

Pressemitteilung, 20.03.2024

## Neue Daten zu Kölner Einkaufsstraßen: Strukturwandel schreitet voran – Ausgangslage bleibt aber robust

*Der Wandel der Kölner Einkaufsstraßen ist sichtbar: Neue Sortimente treten an die Stelle von Traditionsgeschäften, Investitionen in Immobilien erzeugen vorübergehende Leerstände und Baustellen. Doch sowohl in der Innenstadt als auch den Veedeln bleiben Ladenlokale generell gefragt und ziehen viele Menschen an. Das bestätigen neue Zahlen, die die KölnBusiness Wirtschaftsförderung vorgestellt hat. KölnBusiness präsentierte die Daten am 20. März auf der „Konferenz für die Erlebnis- und Einkaufsmetropole von morgen“, bei der es um die zukünftige Gestaltung von Innenstadt und Veedeln ging.*

### Überblick

- Ladenlokale in Innenstadt weiterhin gefragt: Leerstandsquote stabil bei 6,6 Prozent
- Befragung in den Veedeln: Kund\*innen sind loyaler und bleiben länger
- Einkaufsstraßen wandeln sich weiter: Mischung aus Handel, Gastronomie und Freizeitwirtschaft und innovative Konzepte machen Köln lebendiger und attraktiver

Die Kölner Innenstadt zieht weiterhin Menschen und Gewerbetreibende an: 6,6 Prozent der Ladenlokale in der Innenstadt stehen augenscheinlich leer. Im Vergleich zu anderen Städten ein niedriger Wert. Seit 2022 ist der Wert marginal um 0,1 Prozentpunkte bzw. sieben Ladenlokale gestiegen. Dies zeigt eine Erhebung im Auftrag der KölnBusiness Wirtschaftsförderung, welche die Agentur Stadt + Handel von Oktober bis November 2023 durchgeführt hat.

Hierfür wurden 3.253 gewerbliche Erdgeschossnutzungen in den zentralen Handelslagen erhoben, dazu zählen die City, das Bezirksteilzentrum nördliche Innenstadt und das Bezirksteilzentrum südliche Innenstadt.

### Strukturwandel wirkt sich unterschiedlich aus

Auf der Schildergasse lag die Leerstandsquote bei nur 2,9 Prozent, auf der Hohe Straße bei 8,7 Prozent. Der Unterschied lässt sich dadurch erklären, dass auf der Hohe Straße mit ihrer kleinteiligen Ladenlokal-Struktur und Nachkriegsbebauung derzeit vor allem Umbauten, Umnutzungen und Investitionen in Immobilien stattfinden oder geplant sind – ein Zeichen des Strukturwandels. Die Schildergasse mit ihren breiteren Ladenfronten bietet einerseits grundsätzlich bessere Bedingungen, andererseits haben hier auch schon größere Investitionen stattgefunden.

Von Verödung kann auf keiner der beiden Straßen die Rede sein – die Nachfrage bleibt weiter hoch – der Leerstand ist oft nur augenscheinlich, tatsächlich sind Ladenlokale meist nahtlos wieder vermietet.

Stadtweit sind lediglich 3,7 Prozent der rund 30.000 Gewerbeflächen im Erdgeschoss augenscheinlich verfügbar. Dabei ist zu beachten: Auch wenn ein Ladenlokal leer zu stehen

Pressekontakt: Steffen Eggebrecht, Tel.: 0221 99501-300 | [presse@koeln.business](mailto:presse@koeln.business) | [www.koeln.business/presse](http://www.koeln.business/presse)

scheint, kann es bereits wieder vermietet, aber noch nicht wieder genutzt sein. Eine erneute sichtbare Nutzung kann sich beispielsweise verzögern, weil Ladenlokale noch nicht umgebaut sind.

### **Trotz positiver Zahlen herausfordernde Zeiten für Gewerbetreibende**

Gleichzeitig zählen die Kölner Einkaufsstraßen zu den beliebtesten in Deutschland: Laut dem Passantenzähldienst Hystreet waren 2023 rund 21 Millionen Menschen auf der Schildergasse unterwegs, auf der Hohe Straße etwa 17 Millionen. Damit zählen beide Straßen zu den zehn beliebtesten Einkaufsstraßen in Deutschland.

„Trotz positiver Zahlen wirken sich die herausfordernden Zeiten auch auf die Kölner Einkaufsstraßen aus. Geringe Leerstände und hohe Frequenzen stehen häufig sinkenden Umsätzen, Fachkräftemangel und hohen finanziellen Belastungen der Gewerbetreibenden gegenüber. Gleichzeitig schreitet der Strukturwandel voran, der mit dem Wunsch der Kundinnen und Kunden nach mehr digitalen Angeboten sowie einer höheren Aufenthaltsqualität in der Innenstadt einhergeht. Angesichts dieser Herausforderungen bleiben die Einkaufsstraßen in der Innenstadt und in den Veedeln ein Schwerpunkt unserer Arbeit“, **sagt Dr. Manfred Janssen, Geschäftsführer von KölnBusiness.**

Das fünfköpfige Team Einzelhandel & Citymanagement von KölnBusiness unterstützt Einzelhandel, Gastronomie, Freizeitwirtschaft und Interessengemeinschaften dabei, neue, ansprechende Konzepte zu etablieren.

Gemeinsam mit der Stadt Köln und einem breiten Partnernetzwerk werden Aktionen und Projekte gezielt unterstützt. Zur Stärkung der Kölner Innenstadt und Veedel hat KölnBusiness 2023 rund 400.000 Euro bereitgestellt.

### **Einkaufsstraßen im Wandel – Gastronomie und Dienstleistungen nehmen zu**

Die Einkaufsstraßen der Innenstadt befinden sich weiterhin im Wandel, was an den verschiedenen Branchennutzungen deutlich wird. Dem Einzelhandel kommt mit 44 Prozent die mit Abstand größte – wenn auch schrumpfende – Bedeutung zu. Gastronomie mit 27 Prozent und Dienstleistungen mit rund 18 Prozent folgen dahinter.

Mit Blick auf die Top-Einkaufslagen Hohe Straße, Schildergasse, Breite Straße und Ehrenstraße ändert sich das Bild. Hier dominiert der Einzelhandel mit 77 Prozent immer noch deutlich. Gastronomie folgt mit rund 14 Prozent, Dienstleistungen mit 7 Prozent.

„Die Vorlieben der Menschen ändern sich und damit auch unsere Einkaufsstraßen. Der Handel bleibt weiterhin Kern einer Innenstadt. Innovative Konzepte aus Gastronomie, Dienstleistung, Freizeitwirtschaft und Kultur schaffen aber neue Anziehungspunkte. Das trägt zu einer modernen Mischnutzung bei, die Köln lebendiger und attraktiver macht“, **sagt Janssen.**

### **Passant\*innenbefragung in den Veedel: Menschen sind loyaler und bleiben länger**

Seit 2021 sind die Einkaufsstraßen in den Veedeln wieder beliebter geworden: Menschen besuchen sie öfter, bleiben länger und besuchen mehr Geschäfte. Dies ergab eine Befragung von rund 2.400 Passant\*innen, die im Auftrag von KölnBusiness durch die GMA (Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung) in 12 Kölner Bezirkszentren und Bezirksteilzentren durchgeführt wurde, um Besuchsgründe und Zufriedenheit zu ermitteln.

Die Befragung zeigt, dass die Menschen mehr Geschäfte besuchen als 2021. 58 Prozent gaben 2023 an, zwei bis fünf Geschäfte am Befragungstag besuchen zu wollen – 13

Prozentpunkte mehr als bei der Befragung 2021. Auch die Verweildauer auf den Einkaufsstraßen ist deutlich gestiegen. 31 Prozent sagten, dass sie mehr als zwei Stunden dort verbringen wollen – 15 Prozentpunkte mehr als 2021. 38 Prozent gaben ein bis zwei Stunden an – das sind 4 Prozentpunkte mehr.

### **Einkaufen, Shoppen, Verweilen – Menschen sehen Veedel als Ort der vielfältigen Angebote**

Laut der Umfrage schätzen Kölner\*innen die Veedel für ihre vielfältigen Angebote: 86 Prozent sagten, dass das Bezirkszentrum ein Ort der kurzen Wege ist (2021: 91 Prozent). 69 Prozent (78 Prozent) sagen, dass es ein Ort für den täglichen Einkauf ist. Für 66 Prozent (69 Prozent) ist das Veedel ein Ort zum Wohlfühlen und Leute treffen, für 69 Prozent (69 Prozent) ein Ort zum Ausgehen in Cafés, Kneipen und Restaurants und für 62 Prozent zum Bummeln und Shoppen – ein Anstieg von 10 Prozentpunkten im Vergleich zu 2021.

„Den Gewerbetreibenden in vielen Veedeln ist es gelungen, nach der Corona-Pandemie ihre Kundschaft zurückzuholen und enger zu binden. Wir sehen ebenfalls, dass die Befragten den lokalen Handel mehr unterstützen und weniger online einkaufen. Um diesen positiven Trend fortzusetzen, unterstützen wir Gewerbetreibende und Interessengemeinschaften, damit ihre Angebote mehr Aufmerksamkeit erzielen“, **sagt Janssen**.

KölnBusiness hat im Jahr 2023 beispielsweise die Bewerbung der verkaufsoffenen Sonntage gefördert sowie den Schaufensterwettbewerb zur Weihnachtszeit durchgeführt und die Radiokampagne „Komm in Dein Veedel“ unterstützt.

#### **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:**

- [Pressemeldung und -fotos online](#)
- [Webseite Konferenz „Die Erlebnis- und Einkaufsmetropole von morgen“](#)
- [KölnBusiness-Service für den Einzelhandel](#)