

The background of the slide is a vibrant blue abstract design. It features a series of overlapping, semi-transparent hexagonal shapes that create a sense of depth and movement. The hexagons are arranged in a way that suggests a honeycomb or molecular structure. The overall effect is modern and technological.

Umfrage „Kölner Handelswelt“

Auswertung

Köln, April 2024

Umfrage „Kölner Handelswelt“ – Auswertung

Ausgangssituation

Die IHK Köln führte im März 2024 eine Umfrage unter Handelsunternehmen in der Kölner Innenstadt und den Veedeln durch. Schwerpunkte waren Attraktivität der Handelslagen, Frequenzeinschätzung, Standortsynergien, digitaler Auftritt und Verkaufskanäle sowie Standorterreichbarkeit.

Methodik

- digitaler Fragebogen mit Auswahlmöglichkeiten und Freitextfeldern, per Link erreichbar
- Versand an ca. 7.000 Mitgliedsunternehmen aus dem Bereich Handel in Köln (Innenstadt und Veedel)
- Rücklauf: 238 vollständig ausgefüllte Fragebögen
- 86 Rückmeldungen aus der Kölner Innenstadt
- 152 Rückmeldungen aus den Veedeln
- Teilweise Fragen mit Ranking: 1 - 5 der folgenden Maßnahmen (1 = höchste Priorität, 5 = niedrigste Priorität, Mehrfachnennungen sind möglich).

Attraktivität der Handelslage

Die Attraktivität der Handelslage in der Innenstadt und den Veedeln ist ein zentrales Anliegen für viele Unternehmen.

- **Aufenthaltsqualität:** 53 % der Unternehmen sehen die Verbesserung der Aufenthaltsqualität als oberste Priorität. Zitat: „Diese Stadt baut immer mehr ab, und viele unserer Stammkunden meiden die Stadt aufgrund von ständigem Betteln und der Präsenz von Obdachlosen an jeder Ecke.“
- **Umgang mit Obdachlosigkeit und Drogenkonsum:** 77 % der Unternehmen in der Innenstadt priorisieren dieses Thema. Zitat: „Der öffentliche Drogenkonsum und permanente Bettelei beeinträchtigen die Attraktivität des Großraums Neumarkt erheblich.“
- **Reinigungssituation:** 75 % der Unternehmen in der Innenstadt und 57 % in den Veedeln sehen die Verbesserung der Reinigung als dringend an.
- **Sicherheitslage:** 59 % der Unternehmen in der Innenstadt und 48 % in den Veedeln fordern Sicherheitsverbesserungen. Ein sicherer Handelsraum ist für Kunden und Geschäftsleute enorm wichtig.
- **Leerstände beseitigen:** 71 % der Unternehmen in der Innenstadt und 57 % in den Veedeln priorisieren die Beseitigung von Leerständen.
- **Baustellenkoordination:** 68 % der Unternehmen in der Innenstadt und 50 % in den Veedeln sehen die Verbesserung der Baustellenkoordination als wichtig an. Insbesondere die Erreichbarkeit ihrer Handelslage ist ein zentrales Anliegen. Zitat: „Sofortiger Stopp von planlosen Projekten, die intakte Veedel in Fahrradzonen verunstalten.“
- **Transparenz durch Stadt:** 70 % der Unternehmen fordern frühzeitige Einbeziehung bei Standortprojekten durch die Stadt.

Allgemeine Attraktivität des Standortes

41 % der befragten Unternehmen empfinden ihre Handelslage als attraktiv bis sehr attraktiv, sowohl in den Veedeln als auch in der Innenstadt.

Dennoch zeigen die Zitate der Unternehmen eine zunehmende Unattraktivität der Handelslagen auf.

Prioritäre Themen, die den wirtschaftlichen Erfolg mindern, sind öffentlicher Drogenkonsum, fehlende Sicherheit, mangelnde Aufenthaltsqualität und fehlende Parkplatzmöglichkeiten.

Attraktivität des Standortes in Bezug auf die Gastronomie

Innenstadt

- 55 % der Unternehmen empfinden ihre Handelslage bezüglich der Gastronomie als attraktiv bis sehr attraktiv.

Kritikpunkte

- Die Ringe sind hauptsächlich von Döner- und Burgerläden geprägt.
- Neue Food-Konzepte auf der Ehrenstraße haben vorübergehend Erfolg, aber die Qualität lässt zu wünschen übrig.
- Es fehlen attraktive Café-Konzepte mit Außengastronomie für den Sommer.

Veedel

- Nur 40 % der Unternehmen empfinden die Gastronomie als attraktiv.

Hauptproblem

- Begrenzte Öffnungszeiten aufgrund von Personalmangel.

Kundenfrequenz in den Geschäften

Innenstadt

- 69 % der Unternehmen berichten von einer geringeren Kundenfrequenz im Vergleich zum Vorjahr.

Veedel

- 38 % berichten von einer geringeren Frequenz im Vergleich zum Vorjahr.

Zusammenfassung der Kritikpunkte

- **Wochentage:** Weniger Menschen sind unter der Woche in der Stadt, Kunden kommen gezielt.
- **Gehobener Einzelhandel:** Es fehlt an gepflegten Geschäften und gehobenem Einzelhandel, Kunden bemängeln den hohen Anteil an Filialisten.
- **Streiks und Demos:** Streiks, Demonstrationen sowie Verkehrs- und Parkprobleme mindern die Attraktivität.
- **Obdachlose und Verschmutzung:** Hohe Zahl an Obdachlosen, unsichere Gehwege und Dreck vor den Geschäften beeinträchtigen die Attraktivität.
- **ÖPNV-Probleme:** Der öffentliche Nahverkehr ist unzuverlässig, Streiks erschweren die Verbindung.
- **Verlagerung nach Düsseldorf:** Kunden weichen aufgrund besserer Bedingungen nach Düsseldorf aus.

Maßnahmen zu Steigerung der Kundenfrequenz Innenstadt

- **Sauberkeit und Sicherheit:** Regelmäßige Reinigung und Beseitigung von Unrat. Präsenz des Ordnungsamts erhöhen.
- **Verbesserung der Aufenthaltsqualität:** Schaffung von Sitzgelegenheiten und Grünflächen .
- **Schaffung von Alternativen** für Obdachlose und Drogenkonsumierende.
- **Attraktive Angebote im Leerstand:** Nutzung von Leerstand für hochwertige Einzelhandelsgeschäfte.
- **Verkehrsberuhigung und Außengastronomie:** Verbesserung der Verkehrsführung, Etablierung eines ganzheitlich gedachten Verkehrssystems: Parkleitsystem, breitere Bürgersteige, klare Verkehrsschilder.
- **Außengastronomie:** Etablierung attraktiver Plätze für die Außengastronomie.
- **Clusterung von Einkaufsstraßen:** Konzeptionelle Zusammenführung von Geschäften für ein attraktiveres Straßenbild.

Maßnahmen zu Steigerung der Kundenfrequenz Veedel

- **Mehr verkaufsoffene Sonntage:** Die Erweiterung der verkaufsoffenen Sonntage bietet zusätzliche Chancen für Kunden.
- **Vielfalt an inhabergeführten Geschäften:** Vielfalt an inhabergeführten Geschäften zur Attraktivitätssteigerung des Viertels.
- **Vermeidung von Verkehrsversuchen:** Klare Verkehrsregelungen und pragmatische Ansätze zur Frequenzsteigerung, inklusive Kurzhalteplätzen sowohl für den Endkonsumenten als auch für den Lieferverkehr.

Digitale Vernetzung in der Innenstadt und in den Veedeln

Die digitale Vernetzung der Unternehmen in der Innenstadt und den Veedeln zeigt folgende Trends:

- Online-Präsenz: Über 80 % der Unternehmen haben einen digitalen Business-Eintrag wie "Google Business" und eine eigene Website.
- Social-Media-Nutzung: 73 % der Innenstadt-Unternehmen nutzen Instagram, während es in den Veedeln 57 % sind. Facebook wird von etwa 64 % bzw. 55 % genutzt.
- Weitere Kanäle: WhatsApp (20 %), LinkedIn (18 %) und YouTube (15 %) werden von Unternehmen für Werbung genutzt.
- Unterrepräsentierte Kanäle: Pinterest, Twitter (X) und Snapchat spielen eine geringere Rolle mit Nutzungsraten von unter 5 %.

Diese Ergebnisse zeigen die Vielfalt der digitalen Strategien der Unternehmen zur Reichweitensteigerung: von etablierten Plattformen bis hin zu neuen Kanälen wie WhatsApp und LinkedIn.

Nutzung digitaler Medien als Werbe-/Verkaufskanal

Webshops und Handelsplattformen

- **Innenstadt:** 49 % der Unternehmen haben einen eigenen Webshop, während nur 20 % über eine Handelsplattform verkaufen.
- **Veedel:** 37 % der Unternehmen haben einen eigenen Webshop und nur 11 % nutzen Handelsplattformen.

Soziale Medien als Werbe-/Verkaufskanal

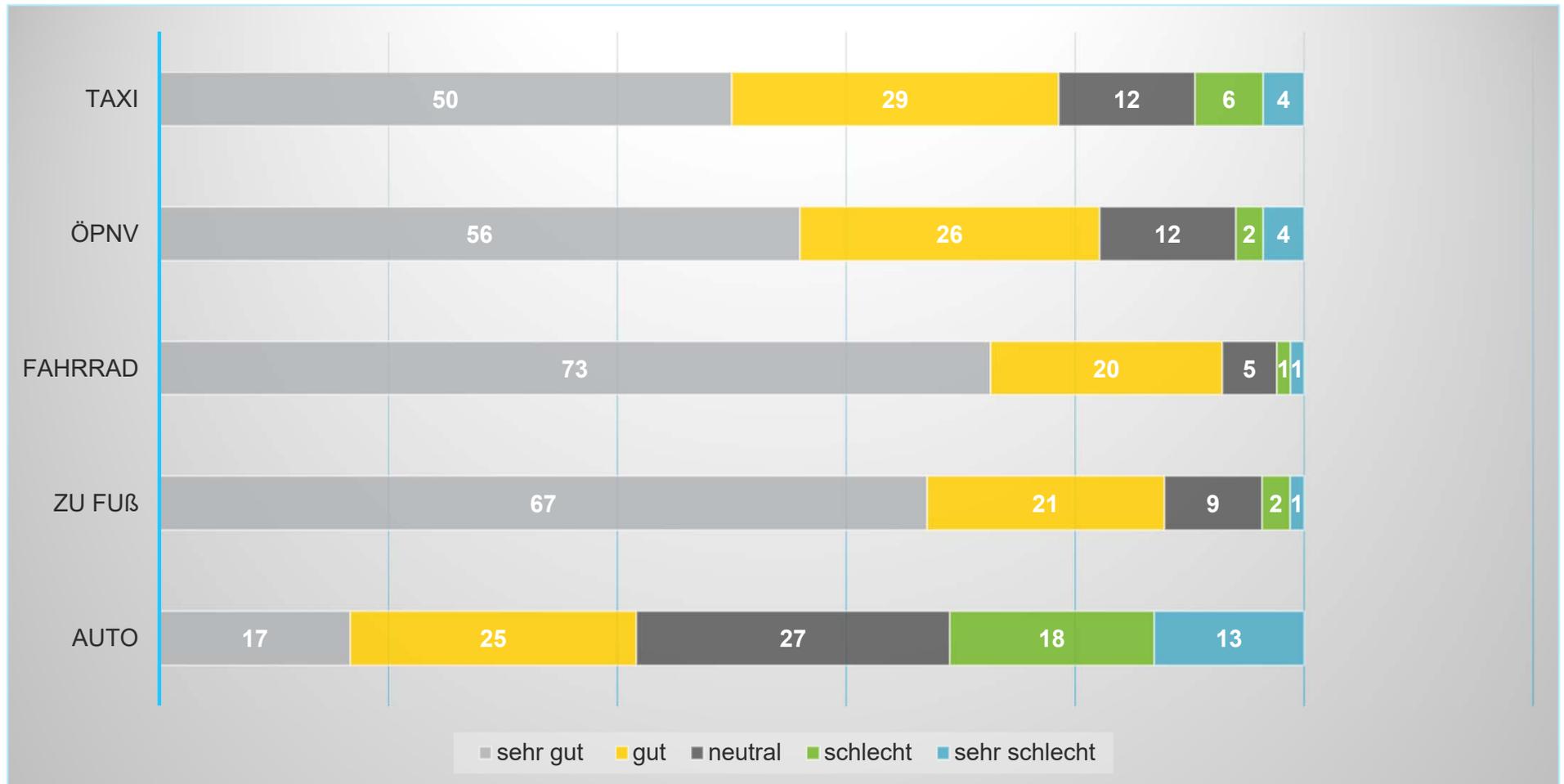
- **Innenstadt:** Instagram: 57 %, Facebook: 43 %
- **Veedel:** Instagram: 45 %, Facebook: 39 %

Andere Kanäle

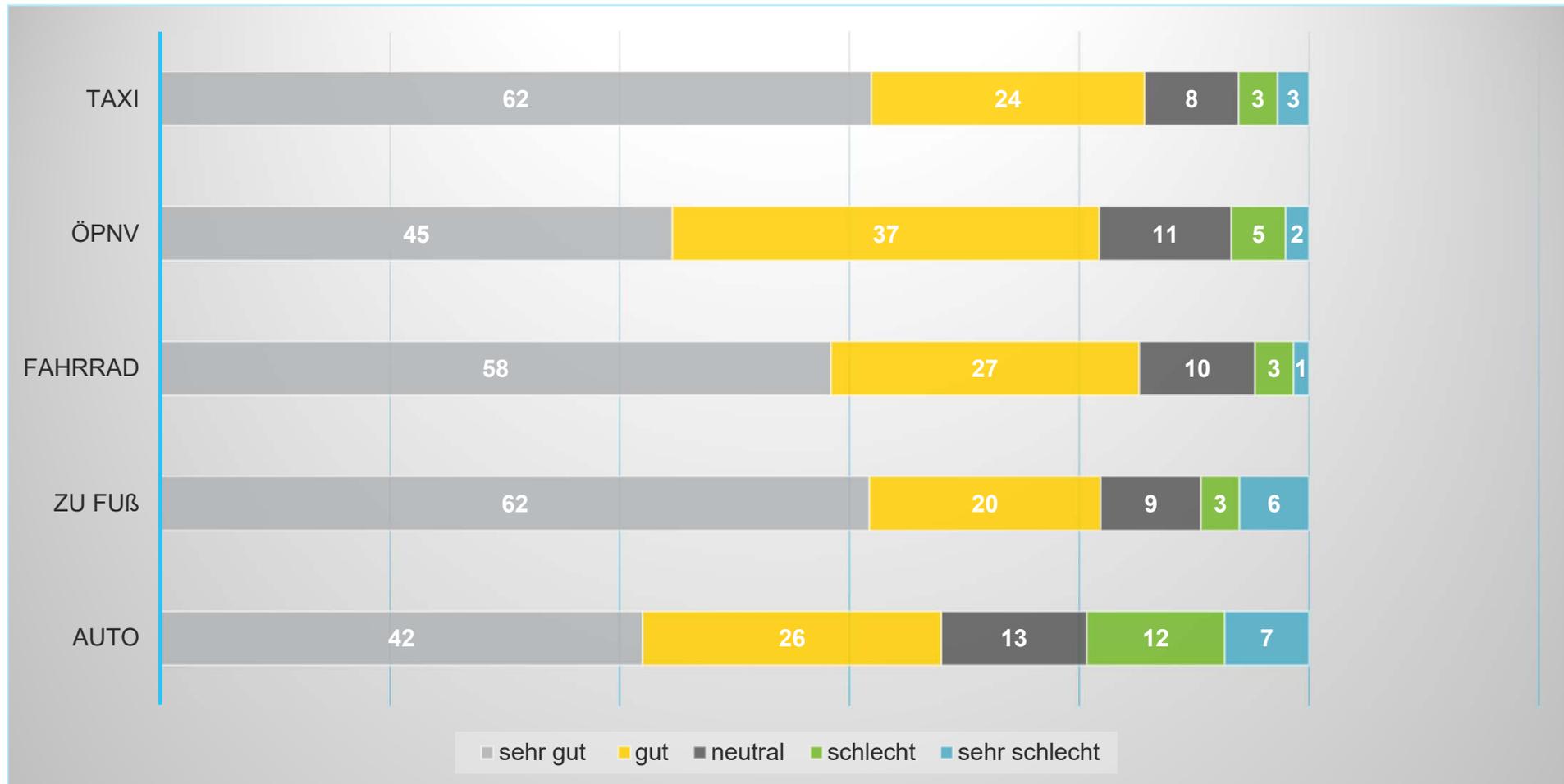
Abgesehen von den genannten Plattformen werden **andere soziale Medien kaum genutzt**. Insgesamt zeigt sich, dass **soziale Medien** in der Innenstadt stärker genutzt werden, insbesondere Instagram und Facebook. In den Veedeln ist die Nutzung jedoch zurückhaltender.

Insgesamt bietet die Nutzung digitaler Medien als Werbe-/Verkaufskanal Ausbaupotenzial.

Standorterreichbarkeit Innenstadt



Standorterreichbarkeit Veedel



Standorterreichbarkeit

Innenstadt

- Fahrrad (93 %) und zu Fuß (88 %) werden von den Unternehmen als sehr gut bewertet.
- Auto: 31 % bewerten diese Möglichkeit als schlecht bis sehr schlecht, 42 % als gut bis sehr gut.
- Über 50 % der Unternehmen priorisieren die Etablierung von Lieferzonen.

Veedel

- Erreichbarkeit mit dem Auto wird von 68 % der Unternehmen als gut bis sehr gut bewertet.
- Erreichbarkeit mit anderen Verkehrsträgern wird generell als gut bis sehr gut bewertet.
- Auch hier betrachten über 50 % die Einrichtung von Lieferzonen als prioritäres Thema.

Abstellmöglichkeiten für Verkehrsträger

Innenstadt

- Parkplatzverfügbarkeit: 58 % der Unternehmen bewerten sie als schlecht bis sehr schlecht.
- Situation rund um Lieferzonen: 49 % geben an, dass sie schlecht bis sehr schlecht ist.
- Ladesäulen für Elektroautos: 77 % finden, dass sie nur schlecht bis sehr schlecht verfügbar sind.

Veedel

- Parkplatzverfügbarkeit: 55 % der Unternehmen schätzen sie als schlecht bis sehr schlecht ein.
- Fahrradabstellmöglichkeiten: Positiv bewertet von 62 % der Unternehmen.
- Situation rund um Lieferzonen: Fast 50 % finden auch hier, dass sie schlecht bis sehr schlecht ist.