

Herzlich Willkommen zur Pressekonferenz

- Ergebnisse der Münchner City-Befragungen 2023 -

Initiiert von:



Unterstützt durch:



Durchgeführt von:



Zwei Perspektiven auf die Münchner City

KonsumentInnen-Befragung



1.003 TeilnehmerInnen



Handelsbefragung



141 Unternehmen

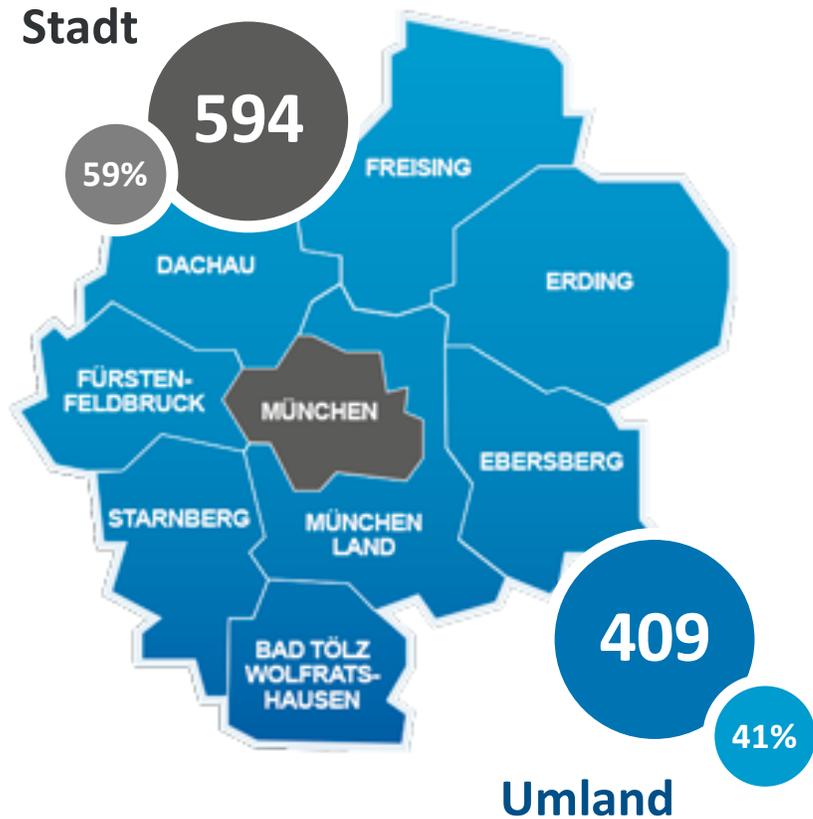


1

KonsumentInnen-Befragung

Wir haben 1.003 InnenstadtbesucherInnen befragt

Online-Befragung, Erhebungszeitraum: 9.12.22 bis 21.12.22



männlich



487

50%

divers



17

2%

weiblich



499

48%

561

56%

besuchen die Stadt mind. 1x pro Woche



Wie kommen die Befragten in die City?

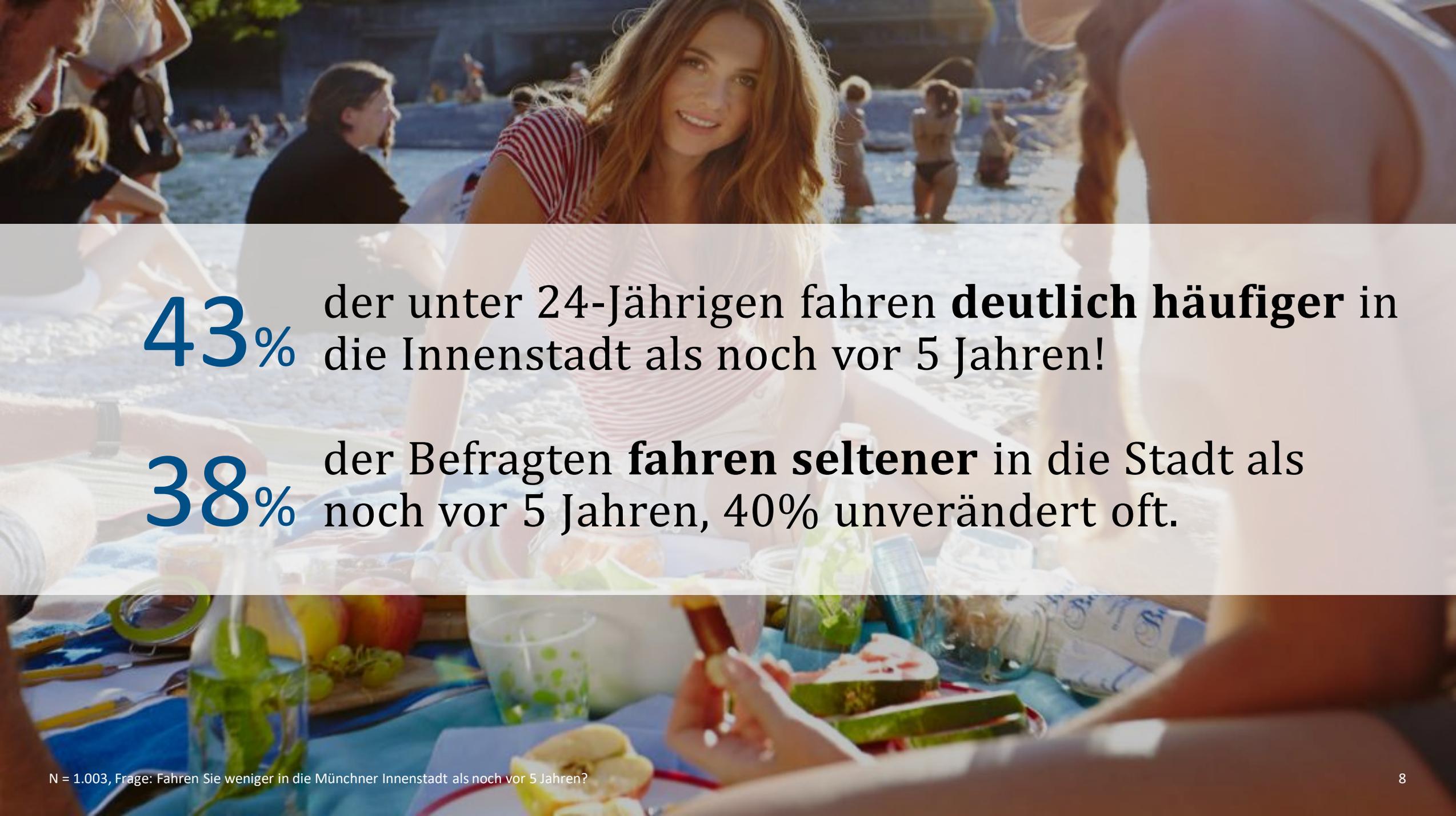
57% kommen mit dem ÖPNV
in die Innenstadt,

19% kommen mit dem
eigenen PKW.

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

N = 1.003, Frage: Wie erreichen Sie üblicherweise die Münchner Innenstadt?





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.

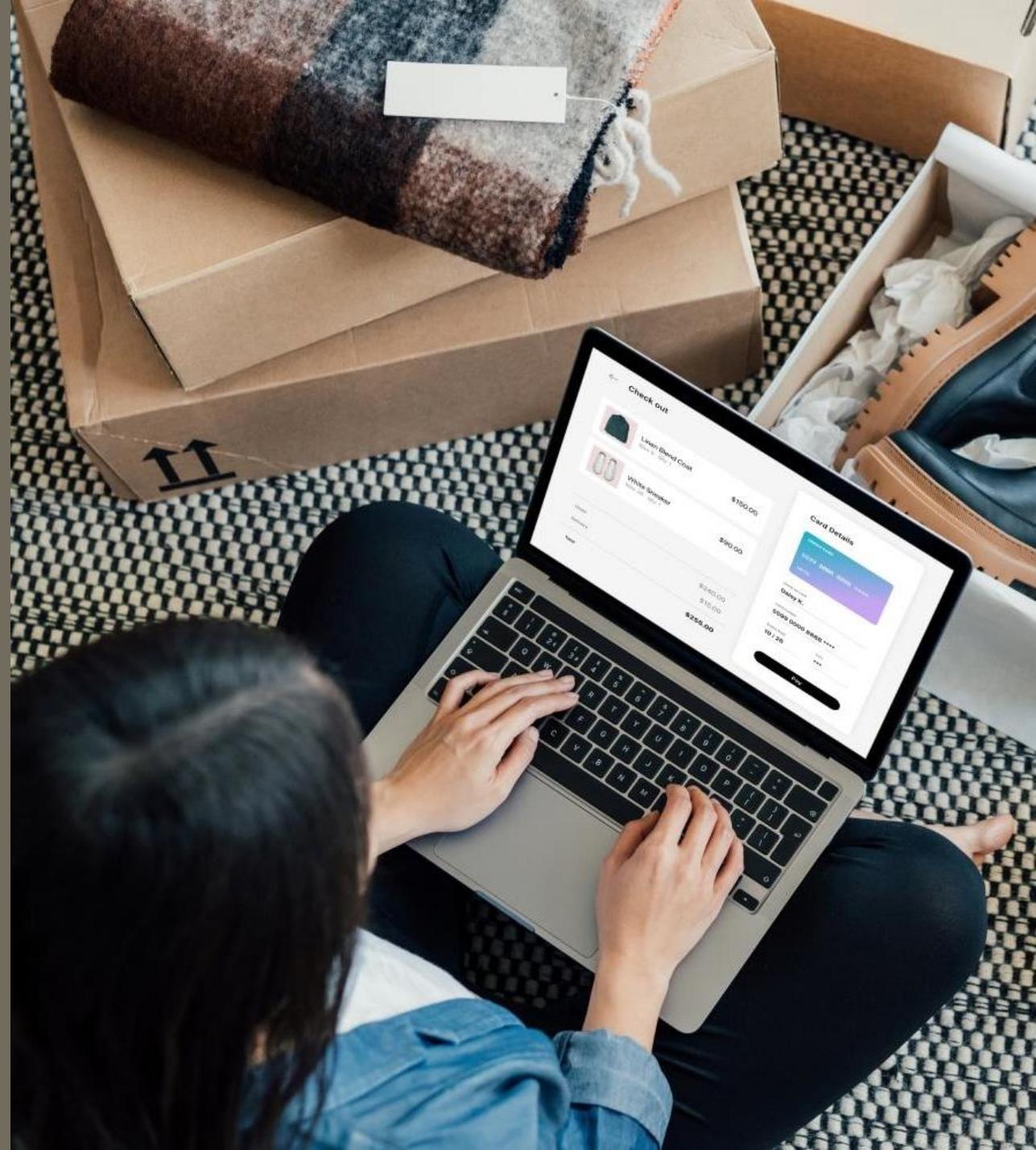
Warum seltener in die Innenstadt?

44% finden die Innenstadt weniger attraktiv.

41% kaufen häufiger online ein.

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

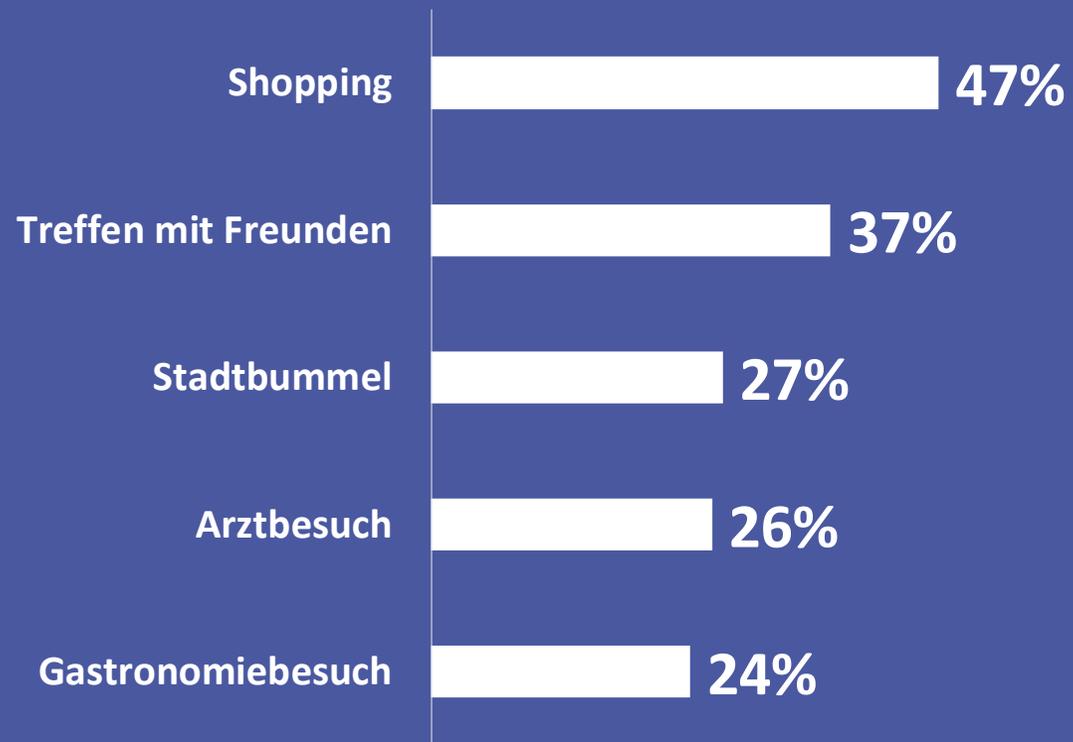
N = 379, Frage: Wenn weniger oft: Was sind die Ursachen dafür?





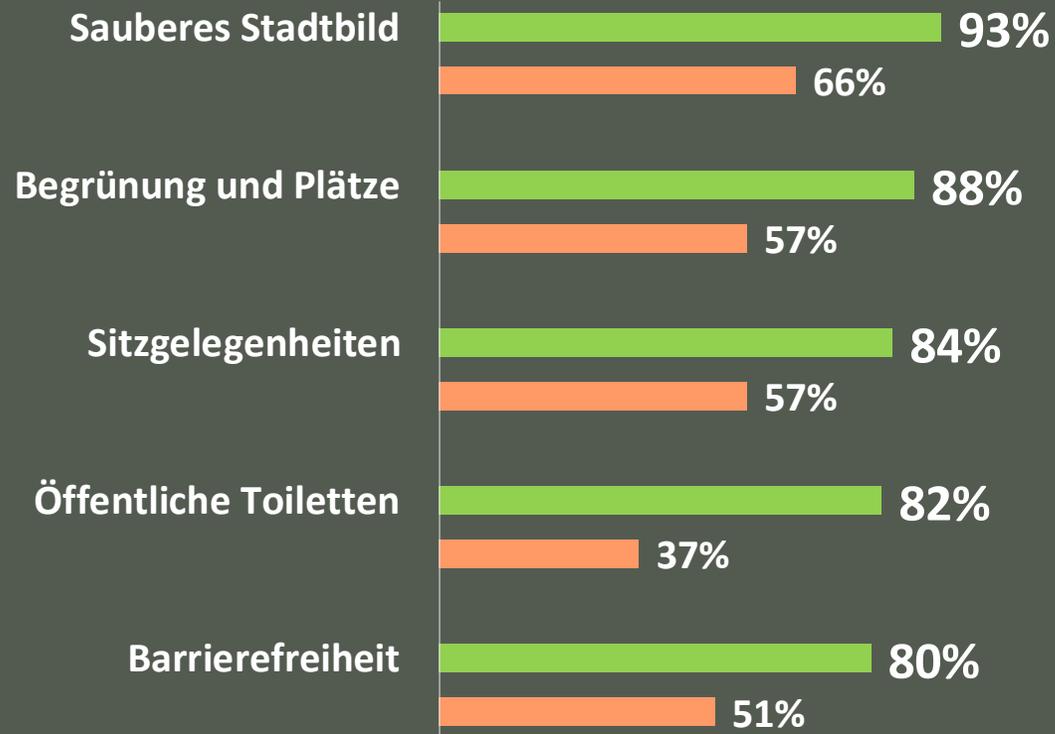
89% der Befragten waren **zufrieden** oder **sehr zufrieden** mit ihrem letzten Innenstadtbesuch.

Top 5 Motive für den Innenstadtbesuch



Top 5 Faktoren der Aufenthaltsqualität

■ Wichtigkeit und ■ Erfüllungsgrad



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



A woman with long dark hair, wearing a black and white striped shirt, is looking at a display of clothing in a store. The display features several mannequins wearing patterned dresses and a white jacket. The background shows a modern retail environment with large windows and a clean, minimalist design.

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



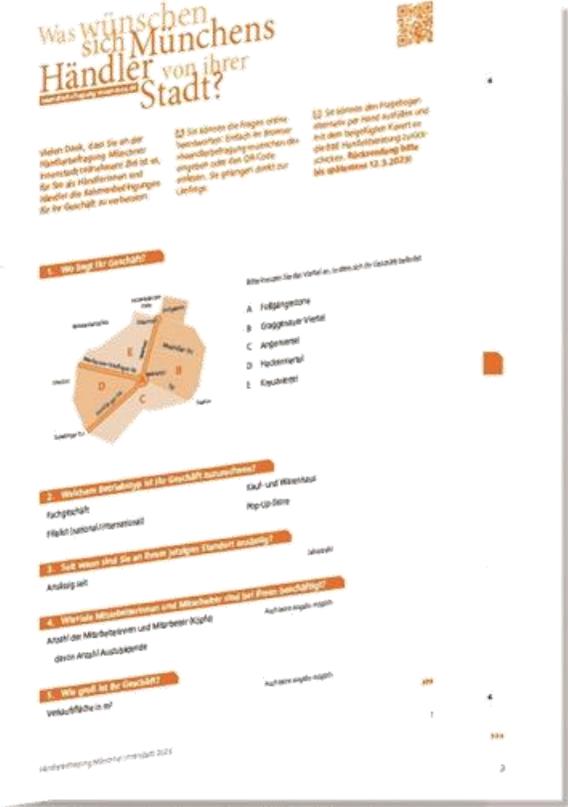
2

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

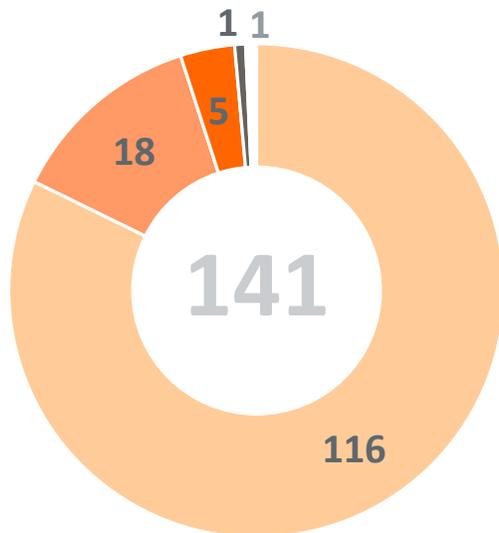


A	Fußgängerzone	39
B	Graggenauer Viertel	20
C	Angerviertel	32
D	Hackenviertel	19
E	Kreuzviertel	29
	keine Angabe	2

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

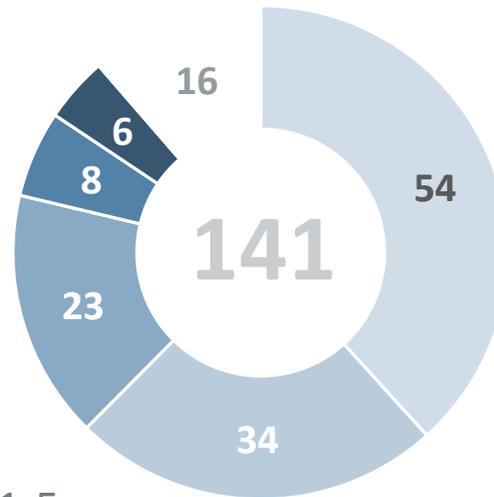
Strukturdaten der befragten Unternehmen

Betriebstyp



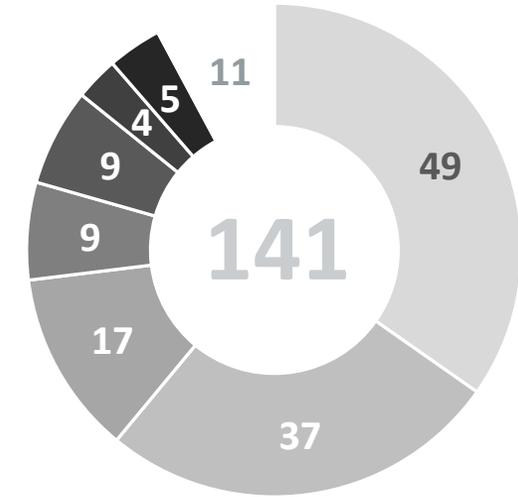
- Fachgeschäfte
- Filialisten
- Kauf- und Warenhäuser
- Pop-Up-Store
- keine Angabe

MitarbeiterInnen



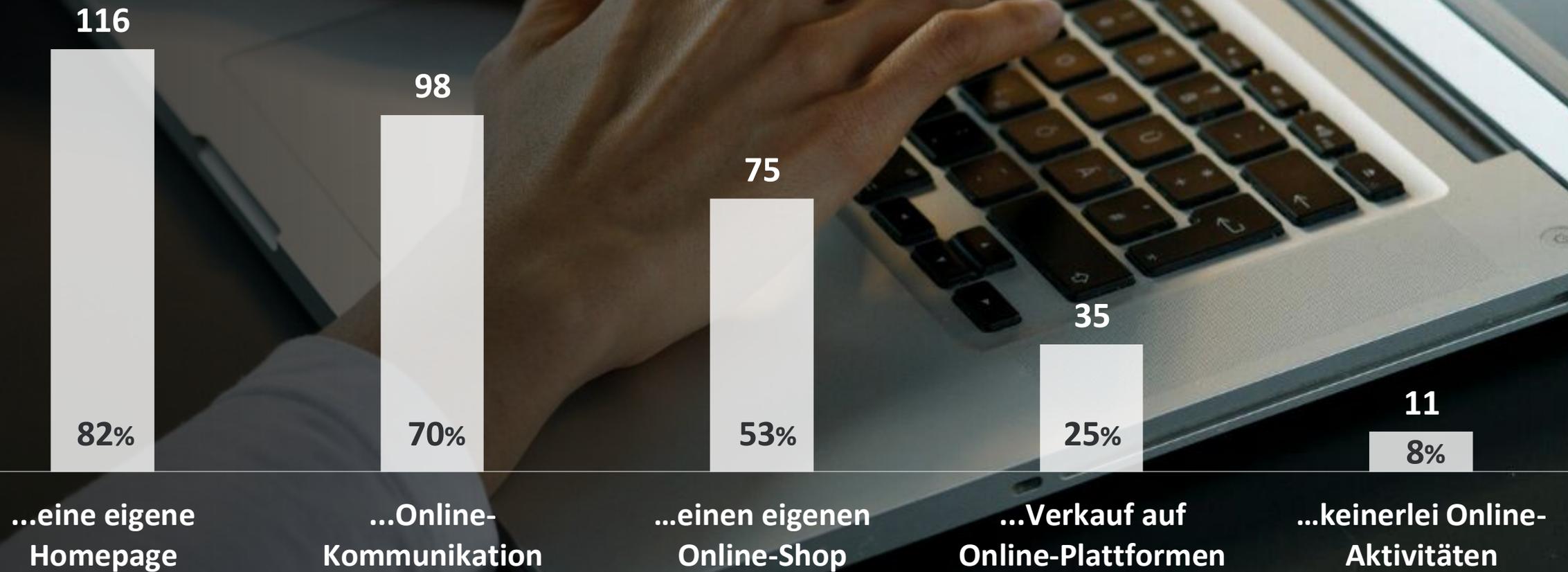
- 1-5
- 6-10
- 11-30
- 31-100
- mehr als 100
- keine Angabe

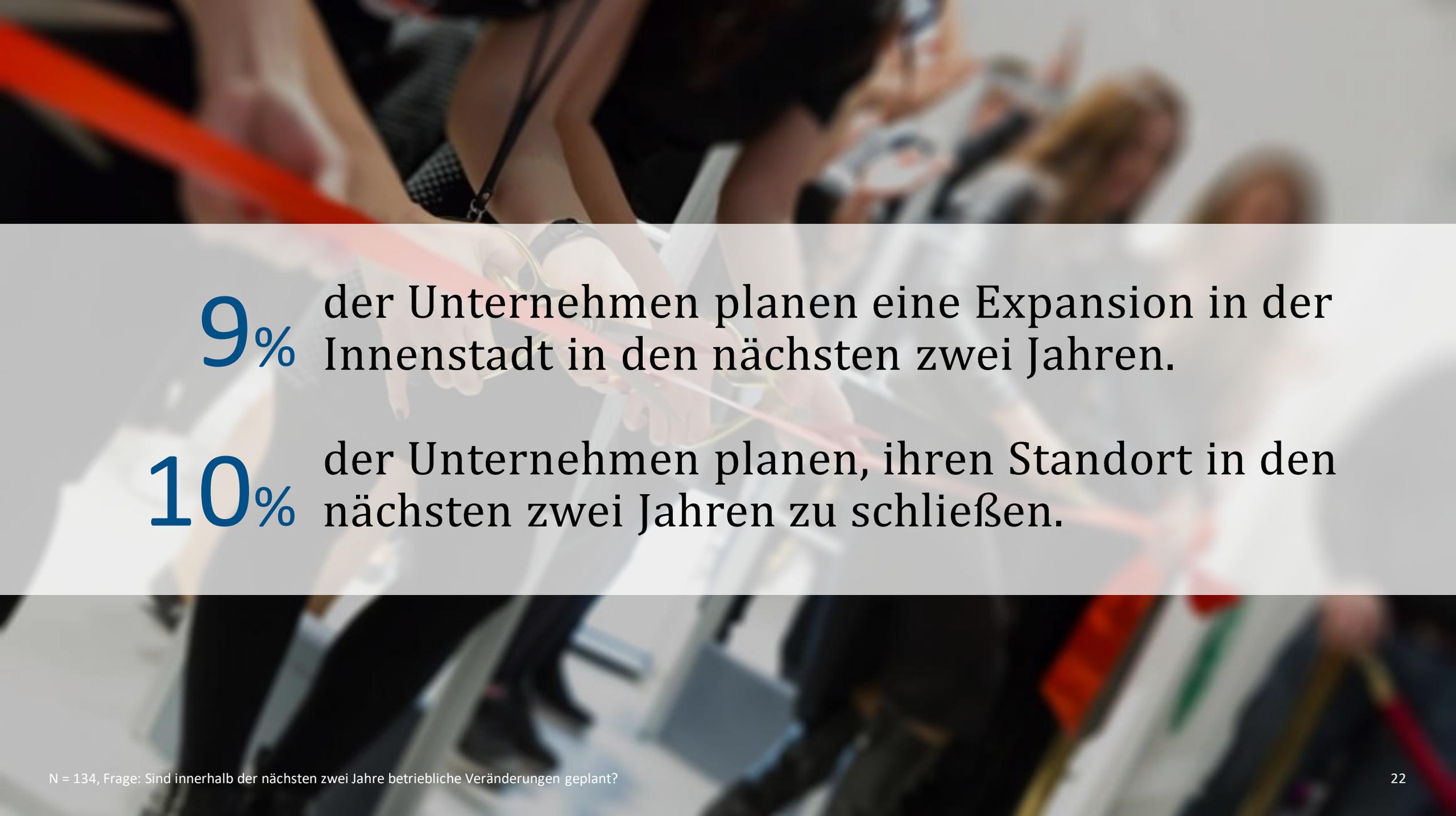
Verkaufsfläche



- 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...





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



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%

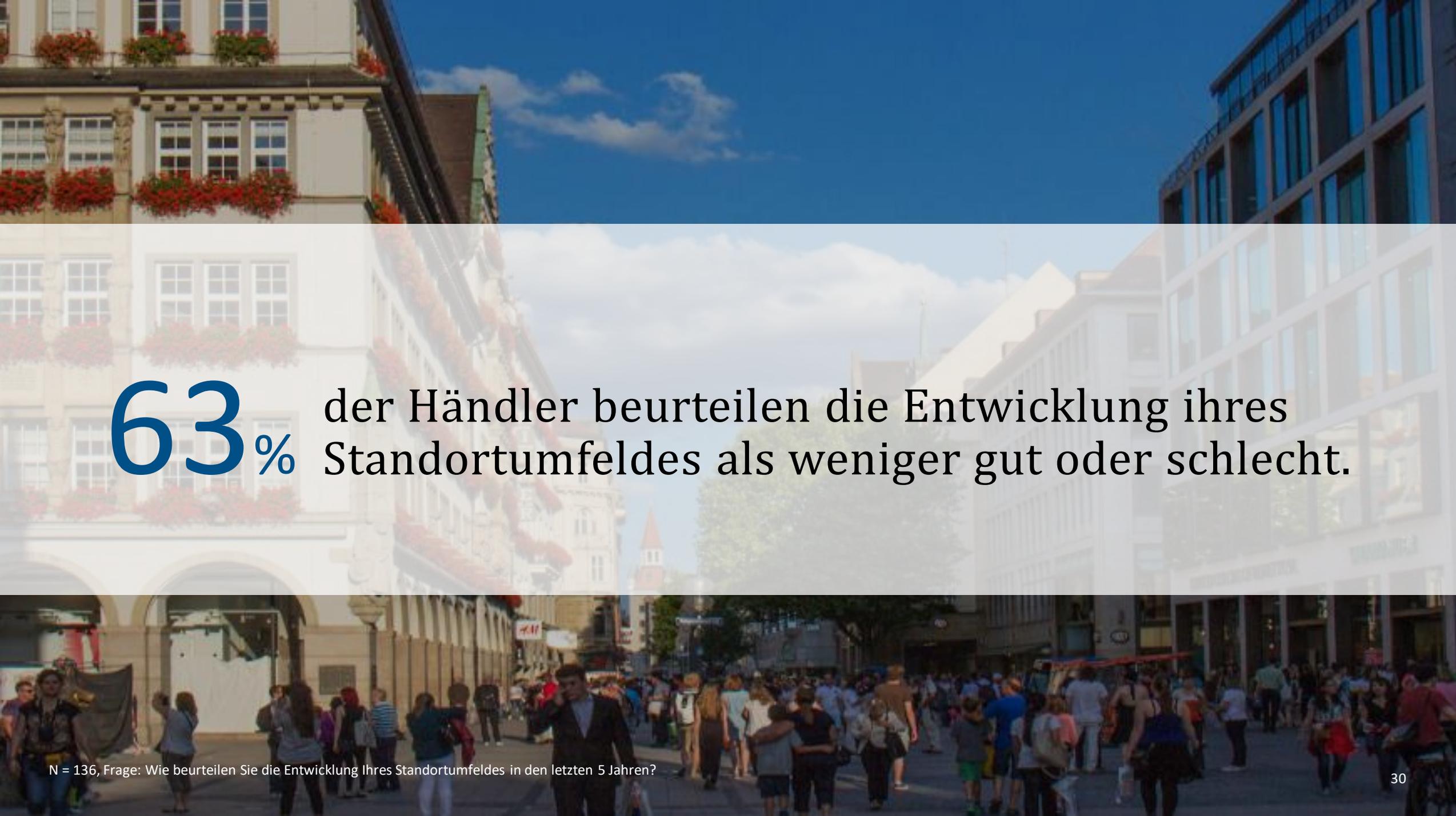
Erreichbarkeit mit
PKW

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



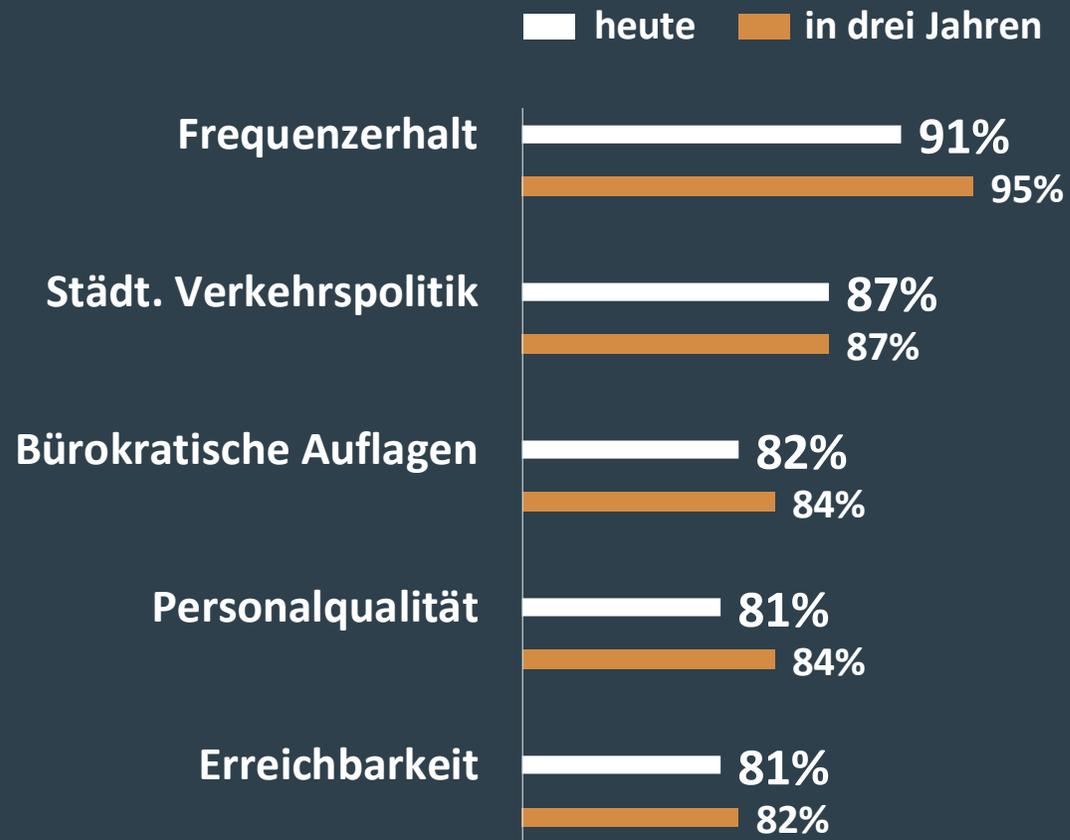
Top 5 Standortprobleme



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



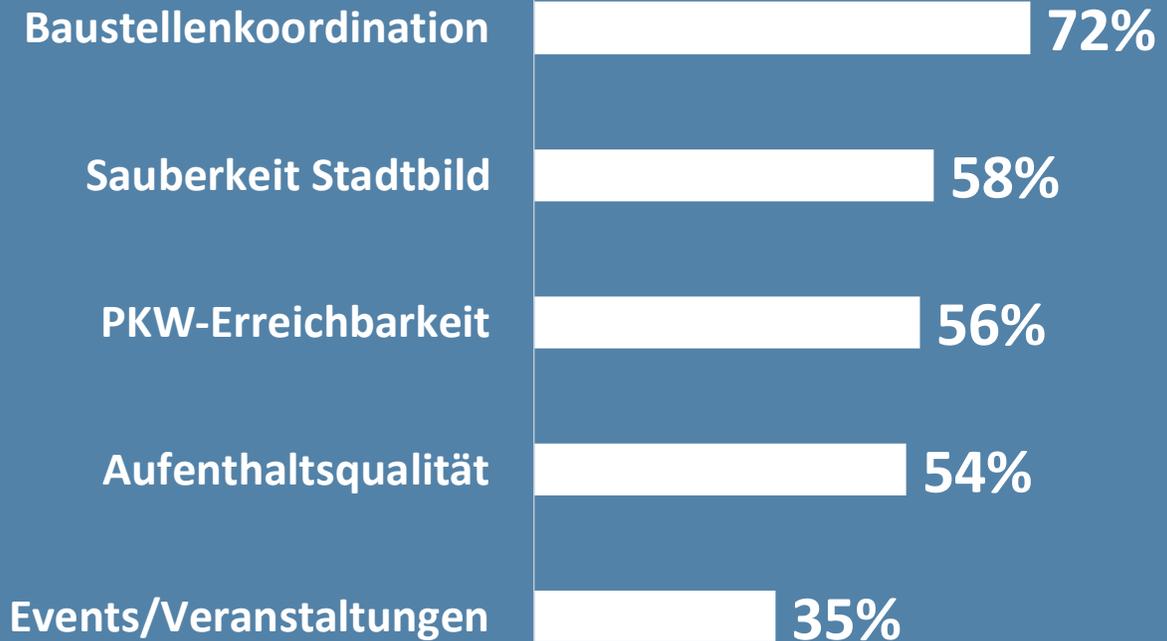
Haupt Herausforderungen der Händler



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

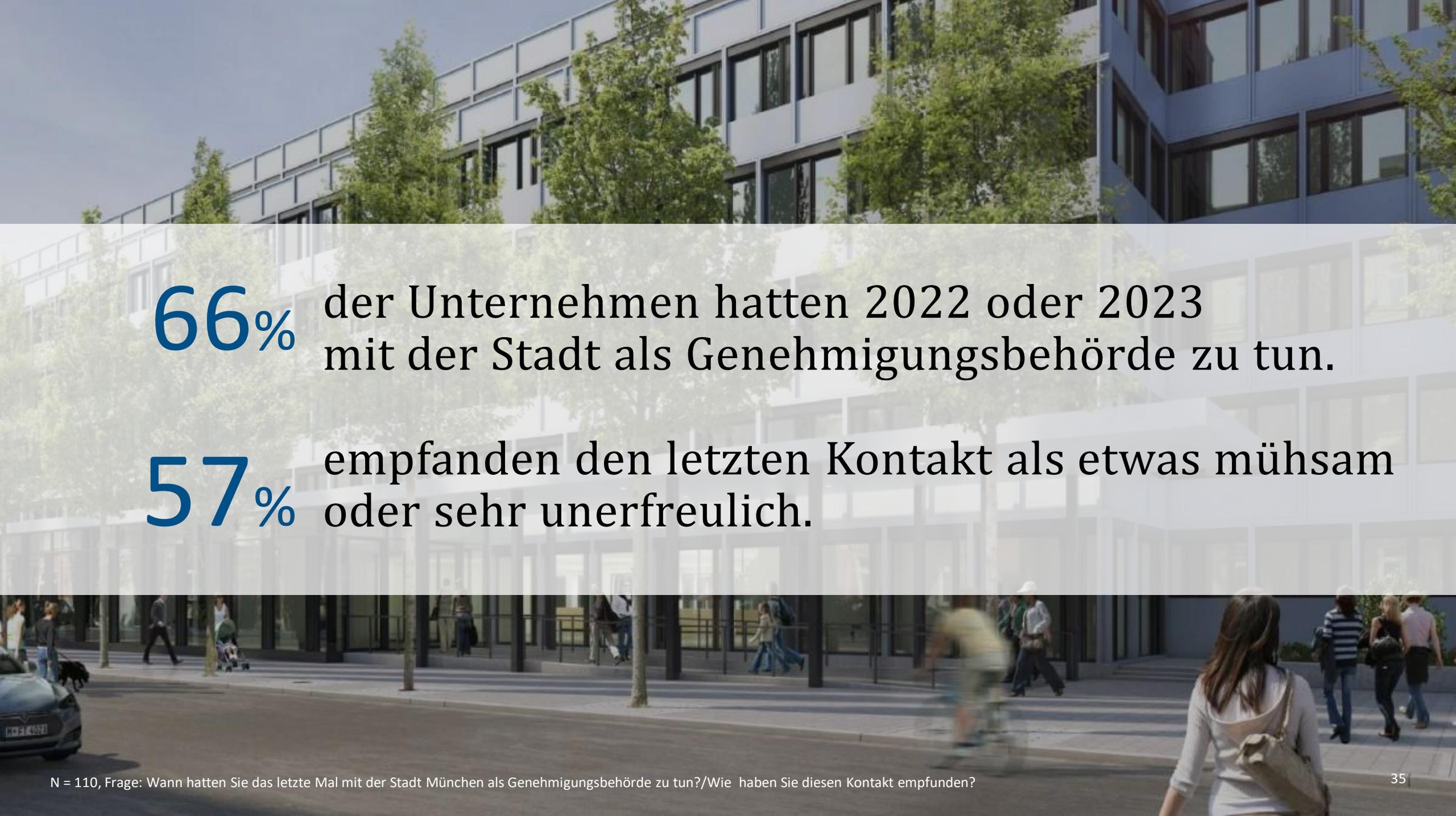


Top 5 Verbesserungsansätze



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





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



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





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

