

Pressekonferenz

Ergebnisse der IFH-Passantenbefragung
zur Attraktivität der Frankfurter Innenstadt

Mittwoch, 23. Januar 2019 um 11:30 Uhr,
IHK Frankfurt am Main

Innenstadt-Passantenbefragung

„Vitale Innenstadt“

ein Projekt des Instituts für Handelsforschung (IFH), Köln

für Frankfurt am Main 2018 und 2014 initiiert durch

die IHK Frankfurt am Main

in Kooperation mit

der Stadt Frankfurt am Main

sowie

der Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main

Methodik:

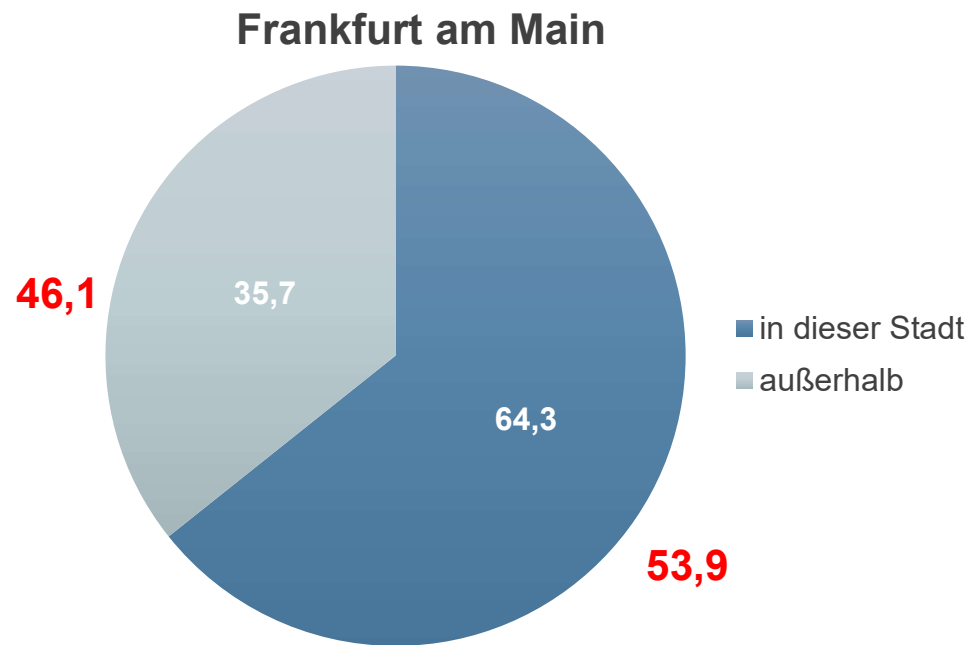
- einheitlicher Fragebogen und Auswertung durch IFH
- gemeinsame Befragungstermine im September 2018 an zwei Tagen (Donnerstag und Samstag)
- in 116 Kommunen aller Größen in ganz Deutschland
- Clusterung der Kommunen nach Einwohnerzahl zu Ortsgrößenklassen
- Frankfurt am Main gehört zu der Ortsgrößenklasse
> 500.000 Einwohner
- 2000 Befragte in der Frankfurter Innenstadt

Die teilnehmenden Städte vergleichbarer Größe

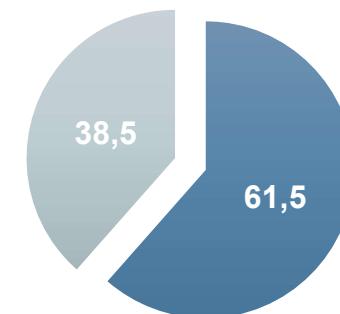
- Ortsgrößenklasse mehr als 500.000 Einwohner - 8 Städte:
 - Bremen
 - Düsseldorf
 - Essen
 - Frankfurt am Main
 - Hannover
 - Köln
 - Leipzig
 - Nürnberg

Wohnen Sie in dieser Stadt oder außerhalb?

Durchschnitt
der beiden Tage

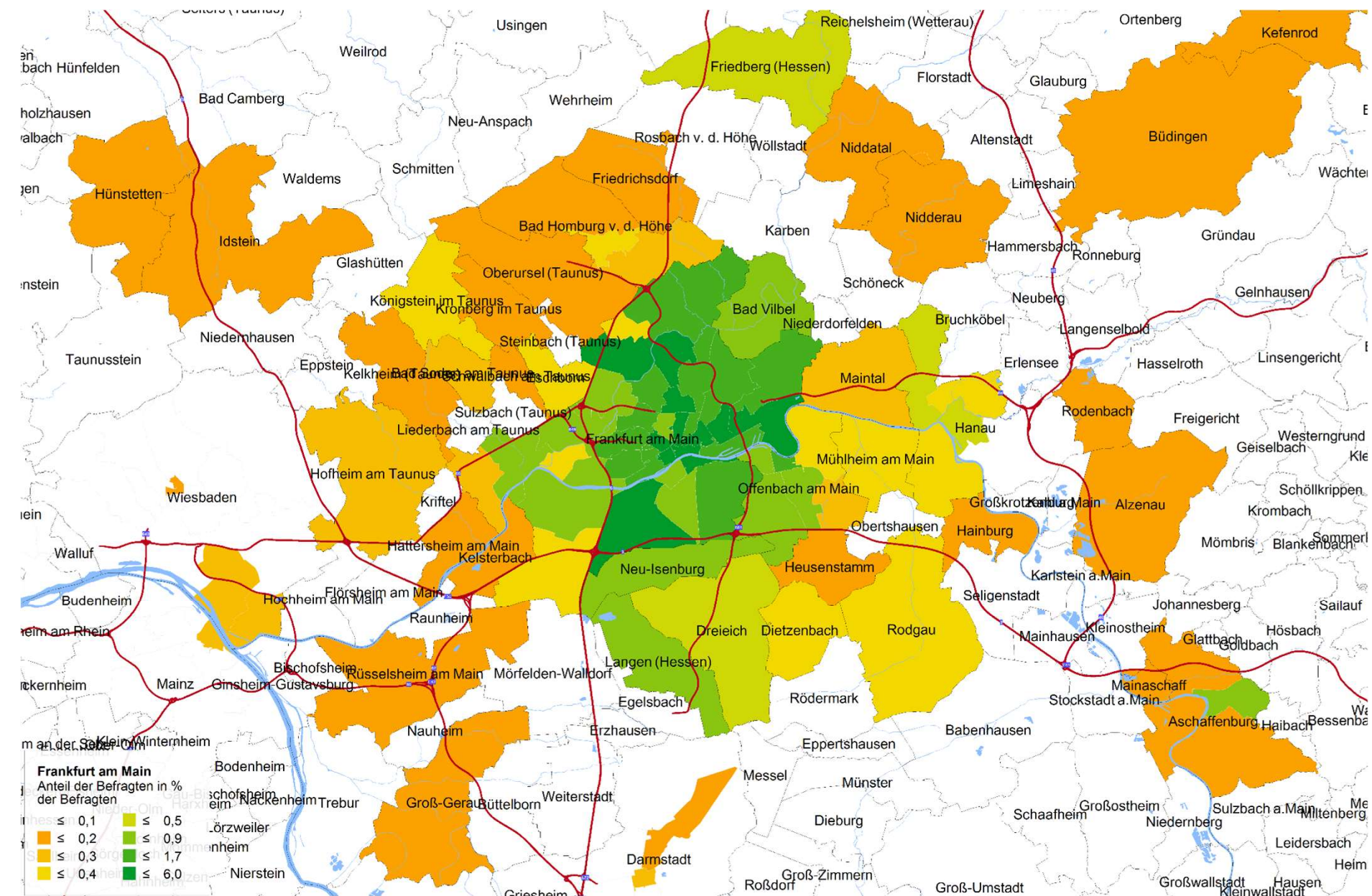


Ortsgrößendurchschnitt



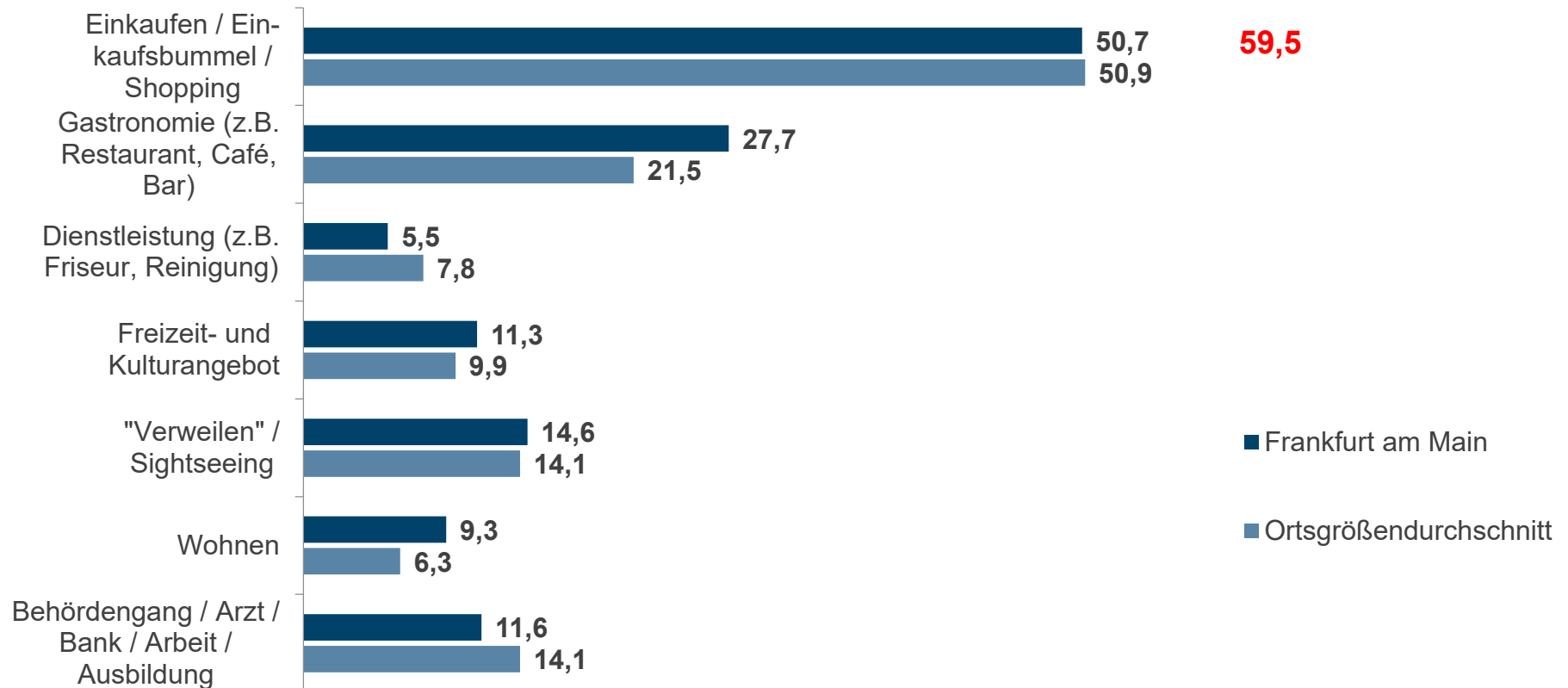
Rot = Werte aus der Befragung in 2014

n = 2.002, Angaben in % der Befragten



Durchschnitt
der beiden Tage

Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt?

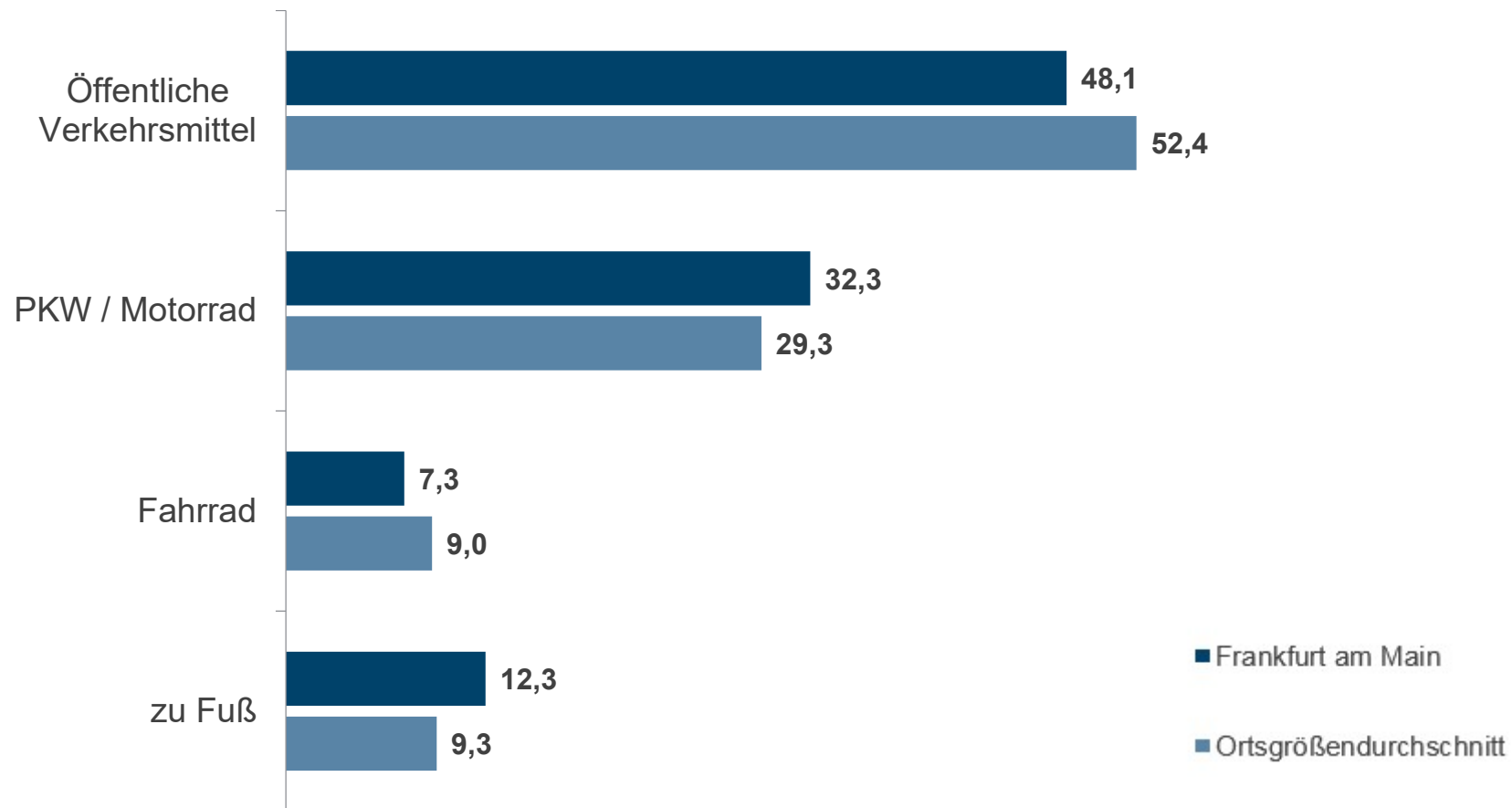


Rot = Wert aus der Befragung in 2014

n = 2.025, Angaben in % der Befragten

Durchschnitt
der beiden Tage

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die
Innenstadt gekommen?

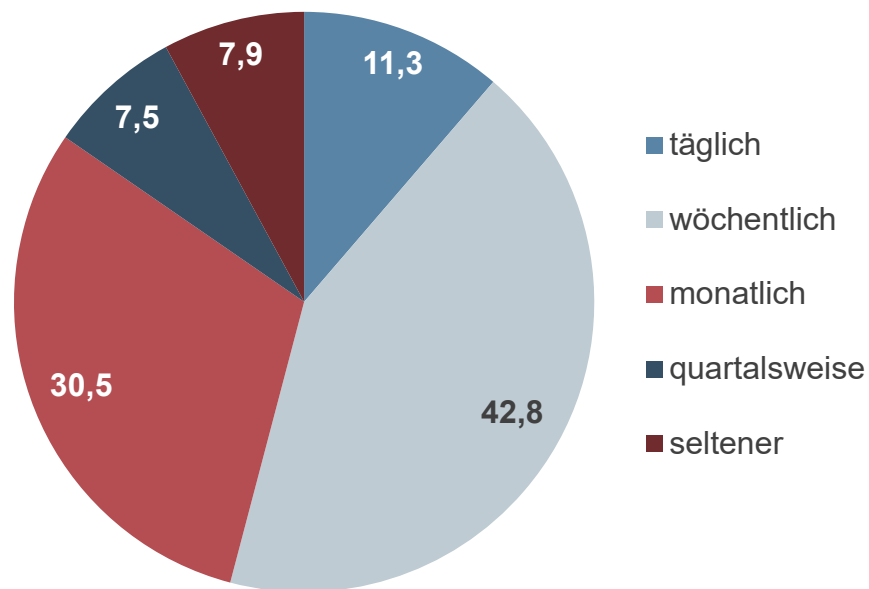


n = 1.981, Angaben in % der Befragten

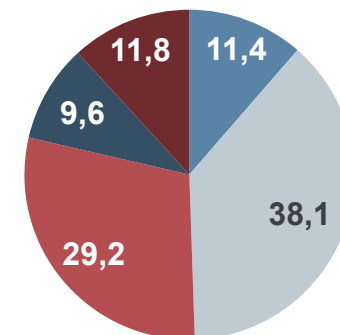
Durchschnitt
der beiden Tage

Wie oft besuchen Sie diese Innenstadt in
etwa zum Einkaufen?

Frankfurt am Main



Ortsgrößendurchschnitt

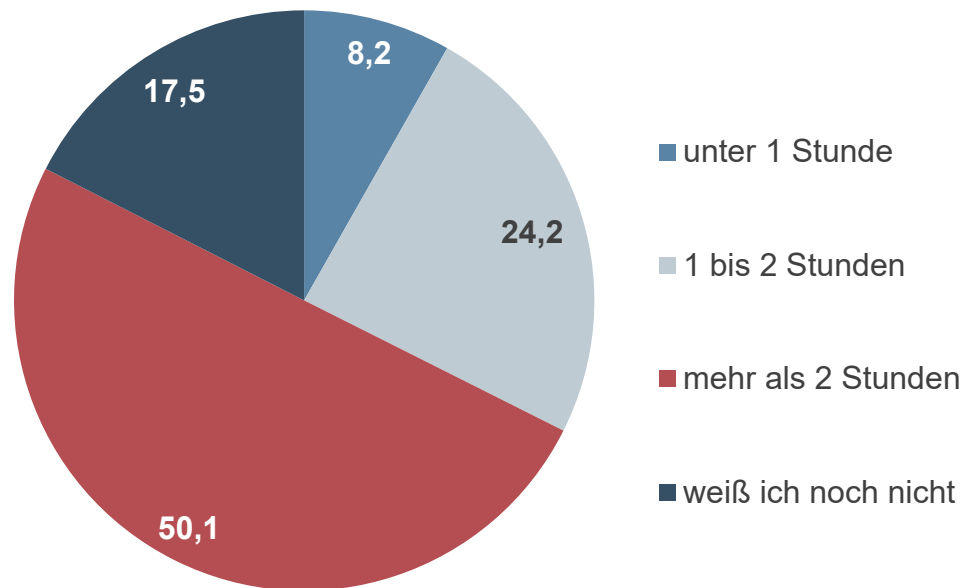


n = 2.020, Angaben in % der Befragten

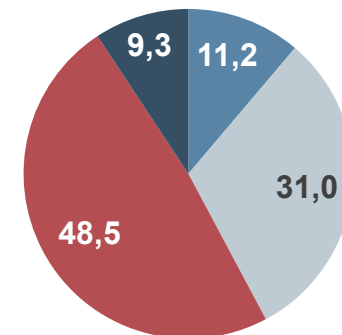
Durchschnitt
der beiden Tage

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

Frankfurt am Main



Ortsgrößendurchschnitt

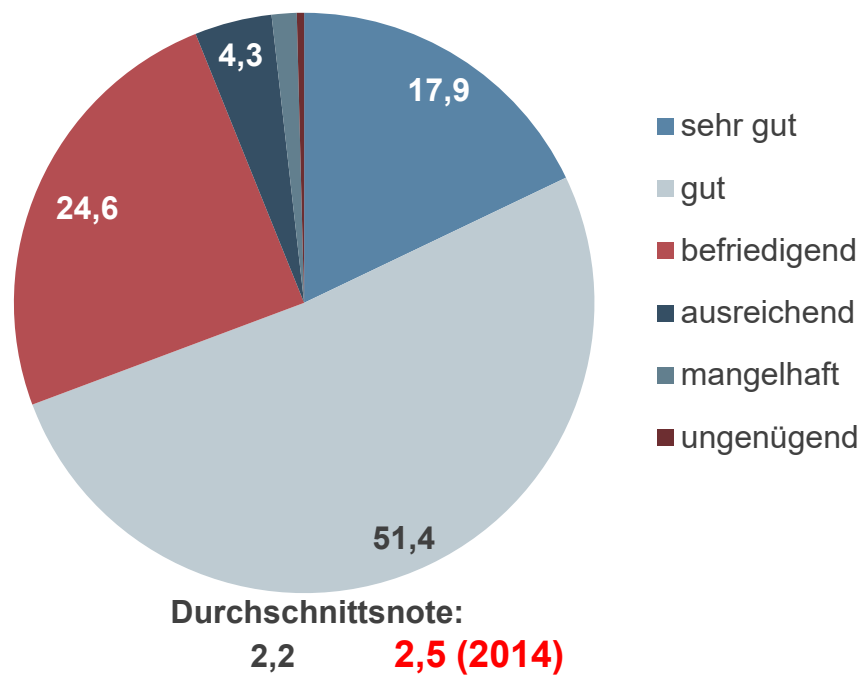


n = 2.014, Angaben in % der Befragten

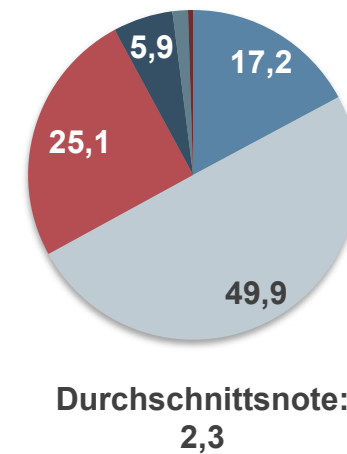
Durchschnitt
der beiden Tage

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

Frankfurt am Main



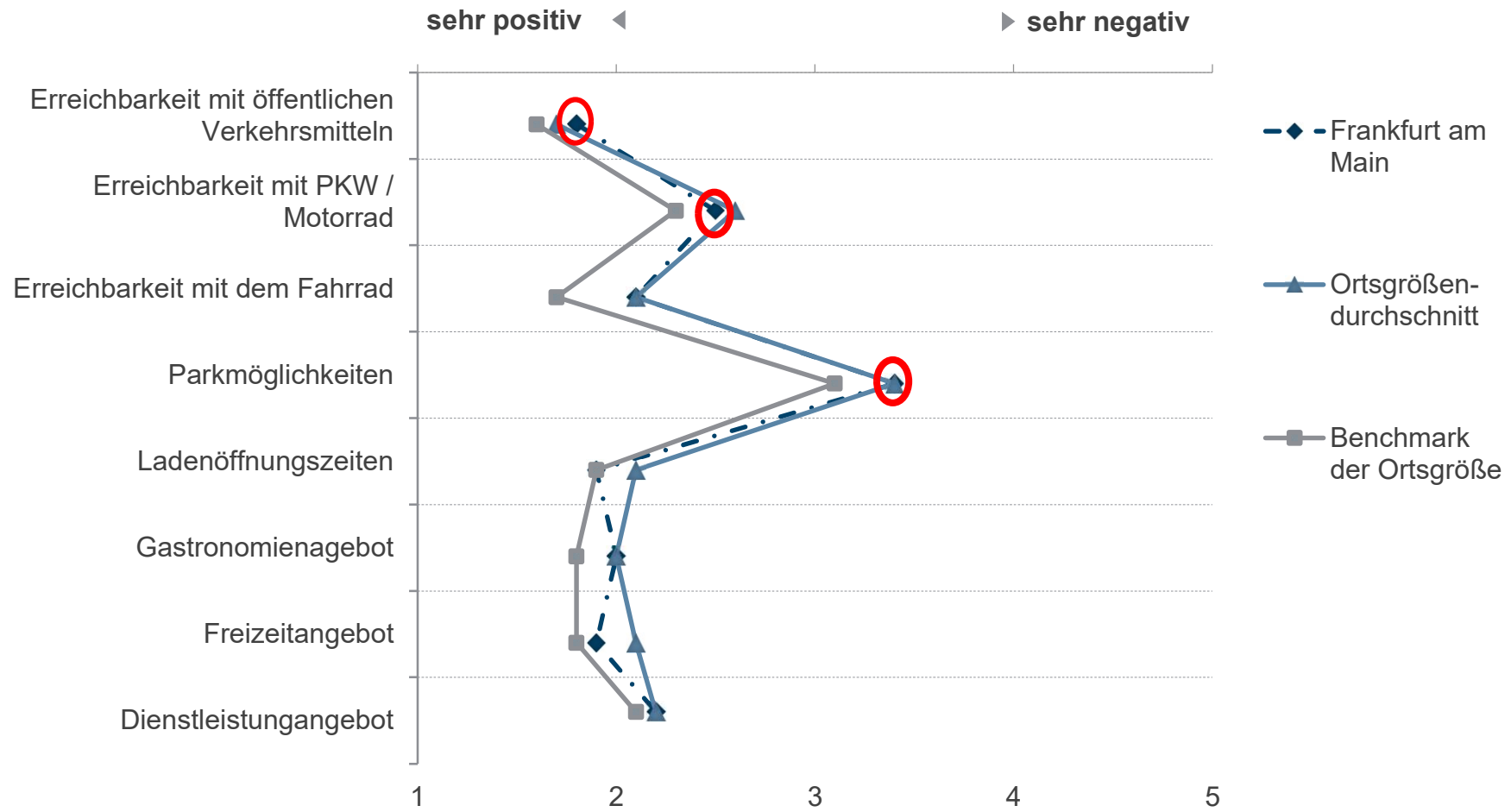
Ortsgrößendurchschnitt



n = 2.014, Angaben in % der Befragten

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

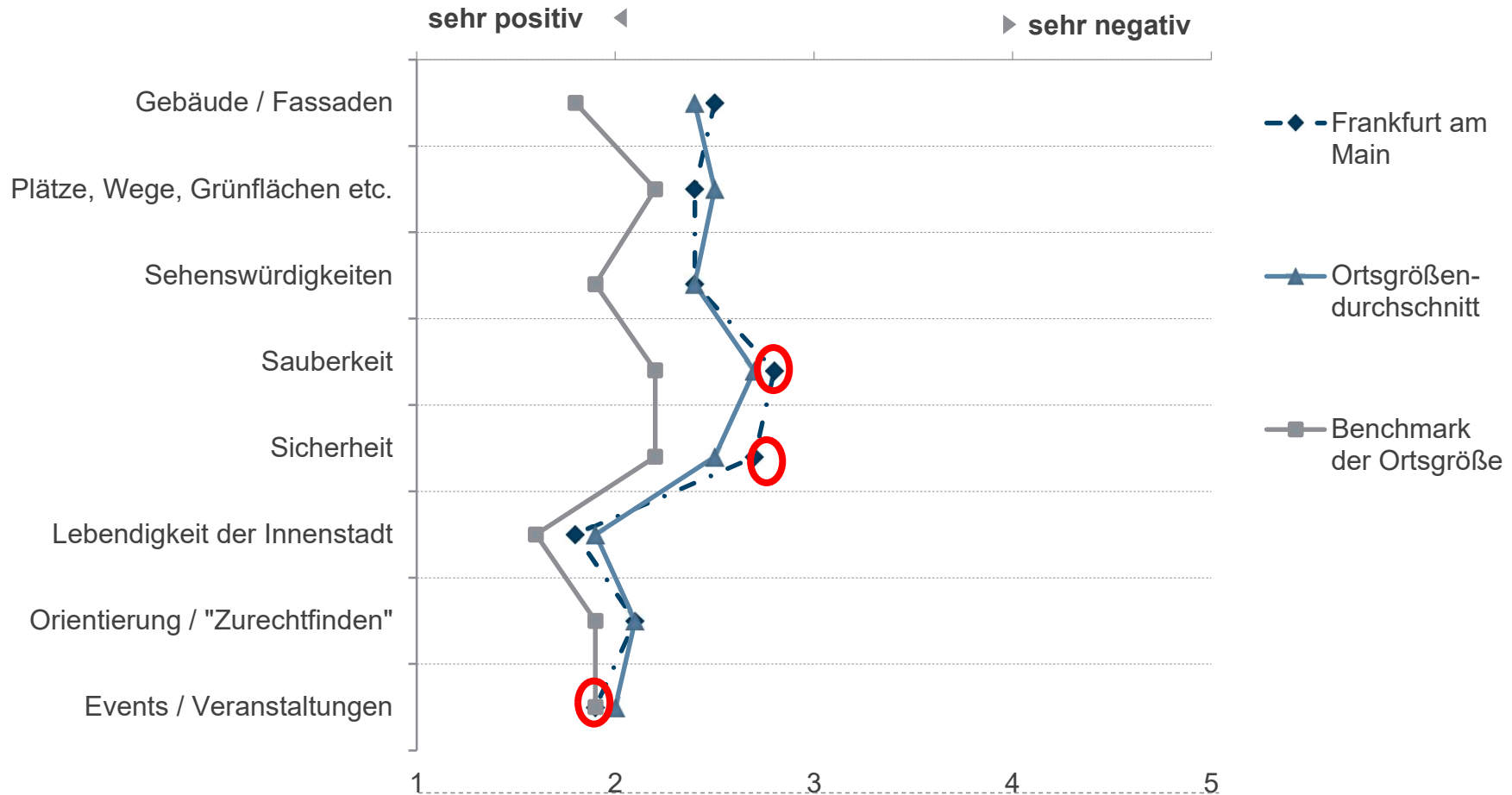
Durchschnitt
der beiden Tage



2.024 ≥ n ≥ 2.012

**Wie bewerten Sie das allgemeine
Ambiente / Flair der Innenstadt im
Hinblick auf ...**

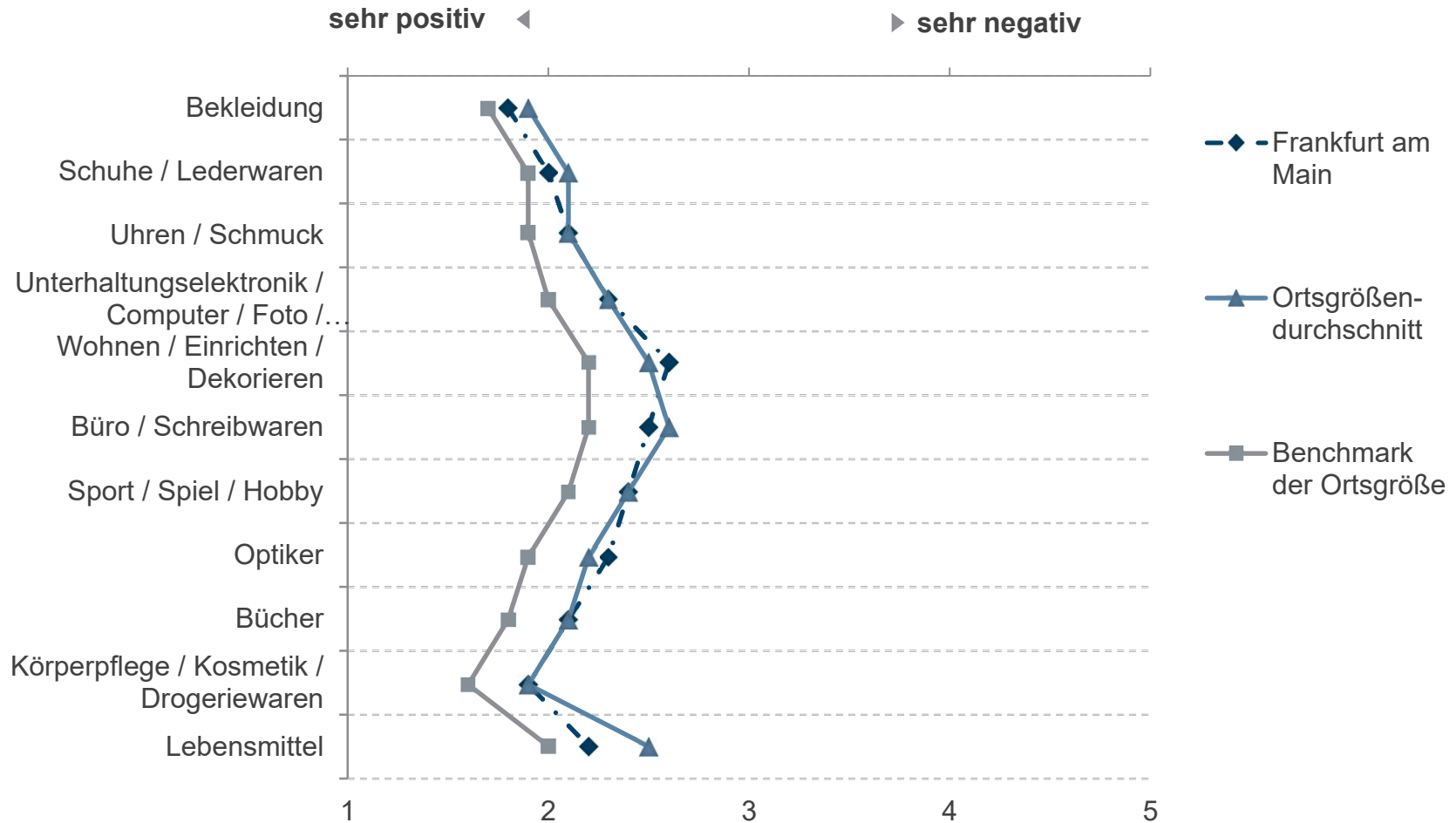
**Durchschnitt
der beiden Tage**



2.024 ≥ n ≥ 2.012

Durchschnitt
der beiden Tage

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

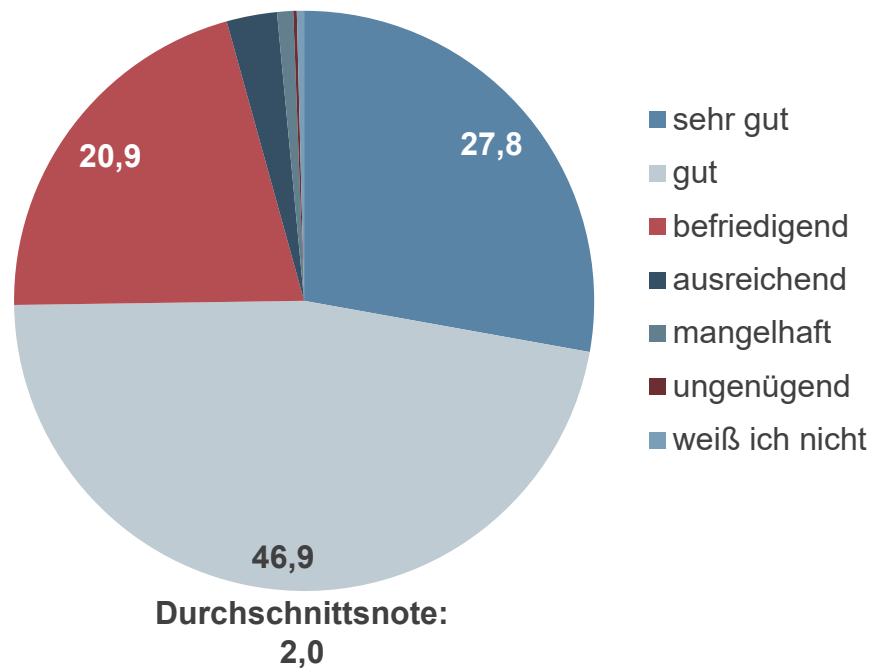


2.024 ≥ n ≥ 2.012

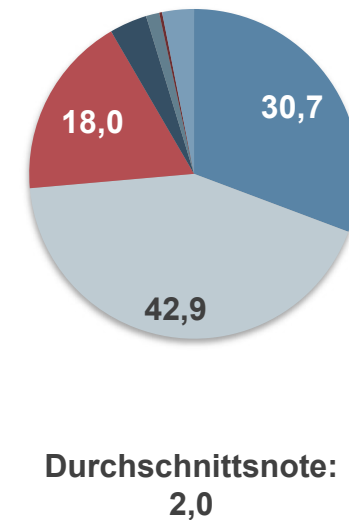
Welche Schulnote würden Sie dieser Innenstadt in Bezug auf das gastronomische Angebot geben?

**Durchschnitt
der beiden Tage**

Frankfurt am Main



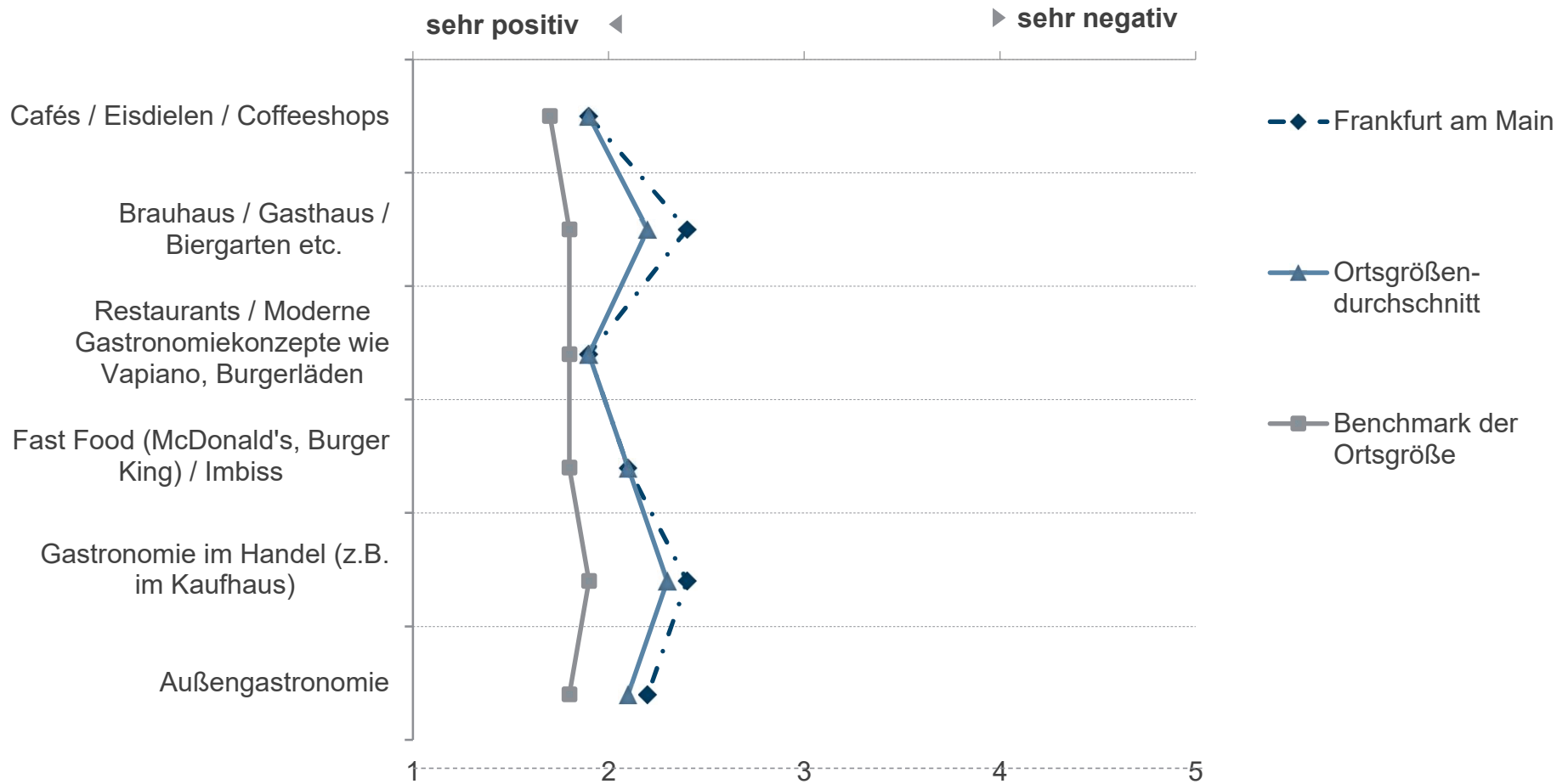
Ortsgrößendurchschnitt



n = 2.024, Angaben in % der Befragten

Durchschnitt
der beiden Tage

Wie bewerten Sie das gastronomische Angebot dieser Innenstadt?



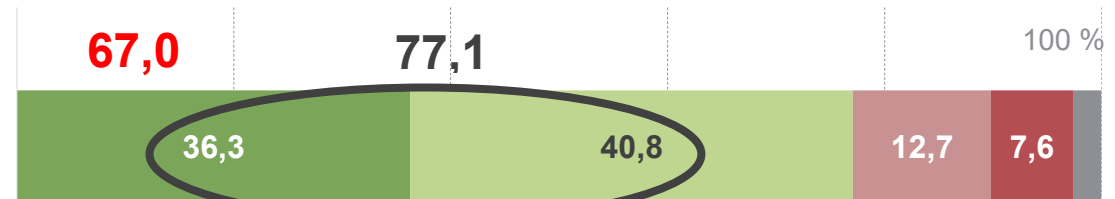
2.024 ≥ n ≥ 2.012

Durchschnitt
der beiden Tage

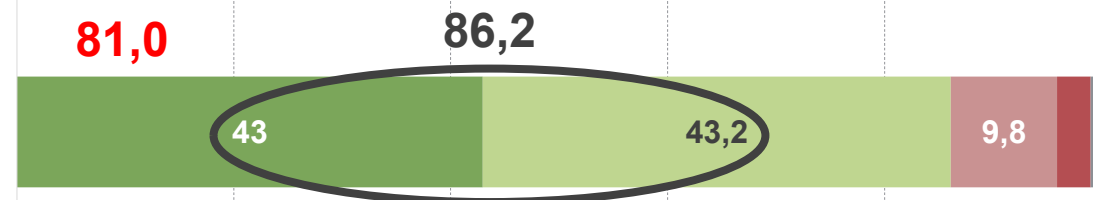
Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Frankfurt am Main

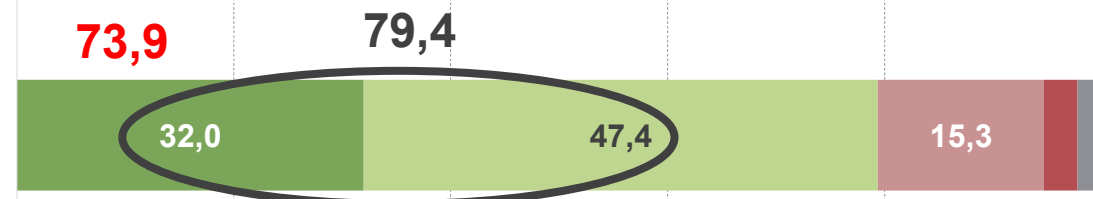
Veranstaltungen (wie Stadtfeste) sind für mich ein Grund häufiger in diese Innenstadt zu fahren.



Einen Besuch dieser Innenstadt verbinde ich gerne mit der Nutzung des gastronomischen Angebots.



Diese Innenstadt hat einen hohen Erlebnis- / Unterhaltungswert.



■ Stimme voll und ganz zu ■ Stimme eher zu ■ Stimme eher nicht zu ■ Stimme gar nicht zu ■ weiß nicht / kann ich nicht beurteilen

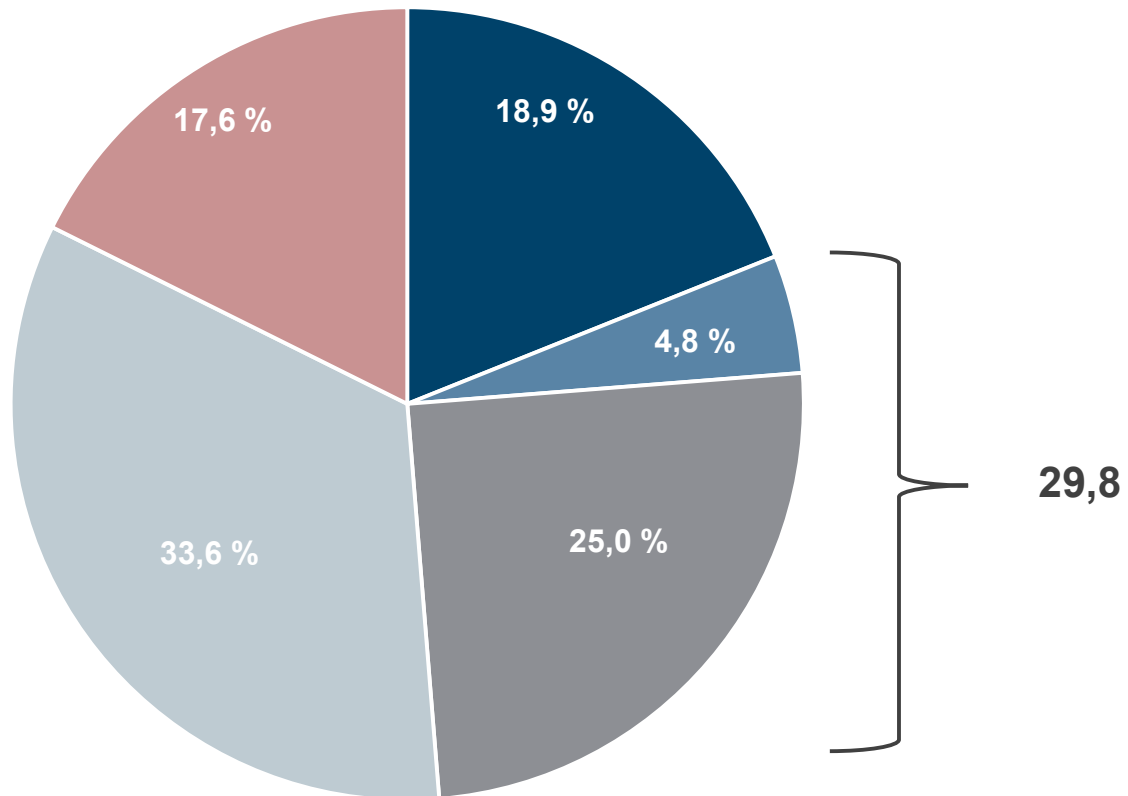
Rot = Ortsgrößendurchschnitt

2.024 >= n >= 2.012, Angaben in % der Befragten

Durchschnitt
der beiden Tage

Wie oft kaufen Sie im Internet ein?

2014	
Täglich + wöchentlich	8,1 %
Seltener	53,5 %



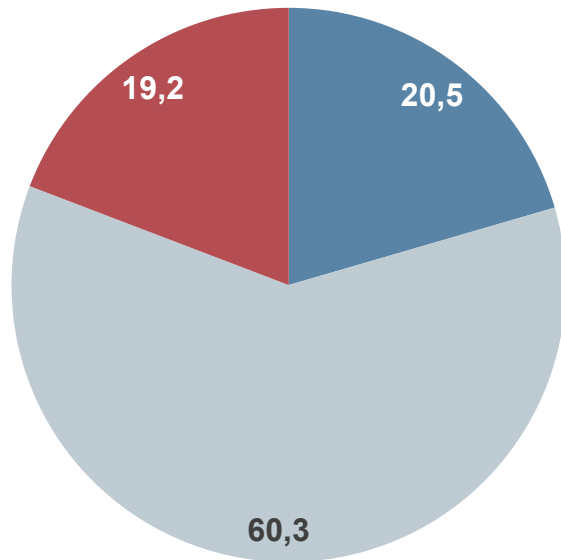
■ überhaupt nicht ■ täglich ■ wöchentlich ■ monatlich ■ seltener

2.034 = n, Angaben in % der Befragten

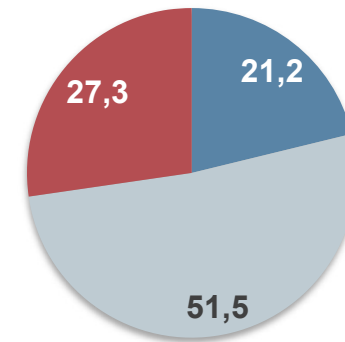
Hat sich Ihr Einkaufsverhalten in der Innenstadt durch das Angebot - online einkaufen zu können - verändert?

**Durchschnitt
der beiden Tage**

Frankfurt am Main



Ortsgrößendurchschnitt



- 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.

n = 2.012, Angaben in % der Befragten

Zusammenfassung

- Gute Noten für die Innenstadt
- Onlinehandel fordert Innenstadt heraus
- Sicherheit und Sauberkeit sind Daueraufgaben
- Erreichbarkeit mit Individualverkehr und ÖPNV sind zentrale Themen
- Events sind eine große Stärke Frankfurts

Schlussfolgerungen

Auf gutem Niveau mit Optimierungspotential: Erlebnisfaktor steigern

- City- und Stadtteilmanagement
- Verkaufsoffene Sonntage
 - Hessisches
Ladenöffnungsgesetz
praktikabel novellieren
- Erreichbarkeit
 - Attraktivität und Zuverlässigkeit
des ÖPNV
 - Parkgebühren
 - Fahrverbote
- Aufenthaltsqualität
 - Hauptwache
 - Konstablerwache attraktiver
gestalten
- Sicherheit und Sauberkeit
 - Plätze

Schlussfolgerungen

Auf gutem Niveau mit Optimierungspotential: Erlebnisfaktor steigern

- Digitales touristisches Wegweisersystem für die Sehenswürdigkeiten Frankfurts
- Freies WLAN
- Zeitgemäße digitale Werbe- und Informationssysteme