

Pressemitteilung, 29.03.2023

Hohe Zufriedenheit und niedriger Leerstand: Gute Umfrage-Noten für Kölner Innenstadt

*Die Kölner Innenstadt ist bei Besucher*innen anhaltend attraktiv und die Nachfrage nach Ladenlokalen im Stadtgebiet weiter hoch. Neue Erhebungen der KölnBusiness Wirtschaftsförderung zeigen, dass Köln trotz Strukturwandel im Handel und verbesserungswürdiger Aufenthaltsqualität und Erreichbarkeit, eine sehr gute Ausgangslage besitzt, um eine attraktive Einkaufs- und Erlebnismetropole zu bleiben. KölnBusiness stellte die Daten am Mittwoch (29.03.) auf einer neuen Konferenz zur Weiterentwicklung der Kölner Handelslagen vor.*

Überblick

- Zwei von drei Besucher*innen bewerten die Innenstadt mit „sehr gut“ und „gut“
- Augenscheinlicher Leerstand weiter niedrig mit 3,7 Prozent
- KölnBusiness baut Team für Einzelhandel & Citymanagement aus
- Neue [Konferenz zur Weiterentwicklung der Kölner Einzelhandelslagen](#)

Im Auftrag von KölnBusiness hat das Handelsforschungsinstitut IFH Köln für die Studie „Vitale Innenstädte“ im vergangenen Herbst rund 2.000 Passant*innen befragt, wie sie die Kölner Innenstadt beurteilen. Dazu wurden den Teilnehmer*innen mehr als 50 Fragen gestellt – vom Shopping-, Gastronomie- und Kulturangebot über die Erreichbarkeit bis hin zum Ambiente in der Innenstadt.

Gesamtnote „gut“ für die Innenstadt

Zwei von drei Besucher*innen bewerteten die Innenstadt im Schulnotenformat mit „sehr gut“ und „gut“. Insgesamt bekommt die Kölner Innenstadt ein „gut“ (2,36), trotz Strukturwandel im Handel – also dem Trend hin zum Onlinegeschäft – und anderen Problemfeldern im Innenstadtbereich, die Besucher*innen wahrnehmen. Die Gesamtnote liegt damit kaum verändert im Trend der vergangenen sieben Jahre. Köln ist zudem auf Augenhöhe mit den Vergleichsstädten über 500.000 Einwohner*innen wie etwa Berlin, Frankfurt am Main, Hamburg und Düsseldorf.

Die besten Einzelnoten bekommt die Kölner Innenstadt in den Kategorien Lebendigkeit / Vitalität (1,9), Sehenswürdigkeiten (2,0), Einzelhandel, Gastronomie sowie Freizeit- und Kulturangebot (alle 2,0). Verbesserungsbedarf sehen die Befragten in den Bereichen Parkplatzsituation (3,3), Stadtbegrünung (3,2), Autofreundlichkeit (3,2), Sauberkeit (3,0) und Verweilmöglichkeiten (2,9). Dies sind ähnliche Werte wie bei der Befragung im Jahr 2020.

Zusätzlich zur Befragung in der Innenstadt hat KölnBusiness im vergangenen Jahr auch in ausgewählten Kölner Bezirkszentren (u.a. Rodenkirchen, Ehrenfeld, Kalk) ähnliche Umfragen

durchführen lassen und wird diese weiterführen. So sollen die Akteure vor Ort unterstützt werden, den Wandel zielgerichtet zu gestalten.

Stabile Noten, gute Ausgangslage für die Zukunft

„Kölns Einkaufsstraßen zählen zu den beliebtesten in Deutschland, wir haben einen sehr geringen Leerstand und weiterhin eine hohe Nachfrage von Unternehmen aus aller Welt – von einer Verödung kann keine Rede sein. Wir haben hier Rahmenbedingungen, die sich andere Städte wünschen. Diese gilt es zu nutzen, um Innenstadt und Veedel für die Zukunft aufzustellen. Im Schulterschluss mit der Stadt Köln und unserem Partnernetzwerk wollen wir notwendige Handlungsfelder gemeinsam angehen, damit unsere Einkaufsstraßen weiterhin attraktiv bleiben“, sagt Dr. Manfred Janssen, Geschäftsführer der KölnBusiness Wirtschaftsförderung.

Zur Stärkung von Kölner Innenstadt sowie der Veedel stellte KölnBusiness für verkaufsfördernde Aktionen und Projekte – unter anderem im Bereich Digitalisierung des Einzelhandels sowie Nachhaltigkeit – im vergangenen Jahr rund 300.000 Euro bereit.

Nur wenige freie Ladenlokale

Neue Zahlen von KölnBusiness belegen auch, dass die Nachfrage nach Ladenlokalen weiter hoch ist. Demnach liegt der augenscheinliche Leerstand – also die frei verfügbaren Ladenlokale – derzeit im gesamten Stadtgebiet bei nur 3,7 Prozent – unter rund 30.000 Ladenlokalen im Erdgeschoss insgesamt.

Vor allem in der Innenstadt handelt es sich bei augenscheinlich freien Ladenlokalen oft um Fälle, in denen die Immobilie bereits weitervermietet ist, jedoch noch nicht vom neuen Mieter genutzt wird – aus verschiedenen Gründen, etwa weil noch Umbauarbeiten bevorstehen.

Team für Einzelhandel & Citymanagement gestärkt

In diesem Jahr baut KölnBusiness die Services für Einzelhandel, Gastronomie und Freizeitwirtschaft weiter aus. Das fünfköpfige Team „Einzelhandel und Citymanagement“ kümmert sich gemeinsam mit Stadt und dem Partnernetzwerk darum, den Strukturwandel aktiv zu gestalten. Dahingehend sollen Aktionen und Projekte in Innenstadt und Veedeln gezielt unterstützt werden.

Das neue Team ist auch für die Konferenz „Die Erlebnis- und Einkaufsmetropole von morgen“ zuständig, die am Mittwoch (29.03.) erstmals im Kölner Zentrum stattfand.

Die ganztägige Veranstaltung mit Vorträgen und Diskussionsrunden ist als Informations- und Netzwerkplattform für alle Akteure der Weiterentwicklung der Kölner Handelslagen gedacht und soll jährlich mit wechselnden inhaltlichen Schwerpunkten fortgeführt werden.

Über die KölnBusiness Wirtschaftsförderung

Die KölnBusiness Wirtschaftsförderung ist eine Tochtergesellschaft der Stadt Köln. Sie ist erste Ansprechpartnerin für alle Unternehmen sowie Gründer*innen in der Stadt und gibt Orientierung,

wenn es um Verwaltung und Regelungen geht. KölnBusiness vernetzt, informiert und vermittelt in allen wirtschafts- und verwaltungsrelevanten Fragen.

Weitere Informationen:

- [Pressemitteilung online](#)
- [Pressefotos & Grafiken zum Download](#)
- [Webseite Konferenz „Die Erlebnis- und Einkaufsmetropole von morgen“](#)
- [Einzelhandel in Köln: Best Practices aus der Innenstadt](#)
- [KölnBusiness-Service für den Einzelhandel](#)