



INNENSTÄDTE IM WANDEL: WO BLEIBT DER HANDEL?

Dr. Noemí Fernández Sánchez

Glory Innovation Forum 2023
Frankfurt, 7.09.2023



ZUKUNFT DER (STADT-)ZENTREN OHNE HANDEL?

Positionspapier aus der ARL 116

Innenstadt ohne

Handel?

P&C

GALERIA KAUFHOF

KARSTADT
SEIT 1881



Innenstädte in Deutschland
Handelsverband warnt vor Ladensterben
24.04.2023 07:35 Uhr
Quelle: baukultur.nrw



Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main



WANDEL IM HANDEL

- Demografischer Wandel
- **Digitalisierung**
- Nachhaltigkeit
- Internationalisierung
- Verschärfung des Wettbewerbs



Globale Trends und Herausforderungen(bekannt)



Externe Einflussfaktoren

- Wandel der Betriebs- und Vertriebsformen
- Konzentrationsprozesse
- Neue Konsummuster und Einkaufsverhalten
- Preiserhöhung und -druck



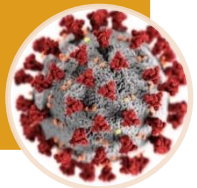
Branchenspezifische Entwicklungen



Endogene Einflussfaktoren

- Corona-Pandemie
- Fachkräftemangel
- Energiekrise
- Inflation
- Überregulierung auf EU- und bundesweite Ebene

Globale Trends und Herausforderungen(neu)

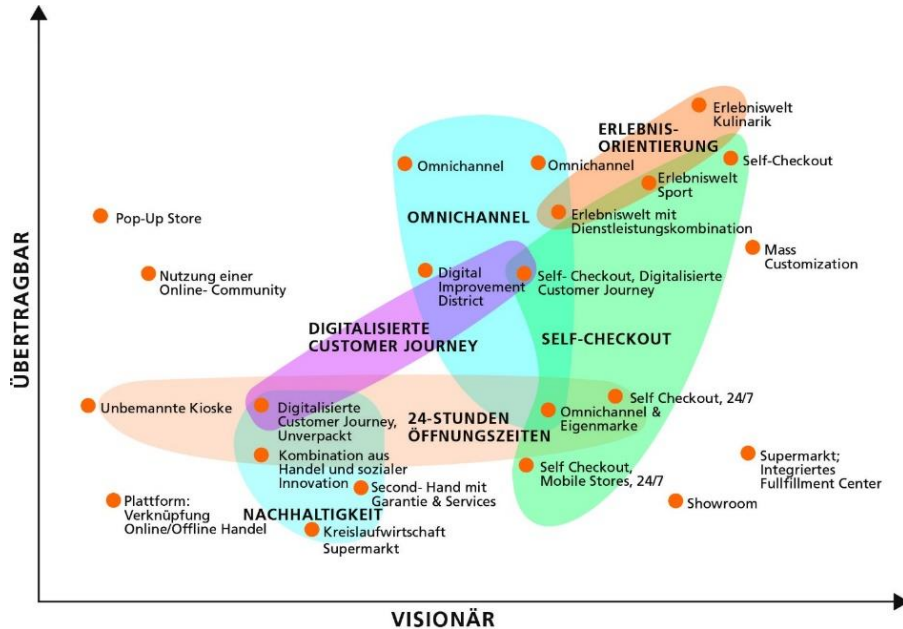


Externe Einflussfaktoren



TRENDS IM EINZELHANDEL

Zukunftsweisende Einzelhandelskonzepte



Entwicklungspfade für den Einzelhandel

- | Erlebnisorientierung
- | Omnichannel
- | Self-Checkout
- | 24-Stunden-Öffnungszeiten
- | Digital gestützte Customer Journey
- | Nachhaltigkeit

Quelle: Fraunhofer IIS, Wie gelingt ein großer Wurf im Handel?



DIGITALISIERUNG IM HANDEL: ZAHLEN UND FAKTEN

Self-Checkout Kassen

Nachhaltiger Onlinehandel

Cybersicherheit

Influencer Marketing

Online-Shops

InStore Navigation

Digital Customer Journey

Augmented Reality

Mobile Payment

13.6

Milliarden Euro

mehr Umsatz im Onlinehandel durch die Corona-Pandemie

19

Prozent

höhere Nutzung von Kartenzahlung 2019 im Vergleich zum Vorjahr

17

Prozent

mehr Onlineausgaben je Onlineshopper:in gab es 2020

12.6

Prozent

beträgt mittlerweile der Onlineanteil am Einzelhandel

Quelle: Mittelstands-Digital Zentrum Handel

Digitale Kassensysteme

Smart Stores 24/7

Künstliche Intelligenz

Social Media Marketing

Digitaler Kassenbon

Metaverse

Online Marktplätze

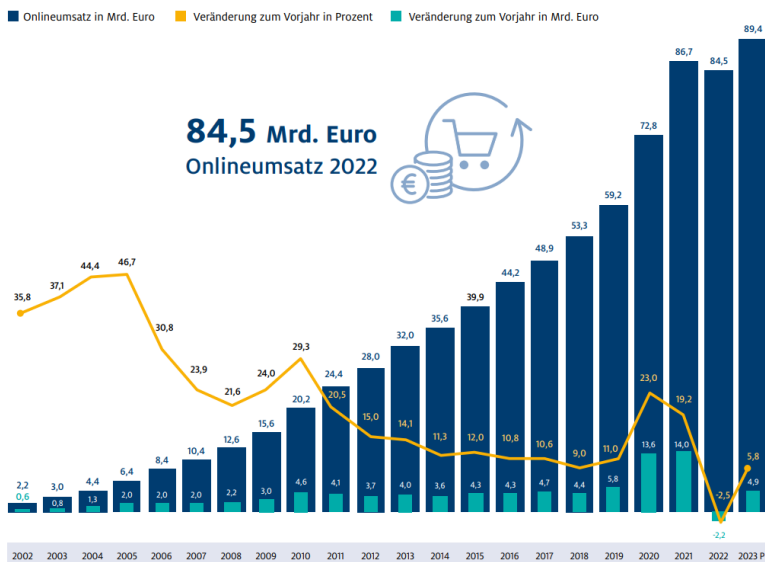
Digitale Sichtbarkeit

Online Marketing



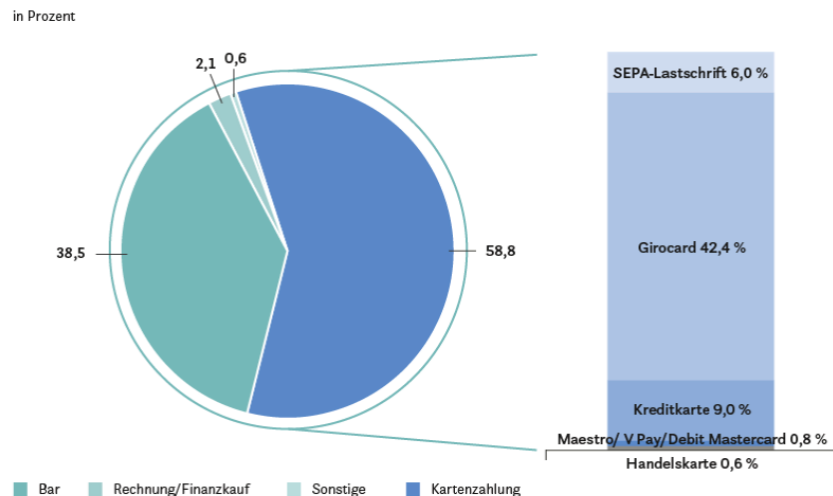
DIGITALISIERUNG IM HANDEL: ZAHLEN UND FAKTEN

Entwicklung des Umsatzes im Online-Handel



Quelle: EHI-Studie Zahlungssysteme im Einzelhandel 2022

Anteile der Zahlungsarten am Umsatz des stationären Handels im Jahr 2021



EH-Umsatz i. e. S. = 430 Mrd. Euro (exkl. Kfz, Mineralöl, Apotheken, E-Commerce/Versandhandel, inkl. Tankstellen-Shopumsätze)

Quelle: HDE Online Monitor 2023

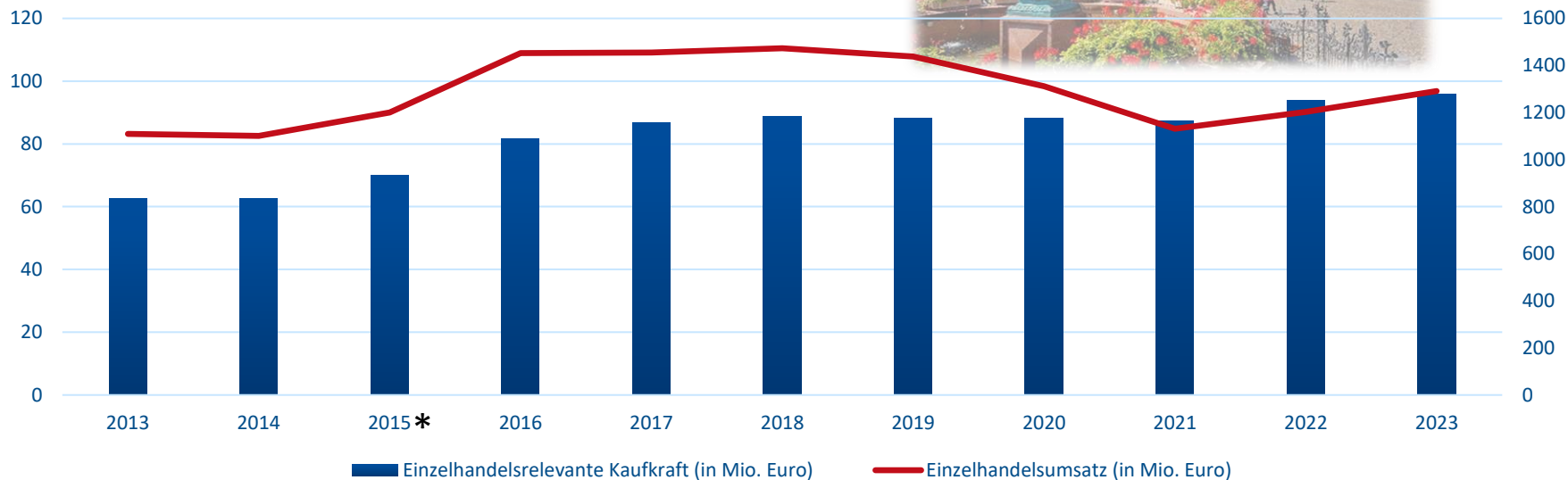


EINZELHANDEL IN FRANKFURT

Kaufkraft- und Einzelhandelsumsatzentwicklung in der Frankfurter Innenstadt



Quelle: EKH-Pictures - stock.adobe.com



Quelle: Eigene Darstellung anhand der Daten von MB-Research,
* Schätzung der IHK Frankfurt am Main



MASTERPLAN ERLEBNISCITY FRANKFURT



Quelle: Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main, 2022



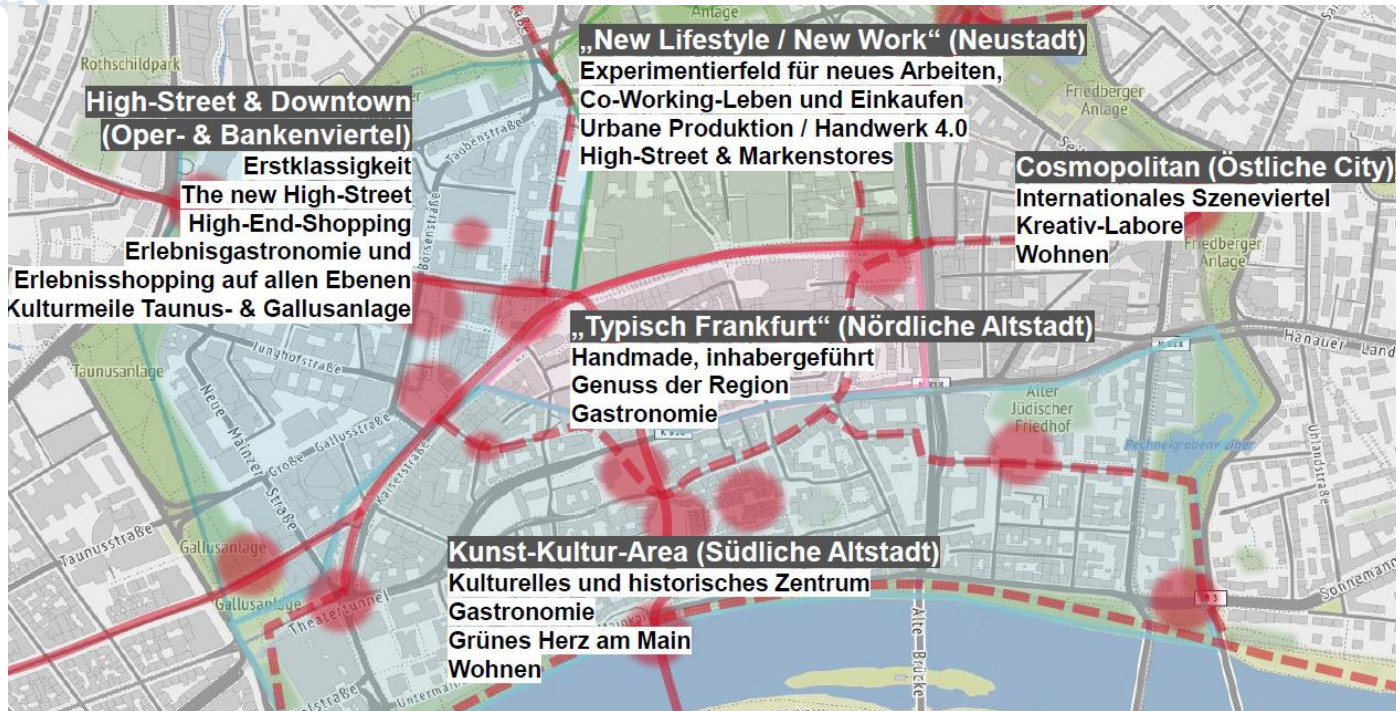
MASTERPLAN ERLEBNISCITY FRANKFURT



Quelle Bilder: EKH-Pictures - stock.adobe.com

Quelle: Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main, 2022

MASTERPLAN ERLEBNISCITY FRANKFURT



Quelle: Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main, 2022



PASSANTENBEFRAGUNG „VITALE INNENSTÄDTE“ 2022 IN FRANKFURT AM MAIN



- | Die Studie „Vitale Innenstädte“ wird alle zwei Jahre vom Institut für Handelsforschung (IFH) in Köln durchgeführt.
- | Befragt wurde zwischen September und 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.

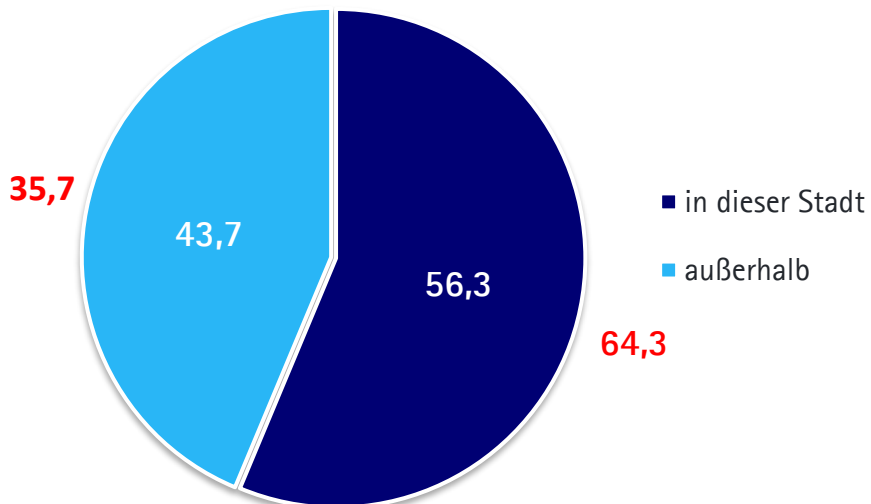


WER BESUCHT DIE INNENSTADT?

DURCHSCHNITT
DER BEIDEN TAGE

Wohnen Sie in der Frankfurter Innenstadt oder außerhalb?

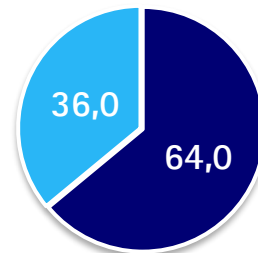
Frankfurt



35,7

64,3

Ortsgrößendurchschnitt

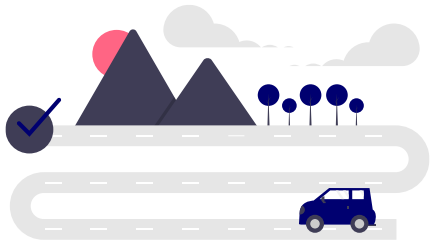
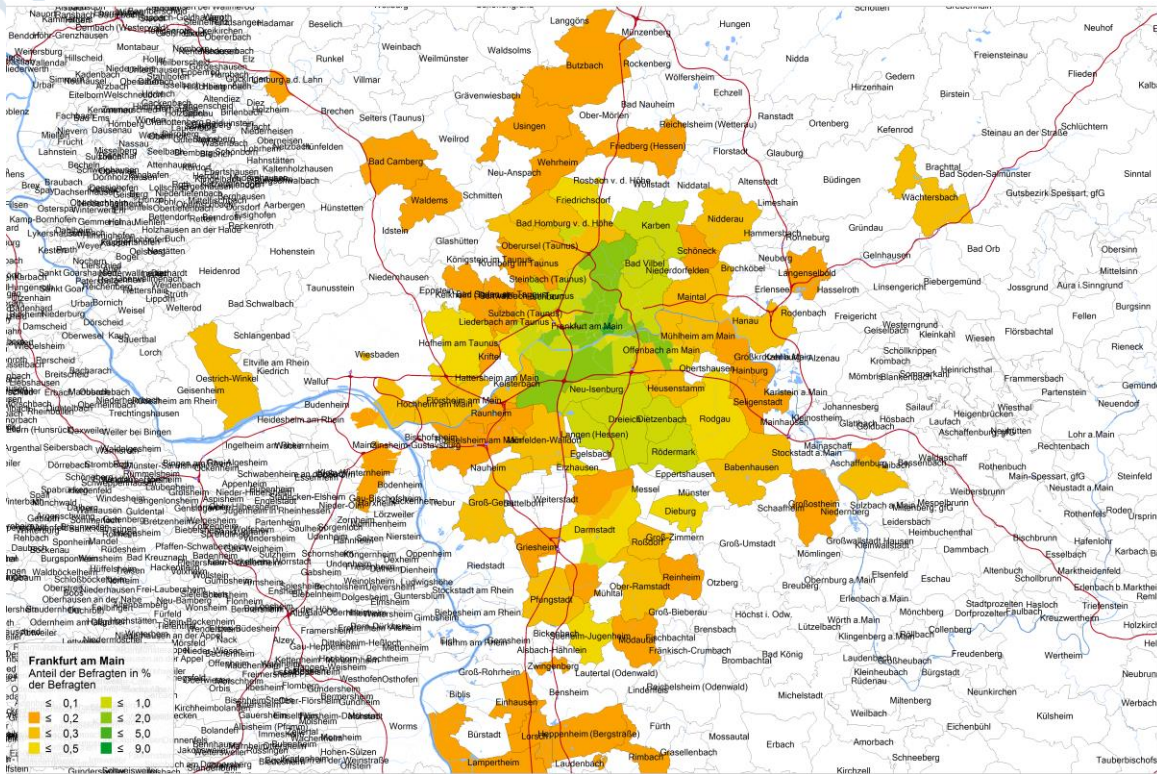


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

Rot = Werte aus der Befragung „Vitale Innenstädte 2018“

EINZUGSGEBIET FRANKFURT AM MAIN

DURCHSCHNITT
DER BEIDEN TAGE



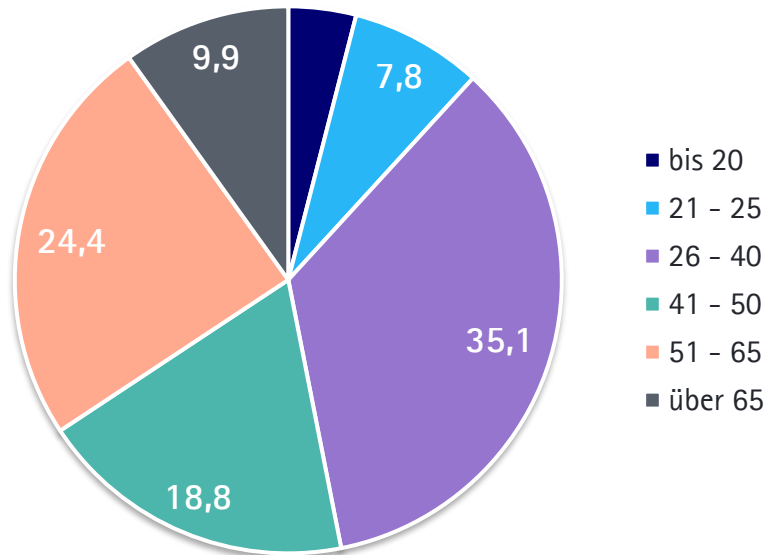


WER BESUCHT DIE INNENSTADT?

Alter der Besucher

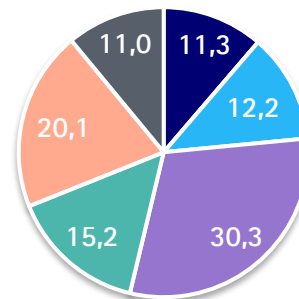
DURCHSCHNITT
DER BEIDEN TAGE

Frankfurt



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

Ortsgrößendurchschnitt



Durchschnittsalter:
41,1 Jahre

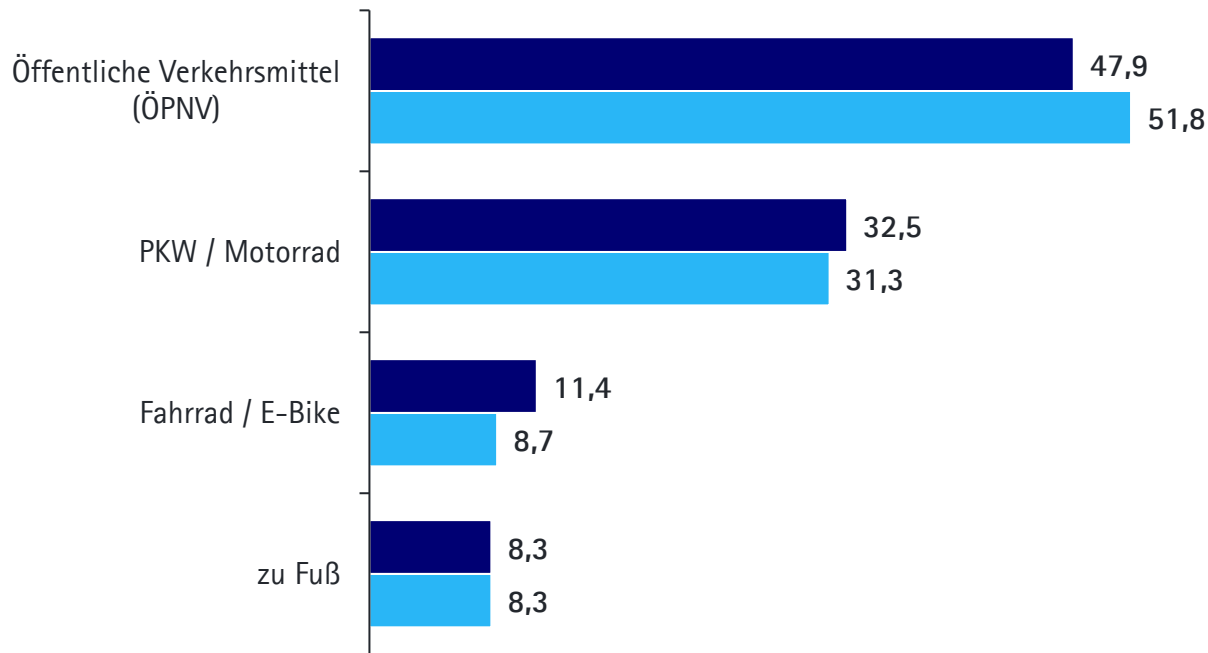




WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

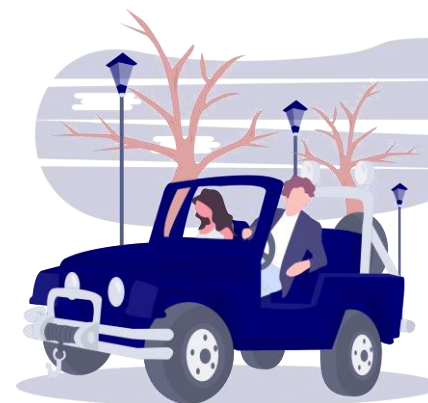
Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

DURCHSCHNITT
DER BEIDEN TAGE



■ Frankfurt

■ Ortsgrößendurchschnitt



INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

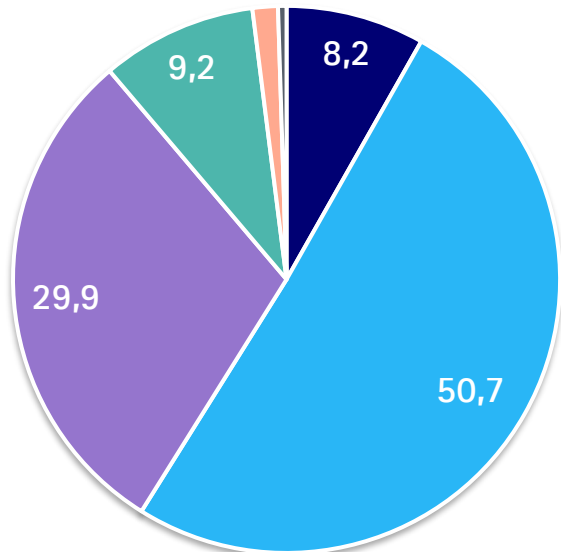


WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

DURCHSCHNITT
DER BEIDEN TAGE

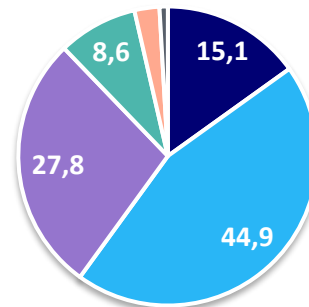
Welche Schulnote würden Sie dieser Innenstadt in Bezug auf ihre Attraktivität insgesamt geben?

Frankfurt



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

Ortsgrößendurchschnitt



Durchschnittsnote: 2,4

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

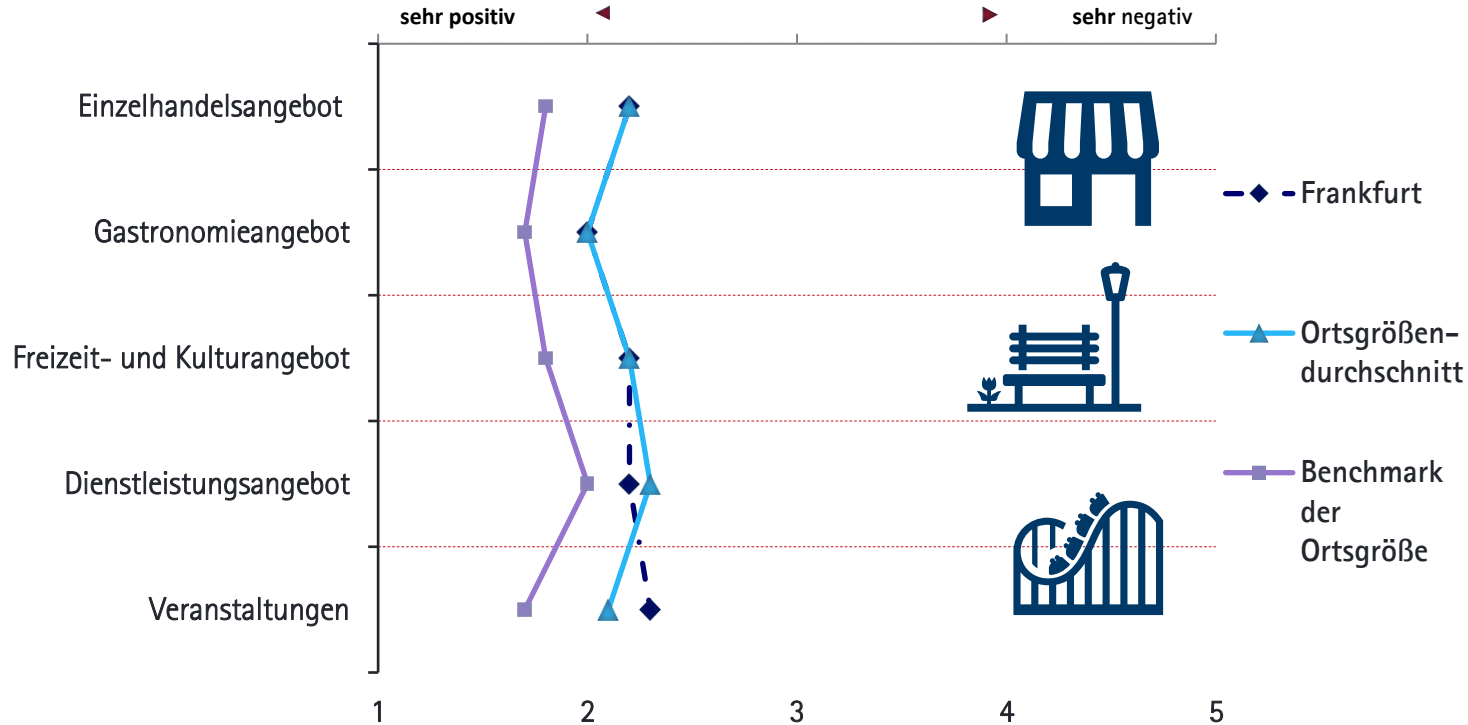




WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

DURCHSCHNITT
DER BEIDEN TAGE

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



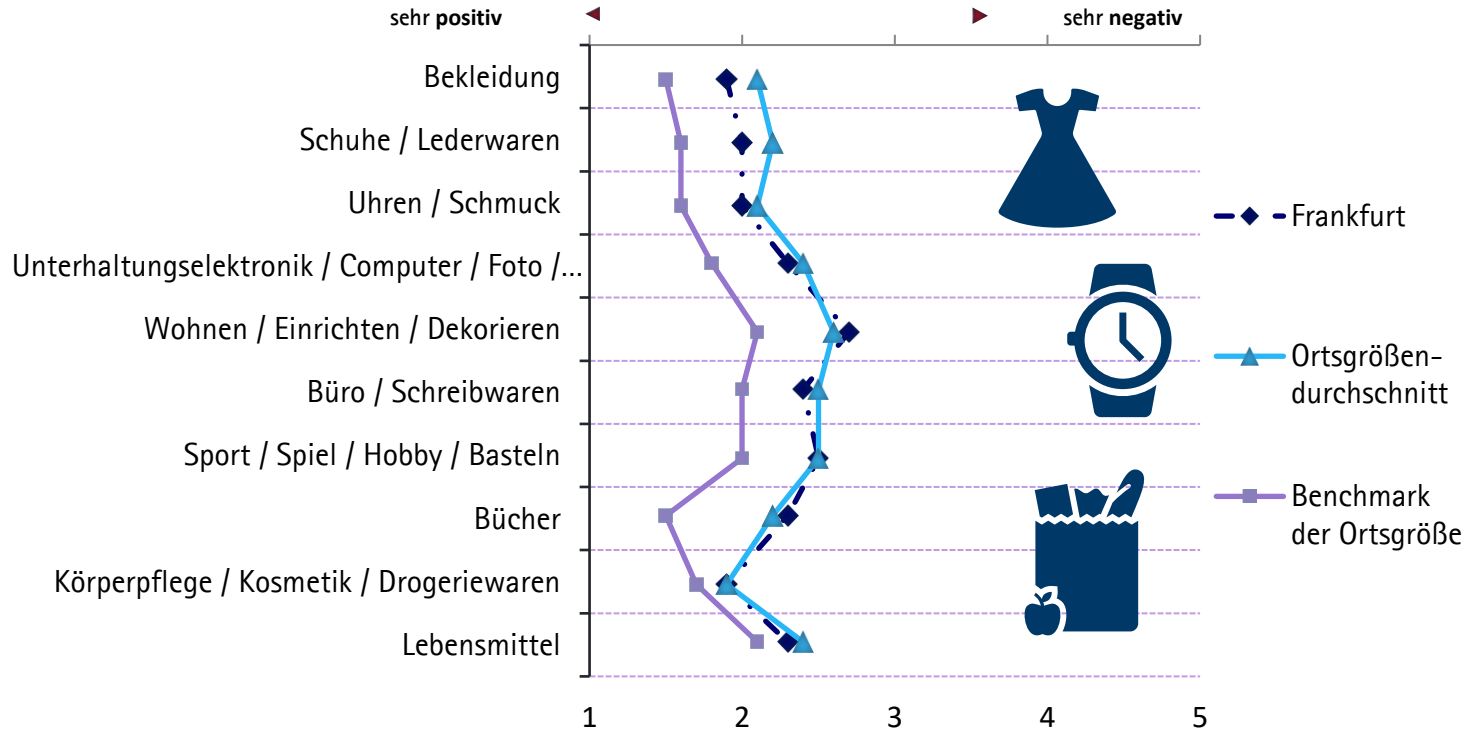
INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)



WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

DURCHSCHNITT
DER BEIDEN TAGE

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



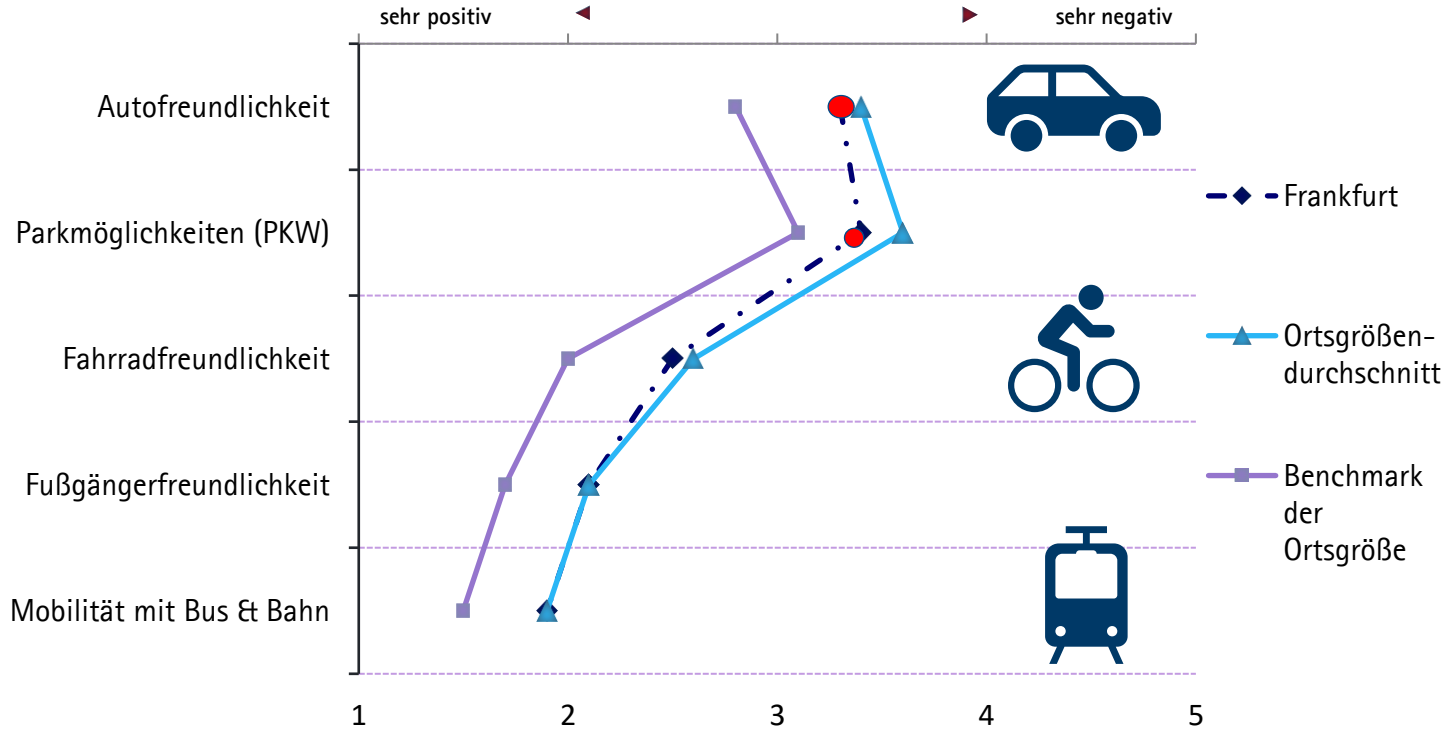
INFO 2.004 $\geq n \geq 2.004$, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)



WIE BEWERTEN BESUCHER DIE INNENSTADT?

DURCHSCHNITT
DER BEIDEN TAGE

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



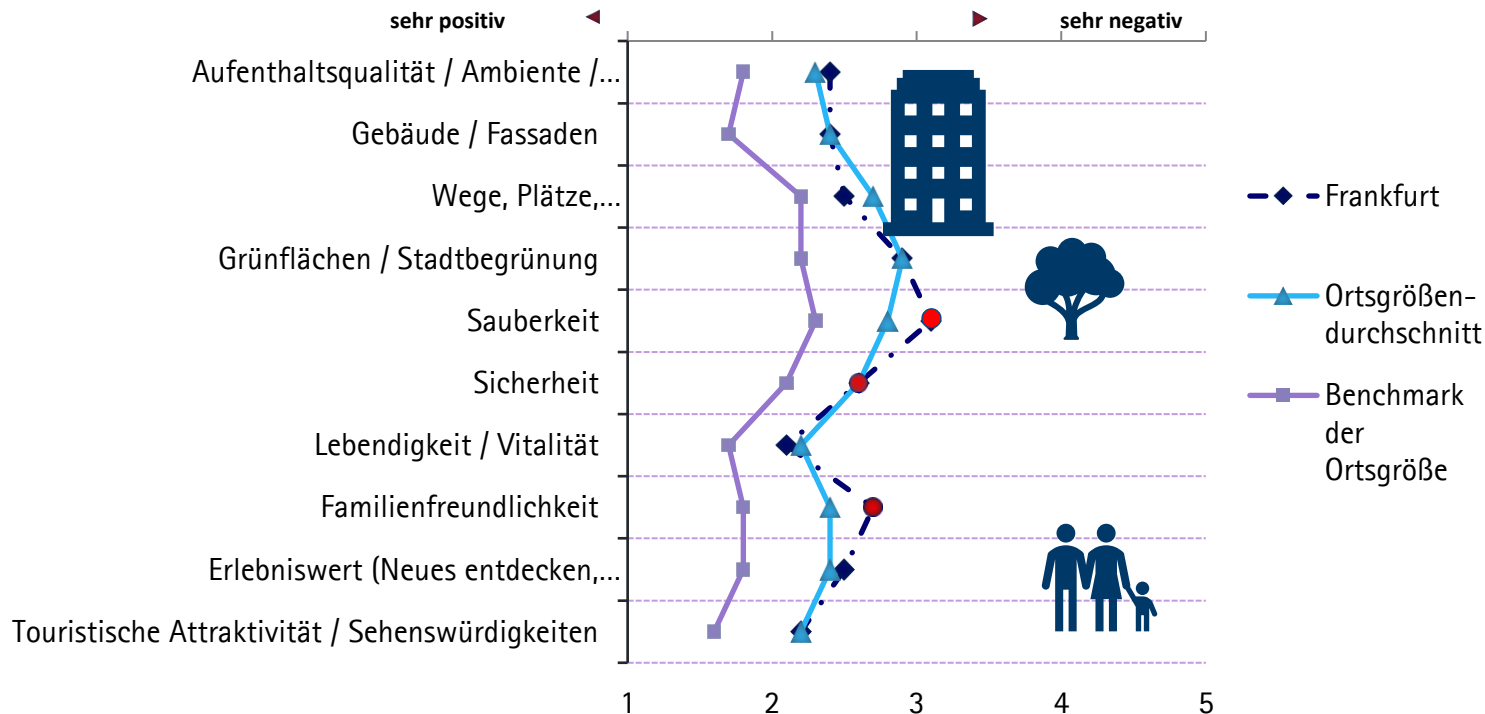
INFO 2.004 $\geq n \geq 2.004$, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)



WIE BEWERTEN BESUCHER DIE INNENSTADT?

DURCHSCHNITT
DER BEIDEN TAGE

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



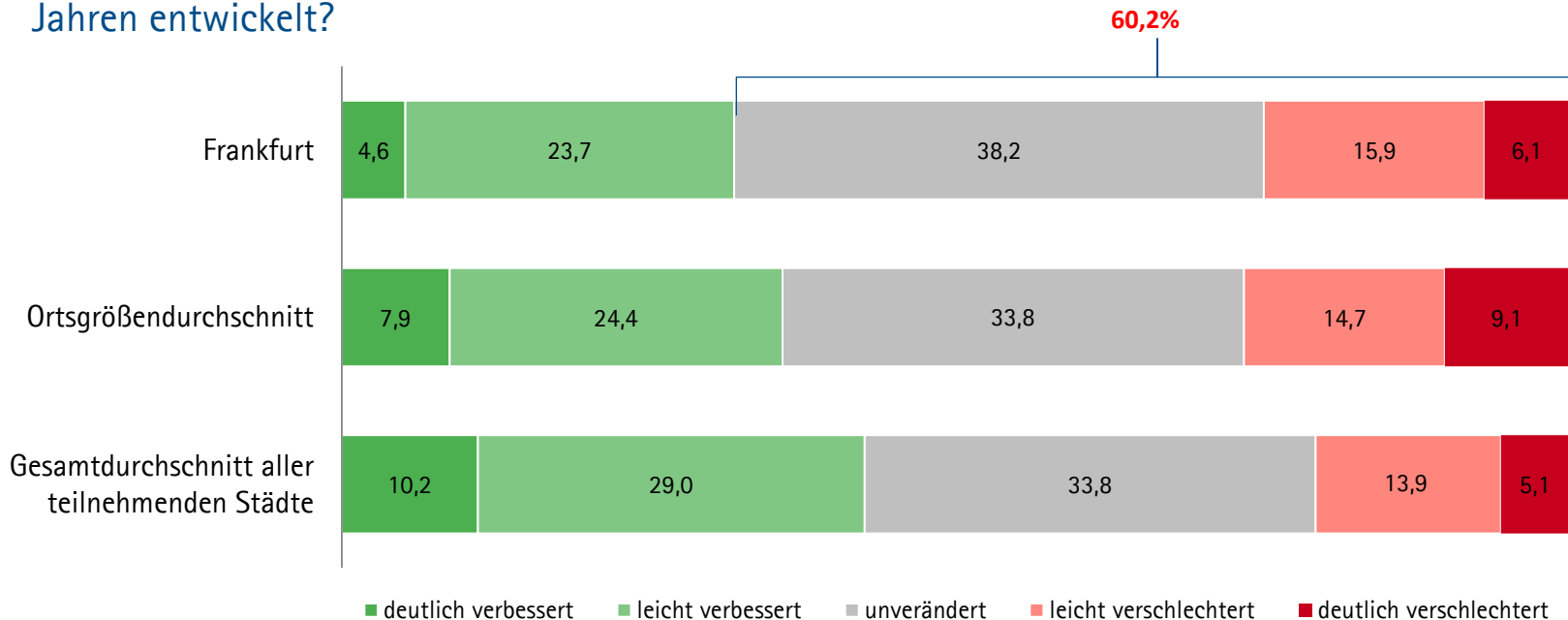
INFO 2.004 $\geq n \geq 2.004$, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)



ENTWICKLUNG DER ATTRAKTIVITÄT IN DEN LETZTEN JAHREN

DURCHSCHNITT
DER BEIDEN TAGE

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



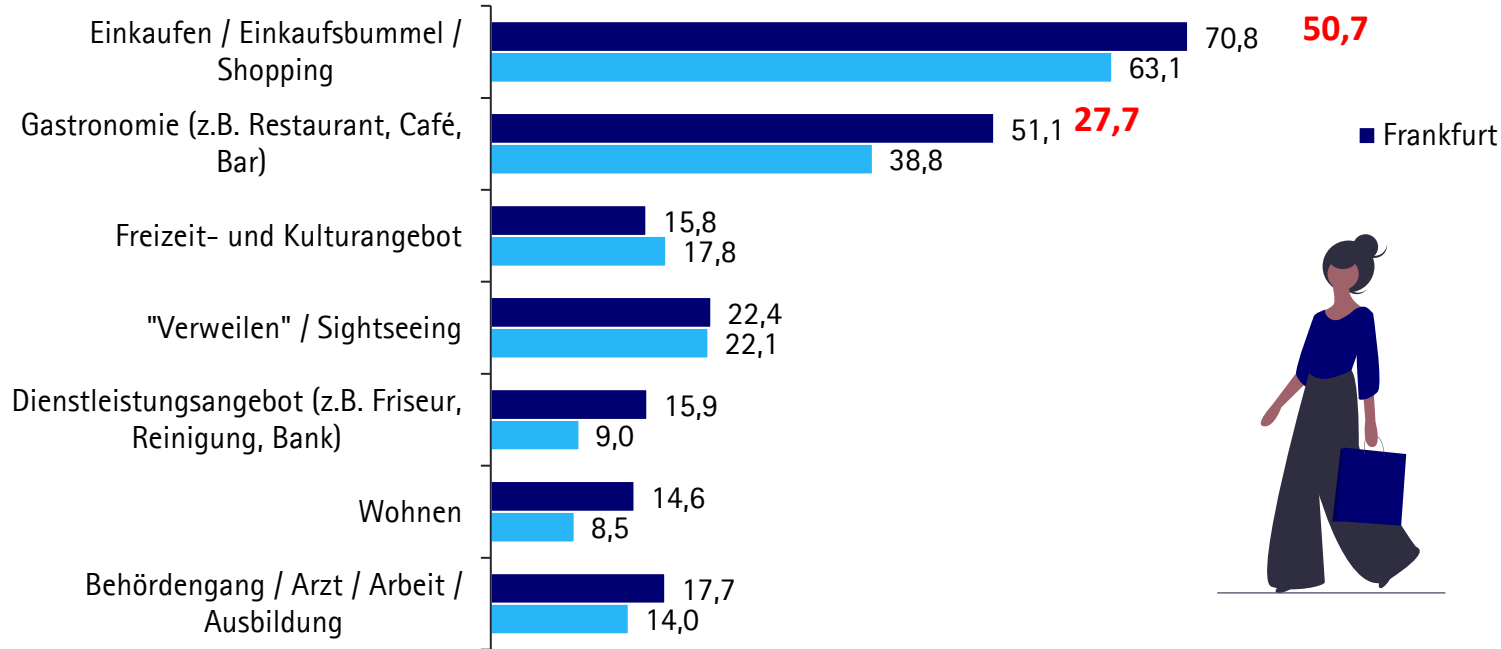
INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten



WARUM WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?

DURCHSCHNITT
DER BEIDEN TAGE



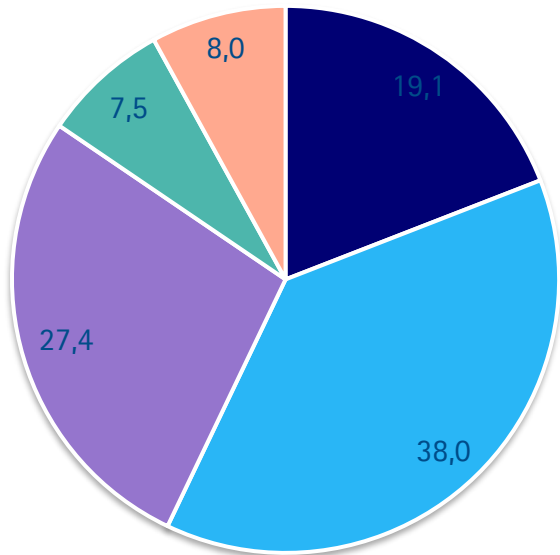


WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

Wie oft besuchen Sie diese Innenstadt in etwa zum Einkaufen?

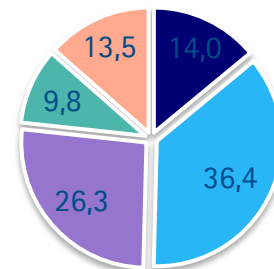
DURCHSCHNITT
DER BEIDEN TAGE

Frankfurt



- täglich
- wöchentlich
- monatlich
- quartalsweise
- seltener

Ortsgrößendurchschnitt



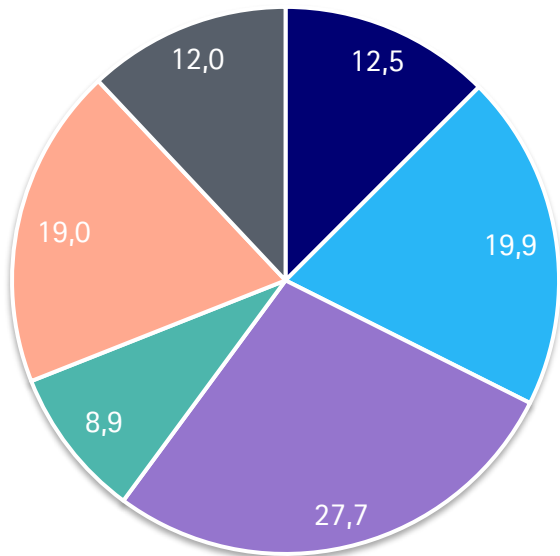


WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

Wie viele Einzelhandelsgeschäfte werden Sie heute voraussichtlich besuchen?

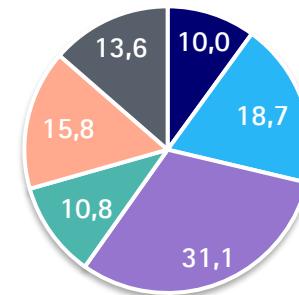
DURCHSCHNITT
DER BEIDEN TAGE

Frankfurt



- ein Geschäft
- zwei Geschäfte
- drei bis fünf Geschäfte
- sechs und mehr Geschäfte
- weiß ich noch nicht
- keines

Ortsgrößendurchschnitt



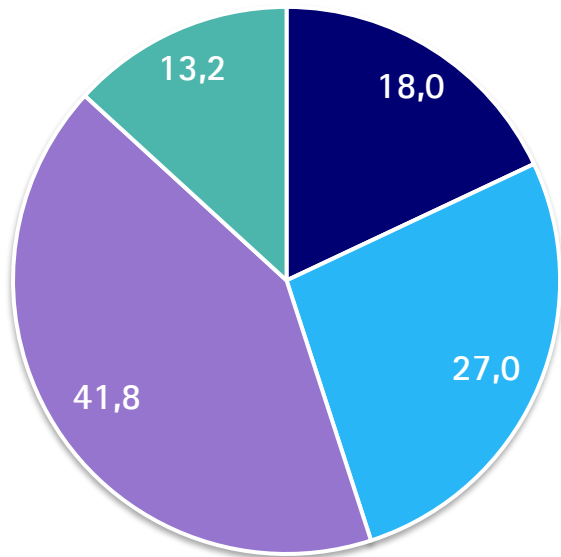
INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten



WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

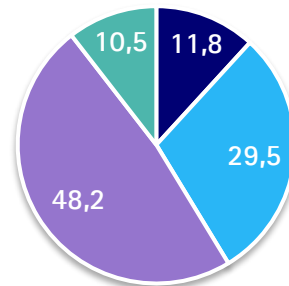
DURCHSCHNITT
DER BEIDEN TAGE

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



- unter 1 Stunde
- 1 bis 2 Stunden
- mehr als 2 Stunden
- weiß ich noch nicht

Ortsgrößendurchschnitt

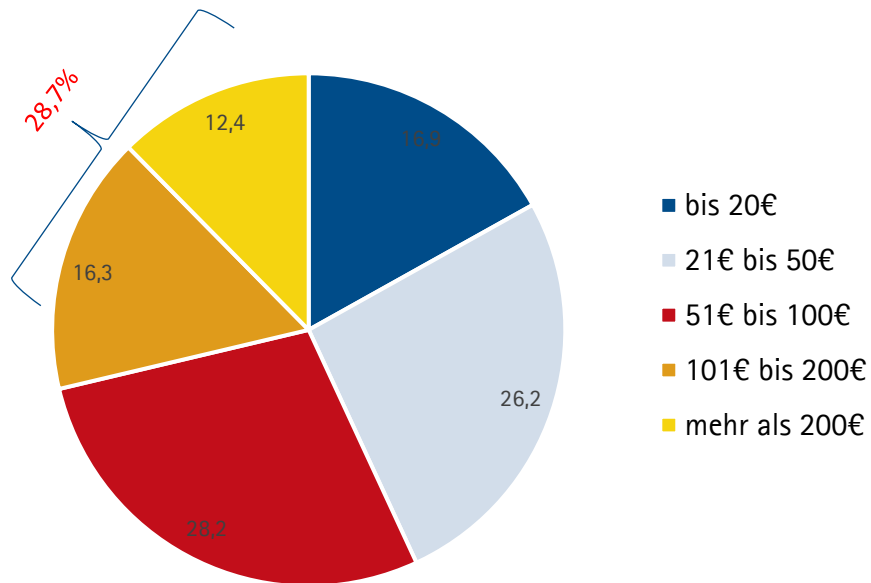


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten



WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

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

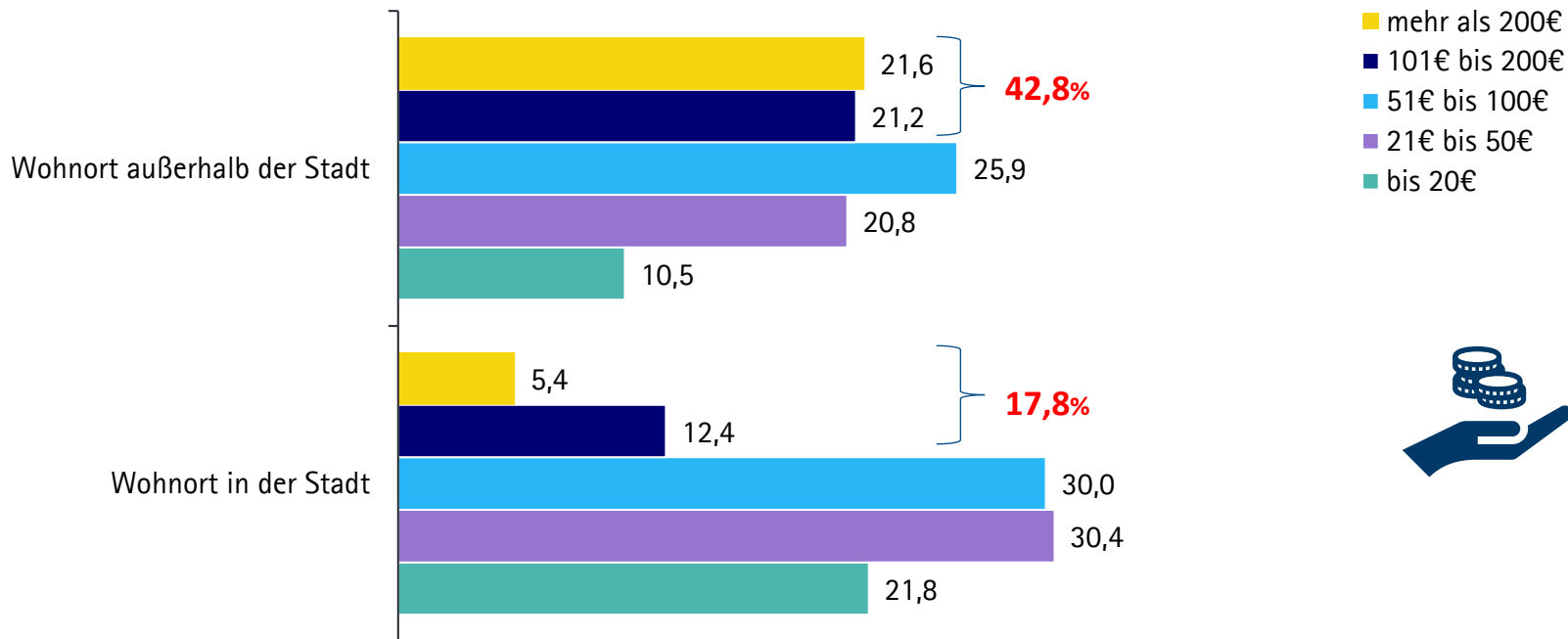


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten



WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

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



INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

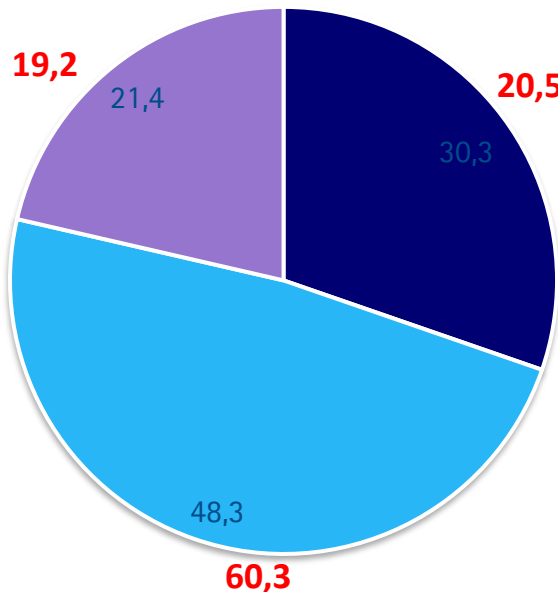


WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER? ONLINEVERHALTEN

DURCHSCHNITT
DER BEIDEN TAGE

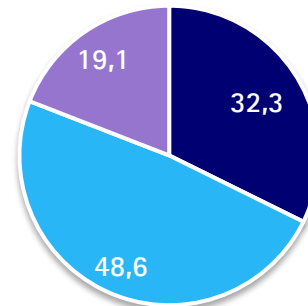
Hat sich Ihr Einkaufsverhalten in der Innenstadt durch das Angebot, online einkaufen zu können, in den letzten zwei bis drei Jahren verändert?

Frankfurt



- Ja, ich kaufe verstärkt online ein und besuche daher diese Innenstadt zum Einkaufen seltener.
- Nein, ich kaufe zwar online ein, aber besuche diese Innenstadt zum Einkaufen unverändert häufig.

Ortsgrößendurchschnitt

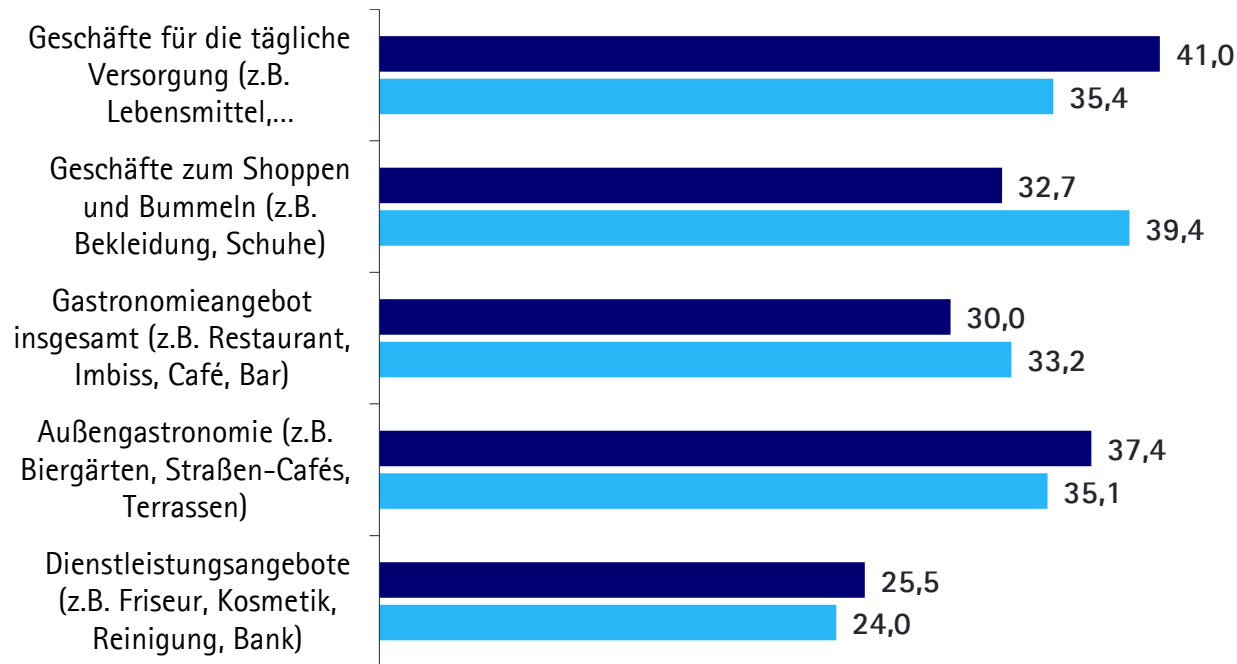




ZUKÜNFTIGE ANFORDERUNGEN AN DIE INNENSTADT

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

DURCHSCHNITT
DER BEIDEN TAGE



■ Frankfurt

■ Ortsgrößendurchschnitt



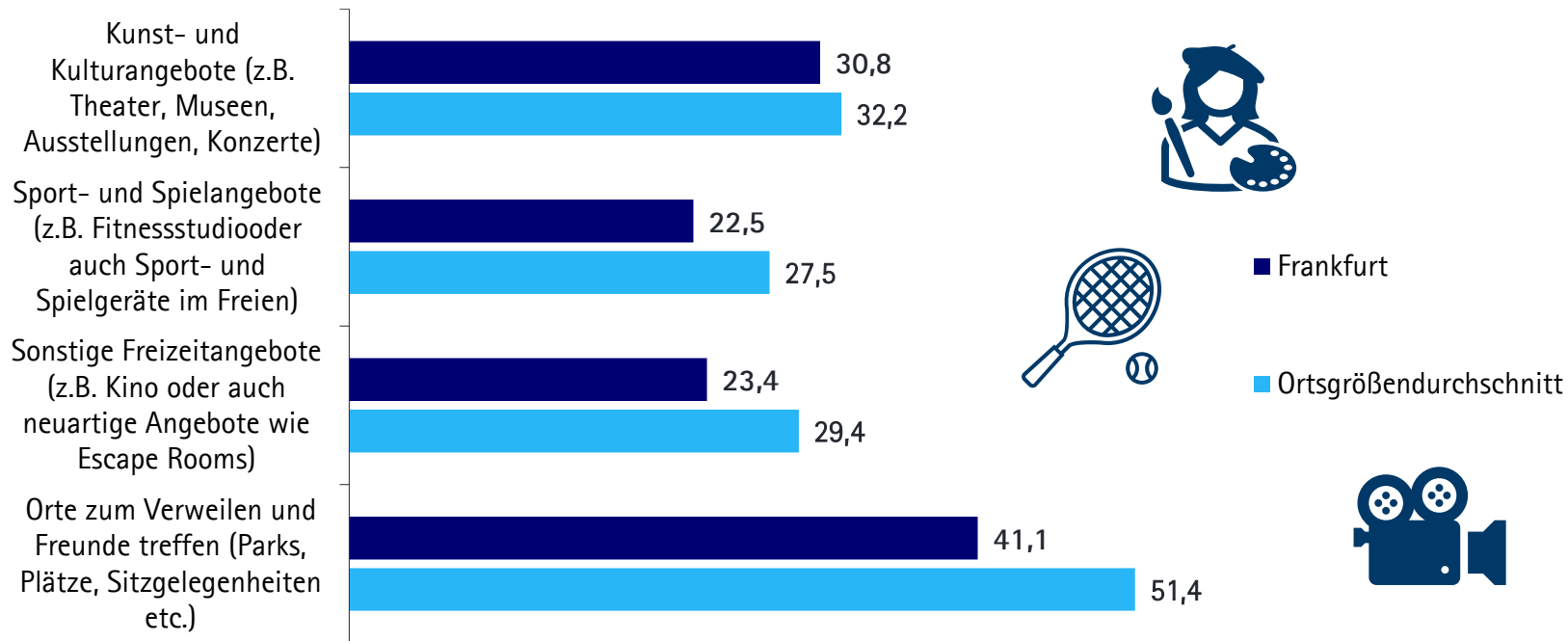
INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Angaben in % der Befragten

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“



ZUKÜNFTIGE ANFORDERUNGEN AN DIE INNENSTADT

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

DURCHSCHNITT
DER BEIDEN TAGE



■ Frankfurt



■ Ortsgrößendurchschnitt



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

Antworten mit „unbedingt“



ZUSAMMENFASSUNG DER WICHTIGSTEN ERGEBNISSE

- | 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
- | Frankfurts Innenstadtbesucher werden älter
- | Mobilität: ÖPNV als Verkehrsmittel der ersten Wahl, dennoch bleibt PKW für auswärtige Kundschaft unverzichtbar
- | Verändertes Konsum- und Ausgabenverhalten der Kunden zulasten des stationären Einzelhandels
- | Verbesserungspotenziale und Handlungsbedarfe trotz Zufriedenheit der Passantinnen und Passanten erkennbar



VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

IHK Frankfurt am Main – Ihre erste Adresse in Wirtschaftsfragen

Dr. Noemí Fernández Sánchez
Referentin

Geschäftsfeld Standortpolitik

Fon: +49 69 2197-1262

n.sanchez@frankfurt-main.ihk.de

