

Ergebnisse der Münchner City-Befragungen 2023

Sitzungsvorlage Nr. 20-26 / V 10096

Bekanntgabe in der Sitzung des Ausschusses für Arbeit und Wirtschaft am 20.06.2023

Öffentliche Sitzung

Kurzübersicht

zur beiliegenden Bekanntgabe

Anlass	Information des Stadtrates über die Ergebnisse der Münchner City-Befragungen 2023
Inhalt	Nachdem für München nur überholte Untersuchungen aus der Vor-Corona-Zeit vorlagen, haben der Handelsverband Bayern e.V., die Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel und CityPartnerMünchen e.V. die BBE Handelsberatung mit einer Konsument*innenanalyse und einer Befragung der Handelsunternehmen der Münchner Innenstadt beauftragt. Das Projekt wurde vom Referat für Arbeit und Wirtschaft der Landeshauptstadt München unterstützt und bezuschusst. In der Bekanntgabe wird der Stadtrat über die Ergebnisse der Münchner City-Befragungen 2023 informiert.
Gesamtkosten/ Gesamterlöse	(-/-)
Gesucht werden kann im RIS auch nach	Münchner City-Befragungen, Innenstadt, Handel
Ortsangabe	(-/-)

Ergebnisse der Münchner City-Befragungen 2023

Sitzungsvorlage Nr. 20-26 / V 10096

1 Anlage

Bekanntgabe in der Sitzung des Ausschusses für Arbeit und Wirtschaft am 20.06.2023

Öffentliche Sitzung

I. Vortrag des Referenten

Die Münchner Innenstadt ist trotz herausfordernder Zeiten ein attraktives Zentrum, das sowohl die Münchner Bevölkerung als auch die Gäste aus dem Um- und Ausland zum Einkaufen, Bummeln und Konsumieren einlädt. Um zu erfahren, wie es nach der Corona-Pandemie und den weiteren aktuellen Herausforderungen wirklich um den Handel in der Münchner Innenstadt steht und wie ihre Besucher*innen die Innenstadt sehen, haben der Handelsverband Bayern e.V., die Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel und CityPartnerMünchen e.V. die BBE Handelsberatung mit einer Konsument*innenanalyse und einer Befragung der Handelsunternehmen der Münchner Innenstadt beauftragt. Das Referat für Arbeit und Wirtschaft (RAW) der Landeshauptstadt München hat das Projekt unterstützt und bezuschusst.

An der Konsument*innen-Befragung, die im Dezember 2022 durchgeführt wurde, haben 1.003 Personen teilgenommen. 41 % stammten dabei aus dem Münchner Umland, 59 % aus der Landeshauptstadt. An der Handelsbefragung haben bei 800 direkt verteilten Fragebögen 141 Unternehmen der Münchner Innenstadt teilgenommen. Diese Erhebung wurde von Mitte Februar bis Mitte März 2023 durchgeführt. Die umfassenden Untersuchungsergebnisse, die insgesamt die Münchner Innenstadt als weiterhin hoch attraktiven Einkaufsstandort bestätigen, aber gleichzeitig auf relevante Veränderungserfordernisse hinweisen, können der beigefügten Anlage 1 entnommen werden.

Die aufgezeigten Verbesserungspotentiale und Vorschläge aus der Konsument*innen- und Händlersicht wird das RAW aufgreifen und bei seinen weiteren Maßnahmen und Aktivitäten rund um die Münchner Innenstadt berücksichtigen. Des Weiteren wurden die Untersuchungsergebnisse auch innerhalb der Stadtverwaltung zur Verfügung gestellt, um die ebenfalls angesprochenen Referate im Hinblick auf ihre Handlungsmöglichkeiten zu aktivieren.

Der Öffentlichkeit wurden die Studienergebnisse am 11.05.2023 im Rahmen einer Pressekonferenz im PresseClub München e.V. vorgestellt.

Der Korreferent des Referates für Arbeit und Wirtschaft, Herr Stadtrat Manuel Pretzl, und die Verwaltungsbeirätin für Wirtschaftsförderung, Frau Stadträtin Gabriele Neff, haben jeweils einen Abdruck der Bekanntgabe erhalten.

II. Bekannt gegeben

Der Stadtrat der Landeshauptstadt München

Der/Die Vorsitzende

Der Referent

Ober-/Bürgermeister/-in
ea. Stadtrat/-rätin

Clemens Baumgärtner
Berufsm. StR

III. Abdruck von I. mit II.

über Stadtratsprotokolle (D-II/V-SP)

an das Direktorium – Dokumentationsstelle (2x)

an die Stadtkämmerei

an das Revisionsamt

z.K.

IV. Wv. RAW-FB2-SG1

zur weiteren Veranlassung.

Herzlich Willkommen zur Pressekonferenz

- Ergebnisse der Münchner City-Befragungen 2023 -

Initiiert von:



Unterstützt durch:



Landeshauptstadt
München
**Referat für Arbeit
und Wirtschaft**

Durchgeführt von:

BBE

Handels-
beratung

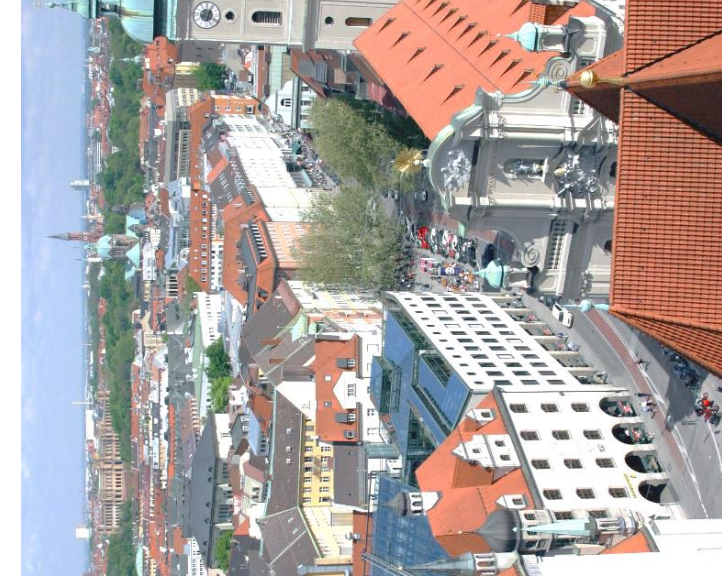
Anlage 1

Zwei Perspektiven auf die Münchner City

KonsumentInnen-Befragung



1.003 TeilnehmerInnen



Handelsbefragung



141 Unternehmen



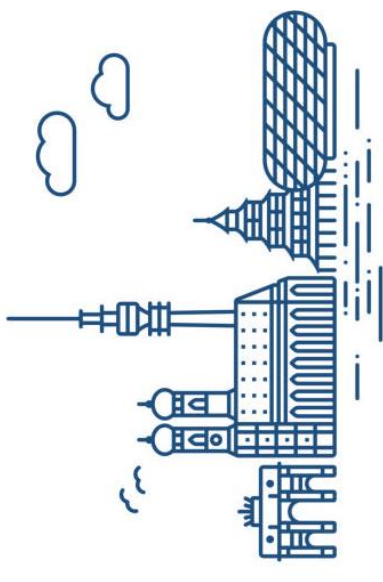
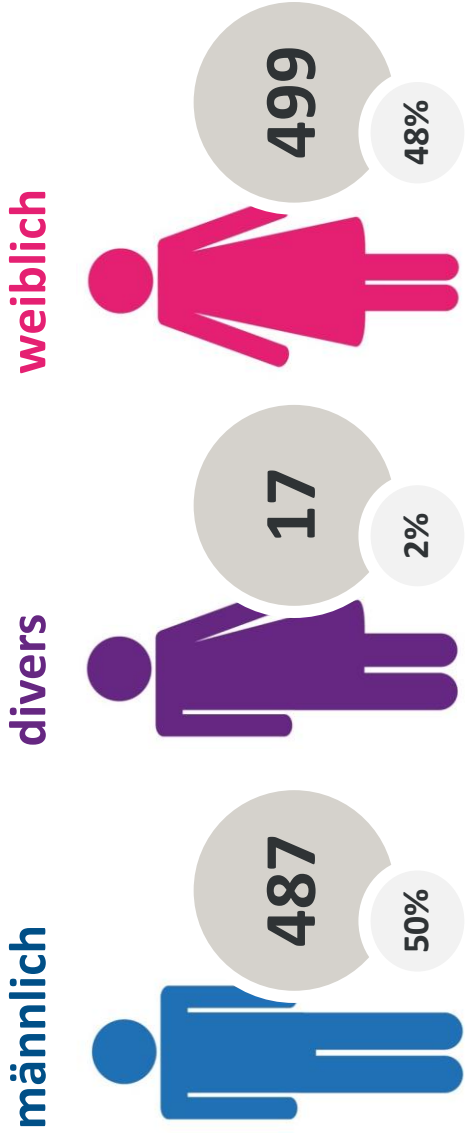
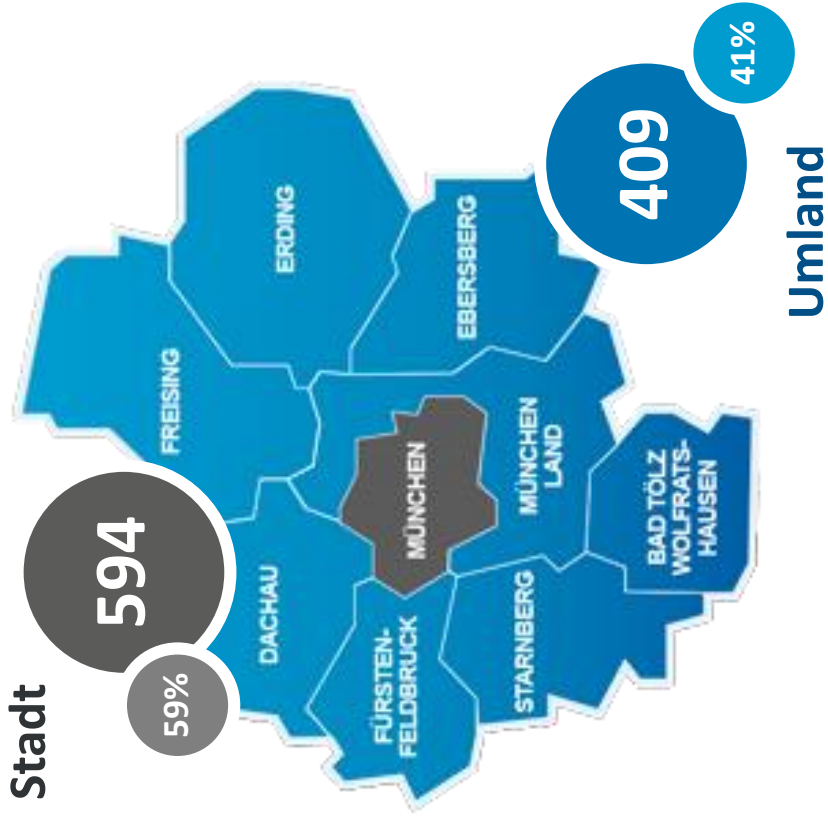
1

KonsumentInnen-Befragung



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.





43% der unter 24-Jährigen fahren **deutlich häufiger** in die Innenstadt als noch vor 5 Jahren!

38% 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.

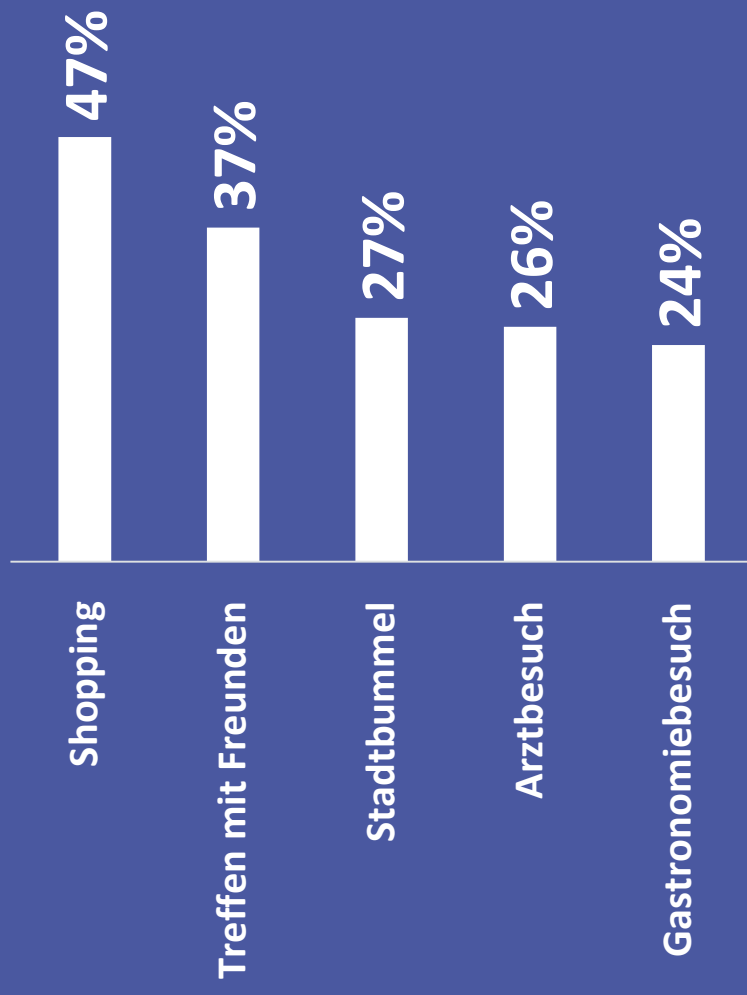
Nur **16%** geben Homeoffice als Grund für die selteneren Besuche an.





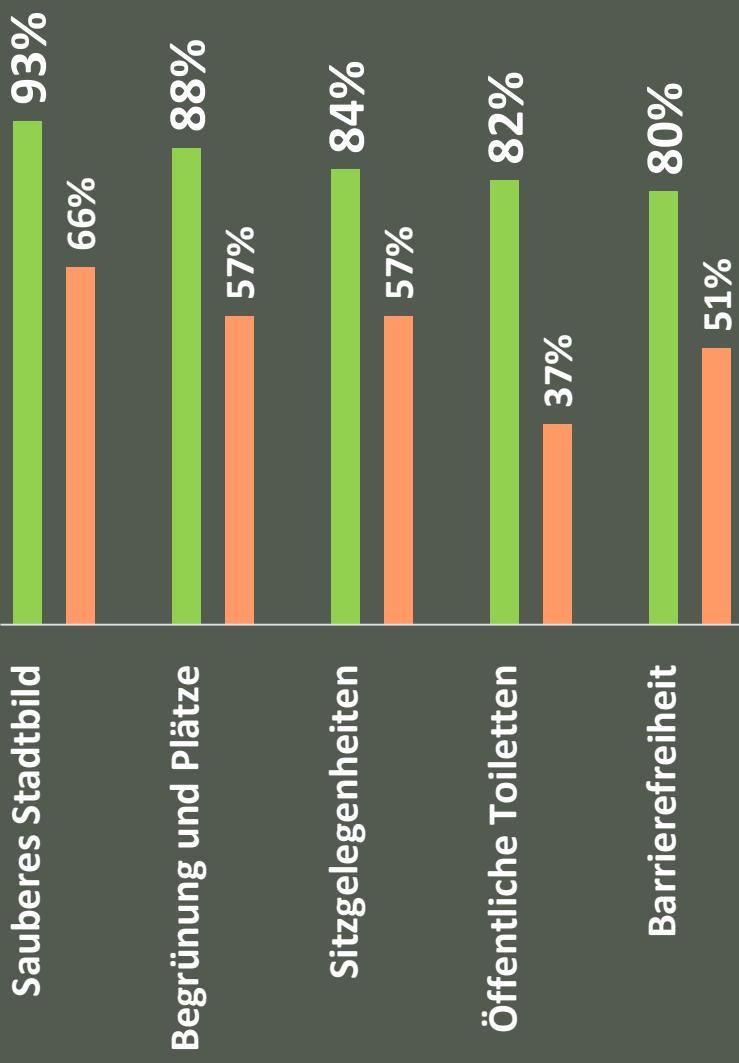
89% der Befragten waren zufrieden oder sehr zufrieden mit ihrem letzten Innenstadtbesuch.

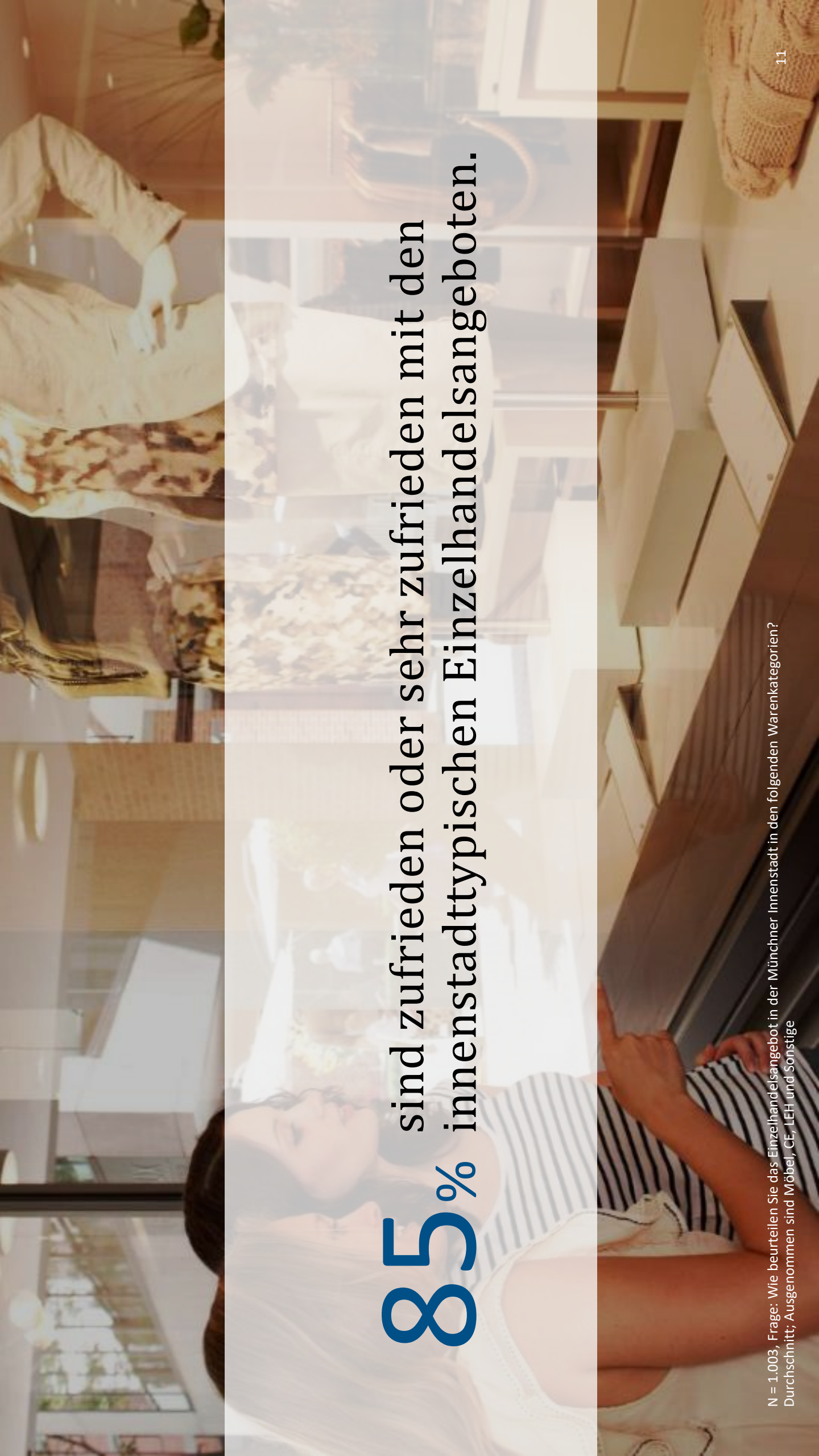
Top 5 Motive für den Innenstadtbesuch



Top 5 Faktoren der Aufenthaltsqualität

■ Wichtigkeit und ■ Erfüllungsgrad



A woman with dark hair, wearing a black and white striped shirt, is looking at a white dress hanging on a rack in a clothing store. The background shows other clothing items and store fixtures.

85% sind zufrieden oder sehr zufrieden mit den innenstadttypischen Einzelhandelsangeboten.

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



2

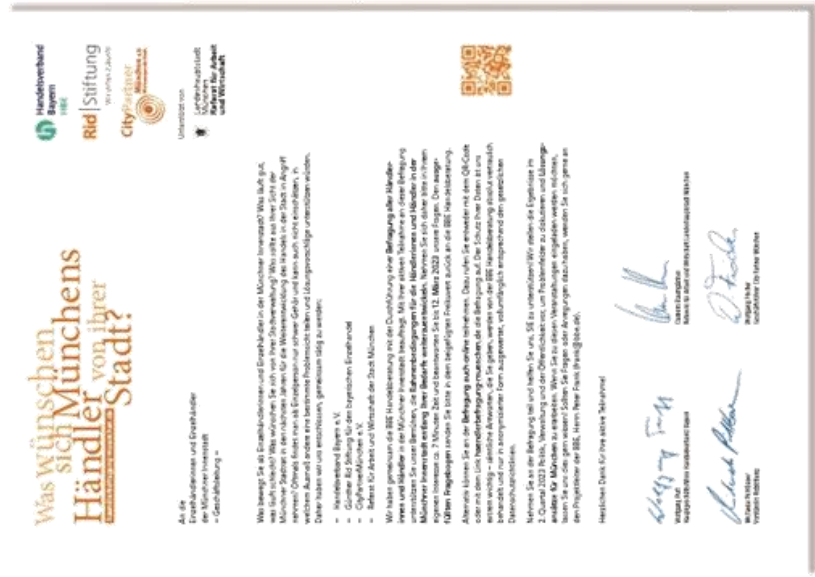
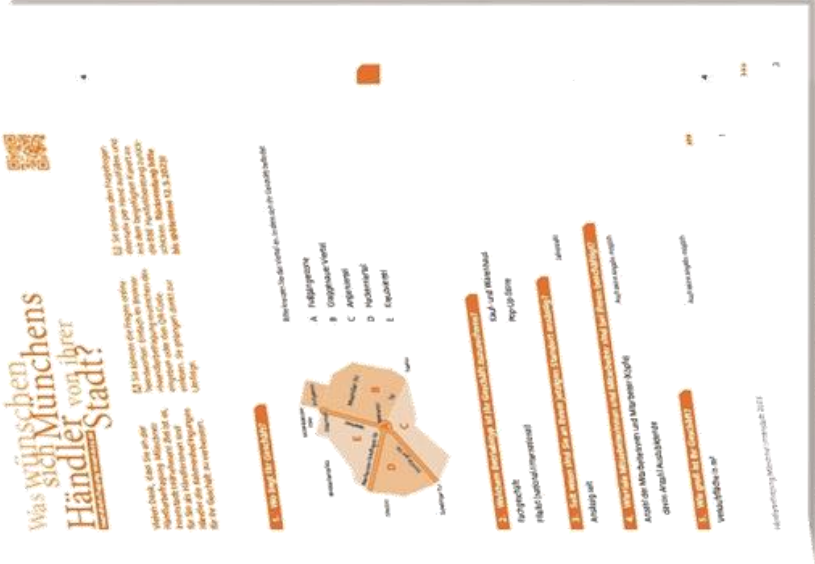
Handelsbefragung



Handelsbefragung München

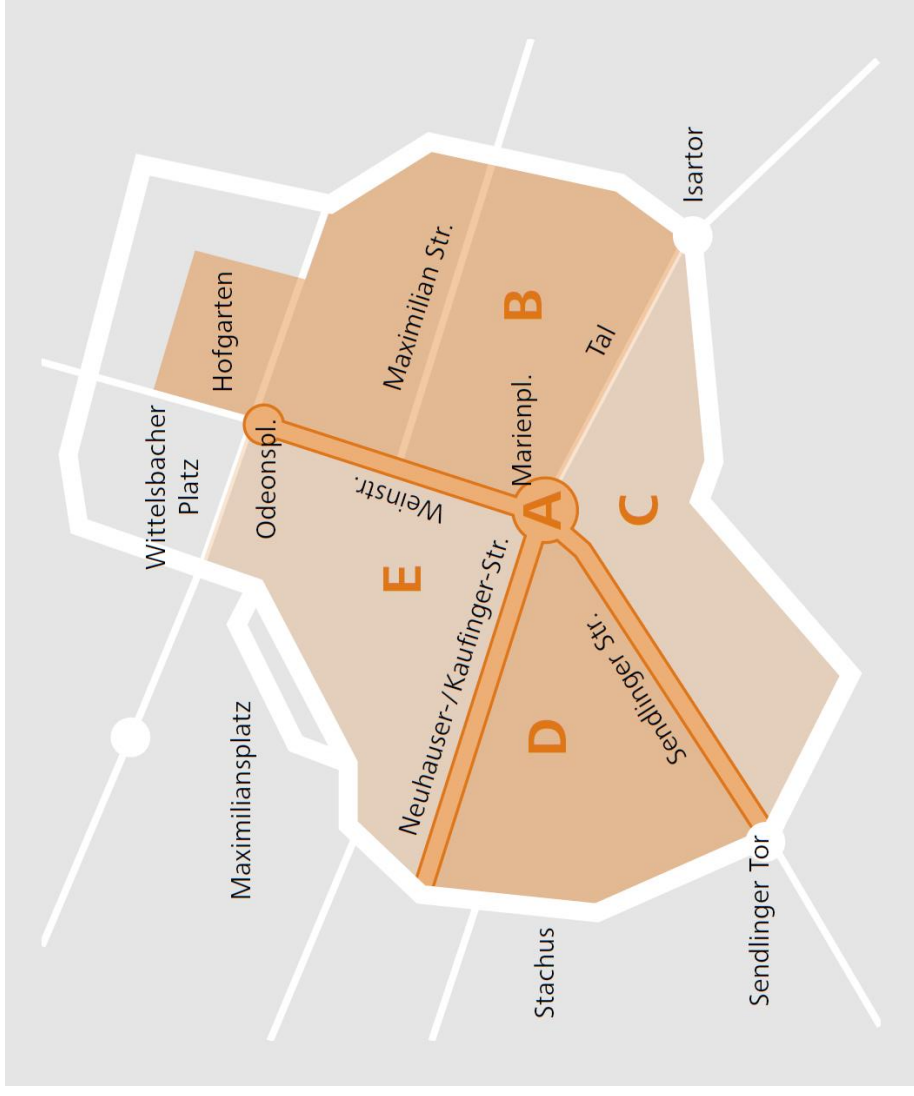
Erhebungszeitraum: 24.2. bis 19.3.2023

- N=141 (800 direkt verteilte Fragebögen)



Wen haben wir gefragt?

Die 141 StudienteilnehmerInnen sind über die Münchner Altstadt verteilt

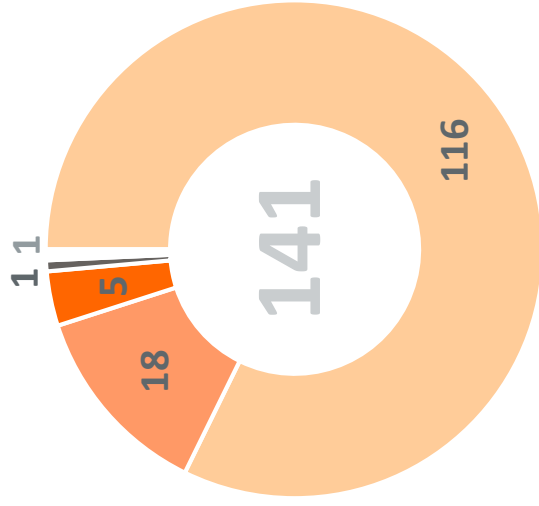


A	Fußgängerzone	39
B	Graggenauer Viertel	20
C	Angerviertel	32
D	Hackenviertel	19
E	Kreuzviertel	29
	keine Angabe	2

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

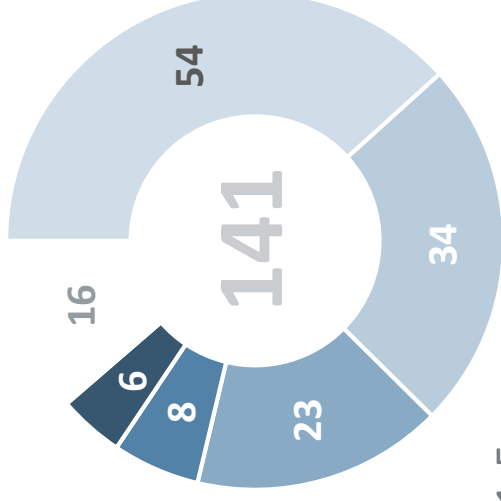
Strukturdaten der befragten Unternehmen

Betriebstyp



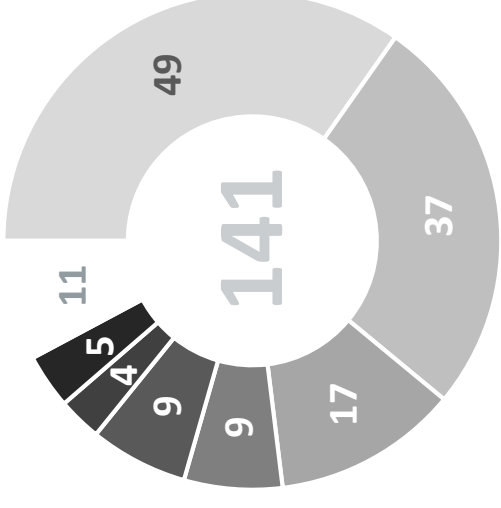
- Fachgeschäfte
- Filialisten
- Kauf- und Warenhäuser
- Pop-Up-Store
- keine Angabe

MitarbeiterInnen



- 1-5
- 6-10
- 11-30
- 31-100
- mehr als 100
- keine Angabe

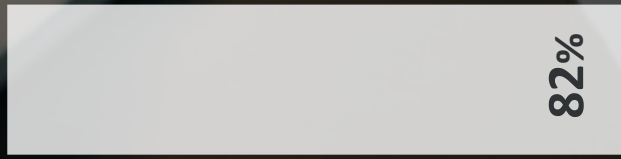
Verkaufsfläche



- bis 50 m²
- 51 bis 150 m²
- 151 bis 300 m²
- 301 bis 500 m²
- 501 bis 800 m²
- 801 bis 5.000 m²
- mehr als 5.000 m²
- keine Angabe

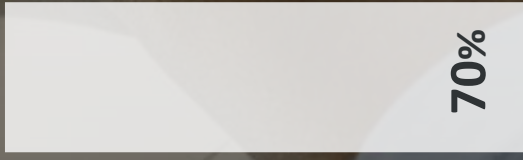
Von 141 Unternehmen haben...

116



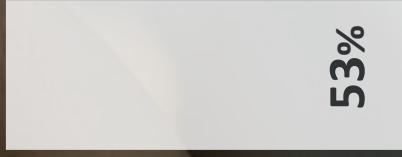
...eine eigene
Homepage

98



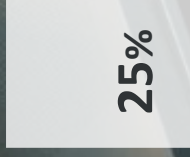
...Online-
Kommunikation

75



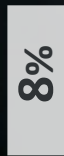
...einen eigenen
Online-Shop

35



...Verkauf auf
Online-Plattformen

11



...keinerlei Online-
Aktivitäten

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

10% 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





76% der Händler sind mit ihrem Standort insgesamt zufrieden /sehr zufrieden.

Top 5 Zufriedenheitsfaktoren



Sicherheit und Ordnung

78%

Aufenthaltsqualität

72%

Passantenfrequenz

69%

Kundenfrequenz

65%

Geschäfts-/Gastroumfeld

63%



Top 3 Unzufriedenheitsfaktoren



Zu wenig
Sitzgelegenheiten

60%

Unattraktives
Straßenbild

54%

Mangelnde
Sauberkeit

45%



68% der Händler sind mit ihrer Verkehrsanbindung zufrieden/sehr zufrieden.

Top 3 Erreichbarkeit



Anbindung zu Fuß

98%

Anbindung per ÖPNV

93%

Anbindung per Fahrrad

85%



Flop 3 Erreichbarkeit



Eigene Parkplätze

78%

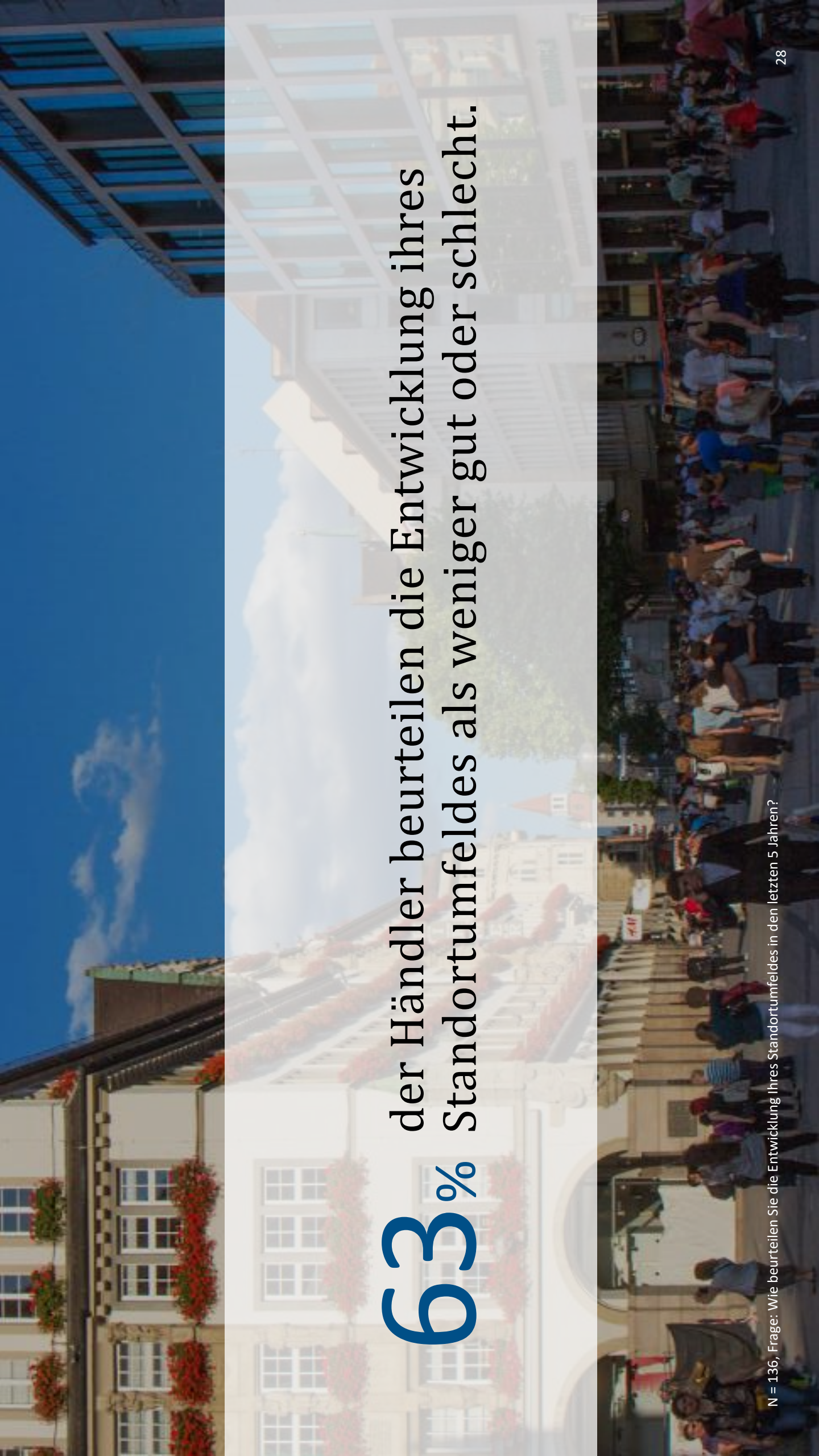
Erreichbarkeit mit
PKW

77%

Parken in der Nähe

76%





63% der Händler beurteilen die Entwicklung ihres Standortumfeldes als weniger gut oder schlecht.

Top 5 Standortvorteile



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



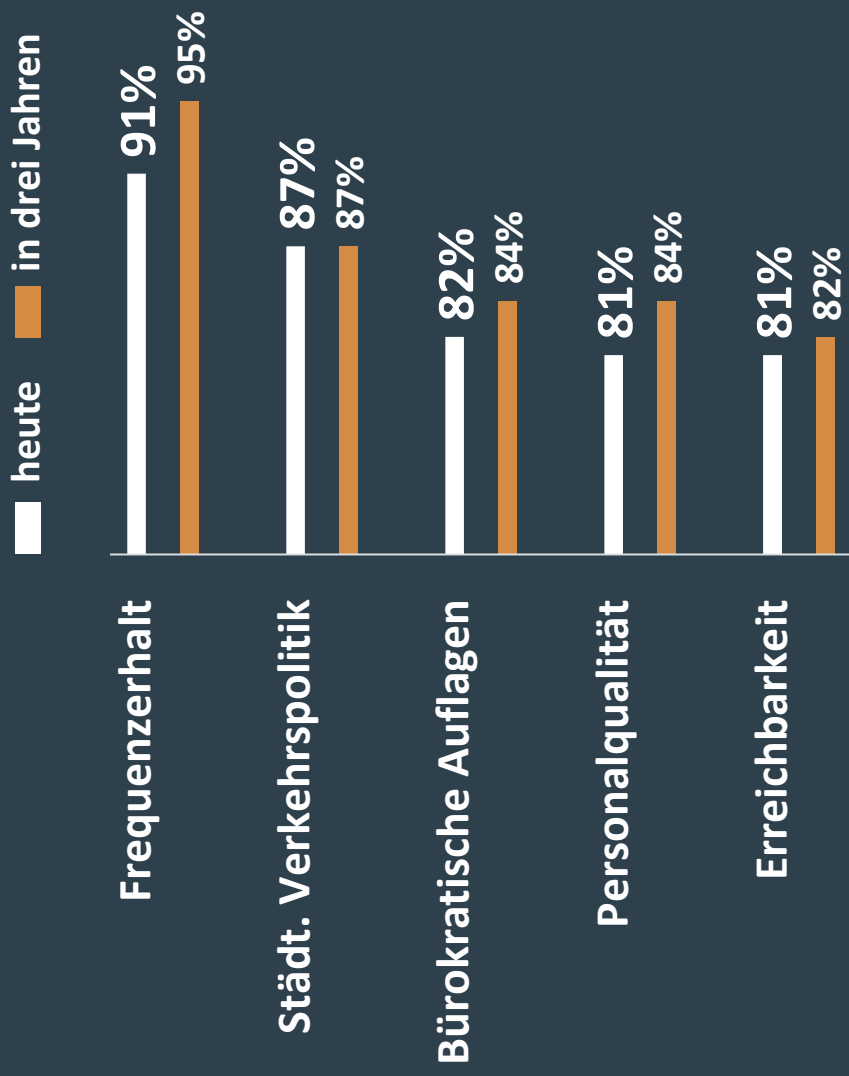
Top 5 Standortprobleme



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



Haupt Herausforderungen der Händler



Top 5 Verbesserungsansätze

Baustellenkoordination

72%

Sauberkeit Stadtbild

58%

PKW-Erreichbarkeit

56%

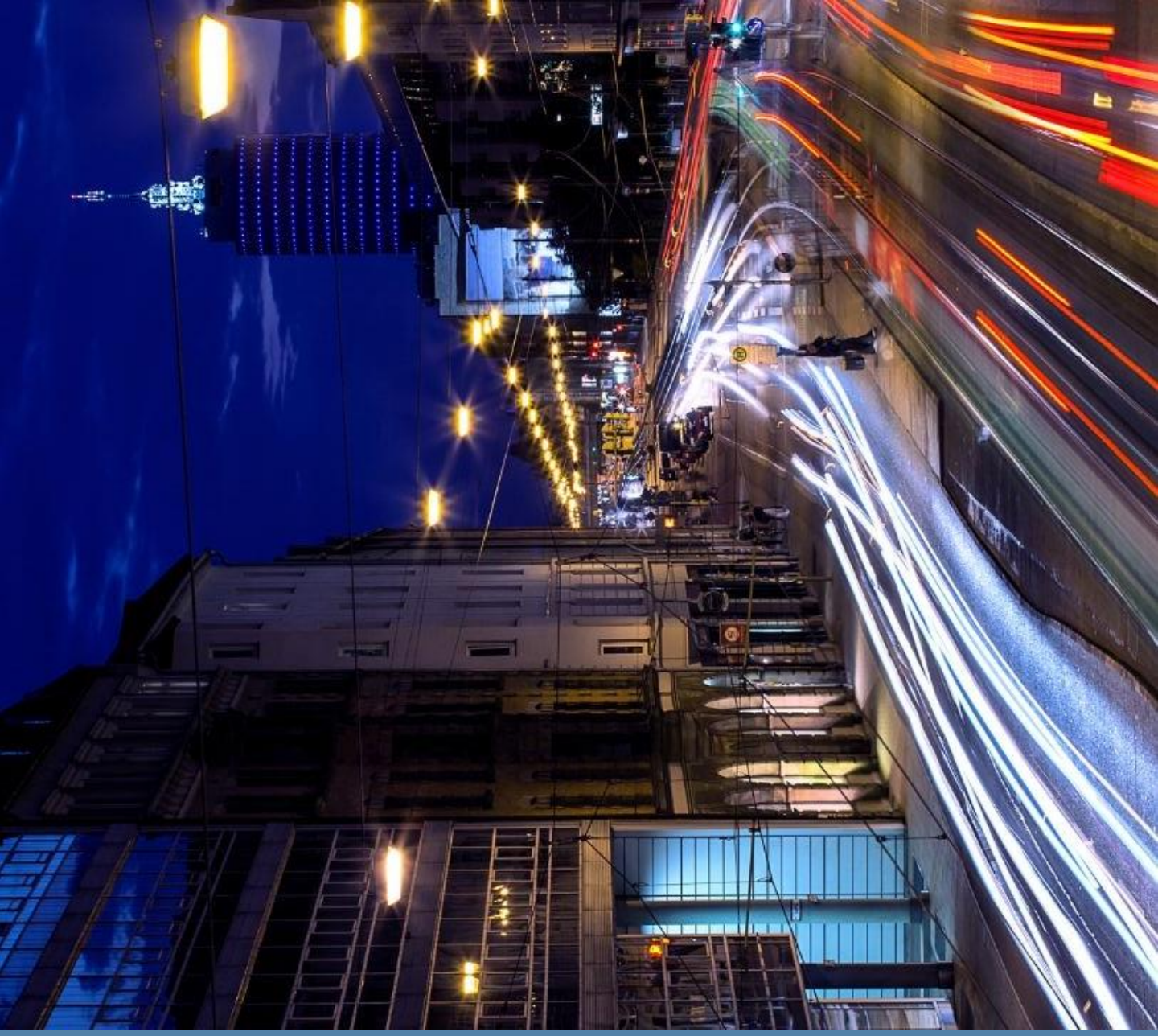
Aufenthaltsqualität


54%

Events/Veranstaltungen

35%

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



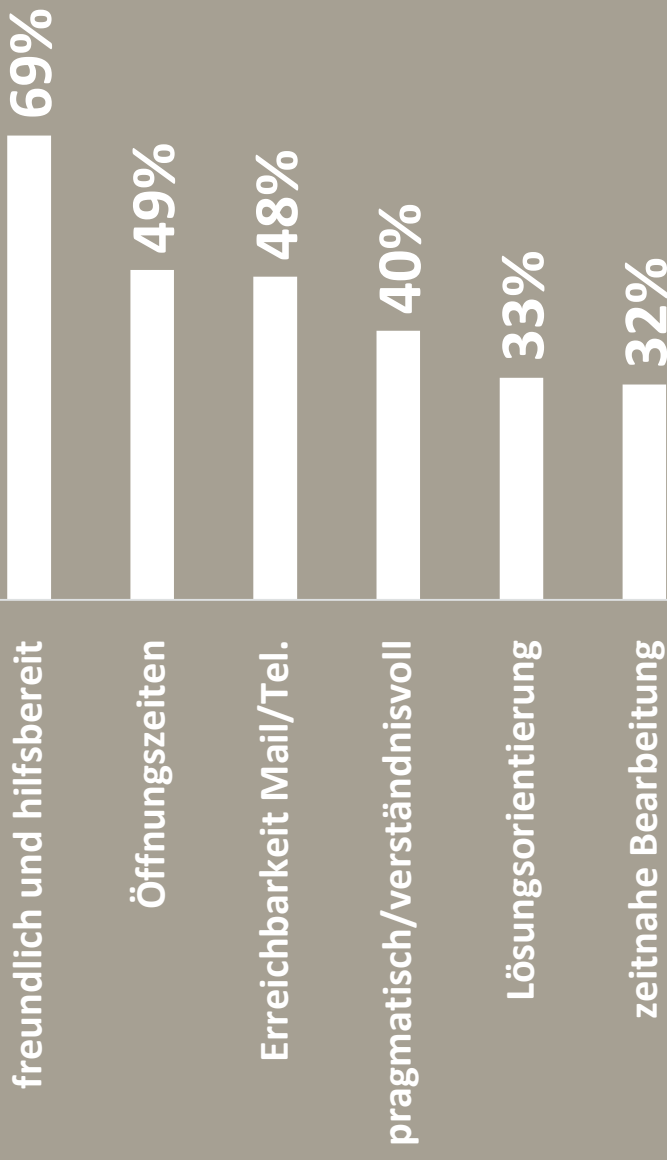


66% der Unternehmen hatten 2022 oder 2023 mit der Stadt als Genehmigungsbehörde zu tun.



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

Zufriedenheit mit dem Kontakt





Wenn Sie die Landeshauptstadt
München von der Durchführung
einer Maßnahme überzeugen
könnten, welche wäre das?



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

