

Ergebnisse der gemeinsamen Unternehmensbefragung im Grüneburgweg

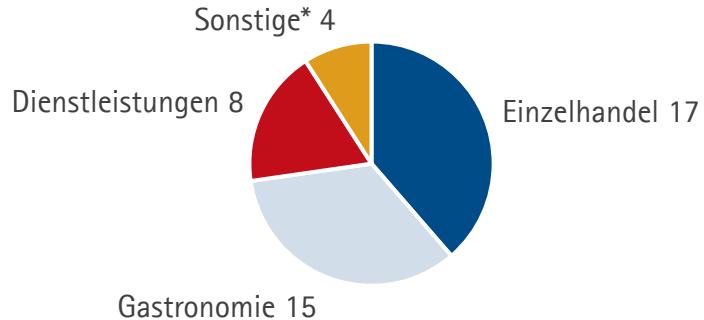
Frankfurt am Main, 02.10.2025

BEFRAGUNGSMETHODIK

- Befragt wurden die in den **Erdgeschossen im Grüneburgweg ansässigen Unternehmen**.
 - Diese sind deutlich stärker auf Kundenbesuche ausgelegt als Unternehmen in den Obergeschossen. Daher wirken sie nicht nur prägend auf den Straßenraum, sondern sind unmittelbar von der Straßenumgestaltung und der damit einhergehenden Veränderung der Erreichbarkeit betroffen.
 - Durch eine Bestandsaufnahme vor Ort konnten 64 Unternehmen in den Erdgeschossen identifiziert werden.
- Befragt wurde **zwischen März und Mai 2025** von Mitarbeitern der IHK Frankfurt am Main und der Wirtschaftsförderung Frankfurt in persönlichen Gesprächen mit den Betroffenen vor Ort.
- Verwendet wurde ein **teilstandardisierter, einheitlicher Fragebogen** mit geschlossenen und offenen Fragen.
- Ausgewertet wurde mittels sachgerechter **deskriptiver statistischer Methoden**, z. B. Kreuztabellen.

UNTERNEHMENSDEMOGRAPHISCHE DATEN

Branchenstruktur der befragten Unternehmen



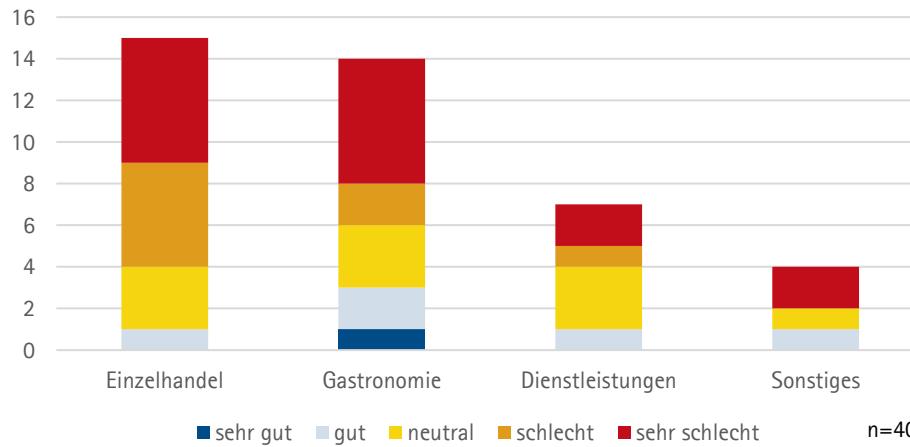
n=44

* Sonstige = Galerie, Apotheke etc.

- | Mit 44 von 64 in Frage kommenden Unternehmen konnten Gespräche geführt werden (Antwortquote rd. 69 %).
- | Zum Vergleich: In der Nachher-Befragung der offiziellen Begleitforschung wurden 30 von 135 identifizierten Unternehmen (Erd- und Obergeschosse) erreicht (Antwortquote 22 %), darunter lediglich fünf Einzelhändler und drei Gastronomen.
(Quelle: Knese et al. (2025): Abschlussbericht Grüneburgweg, S. 21 und Anhang 2.1)
- | 16 der von uns befragten Unternehmen haben ebenfalls an der offiziellen Begleitforschung (Vorher- oder Nachher-Befragung) teilgenommen, 24 haben dies nicht, vier Gesprächspartner konnten dazu keine Angaben machen.

BEWERTUNG STRAßENUMBAU INSGESAMT

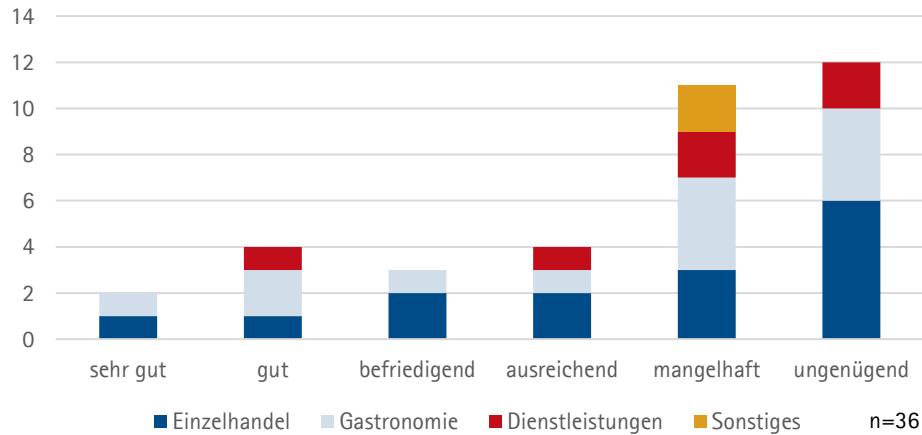
Wie bewerten Sie die Veränderung zu einer
fahrradfreundlichen Nebenstraße insgesamt?



- Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen bewertet den Straßenumbau als schlecht oder sehr schlecht.
- Auffällig ist, dass die Gastronomie den Umbau schlechter bewertet als aufgrund der Erfahrungen aus der Befragung im Oeder Weg erwartet.

BEWERTUNG DER INFORMATIONSPOLITIK DER STADT

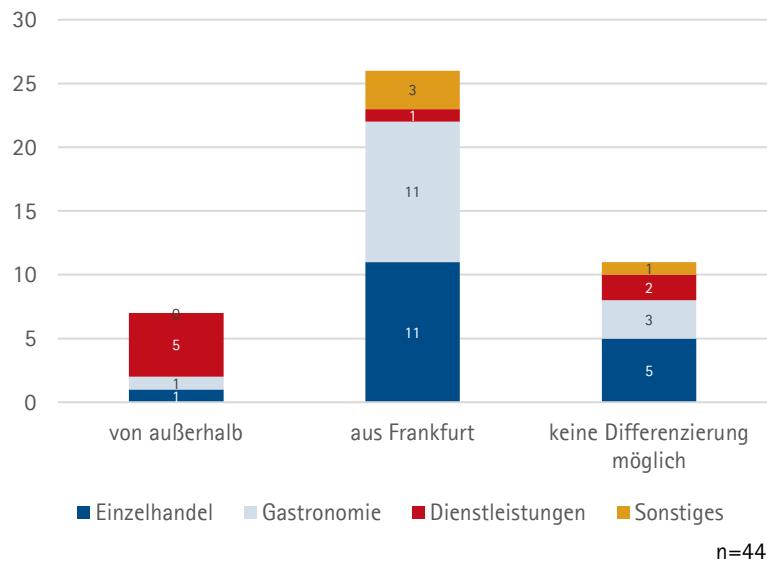
Wie beurteilen Sie die Informationspolitik der Stadt
Frankfurt am Main zu den Umgestaltungsmaßnahmen?



- Rund zwei Drittel der befragten Unternehmen bewerten die städtische Informationspolitik als mangelhaft bis ungenügend.

HERKUNFT DER KUNDEN

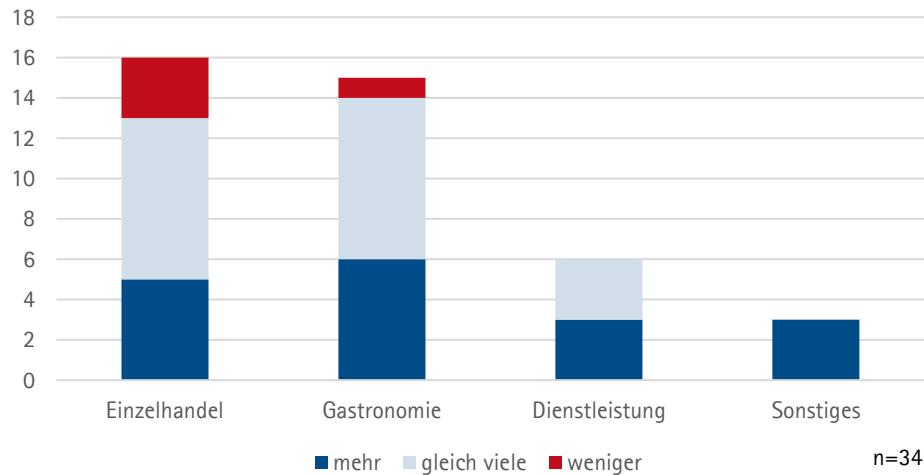
Welche Kundengruppe war vor der Umgestaltung der Straße für die Umsätze Ihres Geschäfts die wichtigste, gemessen am Umsatzanteil?



- | Für 59 % der befragten Unternehmen sind besonders die lokalen Kunden wichtige Umsatzbringer. Dies gilt insbesondere für den **Einzelhandel und die Gastronomie**.
→ Dennoch berichteten jeweils rund 50 % dieser Unternehmen sowie der Sonstigen von negativen Kundenrückmeldungen aufgrund verschlechterter Pkw-Parkmöglichkeiten.
- | **Dienstleister** sind oftmals spezialisiert und haben daher insbesondere Kunden von außerhalb als wichtigste Umsatzbringer.
→ 90 % der befragten Dienstleister berichteten von negativen Kundenrückmeldungen aufgrund verschlechterter Pkw-Parkmöglichkeiten.

ENTWICKLUNG DER KUNDENBESUCHE NACH UMSETZUNG DER STRAßENUMGESTALTUNG (1/2)

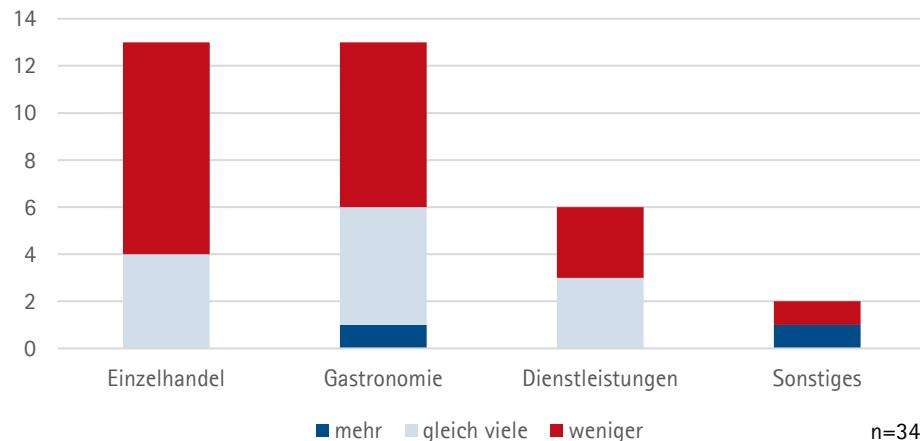
Wie viele Menschen sind auf der Straße unterwegs?



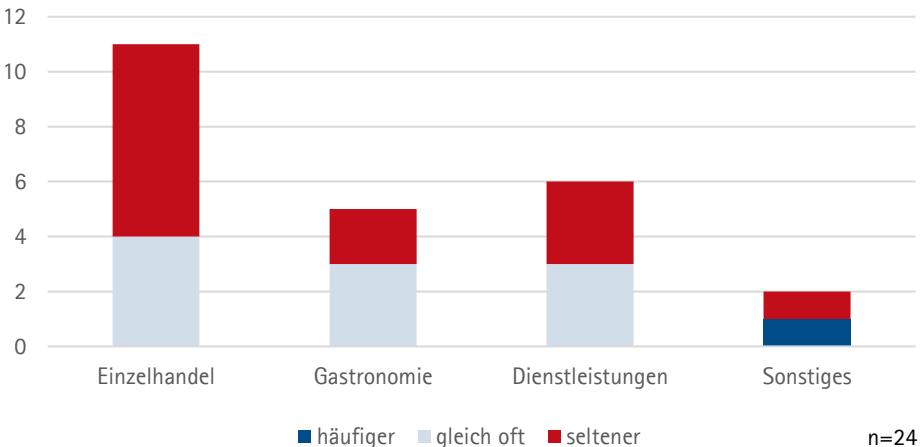
- 17 Unternehmen berichten, dass mehr Menschen auf der Straße unterwegs seien, 19 schätzen, dass es gleich viele sind. Nur vier Unternehmen sagen, dass weniger Menschen unterwegs seien.

ENTWICKLUNG DER KUNDENBESUCHE NACH UMSETZUNG DER STRAßENUMGESTALTUNG (2/2)

Wie viele Kunden kommen insgesamt zu Ihnen?

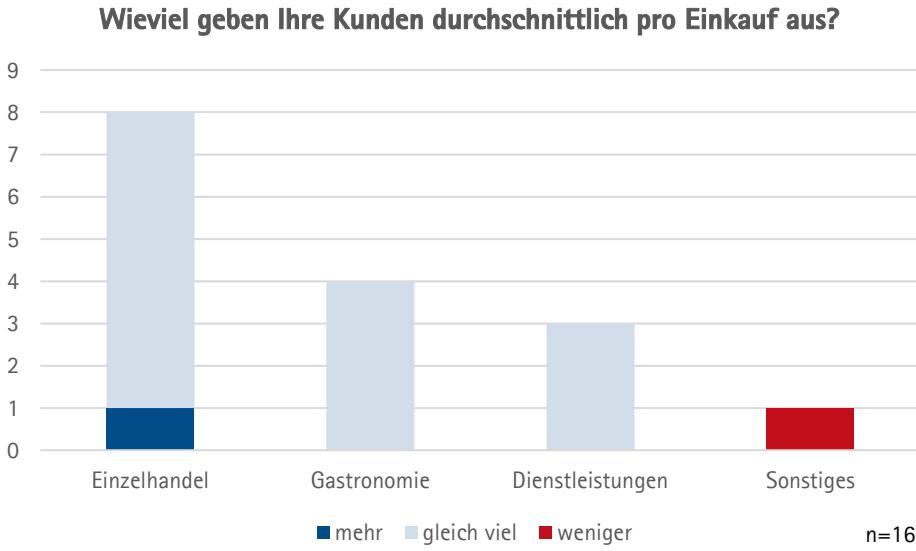


Wie häufig kommen die Kunden zu Ihnen?



- Mehr Menschen bedeutet jedoch nicht automatisch mehr Kunden. Die befragten Unternehmen verlieren Kunden. Die verbleibenden Kunden kommen nicht öfter, sondern eher seltener.

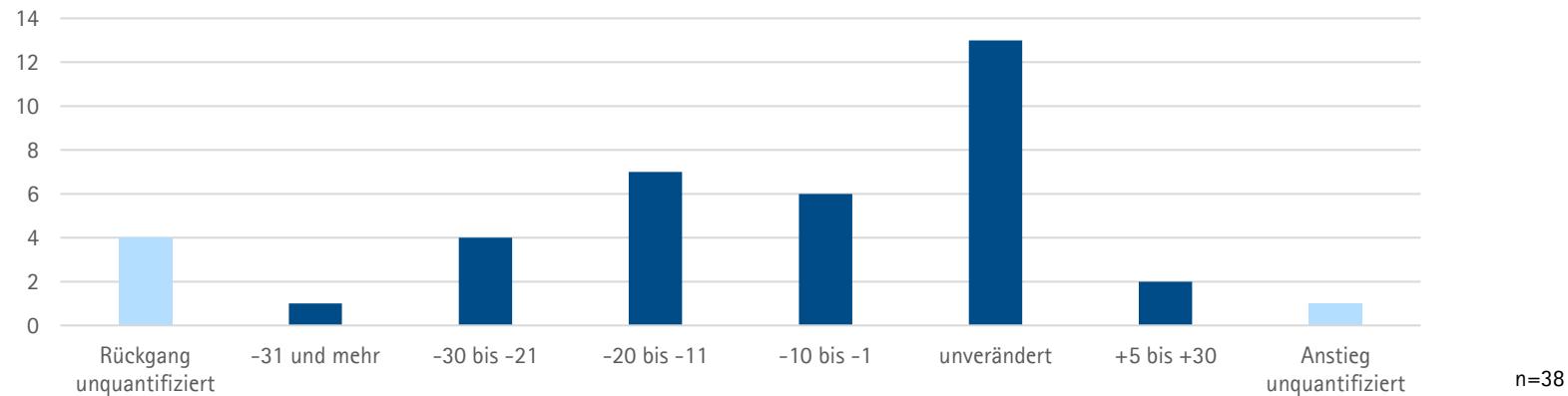
ENTWICKLUNG DER KUNDENBESUCHE NACH UMSETZUNG DER UMBAUMAßNAHMEN



- | Einzig ein Einzelhändler verzeichnete einen Anstieg, den er darauf zurückführt, dass die Konkurrenz mit vergleichbarem Warenangebot aufgrund der verschlechterten Erreichbarkeit in anderen Einkaufsstraßen bereits aufgegeben habe und somit fast nur noch er verbleibe.
- | Die Hypothese des Mobilitätsdezernats, dass nach dem Umbau mehr Kunden und zudem häufiger kämen, weil sich die Erreichbarkeit per Fahrrad und die Aufenthaltsqualität verbessert haben, lässt sich **nicht** bestätigen.
- | **Weniger Kundschaft bei gleichbleibenden Umsätzen pro Kunde bedeutet in der Konsequenz Umsatzverluste.**

UMSATZENTWICKLUNG

Wie haben sich die Umsätze an Ihrem Standort im Grüneburgweg seit der Umgestaltung der Straße im Vergleich zur Zeit davor prozentual verändert?



- Die Hälfte (22) der befragten Unternehmen verzeichnen sinkende Umsätze in unterschiedlicher Intensität. 14 dieser Unternehmen führen ihre Umsatzrückgänge auf die Straßenumgestaltung zurück.
- Bei 13 Unternehmen sind die Umsätze gleichgeblieben.
- Nur drei Unternehmen verzeichnen einen steigenden Umsatz, davon führt lediglich ein Gastronom dies positiv auf die Straßenumgestaltung zurück. (Andere Gründe: Zunehmende Bekanntheit des Unternehmens und Inflation)

KONSEQUENZEN AUS DER UMSATZENTWICKLUNG

- | Lediglich vier Einzelhändler und ein Gastronom reagieren durch eine Veränderung ihres Geschäftsmodells (LieferService, Onlinevertrieb, Sortimentsveränderung) auf die neue Situation.
- | Für sechs Unternehmen verhindert die veränderte Situation bereits heute oder in absehbarer Zeit ein rentables Wirtschaften.
- | Daher planen sie, bei einer Verfestigung der Umgestaltungsmaßnahmen den Grüneburgweg zu verlassen oder ihr Unternehmen gänzlich zu schließen.

ZUSAMMENFASSUNG DER WICHTIGSTEN ERGEBNISSE

- Die Umgestaltung des Straßenraums hat nicht dazu geführt, dass mehr Kunden zu den Unternehmen kommen.
- Die Unternehmen berichten von Kundenbeschwerden wegen der schwierigen Erreichbarkeit per Pkw. Ausbleibende Kunden werden nicht durch fahrradfahrende Neu-Kunden kompensiert.
- Mehr als die Hälfte der 44 befragten Unternehmen berichtet von Umsatrückgängen. Von diesen Unternehmen führen zwei Drittel die Umsatrückgänge aufgrund des zeitlichen Zusammenhangs auf die Umgestaltungsmaßnahmen zurück.
- Nur drei der befragten Unternehmen verzeichnen Umsatzzuwächse. Nur eines dieser Unternehmen führt diese auf die Umgestaltungsmaßnahmen zurück.
- Sechs der befragten Unternehmen planen als Konsequenz aus den Umgestaltungsmaßnahmen, den Standort Grüneburgweg zu verlassen oder die Geschäftstätigkeit gänzlich einzustellen.

FORDERUNGEN DER IHK FRANKFURT AM MAIN AN DIE STADT FRANKFURT AM MAIN

- | Reale Sorgen und Nöte der Gewerbetreibenden ernst nehmen und nicht länger einfach ignorieren.
- | Den Straßenraum so umbauen, dass Kunden und Lieferanten die Unternehmen wieder besser erreichen können, z. B. die Diagonalsperren abbauen.
- | Ein Radverkehr-Hauptstraßennetz schaffen, das weder das Kfz-Hauptverkehrsnetz in seiner Leistungsfähigkeit einschränkt noch die Erreichbarkeit der Einkaufsstraßen beeinträchtigt, sondern auf alternativen, bestenfalls parallelen Routen verläuft. Im Falle des Grüneburgwegs bspw. Verlegung der Radwegeführung in Feldberg-, Wolfgang- und Leerbachstraße.
- | Eine frühzeitige und lösungsorientierte Beteiligung der Gewerbetreibenden, bevor solche Maßnahmen zur Straßenumgestaltung umgesetzt werden
- | Die Befragungsergebnisse zum Anlass nehmen, die beschlossenen Radverkehrsmaßnahmen zu überdenken und auch die im Beschluss zur Fahrradstadt Frankfurt enthaltene Option zum Rückbau nach einer Evaluierung nicht auszuschließen.

ERKENNTNISSE & EMPFEHLUNGEN DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG FRANKFURT

- | Betroffene Unternehmen müssen frühzeitig in Planungsprozesse eingebunden werden.
- | Über die Wirtschaftsförderung, Kammern und Gewerbevereine ist die Bündelung der Wirtschaftsakteure und Kanalisierung von Feedback unkompliziert möglich. Diese Möglichkeiten sollten bei weiteren Umbaumaßnahmen besser genutzt werden.
- | Nach einem mittelfristigen Zeitraum von ca. 1-2 Jahren erneute Evaluierung mit dem Ziel, ggf. Optimierung der Umbaumaßnahme zu thematisieren.

IHRE ANSPRECHPARTNER

IHK Frankfurt am Main

Dr. Alexander Theiss
Geschäftsführer
Geschäftsfeld Standortpolitik

IHK Frankfurt am Main
Börsenplatz 4
60313 Frankfurt am Main
Tel.: +49 69 2197-1332
a.theiss@frankfurt-main.ihk.de

Wirtschaftsförderung Frankfurt

Bernhard Grieb
Geschäftsführer

Wirtschaftsförderung Frankfurt -
Frankfurt Economic Development - GmbH
Hanauer Landstraße 126-128
60314 Frankfurt am Main
Tel.: +49 69 212-36200
bernhard.grieb@frankfurt-business.net