

# VITALE INNENSTÄDTE 2020

## AUSWERTUNGSERGEBNISSE FÜR MANNHEIM

Lokale Partner: Stadt Mannheim, Fachbereich Wirtschafts-  
und Strukturförderung



## Eckdaten zur Untersuchung Vitale Innenstädte 2020

### TEILNEHMER

- Mit Unterstützung der überregionalen Projektpartner konnten 107 Städte bundesweit zur Teilnahme gewonnen werden.
- Alle Ortsgrößen und Regionen sind vertreten.
- Die Bandbreite der teilnehmenden Städte reicht bei den Großstädten von Köln, Stuttgart, Düsseldorf, Dortmund, Bremen, Hannover und Leipzig über Mannheim, Bielefeld, Lübeck, Magdeburg, Rostock und Kassel bis zu Goslar, Bocholt, Sonthofen, Wismar und Landsberg bei den Mittelzentren.
- Insgesamt wurden in den teilnehmenden Städten an den beiden Erhebungstagen fast 58.000 Besucher der Innenstadt befragt.
- Zu folgenden Themen wurden die Innenstadtbesucher u.a. befragt:
  - ihrer Typologie (Besucherstruktur)
  - ihrem Einkaufsverhalten (z.B. Aufdecken ungenutzter Potenziale)
  - ihrer Bewertung des städtischen Angebots
  - ihren Anforderungen und Wünschen
  - der Erreichbarkeit des Standorts
  - ihrem Informationsverhalten in Bezug auf die Innenstadt
  - ihrem Einkaufsverhalten vor dem Hintergrund der Corona-Krise

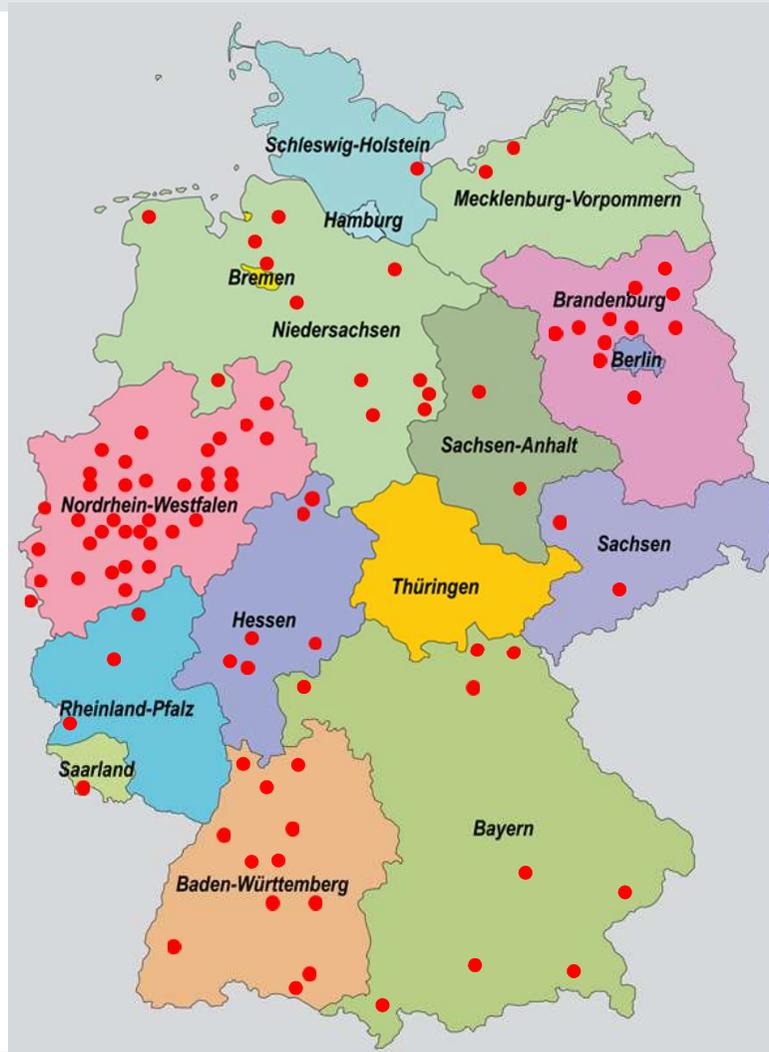
### METHODIK

- Die Erhebung der Daten erfolgte als Passantenbefragung mit standardisiertem Fragebogen.
- Eine hohe Aussagefähigkeit und Vergleichbarkeit der Stichproben wird gewährleistet durch:
  - ganztägige Befragung an den standortspezifisch relevanten Punkten im Stadtzentrum (individuell vor Ort abgestimmt)
  - Erhebung an mehreren Donnerstagen und Samstagen Ende September bis Mitte Oktober 2020
  - hohe Interviewzahl (gestaffelt nach der Ortsgröße, bis zu 1000 pro Tag in Metropolen)
- Die Koordination und Durchführung der Befragungen vor Ort erfolgte durch Stadtmarketing-Organisationen, IHKs, Einzelhandelsverbände oder Stadtverwaltungen.
- Neben den standardisierten Fragen haben die lokalen Projektpartner überwiegend die Möglichkeit genutzt, stadtindividuelle Fragen zu stellen.

# VITALE INNENSTÄDTE 2020 – DIE TEILNEHMENDEN STÄDTE

IFH KÖLN

Aachen	Emsdetten
Arnsberg-Neheim	Falkensee
Aschaffenburg	Freiberg (Sachsen)
Bad Honnef	<b>Friedrichshafen</b>
Bad Neuenahr-Ahrweiler	Fulda
Bad Sassendorf	Geldern
Baunatal	Goslar
Bayreuth	Haltern
Beckum	Hannover
Bielefeld	<b>Heidelberg</b>
<b>Bietigheim-Bissingen</b>	<b>Heilbronn</b>
Bingen	Hennef
Bitterfeld-Wolfen	Herford
Bocholt	<b>Herrenberg</b>
Bochum	Hildesheim
Bonn	Hof
Brakel	Hückelhoven
Bramsche	<b>Karlsruhe</b>
Braunschweig	Kassel
Bremen	Kevelaer
Bremen-Vegesack	Köln
Brilon	Königstein im Taunus
Brühl	Krefeld
Coburg	Kronberg im Taunus
Dorsten	Landsberg am Lech
Dortmund	Langenfeld
Dülmen	Leipzig
Düren	Luckenwalde
Düsseldorf	Lübeck
Eberswalde	Lüdinghausen



Lüneburg	<b>Stuttgart</b>
Magdeburg	Templin
Mainburg	Trier
<b>Mannheim</b>	Verden
Marburg	Viersen
Mayen	Warburg
Meschede	Warendorf
Minden	<b>Weingarten</b>
Mönchengladbach	Werder / Havel
Monheim	Wermelskirchen
<b>Mosbach</b>	Willich
Naumburg	Wismar
Neuruppin	Wittstock
Norden	Wolfenbüttel
<b>Oberkirch</b>	Würzburg
Oranienburg	Zehdenick
Paderborn	
Pfarrkirchen	Eupen / Belgien
Prenzlau	
Pritzwalk	
<b>Reutlingen</b>	
Rhede	
Rheinbach	
Rosenheim	
Rostock	
Saarbrücken	
Soest	
Sonthofen	
Stade	
Stadtlohn	

In dieser Ortsgröße haben sich 13 Städte beteiligt:

- Aachen
- Bielefeld
- Bochum
- Bonn
- Braunschweig
- Karlsruhe
- Kassel

- Krefeld
- Lübeck
- Magdeburg
- Mannheim
- Mönchengladbach
- Rostock

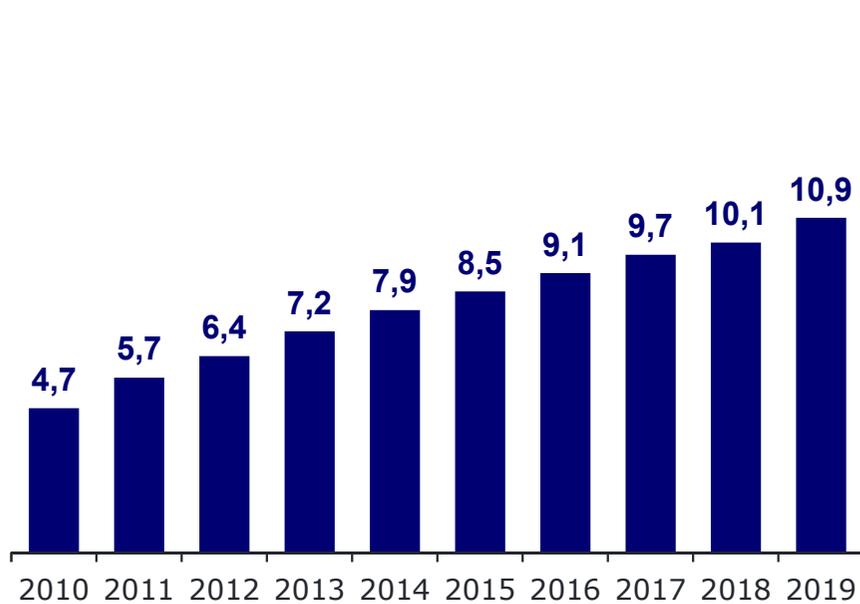
## Rahmendaten zur Einzelhandelsentwicklung

- Nach Angaben des HDE stagnierte das gesamte Umsatzvolumen des Einzelhandels in Deutschland im Zeitraum von 2001 bis 2014 auf einem Niveau von 500 bis 530 Milliarden Euro (brutto). Von 2015 bis 2019 war ein etwas stärkerer Umsatzanstieg zu verzeichnen.
  - Damit wuchs der gesamte Umsatz im Einzelhandel in Deutschland von 2014 bis 2019 um 100 Mrd. Euro auf 631 Mrd. Euro (brutto).
  - Für 2020 dürfte der Einzelhandelsumsatz insgesamt nur leicht auf 640 Mrd. Euro (brutto) steigen.
  - Gleichzeitig hat die Bedeutung des Online-Handels sprunghaft zugenommen. Mit einem Umsatz von 70 Milliarden Euro in 2019 wird inzwischen ein Anteil am gesamten Einzelhandelsumsatz von 11 Prozent erreicht.
  - Noch deutlicher wird dies bei einer Betrachtung ohne den FMCG-Bereich (= Fast Moving Consumer Goods wie z.B. Lebensmittel, Körperpflege etc.). Ohne diese Warengruppen des täglichen Bedarfs beträgt der Online-Anteil bereits mehr als 16 Prozent.
  - Auch für 2020 werden wieder deutliche Zuwachsraten im Online-Handel erwartet, der nicht zuletzt durch die Corona-Krise ein kräftiges Wachstum aufweist.
- Bei einem insgesamt nur begrenzt wachsenden Gesamtmarkt bedeutet dies eine deutliche Verdrängung zu Lasten des stationären Einzelhandels.
  - Bezogen auf die verschiedenen Branchen erreichen besonders die Bereiche Fashion & Accessoires und Consumer Electronics/Elektro besonders hohe Anteile am gesamten Onlineumsatz.
  - Parallel zur Entwicklung des Online-Handels setzen sich in nahezu allen Städten deutliche Frequenzrückgänge fort.
  - Besonders im Jahr 2020 zeigt sich eine Kannibalisierung der Umsätze im stationären Handel durch Onlineumsätze. Das gilt vor allem für innenstadtrelevante Sortimente.
  - In den zurückliegenden Jahren fand keine reine Verlagerung von stationären zu Online-Umsätzen statt. Vielmehr waren vielfältige Wechselwirkungen im Informations- und Kaufverhalten der Konsumenten zu erkennen.
  - 2020 ist aber aufgrund der Einschränkungen durch Corona eine spürbare Verschiebung zu Online-Umsätzen zu verzeichnen.
  - Daher steht der traditionelle Handel vor großen Herausforderungen: die Zukunft ist Cross-Channel – auch der stationäre Handel muss alle Kanäle bedienen.

# ONLINEANTEIL AM EINZELHANDEL (IM ENGEREN SINNE\*)

Der Umsatzanteil des Onlinehandels liegt mittlerweile bei 11%. In 2020 wird der Umsatzanteil des Onlinehandels nach Prognosen um 2 bis 3 Prozentpunkte steigen.

Onlineanteil inkl. FMCG (in %)

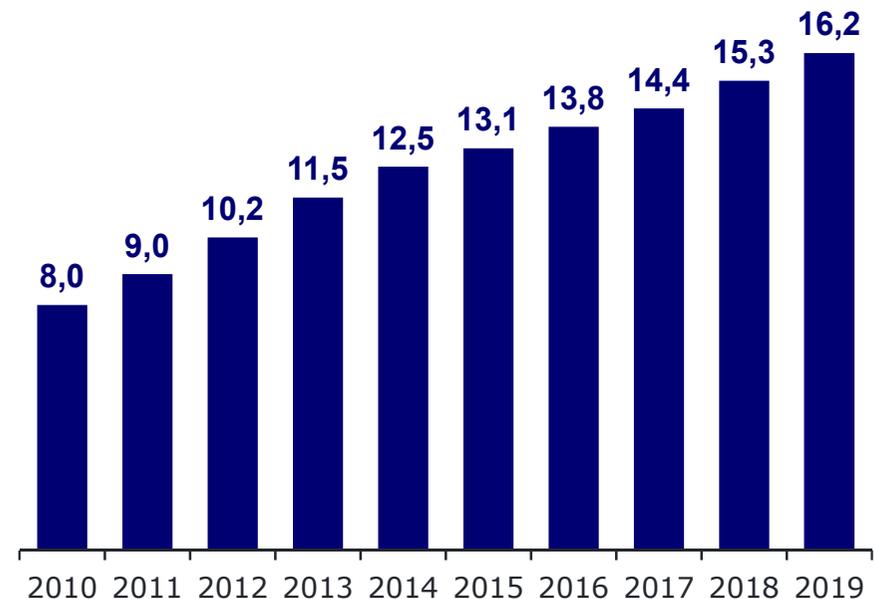


Onlineanteil  
gesamt  
2020P:  
12,5-13,7%

Onlineanteil  
ohne FMCG  
2020P:  
19,2-20%

2020  
Prognose,  
vorläufige  
Ergebnisse

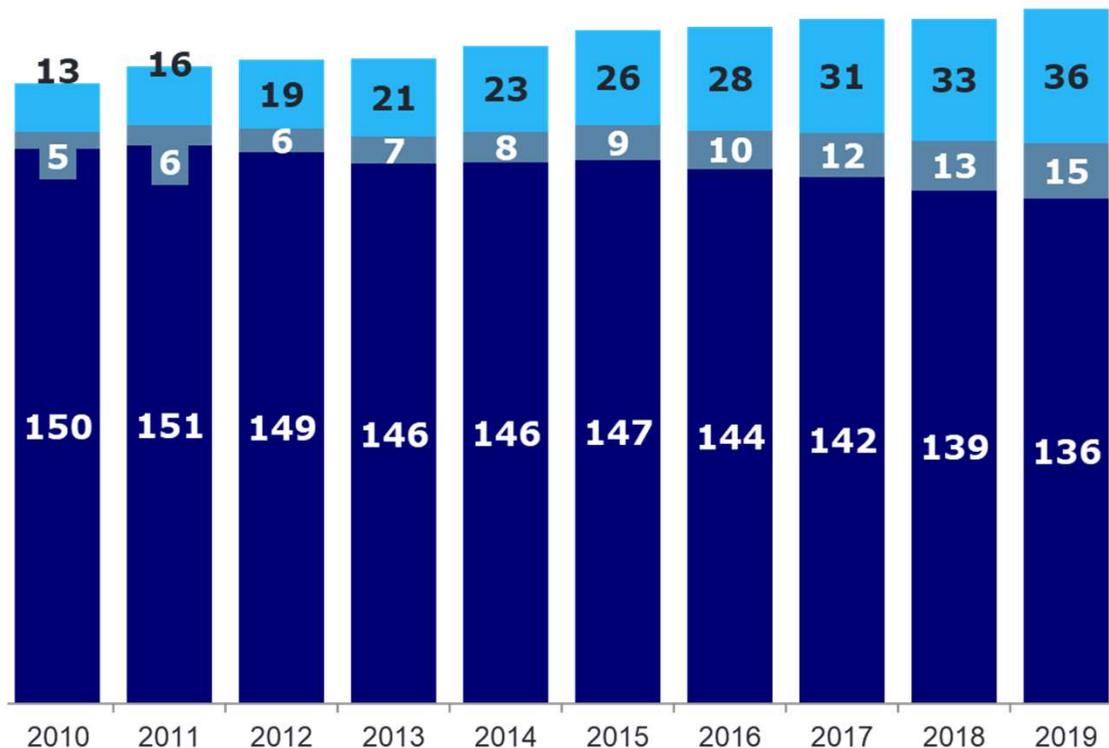
Onlineanteil ohne FMCG (in %)



**INFO**

\*Einzelhandel im engeren Sinne (i. e. S.) bezeichnet die institutionellen Einzelhandelsformen in Deutschland einschließlich ihrer Onlineumsätze, ohne Apotheken, Kfz-, Brennstoff- und Kraftstoffhandel.  
HDE Online-Monitor und IFH Köln

Innenstadtrelevante Handelsbranchen verlieren kontinuierlich stationär. Das wird sich 2020 deutlich verstärken.



Onlineumsätze Internet Pure Player, Versender, Hersteller

Onlineumsätze des stationären Handels

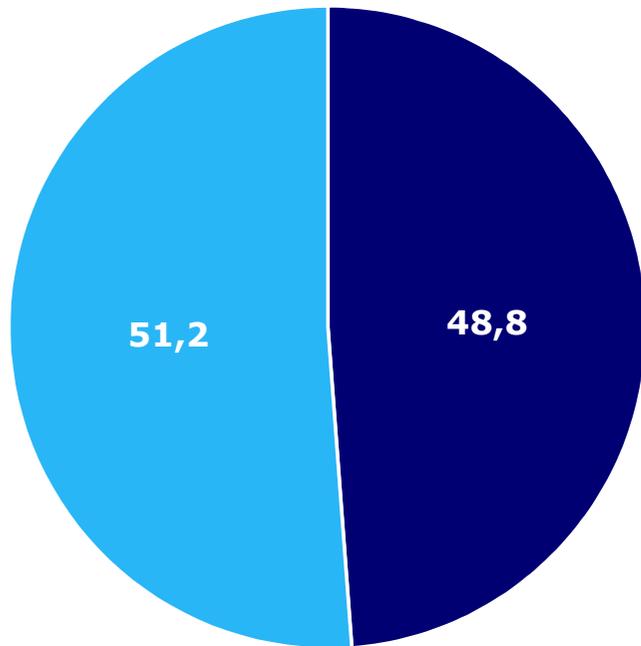
Umsatz Handel stationär

Umsatzprojektion stationärer Handel gesamt 2020P  
107-112 Mrd. EUR  
vorläufige Ergebnisse

Wohnen Sie in dieser Stadt oder außerhalb?

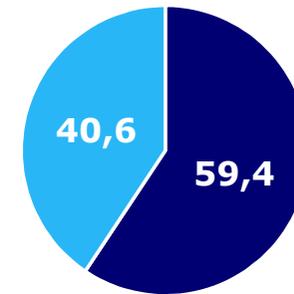
DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

Mannheim

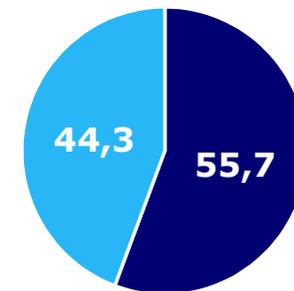


- in dieser Stadt
- außerhalb

Ortsgrößendurchschnitt



Mannheim 2018

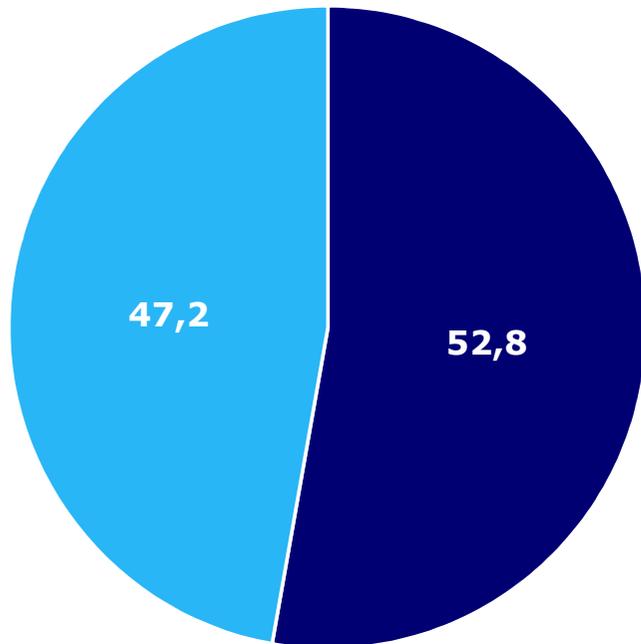


INFO n = 954, Angaben in % der Befragten

Wohnen Sie in dieser Stadt oder außerhalb?

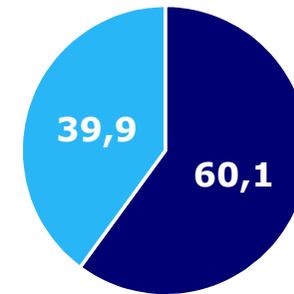
DONNERSTAG

Mannheim

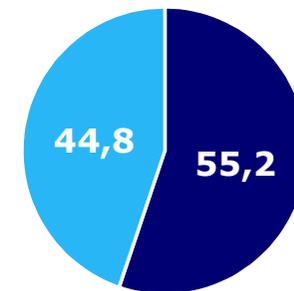


- in dieser Stadt
- außerhalb

Ortsgrößendurchschnitt



Mannheim 2018

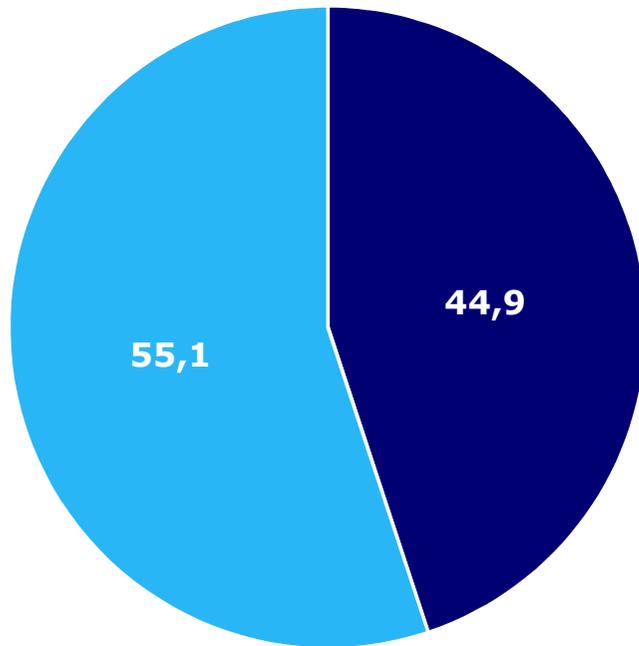


INFO n = 477, Angaben in % der Befragten

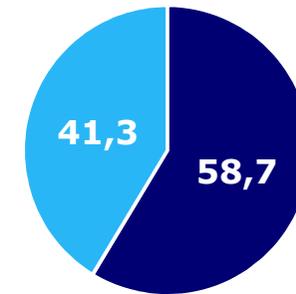
Wohnen Sie in dieser Stadt oder außerhalb?

SAMSTAG

### Mannheim

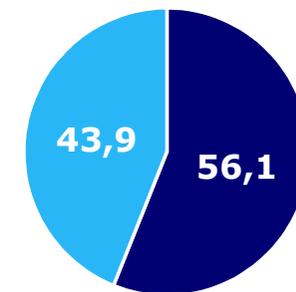


### Ortsgrößendurchschnitt



- in dieser Stadt
- außerhalb

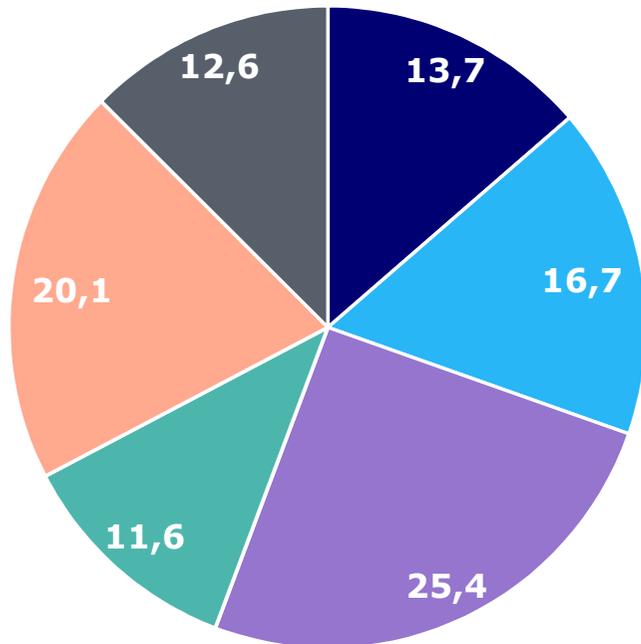
### Mannheim 2018



INFO n = 477, Angaben in % der Befragten

## Alter der Besucher

### Mannheim



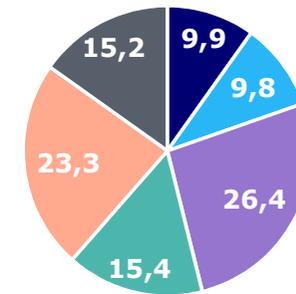
Durchschnittsalter:  
40,5 Jahre

INFO n = 987, Angaben in % der Befragten

- bis 20
- 21 - 25
- 26 - 40
- 41 - 50
- 51 - 65
- über 65

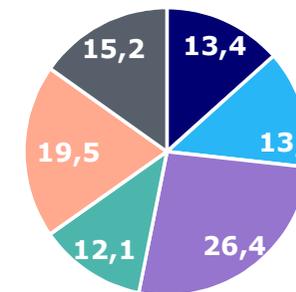
DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

### Ortsgrößendurchschnitt



Durchschnittsalter:  
44,3 Jahre

### Mannheim 2018

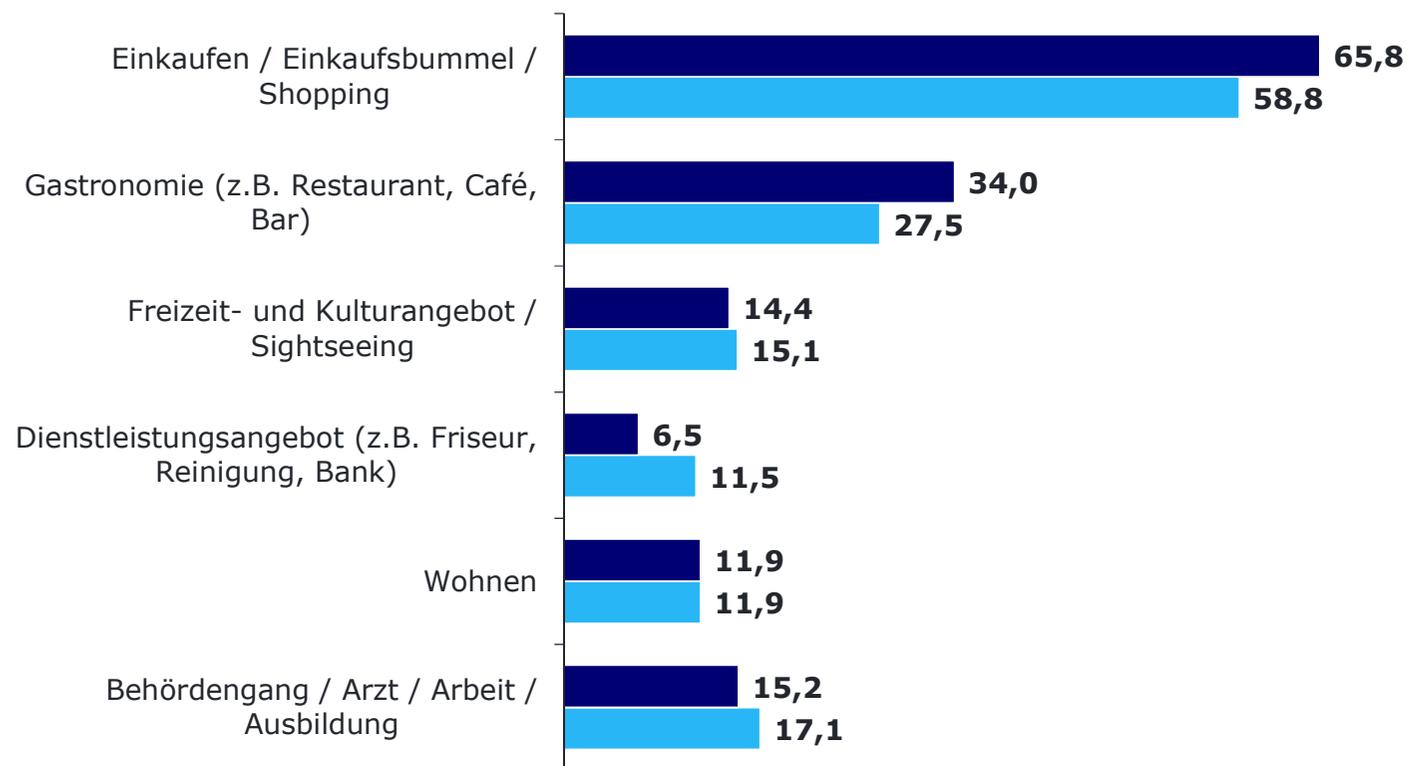


Durchschnittsalter:  
42,0 Jahre

# WARUM UND WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT? BESUCHSANLASS IFH KÖLN

## Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE



■ Mannheim  
■ Ortsgrößendurchschnitt

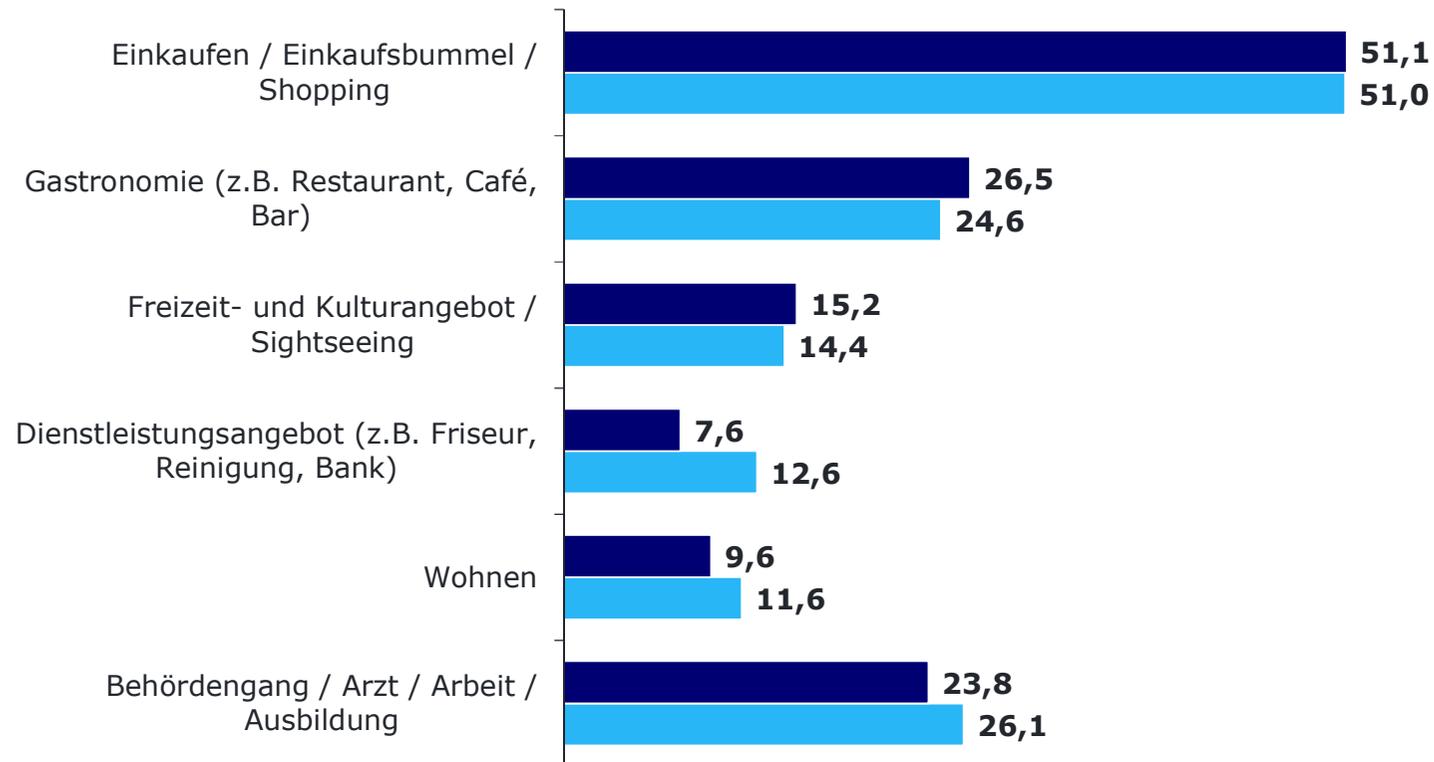


INFO n = 999, Angaben in % der Befragten

# WARUM UND WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT? BESUCHSANLASS IFH KÖLN

## Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?

DONNERSTAG



■ Mannheim  
■ Ortsgrößendurchschnitt

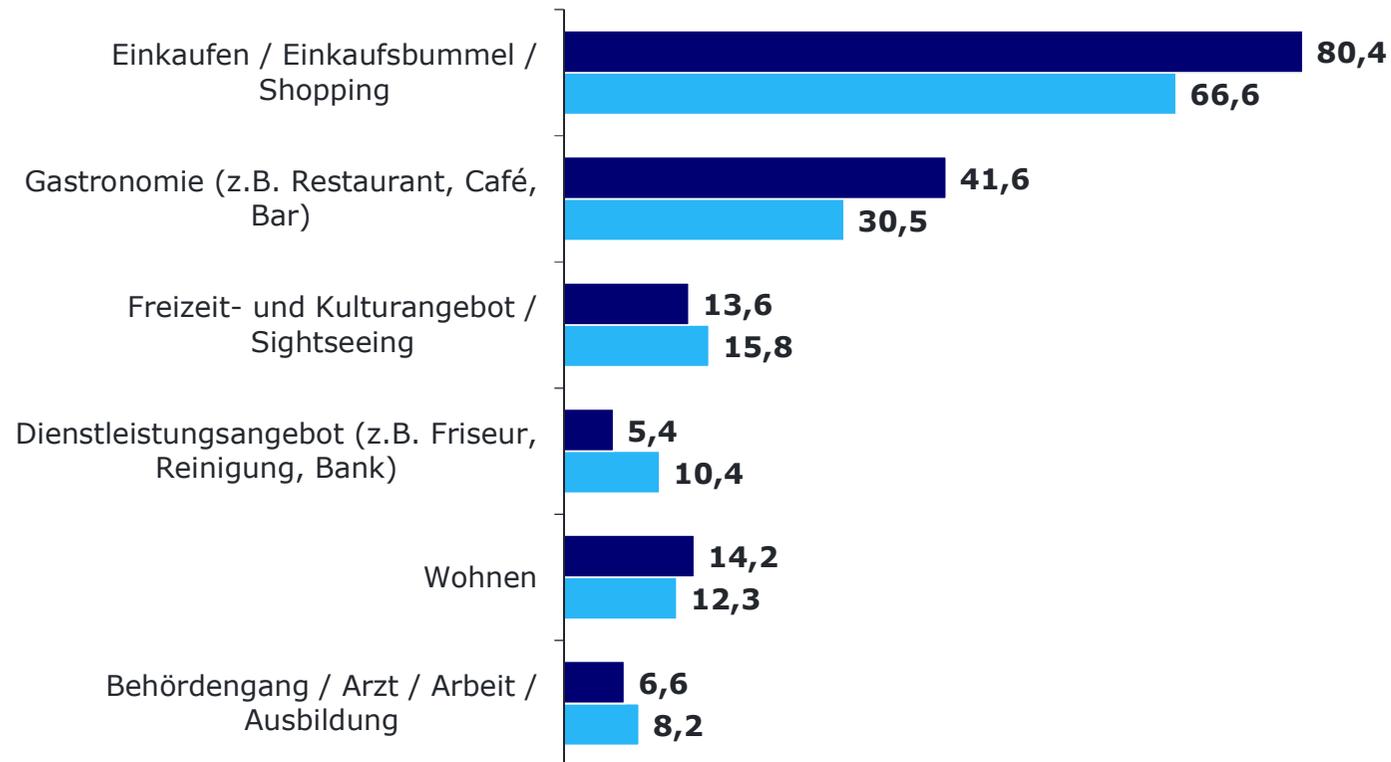


INFO n = 499, Angaben in % der Befragten

# WARUM UND WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT? BESUCHSANLASS IFH KÖLN

## Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?

SAMSTAG



■ Mannheim  
■ Ortsgrößendurchschnitt

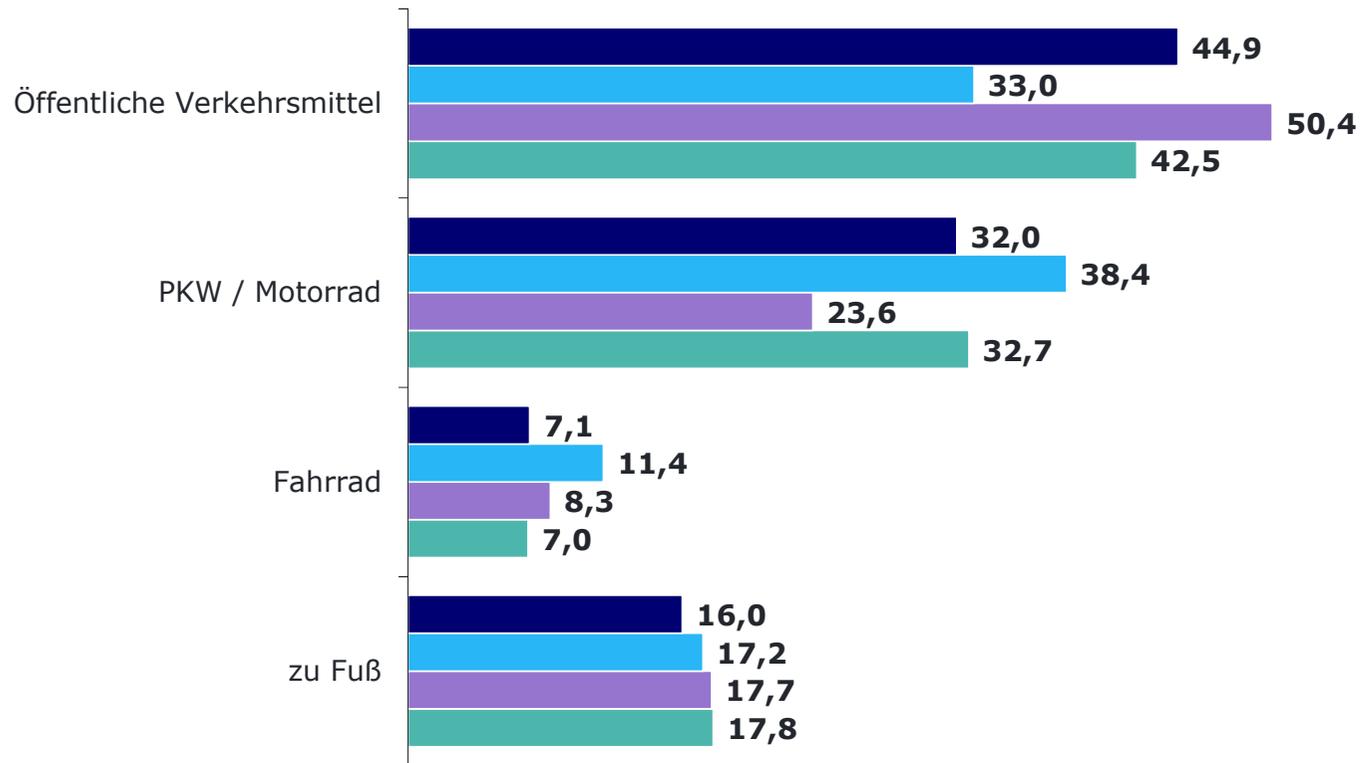


INFO n = 500, Angaben in % der Befragten

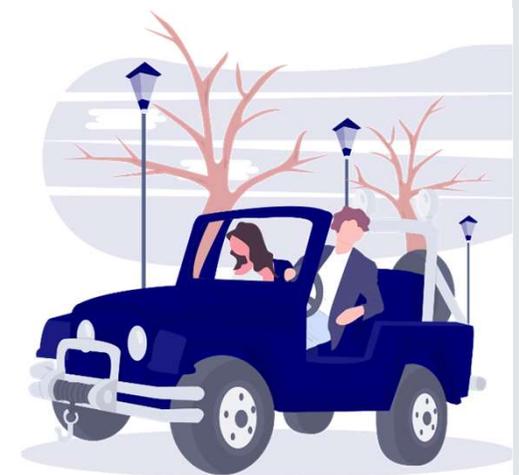
# WARUM UND WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



- Mannheim 2020
- Ortsgrößendurchschnitt 2020
- Mannheim 2018
- Mannheim 2016

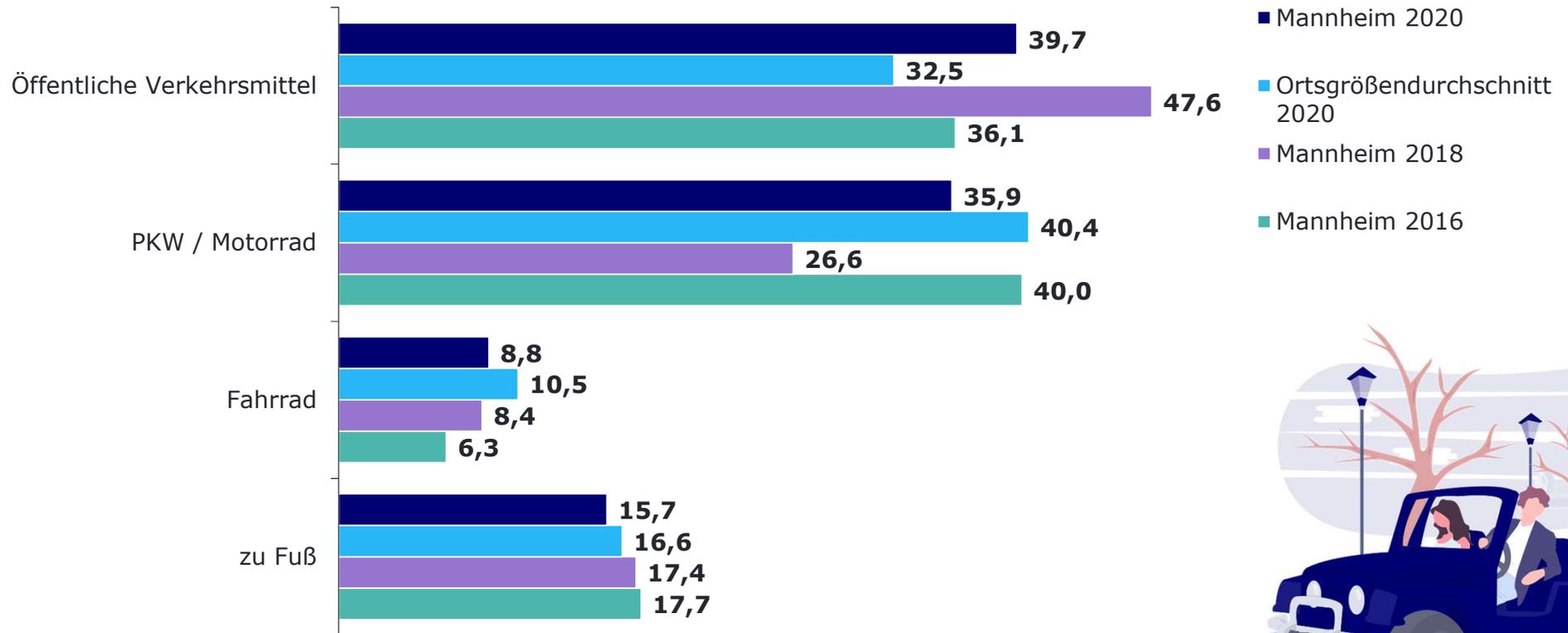


INFO n = 972 (2020), Angaben in % der Befragten

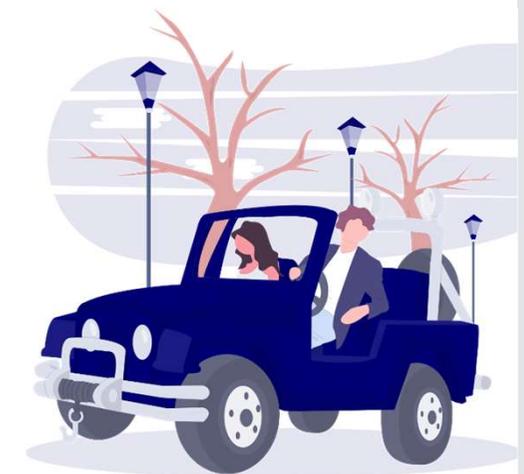
# WARUM UND WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

SAMSTAG



INFO n = 972 (2020), Angaben in % der Befragten

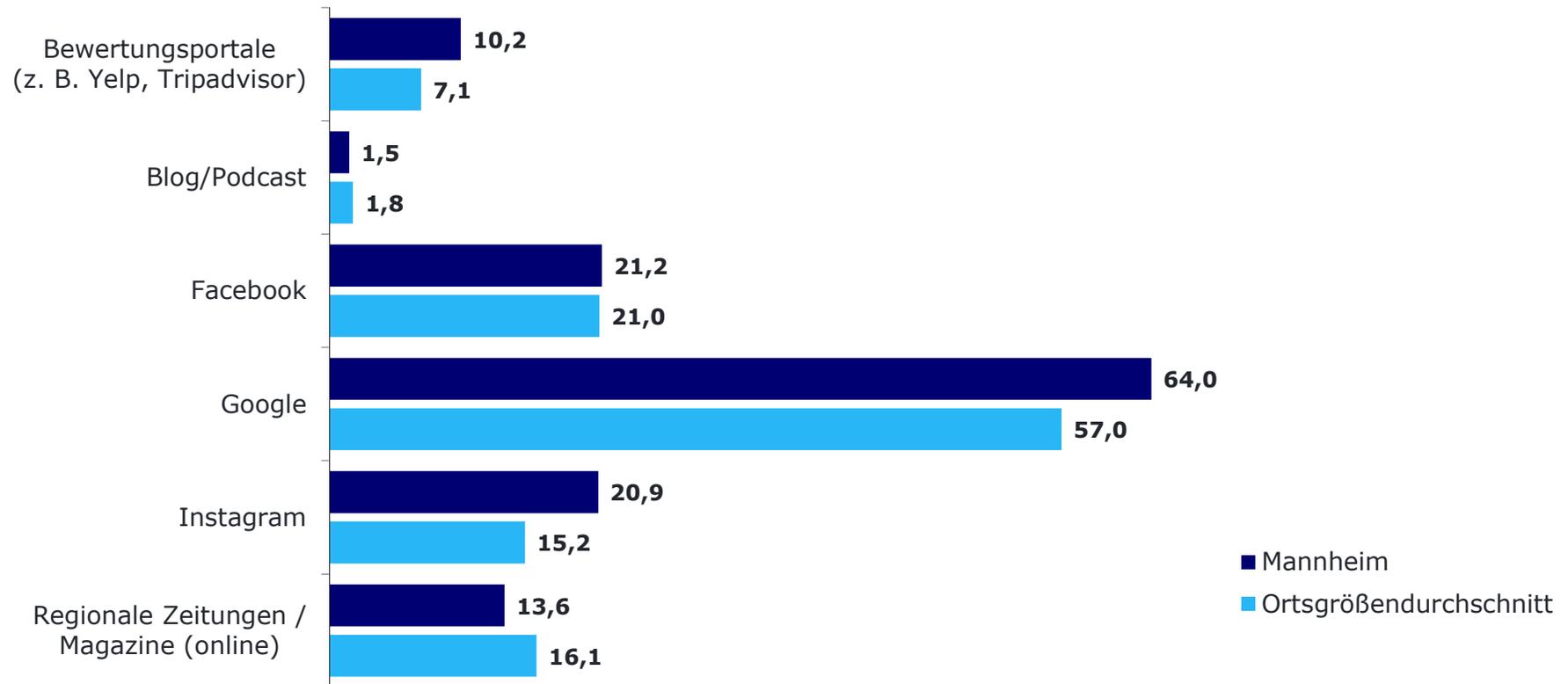


# WIE INFORMIEREN SICH DIE BESUCHER ÜBER DIE INNENSTADT? (1)

IFH KÖLN

Wenn Sie sich über das Angebot dieser Innenstadt informieren (z.B. Handel, Gastronomie, Veranstaltungen), welche Kanäle/Medien nutzen Sie dann?

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE



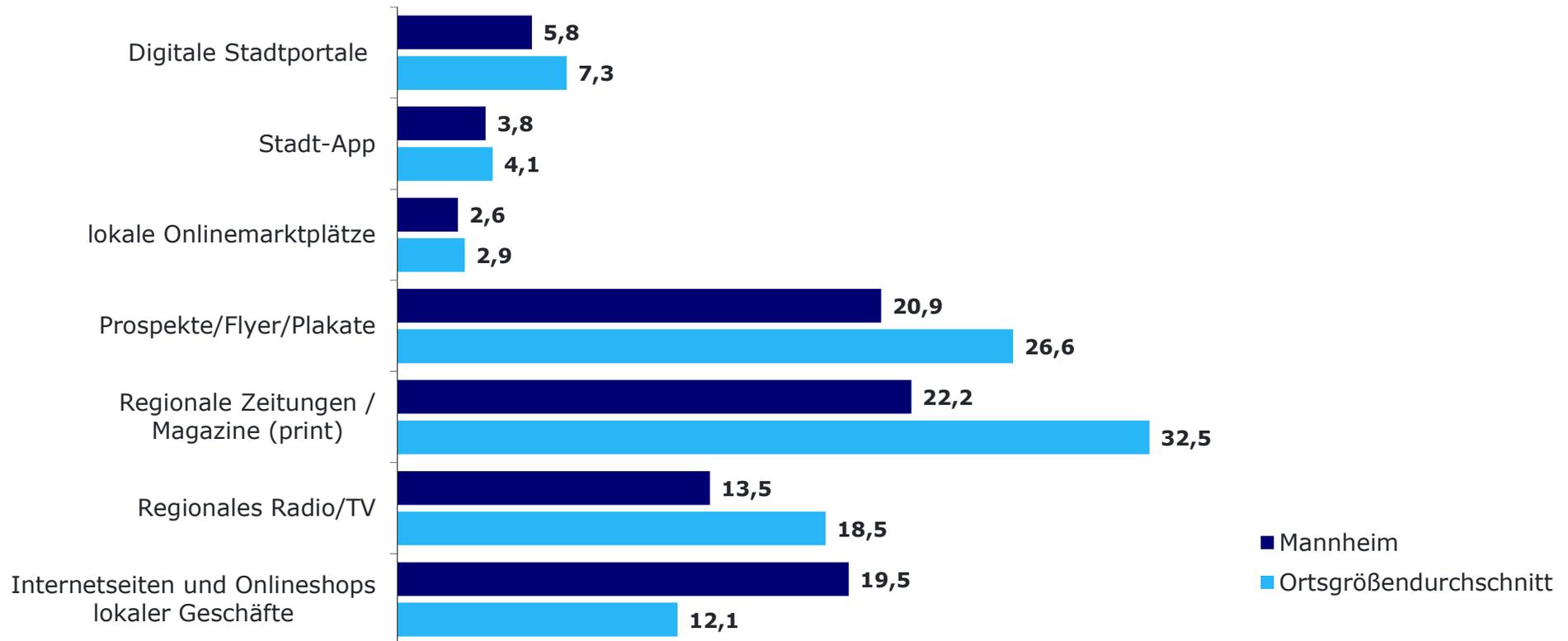
INFO n = 992, Angaben in % der Befragten

## WIE INFORMIEREN SICH DIE BESUCHER ÜBER DIE INNENSTADT? (2)

IFH KÖLN

Wenn Sie sich über das Angebot dieser Innenstadt informieren (z.B. Handel, Gastronomie, Veranstaltungen), welche Kanäle/Medien nutzen Sie dann?

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

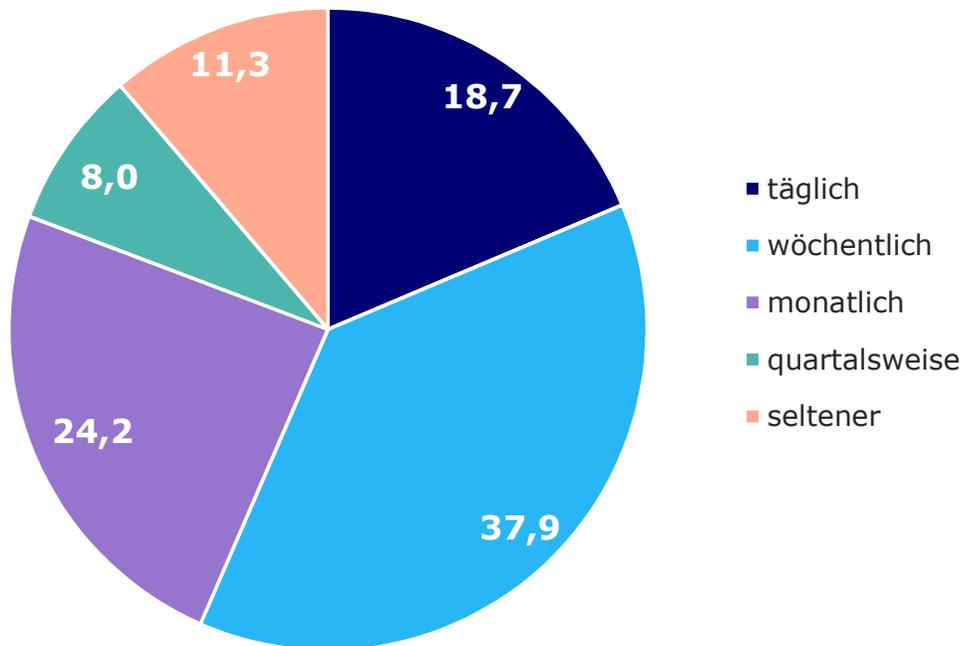


INFO n = 992, Angaben in % der Befragten

# WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

Wie oft besuchen Sie diese Innenstadt in etwa zum Einkaufen?

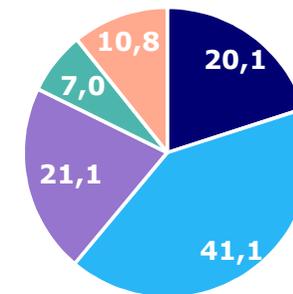
Mannheim



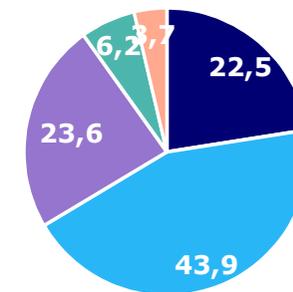
INFO n = 993, Angaben in % der Befragten

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

Ortsgrößendurchschnitt



Mannheim 2018

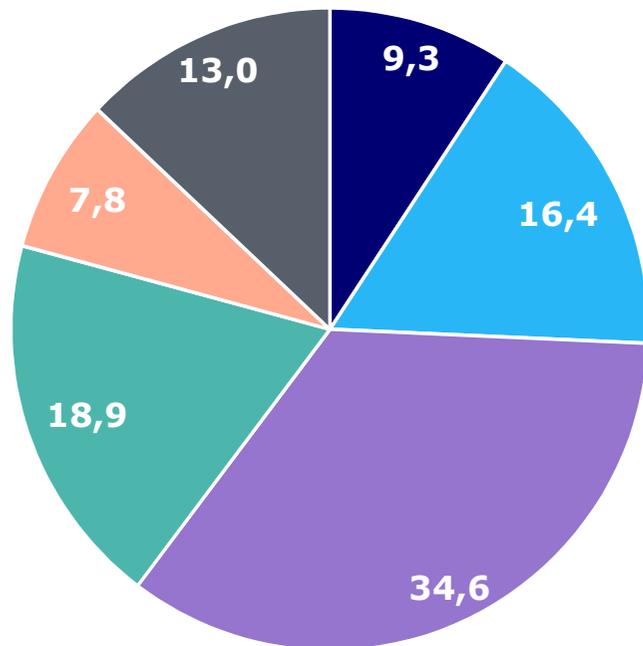


# WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

Wie viele Einzelhandelsgeschäfte werden Sie heute voraussichtlich besuchen?  
(Gesamtzahl)

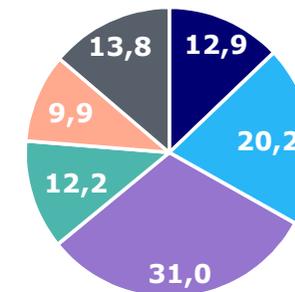
DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

Mannheim

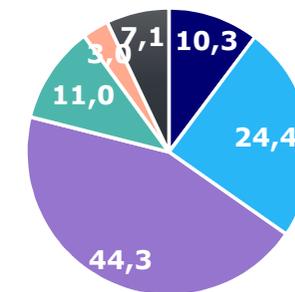


- ein Geschäft
- zwei Geschäfte
- drei bis fünf Geschäfte
- sechs und mehr Geschäfte
- weiß ich noch nicht
- keines

Ortsgrößendurchschnitt



Mannheim 2018



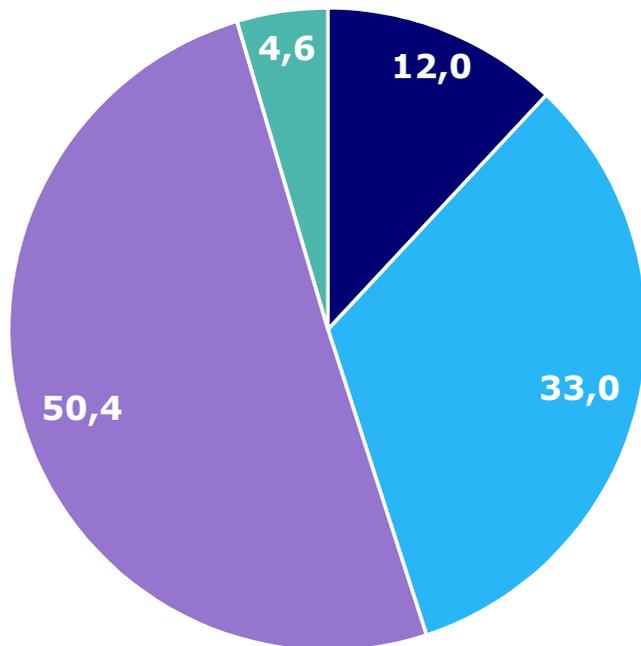
INFO n = 981, Angaben in % der Befragten

# WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

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

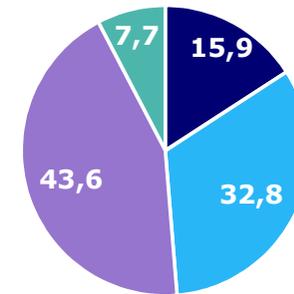
DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

### Mannheim

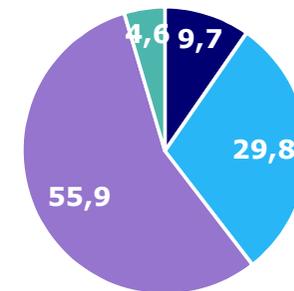


- unter 1 Stunde
- 1 bis 2 Stunden
- mehr als 2 Stunden
- weiß ich noch nicht

### Ortsgrößendurchschnitt



### Mannheim 2018

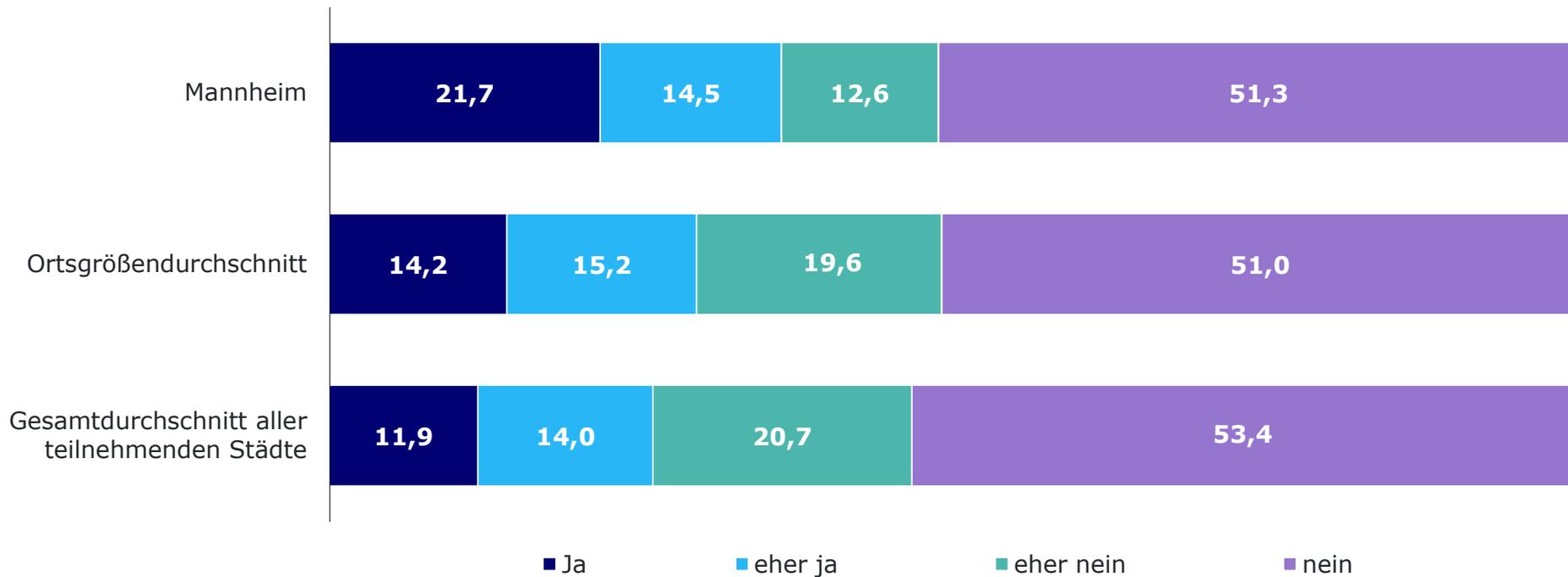


INFO n = 988, Angaben in % der Befragten

Sollten die Geschäfte dieser Innenstadt sonntags zukünftig häufiger öffnen?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

## Mannheim

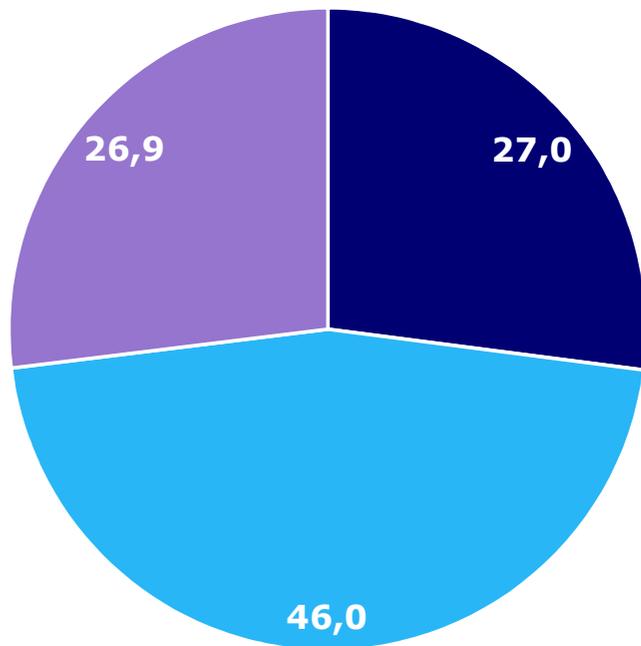


INFO n = @, Angaben in % der Befragten

Hat sich Ihr Einkaufsverhalten in der Innenstadt durch das Angebot, online einkaufen zu können, verändert?

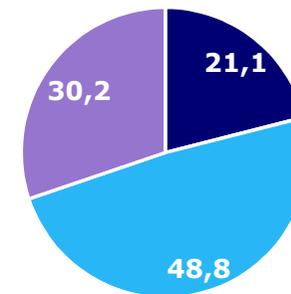
DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

Mannheim

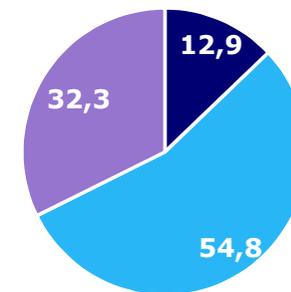


- Ja, ich kaufe verstärkt online ein und besuche daher diese Innenstadt zum Einkaufen seltener.
- Nein, ich kaufe zwar online ein, aber besuche diese Innenstadt zum Einkaufen unverändert häufig.
- Nein, ich kaufe überhaupt nicht online ein.

Ortsgrößendurchschnitt



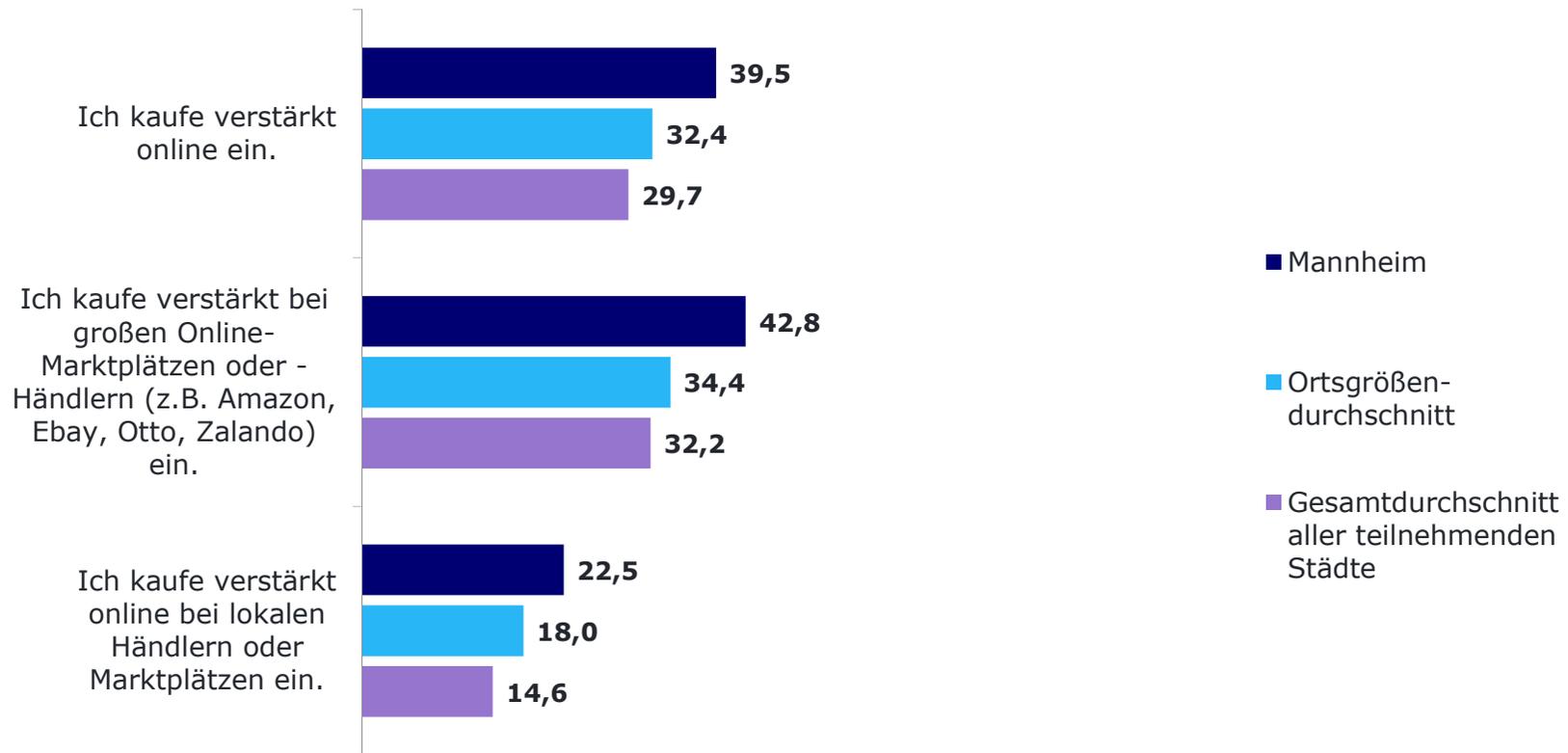
Mannheim 2018



INFO n = 987, Angaben in % der Befragten

**Wie hat sich ihr Einkaufsverhalten durch die Corona-Krise generell verändert? Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie zu?**

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

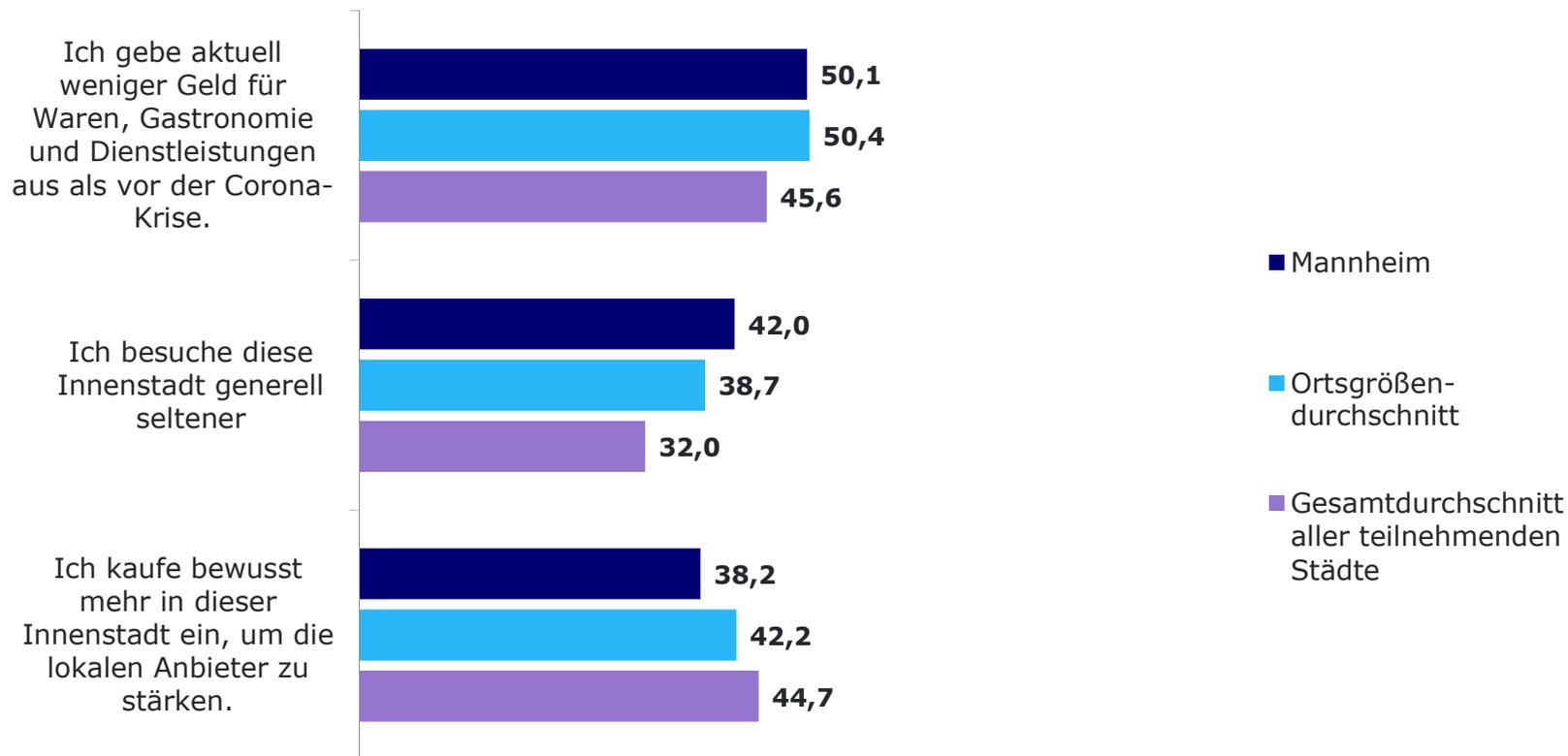


INFO 993 ≥ n ≥ 988

Antworten mit ja

**Wie hat sich ihr Einkaufsverhalten durch die Corona-Krise generell verändert? Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie zu?**

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



INFO 989 ≥ n ≥ 983

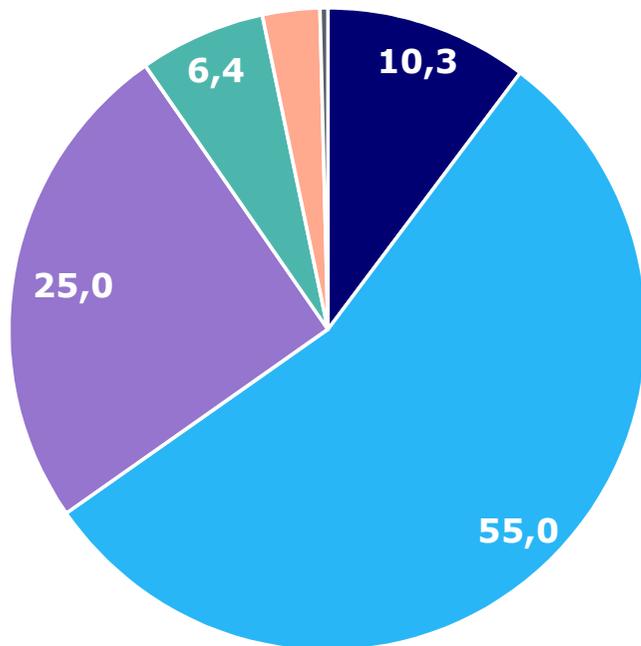
Antworten mit ja

# WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

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

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

### Mannheim

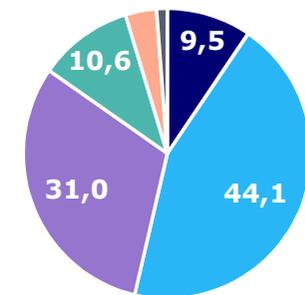


Durchschnittsnote:  
2,4

INFO n = 977, Angaben in % der Befragten

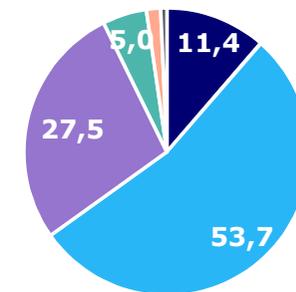
- sehr gut
- gut
- befriedigend
- ausreichend
- mangelhaft
- ungenügend

### Ortsgrößendurchschnitt



Durchschnittsnote:  
2,6

### Mannheim 2018



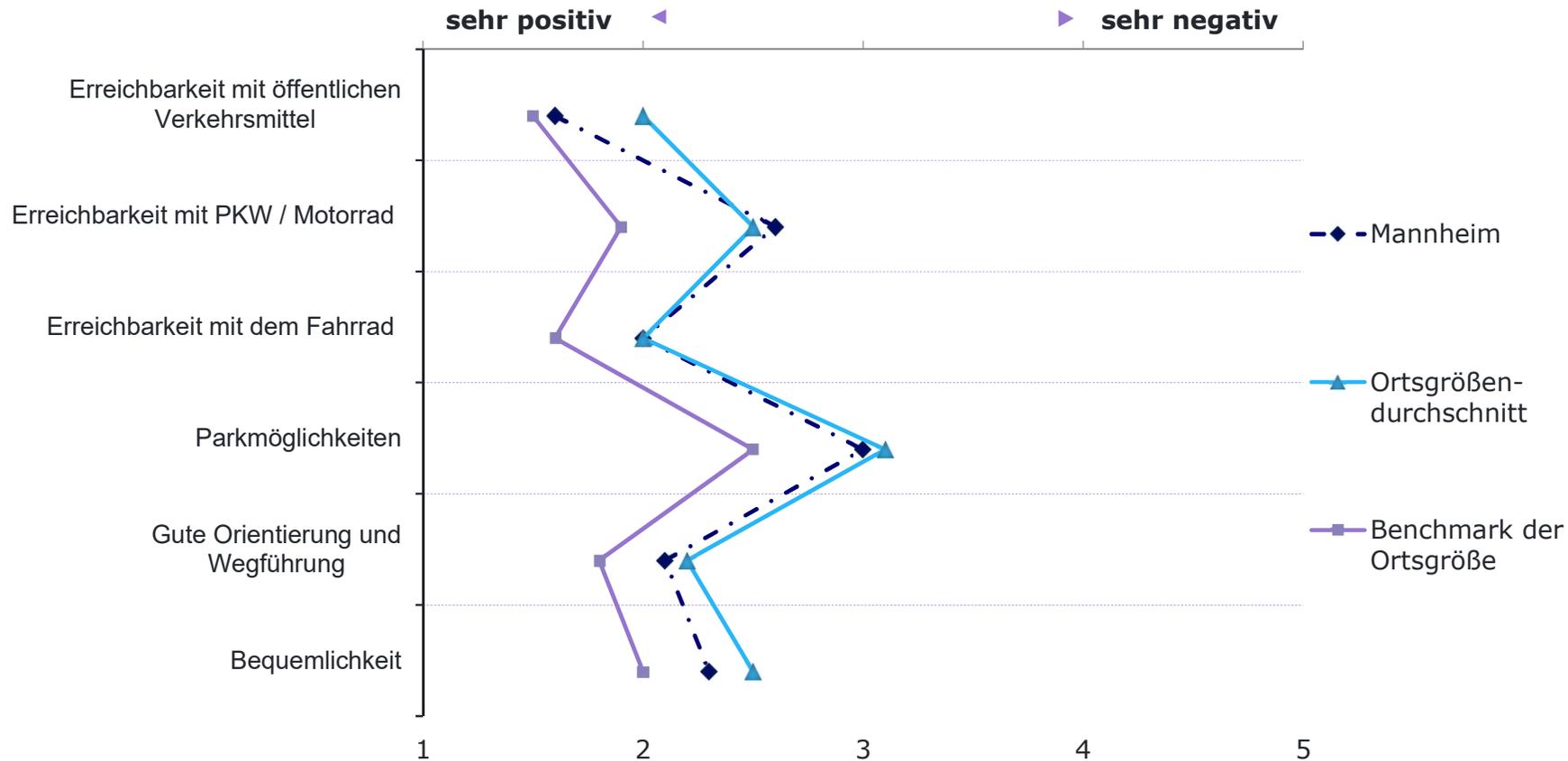
Durchschnittsnote:  
2,3



# WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf Convenience ...

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



INFO 990 ≥ n ≥ 976

## Die Beurteilung von Mannheim nach Schulnoten im Zeitvergleich

Kategorie	2014	2016	2018	2020
<b>Gesamtattraktivität</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>	<b>2,3</b>	<b>2,4</b>
Parkmöglichkeiten	3,4	3,5	3,0	3,0
Gastronomieangebot	2,2	2,1	1,9	1,9
Freizeitangebot	2,2	2,0	2,0	2,2
Ambiente/Flair	2,8	2,8	2,4	2,4
Sauberkeit	3,4	3,6	3,0	3,2
Sicherheit	3,0	2,9	2,6	2,9

**INFO** n = 1.048 (2014); n = 1.201 (2016); n = 1.021 (2018); n = 1.000 (2020)

## Wie bewerten die Besucher die Innenstädte?



Welche **Schulnote** würden Sie dem **Einzelhandelsangebot** [der von Ihnen besuchten] **Innenstadt** in Bezug auf dessen **Attraktivität** geben?\*

**2,5**



**Durchschnittsnote**  
Ortsgrößenklasse  
200.000 bis 500.000  
Einwohner

**2,3**



**Top-Performer**  
der Ortsgrößenklasse

**1,9**

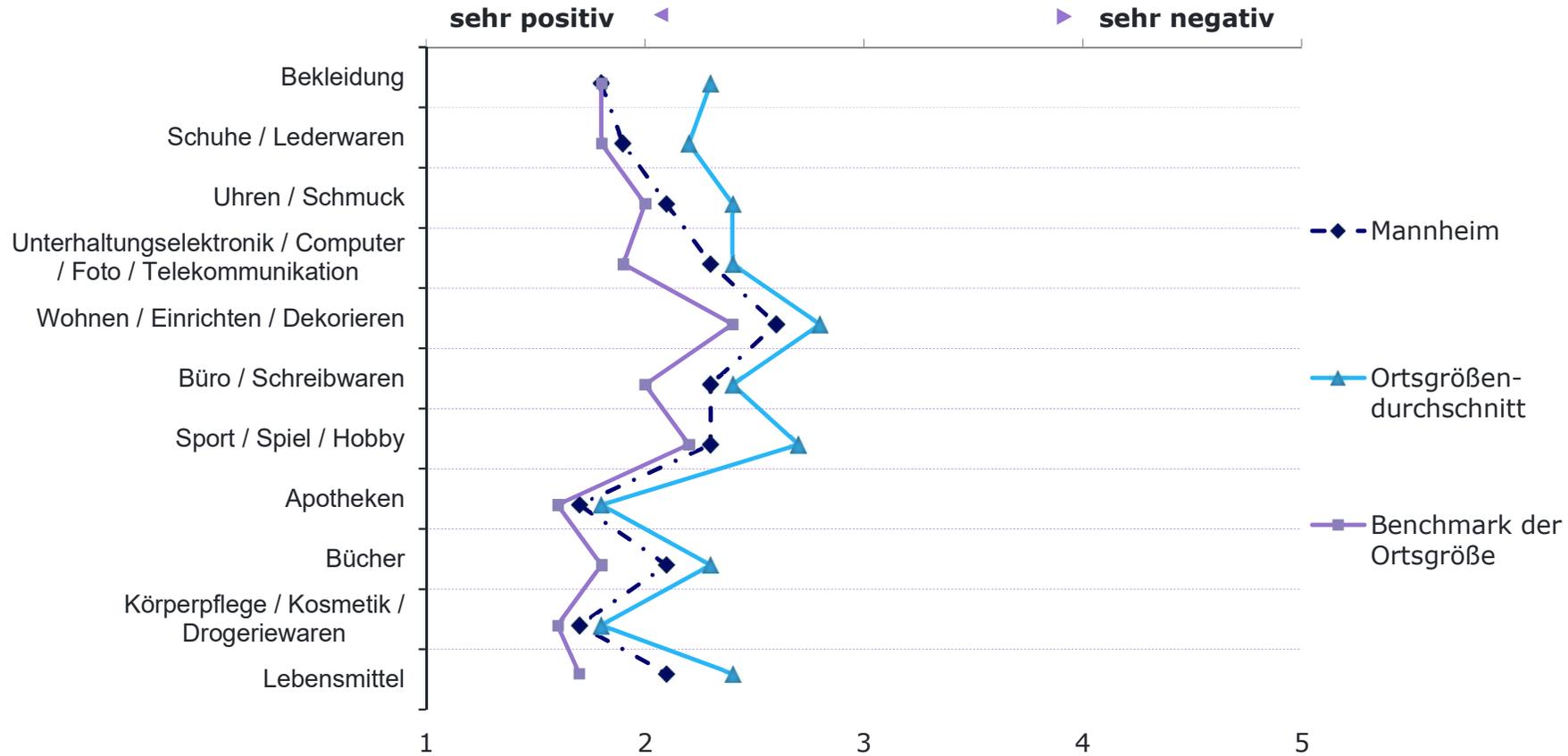
**Mannheim**

**INFO** Gesamtdurchschnitt über alle 107 teilnehmenden Städte; \*Bewertung anhand von Schulnoten 1 bis 6

# WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

Wie bewerten Sie das Einzelhandelsangebot insgesamt im Hinblick auf ...

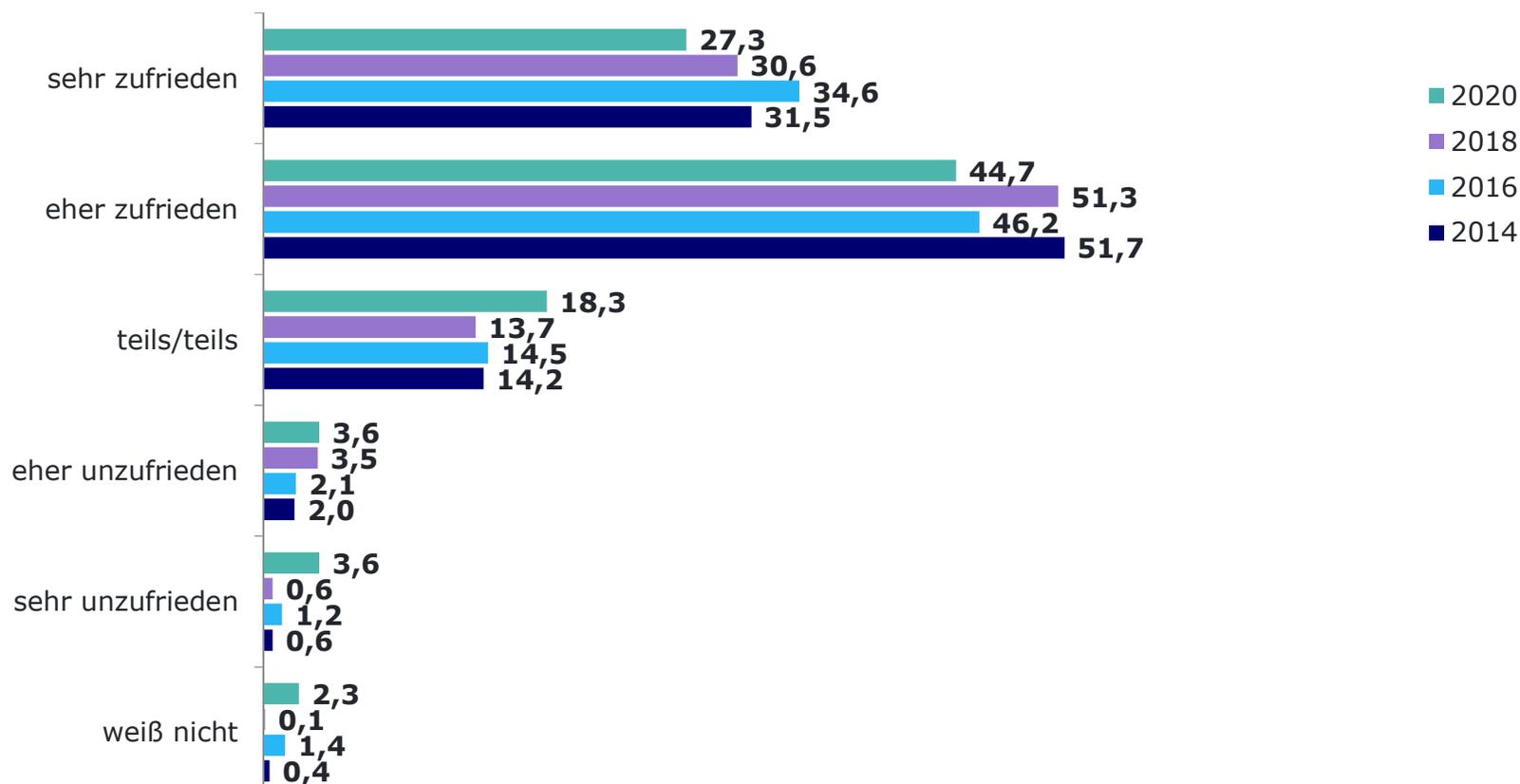
DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



INFO 993 ≥ n ≥ 981

**Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit den Einkaufsmöglichkeiten in der Mannheimer Innenstadt?**

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

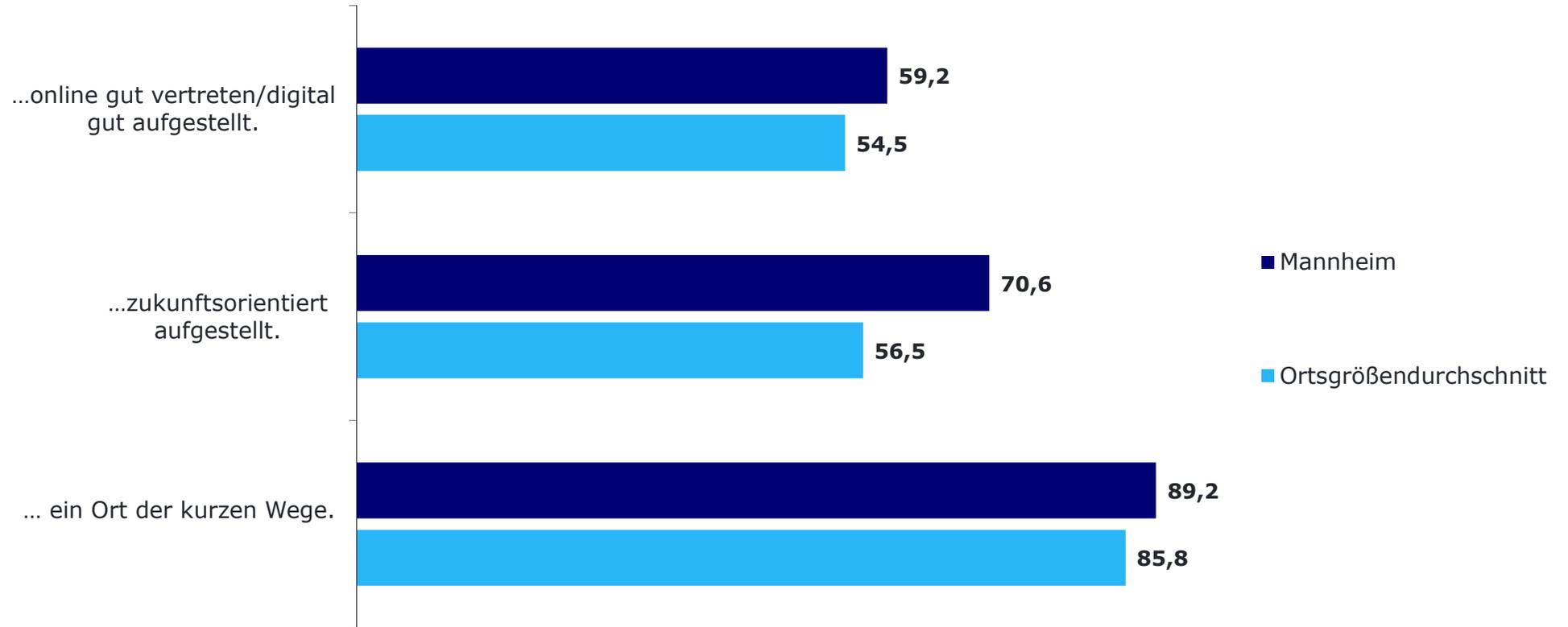


**INFO** n = 1.000 (2020); 1.021 (2018); n = 1.201 (2016); n = 1.048 (2014)

# ZUR ROLLE DER INNENSTADT (1)

**Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?  
Diese Innenstadt ist für mich persönlich ...**

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE



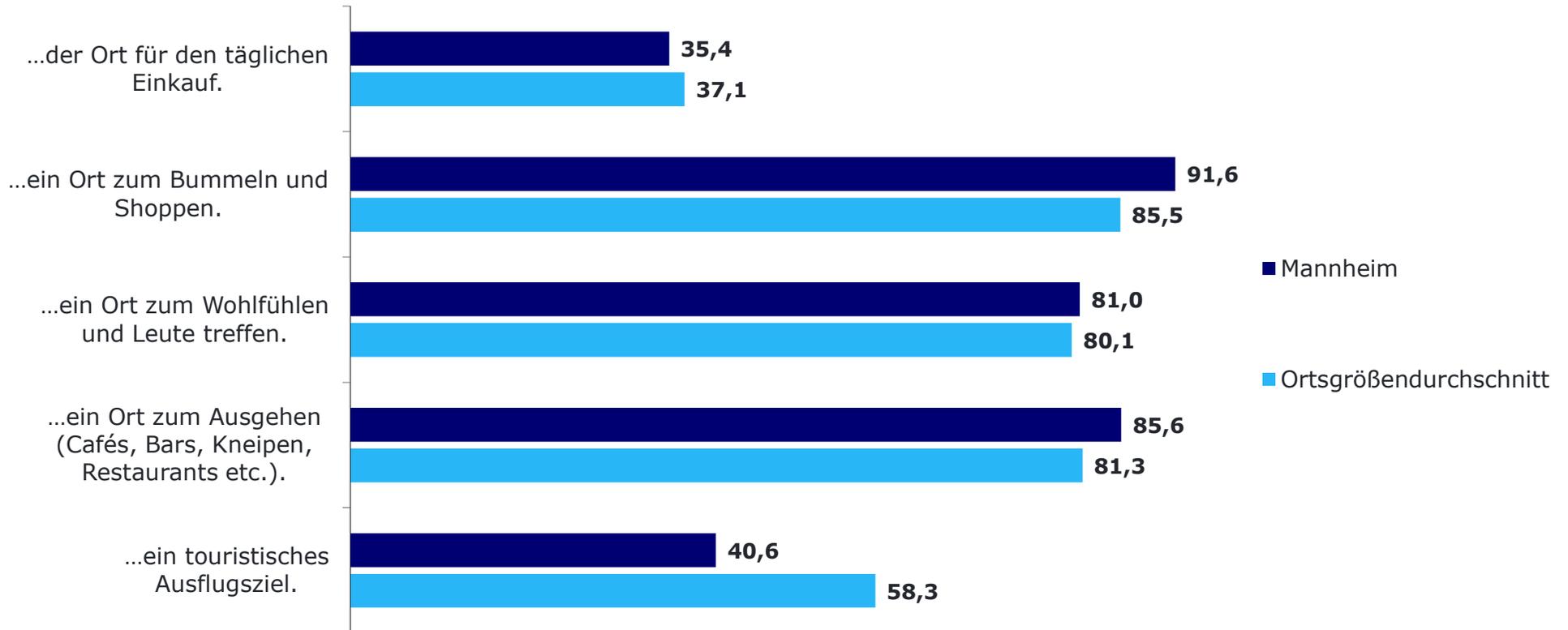
INFO 993 ≥ n ≥ 978

Antworten mit ja

## ZUR ROLLE DER INNENSTADT (2)

**Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?  
Diese Innenstadt ist für mich persönlich...**

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE



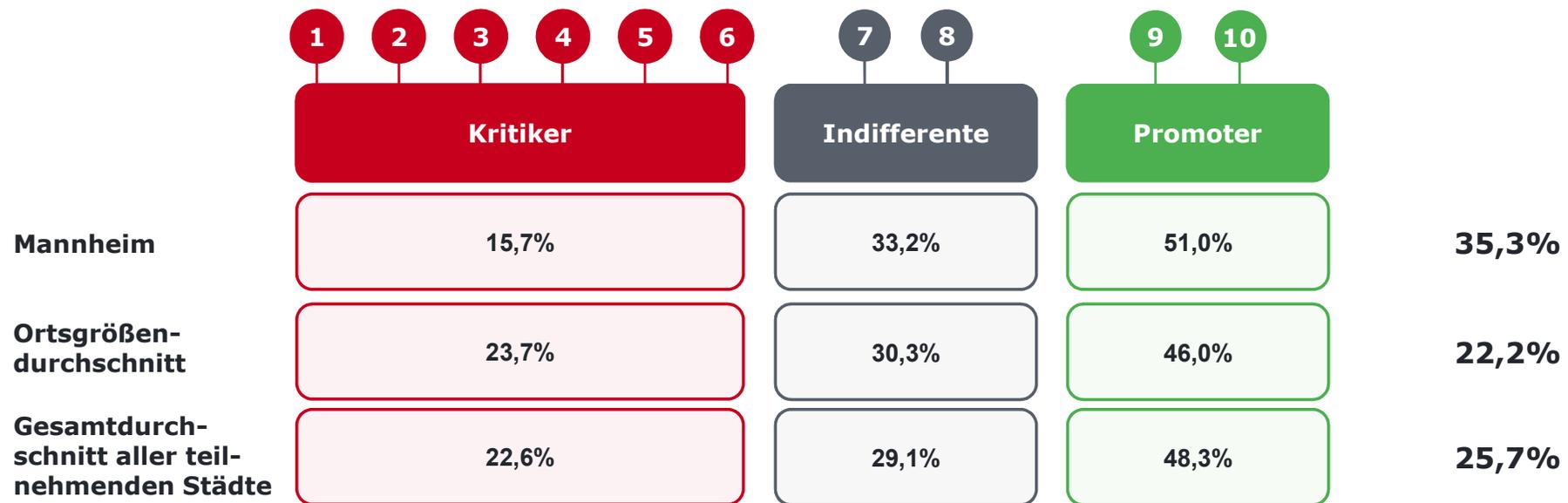
INFO 995 ≥ n ≥ 984

Antworten mit ja

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Innenstadt Freunden oder Bekannten weiterempfehlen?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

NPS: Net Promoter Score 2020 = 35,3%

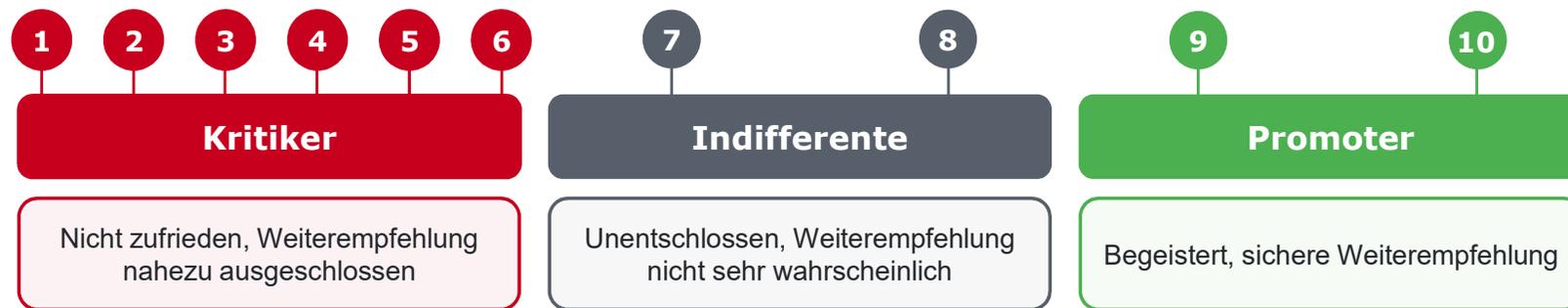


Berechnung des Net-Promoter-Scores:  
 Promoter (%) - Kritiker (%) = NPS

**INFO** Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 1 bis 10. Eine 10 bedeutet dabei „äußerst wahrscheinlich“, eine 1 bedeutet „unwahrscheinlich“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen. Hinweis: Die ursprüngliche Antwortskala im Fragebogen war gedreht, hier erfolgt nun die definitionsgemäß korrekte Auswertung.  
 n = @, Angaben in % der Befragten

**Der Net Promoter Score ermittelt die Wahrscheinlichkeit, dass die befragten Personen die Innenstadt an Freunde oder Bekannte weiterempfehlen.**

Die Absicht zur Weiterempfehlung wird durch die Befragten auf einer Skala von **1 (geringe Wahrscheinlichkeit)** bis **10 (sehr hohe Wahrscheinlichkeit)** angegeben. In Abhängigkeit von der jeweiligen Antwort werden die Kunden den folgenden drei Kategorien zugeordnet:



**Berechnung des NPS:**

$$\text{Net Promoter Score} = \text{Promoter (\%)} - \text{Kritiker (\%)}$$

**Frage:**

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Innenstadt Freunden oder Bekannten weiterempfehlen? Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 1 bis 10. Eine 10 bedeutet dabei „äußerst wahrscheinlich“, eine 1 bedeutet „unwahrscheinlich“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen. Hinweis: Die ursprüngliche Antwortskala im Fragebogen war gedreht, hier erfolgt nun die definitionsgemäß korrekte Auswertung.

## WENN SIE FRAGEN HABEN ...



### **Nicolaus Sondermann**

n.sondermann@ifhkoeln.de

+49 (0) 221 943607-34

Senior Projektmanager

**IFH KÖLN**  
Erfolgreich im Handeln

### **IFH Köln GmbH**

Dürener Str. 401 b  
50858 Köln

+49 (0) 221 943607-10

**[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)**

 [@ifhkoeln](https://twitter.com/ifhkoeln)

 [/company/ifh-koeln-gmbh](https://www.linkedin.com/company/ifh-koeln-gmbh)

## IFH KÖLN

Erfolgreich im Handeln

### IFH FÖRDERER

Verein als Bindeglied von  
Wissenschaft und Praxis im  
Handel

Seit 1929 **Verbindung von  
Handelsforschung und -praxis**  
fördern, fundiert und durch  
Verbindung zum Lehrstuhl für  
Handel und Kundenmanagement  
an der Universität zu Köln.

FASZINATION  
HANDEL

Märkte und Kund\*innen im Blick,  
Antworten bereithalten,  
Zukunft konzipieren

Mit **Marktforschung** und  
**Beratung** unterstützt das IFH  
KÖLN als Brancheninsider und  
erster Ansprechpartner in der  
Handelswelt bei erfolgreicher  
Gestaltung der Zukunft und  
passender Geschäftsmodelle.

Umsetzungspartner des IFH KÖLN

coadvise

VITAIL  
Kompetenzforum für Handel  
und Vitale Innenstädte

### ECC KÖLN

Community und Knowhow-  
Transfer für die Digitalisierung  
im Handel

Expertise, Channels, Community:  
Erfolgs-, businessrelevantes  
Knowhow in die Welt des Handels  
transferieren über **Impulse,  
Events, Netzwerk, Trainings.**

ECC  
CLUB

ECC  
FORUM

DOHA  
DEUTSCHER  
ONLINE-HANDEL  
AWARD 2020