



# 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

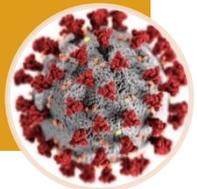


Endogene Einflussfaktoren



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

Globale Trends und Herausforderungen(neu)

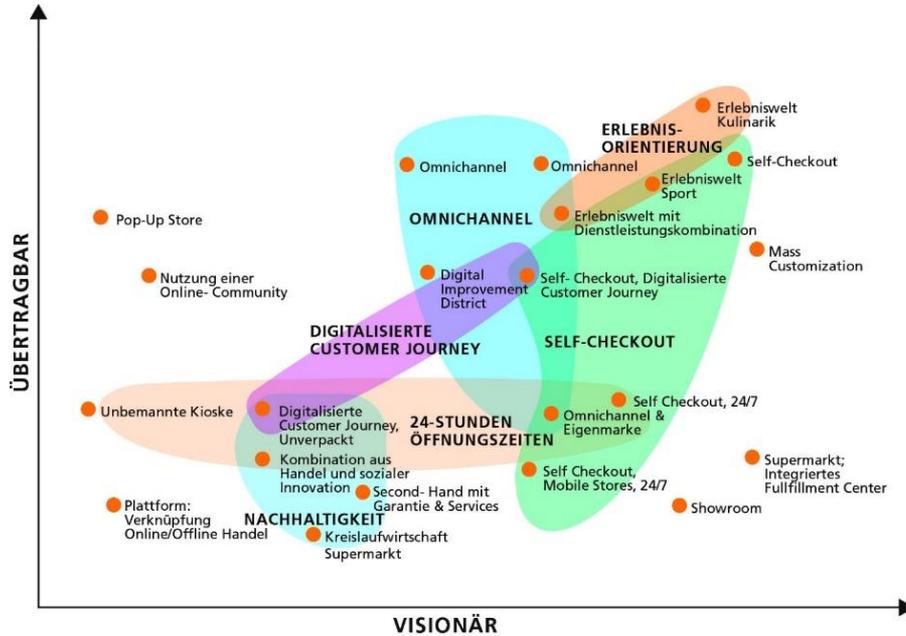


Externe Einflussfaktoren



# 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

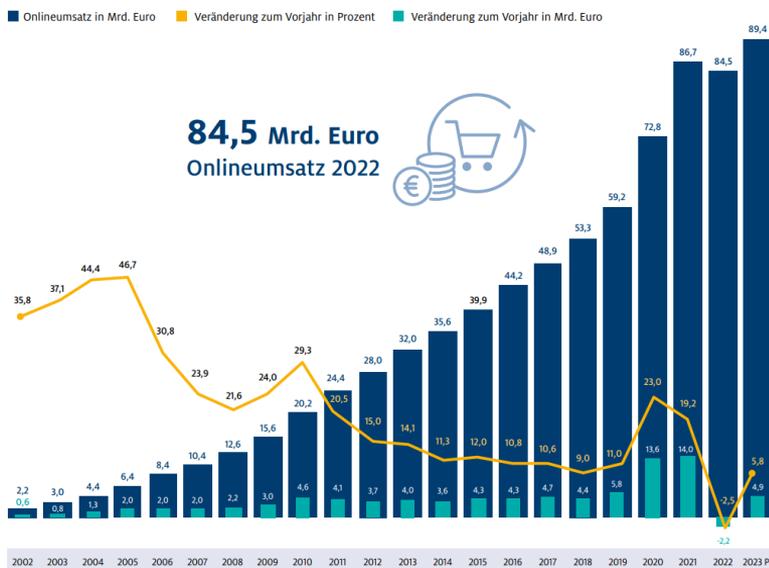
Digitale Sichtbarkeit

Online Marketing



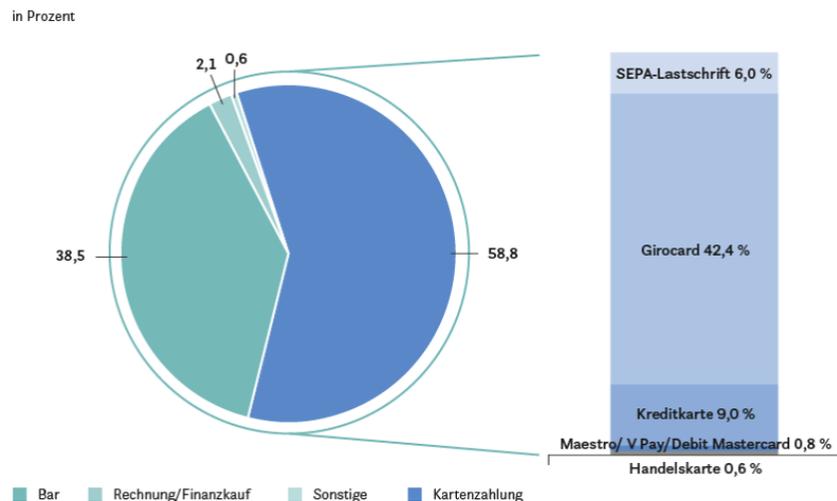
# DIGITALISIERUNG IM HANDEL: ZAHLEN UND FAKTEN

## Entwicklung des Umsatzes im Online-Handel



Quelle: EHI-Studie Zahlungssysteme im Einzelhandel 2022

## Anteile der Zahlungsarten am Umsatz des stationären Handels im Jahr 2021



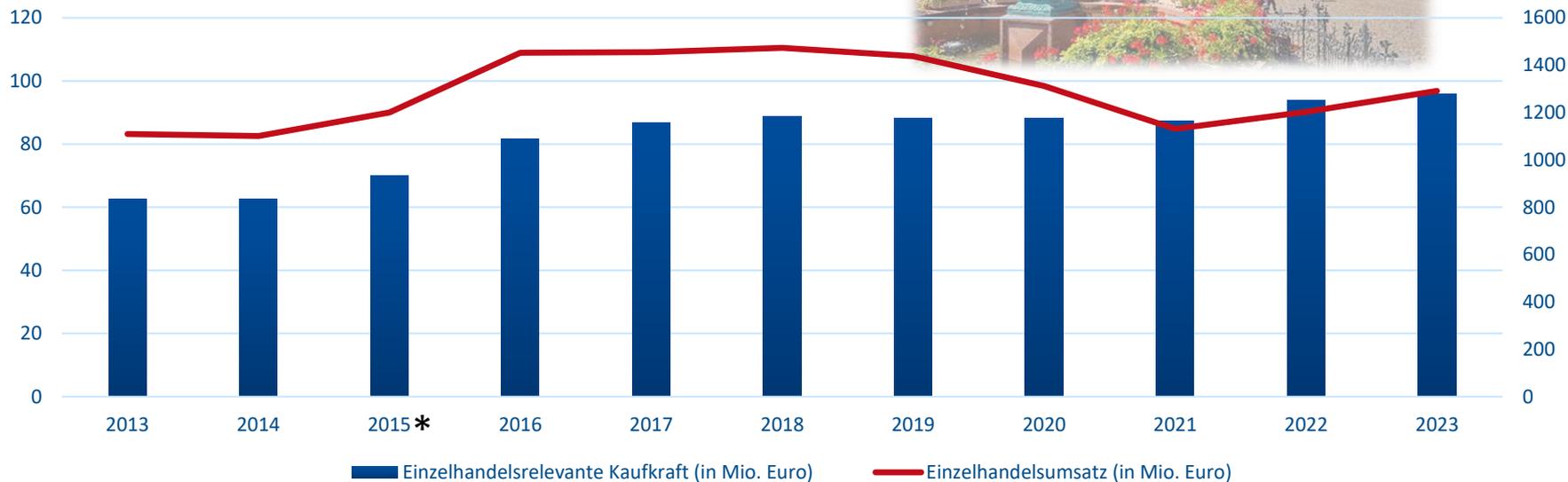
EH-Umsatz i. e. S. = 430 Mrd. Euro (exkl. Kfz, Mineralöl, Apotheken, E-Commerce/Versandhandel, inkl. Tankstellen-Shopumsätze)

Quelle: HDE Online Monitor 2023



# EINZELHANDEL IN FRANKFURT

## Kaufkraft- und Einzelhandelsumsatzentwicklung in der Frankfurter Innenstadt



Quelle: 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

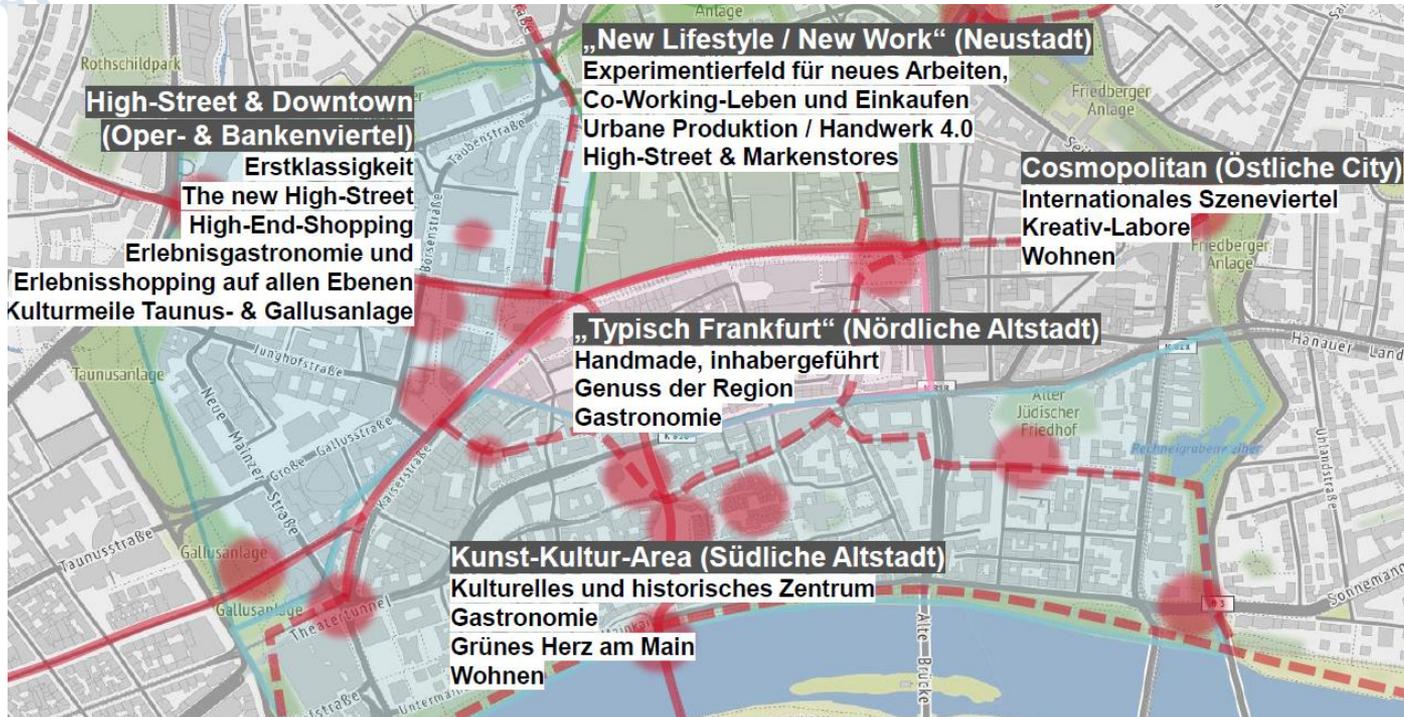


Quelle Bilder: EKH-Pictures - stock.adobe.com



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.

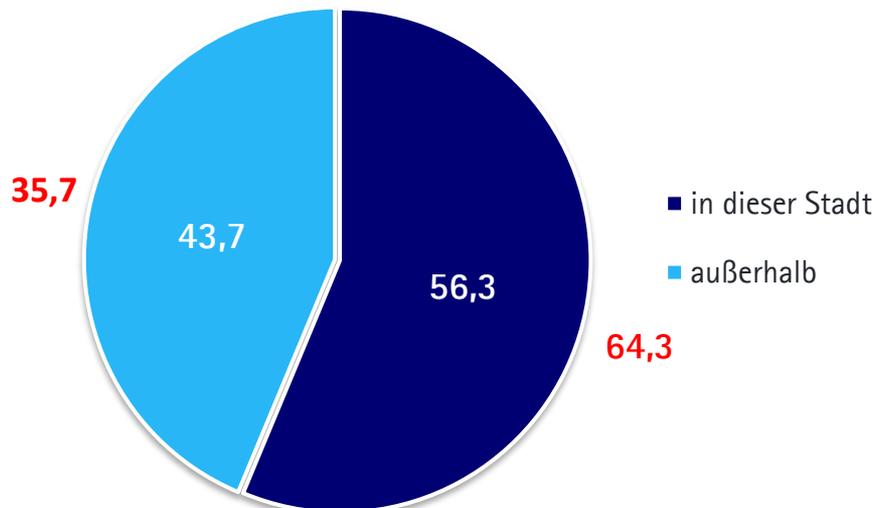


# WER BESUCHT DIE INNENSTADT?

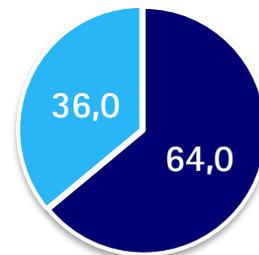
DURCHSCHNITT  
DER BEIDEN TAGE

Wohnen Sie in der Frankfurter Innenstadt oder außerhalb?

Frankfurt



Ortsgrößendurchschnitt

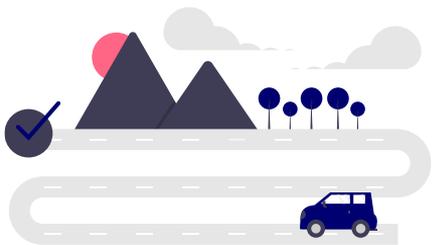
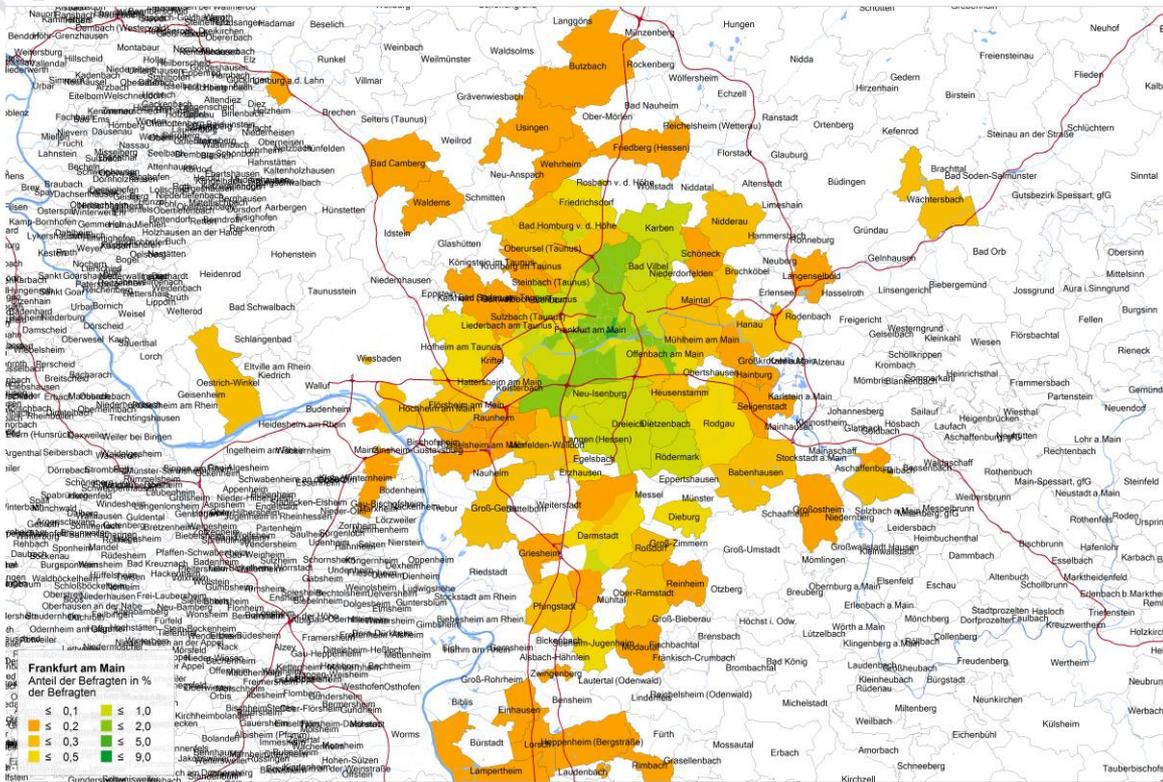


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

Rot = Werte aus der Befragung „Vitale Innenstädte 2018“

# EINZUGSGEBIET FRANKFURT AM MAIN

DURCHSCHNITT  
DER BEIDEN TAGE

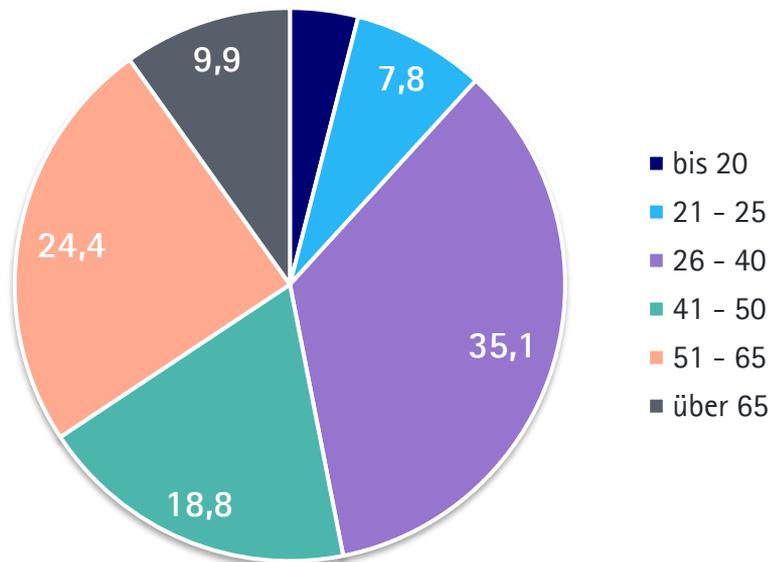




# WER BESUCHT DIE INNENSTADT?

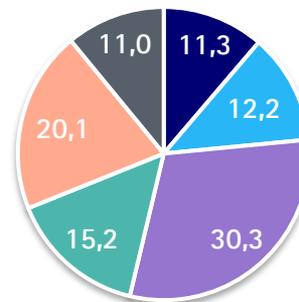
Alter der Besucher

Frankfurt



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

Ortsgrößendurchschnitt



Durchschnittsalter:  
41,1 Jahre

DURCHSCHNITT  
DER BEIDEN TAGE

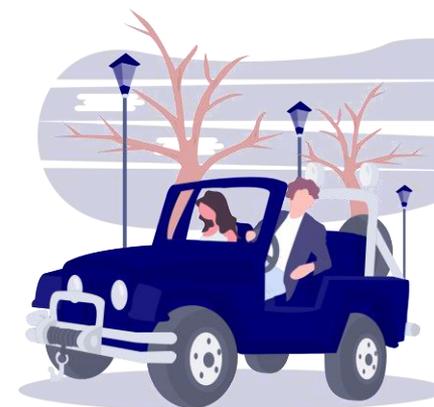
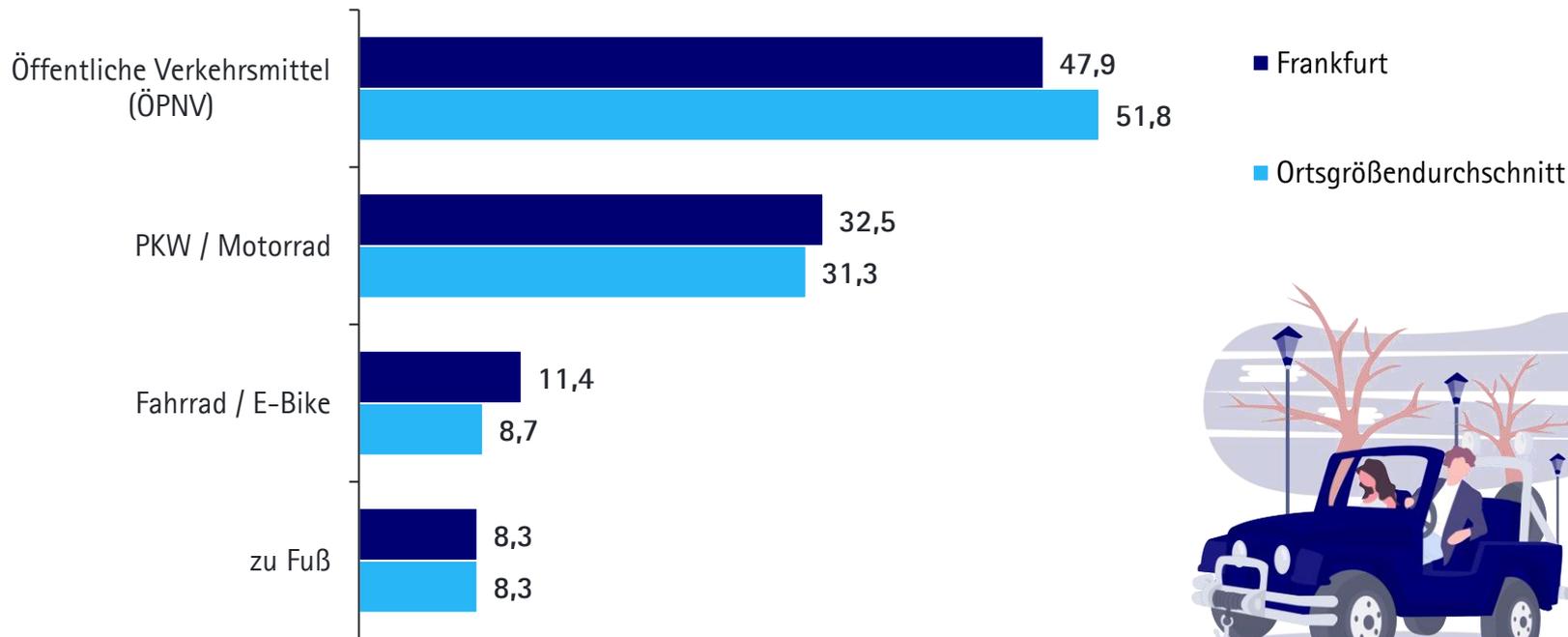




# WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

DURCHSCHNITT  
DER BEIDEN TAGE



INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

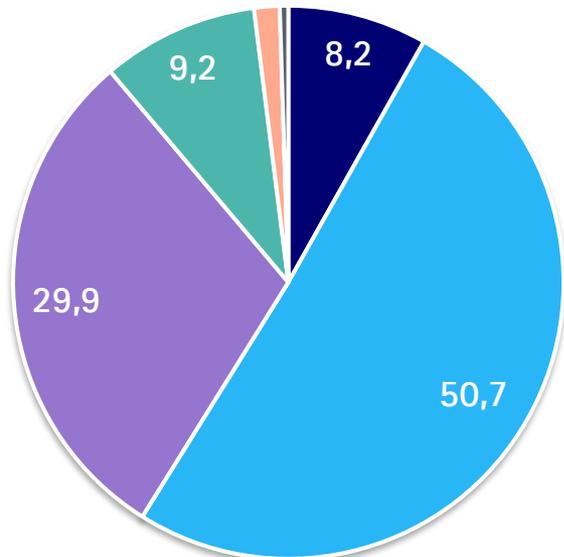


# WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

DURCHSCHNITT  
DER BEIDEN TAGE

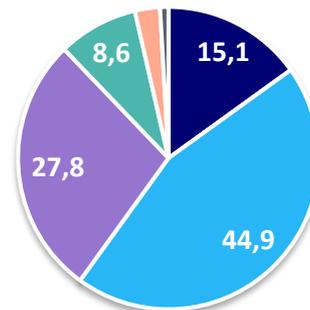
Welche Schulnote würden Sie dieser Innenstadt in Bezug auf ihre Attraktivität insgesamt geben?

Frankfurt



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

Ortsgrößendurchschnitt



Durchschnittsnote: 2,4

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

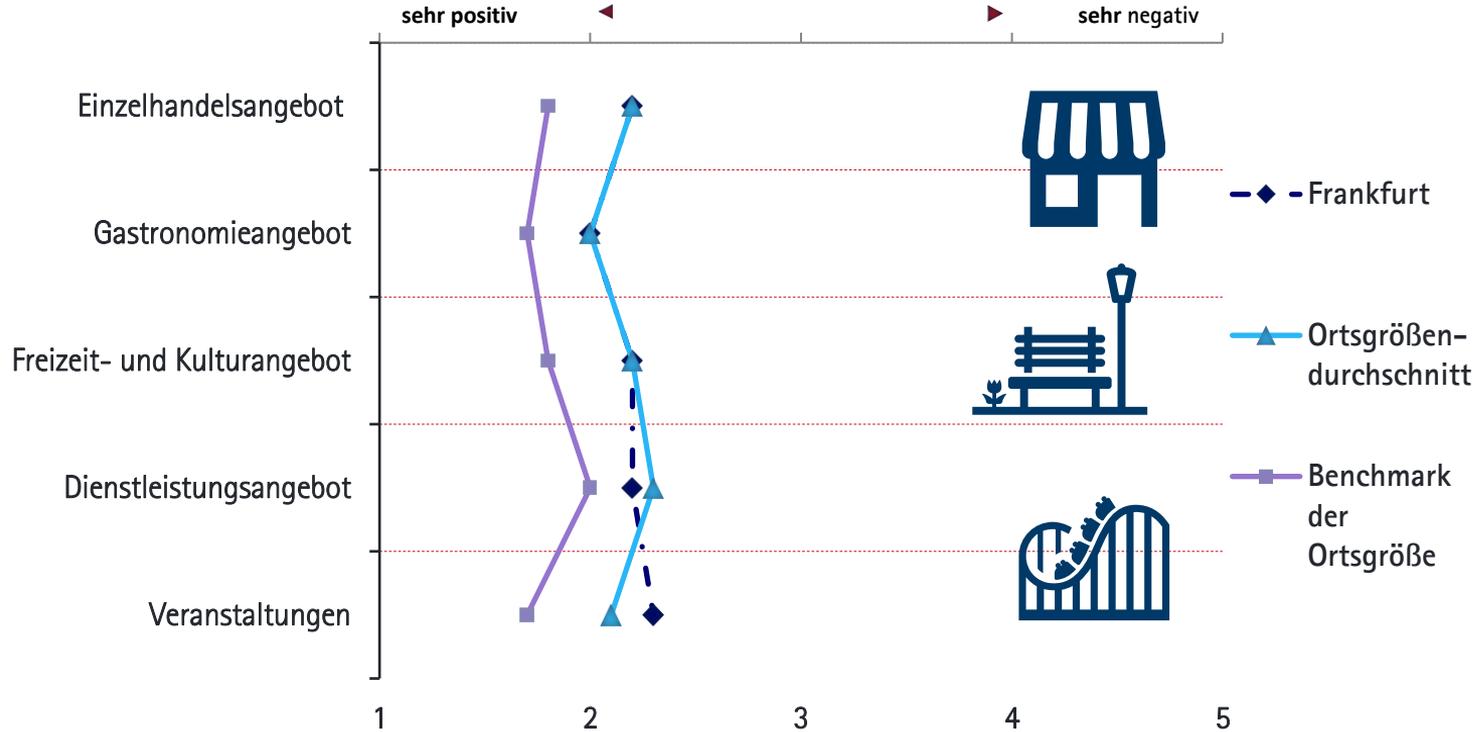




# WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

DURCHSCHNITT  
DER BEIDEN TAGE

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



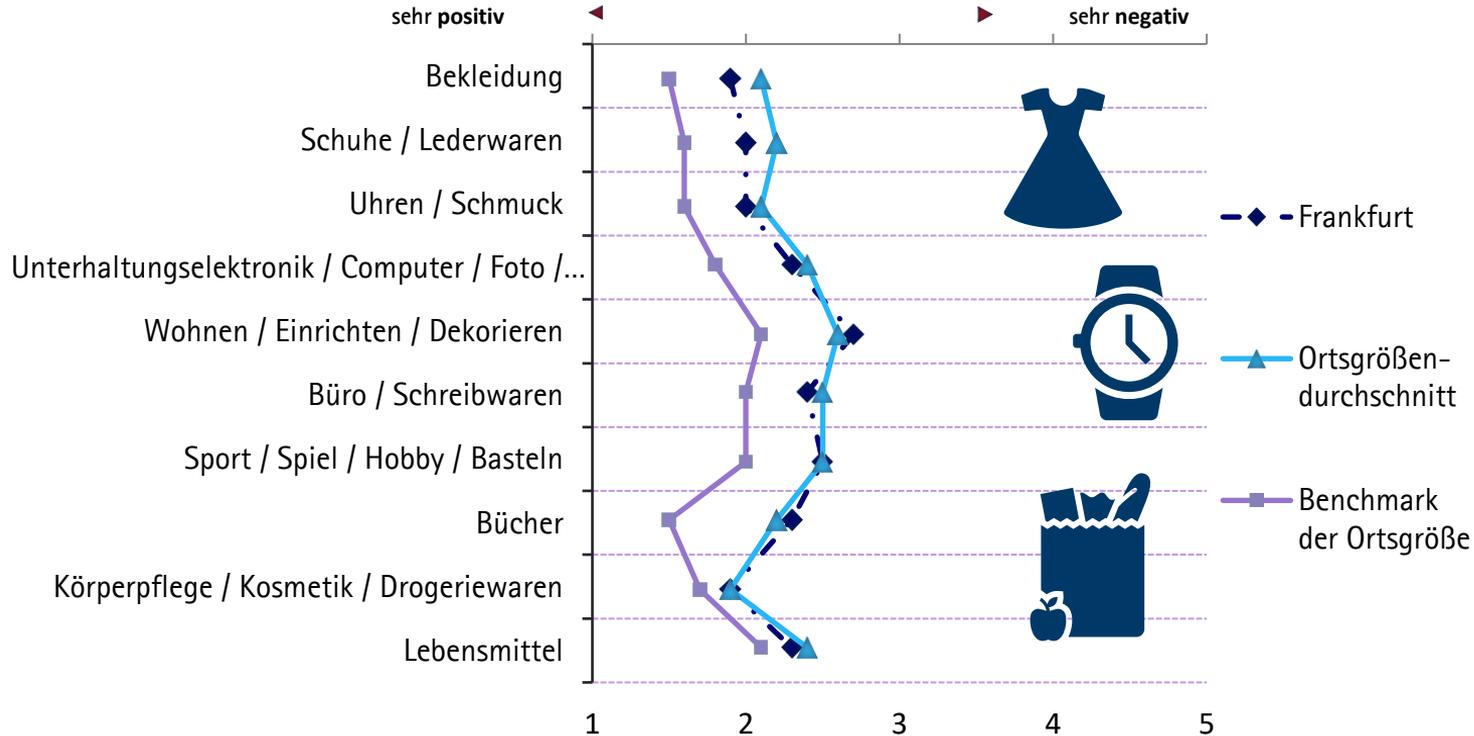
INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)



# WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

DURCHSCHNITT  
DER BEIDEN TAGE

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



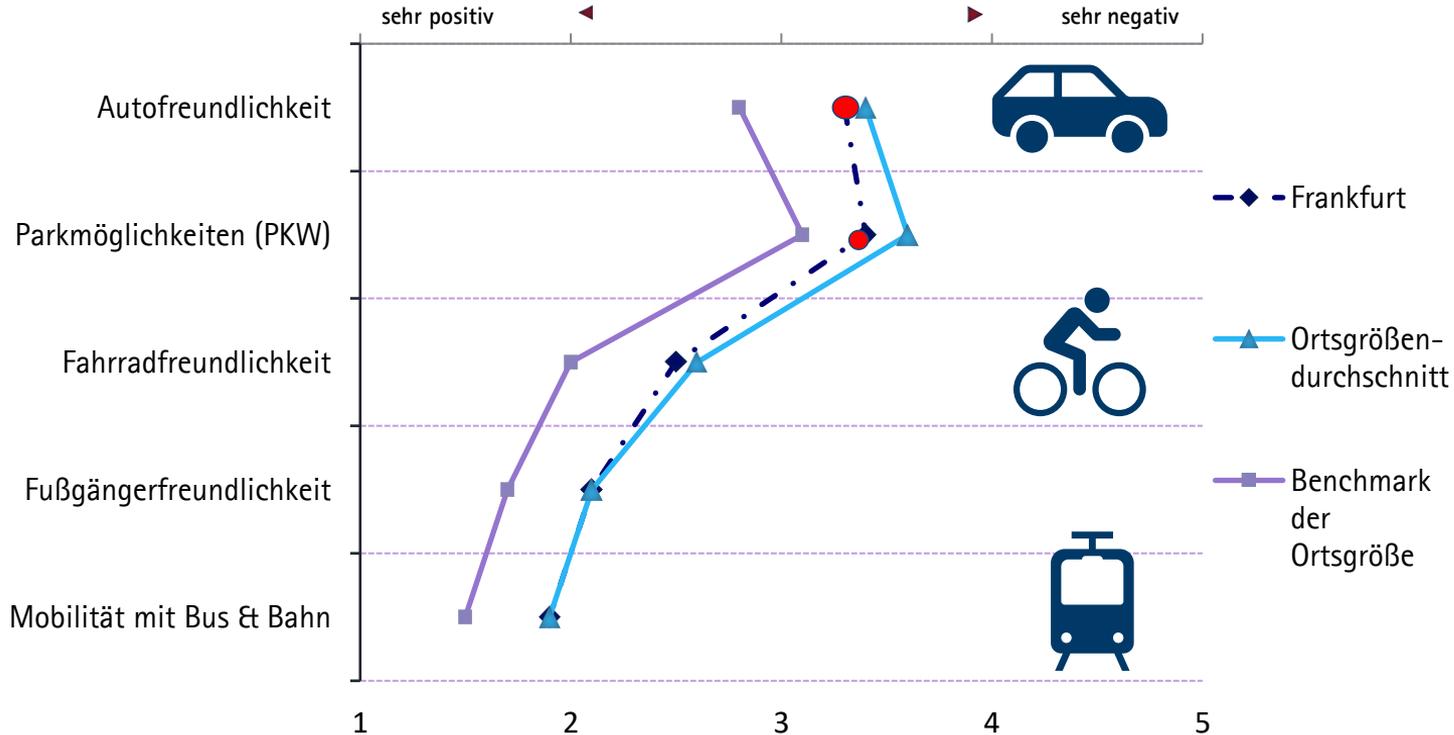
INFO 2.004  $\geq n \geq 2.004$ , Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)



# WIE BEWERTEN BESUCHER DIE INNENSTADT?

DURCHSCHNITT  
DER BEIDEN TAGE

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



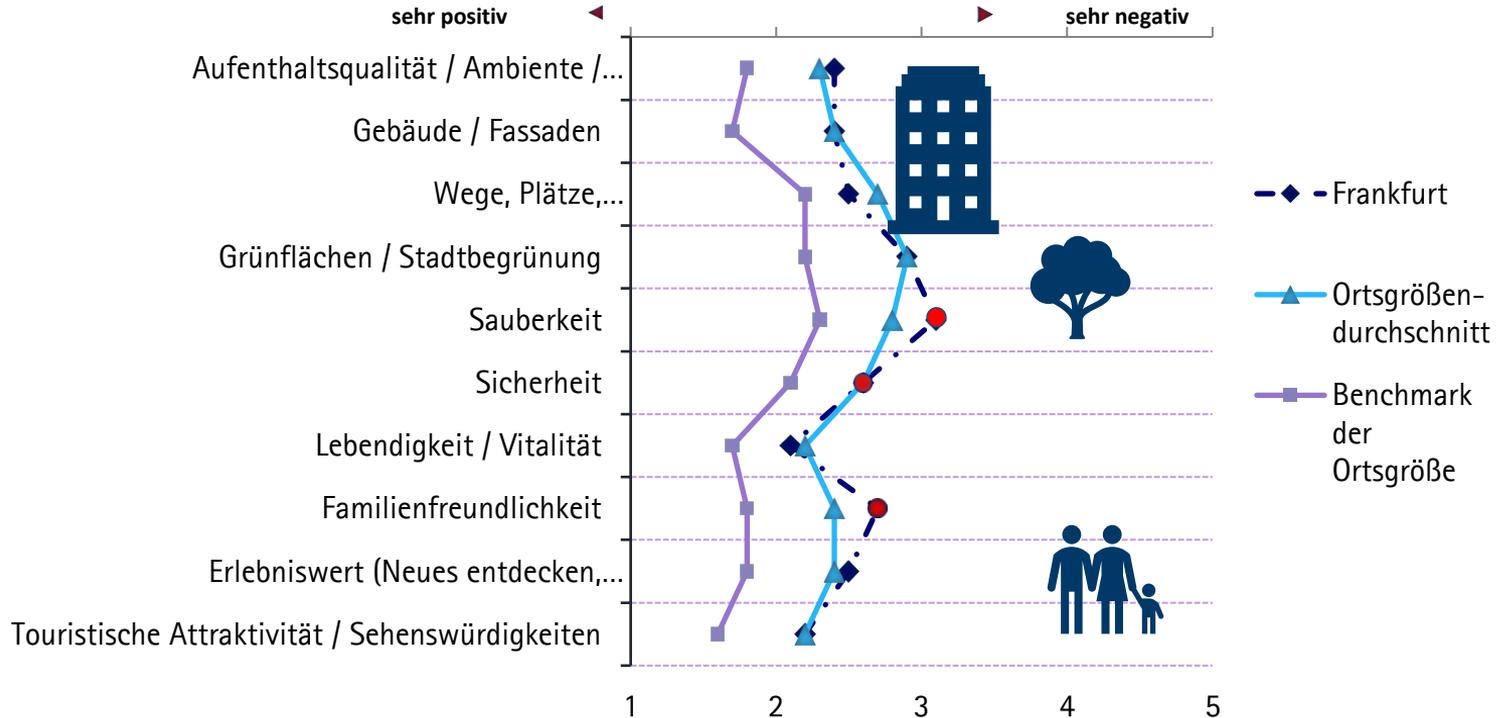
INFO 2.004  $\geq n \geq 2.004$ , Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)



# WIE BEWERTEN BESUCHER DIE INNENSTADT?

DURCHSCHNITT  
DER BEIDEN TAGE

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



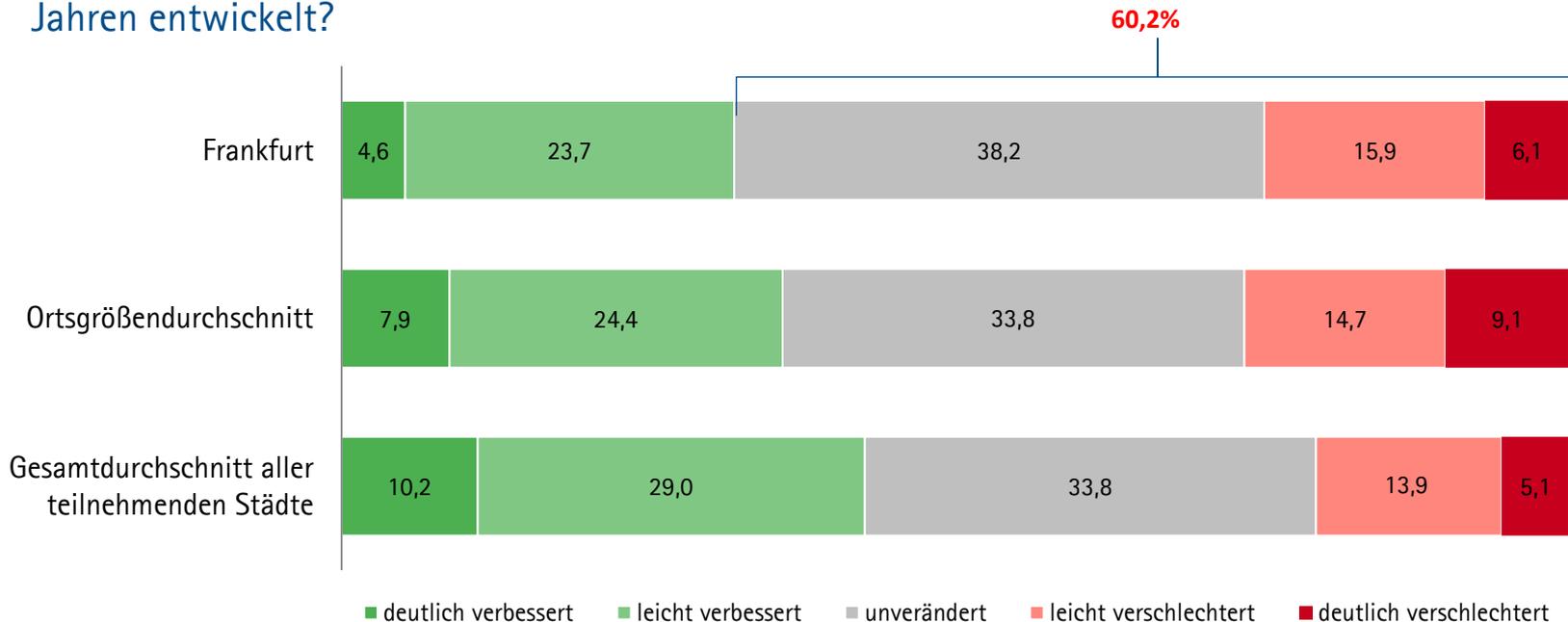
INFO 2.004  $\geq n \geq 2.004$ , Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)



# 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?



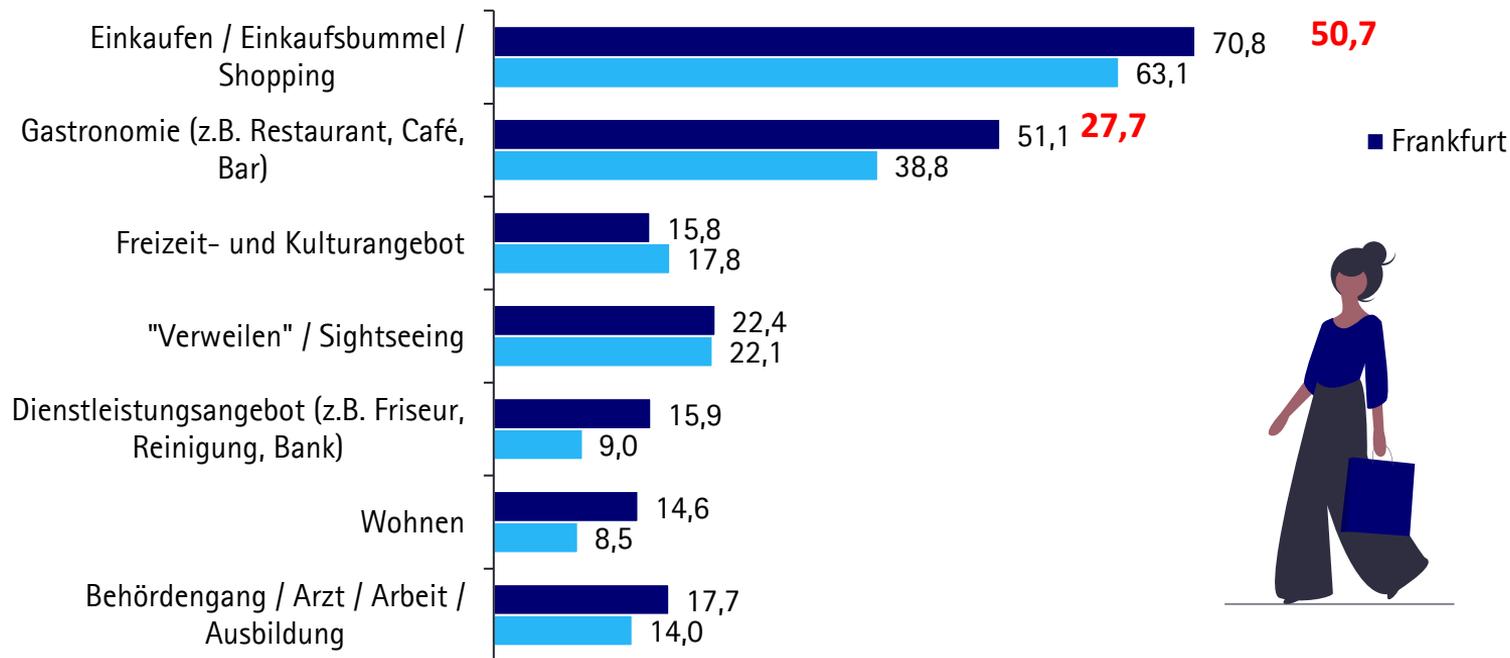
INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten



# WARUM WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?

DURCHSCHNITT  
DER BEIDEN TAGE



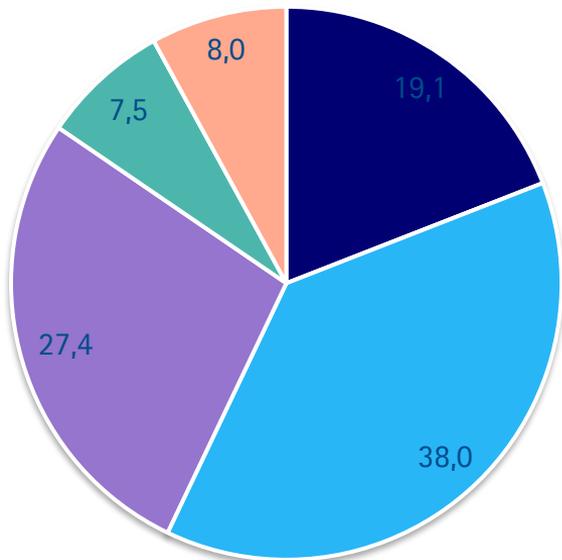


# WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

Wie oft besuchen Sie diese Innenstadt in etwa zum Einkaufen?

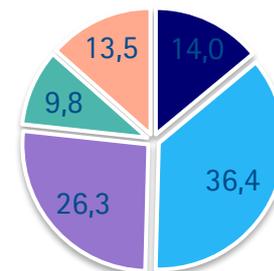
DURCHSCHNITT  
DER BEIDEN TAGE

Frankfurt



- täglich
- wöchentlich
- monatlich
- quartalsweise
- seltener

Ortsgrößendurchschnitt



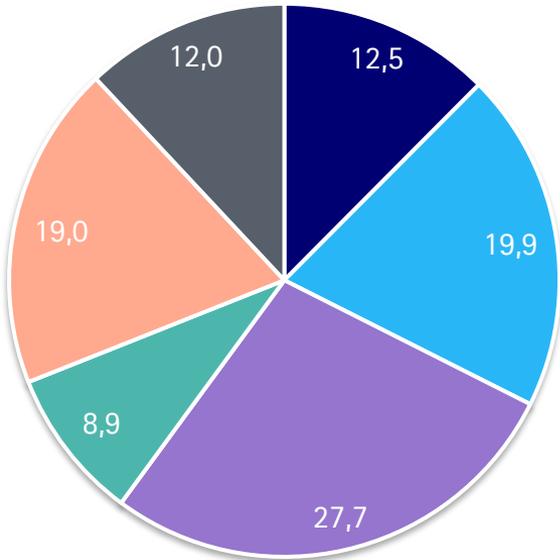


# WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

Wie viele Einzelhandelsgeschäfte werden Sie heute voraussichtlich besuchen?

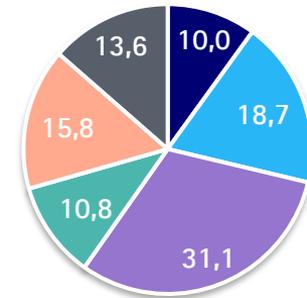
DURCHSCHNITT  
DER BEIDEN TAGE

Frankfurt



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

Ortsgrößendurchschnitt



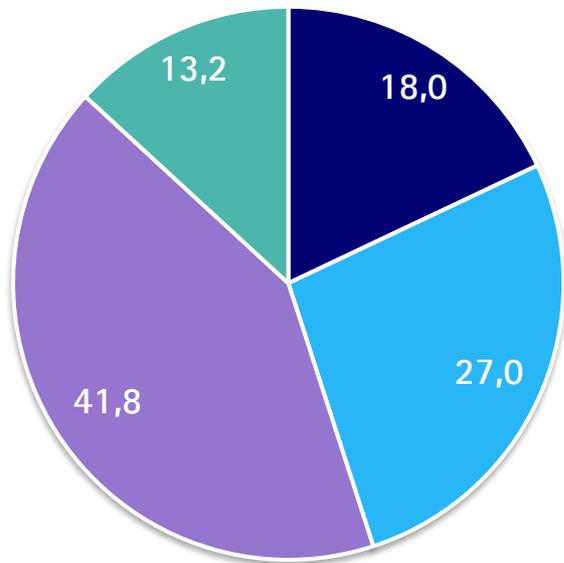
INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten



# WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

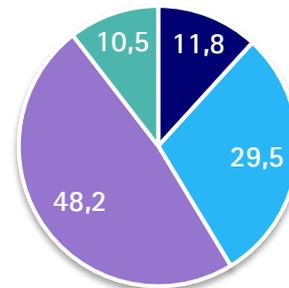
DURCHSCHNITT  
DER BEIDEN TAGE

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

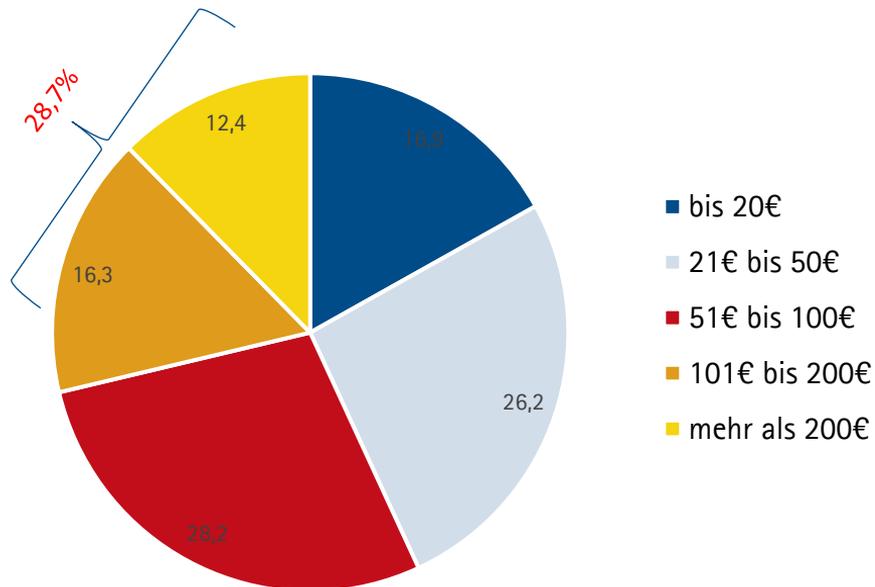


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten



# WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

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

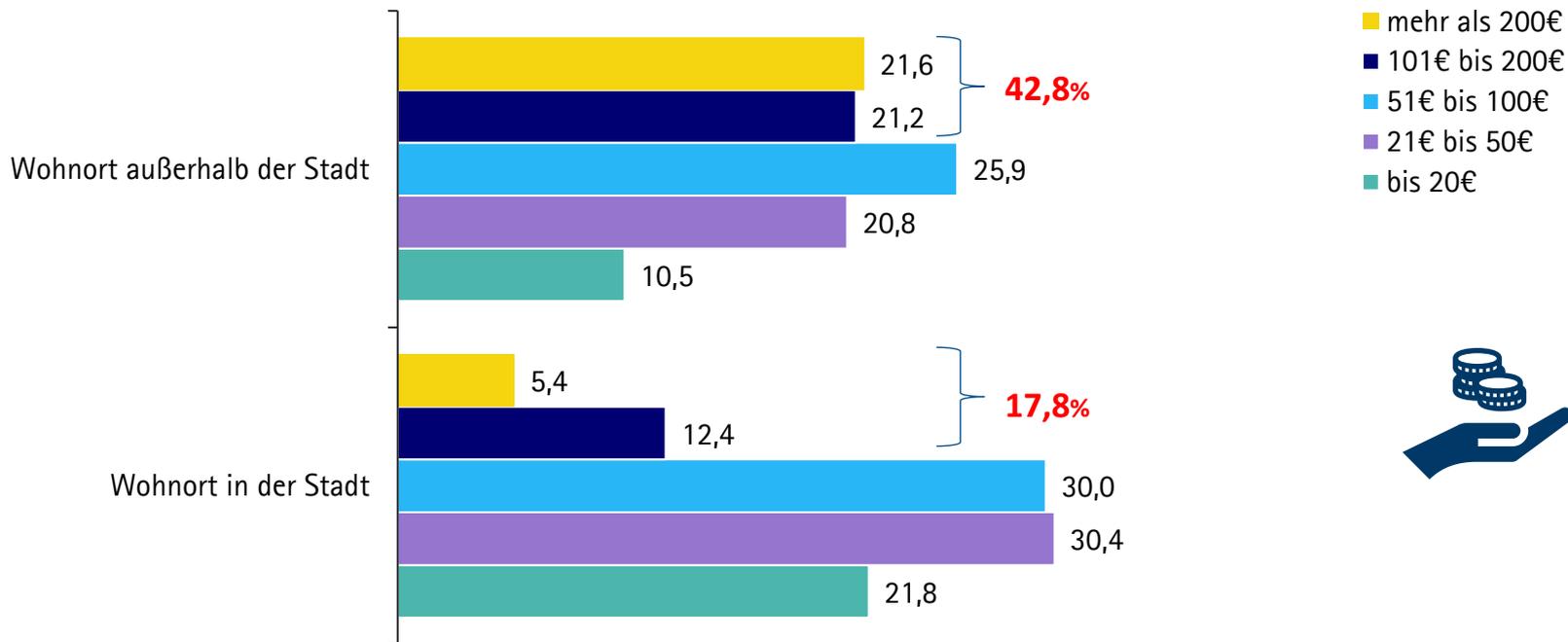


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten



# WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

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



INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

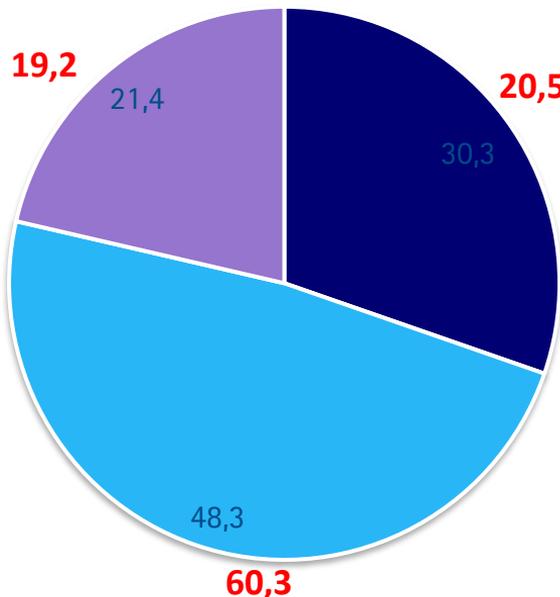


# WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER? ONLINEVERHALTEN

DURCHSCHNITT  
DER BEIDEN TAGE

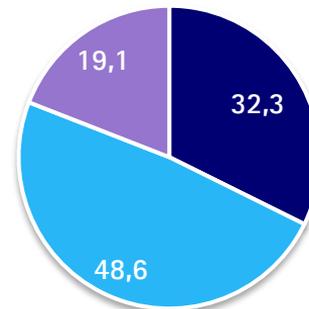
Hat sich Ihr Einkaufsverhalten in der Innenstadt durch das Angebot, online einkaufen zu können, in den letzten zwei bis drei Jahren verändert?

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

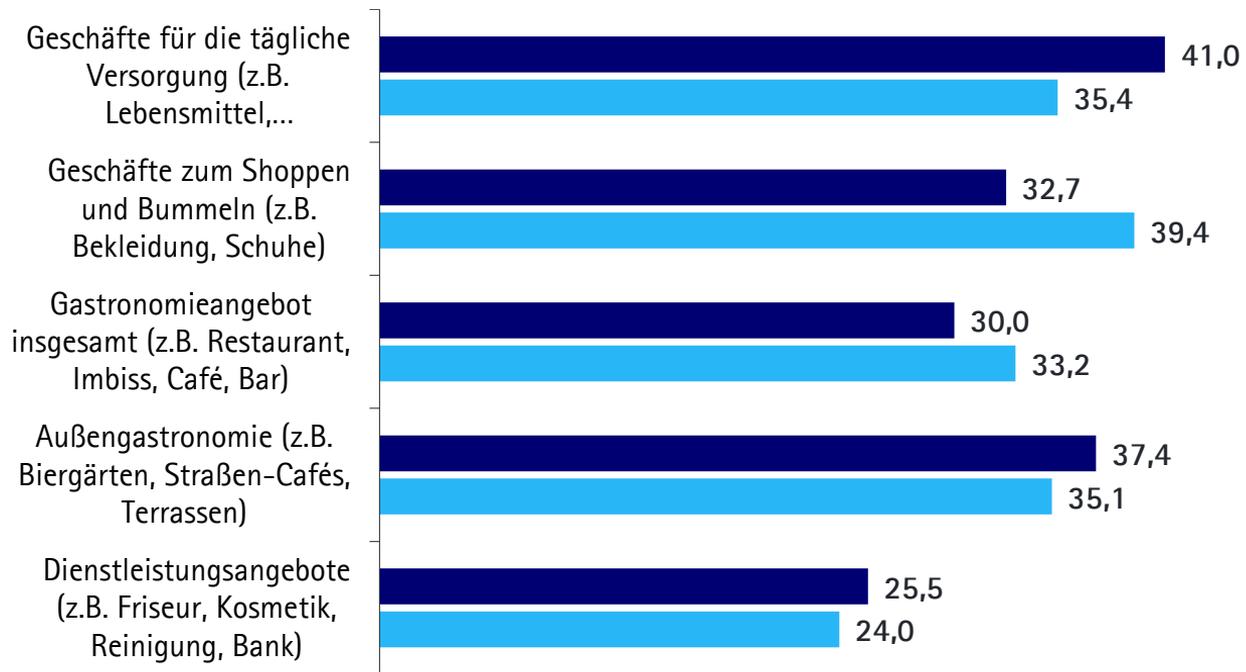




# ZUKÜNFTIGE ANFORDERUNGEN AN DIE INNENSTADT

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

DURCHSCHNITT  
DER BEIDEN TAGE



■ Frankfurt

■ Ortsgrößendurchschnitt



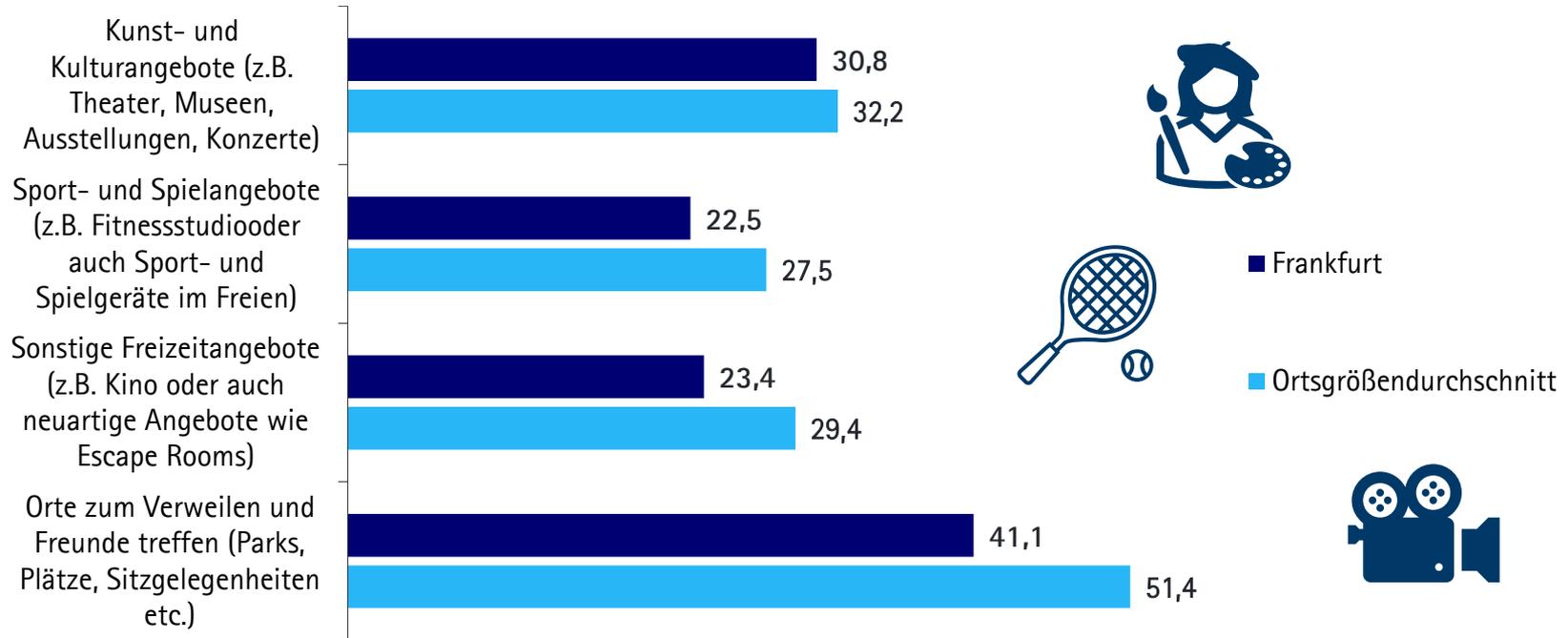
INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Angaben in % der Befragten

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  $\geq$  n  $\geq$  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

