LEBENDIGE QUARTIERE DER INNENSTADT

Bedürfnisse der Menschen – Chancen für die Stadt

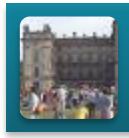
Christian Hörmann
Geschäftsführer und Partner
CIMA Beratung und Management GmbH
Augsburg, 13.11.2025

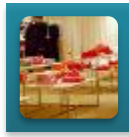
cima.

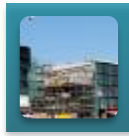
CIMA Beratung + Management GmbH

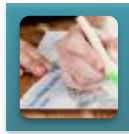
- gegründet 1988
- 9 Standorte in Deutschland
- rd. 110 Mitarbeitende
- unabhängig und partnergeführt

- CIMA Österreich
- CIMA Institut für Regionalwirtschaft
- cima.digital


Marketing + Umsetzung


Handel + Innenstadt

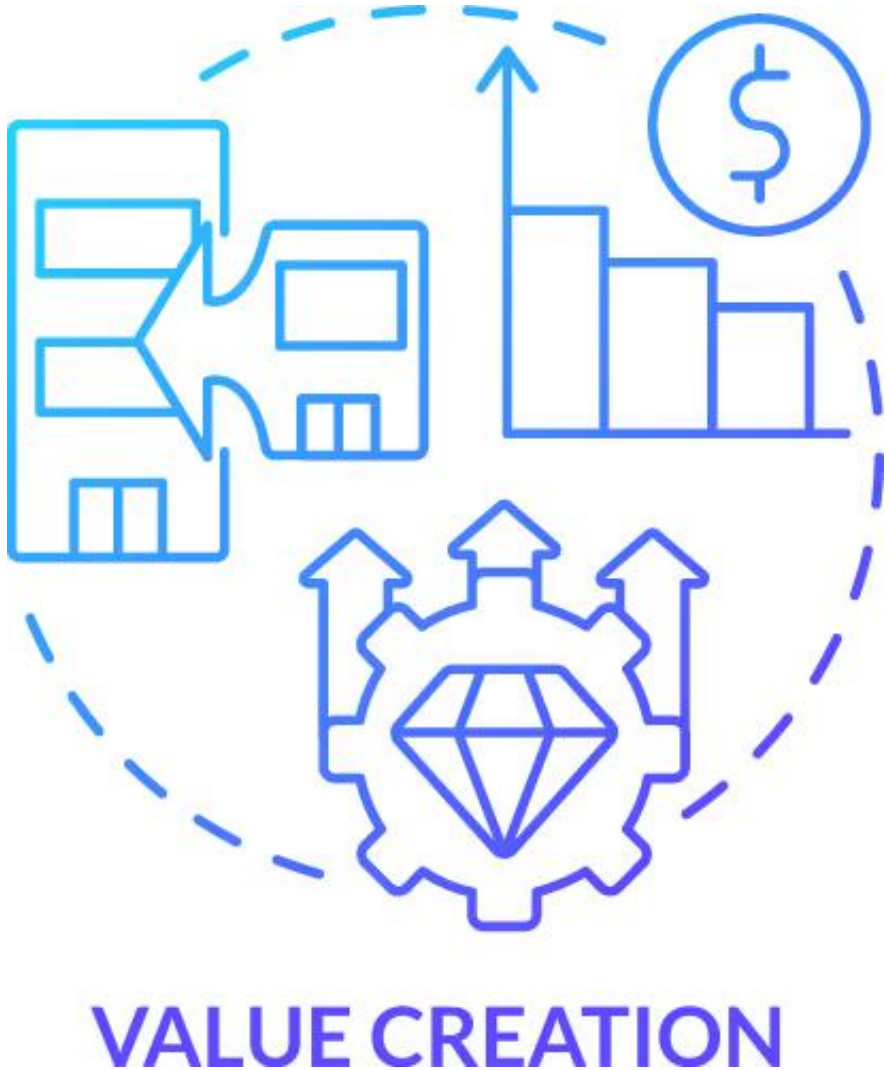

Wirtschaft + Immobilien


Stadtplanung + -entwicklung

Digitale Stadt + Region

Forschung + Bildung

Auch online cima.digital für Sie da.



Ökonomische Wertschöpfung

- Wirtschaftlicher Mehrwert
- Indikator für Produktivität, Effizienz und wirtschaftlichen Erfolg
- Schafft Wohlstand

&

Soziale Wertschöpfung

- Mehrwert für die Gesellschaft
- Verbesserung der Lebensqualität
- Schafft Gemeinwohl

Ein Zielort, der Begehren auslösen soll – weit über die Stadtgrenzen hinaus!

Das Quartier erzeugt ein Versprechen! Ein Versprechen, dass Erlebnis immer möglich sein wird, auch ohne Karte im Staatstheater. Allen zugänglich, ohne Schwellen.

Was wirkt eigentlich auf die Innenstadtentwicklung?

…verändertes Konsum-, Arbeits- und Freizeitverhalten

Einzelhandel ist nach wie vor zentraler Anker der City, aber…

…die Mischung machts!

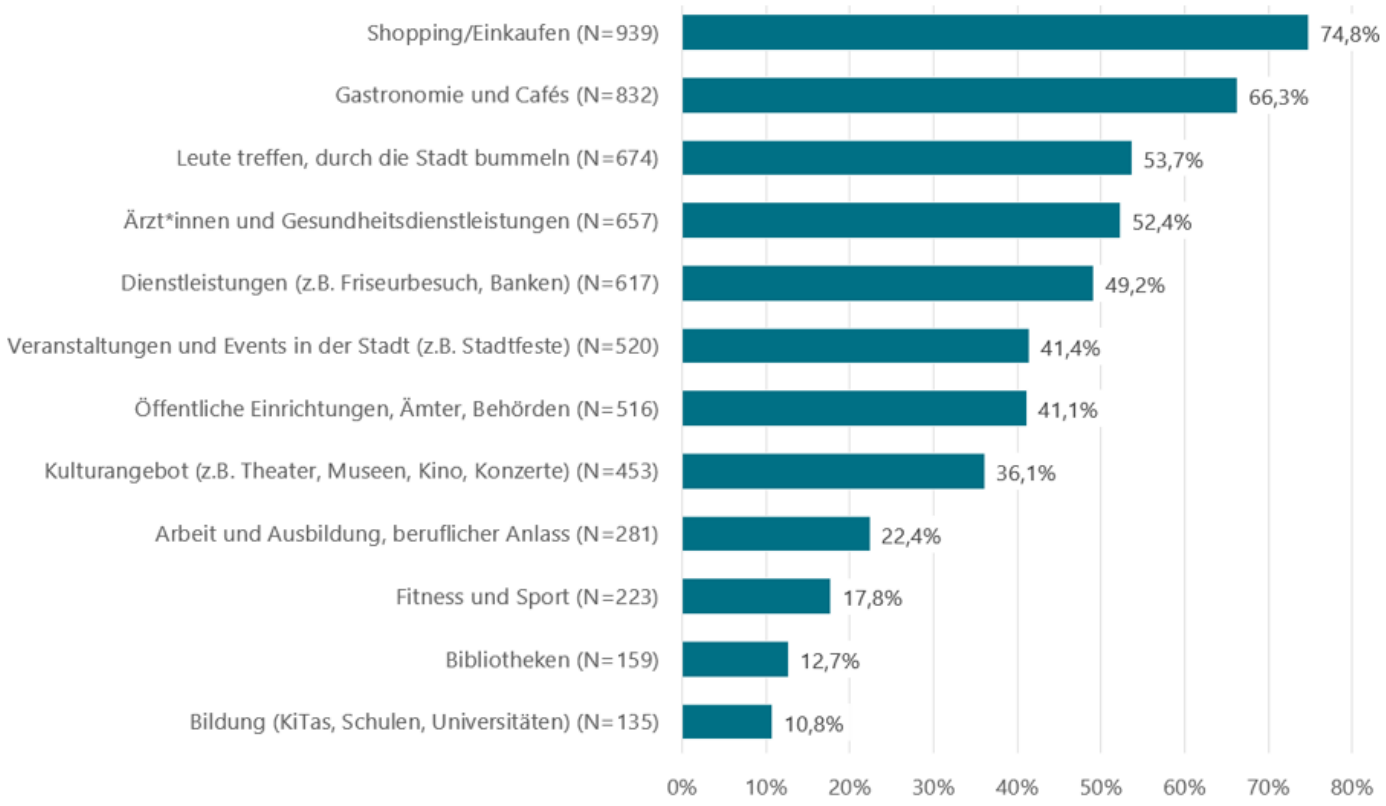
Innenstadt-Attraktivität Bayern

Einzelhandel ist Innenstadt-Besuchsgrund Nummer Eins

Während in Bayern **74,8%** aller Befragten Shopping und Einkaufen als Grund für einen Innenstadtbesuch angeben, sind es in der Deutschland-Studie nur **70,8%**.

Auch Gastronomie und Cafés werden mit **66,3%** deutlich häufiger genannt als in der deutschlandweiten Befragung mit nur **58,3%**

Zu welchen Zwecken wird die Innenstadt besucht? (Mehrfachnennungen möglich)



Innenstadt-Attraktivität Bayern

cima.

Bayern besser benotet als der Bundesdurchschnitt

Wie bewerten Sie das Angebot in den folgenden Bereichen in Ihrer Innenstadt? (Mittelwerte der Bewertung nach Schulnoten)	Bayern	Deutschland
Gastronomie und Cafés	2,30	2,55
Dienstleistungen (z.B. Friseurbesuch, Banken, Versicherungen)	2,44	2,62
Ärzte und Gesundheitsdienstleistungen	2,60	2,79
Shopping/Einkaufen	2,65	2,72
Leute treffen, durch die Stadt bummeln, Stadt genießen (Plätze, Treffs, Grün, Bänke, Wasser, Spielmöglichkeiten)	2,69	2,95
Veranstaltungen und Events in der Stadt (z.B. Stadtfeste)	2,75	2,93
Arbeit und Ausbildung, beruflicher Anlass	2,79	2,99
Bildung (KiTas, Schulen, Universitäten)	2,80	2,94
Kulturangebot (z.B. Theater, Museen, Kino, Konzerte)	2,84	3,21
Bibliotheken	2,92	3,01
Fitness und Sport	2,95	3,04

Hier schneidet Bayern im Deutschland-Vergleich besonders gut ab

Destination Innenstadt:

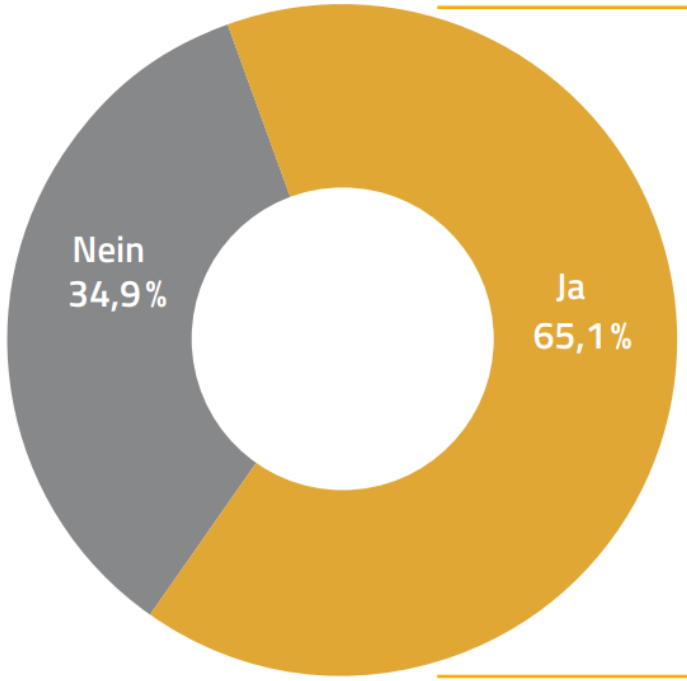
Stadterleben ist fester Teil der Urlaubsplanung

cima.

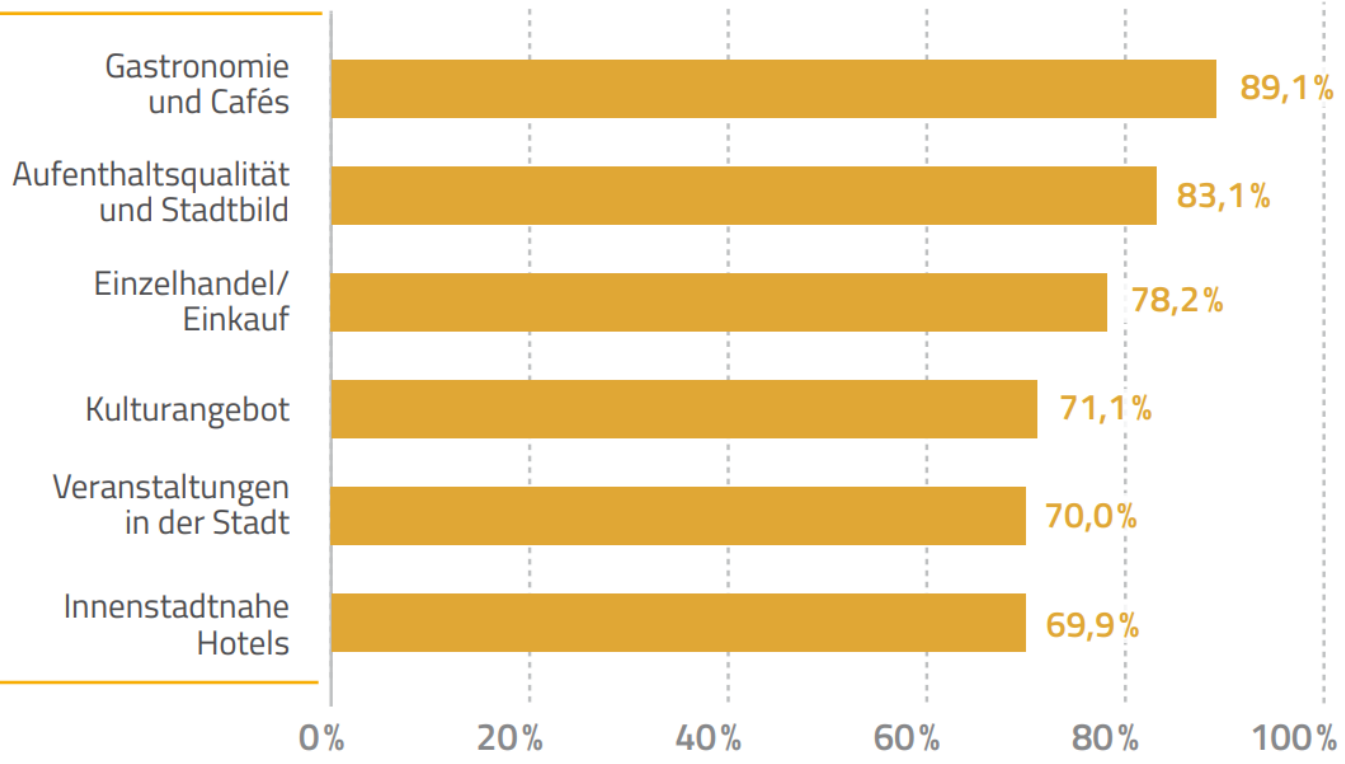
cima.monitor

Deutschlandstudie INNENSTADT

SUCHEN SIE IM RAHMEN VON URLAUBSREISEN INNENSTÄDTE AUF?



BESONDERS WICHTIGE MERKMALE BEI INNENSTADT-AUFENTHALTEN AUF URLAUBSREISEN



Quelle: cima.monitor 2024 ; Mehrfachnennung möglich (Top-6-Merkmale)
CIMA Beratung + Management GmbH

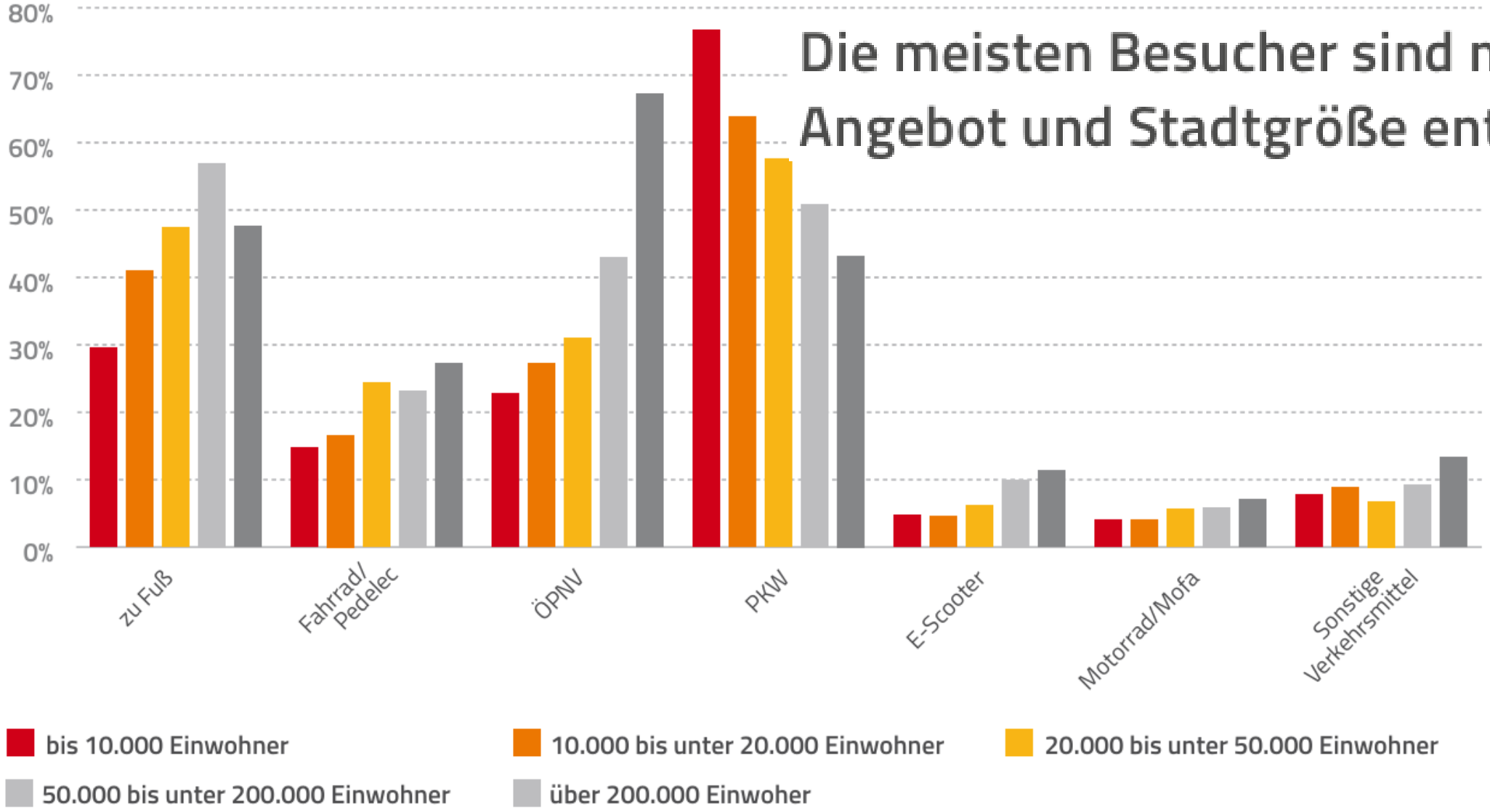
eher wichtig bzw. sehr wichtig

cima.

Die City in den Beinen

WIE WIR UNS DIE INNENSTADT ERSCHLIESSEN

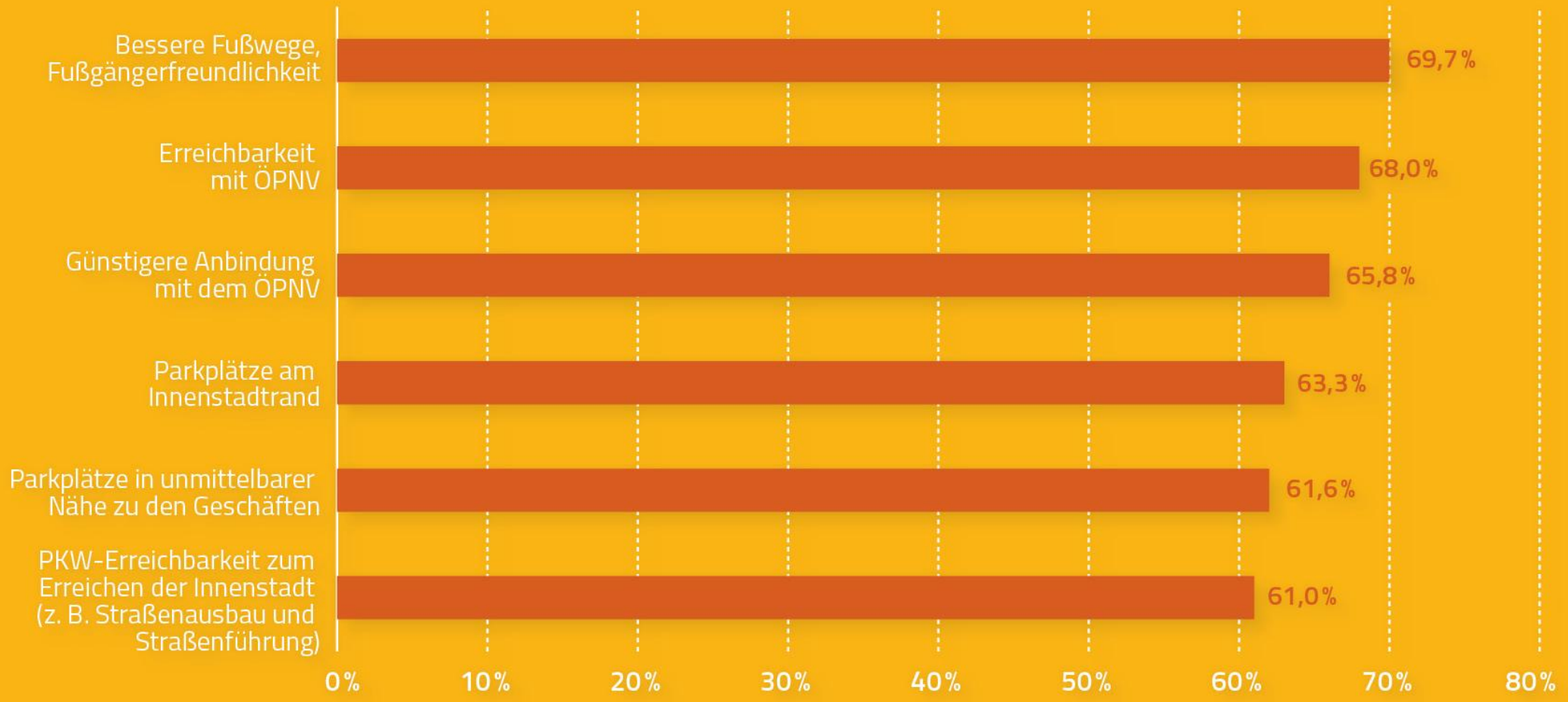
Die meisten Besucher sind multimodal – Angebot und Stadtgröße entscheiden!



Quelle: cima.monitor 2024; Mehrfachnennung möglich
CIMA Beratung + Management GmbH

MOBILITÄTSANGEBOTE – „AM ENDE GEHEN WIR ALLE ZU FUSS!“

Welche Mobilitätsangebote müssen Ihnen attraktive Innenstädte konkret bieten?

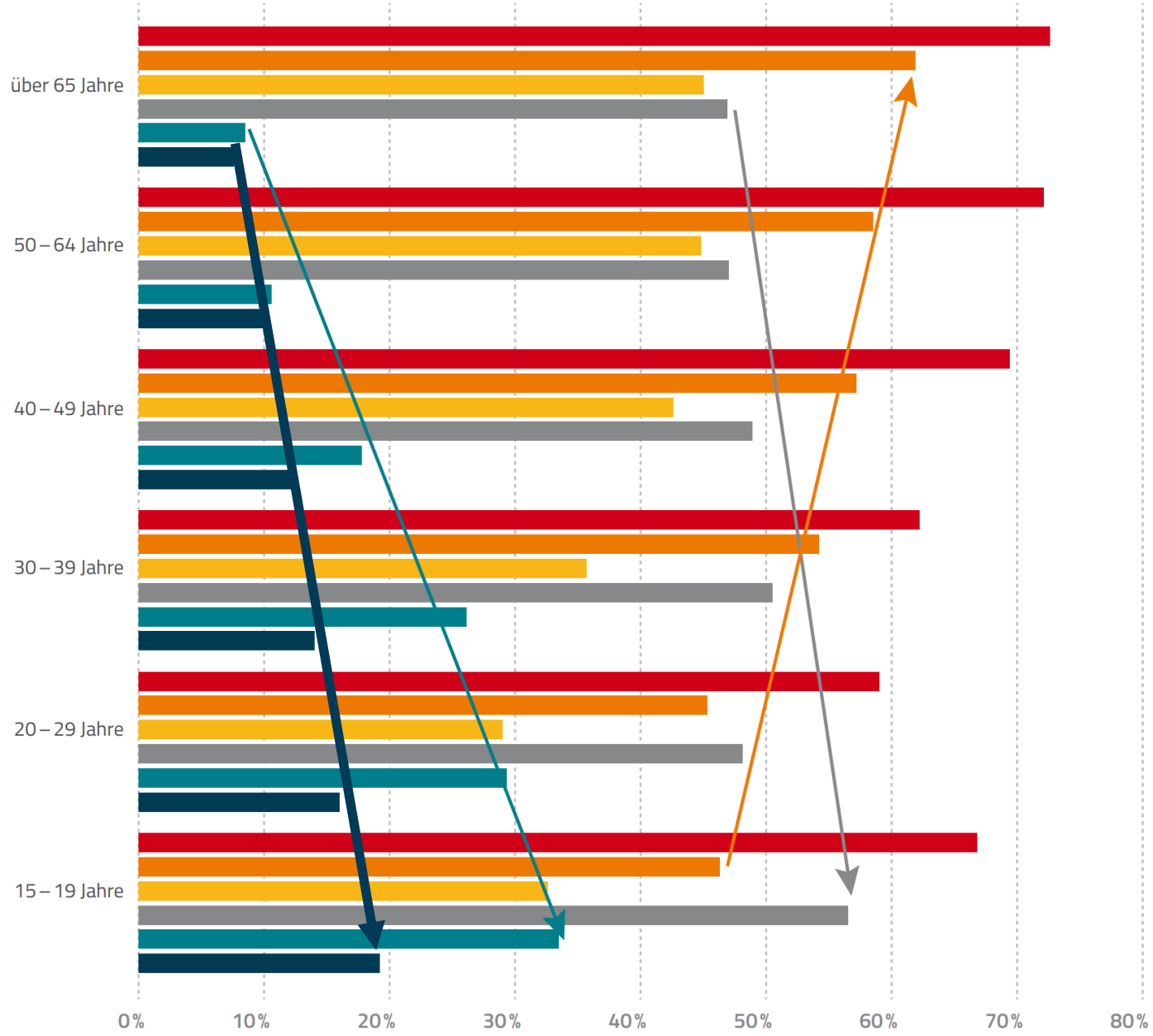


Quelle: cima.monitor 2024; zusammengefasste Antworten „eher wichtig“/„sehr wichtig“

CIMA Beratung + Management GmbH

Eine Innenstadt für alle Altersgruppen – die zentrale Herausforderung

Besuchszwecke Innenstadt



Shopping/Einkaufen
Gastronomie/Cafés
Leute treffen, durch die Stadt bummeln (Plätze und Stadt genießen)
Öffentliche Einrichtungen/Ämter/Behörden
Fitness/Sport
Bibliotheken

Quelle: cima.monitor 2024; Mehrfachnennung möglich, ausgewählte Zwecke
CIMA Beratung + Management GmbH

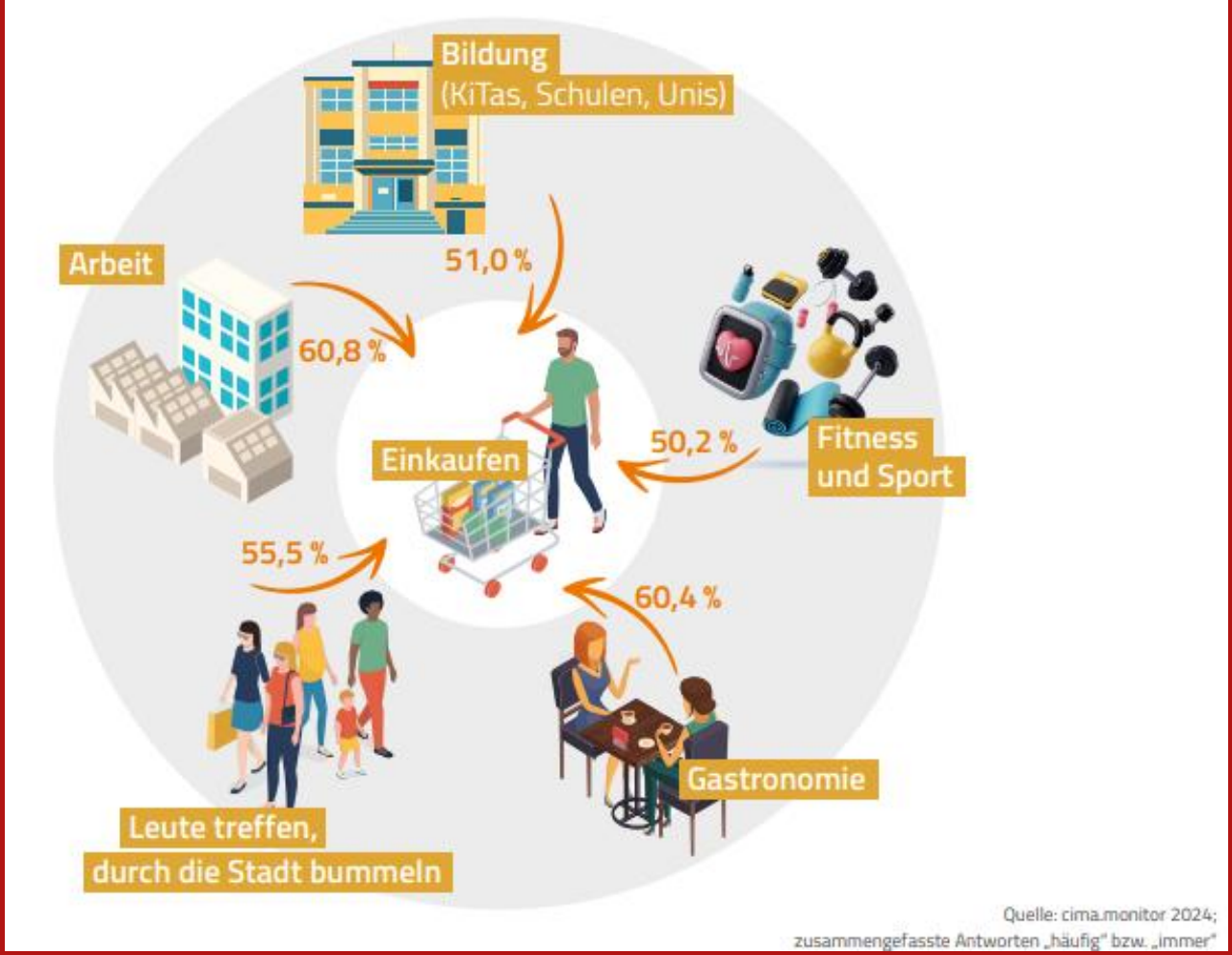
Was verbinden wir mit dem Einkaufen?

Kopplung und Frequenzpartner

Rang 1: ca. 60%
Arbeitsplatz + Gastronomie

Rang 2: ca. 55%
Leute treffen + bummeln

Rang 3: ca. 50%
Bildung + Fitness, Sport



Quelle: cima.monitor 2024;
zusammengefasste Antworten „häufig" bzw. „immer"

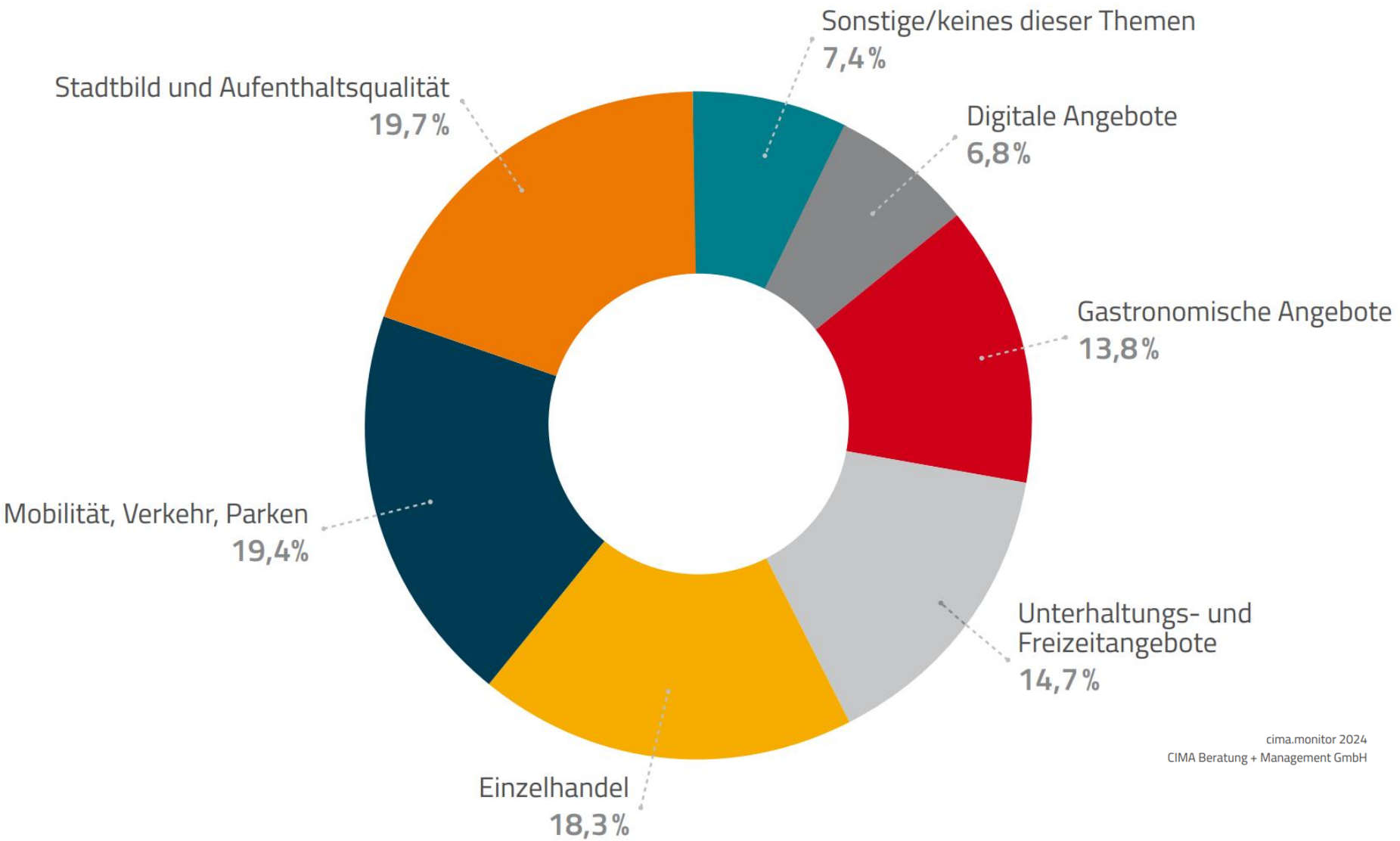
cima.

Die City im Herzen

WIE WIR DER INNENSTADT TREU BLEIBEN

Konkrete analoge Themen dominieren den Forderungskatalog einer attraktiven Innenstadt

Haupthandlungsfelder für eine attraktive Innenstadt



cima.monitor 2024
CIMA Beratung + Management GmbH

„Es ist verblüffend: Manchmal reicht ein guter Wochenmarkt, ein kühler Park oder ein Wasserspiel für Kinder. Und die Innenstadt wird zum Erlebnis. Spüren wir gemeinsam die verborgenen Talente auf, die jede Innenstadt hat."

Dr. Wolfgang Haensch, Partner und Büroleiter Köln
cima Beratung + Management GmbH

Vision, Strategien, Perspektiven und Chancen für Innenstädte und deren Quartiere

Ohne Strategien versäumen wir es, Visionen, Ambitionen und Investitionen aufeinander abzustimmen und bleiben mit unzusammenhängenden Projekten zurück.

Plätze der Begegnung

Ein Zukunftsquartier braucht öffentliche Räume mit hoher Gestaltungs- und Aufenthaltsqualität. Sie sind das Rückgratdes sozialen Lebens in der Stadt. Sie müssen Sicher empfunden werden und sauber sein.

Gute Mischung

In funktionierenden Quartieren kommen Wohnen und Arbeiten, Einkaufen, Bildung, Kultur und Sport zusammen. Das Mischungsverhältnis ändert sich. Mischungsverältnisse orientieren sich an Zielgruppen und an Teilräumen.

Multimodale Erreichbarkeit für Stadt und Einzugsgebiet

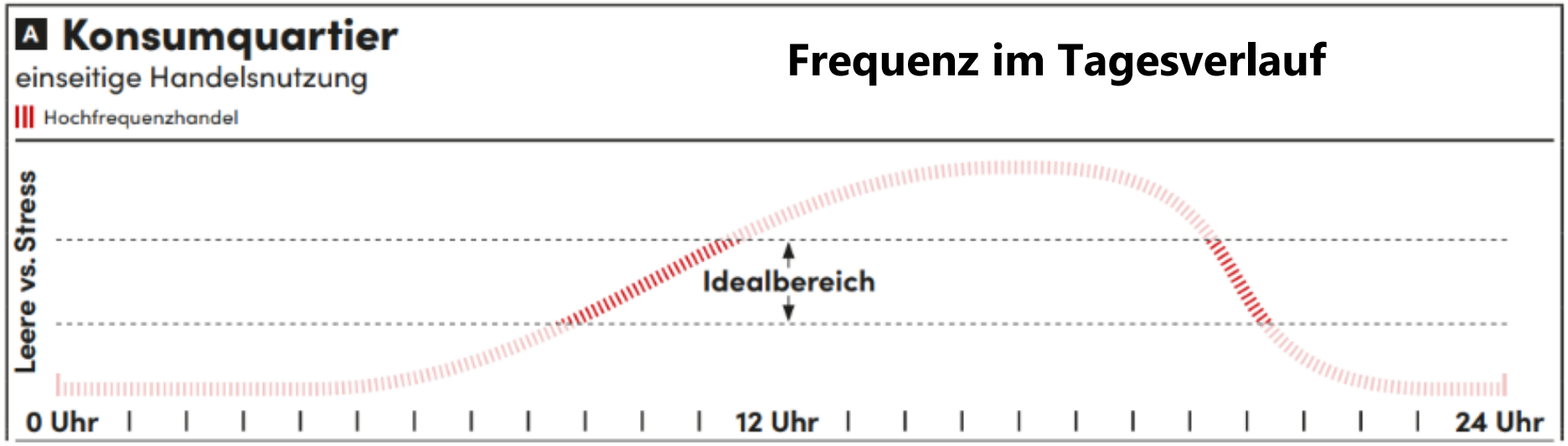
Innerstädtische (Kultur-)quartiere haben ein großes Einzugsgebiet und müssen deshalb multimodal erreichbar sein. Flexibilität und Wahlfreiheit

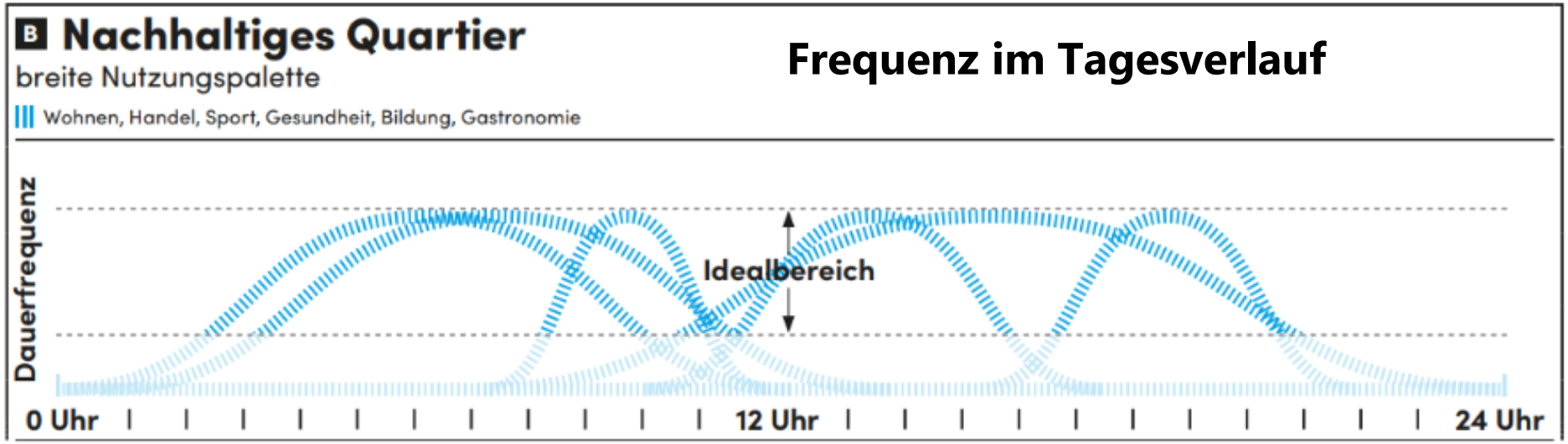
Orte der Gemeinschaft

Soziale Infrastruktur wie Dritte Orte (hier Plätze, Bibliotheken, Werkstätten, Gemeischaftsräume,…), Sport- und Freizeitanlagen Kitas und Bildungseinrichtungen, gehören in jedes Quartier. Sie gewinnen durch gute Freiräume und Mehrfachnutzung

Platz für mehr
Ein Visionsplan für die Zukunft Karlsruhes

Gezeitenwende in Richtung Mixed-Use





Quelle:Bundesstiftung Baukultur, BulwienGesa, Ehret + Klein, Hamburgteam, Interboden: „Projekt Erdgeschosse 5.0“, 2023

SCHWERPUNKT-THEMA

„WIR MÜSSEN DAS LEBENSGEFÜHL AUS DEM URLAUB IN UNSERE INNENSTÄDTE BRINGEN“

Was kann man gegen Leerstand und verwaiste Fußgängerzonen in bayrischen Kommunen tun? Der Stadtentwickler Christian Hörmann weiß es – und auch wie der Handel sich neu aufstellen muss

INTERVIEW: **NINA BERENDONK**

desire.

Vielen Dank!

Ihr

Christian Hörmann
Geschäftsführer und Partner

Telefon: 0174-3391590
E-Mail: hoermann@cima.de

www.cima.de
www.cimamonitor.de

FOKUSSIERT AUF DIE **ZUKUNFT VON STÄDTEN, GEMEINDEN** UND **REGIONEN**

cima.direkt Magazin abonnieren

https://news.cima.de/f/166194-253952/

Anmeldung cima.direkt Newsletter

https://www.cima.de/newsletter/

Deutschlandstudie Innenstadt

cimamonitor.de/deutschlandstudie-innenstadt/

Stadtimpulse Newsletter

https://unsere-stadtimpulse.de/newsletter/

Vielen Dank für Ihr Interesse!