

VITALE INNENSTÄDTE 2022

WELCHE NOTE ERHÄLT IHRE INNENSTADT?

**GRÖßTE INNENSTADTUNTERSUCHUNG FÜR
HANDELSSTRATEGIEN, STADTENTWICKLUNG
UND -MARKETING**

Angebot zur Projektteilnahme

Köln, im August 2021



Studie: Vitale Innenstädte 2022 – Valide Ergebnisse zu Ihrer Stadt

- **Verlässliche Daten** zu Besucherstruktur und Bewertung Ihrer Innenstadt: Wie sehen Besucher:innen Ihre Stadt?
- **Optimierungspotenziale** in Ihrer Innenstadt: Identifizierung der Stärken und Schwächen Ihrer Innenstadt.
- **Aktuelle Ergebnisse** zur Bewerbung der Vorteile Ihrer Stadt in den **Medien**: Womit punktet Ihre Stadt?
- **Entscheidungsgrundlage** für politische und städtebauliche **Prozesse**: Information zur Stadtentwicklung.
- Ansatz für **Dialog mit Händlern und Immobilienbesitzern**: Einheitliche Daten für bessere Kommunikation.

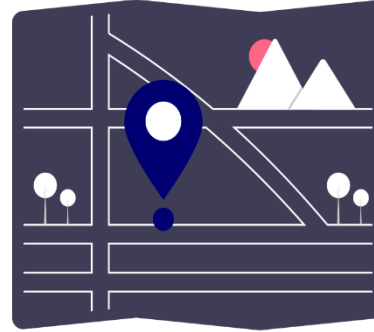
... für den objektiven Blick von Außen:

- Erkennen Sie **Optimierungspotenziale** aus Passantensicht für Ihre Innenstadt: Handlungsorientiertes Wissen zur Steigerung der Attraktivität Ihrer Innenstadt – für jede Standortgröße und gleichzeitig lokal spezifisch.
- **Passant:innen-Befragung: Kostengünstig** durch Ihre aktive Beteiligung an der Befragungsdurchführung

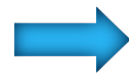


NEU: EINBETTUNG IN FÖRDERPROJEKTE:

- Nutzen Sie „Vitale Innenstädte 2022“ für Ihre **geförderten Projekte** zur Innenstadt-Attraktivierung.
- Gerne zeigen wir Ihnen, wie Sie die Studie **für Planung oder Erfolgskontrolle** in Förderprojekten einsetzen.



Festlegung Innenstadt



Befragungs-Standorte



Passant:innen-Interviews

- Vitale Innenstädte 2014: 62 Städte – 2016: 121 Städte – 2018: 116 Städte – 2020: 107 Städte – 2022: mehr Städte/Interviews für noch mehr Insights
- Analyse und Auswertung erfolgt auf Einzel-Standort-Basis, d.h.:
Sie erhalten eine für Ihre Stadt zugeschnittene Auswertung!
- Auswertung: Ihr Ergebnis gegen ähnliche Ortsgrößen und gegen erfolgreiche Benchmarks
- Anonymität Ihrer Ergebnisse ist gewährleistet!

Passant:innen-Befragung

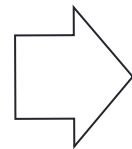
Vor Ort in der jeweiligen Innenstadt zur Gewinnung verlässlicher Informationen zu **Besucherstruktur, -verhalten und -bewertung** als Grundlage für individuelle Stärken-/Schwächen-Profile ausgehend von Verbrauchermeinungen für anschließende, operative Handlungsansätze.

Welche Note bekommt Ihre Innenstadt?

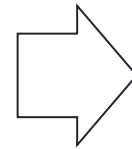
Ausgewertet auf lokaler Ebene bieten sich so Erkenntnisse und Ansatzpunkte, um Ihre Innenstadt im Kontext **Handelsattraktivität** zu **verbessern!**

Ergebnisse liefern eine fundierte **Entscheidungsgrundlage** für Stadtplanung, City- und Stadtmarketing!

Erstellung und
Zusendung des
Fragebogens
durch IFH KÖLN



Umsetzung der
Befragung durch
Sie als lokalen
Teilnehmer



Unabhängige
Auswertung
am IFH KÖLN

Inhalte des Fragebogens

Basis-Fragen

Damit können die Teilnehmerstädte im Zeitablauf Veränderungen bei der Besucherstruktur und der Bewertung erkennen.

- Bewertung der **Attraktivität** der Innenstadt anhand von Schulnoten (insgesamt und Einzelkriterien wie Erreichbarkeit, Gastronomie, Freizeitangebot, allgemeines Ambiente/Flair, Lebendigkeit), Einzelhandelsangebot, unterschieden nach Sortimenten.
- Bedeutung von **Online-Angeboten**
- Änderung des **Einkaufsverhaltens** durch Online-Shopping?
- **Aufenthaltsdauer** und **Besuchshäufigkeit**
- **Wohnort**, Alter und Geschlecht

Jahresthema

Für jede Untersuchung wird ein neues, **aktuelles Schwerpunktthema** gewählt, das aktuelle Entwicklungen aufgreift.

- 2014: Aufdecken von Sortimentslücken im Angebot der Innenstadt
- 2016: Einkaufsstättenwahl der Innenstadtbesucher nach Sortimentsbereichen und Aussagen zur Digitalisierung
- 2018: Gastronomie und Events: Erlebnisshopping in der Innenstadt
- 2020: Visitor Journey der Innenstadtbesucher
- Jahresthema 2022: **Nutzungsmix und Bewertung neuer lokaler Angebote**

Stadtindividuelle Zusatzfrage(n)

Alle Teilnehmerstädte haben wieder die Gelegenheit, individuelle Fragen zu stellen.

Neueste Studien zeigen: Der Handel, wie wir ihn innerstädtisch bisher kennen, kann allein kein Garant für belebte Innenstädte sein. Weitere Besuchsmotive müssen angesprochen werden.

Der Wunsch der Konsument:innen: Kombination von unterschiedlichen Nutzungsarten, wie Handel, Gastronomie, Freizeit-, Kultur-, Bildungs- und Gesundheitseinrichtungen. Dabei muss jeder Stadtakteur auch für sich allein und auf seiner bespielten Fläche Erlebnis und Innovation in Angriff nehmen.

Hier gilt es zu untersuchen, welche Ansätze lokal vorstellbar und umsetzbar sind:

Vielfalt in der Innenstadt: Neuer Nutzungsmix und Bewertung neuer lokaler Angebote



- Gewünschte neue Funktionen
- Genutzte neue Funktionen

- Gewünschte neue Anbieter/Leistungen
- Bewertung der neuen Angebote

- Services für Erlebnis und Convenience
- Digital gestützte neue Services

- Convenience als Erfolgsindikator
- (soziales) Erlebnis als Erfolgsindikator



Standardisierter Fragebogen mit Ankreuzfunktion oder alternativ Nutzung eines digital mit mobilen Geräten auszufüllenden Fragebogens



Stichprobe und Erhebungsdauer

Gewährleistung der Repräsentativität der Stichproben durch:

- **Ganztägige Befragung** an standortspezifisch relevanten Punkten im Stadtzentrum (individuell vor Ort abgestimmt)
- **Einheitlicher Befragungszeitraum:** zwei typische Tage im September/Oktober 2022 (Donnerstag und Samstag, wird festgelegt)



Hohe Interviewzahl (abhängig von der Ortsgröße, pro Tag/Stadt min. 200)

- bis 50.000 Einw.: 200 Interviews pro Tag
- 50-100.000 Einw.: 300 Interviews pro Tag
- 100-250.000 Einw.: 400 Interviews pro Tag
- 250-500.000 Einw.: 500 Interviews pro Tag
- über 500.000 Einw.: 1.000 Interviews pro Tag



Durchführung der Befragung vor Ort:

Variante 1: Sie führen die Besucherbefragung vor Ort selbst durch, z.B. mit eigenen Mitarbeitern, Praktikanten, Studenten, Auszubildenden o.ä.

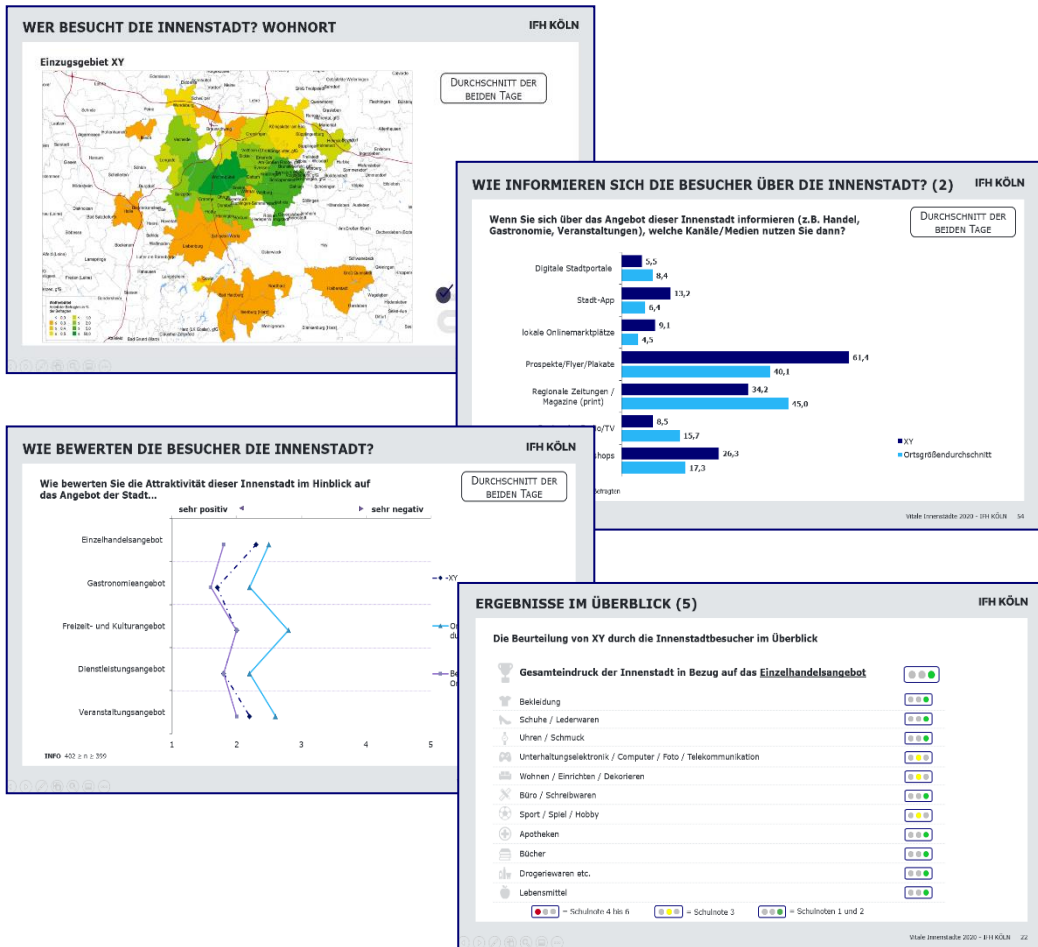
Variante 2: Das IFH empfiehlt renommierte Feldforschungsinstitute zur Durchführung der Interviews mit professionellen Interviewern.



Optional: Das ‚Rundum-Sorglos-Paket‘

Kein Rekrutieren eigener Befrager, sondern **Einsatz geschulter, professioneller Interviewer**. Der Kooperationspartner führt für die eigenen Interviewer regelmäßig Schulungen durch und überprüft die Interviewer vor Ort. Zudem erfolgt ein tägliches Reporting, ein zügiger Rücklauf der Interviews nach Einsatzen und eine Prüfung der Interviews nach formellen Kriterien. Der Preis für das ‚Rundum-Sorglos-Paket‘ richtet sich nach der Ortsgröße und der Zahl der eingesetzten Interviewer.

Ergebnisse im PPT-Format für individuellen Einsatz



- Grafische Darstellung der wichtigsten Ergebnisse mit ca. 100 Charts
- Die eigene Stadt wird dem Ortsgrößendurchschnitt und dem Gesamtdurchschnitt gegenübergestellt und Abweichungen aufgezeigt
- Benchmarking mit den erfolgreichsten Städten
- Stärken-/Schwächenprofil der eigenen Stadt
- Individuelle Karte zum Einzugsgebiet der Städte

Tabellenband

1. Auswertung der Interviews aus den einzelnen Städten:
 - Auswertungen aller einzelnen vorgegebenen Fragen
 - zusätzliche Auswertung der **stadtspezifischen Fragen**
 - Unterscheidung **nach Erhebungstagen**
 - Je Stadt Einzelauswertung der verschiedenen Fragen
 - stadtindividuelle Auswertung des **Einzugsgebiets nach Postleitzahlbereichen**
2. Aggregation von Ortsgrößendurchschnitten und Gesamtdurchschnitten auf der Basis aller beteiligten Städte
3. Bildung von **Zeitreihen** für die einzelnen Städte bei wiederholter Teilnahme: Welche Entwicklungen sind sichtbar?

Rohdaten für die interne Weiterverarbeitung:

Teilnehmende Städte erhalten **die Ergebnisse auch in Excel**, um zusätzlich eigene Auswertungen erstellen zu können

| Vitale Innenstädte 2018 | | | | | | | | | | | | IFH KÖLN | | | |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------|-------|----------------|----------------|---------|--------|--------------|-----------------|-------------------|------------|----------|---------------|--|
| IFH Köln GmbH | | | | | | | | | | | | | | | |
| Besucherbefragung: 50.000 - 100.000 Einwohner | | | | | | | | | | | | | | | |
| Anzahl Städte: | | 30 | | | | | | | | | | | | | |
| Anzahl Befragte: | | 6.951 | | | | | | | | | | | | | |
| Donnerstag, 27. September 2018 | | | | | | | | | | | | - 1 - | | Tabelle: 1.31 | |
| Auswertungspositionen | Befragte ins-gesamt | Wohnort | | | Verkehrsmittel | | | | Alter | | | Geschlecht | | | |
| | | in der Stadt | außerhalb | | öffentl. VKM | PKW / Motorrad | Fahrrad | zu Fuß | bis 25 Jahre | 26 bis 50 Jahre | 51 Jahre und mehr | männlich | weiblich | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | | |
| 1 | Warum sind Sie heute in dieser Innenstadt? (Mehrfachnennungen) | 51,3 | 51,9 | 50,0 | 48,7 | 54,0 | 49,7 | 46,1 | 41,3 | 52,6 | 55,5 | 46,4 | 54,9 | | |
| | Einkaufen / Einkaufsummel | 23,6 | 21,5 | 26,6 | 22,1 | 25,7 | 23,9 | 18,2 | 21,5 | 23,7 | 23,7 | 23,5 | 23,9 | | |
| | Gastronomie (z.B. Restaurant, Café) | 10,2 | 11,3 | 8,5 | 9,6 | 9,9 | 12,5 | 9,4 | 5,6 | 10,8 | 11,8 | 10,0 | 10,4 | | |
| | Dienstleistungen (z.B. Friseur) | 8,4 | 7,0 | 9,9 | 8,3 | 8,6 | 10,3 | 7,3 | 8,9 | 7,8 | 8,2 | 8,6 | 8,3 | | |
| | Freizeit- und Kulturangebot | 13,0 | 11,6 | 15,6 | 14,3 | 13,3 | 11,6 | 12,0 | 12,2 | 10,9 | 14,9 | 14,4 | 12,1 | | |
| | Verweilen / Sightseeing | 9,9 | 16,8 | 2,1 | 8,1 | 3,8 | 11,7 | 26,5 | 10,1 | 10,3 | 10,5 | 9,9 | 10,1 | | |
| | Wohnen | 23,1 | 21,5 | 25,1 | 24,3 | 23,1 | 23,8 | 20,4 | 30,1 | 23,4 | 19,8 | 24,4 | 22,2 | | |
| | Behördenang / Arzt / Bank / Arbeit | 139,6 | 141,4 | 138,4 | 135,3 | 138,5 | 143,4 | 139,9 | 129,6 | 139,6 | 144,4 | 137,2 | 141,8 | | |
| 2 | Wie viele Geschäfte haben Sie heute bereits aufgesucht oder planen Sie noch zu besuchen (Gesamtzahl)? | 17,5 | 17,7 | 17,0 | 18,7 | 16,8 | 15,7 | 18,9 | 18,7 | 16,3 | 18,0 | 19,0 | 16,0 | | |
| | 1 | 25,3 | 28,2 | 21,6 | 25,8 | 24,1 | 26,2 | 26,3 | 23,4 | 27,0 | 24,7 | 24,9 | 25,7 | | |
| | 2 | 27,6 | 26,1 | 29,6 | 24,6 | 31,1 | 28,3 | 23,0 | 22,0 | 28,1 | 29,7 | 23,8 | 30,5 | | |
| | 3 bis 5 | 6,2 | 4,7 | 8,1 | 6,2 | 7,1 | 4,8 | 4,8 | 5,9 | 6,8 | 5,8 | 4,8 | 7,3 | | |
| | 6 und mehr | 7,4 | 6,8 | 8,1 | 7,7 | 7,3 | 7,5 | 6,5 | 8,5 | 6,6 | 6,9 | 7,3 | 7,4 | | |
| | weiß ich noch nicht | 16,1 | 16,5 | 15,5 | 17,0 | 13,6 | 17,5 | 20,2 | 21,5 | 15,2 | 15,6 | 20,2 | 13,1 | | |
| | gesamt | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | | |
| 3 | Wie lange werden Sie sich heute voraussichtlich in dieser Innenstadt aufhalten? | 23,2 | 26,0 | 20,0 | 22,3 | 20,6 | 25,1 | 28,8 | 26,4 | 22,7 | 22,3 | 24,2 | 22,5 | | |
| | unter 1 Stunde | 37,0 | 38,5 | 35,1 | 34,4 | 38,4 | 41,7 | 35,1 | 32,2 | 38,1 | 36,6 | 36,6 | 37,2 | | |
| | 1-2 Stunden | 31,1 | 26,9 | 36,4 | 33,7 | 32,8 | 25,6 | 26,7 | 31,8 | 30,7 | 31,3 | 29,6 | 32,3 | | |
| | mehr als 2 Stunden | 8,6 | 8,5 | 8,5 | 9,6 | 8,2 | 7,6 | 9,4 | 9,6 | 8,4 | 8,2 | 9,6 | 8,0 | | |
| | gesamt | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | | |
| 4 | Welche Schulnote würden Sie dieser Innenstadt in Bezug auf ihre Attraktivität geben? | 10,7 | 11,2 | 10,6 | 12,4 | 9,4 | 11,1 | 12,3 | 10,9 | 10,7 | 11,0 | 10,7 | 11,0 | | |
| | 1 | 44,3 | 43,8 | 44,7 | 44,7 | 45,2 | 45,0 | 44,1 | 41,4 | 47,0 | 44,3 | 44,4 | 44,3 | | |
| | 2 | 31,1 | 30,5 | 31,5 | 29,5 | 32,8 | 30,1 | 28,0 | 33,1 | 30,6 | 29,8 | 30,7 | 31,0 | | |
| | 3 | 9,7 | 10,2 | 9,3 | 9,2 | 9,4 | 10,2 | 10,3 | 10,9 | 8,7 | 9,8 | 9,3 | 10,0 | | |
| | 4 | 3,0 | 3,0 | 3,3 | 2,8 | 2,6 | 1,9 | 4,2 | 2,7 | 2,4 | 3,7 | 3,8 | 2,5 | | |
| | 5 | 1,1 | 1,3 | 0,8 | 1,3 | 0,5 | 1,2 | 1,1 | 0,5 | 1,4 | 1,0 | 1,1 | 1,1 | | |
| | gesamt | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | | |
| | Durchschnittsnote | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | | |

| Vitale Innenstädte 2018 | | | | | | | | | | | | IFH KÖLN | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-----|--|-----------------|--|--------------------------------|--|-----------------------------|--|------------|--|----------|--|--------------|--|
| IFH Köln GmbH | | | | | | | | | | | | | | | |
| Einzugsgebiete: 2427 - Köln | | | | | | | | | | | | | | | |
| lokale(r) Partner: Gesellschaft zur Förderung des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln e. V. | | | | | | | | | | | | - 1 - | | Tabelle: 3.1 | |
| PLZ | | Ort | | Anzahl Befragte | | Befragte in % aller Befragten | | | | | | | | | |
| | | | | 617 | | 605 | | 1.222 | | | | | | | |
| | | | | | | Donnerstag, 27. September 2018 | | Samstag, 29. September 2018 | | Beide Tage | | | | | |
| | | | | | | 1 | | 2 | | 3 | | | | | |
| Befragte aus Köln | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50667 | Köln | | | 6,48 | | 3,97 | | 5,23 | | | | | | | |
| 50674 | Köln | | | 3,24 | | 5,95 | | 4,60 | | | | | | | |
| 50668 | Köln | | | 4,21 | | 2,15 | | 3,18 | | | | | | | |
| 50670 | Köln | | | 3,14 | | 3,08 | | 3,14 | | | | | | | |
| 50676 | Köln | | | 1,62 | | 3,31 | | 2,47 | | | | | | | |
| 50672 | Köln | | | 3,27 | | 1,82 | | 2,05 | | | | | | | |
| 50733 | Köln | | | 1,62 | | 2,15 | | 1,89 | | | | | | | |
| 51149 | Köln | | | 2,11 | | 1,49 | | 1,80 | | | | | | | |
| 50935 | Köln | | | 2,92 | | 0,50 | | 1,71 | | | | | | | |
| 50933 | Köln | | | 1,94 | | 1,32 | | 1,63 | | | | | | | |
| 50739 | Köln | | | 1,78 | | 1,32 | | 1,55 | | | | | | | |
| 50823 | Köln | | | 0,65 | | 2,15 | | 1,40 | | | | | | | |
| 50678 | Köln | | | 1,73 | | 0,99 | | 1,39 | | | | | | | |
| 50767 | Köln | | | 1,36 | | 1,35 | | 1,31 | | | | | | | |
| 50837 | Köln | | | 1,94 | | 0,66 | | 1,30 | | | | | | | |

KOMMUNIKATION

VORTRAG MIT
STUDIENERGEBNISSEN

Vor Ort oder Digital

ERGEBNIS-WORKSHOP
MIT UND FÜR
LOKALE AKTEURE

Vor Ort oder Digital

PRESSEKONFERENZ
mit örtlichen Presse-
Vertreter*innen

Vor Ort oder Digital

KONZEPTION

WORKSHOP ZUR
ZUKUNFTSTRATEGIE

Vor Ort oder Digital

**Lokale MASSNAHMEN-
IDENTIFIKATION**

Mit Stakeholdern vor Ort

**Lokale MASSNAHMEN-
PRIORISIEURUNG**

Mit Stakeholdern vor Ort

EVALUATION

ANALYSE ÖRTLICHER
AUSGANGSLAGE

Status Quo Betrachtung

ANALYSE ZUR
**ENTSCHEIDUNGS-
FINDUNG**

In Konfliktsituationen

**ERFOLGSKONTROLLE
NACH MASSNAHMEN**

*Zur Dokumentation
und Absicherung*

EMPIRISCHE BEGLEITUNG ÖRTLICHER FÖRDERPROJEKTE

Als Teil von oder als eigenständiges Förderprojekt



Damit Fulda seine Lebendigkeit behält und auch unsere schönen Geschäfte, Gastronomen und Dienstleister fit für die Zukunft sind, sind die Ergebnisse der Studie Vitale Innenstädte **eine wertvolle Ausgangsbasis für unsere Maßnahmen**. Die gute Gesamtnote, die wir wiederholt von unseren Innenstadtbesuchern bekommen haben, ist natürlich ein schöner Erfolg und wir sehen dies auch als Bestätigung unserer bisherigen Arbeit. Und damit das auch in Zukunft so bleibt, richten wir viele Maßnahmen gezielt an den Bedürfnissen der Besucher aus, um den „Erlebnisraum Innenstadt“ weiter zu entwickeln. Für eine attraktive, zukunftsfähige Innenstadt genügt es nicht mehr, einfach nur da zu sein. Fulda nimmt seit 2016 regelmässig an der IFH-Studie Vitale Innenstädte teil und **die Ergebnisse sind ein wichtiges Instrument für unsere Arbeit**. Das IFH ist für uns ein wertvoller und professioneller Partner in Sachen Innenstadt.



Edi Leib

Leiterin Citymarketing Fulda

Die Teilnahme der Stadt Göppingen an der Besucherbefragung Vitale Innenstädte **hat sich mehr als gelohnt**. Die unabhängige Befragung unserer Innenstadtbesucher hat aufgezeigt, **in welchem Bereich wir noch besser werden können**. Aber auch die Einschätzung der Befragten zu Themen wie Plätze oder Angebote, die aus städtischer Sicht durchaus als positiv empfunden werden, haben in den Antworten aufgezeigt, dass dem oft nicht so ist.

Interessant ist auch **der direkte Vergleich mit Städten unserer Größenordnung**. Die Zusammenarbeit mit dem IFH Köln war durchweg positiv. Auch die Präsentation der Ergebnisse in unseren Gremien war professionell und **hat zu mehr Verständnis und zu interessanten Diskussionen beigetragen**.



Die Ergebnisse der bundesweiten Kundenbefragung „Vitale Innenstädte“ helfen uns dabei, **Maßnahmen für die Zukunft der Innenstadt** von Mönchengladbach auf die Kundenbedürfnisse auszurichten. Dabei zeigt sich zudem, dass die vom IFH **ausgewählten Fragen die aktuellen Themen behandeln und für die Weiterentwicklung der Innenstädte relevant** sind. Wir freuen uns daher auf eine weiterhin gute und konstruktive Zusammenarbeit mit dem IFH und spannende Erkenntnisse aus den noch folgenden Kundenbefragungen.

Eva Eichenberg

WFMG Wirtschaftsförderung
Mönchengladbach



Christine Kumpf

Leiterin Stabsstelle Wirtschaftsförderung,
Stadtverwaltung Göppingen

The screenshot shows the 'WELT' news website. The main article is titled 'Junge Leute kaufen nicht mehr gerne in der Innenstadt ein' (Young people no longer like to shop in the city center). It includes a sub-headline 'Eine aktuelle Studie zeigt: Innenstadtbesucher werden immer älter. Jüngere Menschen shoppen lieber online. Corona verstärkt diesen Trend.' and a photo of people walking with umbrellas on a rainy street. There are also social media sharing icons and a small advertisement for 'VORFREUDE AUF NORWEGEN'.

The screenshot shows the 'TextilWirtschaft Business - Fashion' website. The main article is titled 'Einkaufsbummel ist Grund Nummer eins für Innenstadtbesuch' (Shopping spree is the number one reason for city center visit). It includes a sub-headline 'Der Einkaufsbummel lockt die Menschen in die Städte.' and a photo of a busy city street. There is also a small advertisement for 'Mehrwertfaktor SCHUHE 2021'.

The screenshot shows the 'Bundesministerium für Wirtschaft und Energie' website. The main article is a press release titled 'Leerstände vermeiden: Kreative Neu-Nutzung von Innenstadtimmobilien' (Avoiding vacancies: Creative reuse of inner-city real estate). It includes a sub-headline 'Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier spricht beim fachlichen Workshop zur kreativen Neunutzung von Leerstandimmobilien in Innenstädten.' and a photo of Peter Altmaier speaking at a workshop.

1. Öffentlichkeitsarbeit erneut erstrebt: Lieferung einer PR-Toolbox mit Texten, O-Tönen, etc.
2. Schutz der Partner: Lokale Veröffentlichung durch lokalen Partner – aggregierte Ergebnisse: Copyright IFH KÖLN
3. Es werden ohne Rücksprache und Zustimmung garantiert keine Rankings veröffentlicht!

Öffentliche Resonanz 2021 (Beispiele, insgesamt ca. 700)

regional

- Aachener Nachrichten
- Badische Zeitung
- Bayrischer Rundfunk
- Berliner Morgenpost
- Braunschweiger Zeitung
- Donaukurier
- Fuldaer Zeitung
- Frankfurter Neue Presse
- Kölner Stadt-Anzeiger
- Mannheimer Morgen
- Mindener Tagblatt
- Mitteldeutsche Zeitung
- Mittelhessen.de
- Nordbayern.de
- Passauer Neue Presse
- Rheinische Post
- Rhein-Neckar-Fernsehen
- Saarbrücker Zeitung
- Schwäbische Zeitung
- Sauerlandkurier
- Wuppertaler Rundschau

branchenspezifisch

- Lebensmittelzeitung
- Textilwirtschaft
- Immobilien Zeitung
- Schuhkurier
- Möbel Kultur
- Immobilienmanager
- SAZ Sport
- Baumarktmanager
- Möbelmarkt
- Location Insider
- fashionunited.de
- Absatzwirtschaft
- Das Spielzeug
- Handelsimmobilien heute
- eStrategy
- Fashionnetwork
- Börse Express
- börsenNews
- Finanztreff
- Financial
- Börsenzeitung

bundesweit

- Frankfurter Allgemeine Zeitung
- Tagesschau
- ZDF
- Focus.de
- Süddeutsche Zeitung
- Handelsblatt
- Welt
- Bild
- WDR
- SWR
- n-tv
- t-online.de
- stern.de

Nutzen Sie Ihr(e) Netzwerk/Mitgliedschaft für Ihren Preisvorteil

- Der reguläre Beitrag für die **Teilnahme an der Untersuchung „Vitale Innenstädte 2022“** beträgt 1.950 € (zzgl. MwSt.) pro Stadt. Im Rahmen einer Kooperation mit verschiedenen Institutionen besteht aber die Möglichkeit, sich zu einem **rabattierten Preis von 1.350 €** (zzgl. MwSt.) zu beteiligen.
- Den **Rabatt** auf den regulären Teilnehmerbeitrag gewähren wir, wenn Sie:
 - **Mitglied der bcsd** sind,
 - **Mitglied des DStGB** sind,
 - als **regionaler Handelsverband** Städte in Ihrer Region anmelden,
 - als **Stadt** sich **über Ihren regionalen Handelsverband** anmelden (bitte Handelsverband nennen),
 - als **IHK** Städte in Ihrem Kammerbezirk anmelden,
 - als **Stadt** sich **über Ihre regionale IHK** anmelden (bitte IHK nennen).

Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung – Ihr Anmeldefax auf der nächsten Seite.

Hiermit melden wir uns gemäß vorliegendem Angebot zur Teilnahme an der Untersuchung Vitale Innenstädte 2022 an. Gewünschte Leistungen haben wir durch ein „x“ gekennzeichnet. Die Anmeldung erfolgt vorbehaltlich der generellen Durchführung und dass zum Bestellzeitpunkt noch keine Anmeldung zur gleichen Stadt vorliegt – sodann Vermittlung einer möglichen gemeinsamen Beauftragung. Alle Preise in € zzgl. MwSt. und - bei Präsentationen / Workshops - Reisekosten.

| | | | |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | <p>Teilnahme an der Untersuchung ‚Vitale Innenstädte 2022‘ des IFH mit folgender Stadt:</p> <p>_____</p> <p>Wir erhalten die vorbereiteten Teilnehmerunterlagen (Fragebogen, Intervieweranweisung etc.) und nach Abschluss der Untersuchung das umfangreiche, stadtindividuelle Auswertungspaket. Die Organisation und Durchführung der Befragung vor Ort übernehmen wir. Mögliche stadtindividuelle Fragen werden noch abgestimmt.</p> | <p>1.950 €* / 1.350 €/**</p> | |
| <input type="checkbox"/> | <p>Zusätzliches Rundum-Sorglos-Paket Neben Teilnahme an der Untersuchung ‚Vitale Innenstädte 2022‘ des IFH (oben), zusätzliche Durchführung der Interviews in der jeweiligen Stadt durch professionelle Interviewer.</p> <p>Der Preis ist abhängig von der Einwohnerzahl der Städte (Zahl der durchzuführenden Interviews).</p> <p>Vorteil: Einfach Befragungsstandorte festlegen, ggf. Genehmigung einholen – Rest übernehmen wir für Sie.</p> | <p>Städte bis 50.000 Einwohner: 3.100 €* Städte mit 50-100.000 Einwohnern: 4.500 €* Städte mit 100-250.000 Einwohnern: 5.900 €* Städte mit 250-500.000 Einwohnern: 7.500 €* Städte mit mehr als 500.000 Einwohnern: 13.800 €*</p> | |
| <input type="checkbox"/> | <p>Präsentation der Ergebnisse oder Pressekonferenz vor Ort. Terminabsprache erfolgt nach Rücksprache.</p> | <p>1.500 €*</p> | |
| <input type="checkbox"/> | <p>Einzelworkshop mit Ergebnissen (je nach Themen individuell) als Halbtagesworkshop (offline 6.900 €, online 4.900 €)</p> | <p>6.900/4.900 €*</p> | |

*zzgl. MwSt. und Reisekosten; **rabattierter Beitrag als Mitglied der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland, über die regionale Industrie- und Handelskammer, über den Deutschen Städte- und Gemeindebund oder den Handelsverband Deutschland. Regulärer Beitrag 1.950 €*

Wir sind Mitglied bei: bcsd DStGB Die Beauftragung erfolgt in Abstimmung mit dem regionalen Handelsverband bzw. der regionalen IHK:

 Ort, Datum, Unterschrift

Vorname, Nachname: _____
 Stadt/Organisation: _____
 E-Mail: _____

Straße: _____
 PLZ/Ort: _____
 Tel.: _____

Rahmenbedingungen

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der IFH Köln GmbH.

Alle genannten Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Alle entstehenden Zusatzkosten (z. B. Sach-, Raum- und Reisekosten) werden nach Beleg abgerechnet.

Die IFH Köln GmbH behält sich das Recht vor, den Auftraggeber nach Abschluss des Projektes als Referenz zu nennen.

Nicht im Angebot enthaltene, aber vom Auftraggeber gewünschte Mitarbeiterleistungen werden nach Absprache gesondert abgerechnet.

Die lokale Veröffentlichung erfolgt durch die lokalen Partner, für die aggregierten Ergebnisse liegt das Copyright bei der IFH Köln GmbH. Die Vermarktung erfolgt – wenn möglich – über eine Kooperation aller lokalen Innenstadt-Stakeholder. IFH Köln wird Empfehlungen aussprechen.

Zur Refinanzierung der Auswertungskosten behält sich das IFH Köln vor, nachträglich Sponsorenpartner einzubeziehen.

Zur Angebotsannahme ist das Projektangebot durch die zeichnungsberechtigten Vertreter des Auftraggebers zu unterzeichnen und an die IFH Köln GmbH zurückzusenden

Vertraulichkeitsvereinbarung

Die IFH Köln GmbH (nachfolgend IFH) ist berechtigt, die vom Auftraggeber erhaltenen Daten und Informationen im Rahmen der Erfüllung ihrer Aufgaben innerhalb des vorliegenden Projektes zu verarbeiten und zu speichern.

Das IFH sichert den streng vertraulichen Umgang mit den zur Verfügung gestellten Daten und Informationen sowie Auswertungen, Planungs- und Konzeptunterlagen, Berichten und ähnlichen Arbeitsergebnissen zu. Alle Mitarbeiter unterliegen einer Vertraulichkeitsvereinbarung.

Die IFH Köln GmbH behält sich vor, die Studienergebnisse im Rahmen anderer Veröffentlichungen/Studien anonymisiert zu verwerten.

Die IFH Köln GmbH behält sich das Recht vor, den Auftraggeber nach Abschluss des Projektes als Referenz zu nennen.

Die Verpflichtung zur Geheimhaltung der Parteien besteht nicht für Informationen, die bereits vor Erhalt bzw. Beginn der Vereinbarung bekannt waren oder die ohne Verstoß gegen diese Verpflichtung nach Erhalt bzw. Beginn der Zusammenarbeit allgemein bekannt werden oder der anderen Partei nachweislich von einem Dritten berechtigterweise zugänglich gemacht worden sind.

Das Angebot hat Gültigkeit bis zum 20. Dezember 2021.

WENN SIE FRAGEN HABEN ...



Boris Hedde

b.hedde@ifhkoeln.de

+49 (0) 221 943607-11
Geschäftsführer



Nicolaus Sondermann

n.sondermann@ifhkoeln.de

+49 (0) 221 943607-34
Senior Projektmanager



Dr. Markus Preißner

m.preissner@ifhkoeln.de

+49 (0) 221 943607-41
Wissenschaftlicher Leiter


IFH KÖLN
Erfolgreich im Handeln

IFH Köln GmbH

Dürener Str. 401 b
50858 Köln

+49 (0) 221 943607-10

www.ifhkoeln.de

 @ifhkoeln

 /company/ifh-koeln-gmbh

IFH KÖLN

Erfolgreich im Handeln

Das **IFH KÖLN** ist ein Marktforschungs- und Beratungsunternehmen im Handel.

Mit fundierter Methodik werden Markttrends, Kundenverhalten und Wettbewerbsentwicklung analysiert. Darauf aufbauend erfolgen Entwicklung, Umsetzung und Kontrolle von Vertriebs-, Handels- und Standortstrategien mit dem Ziel, Unternehmen im Handelsumfeld erfolgreicher zu machen.

Wissenstransfer in und für die Branche wird über die eigenen Netzwerke, veröffentlichte Studien, Vorträge und branchenweit anerkannte Events erwirkt.

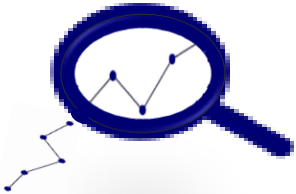
#verstehen #planen #machen #teilen



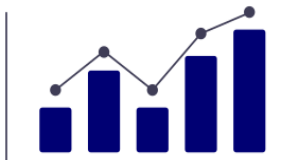
Ihre Innenstadt



Analyse



Wissensbasis



Symbiotische Beziehung zwischen Innenstadt und Handel

Der Handel...

- Frequenzbringer für Innenstädte: Einkaufen - Hauptmotiv des Innenstadtbesuchs
- maßgeblich für Attraktivität der Innenstadt, wenn Angebot/Ambiente stimmen
- wesentlicher Wirtschaftsfaktor auch für andere Wirtschaftszweige, wie z.B. Gastronomie

Review zum Projekt Vitale Innenstädte 2020

- 107 teilnehmende Städte mit rund 58.000 Interviews
- Bundesweit große Aufmerksamkeit und vielzählige Presse-Clippings
- **Aber:** Städtezahl nicht ausreichend, mehr Erkenntnisse nur mit mehr Teilnehmern!

Vitale Innenstädte 2022 – Seien Sie mit dabei!

- Handlungsorientiertes Wissen zur Steigerung der Attraktivität Ihrer Innenstadt – für jede Standortgröße und gleichzeitig lokal spezifisch!
- Kostengünstig durch Ihre aktive Beteiligung an der Befragungsdurchführung
- Verknüpfung von Befragungsergebnissen mit Strukturdaten Ihrer Stadt sichern nicht nur mehr Erkenntnisse sondern Ansatzpunkte für Optimierung!

Optionaler Mehrwert für Sie als Teilnehmer

Vortrag von IFH Experten + gemeinsame (PR-)Veranstaltung(en), um das Thema Steigerung der Innenstadtattraktivität in Ihrem Sinne partnerschaftlich anzugehen