

# 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

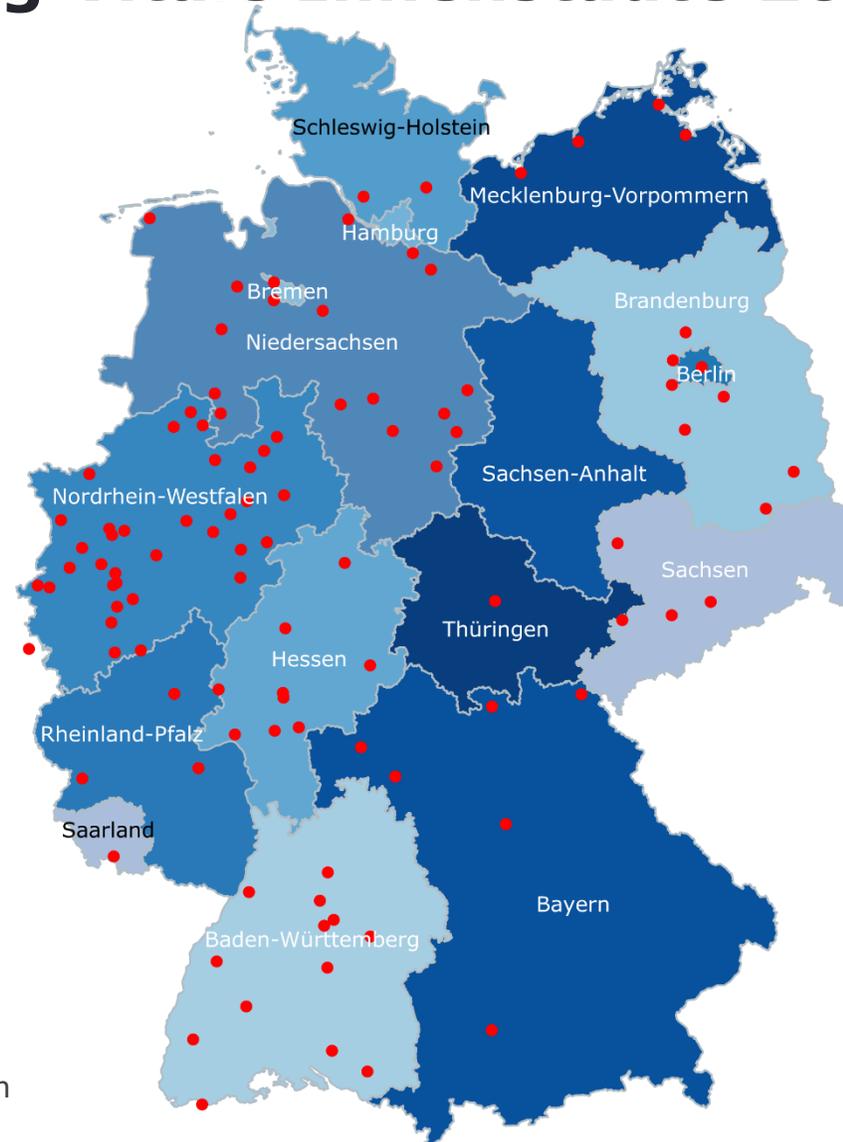
# Methodik

- 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**  
 Königswusterhausen



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

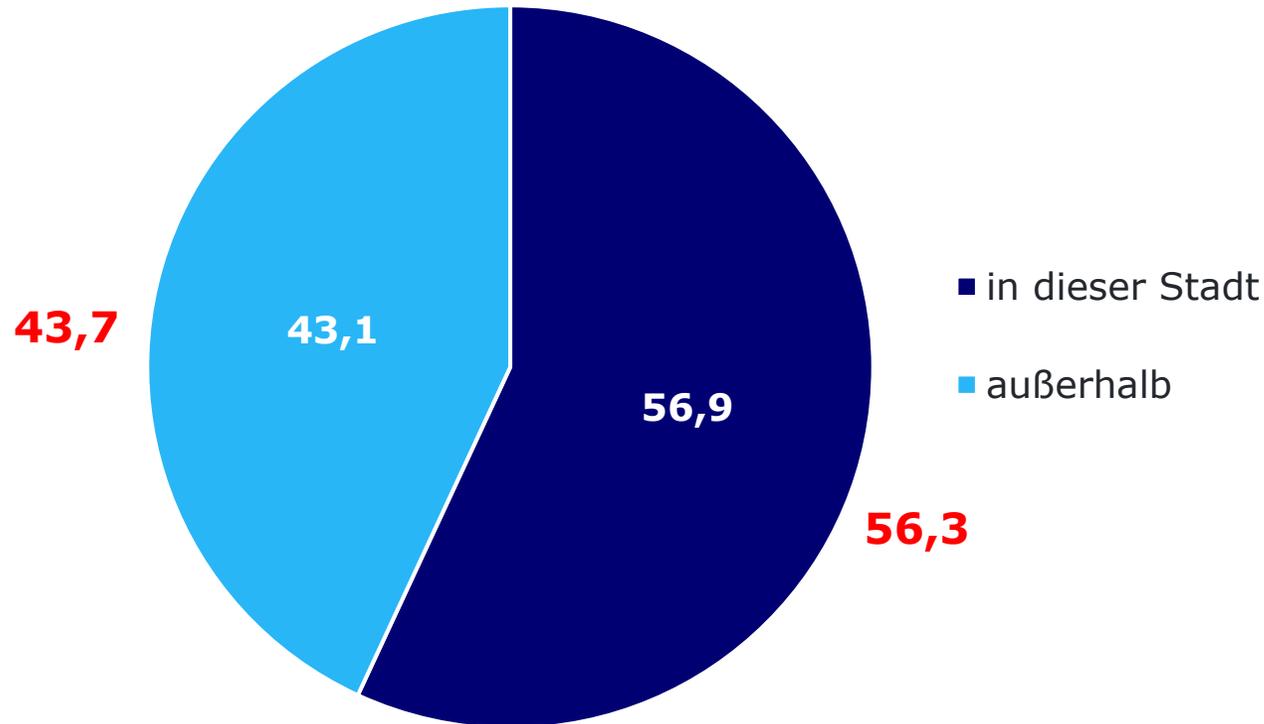
Schmallenberg  
 Schramberg  
 Senftenberg  
 Stade  
 Stralsund  
**Stuttgart**  
 Trier  
 Unna  
 Verden  
 Warendorf  
 Wiesbaden  
 Winsen (Luhe)  
 Wismar  
 Wolfenbüttel  
 Wolfsburg  
 Würzburg  
  
 Eupen / Belgien

# WER BESUCHT DIE INNENSTADT?

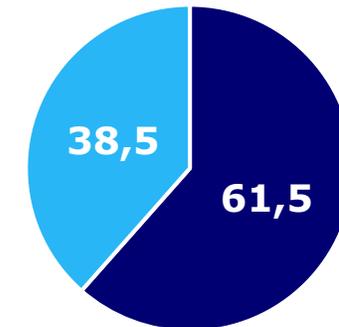
Wohnen Sie in dieser Stadt oder außerhalb?

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

## Frankfurt



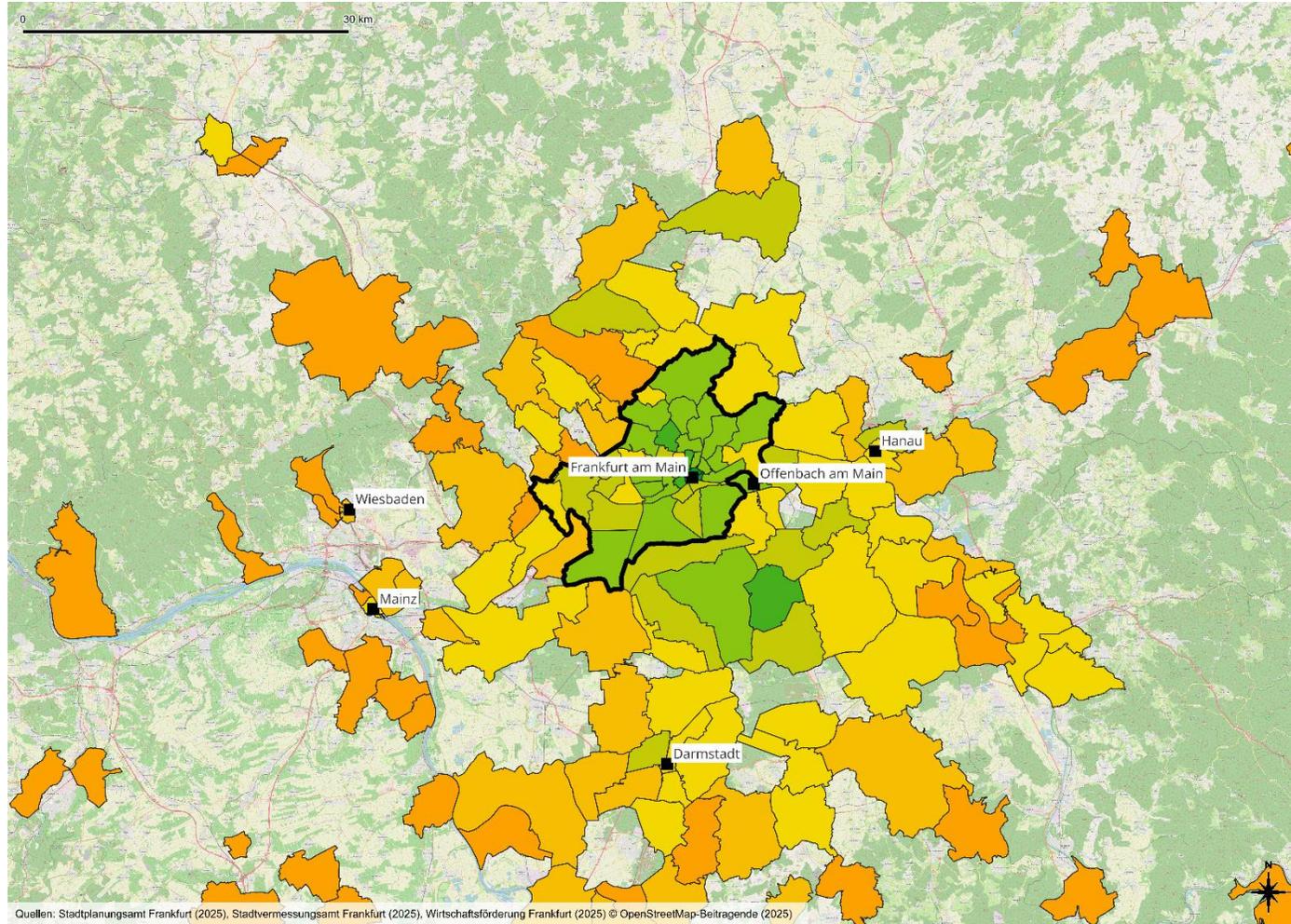
## Ortsgrößendurchschnitt



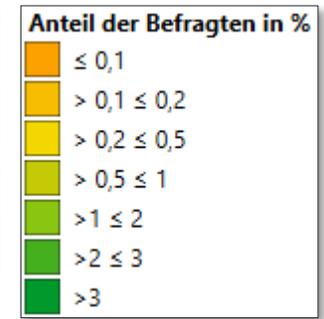
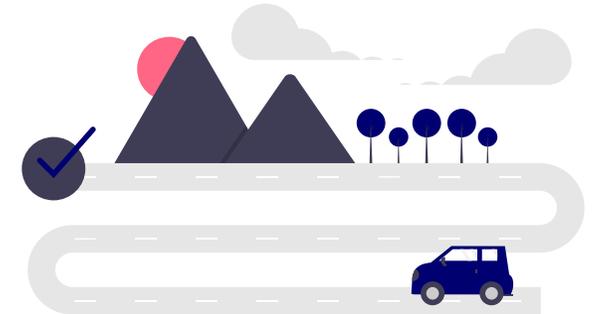
INFO n = 922, Angaben in % der Befragten

Rot = Werte aus der Befragung „Vitale Innenstädte 2022“

# EINZUGSGEBIET FRANKFURT AM MAIN



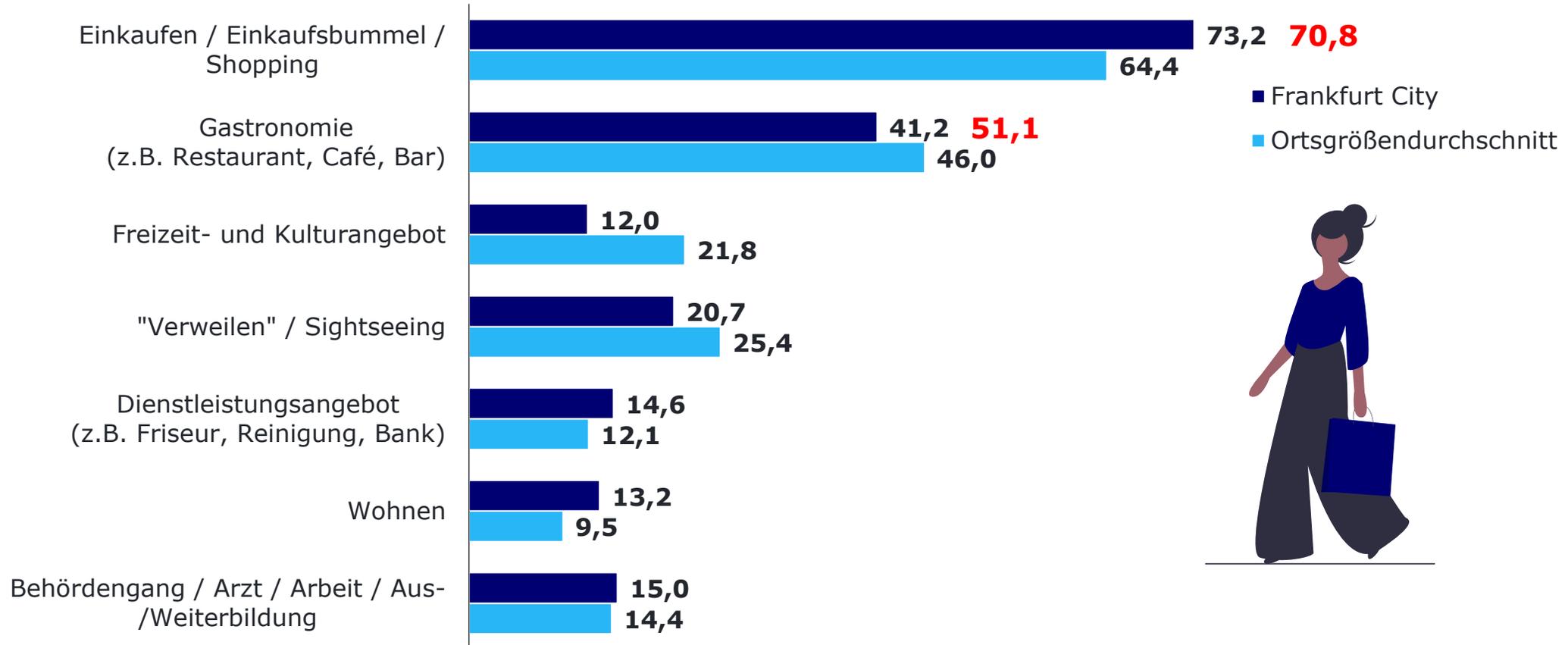
DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



# WARUM WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

Warum sind Sie heute in der Innenstadt?

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

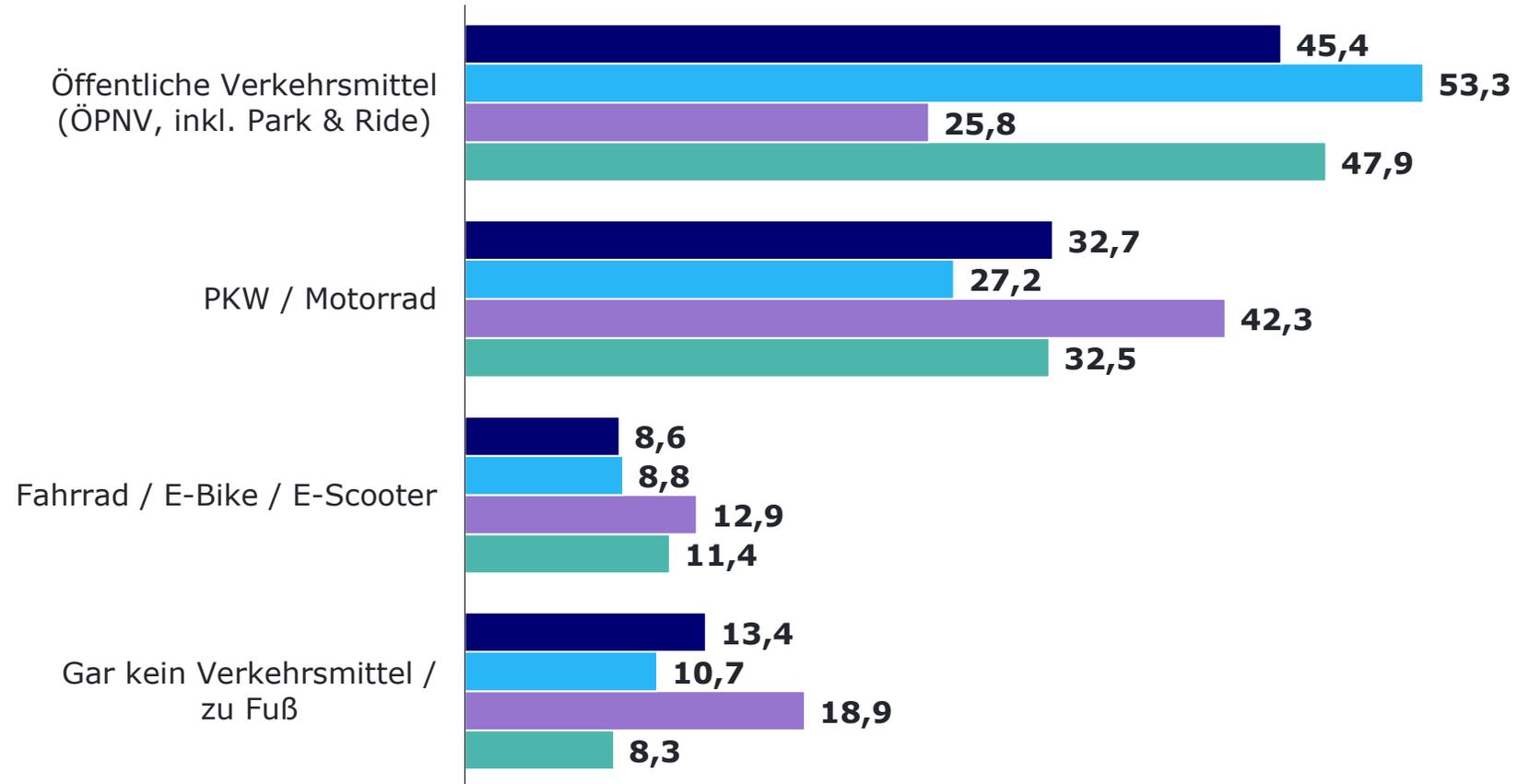


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten  
 Rot = Werte aus der Befragung „Vitale Innenstädte 2022“

# WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

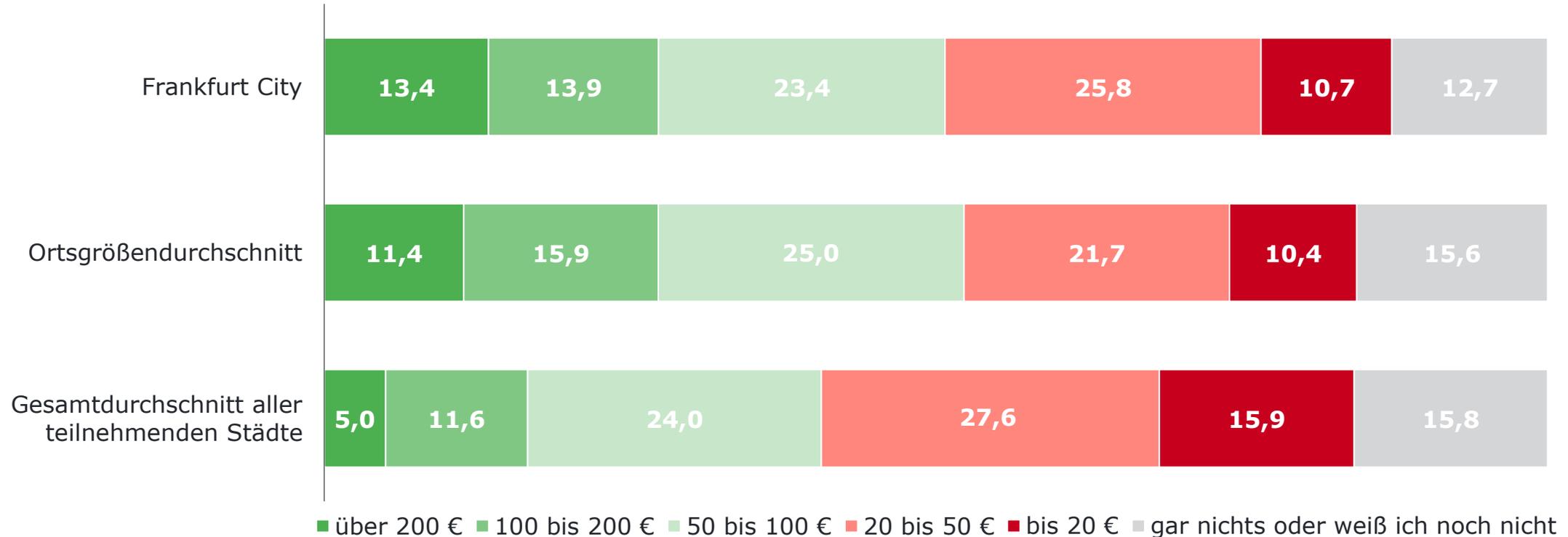


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

# WIE SHOPPEN DIE INNENSTADTBESUCHER?

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

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

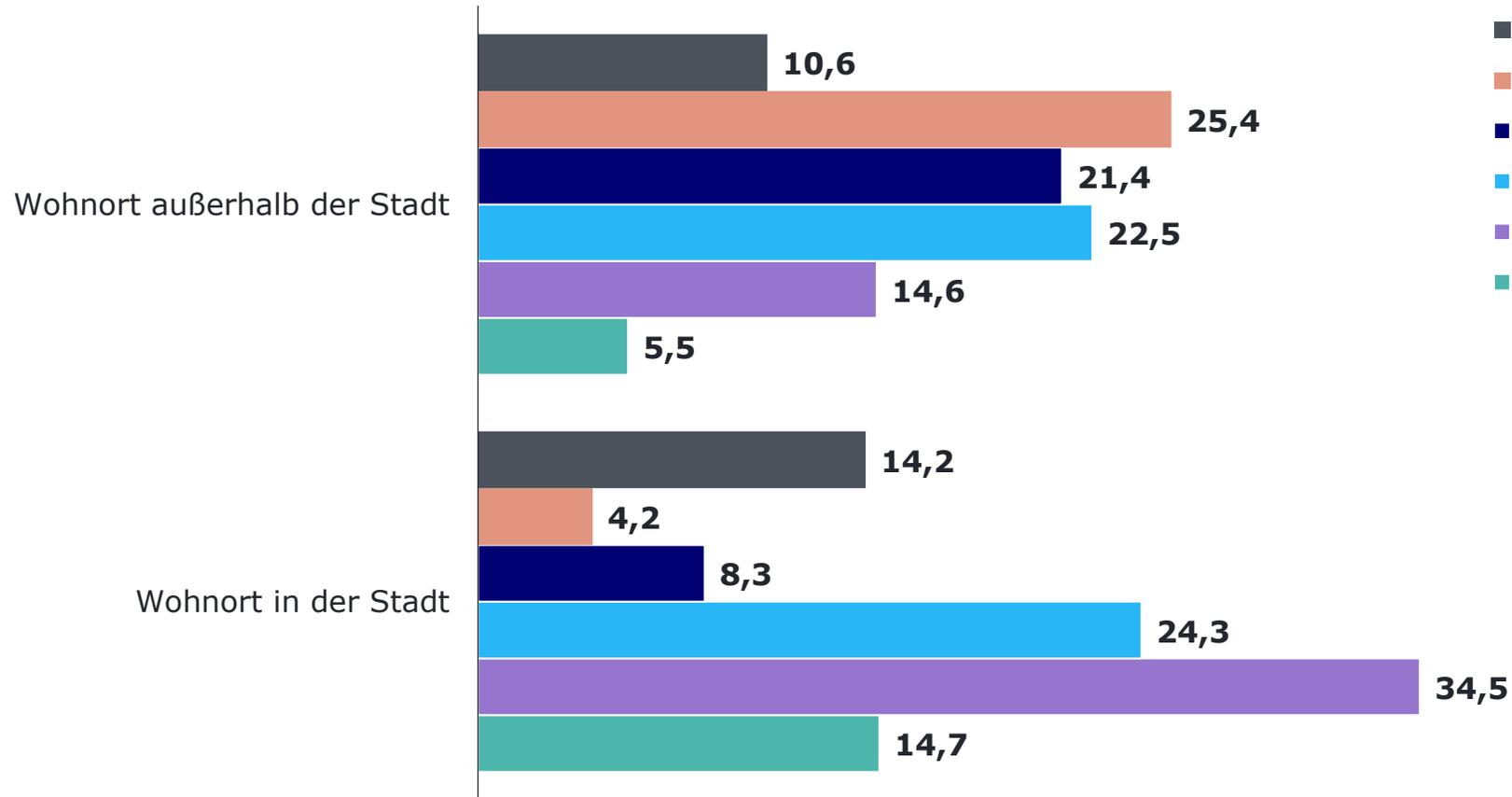


**INFO** n = 2.004, Angaben in % der Befragten

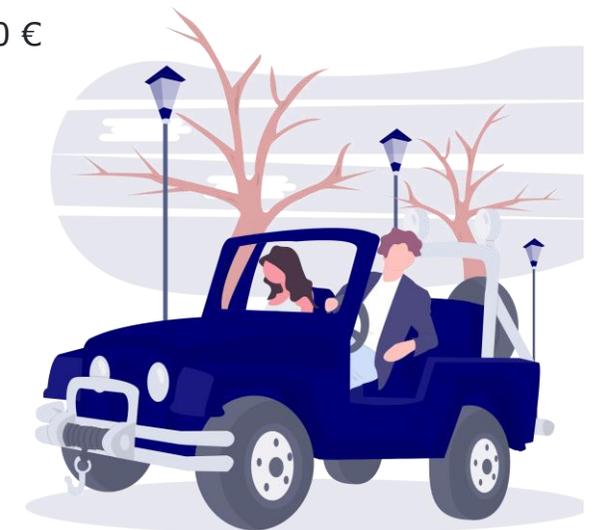
# WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

## Ausgabeverhalten nach Besucherherkunft

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



- gar nichts oder weiß ich noch nicht
- über 200 €
- 100 bis 200 €
- 50 bis 100 €
- 20 bis 50 €
- bis 20 €

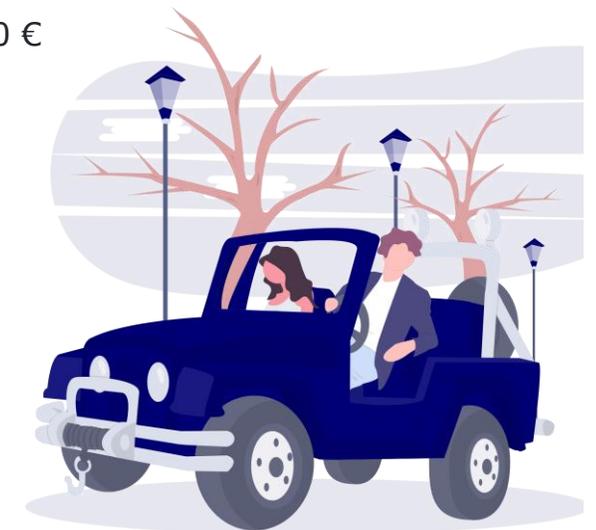
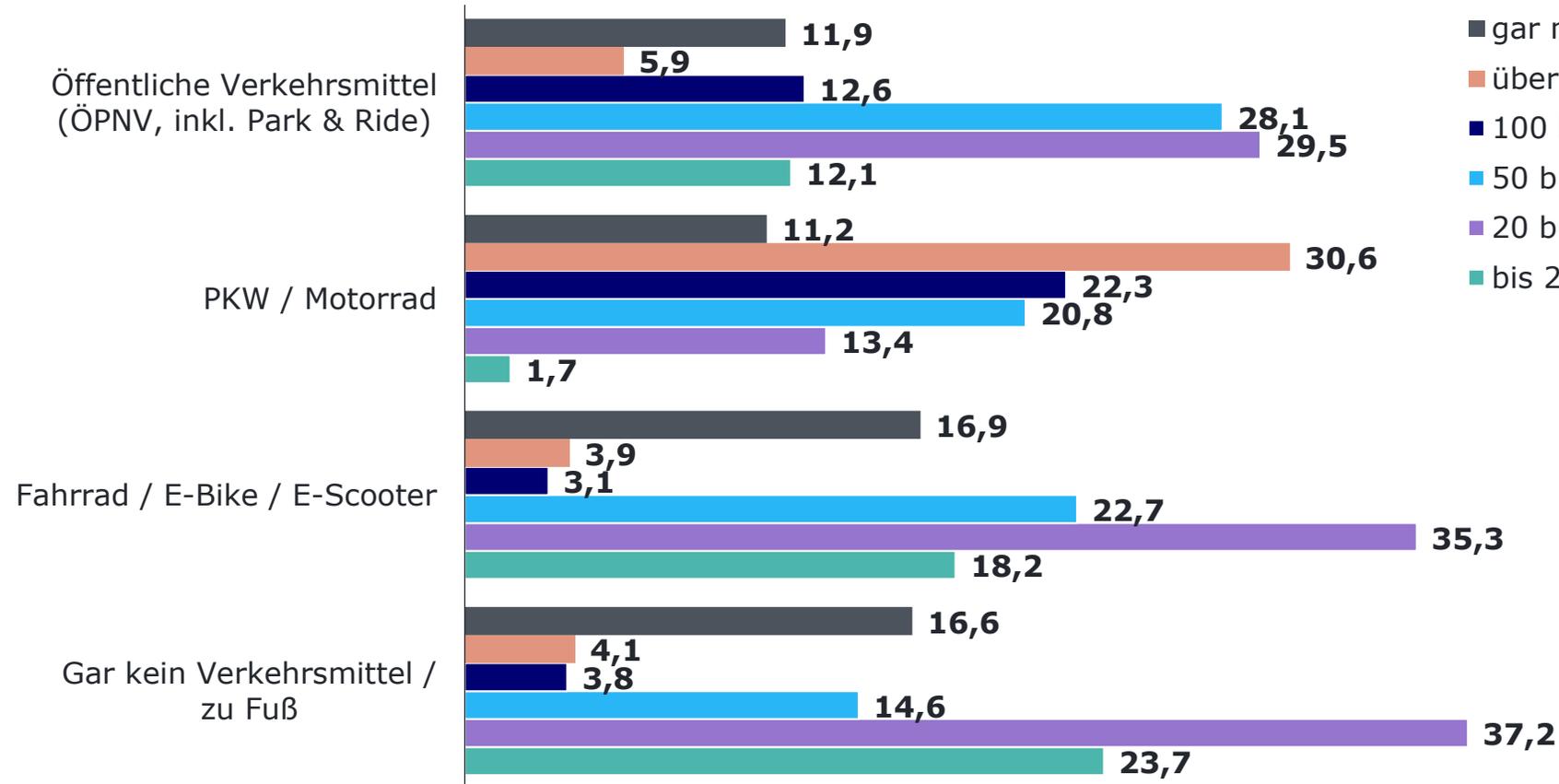


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

# WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

## Ausgabeverhalten nach Verkehrsmitteln

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



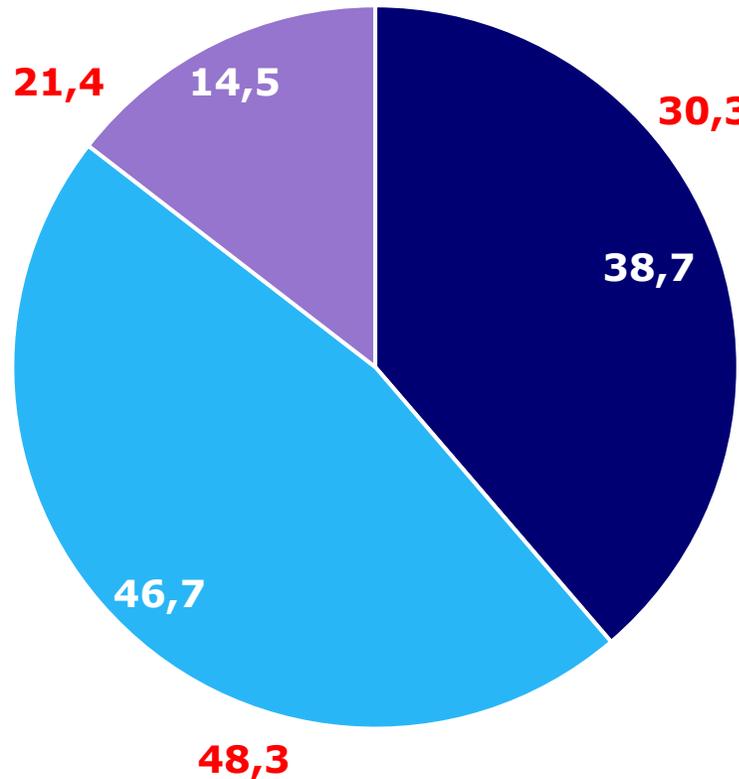
INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

# 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?

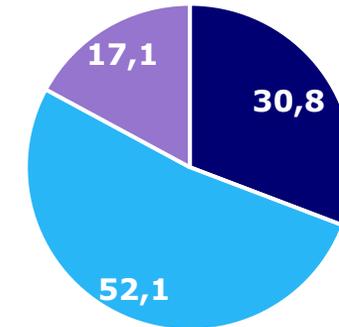
DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

## Frankfurt



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

## Ortsgrößendurchschnitt

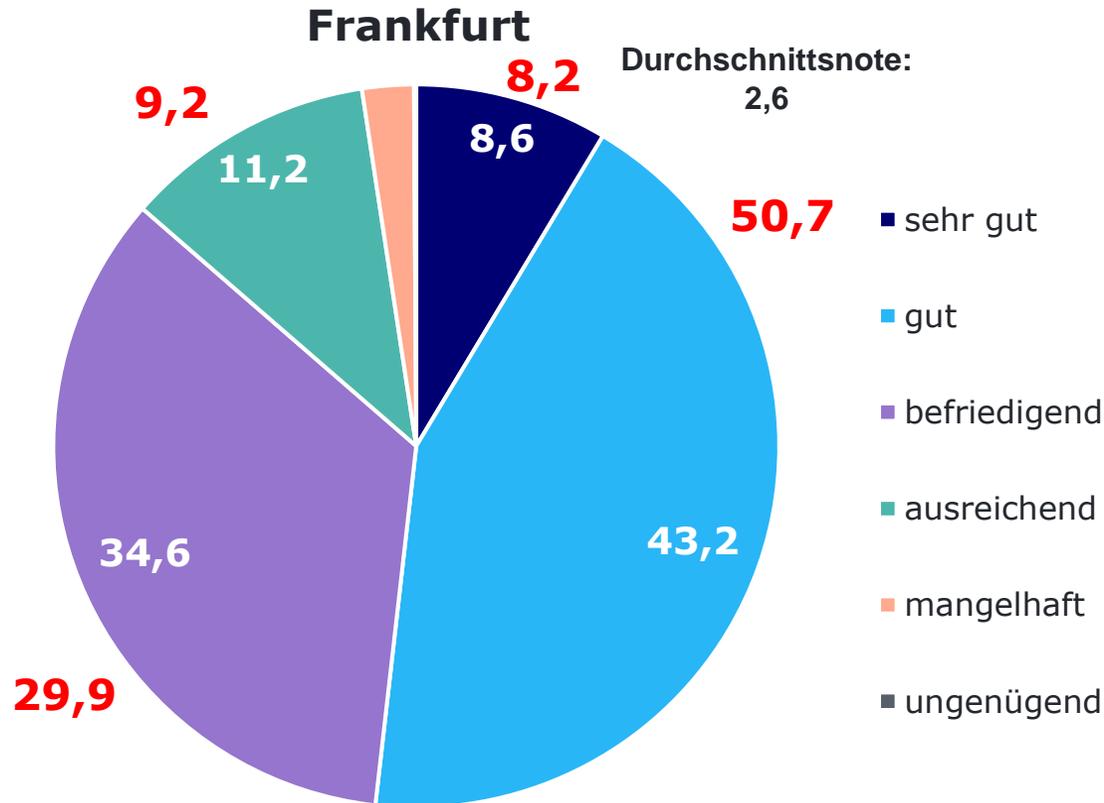


**INFO** n = 2.004, Angaben in % der Befragten  
**Rot = Werte aus der Befragung „Vitale Innenstädte 2022“**

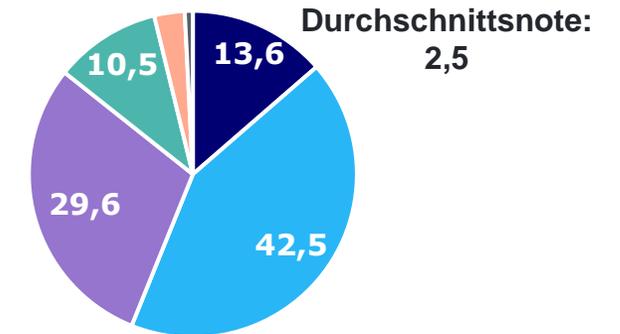
# WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

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

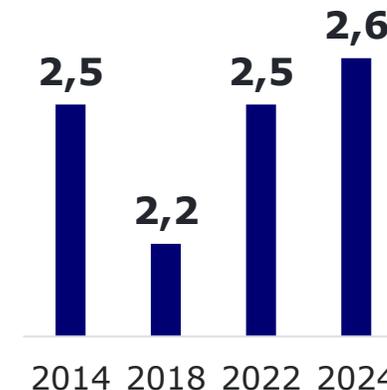
DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE



## Ortsgrößendurchschnitt



## Entwicklung in Frankfurt am Main

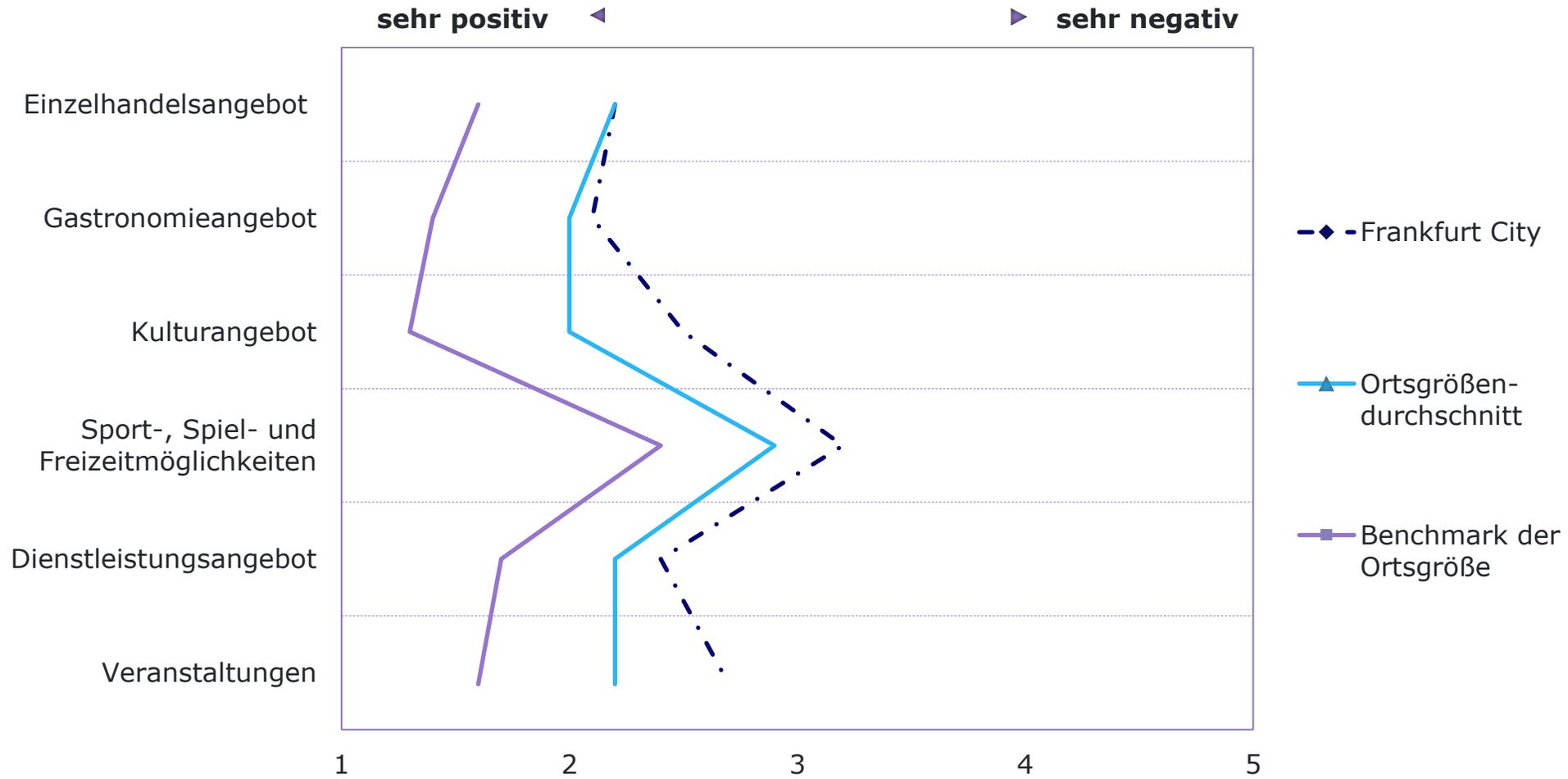


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten  
 Rot = Werte aus der Befragung „Vitale Innenstädte 2022“

# WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

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

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

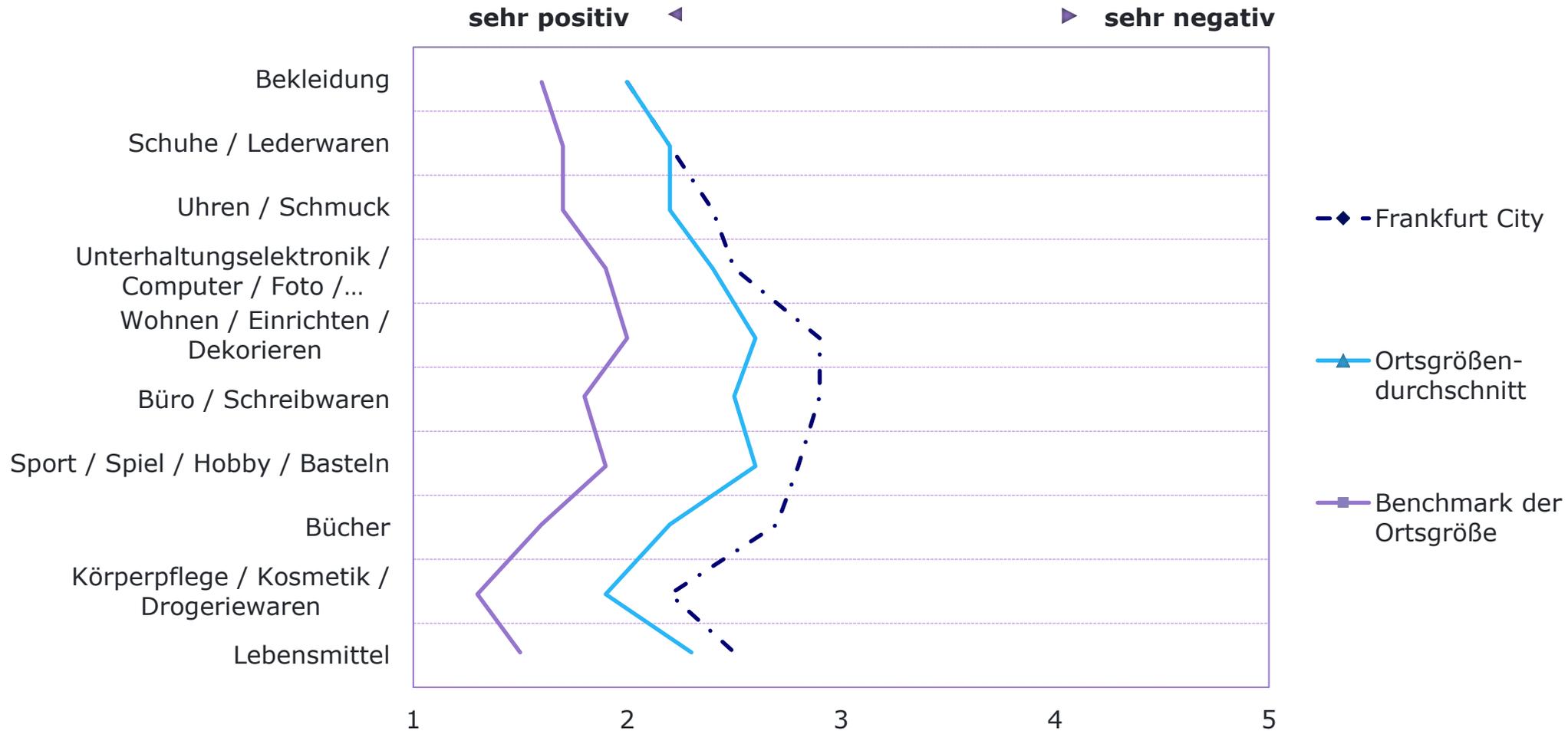


INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

# WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

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

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

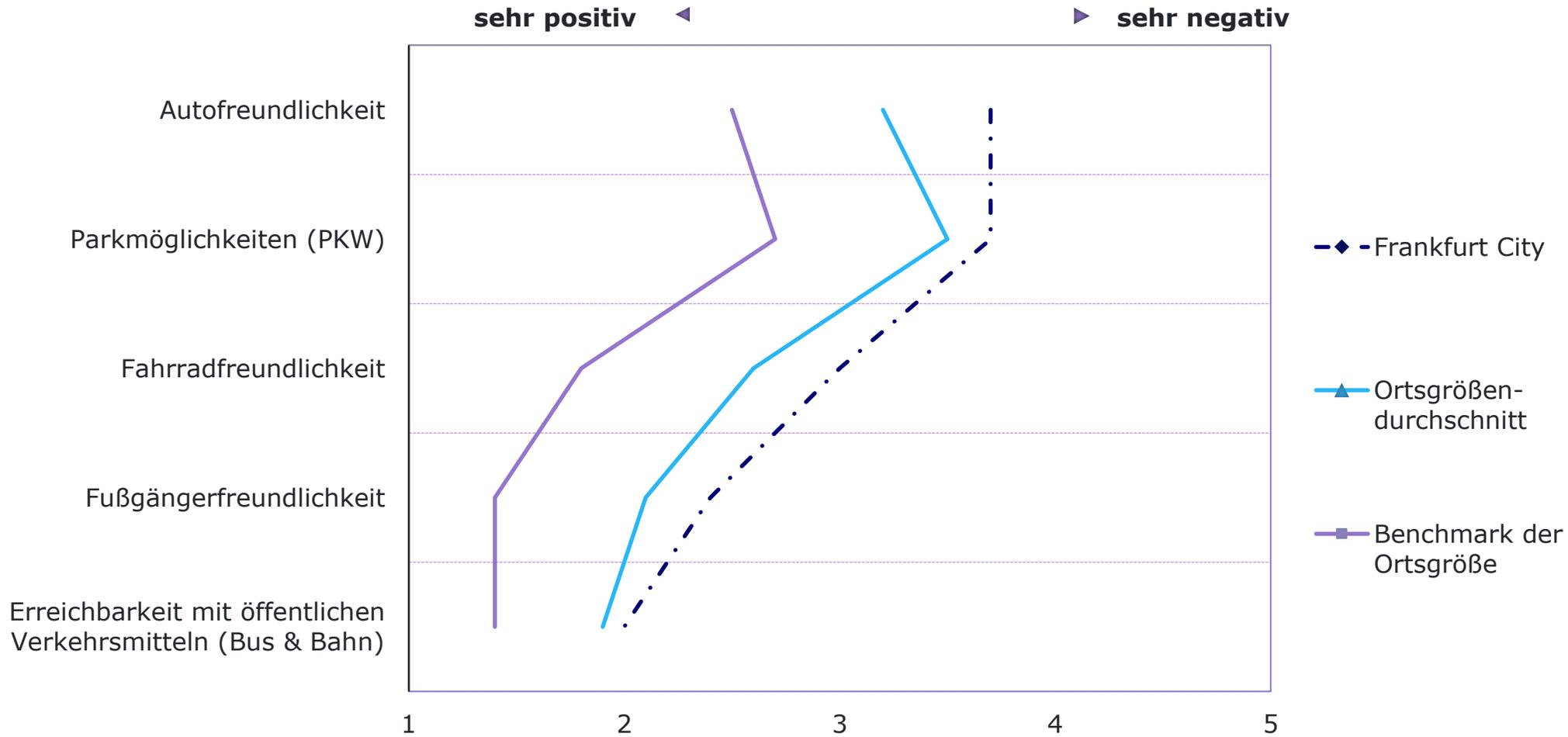


INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

# WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

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

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE

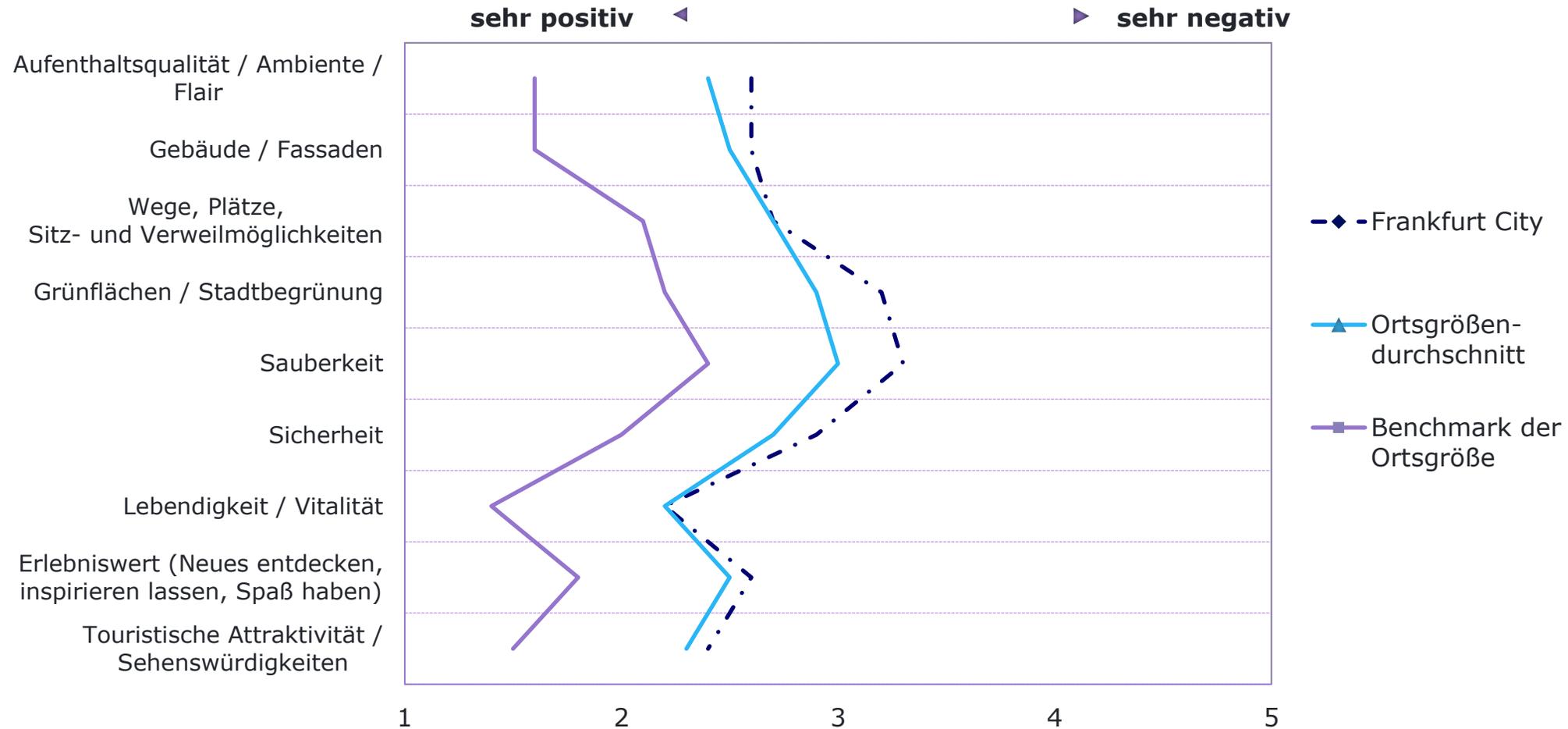


INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

# 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

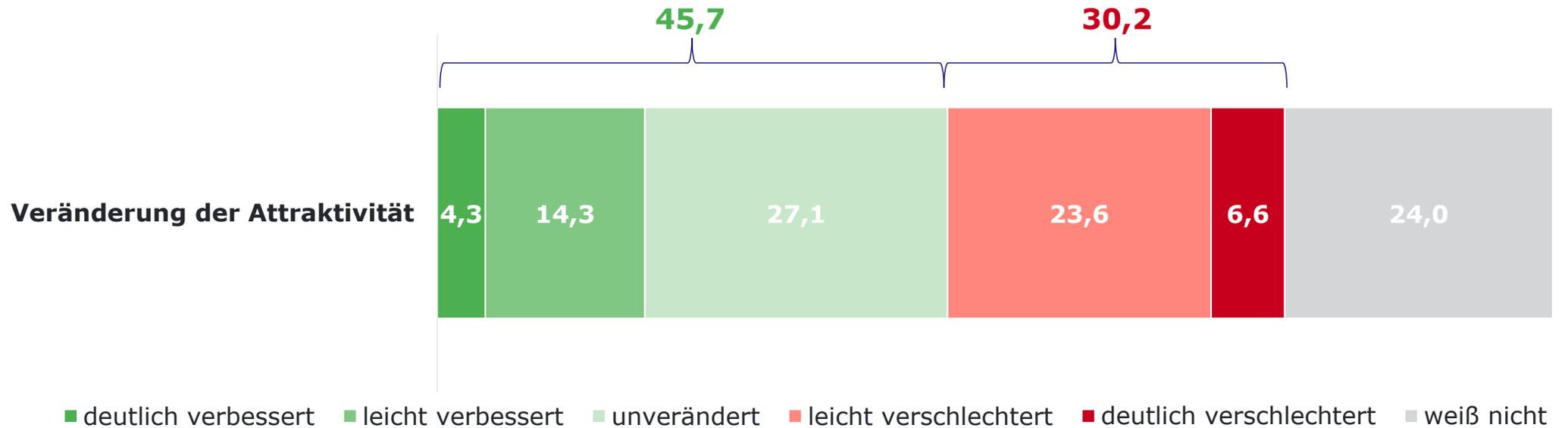


INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

## 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

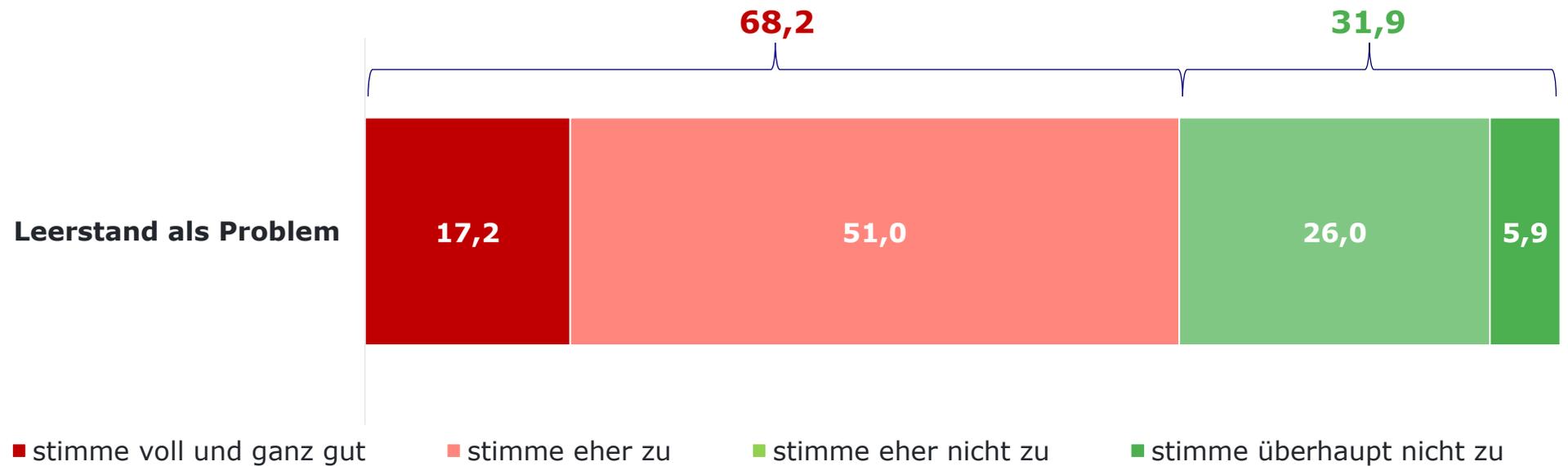


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

# WIE BEWERTEN DIE BESUCHER DIE INNENSTADT?

Leerstehende Ladengeschäfte in der Innenstadt stellen ein großes Problem dar!

DURCHSCHNITT DER  
BEIDEN TAGE

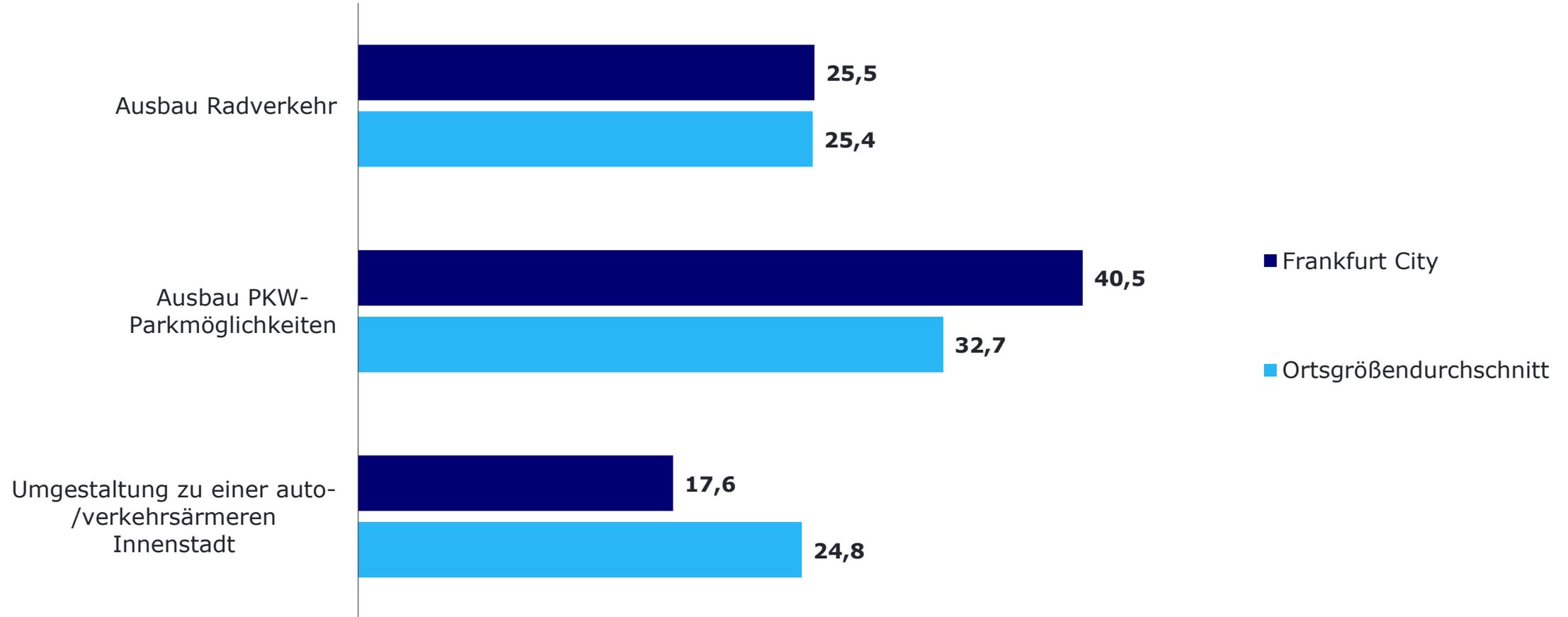


INFO n = 2.004, Angaben in % der Befragten

# ZUKÜNFTIGE ANFORDERUNGEN AN DIE INNENSTADT?

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

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



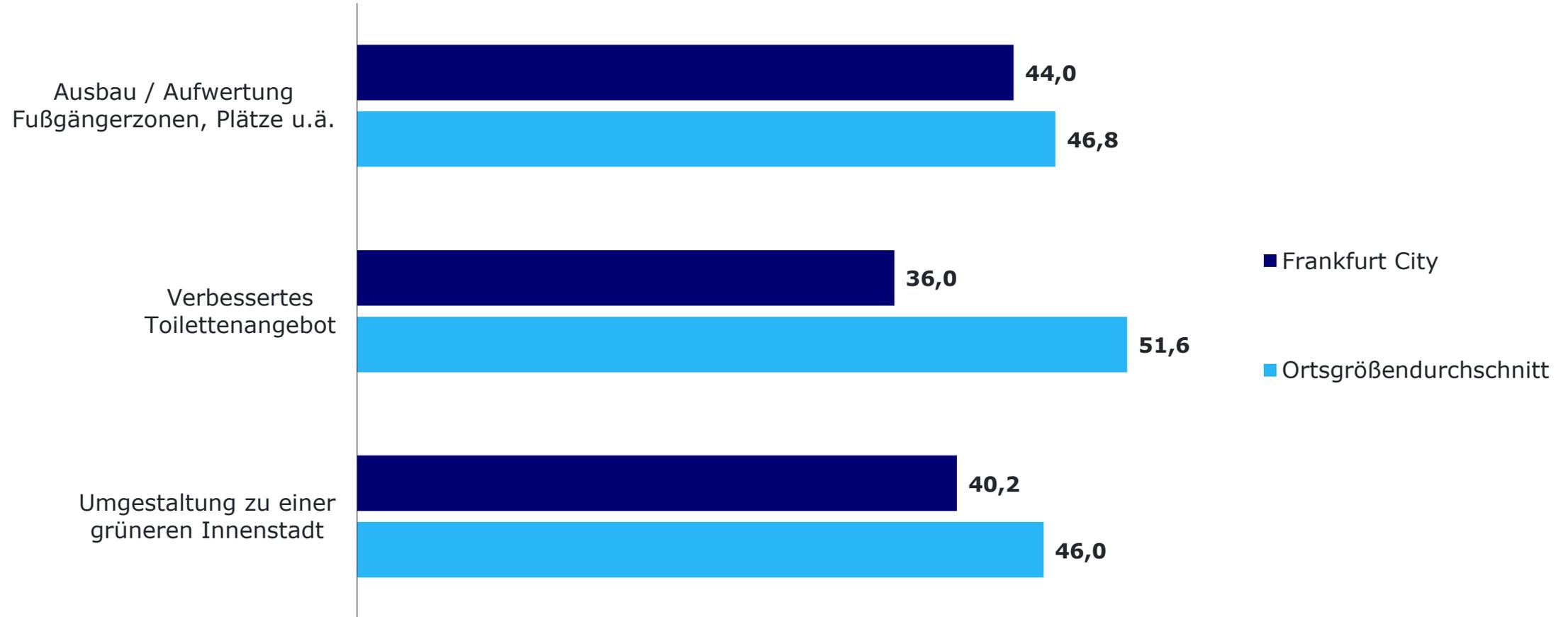
INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Angaben in % der Befragten

Antworten mit „unbedingt“

# ZUKÜNFTIGE ANFORDERUNGEN AN DIE INNENSTADT?

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

DURCHSCHNITT DER BEIDEN TAGE



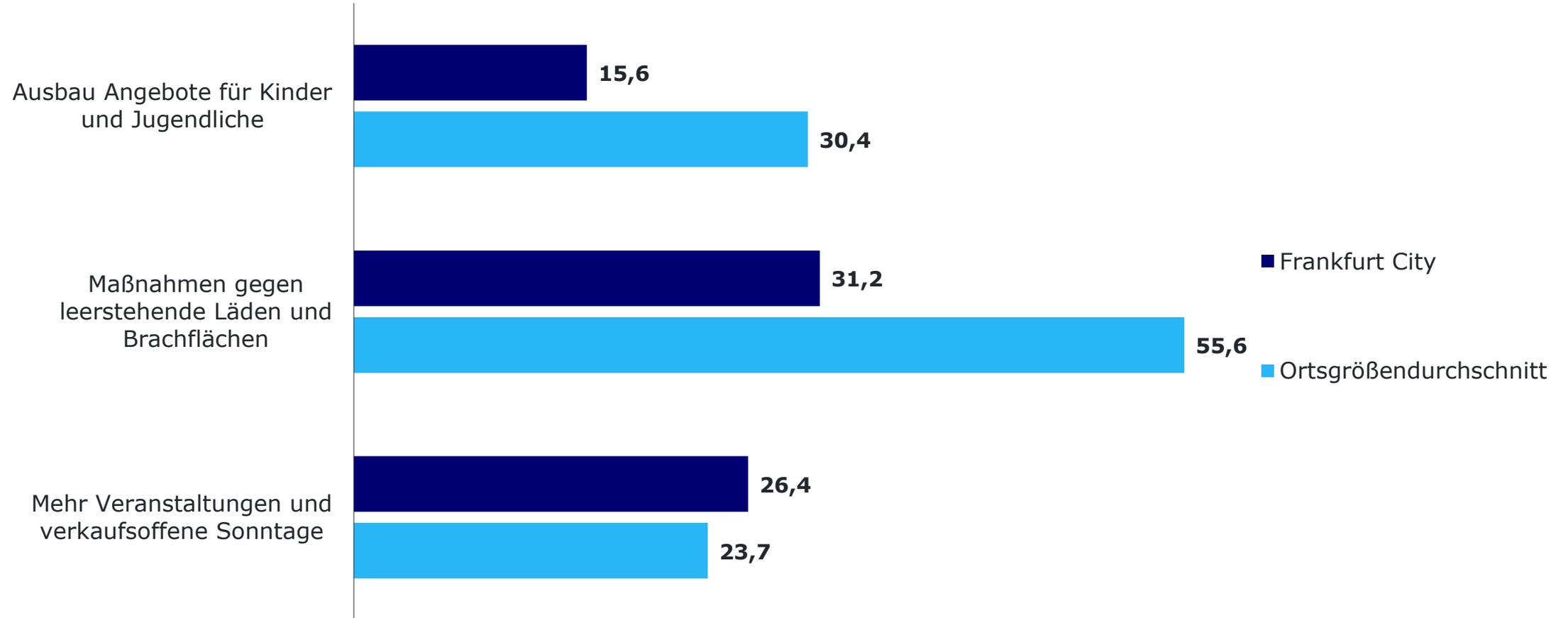
INFO 2.004 ≥ n ≥ 2.004, Angaben in % der Befragten

Antworten mit „unbedingt“

# ZUKÜNFTIGE 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, Besuchsfrequenz 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

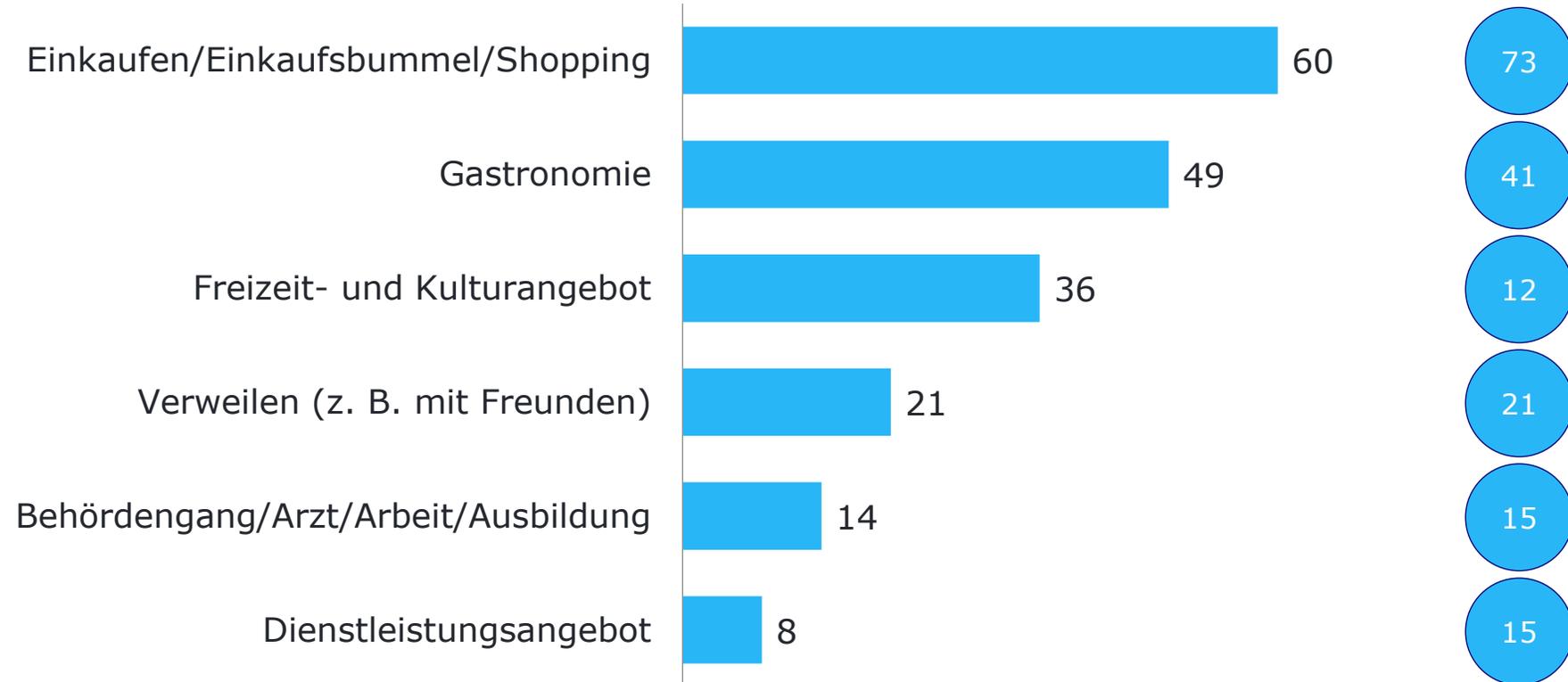
- Die Befragung wurde im Dezember 2024 vom IFH Köln durchgeführt.
- Befragt wurden 1.000 Bewohner von Gemeinden im Umkreis von 40 Kilometern Entfernung. Die Stadt Frankfurt am Main wurde hierbei ausgeklammert
- Merkmale der Befragung:
  - Online-Panel-Befragung
  - Fragebogen mit Plausibilitätsfragen 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)

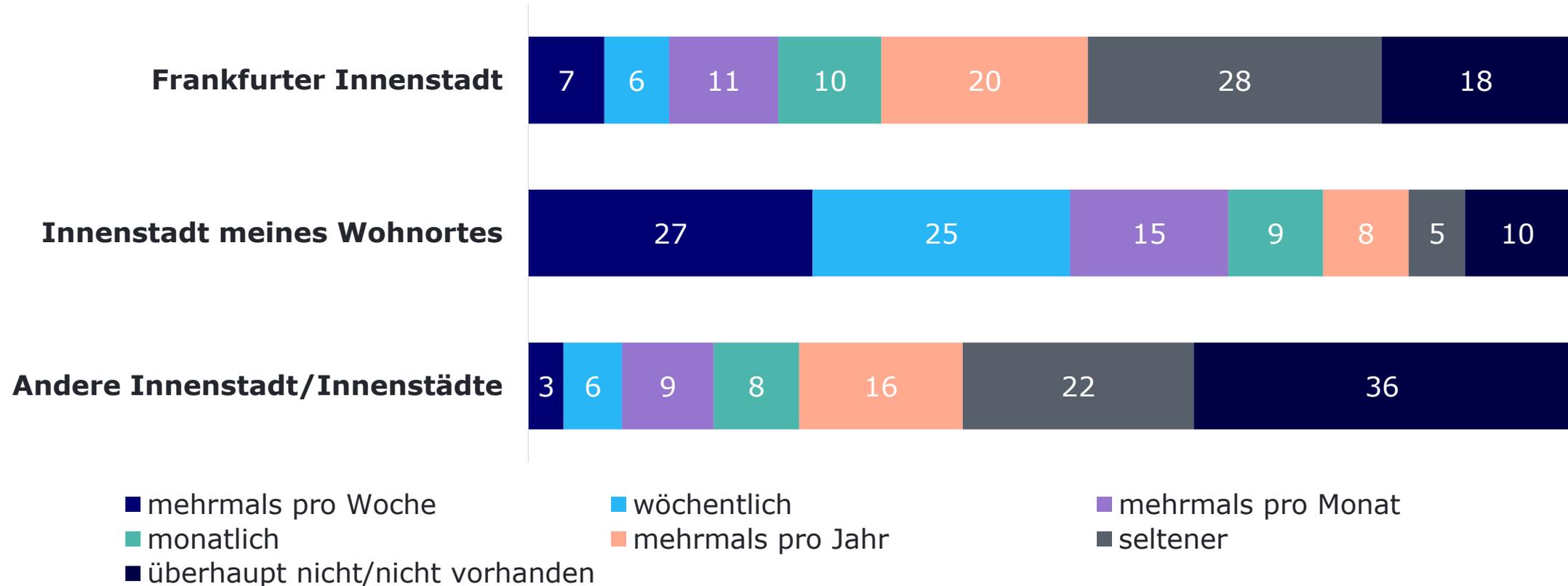


**INFO** n = 819, Angaben in % der Befragten

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

## WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

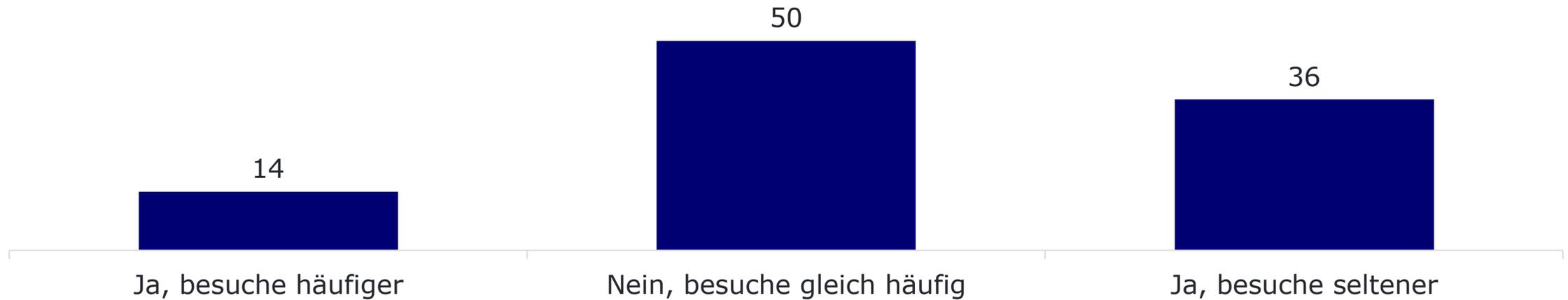
Wie häufig sind Sie in den folgenden Innenstädten?



**INFO** n = 1.000; Angaben in %  
Frage: Wie häufig sind Sie in den folgenden Innenstädten?

## WIE WIRD DIE INNENSTADT BESUCHT?

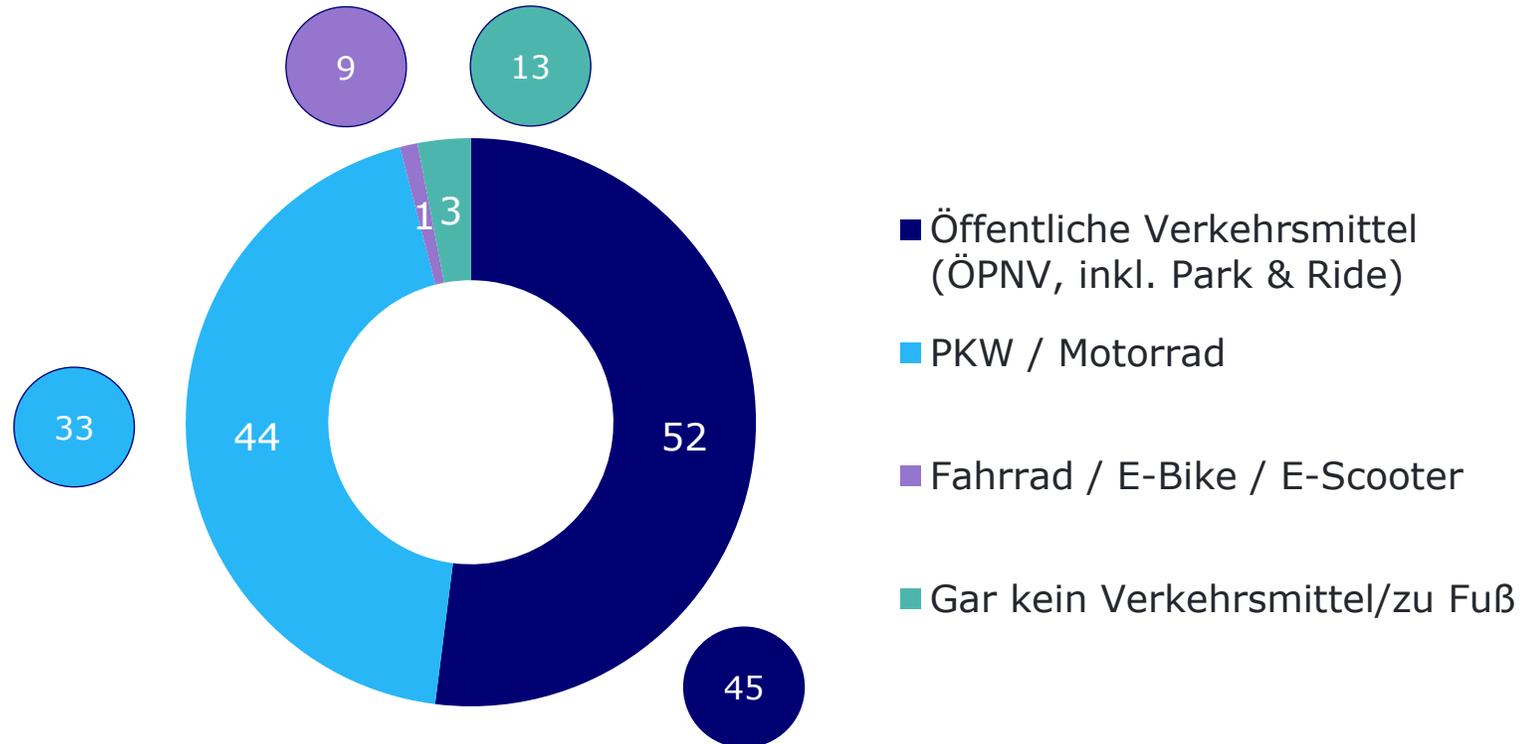
Hat sich Ihr Besuchsverhalten der Innenstadt von Frankfurt am Main in den letzten zwei bis drei Jahren verändert?



**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

**x** 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?

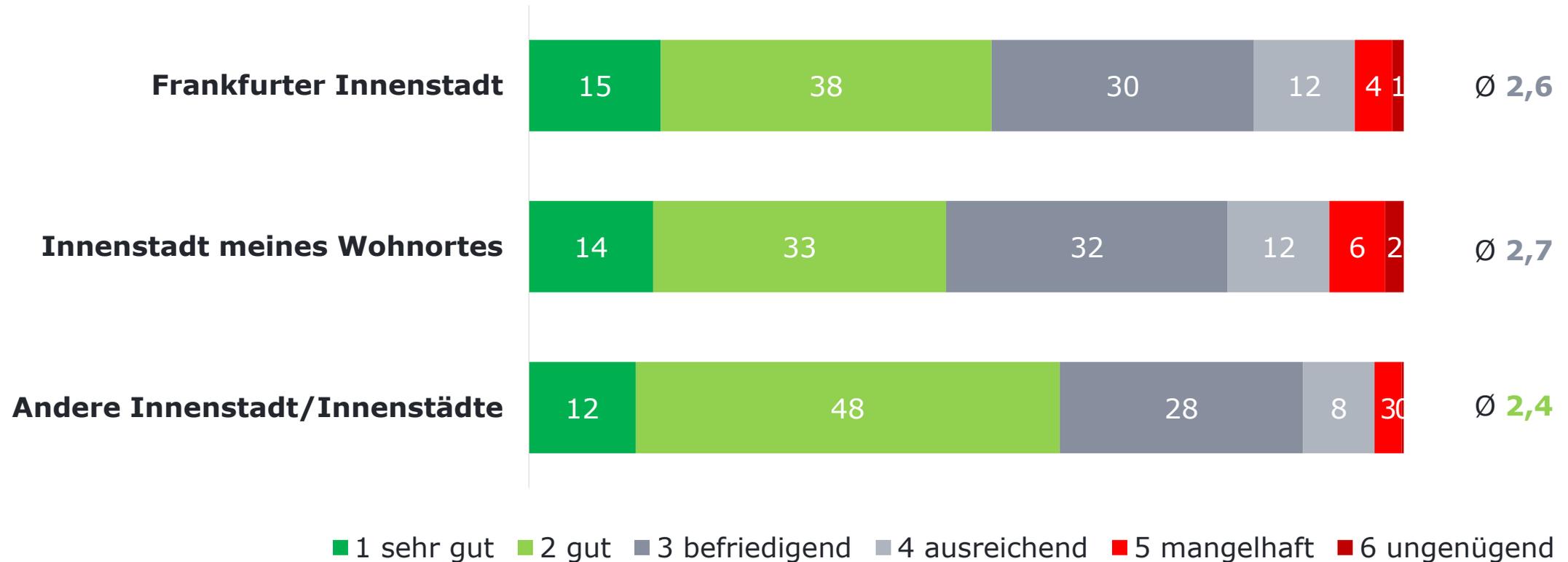


**INFO** n = 1.000, Angaben in % der Befragten

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

# WIE WIRD DIE FRANKFURTER INNENSTADT BEWERTET?

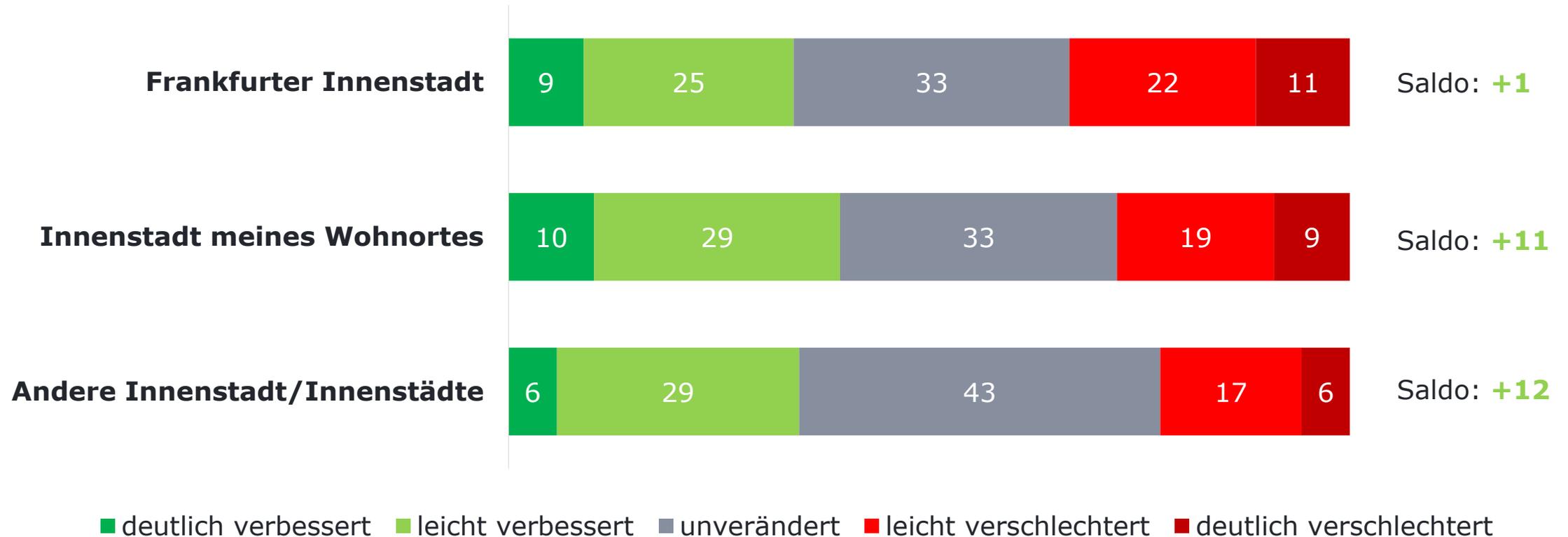
Wie gut gefallen Ihnen die folgenden Innenstädte?



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

## WIE WIRD DIE FRANKFURTER INNENSTADT BEWERTET?

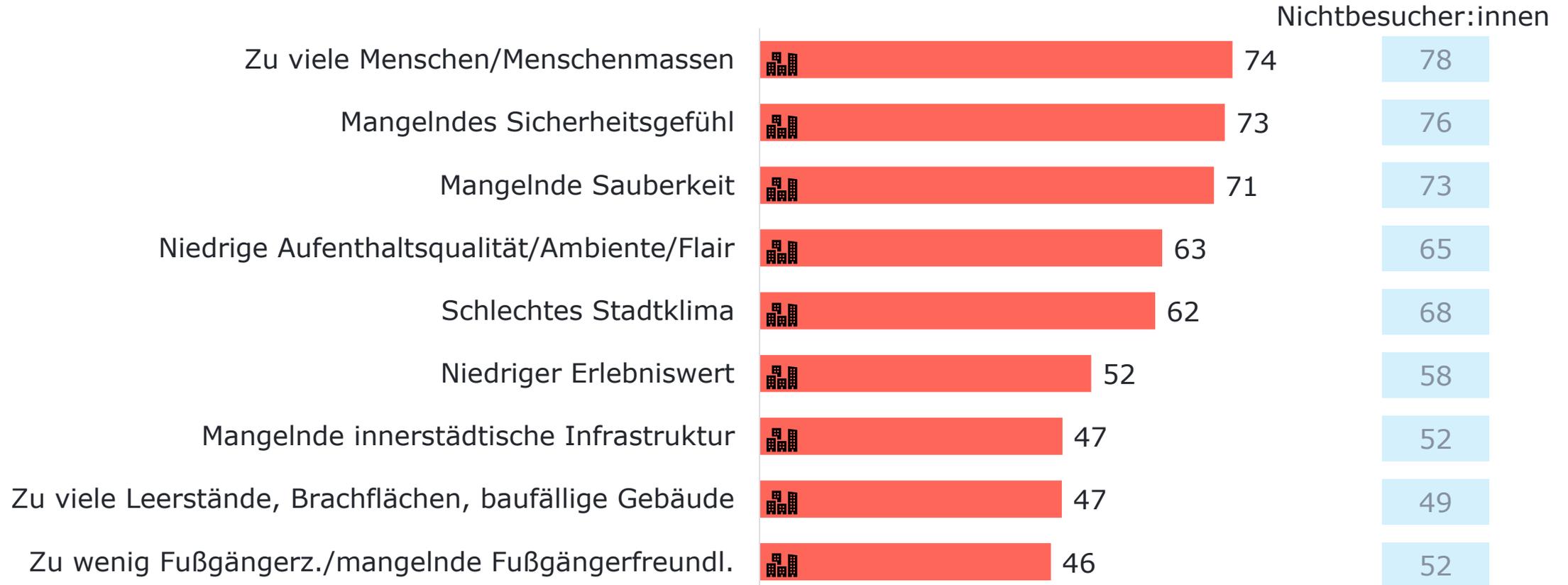
Wie haben sich Ihrer Meinung nach die folgenden Innenstädte in den letzten fünf Jahren entwickelt?



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

## WELCHE BARRIEREN GIBT ES?

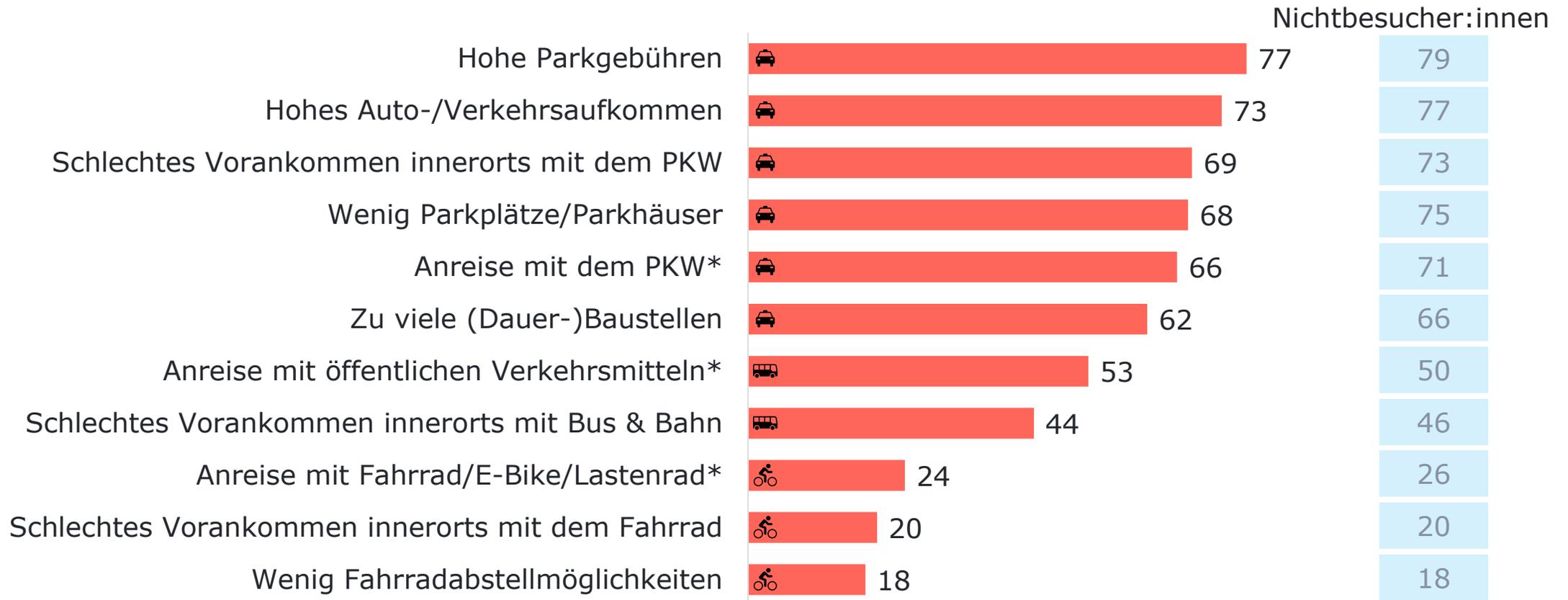
Wie relevant sind für Sie persönlich die folgenden Barrieren für einen Besuch der Frankfurter Innenstadt im Bereich Aufenthaltsqualität – also die Gründe, die Sie von einem Innenstadtbesuch abhalten und ggf. andere Standorte aufsuchen lassen?



**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?

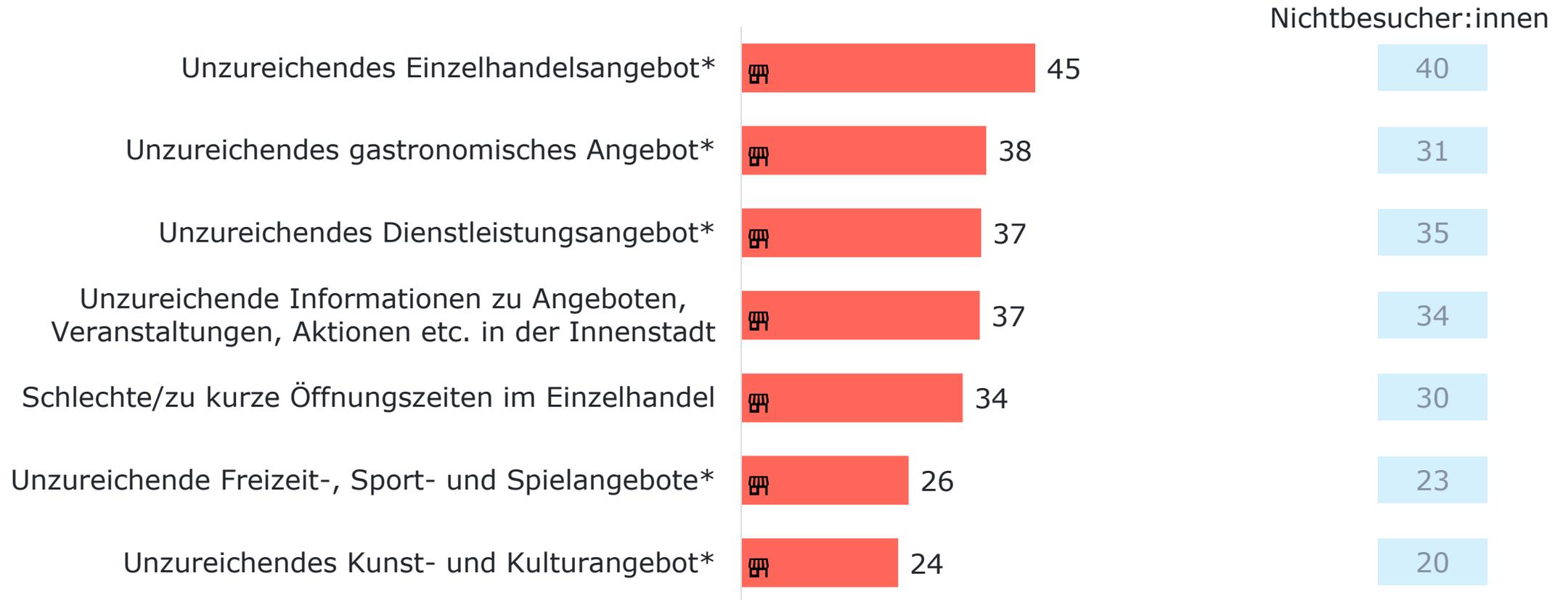


\* Schlechte Erreichbarkeit und Schwierigkeiten bei der...

**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?

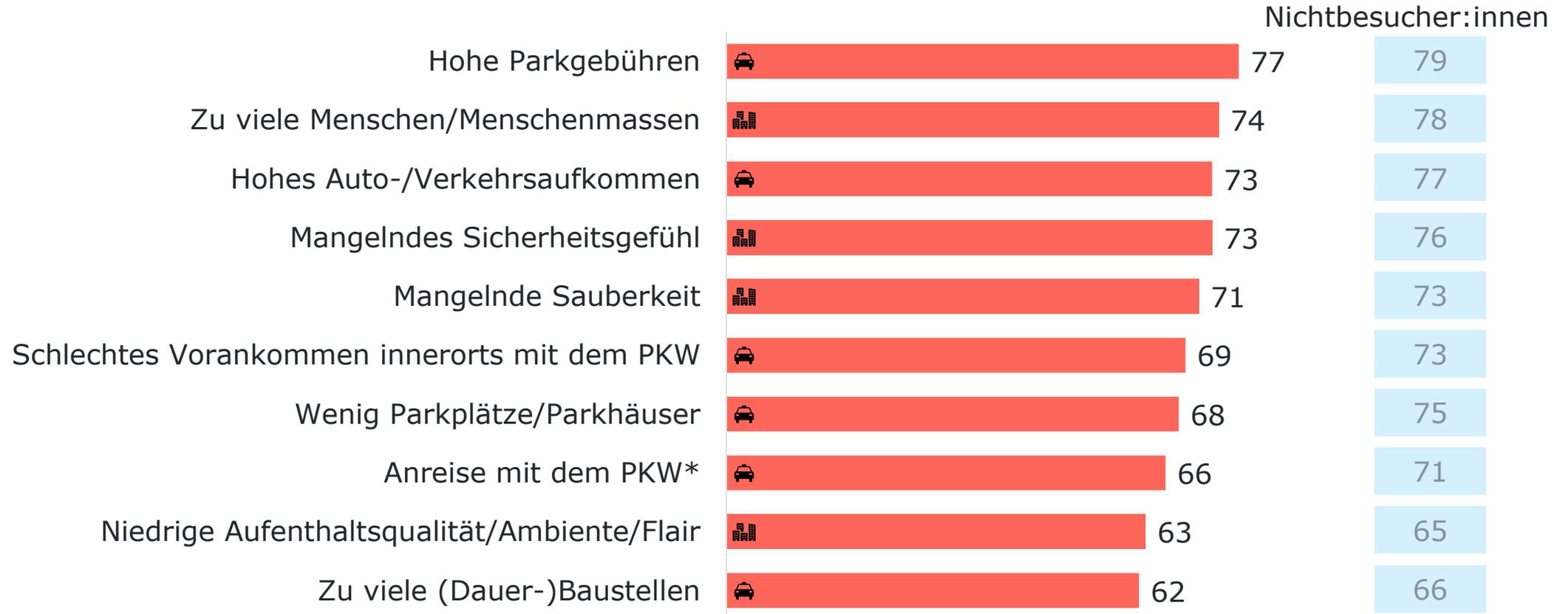


\* Anzahl und Qualität der Angebote.

**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?

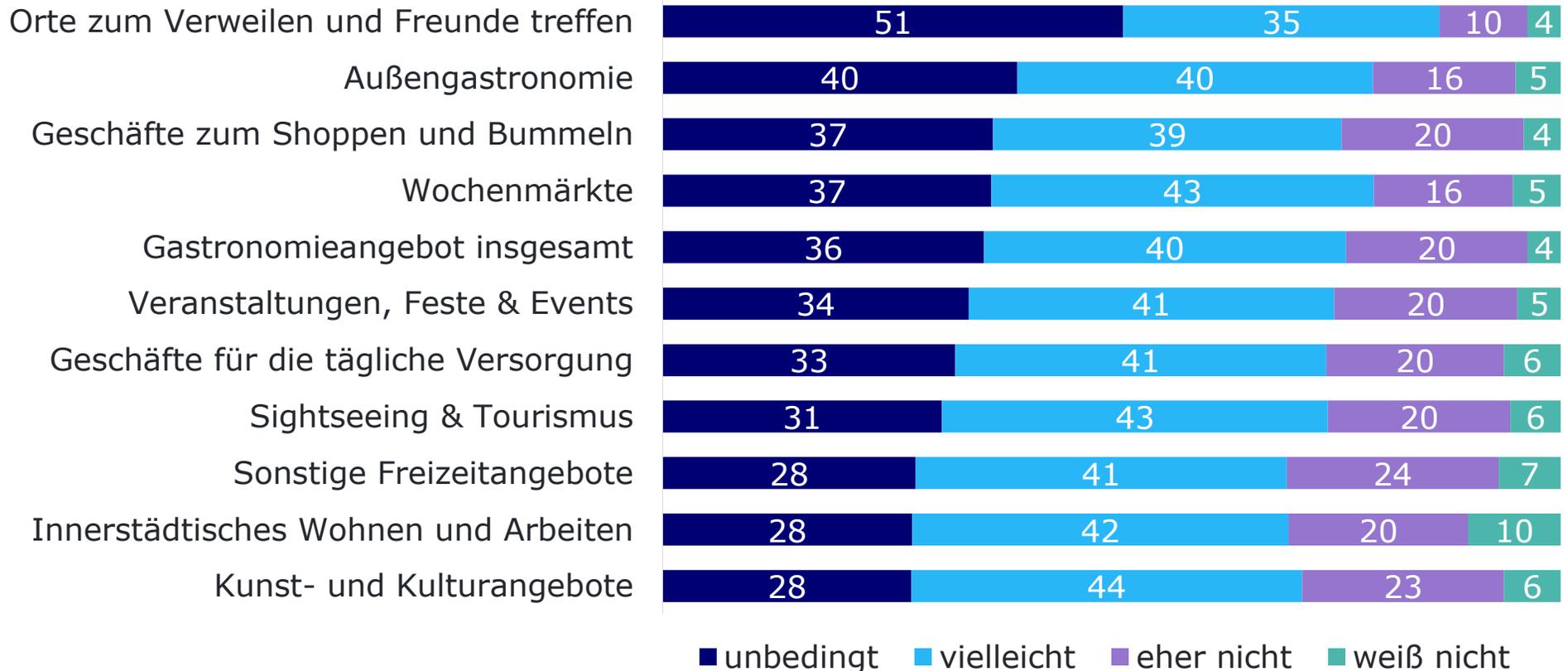


\* Schlechte Erreichbarkeit und Schwierigkeiten bei der...

**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“

## ZUKÜNFTIGE ANFORDERUNGEN AN DIE INNENSTADT

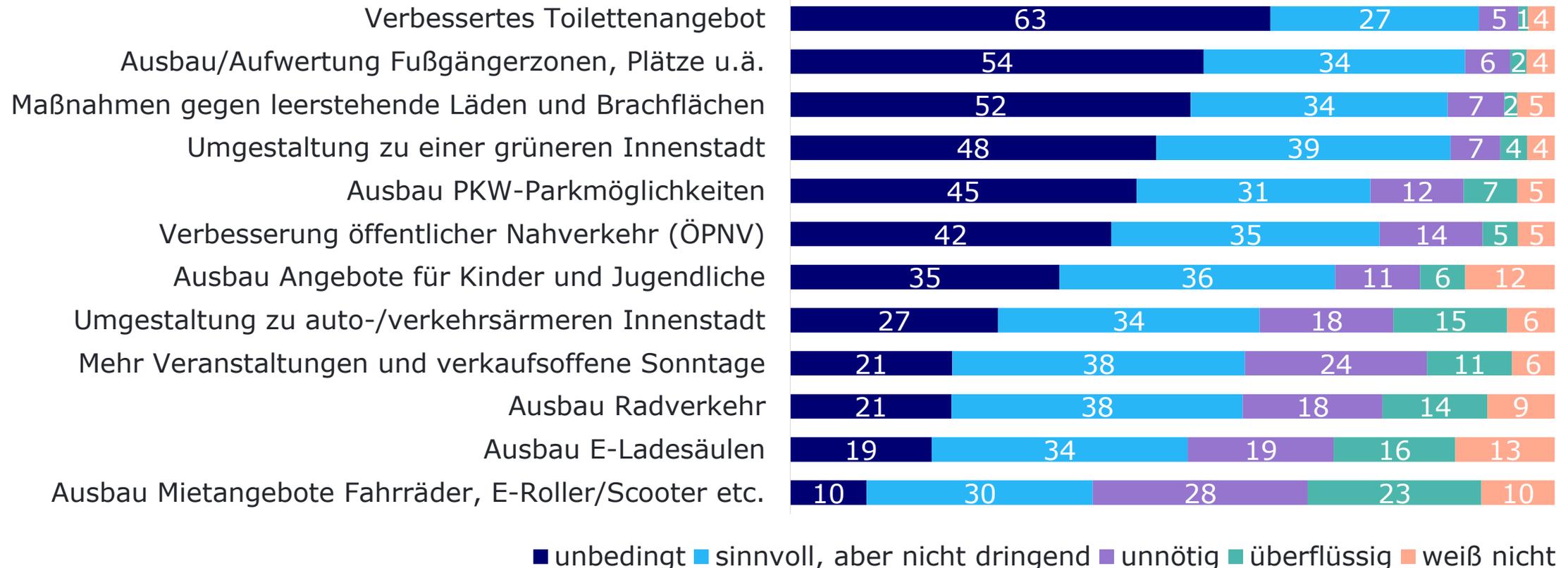
Welche der folgenden Angebote, Anlässe und Funktionen gehören Ihrer Meinung nach in die Innenstadt von Frankfurt am Main und sollten ausgebaut werden?



**INFO** n = 1.000, Angaben in % der Befragten

## ZUKÜNFTIGE ANFORDERUNGEN AN DIE INNENSTADT

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



**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](mailto:a.theiss@frankfurt-main.ihk.de)

## Wirtschaftsförderung Frankfurt

Bernhard Grieb  
Geschäftsführer  
T +49 (0) 69 - 212 36210  
[bernhard.grieb@frankfurt-business.net](mailto: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](mailto:eduard.singer@stadt-frankfurt.de)

Quelle Abbildungen/Graphiken der Präsentation: IfH Köln