

# 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

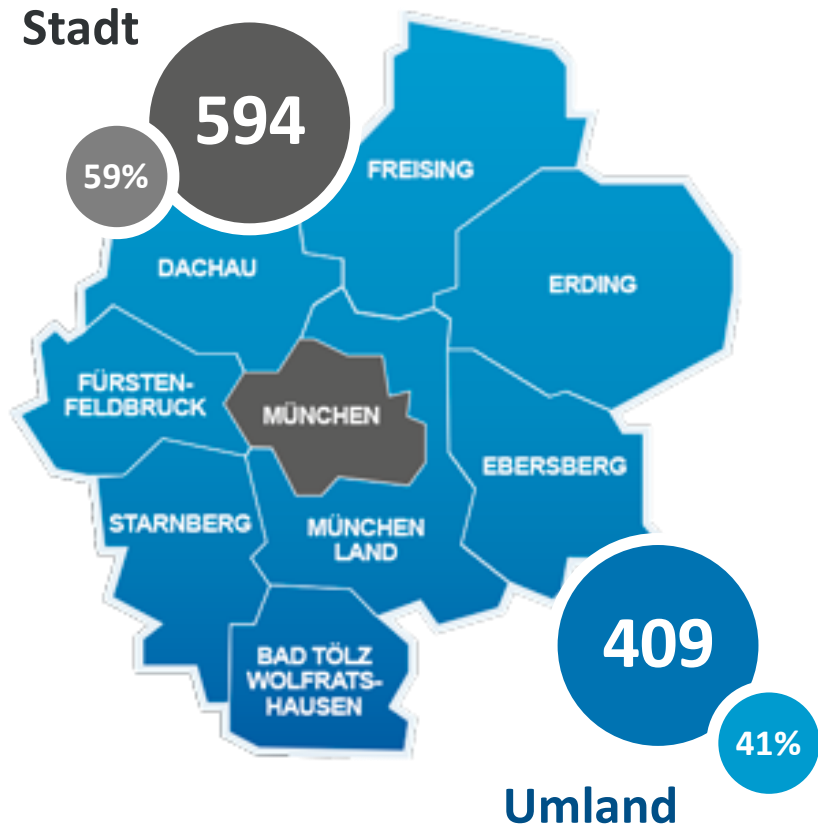


1

# 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.

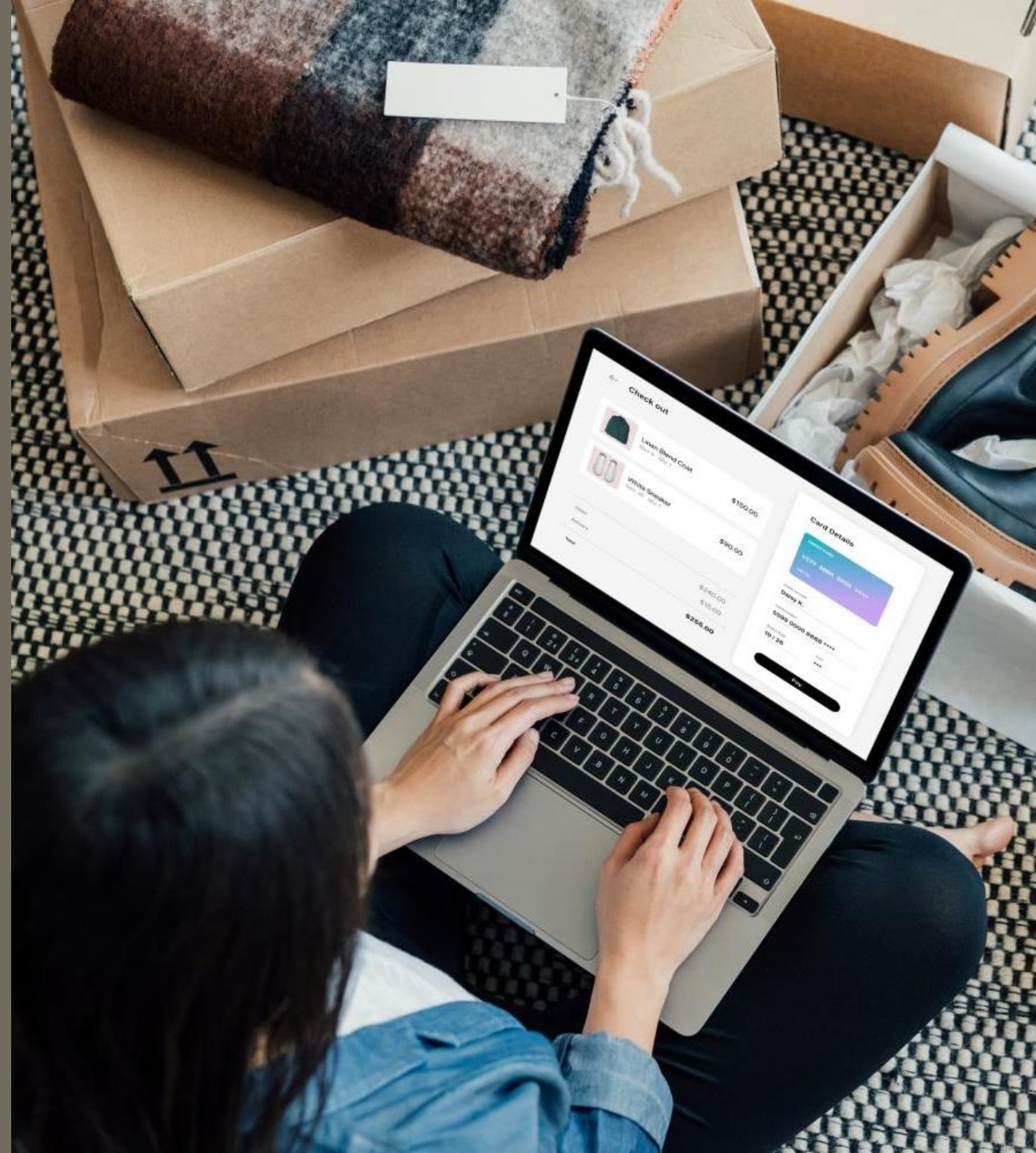
Warum seltener in die Innenstadt?

**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?

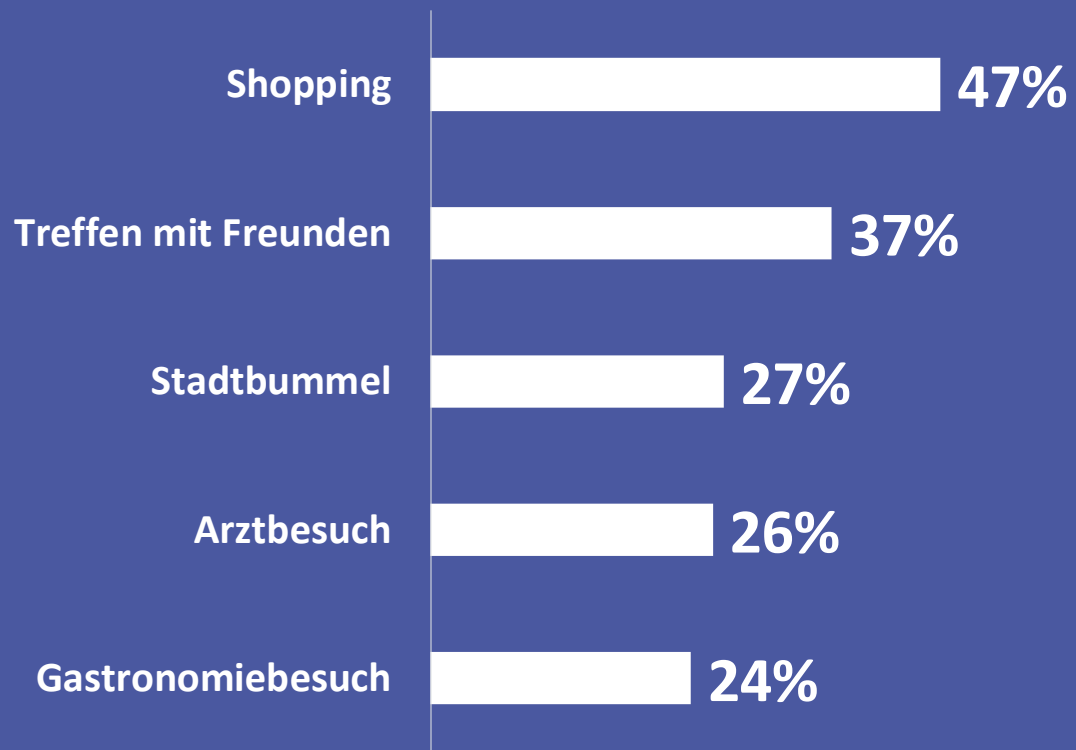




89% der Befragten waren **zufrieden** oder **sehr zufrieden** mit ihrem letzten Innenstadtbesuch.

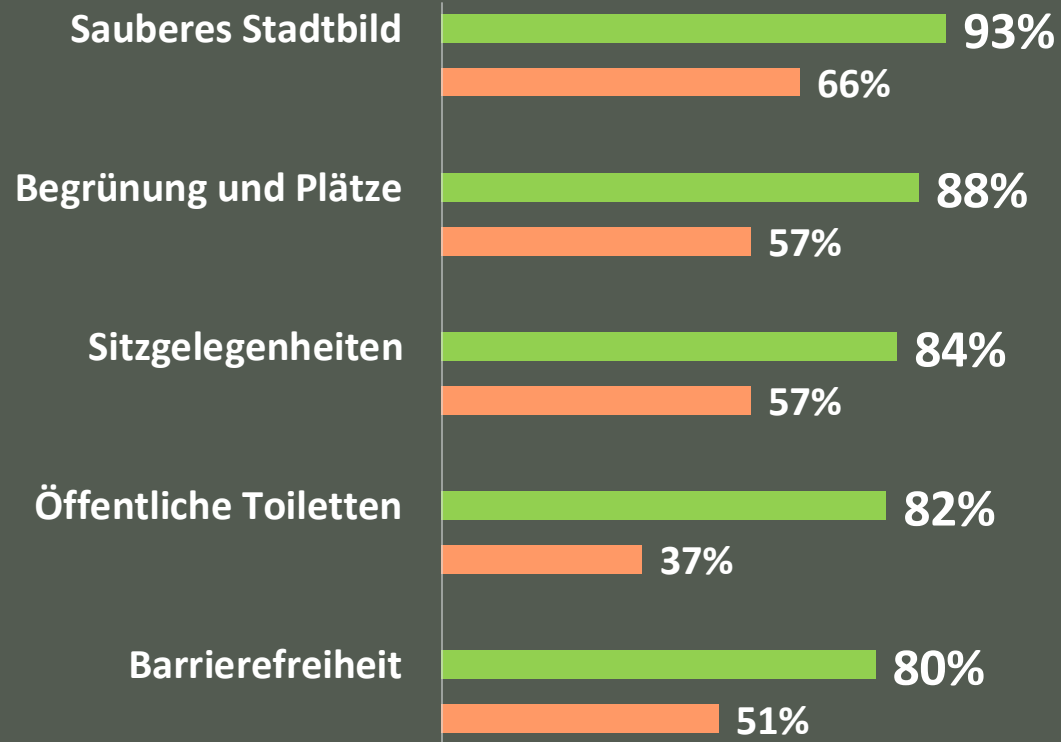


## Top 5 Motive für den Innenstadtbesuch



## 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



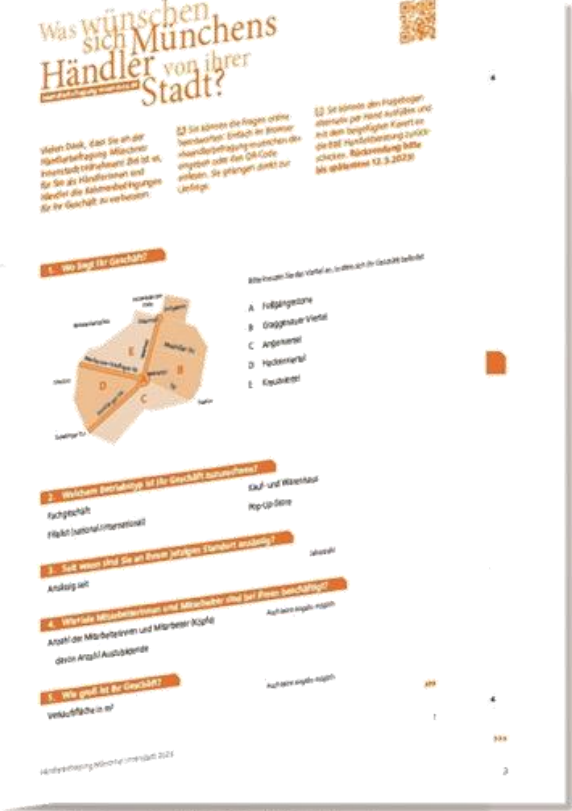
# 2

## 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

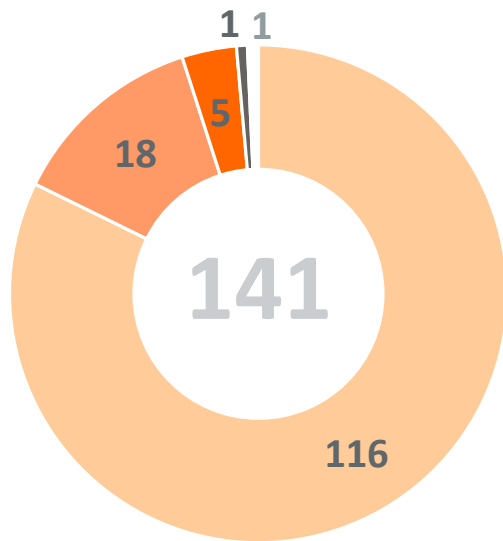


A	Fußgängerzone	39
B	Graggenauer Viertel	20
C	Angerviertel	32
D	Hackenviertel	19
E	Kreuzviertel	29
	keine Angabe	2

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

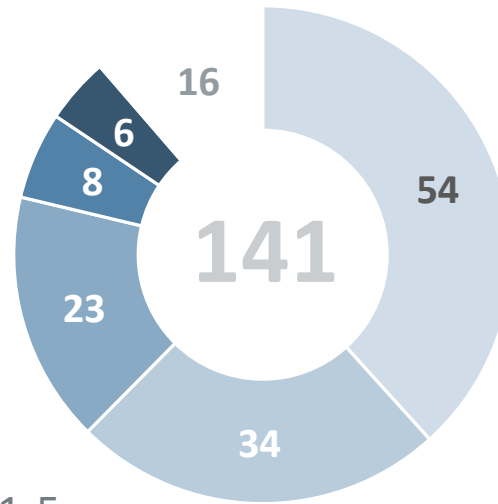
# Strukturdaten der befragten Unternehmen

## Betriebstyp



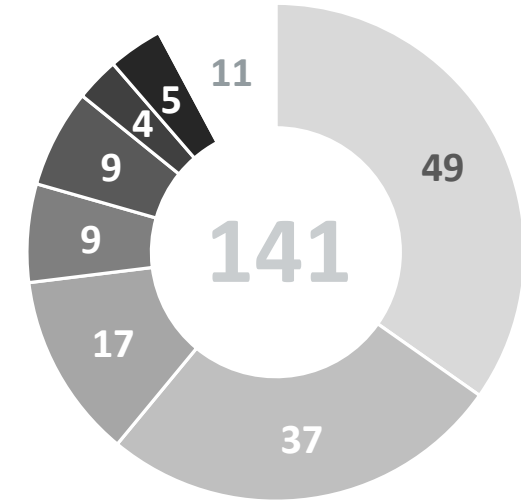
- Fachgeschäfte
- Filialisten
- Kauf- und Warenhäuser
- Pop-Up-Store
- keine Angabe

## MitarbeiterInnen



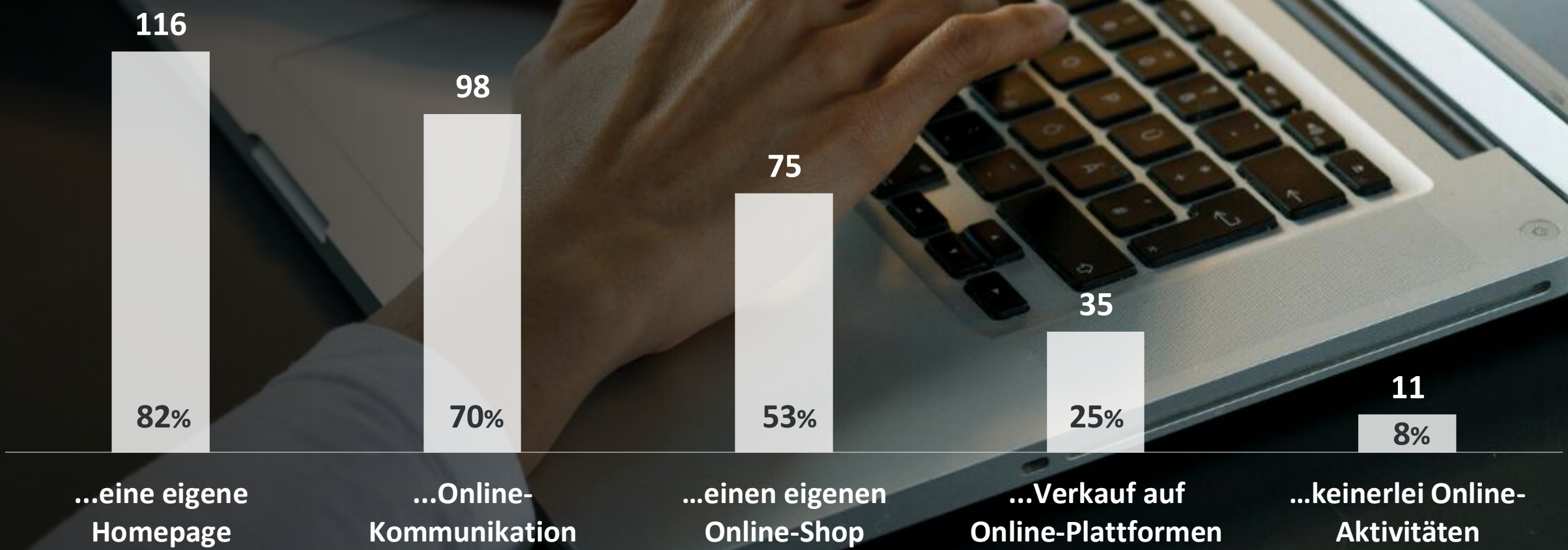
- 1-5
- 6-10
- 11-30
- 31-100
- mehr als 100
- keine Angabe

## 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

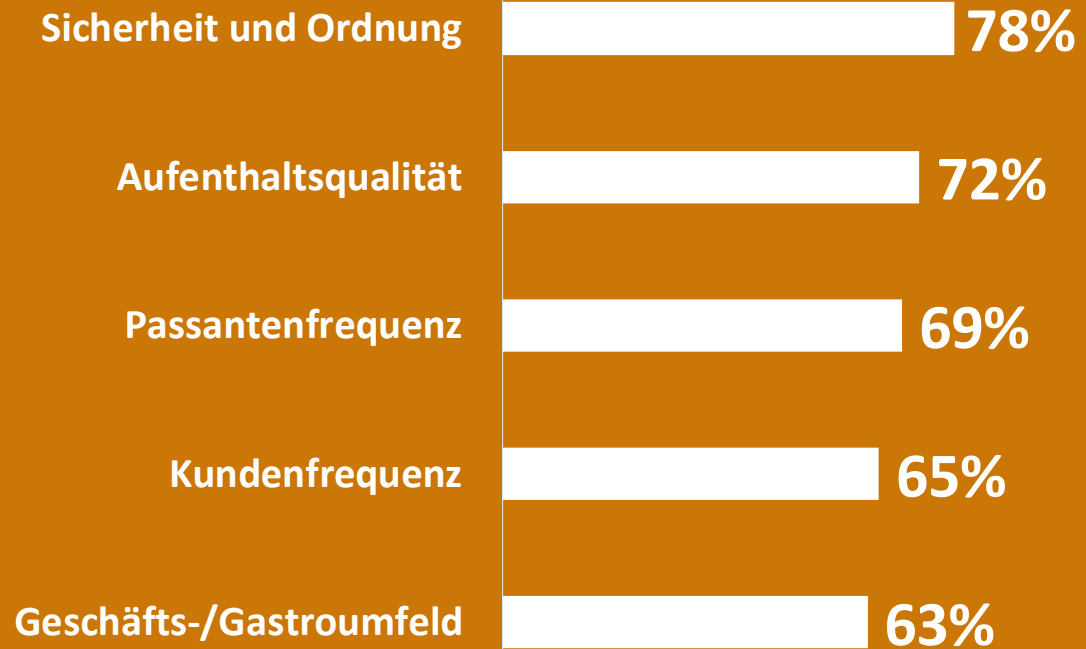
1. Zu hohe Mieten/Kosten
2. Reduzierung der Standorte
3. Ende des Mietvertrages
4. Verlagerung aus der City
5. Altersgründe





**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



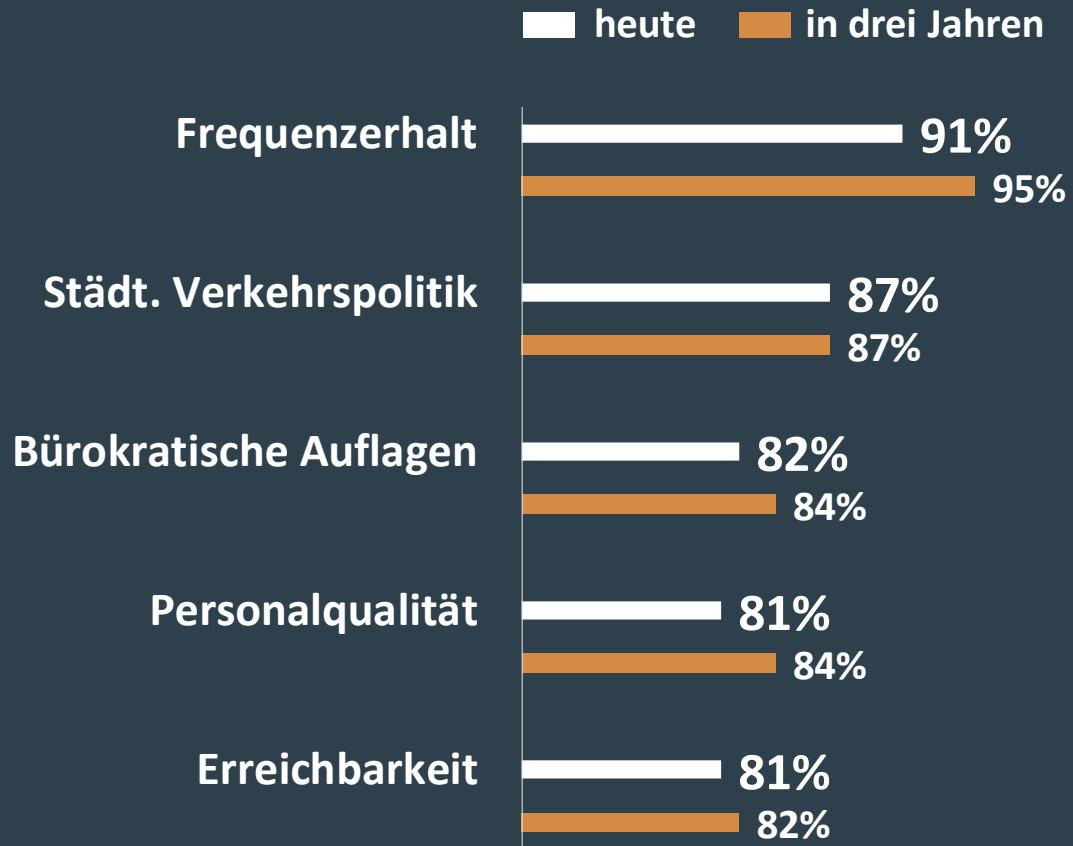
## Top 5 Standortprobleme



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



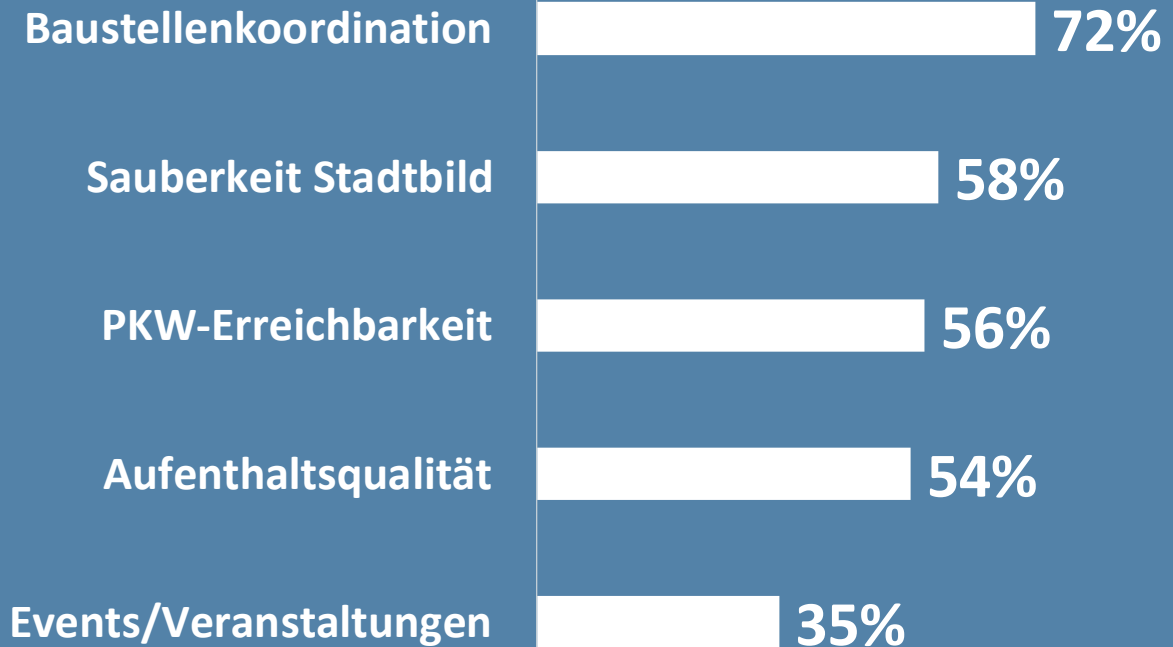
## Haupt Herausforderungen der Händler



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?



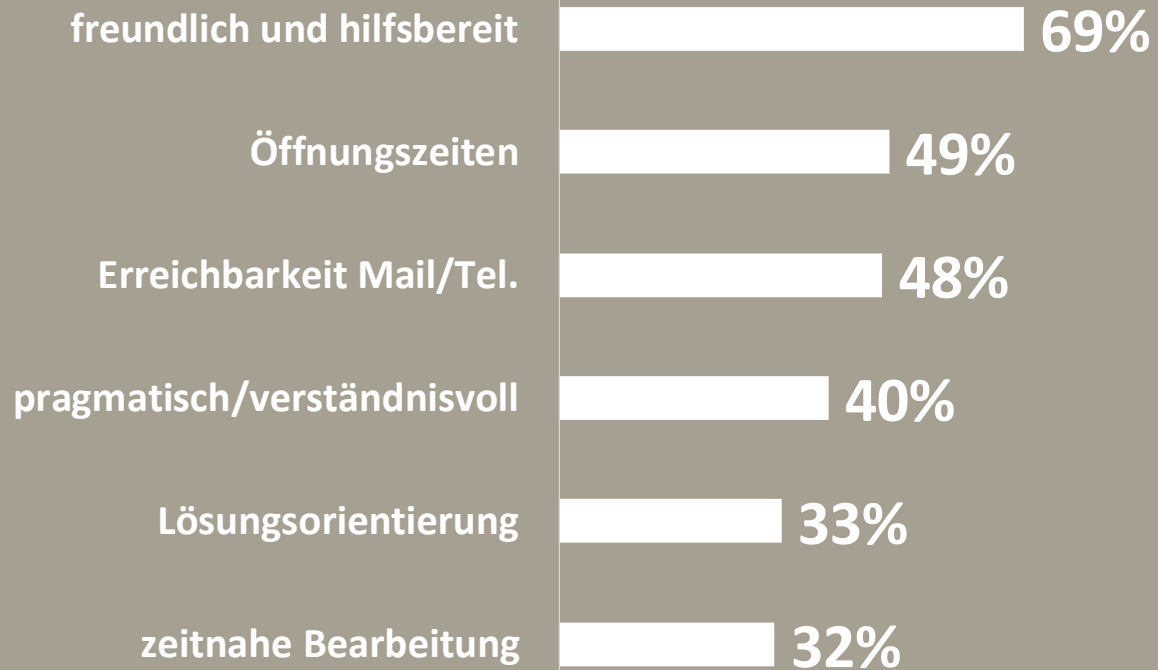




**66%** der Unternehmen hatten 2022 oder 2023 mit der Stadt als Genehmigungsbehörde zu tun.

**57%** empfanden den letzten Kontakt als etwas mühsam oder sehr unerfreulich.

## Zufriedenheit mit dem Kontakt

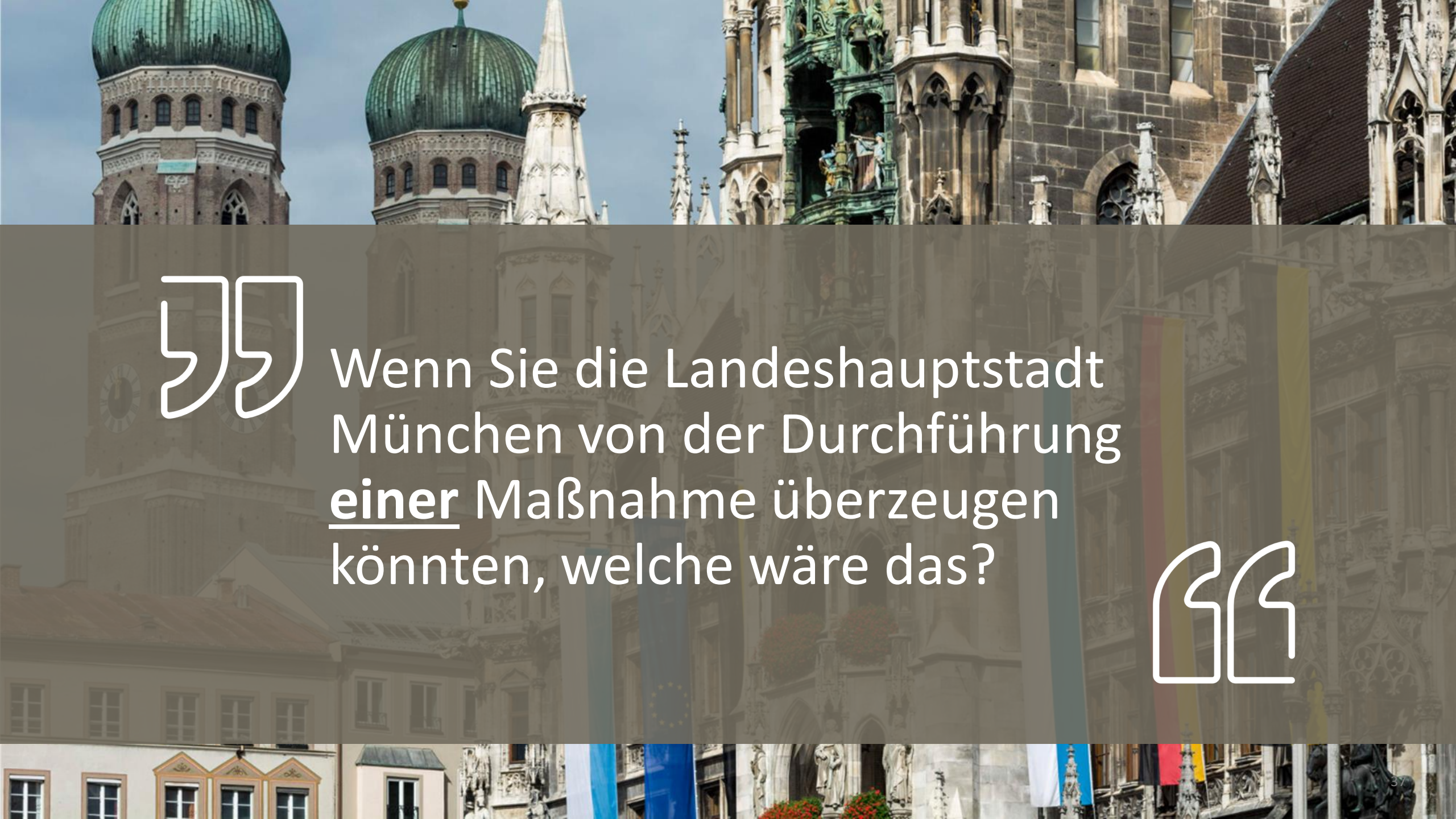


N = 105, Frage: Wie haben Sie bei diesem Anliegen den Kontakt mit der Stadtverwaltung erlebt?





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

