

## Innenstadt Münchens erhält befriedigendes Zeugnis

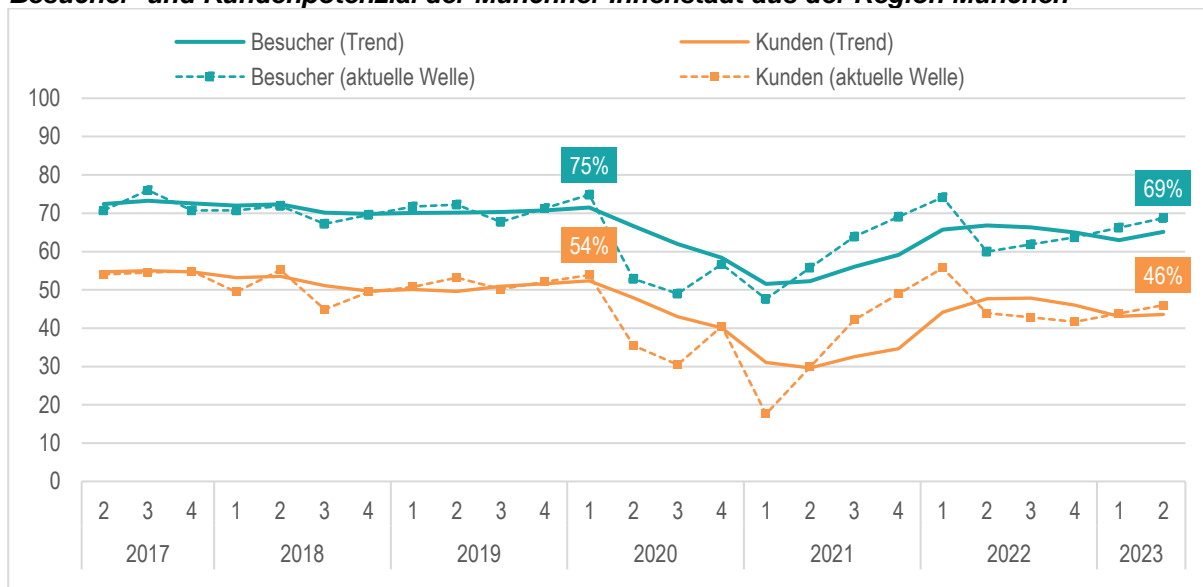
### Ergebnisse der bevölkerungsrepräsentativen Frühjahrsumfrage 2023 in der Region München

München, 22.06.2023 – Besucher- und Kundenpotenzial der Münchner Innenstadt sind rückläufig; auch die Besuchsfrequenz sinkt. Insgesamt wird der Münchner Innenstadt ein befriedigendes Zeugnis ausgestellt. Das zeigt die im Frühjahr 2023 durchgeführte Bevölkerungsumfrage des in München ansässigen Regionalinstituts für Marktforschung (RIM Marktforschung GmbH). Befragt wurden 937 Erwachsene aus der Region München, davon 501 aus der Stadt München und 436 aus den an die Stadt München angrenzenden Landkreisen (entspricht in etwa dem S-Bahn-Einzugsgebiet).

### Rückläufiges Besucher- und Kundenpotenzial der Münchner Innenstadt

Im Frühjahr 2023 haben 69 Prozent der Bevölkerung der Region München die Münchner Innenstadt besucht, 46 Prozent haben dort eingekauft. In der Langzeitbetrachtung wird deutlich, dass weder das Besucher- noch das Kundenpotenzial der Münchner Innenstadt nach dem Einbruch durch die Corona-Pandemie im Frühjahr 2020 das vergleichsweise stabile Vorkrisenniveau wieder erreicht haben. Während im Vergleichszeitraum zwischen 2017 und dem 1. Quartal 2020 das Besucherpotenzial aus der Region im Trend in einer Bandbreite zwischen 70 Prozent und 73 Prozent lag, bewegt es sich seit Anfang 2022 zwischen 63 Prozent und 67 Prozent, also durchschnittlich knapp 6 Prozentpunkte niedriger. Das Kundenpotenzial ging im Trend durchschnittlich um rund 7 Prozentpunkte zurück.

### Besucher- und Kundenpotenzial der Münchner Innenstadt aus der Region München

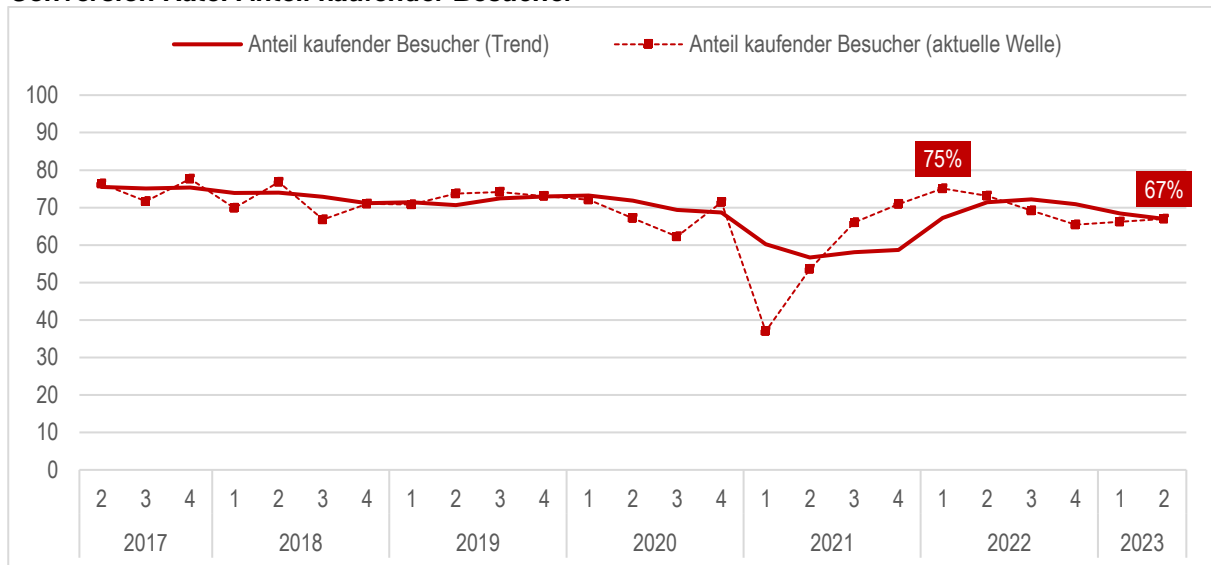


Frage: Wann waren Sie zuletzt in der Münchner Innenstadt?

(Schätzwerte: 2019-4, 2021-2, 2021-4, 2022-3, 2023-1 | Trendzahlen: Mittelwert der letzten 4 Befragungswellen)

Der Anteil kaufender Besucher hatte sich in der Langzeitbetrachtung nach einem extremen Einbruch im 1. Quartal 2021 in den darauffolgenden Monaten bis zum 1. Quartal 2022 auf 75 Prozent erholt, geht allerdings seitdem zurück und erreicht aktuell einen Wert von 67 Prozent. Das legt den Verdacht nahe, dass nach Monaten der Zurückhaltung bei Einkäufen im Stationärhandel die Euphorie und der Nachholbedarf gedeckt wurden und die sog. Conversion Rate (Anteil kaufender Besucher) abflaut.

### Conversion Rate: Anteil kaufender Besucher



Frage: Und wann haben Sie zuletzt in der Münchner Innenstadt **eingekauft**?

(Schätzwerte: 2019-4, 2021-2, 2021-4, 2022-3, 2023-1 | Trendzahlen: Mittelwert der letzten 4 Befragungswellen)

### Rückläufige Besuchsfrequenz der Münchner Innenstadt

50 Prozent der Bevölkerung der Gesamtregion geben an, dass sie die Münchner Innenstadt seltener als früher besuchen, 14 Prozent kommen - eigenen Angaben zufolge - häufiger, 29 Prozent gleich häufig. Der Rückgang der Besuchsfrequenz betrifft die Umlandbevölkerung aus den an die Stadt München angrenzenden Bereichen signifikant stärker: 57 Prozent der Bevölkerung aus diesem Gebiet besuchen die Münchner Innenstadt aktuell seltener, 10 Prozent häufiger, 24 Prozent gleich häufig.

Die Gründe für diese Entwicklung sind vielfältig. Auf die offen gestellte Frage: „Wenn Sie die Münchner Innenstadt heute seltener als früher besuchen, welche Gründe haben Sie dann dafür?“, werden, allen voran, Aspekte genannt, die **Kritik an der Aufenthaltsqualität vor Ort** zum Ausdruck bringen: es sei zu voll, zu hektisch, zu laut und stressig in der Innenstadt (29 Prozent), es gäbe zu viel Verkehr, zu viele Autos, rücksichtsloses Verhalten einzelner Verkehrsteilnehmer (5 Prozent), es mangle an Flair (4 Prozent) und teilweise wird Kritik am Publikum (Bettler, Migranten: 2 Prozent) geäußert.

14 Prozent bemängeln einen **zunehmenden Attraktivitätsverlust der Geschäfte** in der Innenstadt durch den Wegfall alteingesessener Läden und einen Zuwachs an Ketten, die die Innenstadt gegenüber anderen Städten austauschbar machen. Damit einhergehend geben 9 Prozent eine Präferenz für Online-Shopping, 3 Prozent für die Bedarfsdeckung in Einkaufszentren in den Außenbezirken, 9 Prozent für Einkäufe direkt am Wohnort an.

**Probleme mit der Erreichbarkeit** der Innenstadt führen 7 Prozent aufgrund von Parkplatzmangel und 9 Prozent aufgrund schlechter Erfahrungen mit dem ÖPNV an.

Daneben führt eine **Veränderung der individuellen Lebensumstände** zu selteneren Besuchen der Münchner Innenstadt: allen voran finanzielle Einschränkungen – einhergehend mit einer Kritik an hohen Kosten für den ÖPNV, Parken, Produkte und Dienstleistungen (23 Prozent) -, dem Wegzug aus der Innenstadt oder vermehrtem Homeoffice (11 Prozent), was spontane Besuche verhindert, gesunkenem Bedarf (11 Prozent), alters- oder krankheitsbedingten Gründen (10 Prozent), weniger Zeit und Lust (8 Prozent) oder familiären Gründen (1 Prozent).

## Befriedigendes Zeugnis für Münchner Innenstadt

Insgesamt stellt die Bevölkerung der Region München der Münchner Innenstadt ein befriedigendes Zeugnis aus. Auf einer Schulnotenskala beurteilt, schneidet mit einem Wert von 2,3 die flexible Erreichbarkeit mit Auto, ÖPNV, Rad etc. am besten ab. Alle weiteren abgefragten Aspekte erhalten, gerundet, lediglich die Note 3. Am schlechtesten wird der Spaßfaktor bewertet (Durchschnitt: 3,3). Einen Überblick der Einzelnoten, ausgewertet nach Stadt- und Umlandbevölkerung, gibt folgende Tabelle wider:

<b>Schulnoten von 1 bis 6 (Ø)</b>	<b>Gesamtregion München</b>	<b>Bevölkerung Stadt München</b>	<b>Bevölkerung Umland</b>
Flexible Erreichbarkeit (Auto, ÖPNV, Rad etc.)	2.3	2.1	2.6
Großes Sortiment	2.5	2.6	2.4
Hohe Verfügbarkeit an Waren	2.5	2.6	2.4
Kundenfreundliche Öffnungszeiten	2.5	2.6	2.4
Große Auswahl an Geschäften	2.6	2.7	2.5
Hohe Attraktivität der Geschäfte	2.8	2.8	2.7
Guter Service	2.8	2.8	2.8
Angenehmes Flair und Ambiente	2.9	2.9	2.9
Gute Beratung	3.0	3.0	3.0
Spaßfaktor	3.3	3.4	3.1
<b>Gesamtdurchschnitt:</b>	<b>2.7</b>	<b>2.8</b>	<b>2.7</b>

Frage: Wenn Sie an Ihre letzten Einkäufe oder Shoppingtouren in der Münchner Innenstadt denken, welche Schulnote geben Sie der Münchner Innenstadt dann für folgende Aspekte?

+++

### Zur Studie

Die erwachsene deutschsprachige Bevölkerung wird regelmäßig durch das Regionalinstitut für Mittelstandsmarktforschung (RIM Marktforschung GmbH) im Rahmen bevölkerungsrepräsentativer Mehrthemenumfragen (regionale Omnibusumfragen) zu verschiedensten Themen aus Wirtschaft, Politik, Sozialem und zur allgemeinen Stimmungslage schriftlich befragt. Die Frühjahrsumfrage 2023 war vom 13.04. – 12.05.2023 mit 937 Interviews im Feld der Region München. Die Umfragen sind repräsentativ für die erwachsene Bevölkerung in der Region München. Das Konfidenzintervall liegt bei 95 Prozent und die Fehlerspanne bei +/- fünf Prozentpunkten (bei einem Anteilswert von 50 Prozent).

**Freigegeben zur Veröffentlichung unter Bezugnahme auf das durchführende Institut „RIM Marktforschung GmbH aus München“.**

Weitere Veröffentlichungen zu den regionalen Trendumfragen finden Sie unter [www.rim-marktforschung.de/blog](http://www.rim-marktforschung.de/blog).

**Kontakt: V.i.S.d.P** RIM Marktforschung GmbH | Heike Brandstetter | Geschäftsführung | E-Mail [hb@rim-marktforschung.de](mailto:hb@rim-marktforschung.de)

---

Beachten Sie auch unser regelmäßig veröffentlichtes Stimmungsbild der Bevölkerung in der Region München. Hier geht's zum kostenlosen Download: [Stimmungsbild Region München 2018-2023](#)

---