadt zukünftig noch etwas genauer hinschauen und mit geeigneten Maßnahmen ansetzen müssen, um die Attraktivität der Stadt zu sichern.

Die Vorschläge aus der Studie greifen wir gerne auf. Gerade gerne mit anpacken."

hinsichtlich Baustellen, Erreichbarkeit, Sauberkeit, Events und Veranstaltungen hat die Stadt Handlungsmöglichkeiten in eigener Zuständigkeit. Da will ich



Clemens Baumgärtner, Referent für Arbeit und Wirtschaft, LHM

"Als Vorsitzende von CityPartner und Münchner Unternehmerin freue ich mich über die sehr positive Bewertung der Angebotsvielfalt des Handels und Gastronomie in der Innenstadt und insbesondere, dass […] gerade viele junge Menschen jetzt wieder häufiger in unsere Innenstadt kommen.

Die Ergebnisse zeigen deutlich, was unseren BesucherInnen und ebenso den Unternehmen wichtig ist und wo es bei der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum und der Erreichbarkeit noch hapert."



Nina Hugendubel, Vorsitzende CityPartner und Unternehmerin



Initiiert von:





Wir stiften Zukunft!



Unterstützt durch:



Landeshauptstadt München **Referat für Arbeit und Wirtschaft** 

Durchgeführt von:



Handelsberatung