

Pressekonferenz

Ergebnisvorstellung
IFH-Passanten- und Umlandbefragung
zur Attraktivität der Frankfurter Innenstadt

Donnerstag, 15. Mai 2025, 10:00 Uhr
Wirtschaftsförderung Frankfurt

Ergebnisvorstellung Vitale Innenstädte 2024

1 Passantenbefragung | Frankfurter Innenstadt

2 Onlinebefragung | Frankfurter Umland

3 Zentrale Erkenntnisse

Passantenbefragung | Frankfurter Innenstadt

1.1 Methodik

1.2 Ergebnisse im Detail

1.2.1 **Wer besucht die Innenstadt?**

Wohnort und Alter

1.2.2 **Warum wird die Innenstadt besucht?**

Besuchsanlass

1.2.3 **Wie wird die Innenstadt besucht?**

Anreiseverhalten, Verkehrsmittel

1.2.4 **Wie shoppen die Innenstadtbesucher?**

Geschäftsbesuche, Aufenthaltsdauer, Ausgabeverhalten und Onlineverhalten

1.2.5 **Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?**

Angebotsqualität, Erreichbarkeit/Mobilität, Aufenthaltsqualität, Ambiente, Flair und Erlebnis

1.2.6 **Zukünftige Anforderungen an die Innenstadt**

Gewünschte Maßnahmen

Methodik

- Die Studie „Vitale Innenstädte“ wird alle zwei Jahre vom Institut für Handelsforschung (IFH) in Köln durchgeführt.
- Befragt wurde zwischen September und November 2024 (donnerstags und samstags) in 107 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 die Stabstelle Stadtmarketing und die 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.

Ergebnisvorstellung Vitale Innenstädte 2024

Arnsberg-Neheim

Bad Honnef

Bad Kreuznach

Bad Nauheim

Bad Nenndorf

Bad Oldesloe

Bad Säckingen

Bad Sassendorf

Baunatal

Bergisch Gladbach

Berlin 1 - City West**Berlin 2 - Hackesche H.****Berlin 3 - Steglitz**

Bielefeld

Bietigheim-Bissingen

Bocholt

Bramsche

Braunschweig

Bremen-Vegesack

Brilon

Brühl

Chemnitz

Cloppenburg

Coburg

Cottbus

Crimmitschau

Delmenhorst

Düsseldorf

Elmshorn

Emsdetten

Ennepetal

Erfurt

Essen

Falkensee

Fellbach

Frankfurt City**Frankfurt Nebenl.**

Freiberg (Sachsen)

Freiburg

Friedberg

Fulda

Geldern

Göppingen

Goslar

Greifswald

Gütersloh

Hanau

Hannover

Heilbronn

Heinsberg

Herford

Hilden

Hildesheim

Hof

Hückelhoven

Ibbenbüren

Karlsruhe

Koblenz

Köln

Königs Wusterhausen

Krefeld

Landsberg am Lech

Langenfeld

Leipzig

Lengerich

Limburg

Lippstadt

Lohr am Main

Luckenwalde

Lüneburg

Marburg

Meschede

Mönchengladbach

Monheim

Mülheim/Ruhr

Norden

Nürnberg

Oberhausen

Oberkirch

Oldenburg

Oranienburg

Osnabrück

Paderborn

Pfullendorf

Potsdam

Ravensburg

Reutlingen

Rheinbach

Rostock

Saarbrücken

Schmallenberg

Schramberg

Senftenberg

Stade

Stralsund

Stuttgart

Trier

Unna

Verden

Warendorf

Wiesbaden

Winsen (Luhe)

Wismar

Wolfenbüttel

Wolfsburg

Würzburg

Eupen / Belgien

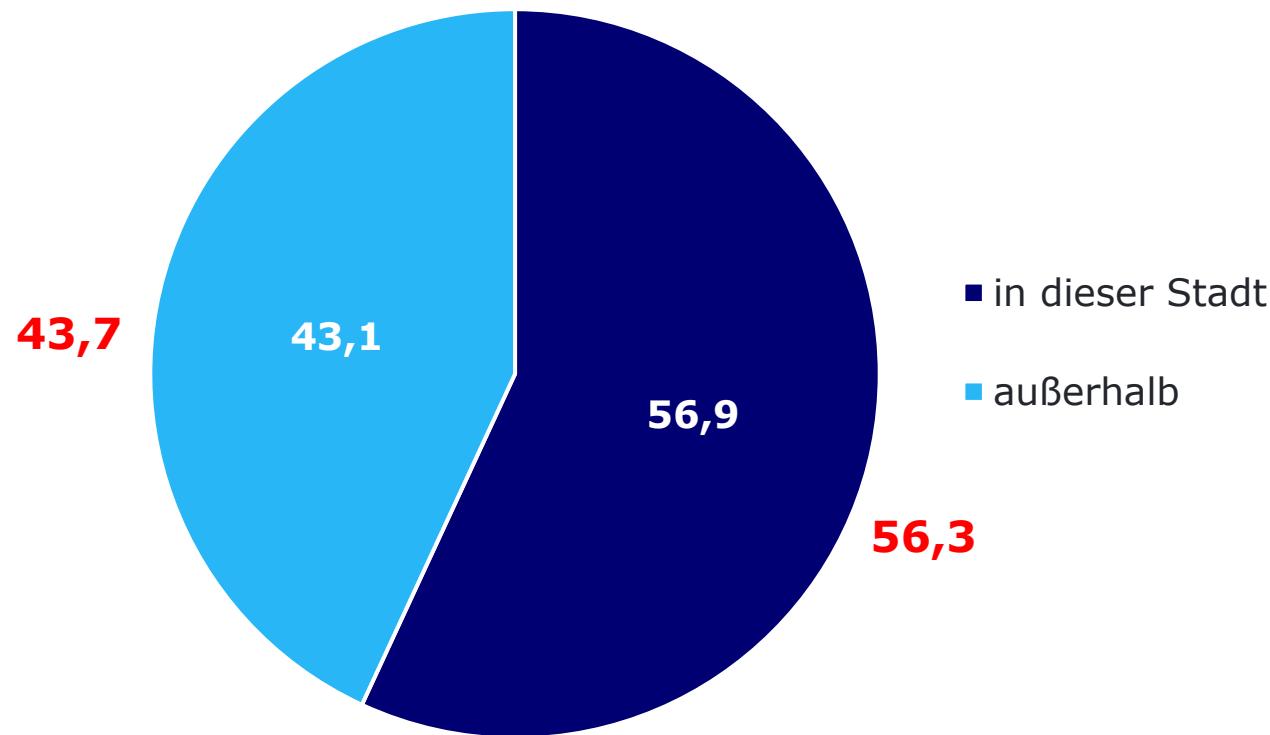


WER BESUCHT DIE INNENSTADT?

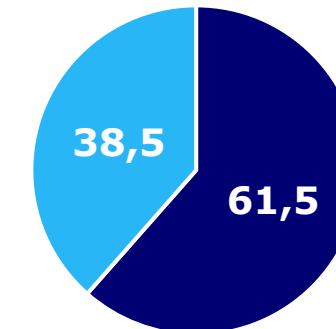
Wohnen Sie in dieser Stadt oder außerhalb?

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

Frankfurt



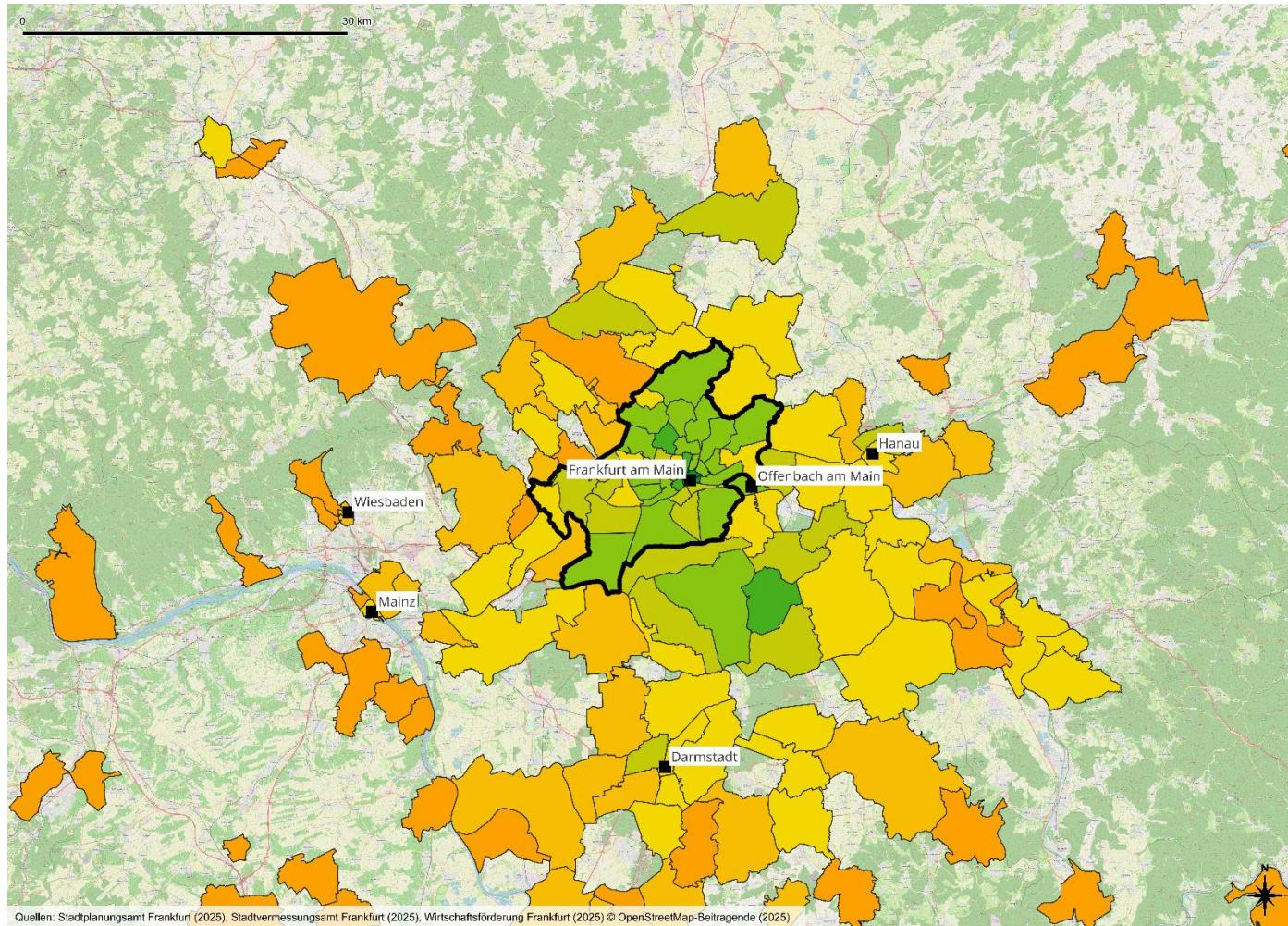
Ortsgrößendurchschnitt



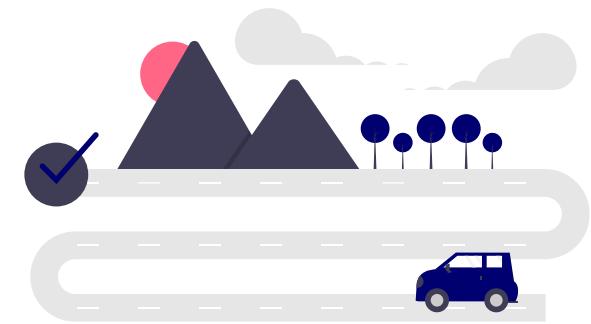
INFO n = 922, Angaben in % der Befragten

Rot = Werte aus der Befragung „Vitale Innenstädte 2022“

EINZUGSGEBIET FRANKFURT AM MAIN



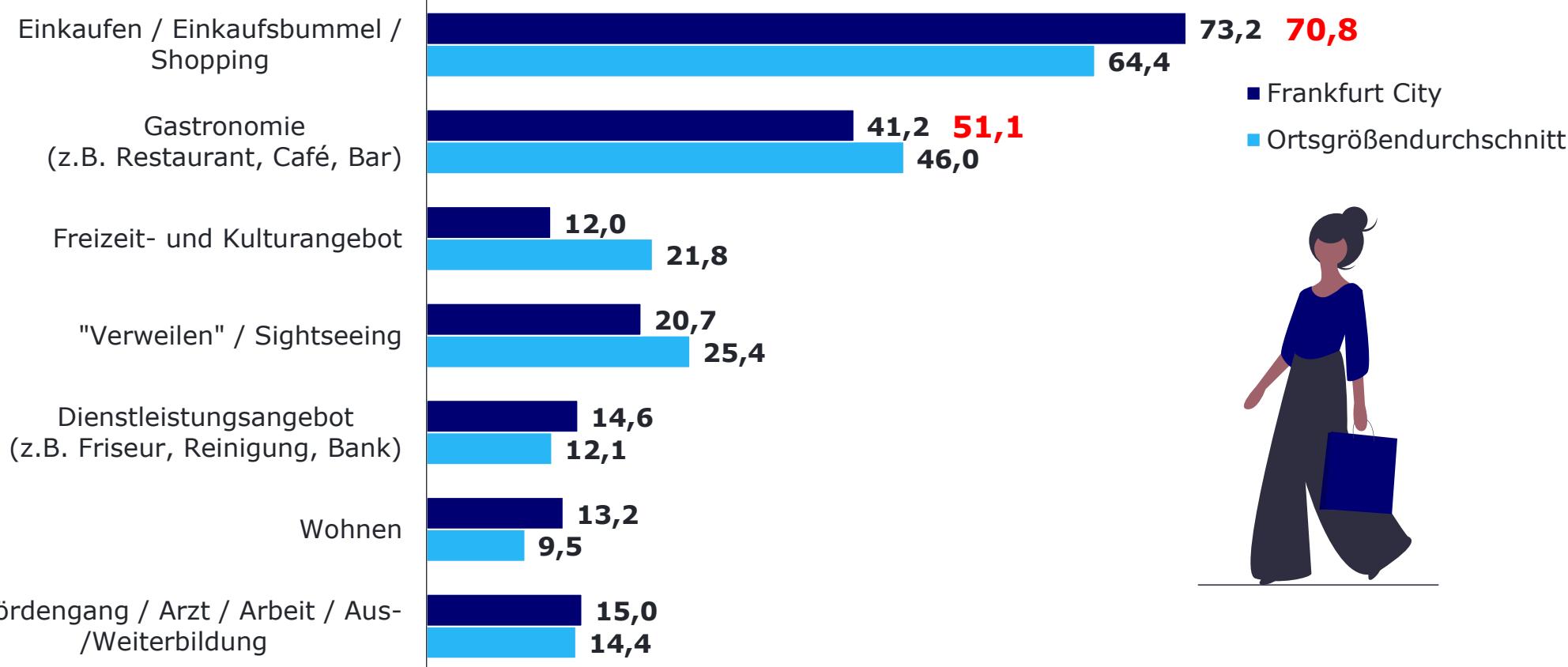
DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE



WARUM WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

Warum sind Sie heute in der Innenstadt?

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE



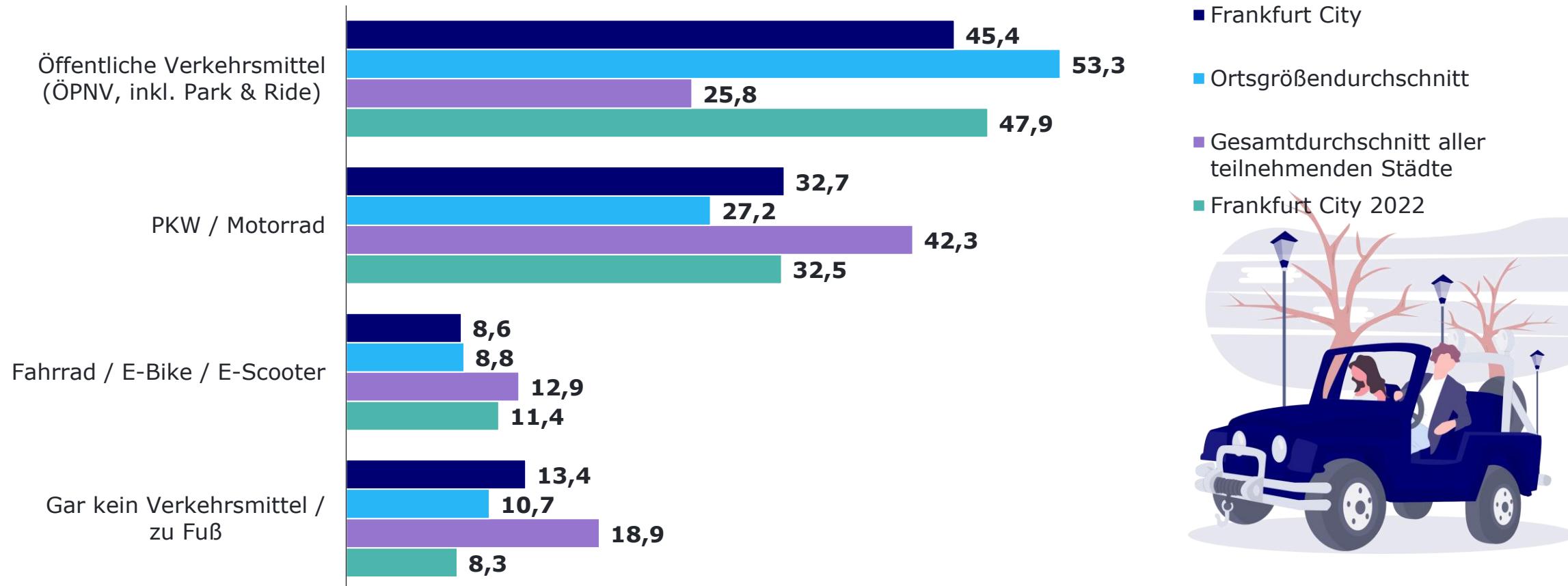
INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

Rot = Werte aus der Befragung „Vitale Innenstädte 2022“

WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

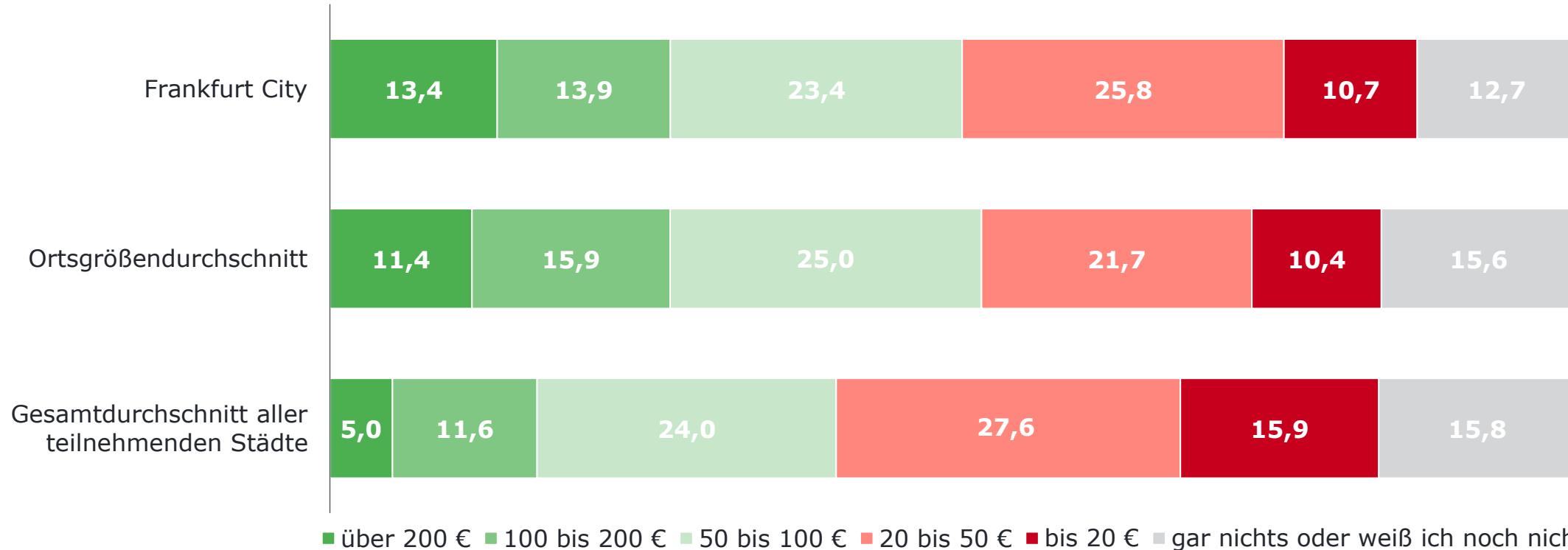


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

Wie viel Geld werden sie heute schätzungsweise in der Innenstadt ausgeben?

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

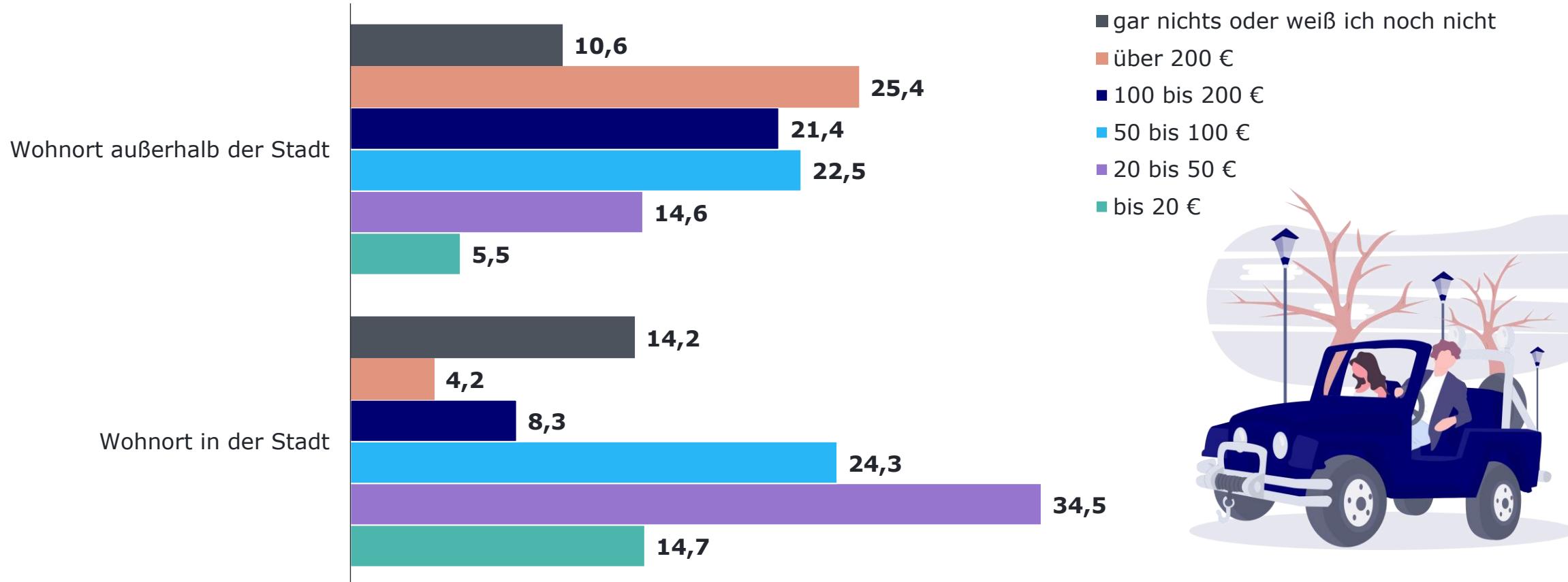


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

Ausgabeverhalten nach Besucherherkunft

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

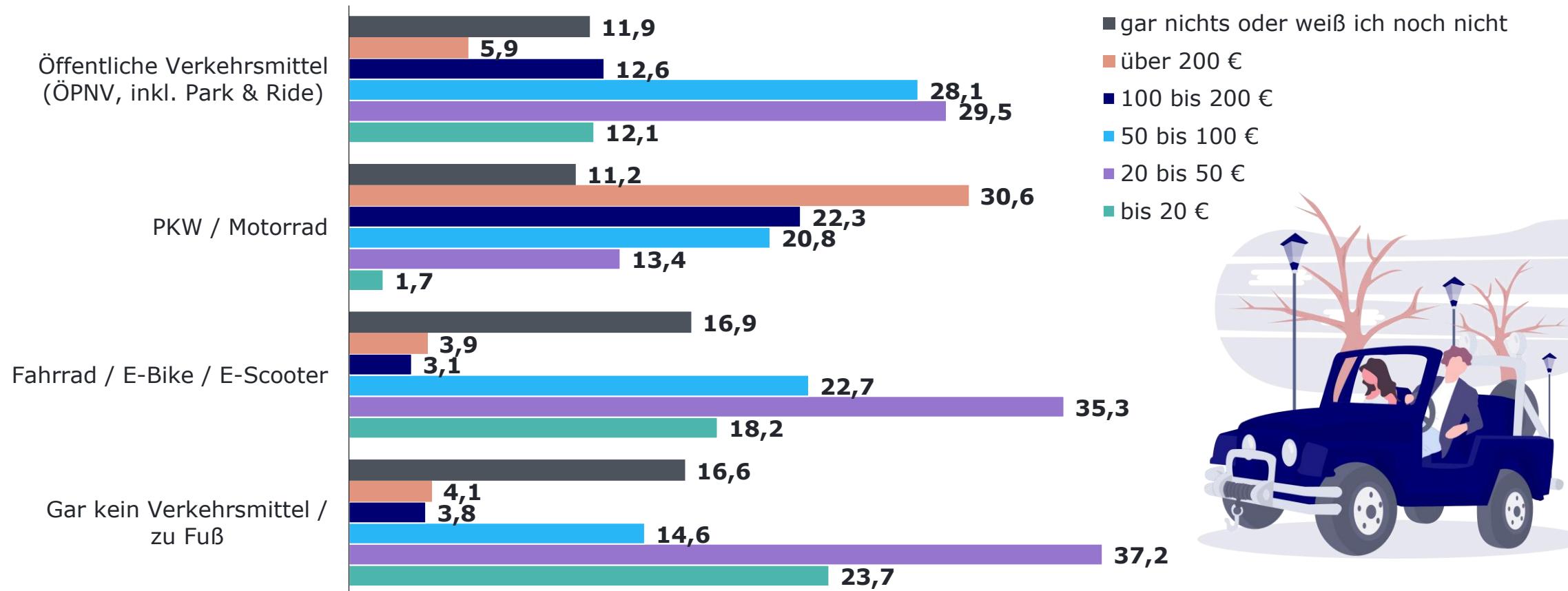


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

Ausgabeverhalten nach Verkehrsmitteln

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

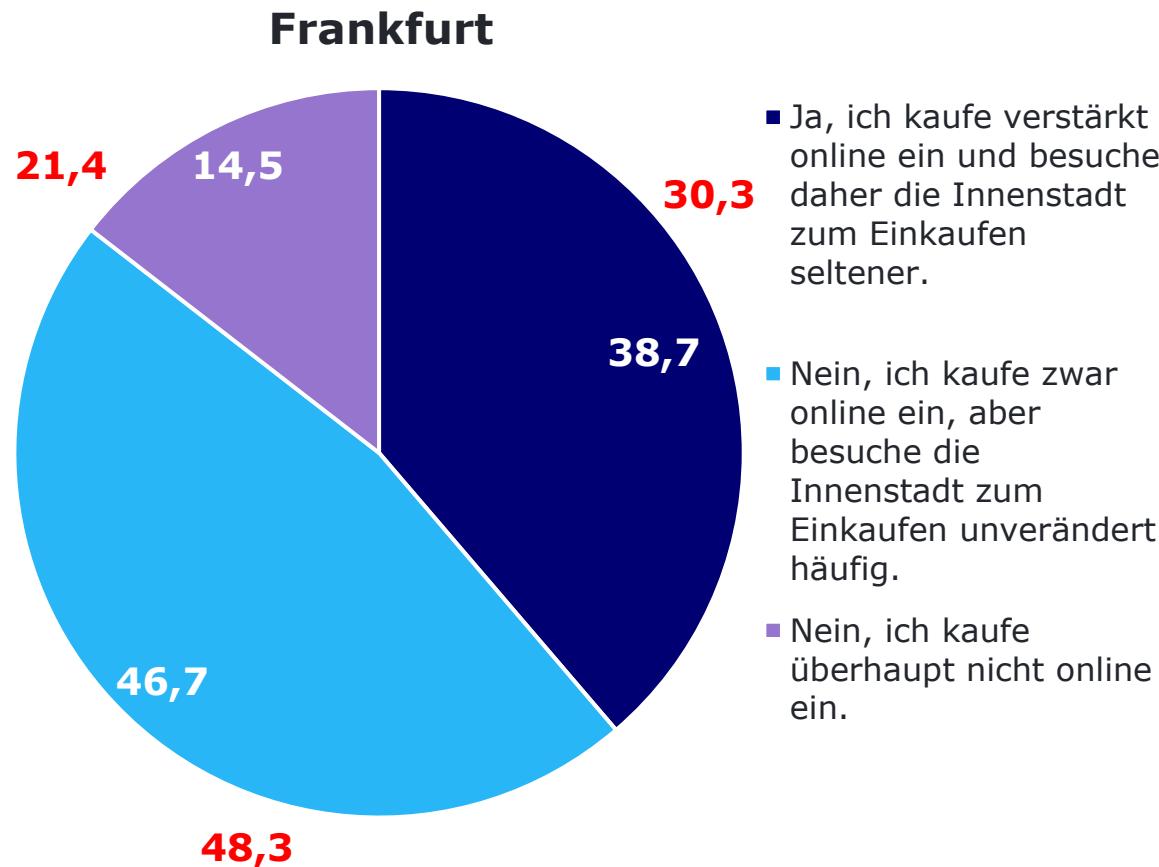


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

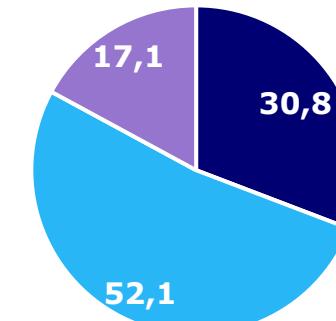
WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER? ONLINEVERHALTEN

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

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE



Ortsgrößendurchschnitt



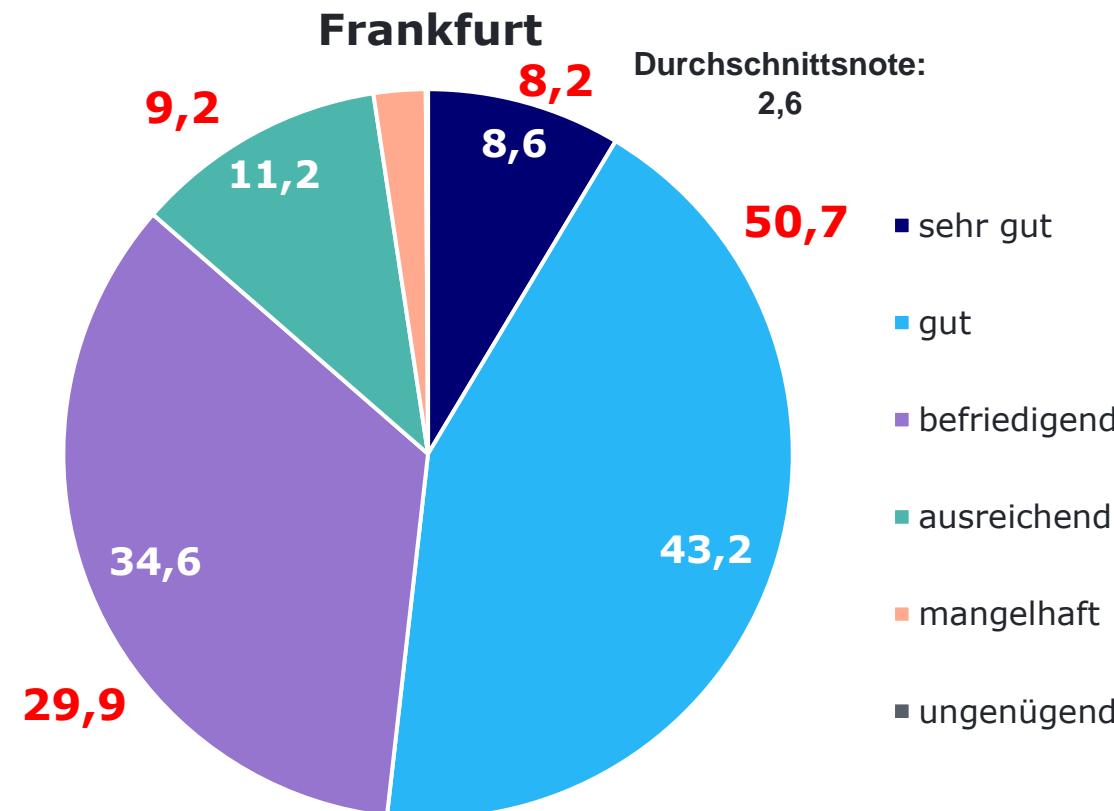
INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

Rot = Werte aus der Befragung „Vitale Innenstädte 2022“

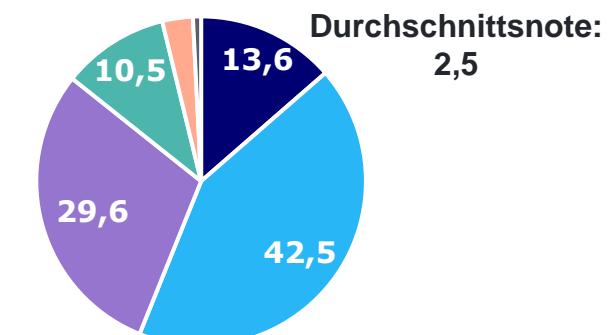
WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

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

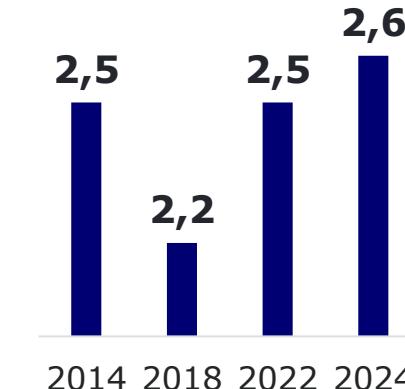
DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE



Ortsgrößendurchschnitt



Entwicklung in Frankfurt am Main



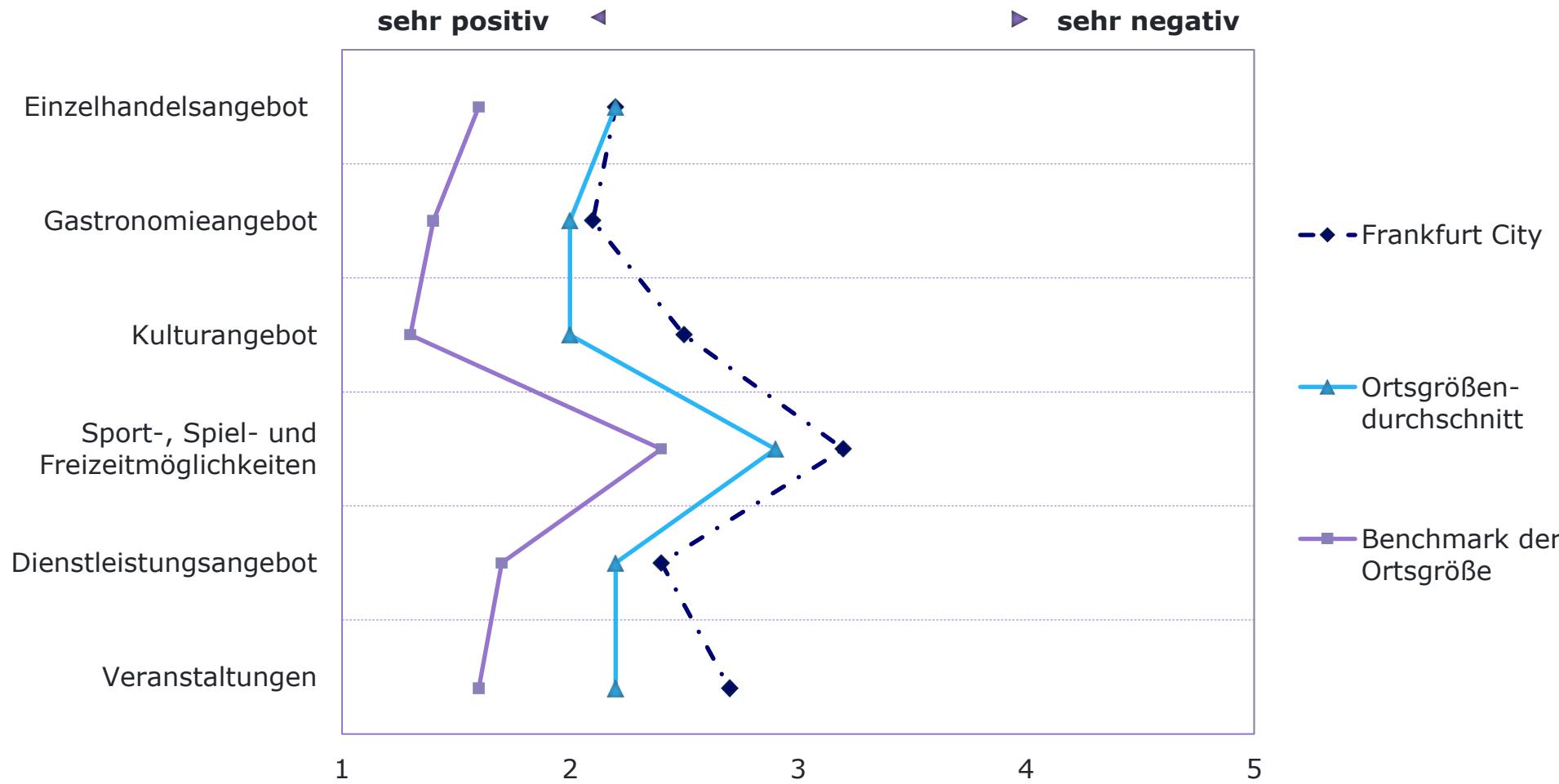
INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

Rot = Werte aus der Befragung „Vitale Innenstädte 2022“

WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

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

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

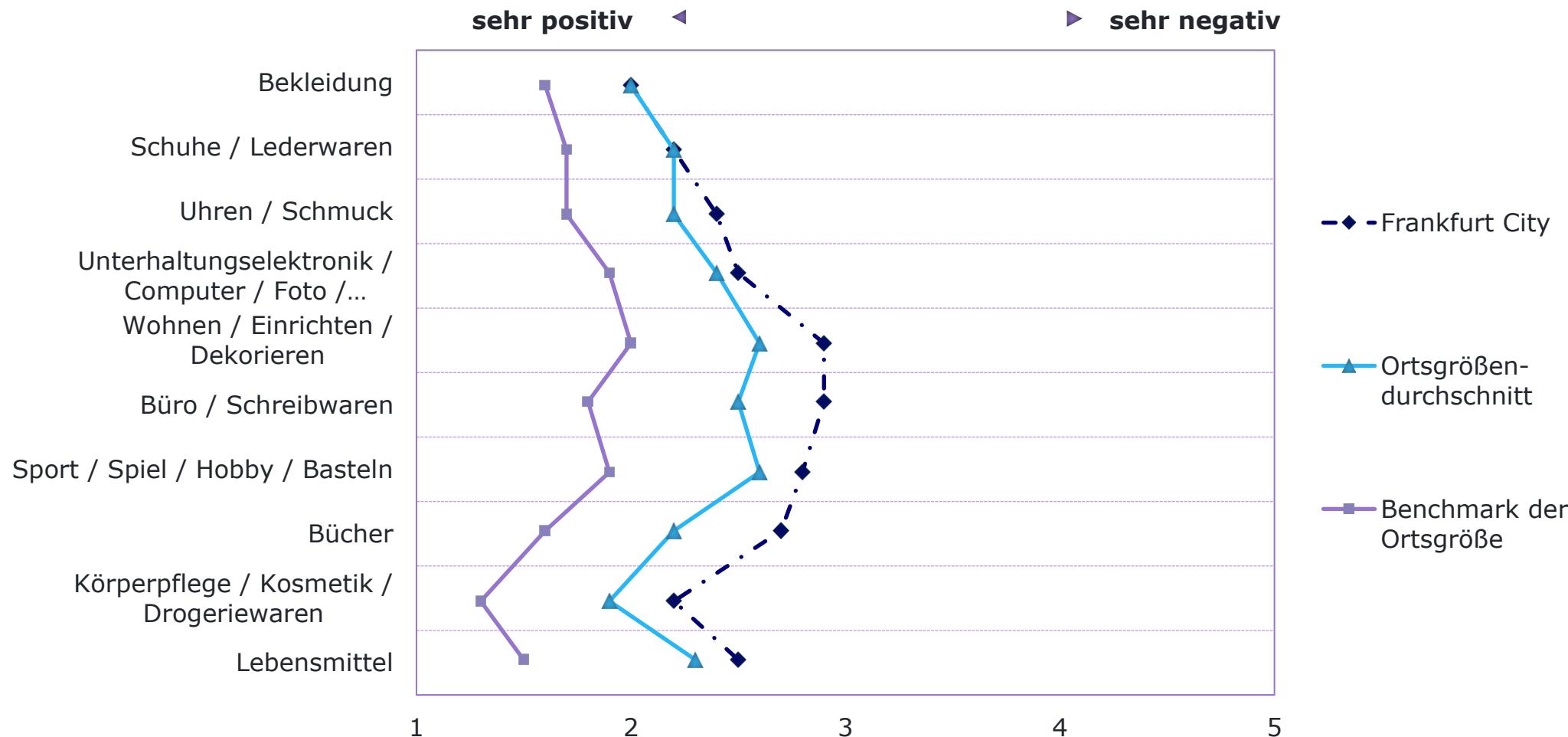


INFO $2.004 \geq n \geq 2.004$, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

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

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

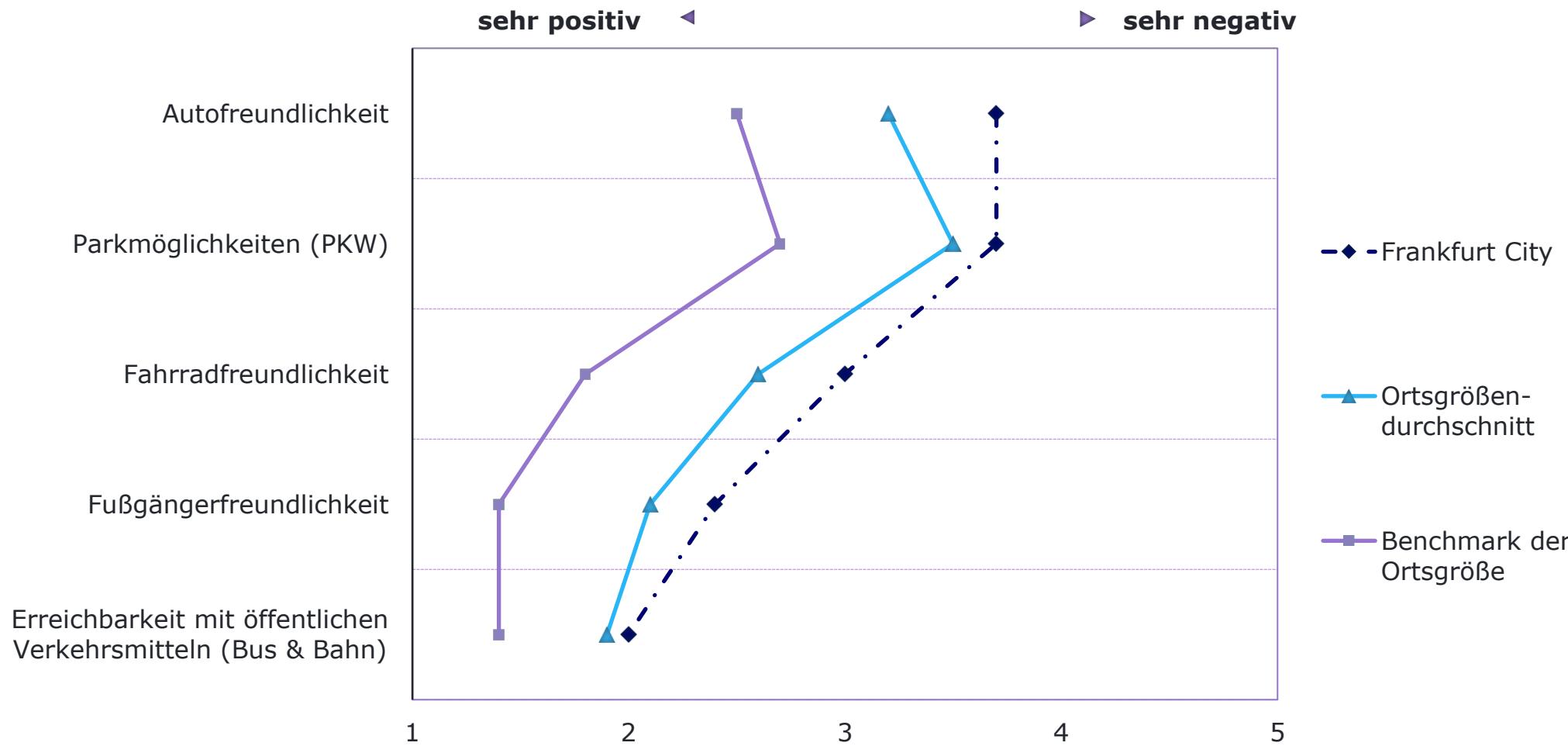


INFO $2.004 \geq n \geq 2.004$, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

Wie bewerten Sie die Attraktivität der Innenstadt im Hinblick auf Erreichbarkeit und Mobilität?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

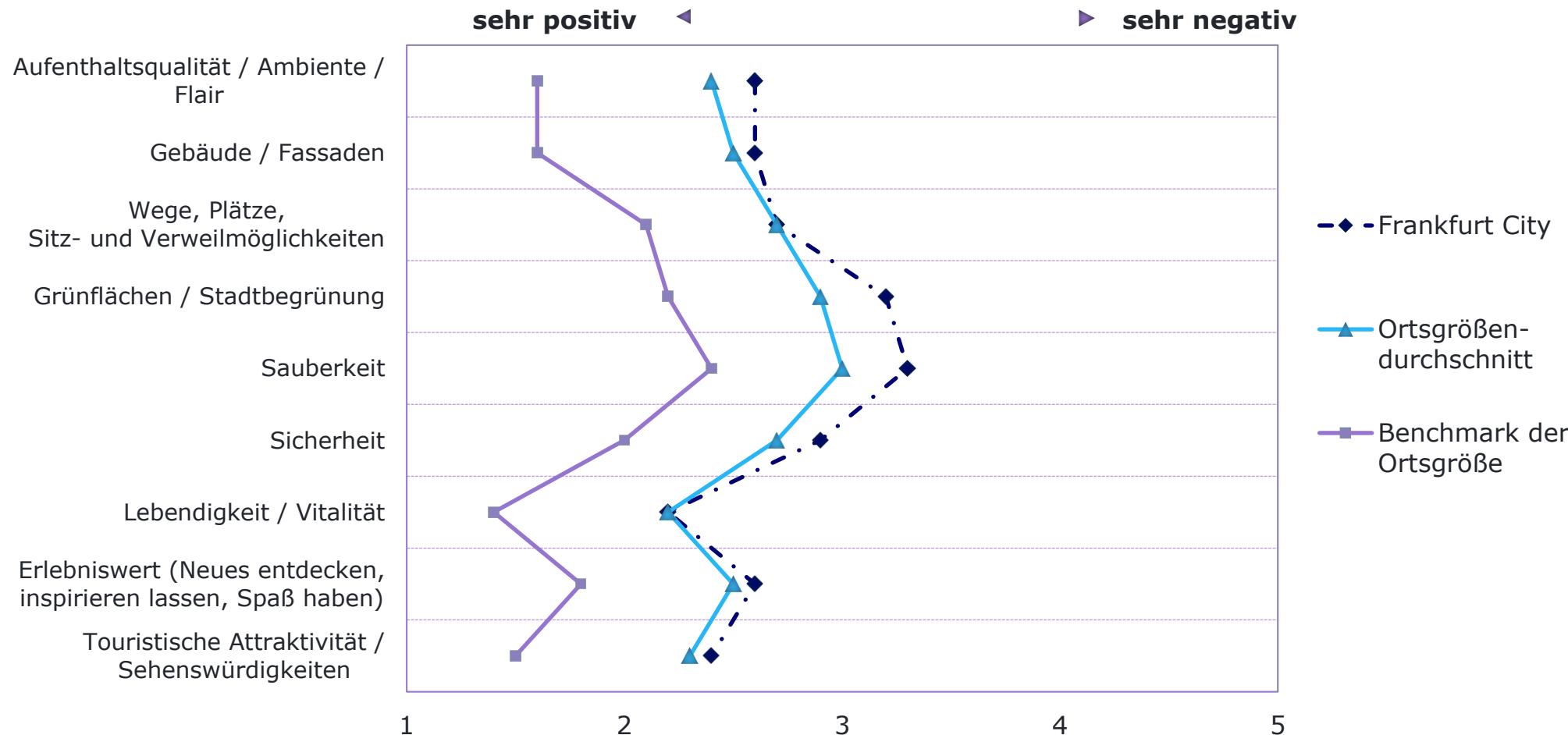


INFO $2.004 \geq n \geq 2.004$, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

Wie bewerten Sie die Attraktivität der Innenstadt im Hinblick auf Aufenthaltsqualität, Ambiente, Flair und Erlebnis?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

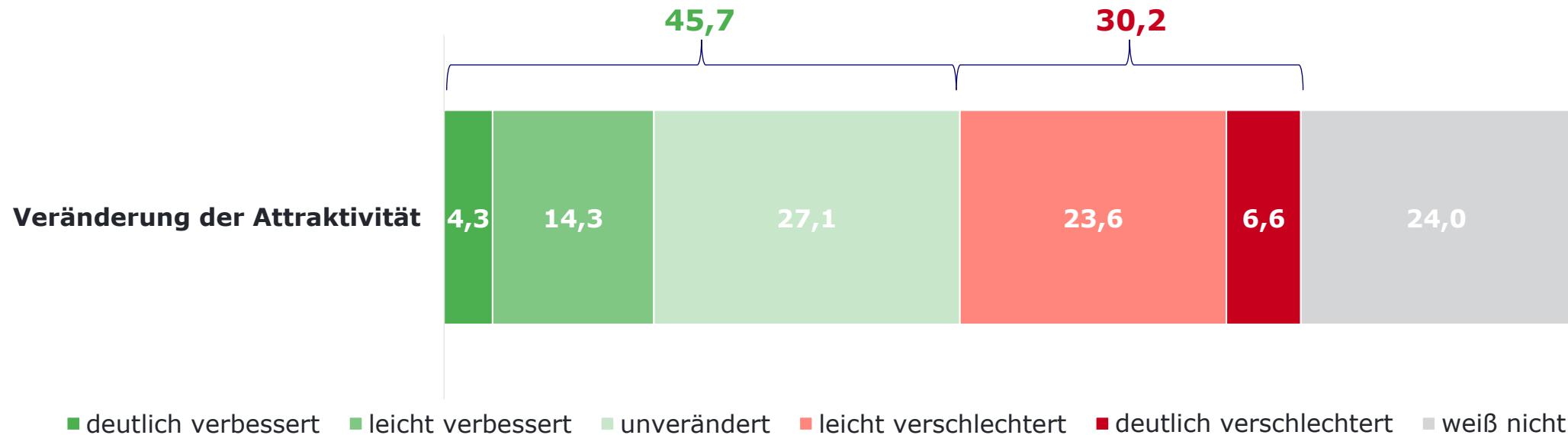


INFO $2.004 \geq n \geq 2.004$, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

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

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

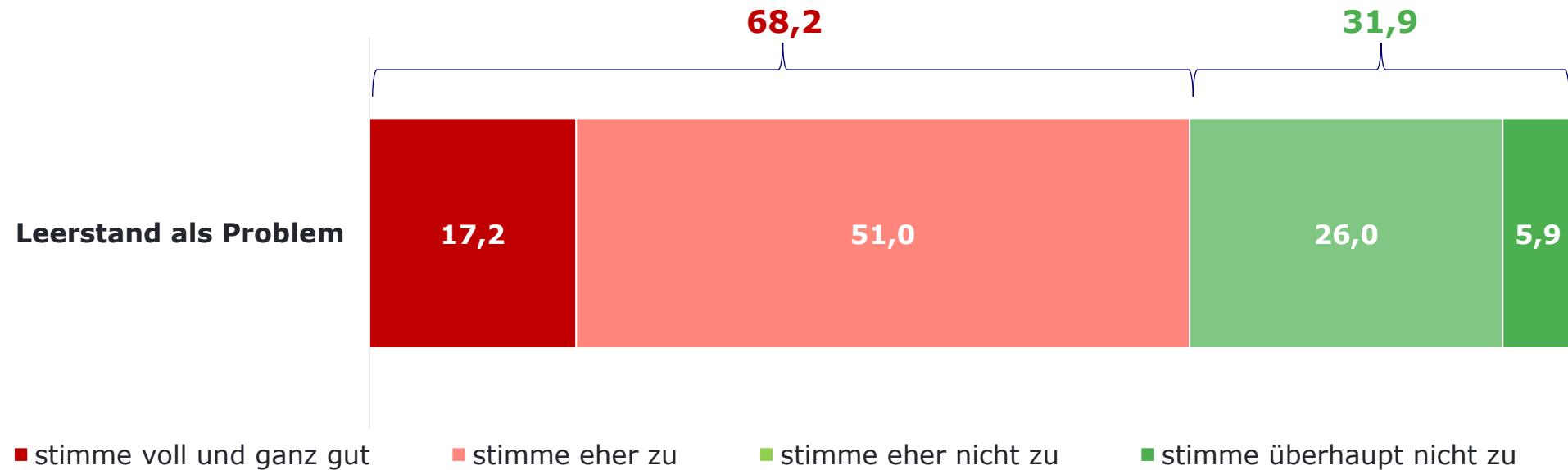


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

Leerstehende Ladengeschäfte in der Innenstadt stellen ein großes Problem dar!

DURCHSCHNITT DER
BEIDEN TAGE

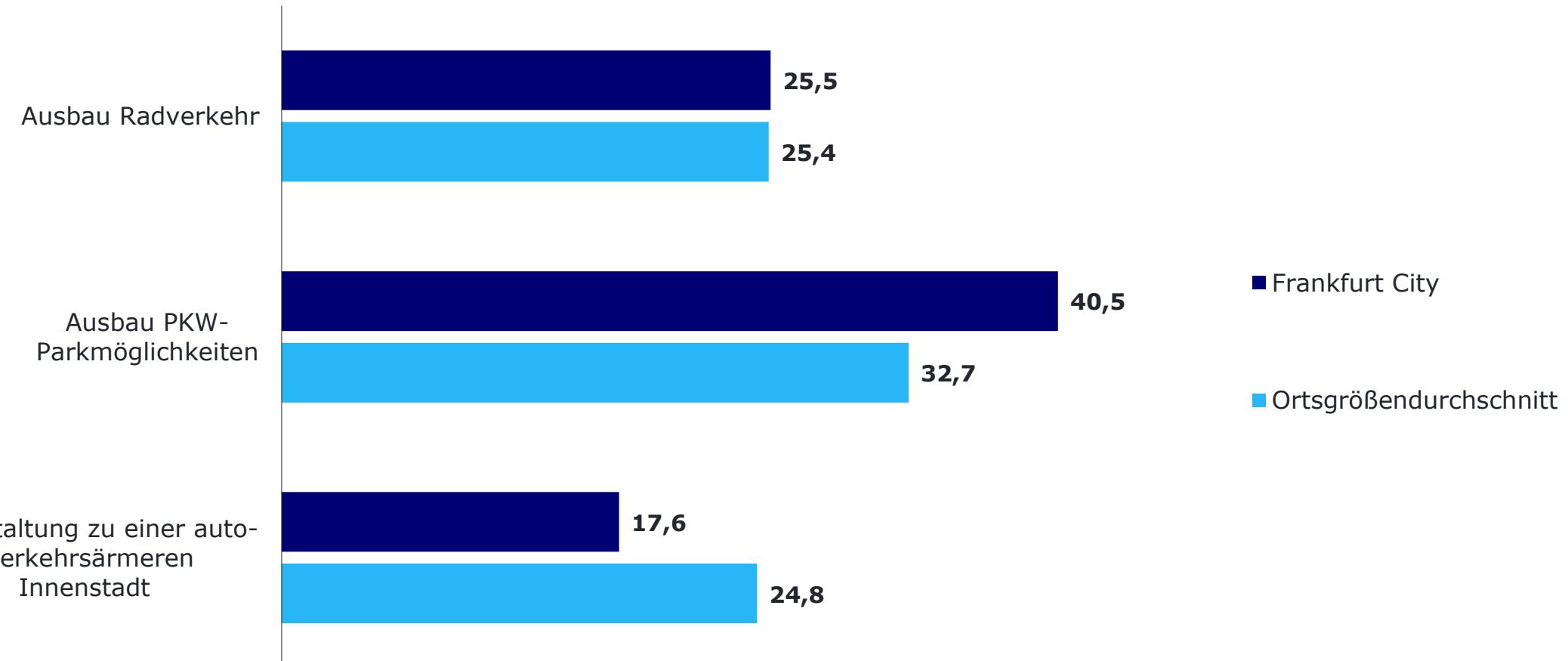


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

ZUKÜNSTIGE ANFORDERUNGEN AN DIE INNENSTADT?

Welche Maßnahmen sollten in der Innenstadt ergriffen werden, um sie für Ihren Besuch attraktiver zu machen?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



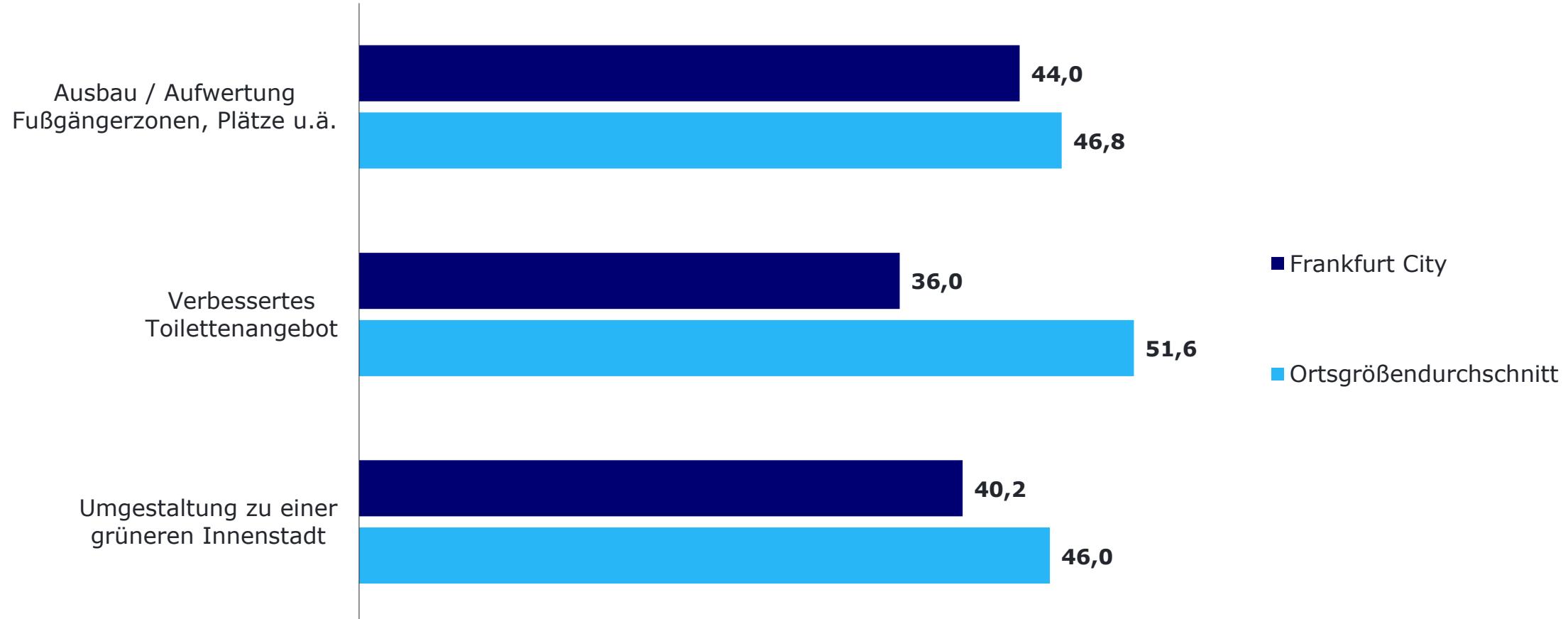
INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Angaben in % der Befragten

Antworten mit „unbedingt“

ZUKÜNSTIGE ANFORDERUNGEN AN DIE INNENSTADT?

Welche Maßnahmen sollten in der Innenstadt ergriffen werden, um sie für Ihren Besuch attraktiver zu machen?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



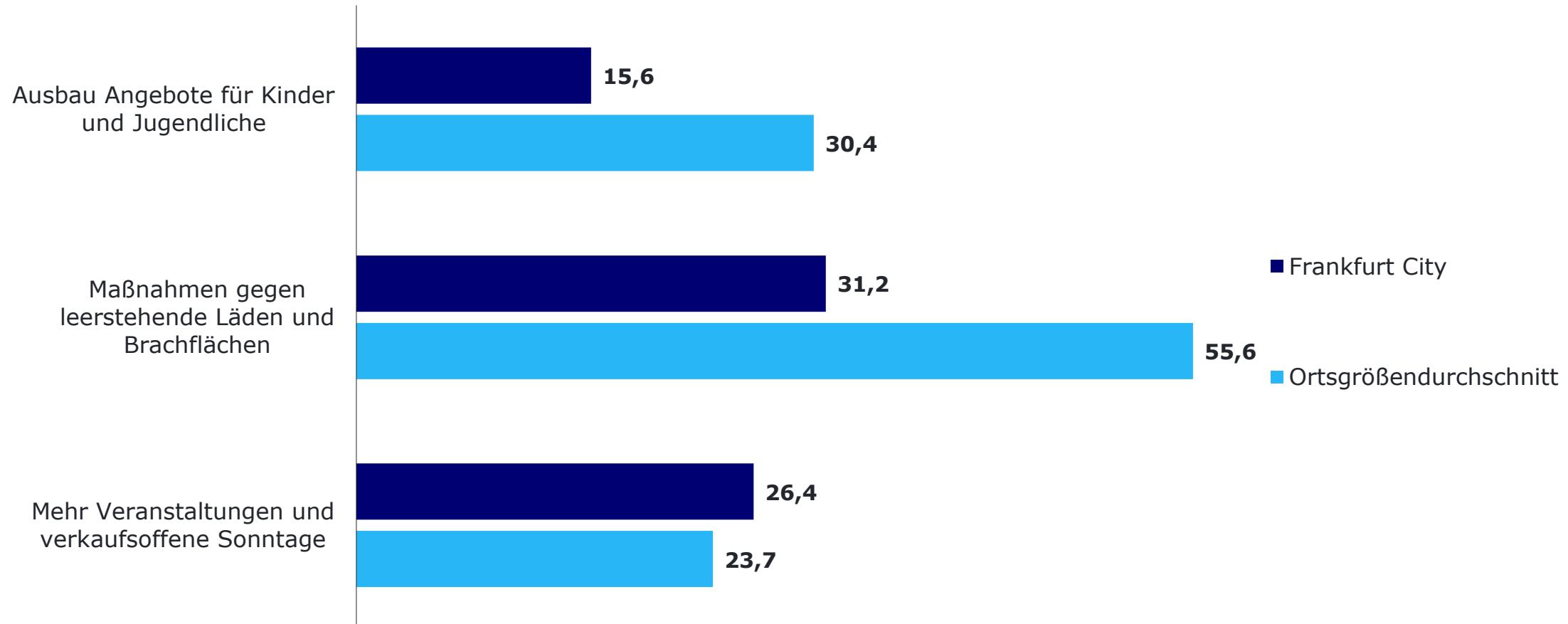
INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Angaben in % der Befragten

Antworten mit „unbedingt“

ZUKÜNSTIGE ANFORDERUNGEN AN DIE INNENSTADT?

Welche Maßnahmen sollten in der Innenstadt ergriffen werden, um sie für Ihren Besuch attraktiver zu machen?

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



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

Antworten mit „unbedingt“

Onlinebefragung | Frankfurter Umland

2.1 Methodik

2.2 Ergebnisse im Detail

2.2.1 **Warum wird die Innenstadt besucht?**

Besuchsanlass

2.2.2 **Wie wird die Innenstadt besucht?**

Besuchshäufigkeit, typischer Tag, Besuchs frequenz und Verkehrsmittel

2.2.3 **Wie shoppen die Innenstadtbesucher?**

Ausgabeverhalten und Onlineverhalten

2.2.4 **Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?**

Vergleich mit anderen Innenstädten

2.2.5 **Welche Barrieren gibt es?**

Aufenthaltsqualität, Verkehrssituation und Angebotsqualität

2.2.6 **Zukünftige Anforderungen an die Innenstadt?**

Zukünftige Angebote und gewünscht Maßnahmen

Methodik

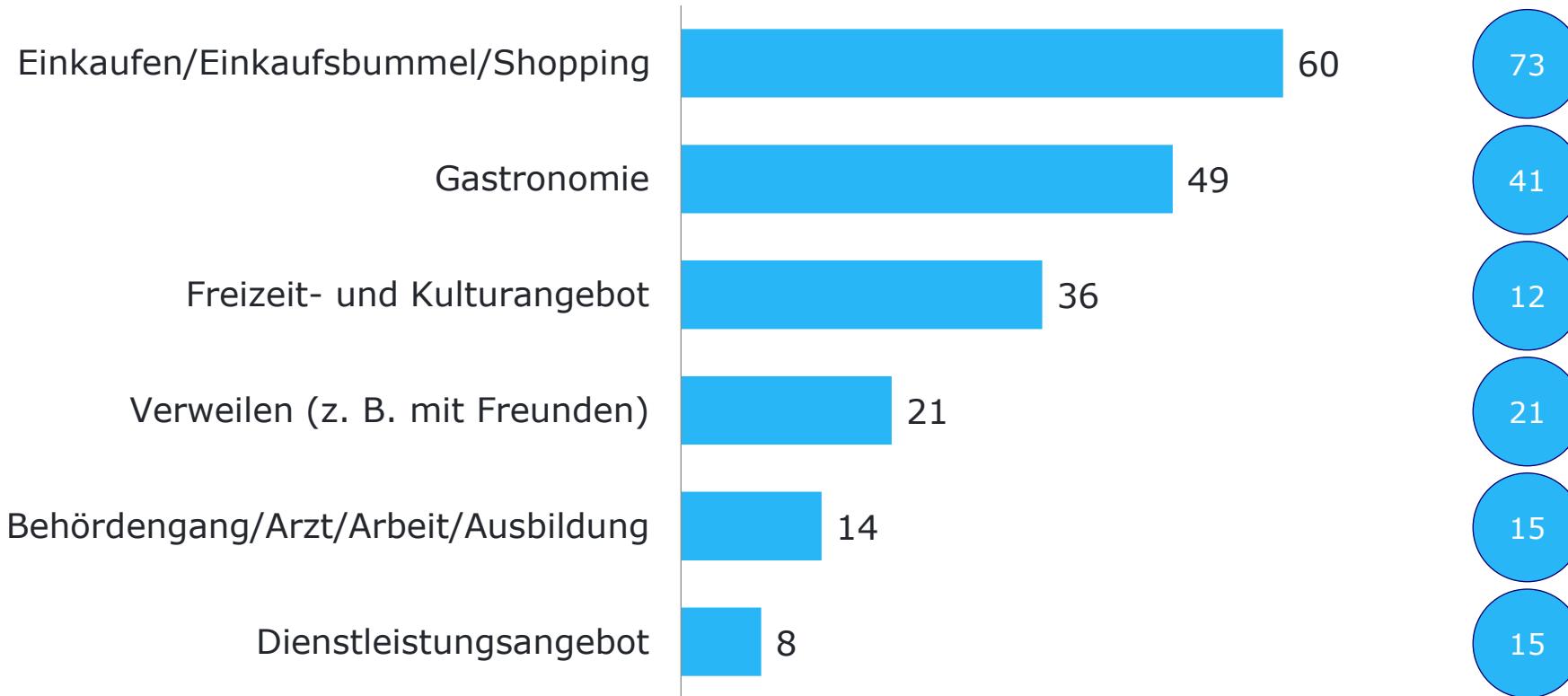
- Die Befragung wurde im Dezember 2024 vom IFH Köln durchgeführt.
- Befragt wurden 1.000 Bewohner von Gemeinden im Umkreis von 40 Kilometern Entfernung. Die Stadt Frankfurt am Main wurde hierbei ausgeklammert
- Merkmale der Befragung:
 - Online-Panel-Befragung
 - Fragebogen mit Plausibilitätsfragen und Aufmerksamkeitschecks*
 - Auswertung durch das IFH Köln
- Innerhalb der definierten PLZ-Gebiete wurde eine weitgehend repräsentative Verteilung hinsichtlich der Alters- und Geschlechtsstruktur erzielt:

	Deutschlandweit**	Stichprobe
16-29 Jahre	18%	16%
30-39 Jahre	16%	15%
40-49 Jahre	15%	16%
50-59 Jahre	18%	19%
60-85 Jahre	33%	34%
Weiblich	51%	55%
Männlich	49%	45%

* Im Fragebogen wurden Plausibilitätsprüfungen und Aufmerksamkeitschecks implementiert, um die Qualität der Antworten zu steigern. Fälle mit falschen Angaben beim Aufmerksamkeitscheck, unsinnigen Antworten bei offenen Fragen, auffälligen Varianzen und Antwortmustern bei Matrixfragen und auffällig kurzer Beantwortungszeit wurden direkt während der Befragung ausgeschlossen.

WARUM WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

**Welchen Aktivitäten sind Sie bei Ihrem letzten Besuch der Frankfurter Innenstadt nachgegangen?
(Mehrfachantworten möglich)**



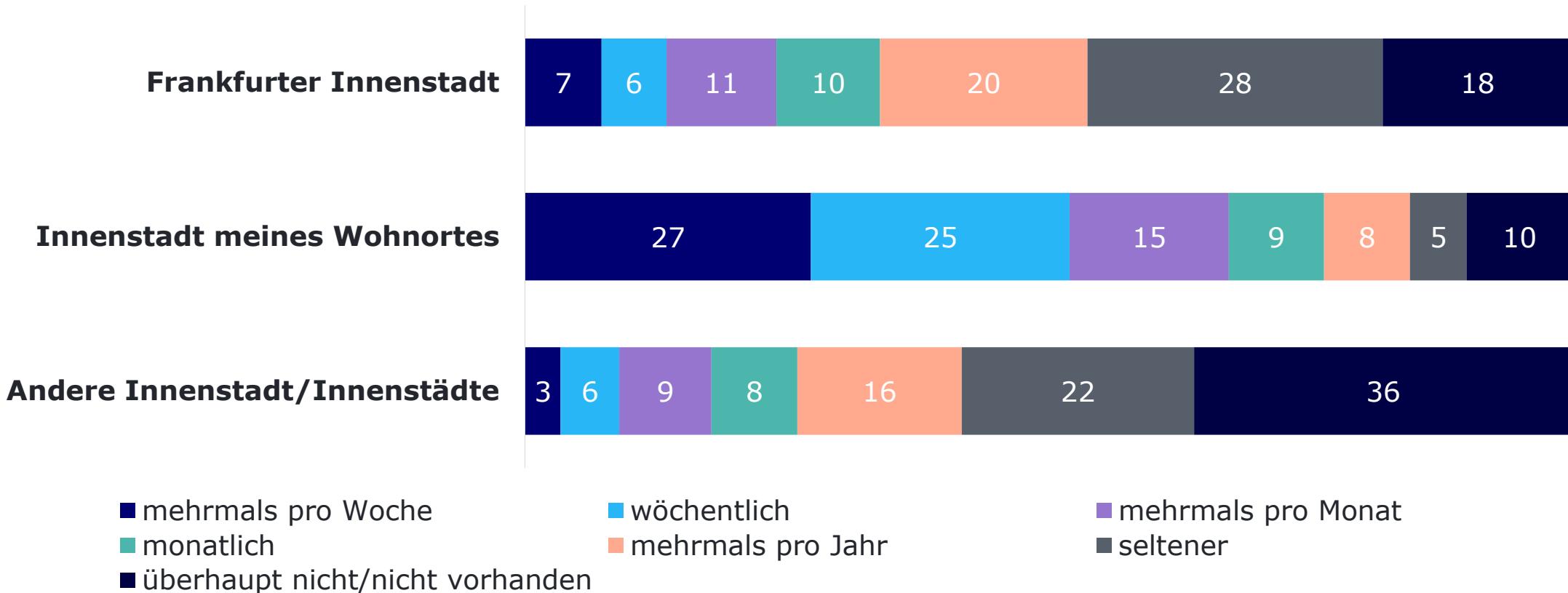
INFO n = 819, Angaben in % der Befragten



Innenstadtbefragung 2024: n = 2.004, Angaben in % der Befragten

WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

Wie häufig sind Sie in den folgenden Innenstädten?

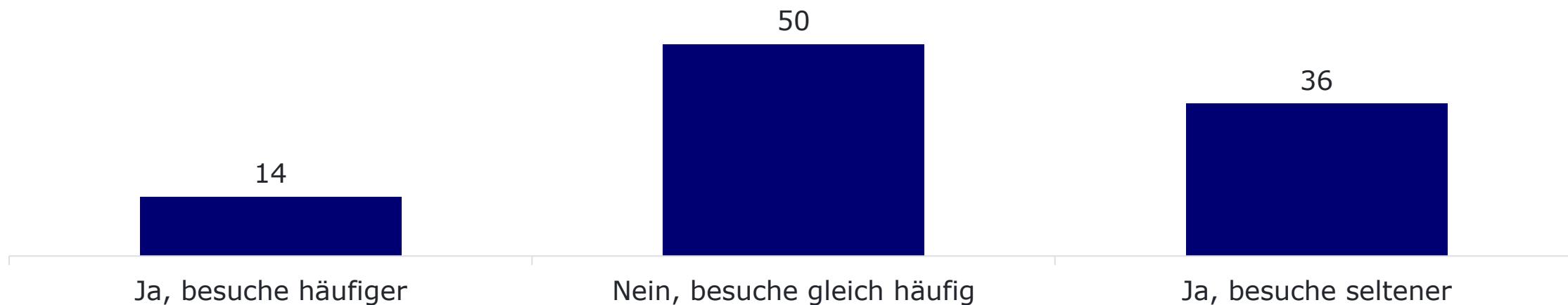


INFO n = 1.000; Angaben in %

Frage: Wie häufig sind Sie in den folgenden Innenstädten?

WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

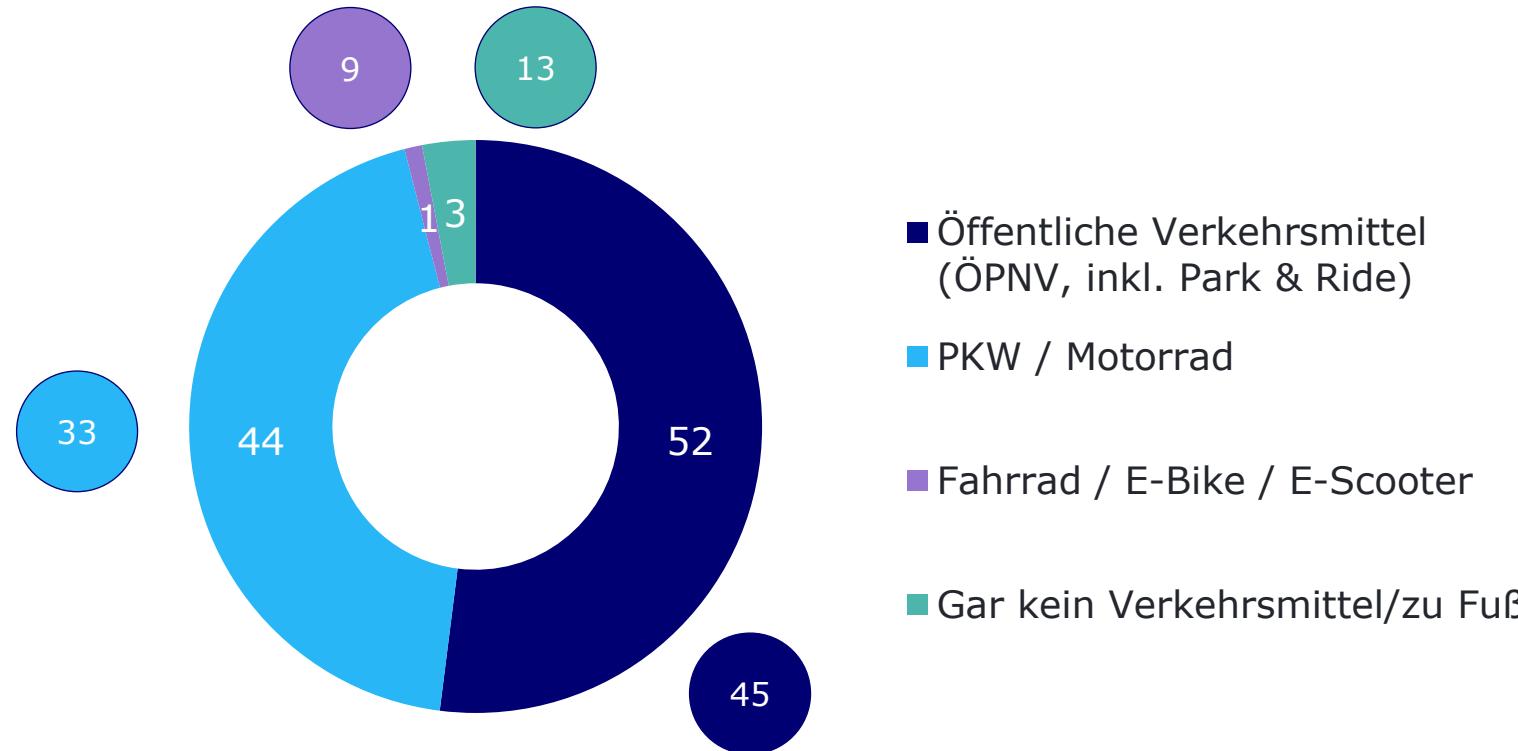
Hat sich Ihr Besuchsverhalten der Innenstadt von Frankfurt am Main in den letzten zwei bis drei Jahren verändert?



INFO n = 1.000, Angaben in % der Befragten

WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie bei Ihrem letzten Besuch der Frankfurter Innenstadt gekommen?

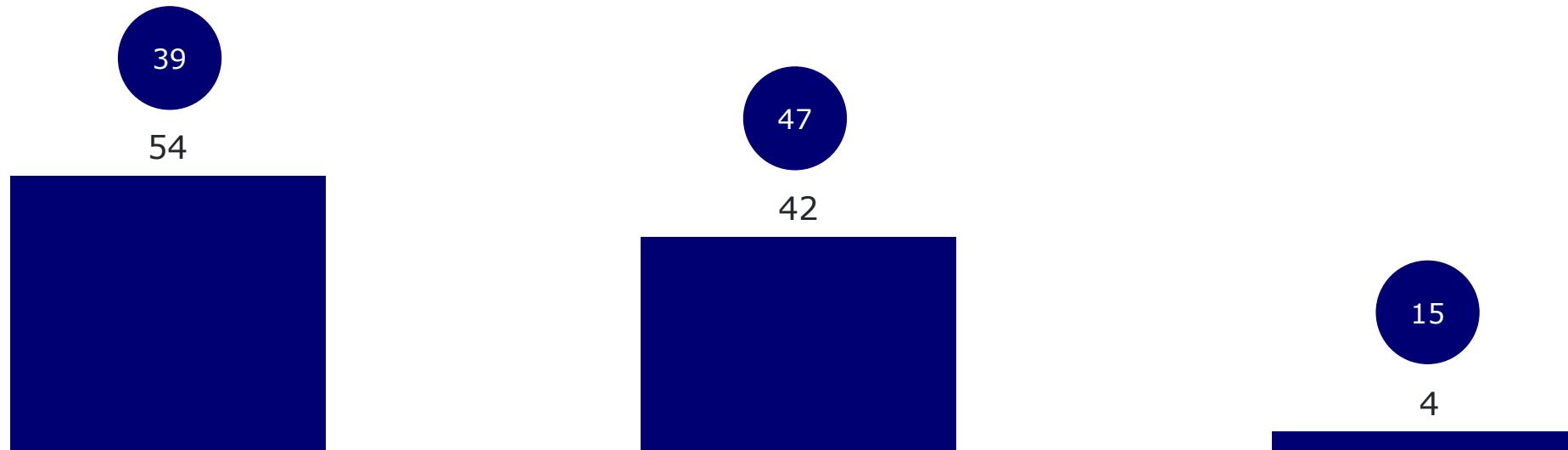


INFO n = 819, Angaben in % der Befragten

 Innenstadtbefragung 2024: n = 2.004, Angaben in % der Befragten

WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

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



INFO n = 1.000, Angaben in % der Befragten

Nein, ich kaufe zwar online ein, aber besuche die Frankfurter Innenstadt zum Einkaufen unverändert häufig.

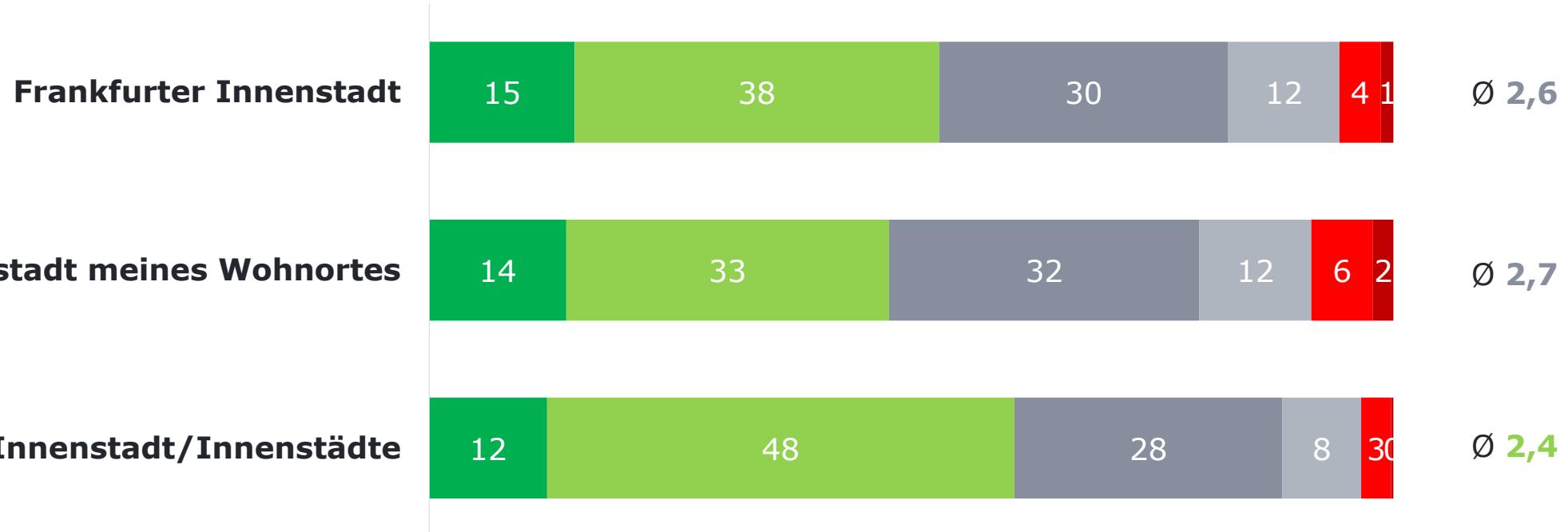
Nein, ich kaufe überhaupt nicht online ein.



Innenstadtbefragung 2024: n = 2.004, Angaben in % der Befragten

WIE WIRD DIE FRANKFURTER INNENSTADT BEWERTET?

Wie gut gefallen Ihnen die folgenden Innenstädte?

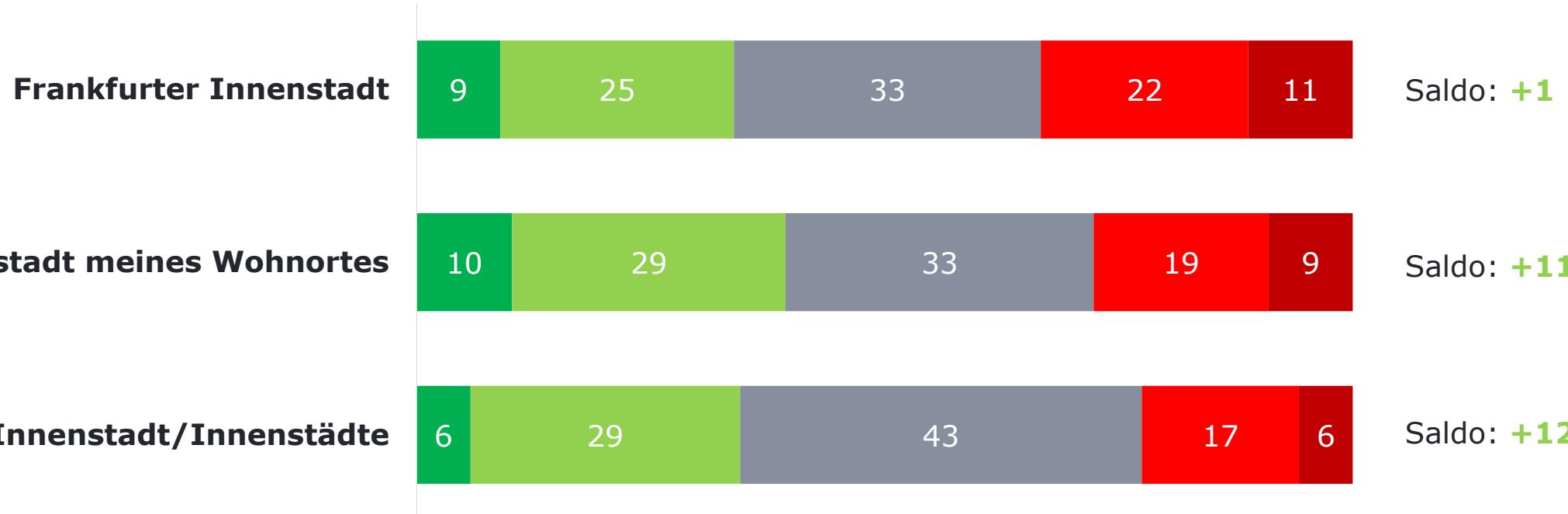


■ 1 sehr gut ■ 2 gut ■ 3 befriedigend ■ 4 ausreichend ■ 5 mangelhaft ■ 6 ungenügend

INFO n = 417 (nur Personen, die die jeweiligen Innenstädte mindestens mehrmals pro Jahr besuchen), Angaben in % der Befragten

WIE WIRD DIE FRANKFURTER INNENSTADT BEWERTET?

Wie haben sich Ihrer Meinung nach die folgenden Innenstädte in den letzten fünf Jahren entwickelt?

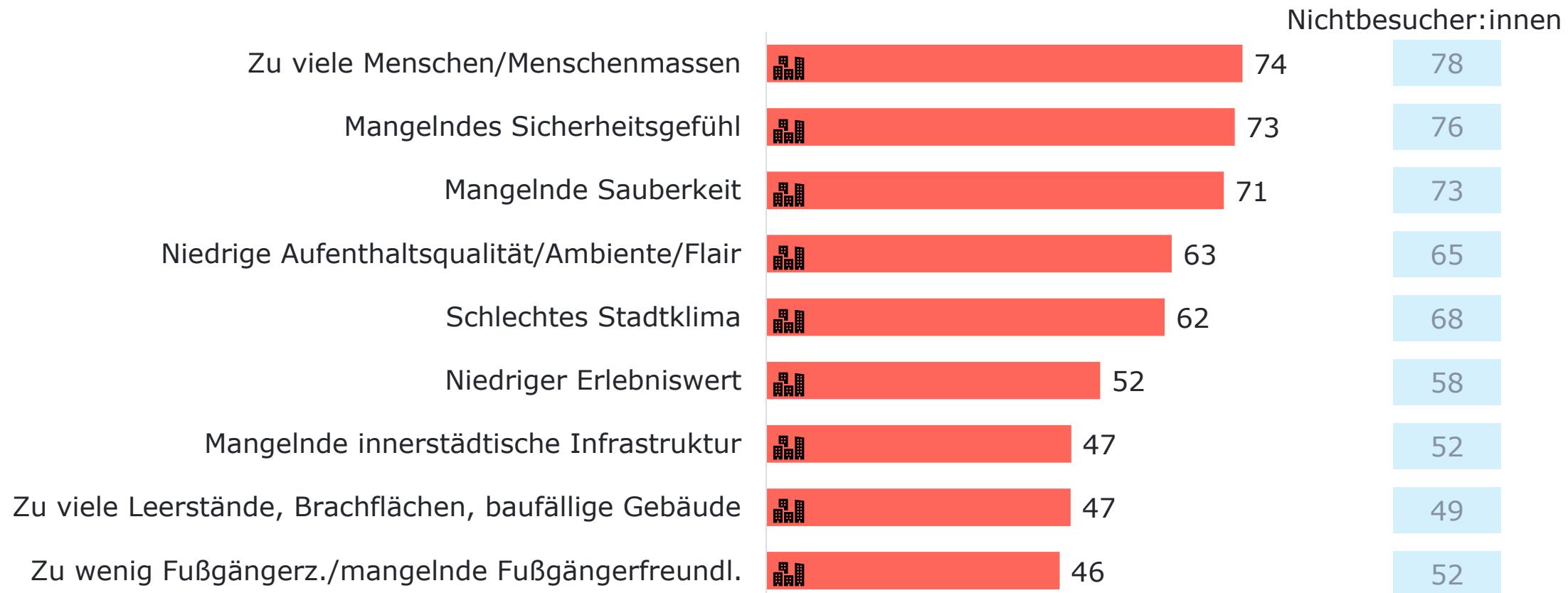


■ deutlich verbessert ■ leicht verbessert ■ unverändert ■ leicht verschlechtert ■ deutlich verschlechtert

INFO n = 417 (nur Personen, die die jeweiligen Innenstädte mindestens mehrmals pro Jahr besuchen), Angaben in % der Befragten

WELCHE BARRIEREN GIBT ES?

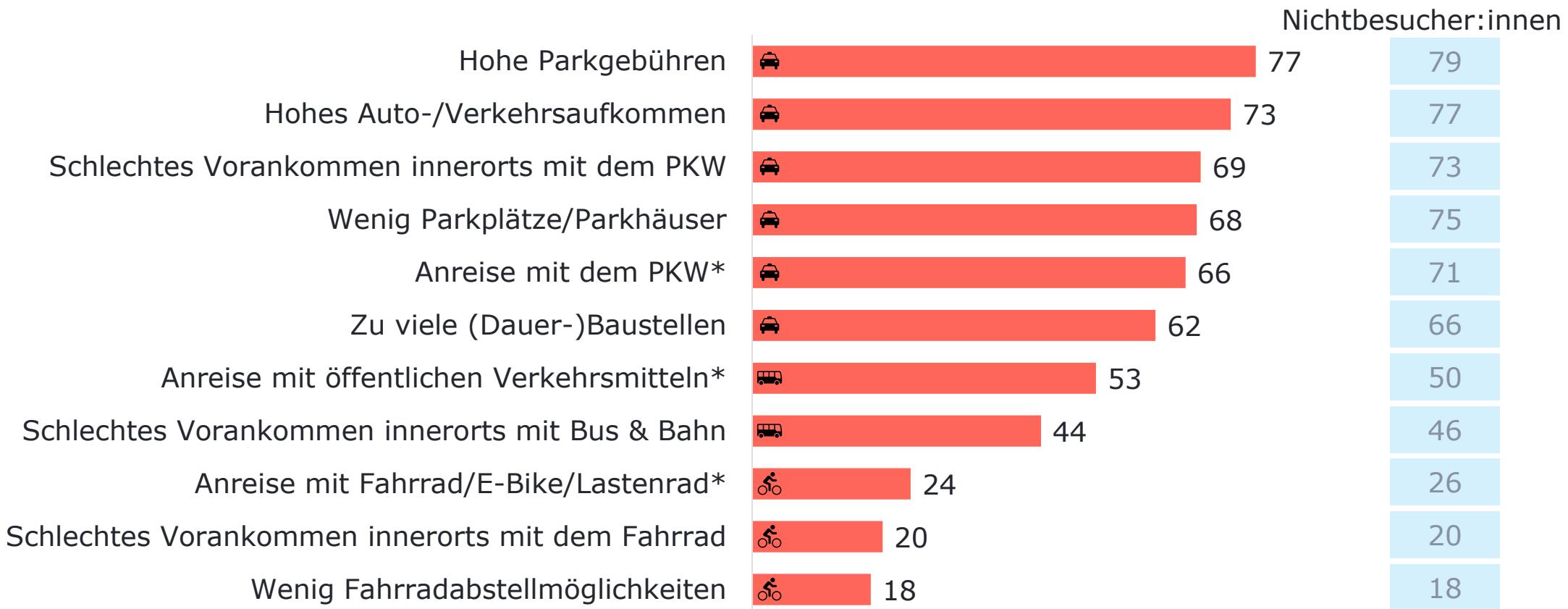
Wie relevant sind für Sie persönlich die folgenden Barrieren für einen Besuch der Frankfurter Innenstadt im Bereich Aufenthaltsqualität – also die Gründe, die Sie von einem Innenstadtbesuch abhalten und ggf. andere Standorte aufsuchen lassen?



INFO n = 1.000 (Nichtbesucher:innen: n= 181), Angaben in % der Befragten, dargestellt sind die Antwortmöglichkeiten „sehr relevant“ und „eher relevant“ auf einer Skala von „sehr relevant“ bis „überhaupt nicht relevant“

WELCHE BARRIEREN GIBT ES?

Wie relevant sind für Sie persönlich die folgenden Barrieren für einen Besuch der Frankfurter Innenstadt im Bereich Verkehr – also die Gründe, die Sie von einem Innenstadtbesuch abhalten und ggf. andere Standorte aufsuchen lassen?

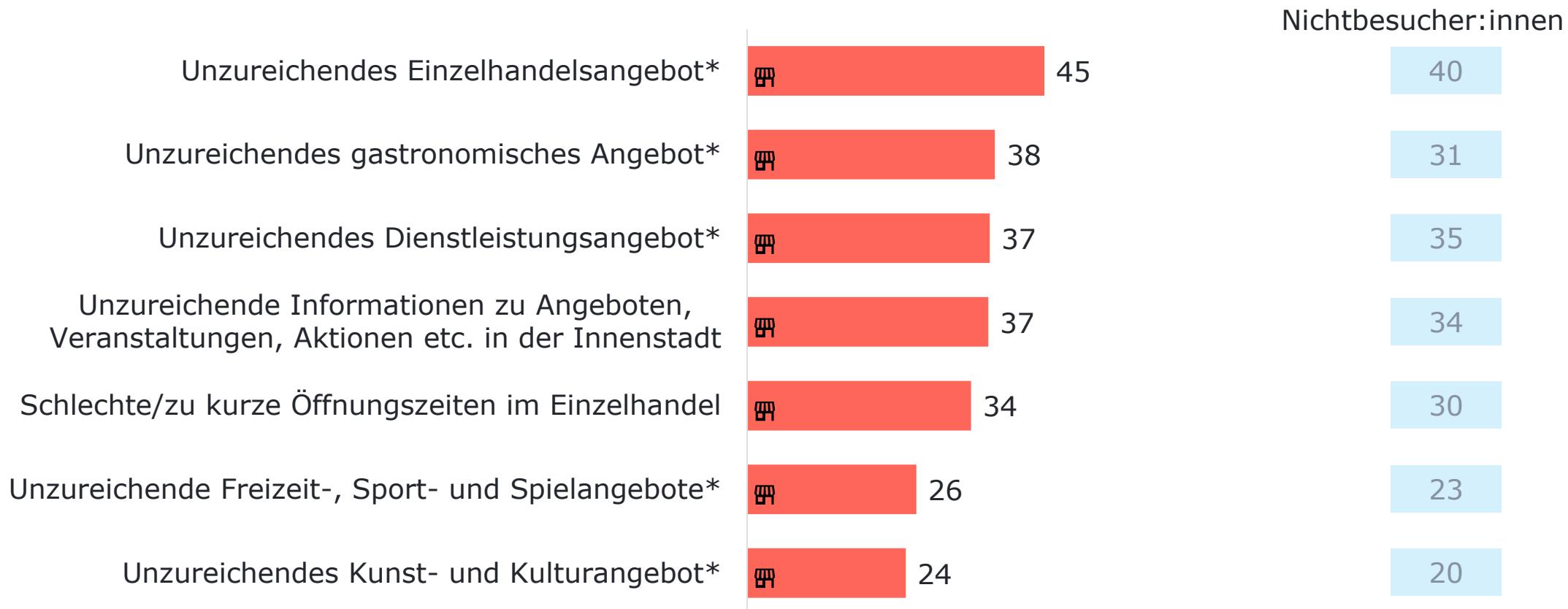


* Schlechte Erreichbarkeit und Schwierigkeiten bei der...

INFO n = 1.000 (Nichtbesucher:innen: n= 181), Angaben in % der Befragten, dargestellt sind die Antwortmöglichkeiten „sehr relevant“ und „eher relevant“ auf einer Skala von „sehr relevant“ bis „überhaupt nicht relevant“

WELCHE BARRIEREN GIBT ES?

Wie relevant sind für Sie persönlich die folgenden Barrieren für einen Besuch der Frankfurter Innenstadt im Bereich Angebote – also die Gründe, die Sie von einem Innenstadtbesuch abhalten und ggf. andere Standorte aufsuchen lassen?

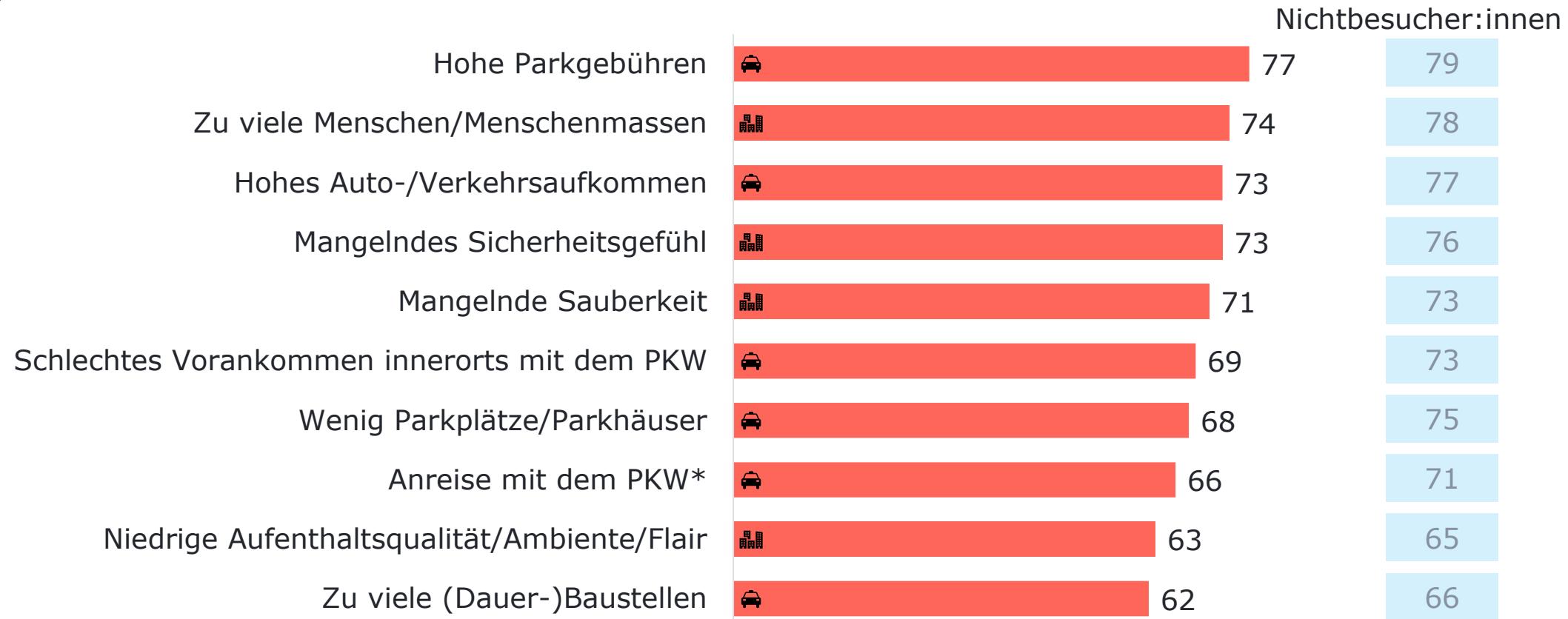


* Anzahl und Qualität der Angebote.

INFO n = 1.000 (Nichtbesucher:innen: n= 181), Angaben in % der Befragten, dargestellt sind die Antwortmöglichkeiten „sehr relevant“ und „eher relevant“ auf einer Skala von „sehr relevant“ bis „überhaupt nicht relevant“

THEMENÜBERGREIFEND: TOP 10 BARRIEREN

Wie relevant sind für Sie persönlich die folgenden Barrieren für einen Besuch der Frankfurter Innenstadt im Bereich Verkehr/Aufenthaltsqualität – also die Gründe, die Sie von einem Innenstadtbesuch abhalten und ggf. andere Standorte aufsuchen lassen?

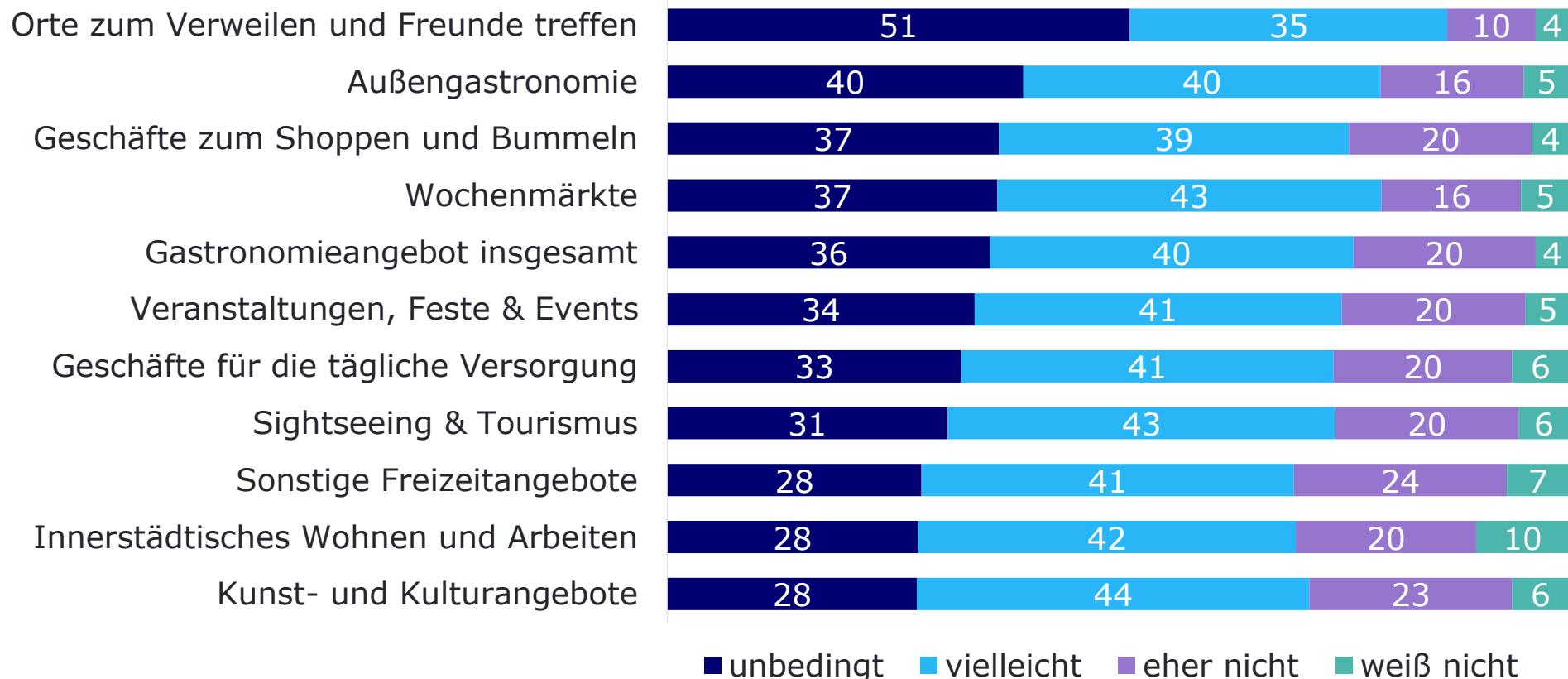


* Schlechte Erreichbarkeit und Schwierigkeiten bei der...

INFO n = 1.000 (Nichtbesucher:innen: n= 181), Angaben in % der Befragten, dargestellt sind die Antwortmöglichkeiten „sehr relevant“ und „eher relevant“ auf einer Skala von „sehr relevant“ bis „überhaupt nicht relevant“

ZUKÜNSTIGE ANFORDERUNGEN AN DIE INNENSTADT

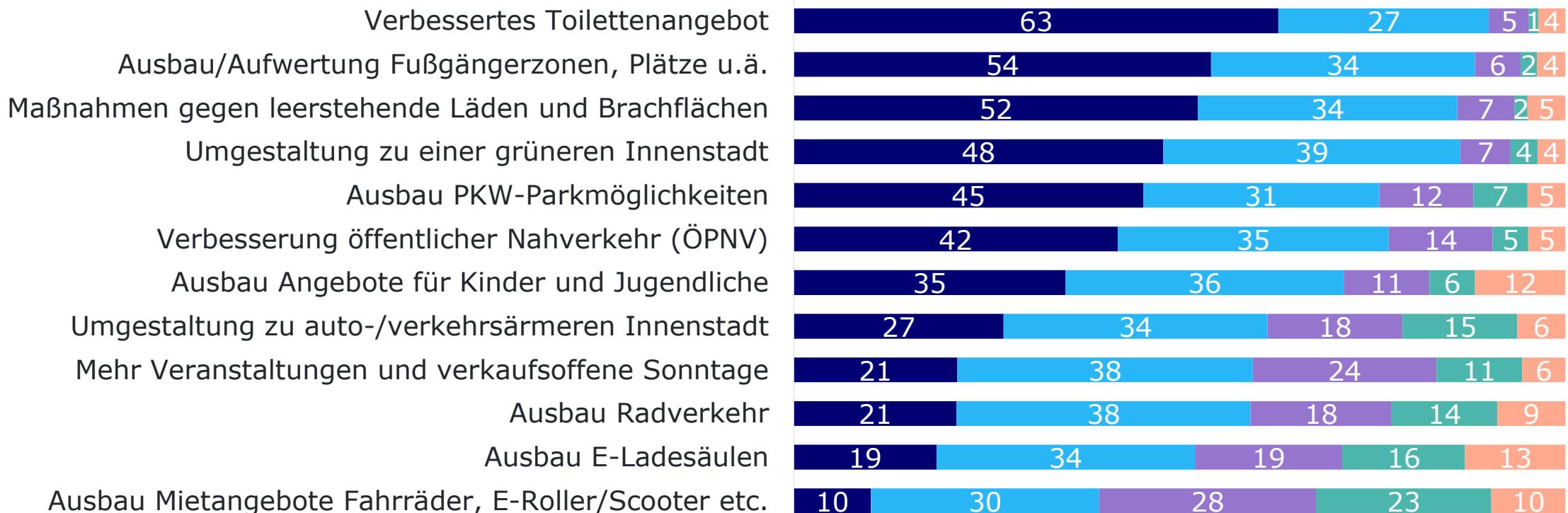
Welche der folgenden Angebote, Anlässe und Funktionen gehören Ihrer Meinung nach in die Innenstadt von Frankfurt am Main und sollten ausgebaut werden?



INFO n = 1.000, Angaben in % der Befragten

ZUKÜNSTIGE ANFORDERUNGEN AN DIE INNENSTADT

Welche Maßnahmen sollten in der Innenstadt von Frankfurt am Main ergriffen werden, um diese für Ihren Besuch attraktiver zu machen?



■ unbedingt ■ sinnvoll, aber nicht dringend ■ unnötig ■ überflüssig ■ weiß nicht

INFO n = 1.000, Angaben in % der Befragten

Zentrale Erkenntnisse

- Die Frankfurter Innenstadt hat weiterhin eine **hohe überregionale Bedeutung**.
- Der Einzelhandel bleibt mit Abstand **meistgenanntes Motiv für den Innenstadtbesuch** und damit ein **wichtiges Aushängeschild** von Frankfurt am Main.
- Die **Besuchshäufigkeit** ist leicht rückläufig; auch wegen **vermehrtem Online-Shopping**.
- **PKW sind als Verkehrsmittel für einen Innenstadtbesuch unverzichtbar**; dies gilt insbesondere für Innenstadtbesucher von außerhalb.
- **Auswärtige und motorisierte Kunden planen größere Ausgaben** als Frankfurter und Nutzer anderer Verkehrsmittel; allerdings besuchen motorisierte Kunden die Innenstadt zum Einkaufen deutlich häufiger „monatlich“ und „quartalsweise“.
- Die befragten Passanten sind **mit der Innenstadt von Frankfurt am Main grundsätzlich zufrieden**; insgesamt ist allerdings eine Fortsetzung der **schleichenden Verschlechterung** einzelner Bewertungen seit 2018 festzustellen.
- Die Befragten im Frankfurter Umland halten es für wichtig, **BesuchsbARRIEREN abzubauen**.
- Beide Gruppen sehen **Verbesserungspotenziale** bei mangelnder Aufenthaltsqualität, Sauberkeit, Sicherheit, Autofreundlichkeit, Parkmöglichkeiten, Grünflächen.

Ansprechpartner

Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main

Dr. Alexander Theiss
Geschäftsführer
Geschäftsfeld Standortpolitik
T +49 (0) 69 – 2197 1332
a.theiss@frankfurt-main.ihk.de

Wirtschaftsförderung Frankfurt

Bernhard Grieb
Geschäftsführer
T +49 (0) 69 - 212 36210
bernhard.grieb@frankfurt-business.net

STADT FRANKFURT AM MAIN

- Der Magistrat - Stabsstelle Stadtmarketing

Eduard M. Singer
Leiter Stabsstelle Stadtmarketing
T +49 (0) 69 - 212 71481
eduard.singer@stadt-frankfurt.de

Quelle Abbildungen/Graphiken der Präsentation: IfH Köln