
Transformation der Innenstädte – Empirische Studie bei privaten Haushalten

Teil II: Bürgerpräferenzen zur Transformation des Innenstadtquartiers und -immobilien

Andreas Pfnür, Jonas Rau



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

Forschungszentrum Betriebliche
Immobilienwirtschaft



Prof. Dr. Andreas Pfnür (Hrsg.)
Institut für Betriebswirtschaftslehre
Fachgebiet Immobilienwirtschaft
und Baubetriebswirtschaftslehre
www.immobilien-forschung.de

**Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis,
Band Nr. 53, März 2024**

Zitierempfehlung:

Andreas Pfnür, Jonas Rau (2024): Transformation der Innenstädte – Empirische Studie bei privaten Haushalten. Teil II: Bürgerpräferenzen zur Transformation des Innenstadtkartiers und -immobilien. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 53, Technische Universität Darmstadt.

Hinweis zur vorliegenden Fassung:

Diese Version des Arbeitspapiers beinhaltet interne Überarbeitungen (Stand: Juni 2025) gegenüber der ursprünglichen Veröffentlichung vom März 2024. Die Anpassungen betreffen eine Vereinheitlichung der verwendeten Bezeichnungen für MOSAIC-Milieus und die durchgängige Verwendung eines „N“ zur Kennzeichnung von Stichprobengrößen (anstelle eines „n“). Diese Änderungen dienen der Erhöhung von Konsistenz, Lesbarkeit und Klarheit. Die inhaltlichen Kernergebnisse der Studie bleiben davon unberührt.

Autoren:

Prof. Dr. Andreas Pfnür, Leiter des Fachgebiets Immobilienwirtschaft und Baubetriebswirtschaftslehre an der Technischen Universität Darmstadt und Gründer des Forschungscentrums Betriebliche Immobilienwirtschaft. pfnuer@bwl.tu-darmstadt.de

Jonas Rau, M. Sc., Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand am Fachgebiet Immobilienwirtschaft und Baubetriebswirtschaftslehre an der Technischen Universität Darmstadt. rau@bwl.tu-darmstadt.de

Weitere am Studienkonzept Beteiligte:

Christian Holthaus, Gründer und Geschäftsführer der coventury GmbH.
christian.holthaus@coventury.de

In Kooperation mit

Midstad Development GmbH



Kontakt:

Dr. Benjamin Wagner

Head of Corporate Development & Digital Transformation

info@midstad.com

Die Arbeit gibt die Sicht der Autoren wieder.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Studie mitunter auf die gleichzeitige Verwendung geschlechterspezifischer Sprachformen verzichtet, sondern stattdessen zum Beispiel das generische Maskulinum verwendet; dabei gelten sämtliche Personenbezeichnungen jeweils gleichermaßen für alle Geschlechter. Die Wahl dieser verkürzten Sprachformen hat lediglich redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertungen.

Forschungscenter Betriebliche
Immobilienwirtschaft 

Impressum (V.i.S.d.P)

Prof. Dr. Andreas Pfnür

Fachgebiet Immobilienwirtschaft und Baubetriebswirtschaftslehre

Fachbereich Rechts- und Wirtschaftswissenschaften

Technische Universität Darmstadt

Hochschulstr. 1

64289 Darmstadt

Telefon +49 (0) 6151/16 – 24510

Telefax +49 (0) 6151/16 – 24519

E-Mail office-bwl9@bwl.tu-darmstadt.de

Homepage www.real-estate-research.org

ISSN-Nr. 1862-2291

März 2024

Management Summary

Die deutschen Innenstädte erleben gegenwärtig einen tiefgreifenden Strukturwandel, der die etablierten Konzepte der Immobilienwirtschaft, insbesondere die bislang vorherrschende Ausrichtung auf den Einzelhandel, infrage stellt. Dieser Wandel wird maßgeblich durch gesellschaftliche, technologische und ökologische Megatrends vorangetrieben. Auf diesen Wandel wurde in vielen deutschen Innenstädten augenscheinlich nicht ausreichend reagiert, was sich in Form von steigenden Leerständen und fallenden Mietpreisen für Einzelhandelsflächen – was das Risiko von Abwärtstrends (Trading-down-Effekte) mit sich bringt – zeigt. Dies erzeugt erheblichen Handlungsdruck für eine große Zahl an Immobilieneigentümern, die sich nun vor die Herausforderung gestellt sehen, ihre innerstädtischen Immobilienbestände an die veränderte Realität und den Bedarf der Bürger anzupassen. Den Eigentümern und der deutschen Volkswirtschaft als Ganzer droht ein Verlust des in Innenstädten investierten Kapitals. Im Zuge dessen stellt sich für die Eigentümer die wichtige Frage, wie sie ihre Immobilienbestände erfolgreich durch den nötigen Transformationsprozess führen können. Dieser Frage wird im Rahmen des Forschungsprojektes „Transformation der Innenstädte“ mit zwei Studien nachgegangen.

Nachfolgend sind zunächst die wichtigsten Ergebnisse der hier vorliegenden zweiten Studie zum Thema „Bürgerpräferenzen zur Transformation des Innenstadtquartiers und -immobilien“ dargestellt. In Anschluss folgen die wichtigsten Ergebnisse der ersten, im Arbeitspapier Nr. 52 des Fachgebiets Immobilienwirtschaft und Baubetriebswirtschaftslehre der Technischen Universität Darmstadt veröffentlichten Studie zum Thema „Nutzungskonzepte deutscher Innenstädte“. Beide Studien gehören im übergeordneten Sinn inhaltlich zusammen, sind aber methodisch und inhaltlich jeweils eigenständig aufgebaut.

Das Ziel dieser zweiten Studie besteht darin, die Bürgerpräferenzen bezüglich der Ausgestaltung des Innenstadtquartiers und des konkreten Nutzungsmixes von Innenstadtimmobilien zu verstehen. Die Studienergebnisse bieten damit eine erste Grundlage, welche im Dialog um die Innenstadtentwicklung und in zukünftigen Planungsverfahren strukturiert berücksichtigt werden kann. Die Bürgerpräferenzen bringen zum Ausdruck, in welcher Form die Nutzer ihre Bedürfnisse in den Innenstädten befriedigt sehen möchten. Im Rahmen einer groß angelegten Haushaltsbefragung mit über 1.000 Bürgern aus allen gesellschaftlichen Milieus wurden unterschiedliche Bürgerpräferenzen zu folgenden Teilbereichen abgefragt:

- zur Ausgestaltung des Innenstadtquartiers,
- zur (Finanz-)Ressourcenallokation bei der Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier,
- zu konkreten Flächenallokationen in einer Mixed-Use-Innenstadtimmobilie
- zur Flächenallokation der mittleren Geschosse der Mixed-Use-Innenstadtimmobilie.

Die Studienergebnisse zeigen deutlich, dass deutsche Bürger bei der Ausgestaltung von Innenstadtquartieren einen ausgewogenen Mixed-Use-Ansatz präferieren. Angebote für Shopping, Freizeit und Wohnen werden von den Bürgern am stärksten präferiert und liegen in

ihrer Wichtigkeit nahe beieinander (Shopping: Rang 1 mit 5,5 % höherer Präferenzdeckung als Wohnen: Rang 3). Dass in Bezug auf das Innenstadtquartier mehr Stadtgrün (Rang 1 der präferierten Quartiers Elemente), ein fahrrad-/fußgängerfreundliches Layout (Rang 2) sowie der Fokus auf den ÖPNV (Rang 3) insgesamt am stärksten von den Bürgern präferiert werden, eröffnet Anknüpfungspunkte für die öffentliche Hand. Der öffentliche Raum als Aushängeschild der Innenstadt sollte von den Kommunen bedarfsgerechter im Sinne der erkannten Bürgerpräferenzen – multifunktional, grüner und fußläufig – transformiert werden. Überraschend war, dass die Bürgerpräferenzen zur Ausgestaltung des Innenstadtquartiers zeigen, dass sie kaum signifikante Unterschiede zwischen den Einkommen der Bürger und Milieus, wohl aber hinsichtlich der jeweiligen Stadt(-größe) aufweisen. Die Ausgestaltung des Quartiers ist damit keine Frage des Einkommens. Hieraus ergibt sich für die öffentliche Hand die Erkenntnis, dass bedarfsgerechte Innenstadtquartiersentwicklung den Bürgern und Milieus in der Gesamtheit zugutekommt.

Im Zuge der Betrachtung von Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier zeigen die Studienergebnisse, dass allen drei Dimension (Ökologie: 34,4 %, Soziales: 33,8 % und Ökonomie: 31,8 %) eine annähernd gleich hohe Bedeutung zugemessen wird, ökonomische Faktoren wie die Förderung lokaler Unternehmen über alle Dimensionen die zweithöchste Bürgerpräferenz erfahren. Auffällig ist, dass die Begrünung des Quartiers für 45 % der Befragten das wichtigste Element der Ökologie (vor technischen Lösungen mit 29 %) ist. Eine vermeintlich kostengünstige Gestaltungsentscheidung der öffentlichen Hand, in der am Grünanteil gespart wird, könnte somit am Bedarf der Bürger vorbeigehen und gesamtwirtschaftliche Nachteile hervorrufen. Im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit ist für 35 % der befragten Bürger das Sicherheitsempfinden der wichtigste Aspekt. Auch der gesellschaftliche Austausch und Zusammenhalt ist für die Befragten ein wichtiger Bestandteil der sozialen Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier. Die Schaffung von Angeboten für Bürger mit niedrigen Einkommen und für alle Generationen wird von den Bürgern stark präferiert (Rang 2/3 in der sozialen Dimension). Diese Präferenzen bieten den Kommunen und der Politik wertvolle Erkenntnisse über die Präferenzen und den Bedarf der Bürger, um die Ressourcenallokation betreffend der Nachhaltigkeit mehrheitsfähig zu steuern.

Die Bürgerpräferenzen zur Flächenallokation in Innenstadtimmobilien wurden am Beispiel eines viergeschossigen Warenhauses mit Dachterrasse und Untergeschoss untersucht. Die Studienergebnisse verdeutlichen, dass der jeweilige Nutzungsmix stark von lokal individuellen Parametern geprägt wird (z. B. Einkommensklasse, Milieu). Dennoch wird dem Einzelhandel in erdgeschossnahen Lagen noch immer ein wichtiger Anteil der Flächenallokation zugeschrieben. Die Studienergebnisse belegen, dass abhängig vom umliegenden Angebot flankierende Nutzungen der Grundversorgung durch Nah- oder Gesundheitsversorgung im UG/EG oder 1. OG oder Gastronomie einen erheblichen Hebel zur Deckung der Präferenzen der Bürger bieten können. Dabei ist es wichtig, zu erwähnen, dass der kleinteilige günstige Einzelhandel mit Abstand am geringsten in den Geschossen präferiert wird. Die

Studienergebnisse verdeutlichen damit, dass sich eine Nachnutzung um jeden Preis nicht empfiehlt. Die geringe Voreingenommenheit (2./3. OG mit dem geringsten Bedeutungsgewicht aller Geschosse) der Bürger zur Nutzung der mittleren Geschosse bietet im Gesamtkonzept das Potential, die verschiedenen Nutzungen innerhalb des Gebäudes auf kreative Art und Weise zu verknüpfen. Gastronomische Angebote wie Cafés (Gesamtrang 2) und Imbisse (Gesamtrang 3), aber auch die Gesundheitsversorgung werden hier am stärksten präferiert. Besonders auffällig ist, dass die konkrete Ausgestaltung der mittleren Geschosse kaum Unterschiede zwischen den Einkommensklassen oder Milieus aufweist. Damit bergen die mittleren Ebenen das Potenzial, nicht nur den „Kitt“ zwischen den Hauptnutzungen, sondern auch zwischen der Gesellschaft und Stadtmilieus zu stellen. Überraschend ist, dass den Nutzungen auf der Dachterrasse aus Sicht der Bürger – noch vor den Erdgeschosslagen – das höchste Bedeutungsgewicht zukommt (EG: 16 %; Dachterrasse: 18 %). Ein Blick auf die Dächer deutscher Innenstädte zeigt, dass hier ein immenses Potenzial bislang ausgelassen wird.

Einen integralen Bestandteil im neuen Nutzungsmix bilden gemäß den Studienergebnissen das Wohnen und die Büroarbeit. So werden, laut Studienergebnissen, Wohnkonzepte in den oberen Geschossen am stärksten und Büroarbeit am zweitstärksten präferiert. Spannend im Kontext der ersten Studie ist auch, dass der Wunsch der befragten Bürger in der Innenstadt zu arbeiten und zu wohnen deutlich steigt, nachdem sie sich ihren „Wunsch-Nachnutzungsmix“ erstellt haben. Zustimmungswerte steigen in Bezug auf das Wohnen von auf 39 % auf 62 % und in Bezug auf das Arbeiten von 57 % auf 64 % (Zustimmung in der ersten Studie auf die Zustimmung in der zweiten Studie). Das verdeutlicht, dass die bedarfsgerechten Innenstädte immenses Potenzial haben, die aktuelle Landflucht im Wohnen abzumildern oder sogar umzukehren. Denn Wohnen und Arbeiten spielen – wie in der ersten Studie bereits gezeigt – eine bedeutende Rolle bei der durchgängigen Belebung der Innenstädte.

Damit präferenzorientierte und bedarfsgerechte Innenstadtimmobilien zur Belebung der Innenstadt beitragen können, ist eine übergeordnete strategische Ausrichtung der Kommunen und ihrer Planungsinstrumente und konkreten Genehmigungsprozesse notwendig. Dabei empfiehlt es sich, langfristig und strategisch orientierte Immobilieneigentümer, die mit ihren Entwicklungskonzepten optimal den Bedarf der Bürger unter Ausnutzung von Synergien/Kopplungseffekten decken, aktiv zu fördern. Konkret sind schnelle, einfache Genehmigungsverfahren und Flexibilität in der Durchführung notwendig, damit dies gelingen kann. Hierfür ist es zweckdienlich, die strategische Ausrichtung am Bedarf der Bürger und der Eingliederung in der Innenstadt als Teil des Genehmigungsprozesses zu institutionalisieren.

*Einen Überblick über die Kernerkenntnisse des **ersten Teils der Studie** wird nachfolgend gegeben. Diese Studie bildet das Fundament der vorliegenden Studie und ist dem heruntergeladenen Dokument beigelegt.*

Das Ziel der ersten Studie besteht darin, die Bedürfnisse, Wünsche und Erwartungen der Bürger an zukünftige Innenstädte zu verstehen. Darauf aufbauend werden Handlungsempfehlungen gegeben, um die deutschen Innenstädte in spannende, lebendige „Lieblingsorte“ zu transformieren, die gleichzeitig aber auch wirtschaftlich tragbar sind. Hierfür wurden die Bürger im Rahmen einer groß angelegten Befragung von deutschen Haushalten zur vergangenen Veränderung der Innenstadt, der Innenstadt heute und den zukünftigen Anforderungen an Innenstädte befragt. Insgesamt wurden 1.069 Bürger aus verschiedenen sozialen Milieus in ganz Deutschland befragt.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass deutsche Innenstädte zuletzt deutlich am Bedarf einer Mehrheit der Bürger vorbei entwickelt wurden. Essenzielle Bedürfnisse der potenziellen Nutzer werden bislang nicht befriedigt, wodurch sich Handlungsbedarf im Bereich der Funktionsausgestaltung ergibt. So wünschen sich 55 % der Bürger eine Attraktivitätssteigerung bei der Erholungs- und Freizeitfunktion der Innenstädte und jeweils 52 % in der Qualität des öffentlichen Raums sowie des Wohnens. Auch die Attraktivität des Einzelhandels spielt für 47 % der Befragten als Bürgermagnet weiterhin eine wichtige Rolle. Die Studienergebnisse verdeutlichen, dass die Transformationspfade der Innenstädte individuell ausgestaltet werden sollten, da sie zum großen Teil von den lokalen Rahmenparametern der und denen der jeweiligen Nutzer (Milieus) der Innenstadt abhängen. Besonders deutlich zeichnen sich die milieuspezifischen Anforderungen an der Einzelhandelsfunktion ab: Während im Mittel über alle Befragten 47 % eine Attraktivitätssteigerung im Einzelhandel sie zukünftig öfters in die Innenstadt zieht, trifft dies in der Gruppe gut ausgebildeter wohlhabender Bürger nur bei 37 % zu, wodurch eine Attraktivitätssteigerung im Einzelhandel einen geringeren Magneteffekt auf dieses Milieu ausübt. Wohnen und (Büro-)Arbeit spielen dabei im zukünftigen Funktionsmix eine wichtige Rolle, die Innenstädte über die Woche und den Tag homogener auszulasten, und dadurch zu lebhaften Orten zu machen. Dass sich 39 %/26 % der befragten Bürger grundsätzlich vorstellen können in der Innenstadt zu arbeiten/wohnen unterstreicht das immense Potenzial, welches aus diesen Funktionen für die Wiederbelebung der Innenstädte, sofern der bedarfsgerechte Rahmen geschaffen wird, erwächst.

In Bezug auf die möglichen Angebote und Aktivitäten, welche den zuvor angesprochenen Funktionsmix unterfüttern, zeigen die Studienergebnisse, dass einige Angebote Pflichtbestandteile für Innenstädte darstellen, während andere das Potenzial haben die Bürger darüber hinaus zu begeistern. Konkret heißt das, dass grundlegende Angebote (bspw.: Nahversorgung 46 %; Versorgung mit Ärzten 45 %; Schulen 33 % der Befragten) für weite Teile der Bevölkerung Pflichtkriterien (Must-Be) in den Innenstädten darstellen, ohne die die Innenstadt als Ganzes abgelehnt wird. Auf der anderen Seite können das Individuelle, Lokale (bspw. lokale Produkte: 23 %; lokale Nahrungsmittel: 17 %) und die Möglichkeit den individuellen Charme der Stadt zu erleben (bspw. Mitmach-Manufakturen: 21 %; Open-Air Kinos: 19 %; lokale Künstler: 14 %) die Bürger begeistern. Innenstadtakeure müssen den

Spagat zwischen notwendigen Angeboten und Angeboten, die die Bürger mitreißen und begeistern können, schaffen.

Die Studienergebnisse zeigen, dass die Attraktivitätssteigerungen der Innenstadt sowohl im Nutzungsmix der Immobilien (bspw. Freizeit für 55 %, Wohnen für 52 % oder Einzelhandel für 47 % der Befragten) als auch in der Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums (bspw. Qualität des öffentlichen Raums für 52 % oder Grün- und Freiflächen für 52 % der Befragten) notwendig sind. Die dies berücksichtigende, ganzheitliche Vision und Innenstadtstrategie gilt es von Seiten der Kommunen als Leitplanken für die Immobilieneigentümer vorzugeben. Kommunen haben damit die Chance, bedarfsgerechte und wirtschaftlich tragbare Innenstadtentwicklung zu initiieren. Dieser grundsätzliche Rahmen muss sich, datenbasiert, eng am Bedarf der betroffenen Bürger orientieren. Die Genehmigungsprozesse und Regelwerke müssen an dem Ziel der erfolgreichen Transformation der Innenstadt ausgerichtet werden und darüber hinaus müssen im Tandem mit den (langfristig und strategisch orientierten) Immobilieneigentümern Projekte mit Leuchtturmwirkung geschaffen werden. Einer symbiotischen Herangehensweise mit gegenseitigem Geben und Nehmen sollte Vorrang vor Alleingängen gewährt werden.

Keywords: Einzelhandel, Megatrends, Strukturwandel Transformation der Innenstädte, High-Street, Kano-Methode, Bedarfe in der Innenstadt, Präferenzmessung, (Vertikale) Mixed-Use-Entwicklung, Smart Growth

Danksagung

Wir möchten unseren herzlichen Dank bei Stephan Fanderl, Boris Hedde, Kevin Meyer, Jan Linsin, Nikolas Müller, Jan Schwarze, Aliena Trillig und ganz besonders Benjamin Wagner ausdrücken, deren Perspektiven diesen Forschungsbericht bereichert haben. Ihre wertvollen Einblicke, ihr Praxisinput sowie ihr Beitrag in der Reflexion der Ergebnisse waren von unschätzbarem Wert. Ihre Unterstützung war unermüdlich und hat einen wertvollen Beitrag zur Qualität und Tiefe dieser Arbeit geleistet. Wir sind dankbar für ihr Engagement und ihr Vertrauen in unser Projekt.

Inhaltsverzeichnis

Management Summary	III
Inhaltsverzeichnis	VIII
Abbildungsverzeichnis	IX
Tabellenverzeichnis	XII
Abkürzungsverzeichnis	XIII
1 Einführung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung und Aufbau der empirischen Studie	2
2 Methodisches Vorgehen und Darstellung der Stichprobe	5
2.1 Studienkonzeption und wissenschaftliche Vorgehensweise	5
2.2 Stichprobenzusammensetzung und Repräsentativität	7
2.3 Hinweise zum Auswertungskonzept	16
2.4 Paarweise vergleichsbasierte Präferenzmessung	17
2.5 Identifikation signifikanter Unterschiede bei Subgruppen mittels Kruskal-Wallis-Test	18
3 Studienergebnisse	20
3.1 Flächenallokation im Innenstadtquartier	21
3.1.1 Das präferierte Innenstadtquartier aus Sicht der Bürger	21
3.1.2 Zwischenfazit zum Innenstadtquartier	34
3.2 Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier	36
3.2.1 Präferierte Allokation von Ressourcen für Nachhaltigkeit im Quartier	36
3.2.2 Zwischenfazit zur Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier	46
3.3 Nachnutzungskonzepte für großflächige, innerstädtische Einzelhandelsimmobilien	48
3.3.1 Bürgerperspektive auf Nachnutzungskonzepte für großflächige Einzelhandelsimmobilien	48
3.3.2 Zwischenfazit zu den präferierten Nachnutzungen in Warenhausimmobilien	70
3.4 Nachnutzung der Zwischengeschosse in Warenhausimmobilien	74
3.4.1 Präferenzen der befragten Bürger bezüglich der mittleren Geschosse von Warenhausimmobilien	74
3.4.2 Zwischenfazit zu den präferierten Zwischengeschossnutzungen	84
4 Zusammenfassung und Implikation der empirischen Ergebnisse	86
4.1 Lessons Learned für die öffentliche Hand	86
4.2 Lessons Learned für Eigentümer	91
4.3 Die Ergebnisse der Studie im Kontext des Maßnahmenkatalogs des ZIA	94
4.4 Ausblick	98
Literaturverzeichnis	99
Bisher in dieser Reihe erschienen	102

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Aufbau der Forschungsinitiative.....	3
Abb. 2: Wissenschaftliches Vorgehen im Zeitablauf.....	5
Abb. 3: Datenaufbereitungsprozess.....	7
Abb. 4: Persönliche Merkmale der Befragten.....	9
Abb. 5: Geografische Verteilung der Befragten und Bevölkerung	10
Abb. 6: Haushaltsbezogene Merkmale der Befragten.....	10
Abb. 7: Einkommen und ausgabenbezogene Merkmale der Befragten	11
Abb. 8: Übersicht über die bewerteten Innenstädte	12
Abb. 9: Verteilung der Mosaic-Gruppen innerhalb des Panels	15
Abb. 10: Zusammenfassung von Antwortausprägungen zu Top-/Bottom-3-Box-Werten ...	16
Abb. 11: Fragebogen – Bewertung der Attraktivität.....	18
Abb. 12: Fragebogen – Abwägung der Geschossnutzungen untereinander.....	18
Abb. 13: Übersicht über die unterschiedlichen Bezugsrahmen der Studie	20
Abb. 14: Präferenzen der Befragten in Bezug auf die Nutzung des öffentlichen Raums	22
Abb. 15: Gewichtete Bedeutung der Quartierselemente insgesamt und pro Stadtgröße....	23
Abb. 16: Mittlere gewichtete Präferenz bezüglich der Quartierselemente	25
Abb. 17: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach RIWIS®-Städten	26
Abb. 18: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 1	27
Abb. 19: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 2	28
Abb. 20: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 3	29
Abb. 21: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 4.....	30
Abb. 22: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 5	30
Abb. 23: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 6	31
Abb. 24: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 7	32
Abb. 25: Signifikante Korrelationen von A-Städten mit Präferenzen im Quartier	32
Abb. 26: Signifikante Korrelationen ausgewählter soziodemografischer Daten mit Präferenzen im Quartier	33
Abb. 27: Präferenzen der Befragten in Bezug auf die Ressourcenallokation bzgl. Nachhaltigkeit	38

Abb. 28: Gewichtete Bedeutung der Dimensionen der Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier insgesamt und pro Stadtgröße.....	39
Abb. 29: Mittlere gewichtete Präferenz bezüglich der Dimensionen der Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier.....	40
Abb. 30: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Nachhaltigkeitsaspekten in der Subgruppenbetrachtung nach Einkommensklassen.....	41
Abb. 31: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Nachhaltigkeitsaspekten in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 1.....	42
Abb. 32: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Nachhaltigkeitsaspekten in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 2.....	42
Abb. 33: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Nachhaltigkeitselemente in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 3.....	43
Abb. 34: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Nachhaltigkeitsaspekten in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 5.....	44
Abb. 35: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Nachhaltigkeitselemente in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 7.....	44
Abb. 36: Signifikante Korrelationen ausgewählter Stadtcluster mit Präferenzen zur Ressourcenallokation für Nachhaltigkeit.....	45
Abb. 37: Signifikante Korrelationen ausgewählter soziodemografischer Daten mit Präferenzen zur Ressourcenallokation in Bezug auf Nachhaltigkeit im Quartier.....	45
Abb. 38: Präferenzen der Befragten in Bezug auf die Geschossnutzungen (Nachnutzung) in einer Warenhausimmobilie.....	50
Abb. 39: Gewichtete Bedeutung der Geschosse insgesamt und pro Stadtgröße.....	51
Abb. 40: Mittlere gewichtete Bedeutung der Geschossnutzungspräferenzen.....	54
Abb. 41: Mittlere gewichtete Bedeutung der Geschossnutzung insgesamt und pro Stadtgröße.....	55
Abb. 42: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Einkommensklassen.....	56
Abb. 43: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 1.....	57
Abb. 44: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach mittel-wohlhabenden Mosaic-Milieus.....	58
Abb. 45: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 3.....	59
Abb. 46: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 4.....	60
Abb. 47: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 5.....	61
Abb. 48: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Mosaic-Milieus der Außenbezirke.....	61
Abb. 49: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 7.....	62

Abb. 50: Anteil der befragten Bürger, die in der Innenstadtimmobilie wohnen/arbeiten wollen.....	62
Abb. 51: Anteil der befragten Bürger, die in der Nähe der Innenstadtimmobilie wohnen/arbeiten wollen	63
Abb. 52: Mittlere gewichtete Bedeutung der Geschossnutzung nach Wunsch im Gebäude zu arbeiten	65
Abb. 53: Mittlere gewichtete Bedeutung der Geschossnutzung nach Wunsch im Gebäude zu wohnen	66
Abb. 54: Signifikante Korrelationen ausgewählter Stadtcluster mit Präferenzen zu Geschossnachnutzungen.....	67
Abb. 55: Signifikante Korrelationen ausgewählter soziodemografischer Daten mit Präferenzen zur Ressourcenallokation in Bezug auf Nachhaltigkeit im Quartier	68
Abb. 56: Signifikante Korrelationen der Präferenz zum Wohnen und Arbeiten mit Präferenzen zur Ressourcenallokation in Bezug auf Nachhaltigkeit im Quartier	69
Abb. 57 wirtschaftliche Erfolgsfaktoren von Mixed-Use Immobilien.....	70
Abb. 58 Visualisierung aus der Umfrage zur Auswahl der Mittelgeschossnutzungen.....	75
Abb. 59: Präferenzen der Befragten in Bezug auf die Mittelgeschoss(nach-)nutzung in einer Warenhausimmobilie.....	76
Abb. 60: Gewichtete Bedeutung der Nutzungsmöglichkeiten in den Mittelgeschossen insgesamt und pro Stadtgröße.....	77
Abb. 61: Mittlere gewichtete Bedeutung der Zwischengeschossnutzungspräferenz.....	79
Abb. 62: Gewichtete Bedeutung der Präferenzen für Zwischengeschossnutzungen, insgesamt und pro Stadtgröße	80
Abb. 63: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Mittelgeschossnutzungen in der Subgruppenbetrachtung nach Einkommensklassen	81
Abb. 64: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Mittelgeschossnutzungen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 1	82
Abb. 65: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Mittelgeschossnutzungen in der Subgruppenbetrachtung nach mittel-wohlhabenden Mosaic-Milieus.....	82
Abb. 66: Signifikante Korrelationen ausgewählter Stadtcluster mit Präferenzen zu Zwischengeschossnutzung.....	83
Abb. 67: Signifikante Korrelationen ausgewählter soziodemografischer Daten mit Präferenzen zur Zwischengeschossnutzung	83

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Themenbereiche des Fragebogens.....	6
Tabelle 2: Beschreibung der Mosaic-Milieus	14
Tabelle 3: Bedeutung des Korrelationskoeffizienten	17
Tabelle 4: Szenarien der verschiedenen Fragebogenabschnitte	17
Tabelle 5: Signifikanzniveaus der Subgruppenpräferenzen zu den Quartierselementen....	24
Tabelle 6: Signifikanzniveaus der Subgruppe der Nachhaltigkeit	39
Tabelle 7: Signifikanzniveaus der Subgruppe der Innenstadtimmobilie	52
Tabelle 8: Signifikante Subgruppenunterscheidung der Geschossnutzungen der Innenstadtimmobilie nach Arbeiten im Gebäude.....	64
Tabelle 9: Signifikanzniveaus der Subgruppenpräferenzen zu den Zwischengeschossnutzungen	78

Abkürzungsverzeichnis

BDSG	Bundesdatenschutzgesetz
bspw.	beispielsweise
bzgl.	bezüglich
DSGVO	Datenschutzgrundverordnung
et al.	et alii
Gen.	Generation
Hrsg.	Herausgeber
i. V. m.	in Verbindung mit
M	Mittelwert
MIV	motorisierter Individualverkehr
n	Anzahl der Beobachtungen
Nr.	Nummer
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
S.	Seite
SD	Standardabweichung
z. B.	zum Beispiel
ZIA	Zentraler Immobilien Ausschuss e. V.

1 Einführung

1.1 Problemstellung

Die Innenstädte befinden sich inmitten eines Strukturwandels, welcher die dortigen immobilienwirtschaftlichen Wertschöpfungskonzepte, insbesondere die monofunktionale Ausrichtung auf den Einzelhandel, infrage stellt. Verursacht wird der Strukturwandel durch Megatrends wie den gesellschaftlichen, technologischen und ökologischen Wandel. Der Wandel im Konsumverhalten und der zunehmende Onlinehandel sind wesentliche Symptome eines Transformationsprozesses in Wirtschaft und Gesellschaft, der sich erheblich auf die Innenstädte auswirkt. Dies verändert die Beziehung der Bürger zu ihrer Innenstadt. Beispielsweise ziehen sich gut ausgebildete, wohlhabende Bürger – welche mit ihrer Vorbildfunktion viele der anderen Milieus mitreißen – zunehmend aus den Innenstädten zurück (vgl. Müller & CBRE, 2023). Das bekommen die in den Innenstädten ansässigen Unternehmen in Form von sinkenden Umsätzen direkt zu spüren. Die Eigentümer von Innenstadtimmobilien stehen daher unter immensem Druck, der in der Regel mit massiven Vermögenswertverlusten einhergeht und nicht selten auch deren wirtschaftliche Überlebensfähigkeit bedroht.

Bislang verlassen sich Akteure bei der Definition von Transformationspfaden – und damit für ihr strategisches Handeln – für die jeweiligen Innenstädte eher auf ihr Bauchgefühl und die Meinungen lauterer Akteure. Um den für die Innenstädte optimalen Transformationspfad zu finden, ist es jedoch wichtig, die Städte nicht aus dem eigenen Partikularinteresse heraus zu sehen, sondern die Präferenzen einer repräsentativen Menge der Bürger zu berücksichtigen und die Präferenzen der Milieus als Teilmenge der Bürger zu verstehen. Nur wer versteht welche Wünsche, Bedürfnisse und Präferenzen der potenzielle Innenstadtbesucher in Bezug auf die Innenstadt hat, kann letztendlich auch passende Konzepte anbieten und verhindern, dass die Ansätze an den Bürgern vorbeigehen. Denn nur mit Innenstadtkonzepten, die eine breite Mehrheit in der jeweiligen Innenstadt finden, kann der Negativtrend nachhaltig durchbrochen werden. Es entstehen Innenstadtquartiere und Innenstadtimmobilien, die positiv auf ihr Umfeld und damit auf die Stadtbevölkerung und Funktionalität der Stadt einzahlen. Das Verständnis der Wirkzusammenhänge ist dabei nicht nur für die Immobilienwirtschaft, sondern für alle Stakeholder im Transformationsprozess der Innenstadt, insbesondere den Einzelhandel, die Gastronomie, weitere in der Innenstadt ansässigen Unternehmen, die Stadtplaner, Wirtschaftsförderer, Verkehrsplaner und Versorgungsunternehmen von essenzieller Bedeutung. Wie im ersten Teil der Studie bereits herausgearbeitet, sind für die Transformation Impulse in Form von erheblichen Investitionen notwendig, welche zum großen Teil von den Immobilieneigentümern zu leisten sind. Diese sind jedoch auf planbare und auf

nachhaltige, langfristig funktionierende wirtschaftliche Konzepte angewiesen. Zahlreiche Iterationen nach dem „Trial & Error“-Prinzip sind für Immobilieneigentümer allerdings nicht planbar und wirken als Barrieren für die dringend notwendigen Investitionen in die nachhaltige Transformation der Innenstädte.

1.2 Zielsetzung und Aufbau der empirischen Studie

Zur Transformation der Innenstädte gibt es zahlreiche Meinungen diverser Akteursgruppen. Mit dieser und der vorhergehenden Studie soll der Diskussionsraum mit wissenschaftlicher Evidenz gefüllt und angereichert werden. Den Akteuren sollen so wertvolle Entscheidungshilfen an die Hand gegeben werden. In einer ersten Befragung wurden Bürger ausführlich zu ihren Erwartungen an ihre Innenstädte befragt (vgl. Pfnür & Rau, 2024). In diesem Arbeitspapier werden darauf aufbauend Präferenzen zu konkreten Nachnutzungskonzepten von großflächigen Innenstadtimmobilien, die Allokation von Flächenressourcen im öffentlichen Raum, die Allokation von Finanzressourcen in Bezug auf Nachhaltigkeit im Innenstadtkomplex und die konkreten Präferenzen in Bezug auf die Zwischengeschosse der Innenstadtimmobilie aus Sicht der Bürger abgefragt.

Damit richtet sich diese Studie direkt an die Akteure der Innenstadtentwicklung und gibt ihnen einen Leitfaden an die Hand. Dieser Baukasten kann den Akteuren als Indikator für das aus Sicht der Befragten präferierte Nachnutzungskonzept einer Innenstadtimmobilie dienen, welches im Kontext der Situation vor Ort zu einem bedarfsgerechteren Konzept führen kann. Im Kontext der individuellen Innenstädte sind die individuellen, lokalen Determinanten ein wichtiger Bestandteil zukünftiger Nachnutzungskonzepte, worum die Erkenntnisse der Studie den Rahmen spannen. Dabei wird die Innenstadt als Produkt verstanden, welches sich durch unterschiedliche Ausprägungen auszeichnet, die am Ende den Bedarf der Bürger decken müssen. Die Umfragedaten sind dabei stets im Kontext der lokal vorhandenen Nutzungen und anderen Faktoren wie der Milieustruktur zu sehen. Die Studie gibt damit evidenzbasiert Hinweise für zukünftige Entwicklungen in den Innenstädten aus Sicht der (befragten) Bürger und schließt damit die existierende Forschungslücke zur konkreten Ausgestaltung der Innenstädte mit belastbaren quantitativen Daten.

Die Studie ist Teil der „Forschungsinitiative Transformation der Innenstadt“. Die im Nachgang genannten Schritte wurden in enger Zusammenarbeit mit der Forschungsprojektgruppe – die aus Experten von Midstad Development, Nikolas Müller, CBRE und IFH Köln besteht – abgestimmt. Der Forschungsinitiative übergeordnet ist das Soundingboard mit zahlreichen Experten und Akteuren der Immobilienwirtschaft und anderen Disziplinen, mit denen die Ergebnisse besprochen und verifiziert werden (vgl. Abb. 1).

Soundingboard

(+ weitere Experten aus der Immobilienwirtschaft und dem Transformationsprozess)

Projektgruppe (+ CBRE + IFH Köln)

Forschungskooperation mit/unterstützt durch Midstad Development

Frequenzanalyse ausgewählter Innenstädte

Müller, Nikolas (2023): Handydaten-basierte Frequenzmessung
(noch unveröffentlicht)

Analyse des State-of-the-Art

Pfnür, Andreas und Rau, Jonas (2023): Transformation deutscher Innenstädte aus Sicht der Eigentümer. State of the Art der wissenschaftlichen Diskussion

Haushaltsbefragung (I): Problemerkennntnis

Pfnür, Andreas und Rau, Jonas (2024): Transformation der Innenstädte – Empirische Studie bei privaten Haushalten zu Nutzungskonzepten deutscher Innenstädte

Generierung von Innovationsalternativen

Haushaltsbefragung (II): Alternativenbewertung

Pfnür, Andreas und Rau, Jonas (2024). Transformation der Innenstädte – Empirische Studie zu Präferenzen privater Haushalte zur Zukunft von Innenstadtimmobilien und -quartieren (Aktuelle Studie)

Abb. 1: Aufbau der Forschungsinitiative

Zunächst wurde durch eine Analyse von Passantenfrequenzen auf Basis von Handybewegungsdaten in mehreren deutschen Innenstädten durchgeführt. Parallel wurde durch das Fachgebiet Immobilienwirtschaft und Baubetriebswirtschaftslehre der TU Darmstadt eine State-of-the-art-Analyse zu den Ursachen des im ersten Teil beobachteten Attraktivitätsverlusts der Innenstädte durchgeführt. Ein besonderer Schwerpunkt der Analyse lag auf der Perspektive der Immobilienwirtschaft und Eigentümer im aktuellen Prozess. Hier wurde klar, dass Eigentümer – ungeachtet der essenziellen Rolle in der Transformation – nicht als gleichwertige Akteursgruppe im aktuellen Prozess involviert sind (vgl. Pfnür & Rau, 2023). Hier wurde auch die Notwendigkeit der multifunktionalen Innenstadt, die die aktuelle Debatte beherrscht, und deren Elemente herausgestellt. Die Erkenntnisse führten zur ersten Haushaltsbefragung, in der vom Fachgebiet Immobilienwirtschaft und Baubetriebswirtschaftslehre eine groß angelegte Befragung der deutschen Haushalte zur Veränderung in den Innenstädten und deren Ursachen durchgeführt wurde. Die erste Haushaltsbefragung bildet als Vorbefragung das Fundament für den darauffolgenden Projektschritt, die Generierung

von Innovationsalternativen. In einer zweiten groß angelegten Haushaltsbefragung wurden die Bürger bezüglich konkreter Ausgestaltungsmöglichkeiten von Innenstadtquartier und Immobilie befragt. Die Präferenzen der Bürger und Implikationen für die Innenstadtentwicklung sind Gegenstand dieser Studie.

2 Methodisches Vorgehen und Darstellung der Stichprobe

Zur besseren Einordnung der Studie werden vor der Darstellung der Ergebnisse in diesem Abschnitt das Studienkonzept und die Vorgehensweise vorgestellt sowie die Stichprobe beschrieben. Dabei wird insbesondere auf die Repräsentativität eingegangen. Zudem werden das Auswertungskonzept und die Analysemethoden dargestellt.

2.1 Studienkonzeption und wissenschaftliche Vorgehensweise

Die vorliegende Studie knüpft inhaltlich an das Arbeitspapier 52 (vgl. Pfnür & Rau, 2024) an, mit dem Ziel die Bürger über konkrete Nachnutzungskonzepte von Innenstadtimmobilien, die Zwischengeschossnutzungen, das Quartier und die Nachhaltigkeit im Quartier entscheiden zu lassen.

Die zeitliche Einordnung der Studie wird in Abb. 2 visualisiert.

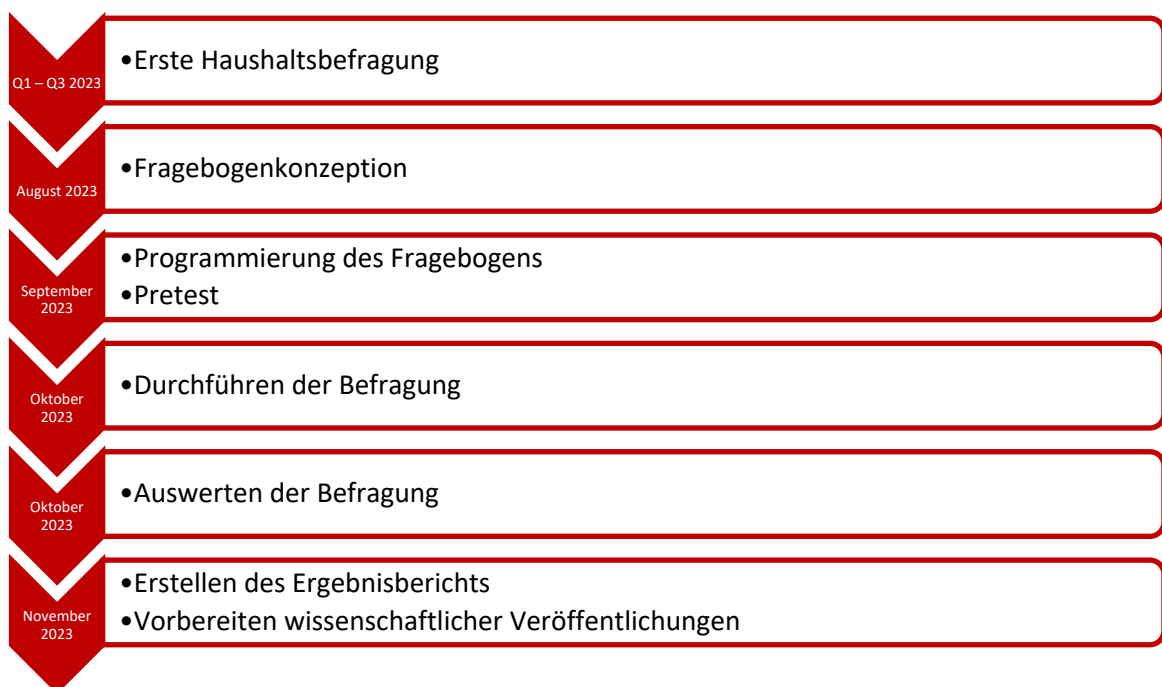


Abb. 2: Wissenschaftliches Vorgehen im Zeitablauf

Der Fragebogen wurde im August 2023 konzipiert. Im Anschluss wurde der Fragebogen programmiert und intern getestet. Im nächsten Schritt wurde der Fragebogen im Projektteam und mit einer kleinen Stichprobe getestet. Durch das iterative Vorgehen wurde der Fragebogen stetig optimiert. Die Hauptbefragung fand im Oktober 2023 statt.

Der Fragebogen bestand aus insgesamt fünf Teilbereichen, welche in Tabelle 2 dargestellt werden. Zunächst wurden die relevanten soziodemografischen Eigenschaften der Befragten erfasst, um Kontrollvariablen für spätere Subgruppenbetrachtungen zu erhalten sowie die Repräsentativität des Panels beurteilen zu können. Daraufhin wurde die Persönlichkeit

mittels der BIG 5¹ analysiert. Im Hauptteil werden die befragten Bürger auf das DISE-System weitergeleitet, wo sie zunächst angeben, welche Innenstadt sie in den letzten Monaten am häufigsten besucht haben. Daraufhin werden die Präferenzen Geschossnutzung einer fiktiv zu entwickelnden großflächigen Innenstadtimmobilie in der gewählten Innenstadt abgefragt. Im nächsten Schritt werden die Befragten in der Detailbetrachtung der Zwischengeschosse der Warenhausimmobilie nach ihren Präferenzen hierzu befragt. Nachdem die befragten Bürger ihre Präferenzen bzgl. der Nachnutzung von Innenstadtimmobilien dezidiert abgegeben haben, werden im nächsten Schritt die Präferenzen bzgl. des Innenstadtquartiers überprüft. Hierbei werden verschiedene Elemente vorgestellt, die untereinander in Konkurrenz stehen. Im letzten Block geben die befragten Bürger Hinweise auf ihre Präferenzen in Bezug auf die Ressourcenverteilung im Hinblick auf Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier. Mithilfe der verschiedenen Teilbereiche wird ein umfassendes Bild von den Präferenzen der Bürger bzgl. ihrer Innenstadt skizziert, welches den Akteuren als Blaupause für ihre Maßnahmen dienen kann. (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Themenbereiche des Fragebogens

I	Soziodemografische Angaben
II	Präferierte Nutzungen von Innenstadtimmobilien
III	Präferierte Nutzungen von Zwischengeschossen in Innenstadtimmobilien
IV	Präferierte Flächenallokation im Innenstadtquartier
V	Präferierte Ressourcenallokation in Bezug auf Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier

Der Großteil der Fragen wird mittels der PCPM-Methode erhoben (mehr Informationen dazu in Kapitel 2.4). Die Beantwortung der weiteren Fragen erfolgt in der Regel auf einer siebenstufigen Likertskala („trifft überhaupt nicht zu“ bis „trifft vollständig zu“). Begründet werden kann dies durch die höhere Sensitivität, Reliabilität und Validität einer siebenstufigen Likertskala gegenüber einer fünfstufigen Likertskala (vgl. Cummins & Gullone, 2000; Preston & Colman, 2000, S. 1 – 15).

Die Studie ist empirischer Natur. Befragt wurden Bürger in Deutschland. Die Onlinebefragung wurde mit LimeSurvey und DISE durchgeführt, einem deutschsprachigen Anbieter, welcher datenschutzkonforme Onlinebefragungen nach DSGVO und BDSG zusichert (LimeSurvey, 2023). An der Durchführung der Studie war die conventury GmbH beteiligt. Die Stichprobe wird über die Onlineplattform Clickworker.de generiert. Clickworker.de ist eine Crowd-basierte Community, welche nach eigenen Angaben über circa 400.000

¹ Die BIG 5, auch als „Fünf-Faktoren-Modell“ der Persönlichkeit bekannt, sind fünf grundlegende Persönlichkeitsdimensionen, nämlich Offenheit für Erfahrungen, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Verträglichkeit und Neurotizismus, die dazu verwendet werden, die Persönlichkeitsmerkmale einer Person zu beschreiben und zu messen.

deutschsprachige Clickworker verfügt. Ergänzend zu integrierten Kontrollfragen soll durch Aussortieren von Bots und automatisiertem Antwortverhalten die Qualität bestmöglich sichergestellt werden. Ebendiese Community bietet den Vorteil einer hohen Verfügbarkeit geeigneter Befragungsteilnehmender. Deren Vorqualifizierung erfolgt durch die Registrierung und Qualifikation, die sie bei Clickworker.de durchführen müssen. Clickworker.de hat sich bereits in anderen Marktstudien und wissenschaftlicher Forschung in den letzten Jahren bewährt. Nach vollständigem Abschluss der Umfrage erhielten die Teilnehmenden eine Incentivierung. Diese lag bei 4,50 Euro pro Teilnehmer. Die gewonnenen Erkenntnisse wurden im Rahmen des Reflexionsprozesses unter anderem in Expertenrunden mit den Projektbeteiligten und Vertretern der Unternehmenspraxis diskutiert.

2.2 Stichprobenzusammensetzung und Repräsentativität

Die Stichprobe umfasst Bürger, die in Deutschland leben. Die initiale Bruttostichprobe beinhaltet $N = 1.314$ Beobachtungen. Um die Qualität der Beobachtungen und damit einhergehend auch die Qualität der folgenden Analysen zu gewährleisten, wurde zunächst eine umfassende Datenaufbereitung vorgenommen (vgl. Abb. 3). Zur Aufbereitung und Auswertung des Datensatzes wurde die Software IBM SPSS genutzt.

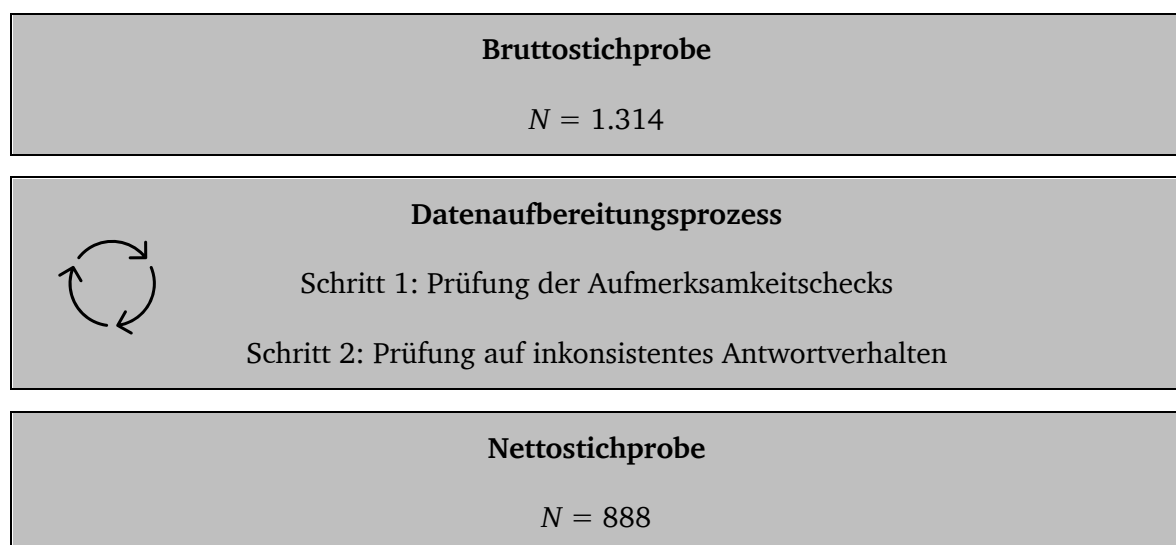


Abb. 3: Datenaufbereitungsprozess

Bei der Erstellung des Fragebogens wurden zwei Aufmerksamkeitschecks integriert, welche im Datensatz der Bruttostichprobe ausgewertet und überprüft wurden. Bei Nichtbestehen bei der Aufmerksamkeitschecks wurde die Beobachtung aus dem Datensatz entfernt. Im nächsten Schritt folgte eine Prüfung auf inkonsistentes Antwortverhalten, welches im Wesentlichen auf den soziodemografischen Angaben der Befragten beruht.

Die Nettostichprobe umfasst $N = 888$ Beobachtungen. Die Stichprobe über 888 Beobachtungen wird im Folgenden durch persönliche, haushaltsbezogene und arbeitsbezogene Merkmale beschrieben. Einen Überblick über die persönlichen Merkmale bietet

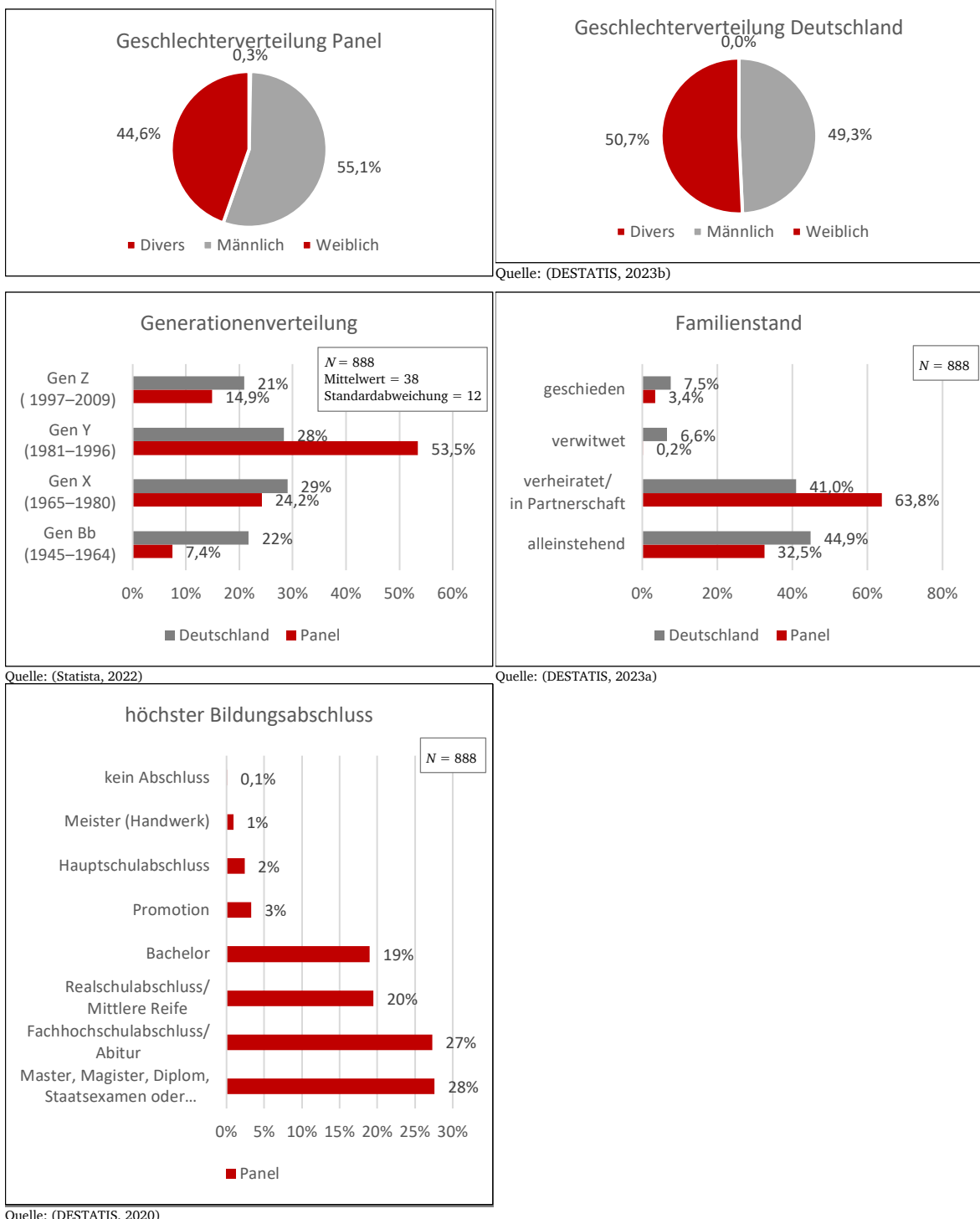


Abb. 4. Das Panel weist einen Überhang an männlichen Befragten auf, welcher durch die Erhebungsmethodik (Onlinebefragung) begründet sein kann. Ebenfalls verursacht durch die Erhebungsmethode sind die Abweichungen in der Generationenverteilung vom deutschen Mittel. Besonders stark im Panel vertreten ist die Generation Y. Im Vergleich zum deutschen

Mittel ist im Panel ein überdurchschnittlicher Anteil der Befragten verheiratet oder in einer Beziehung. Außerdem ist das Panel überdurchschnittlich gebildet. Die Abweichungen sind bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen.

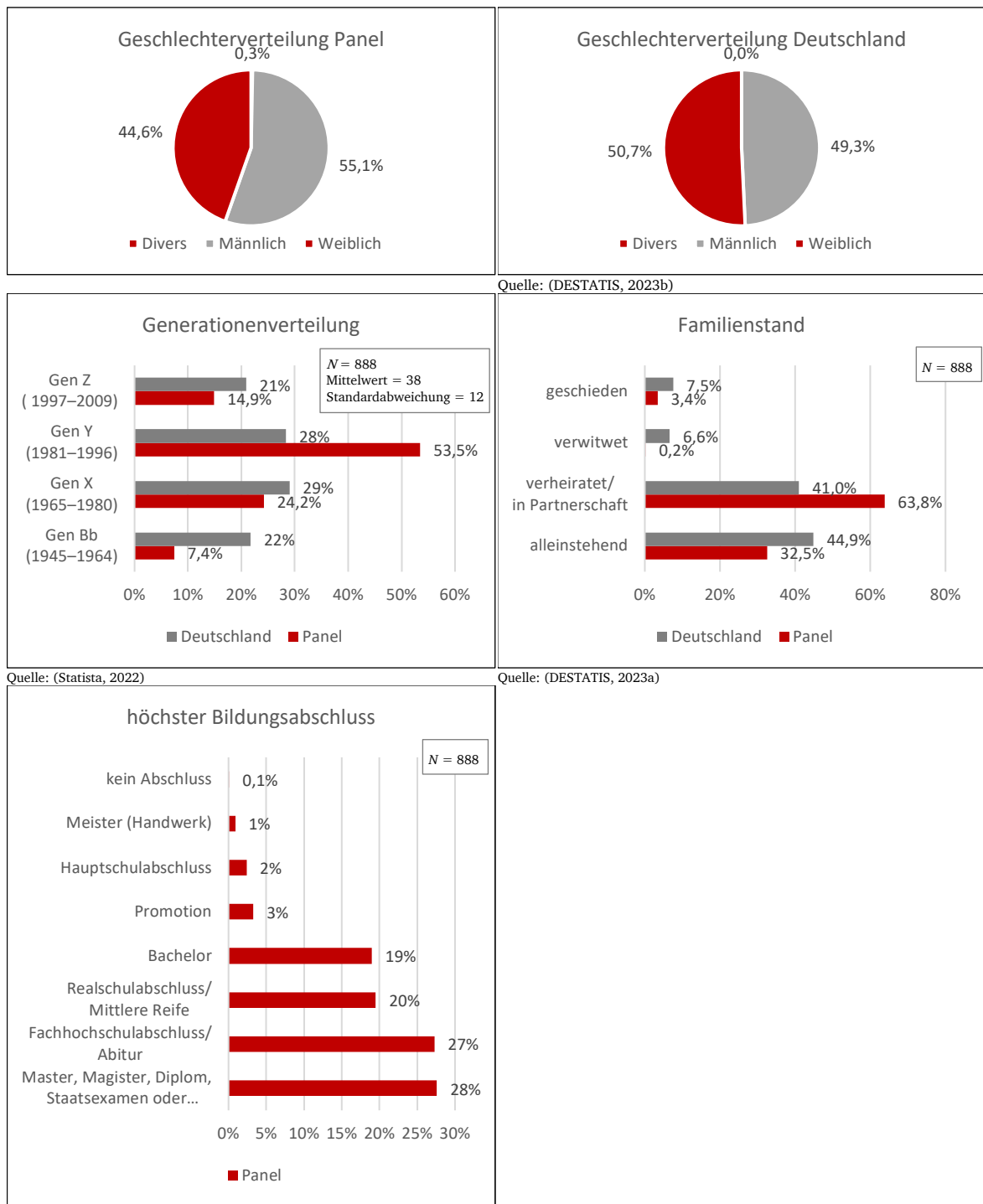
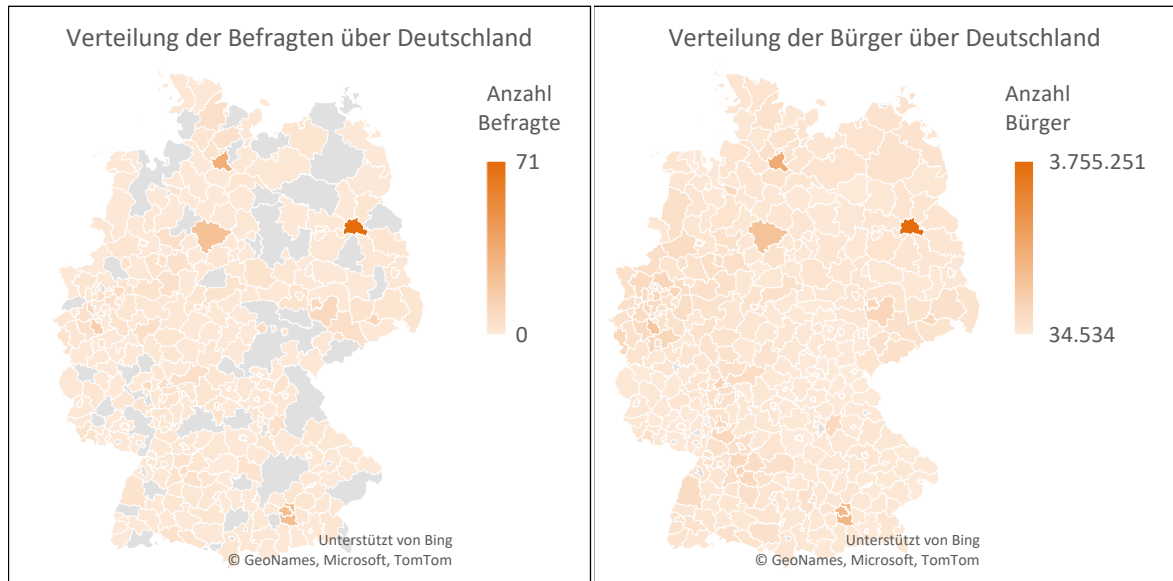


Abb. 4: Persönliche Merkmale der Befragten

Bei dieser Studie wurden Bürger in ganz Deutschland befragt. Punktueller geografische Konzentrationen sind für Berlin (7,9 % der Befragten), Hamburg (3,8 % der Befragten) und München (2,8 % der Befragten) zu beobachten. Leichte Differenzen in der regionalen Verteilung zwischen Grundgesamtheit und Stichprobe sind kaum zu verhindern, grundsätzlich

zeigt sich jedoch ein annähernd repräsentatives Bild der Wohnorte der Probanden für die Grundgesamtheit. (Abb. 5)



Quelle: (DESTATIS, 2023c)

Abb. 5: Geografische Verteilung der Befragten und Bevölkerung

Neben den persönlichen Merkmalen wurden die Teilnehmenden in der Befragung auch gebeten einige haushaltsbezogene Angaben zu machen. Hier zeigt sich, dass die befragten Bürger tendenziell in Haushalten mit höherer Personenzahl leben als das deutsche Mittel. Darüber hinaus geben 37 % der Befragten an Kinder zu haben, von denen der Großteil im Schulalter ist (vgl. Abb. 6).

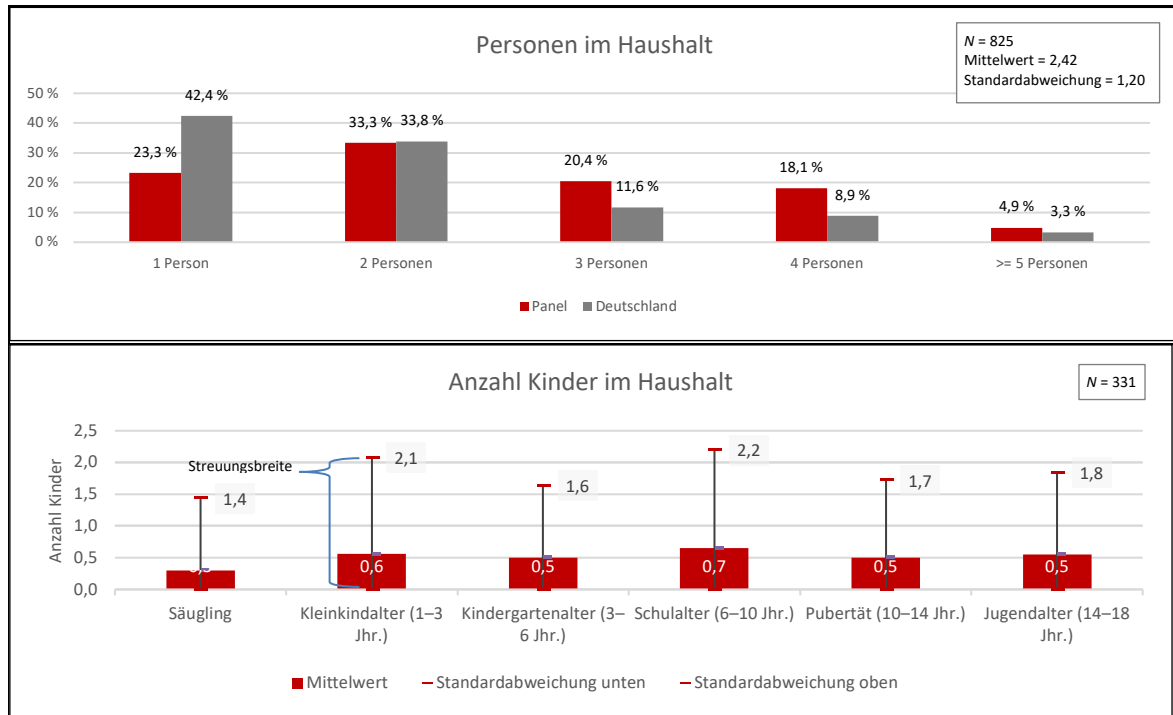
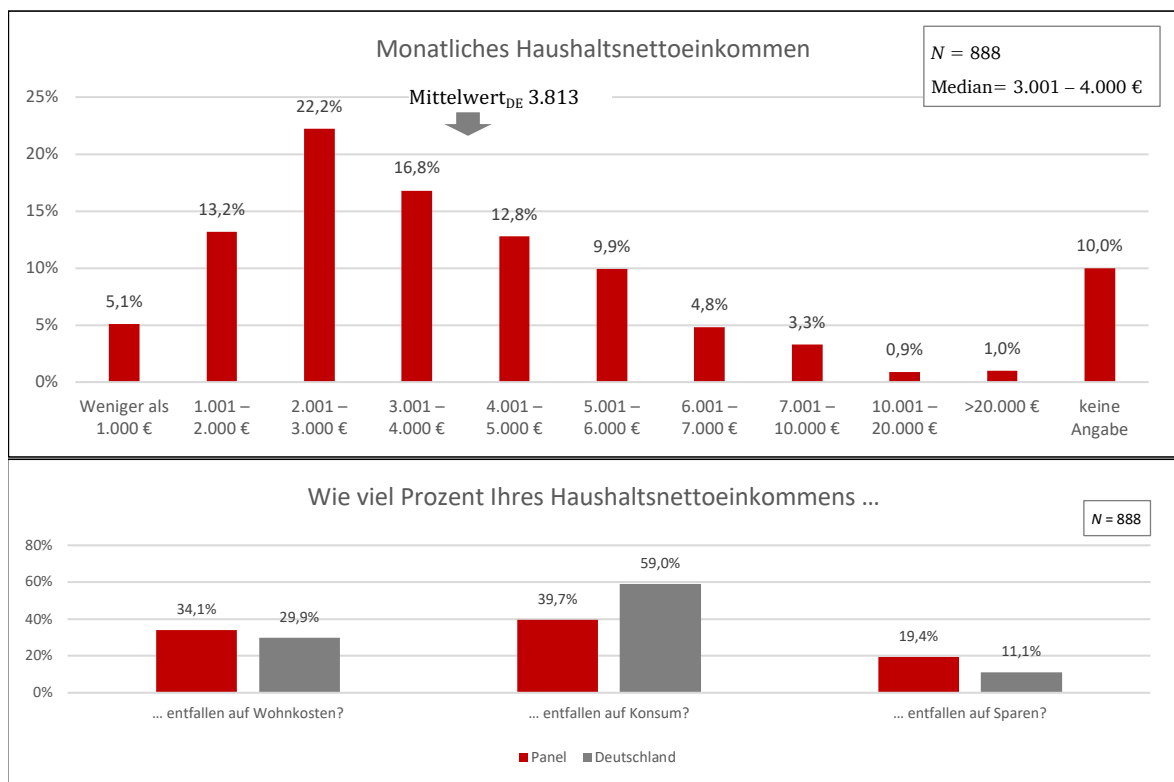


Abb. 6: Haushaltsbezogene Merkmale der Befragten

Als weitere haushaltsbezogene Merkmale wurden den Teilnehmern Fragen zum Einkommen und den Ausgaben gestellt, die nachfolgend dargestellt werden. Der Median der Haushaltsnettoeinkommen im Panel liegt zwischen 4.001 und 5.000 € (vgl. Abb. 7). Das deutsche mittlere Haushaltsnettoeinkommen beträgt 3.813 € und liegt im Median des Panels. Das Einkommen des Panels fließt im Schnitt zu 34 % in Wohnkosten, zu 40 % in Konsum und 20 % werden gespart (vgl. Abb. 7). Damit sparen die Befragten durchschnittlich doppelt so viel wie der deutsche Schnitt. Die Belastung durch Wohnkosten liegt im Panel über dem deutschen Schnitt von 30 %. 1 Abweichungen sind in der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen.



Quelle: (DESTATIS, 2021, 2022)

Abb. 7: Einkommen und ausgabenbezogene Merkmale der Befragten

Die befragten Bürger wurden zu Anfang des Fragebogens gebeten diejenige Innenstadt auszuwählen, welche sie regelmäßig besuchen. Die zur Auswahl stehenden Städte wurden jeweils in Clustern nach RIWIs[®] zur Auswahl gestellt.

Der Großteil der Befragten hat hier eine der 7 A-Städte ausgewählt. Davon entfielen 14 % auf Berlin, 13 % auf Hamburg und 11 % auf München. B-Städte wurden von 16 %, C-Städte von 11 % und D-Städte (oder kleiner) wurden lediglich von 7 % der Befragten ausgewählt. (vgl. Abb. 8).

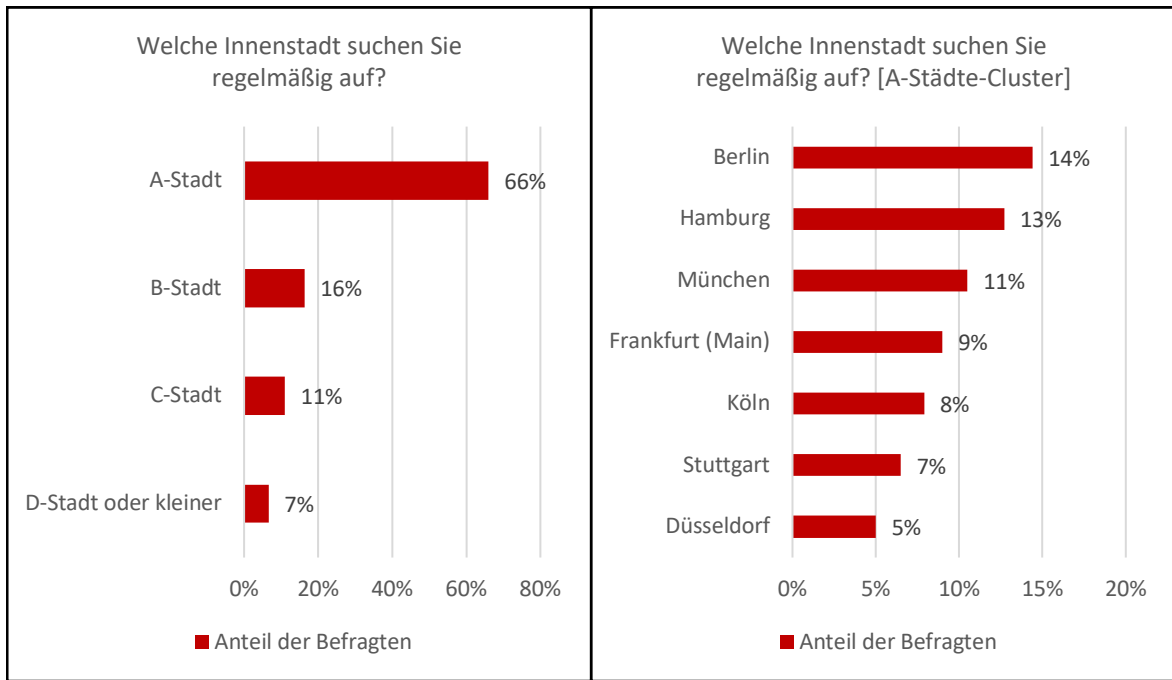


Abb. 8: Übersicht über die bewerteten Innenstädte

Hinweis

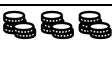
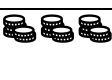
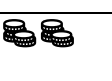
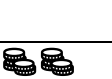
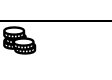
Um die Städte zu gruppieren, wird in dieser Studie die Klassifikation von RIWIS® Online nach A-, B-, C- und D-Städten genutzt. A-Städte: Wichtigste deutsche Zentren mit nationaler und z. T. internationaler Bedeutung. In allen Segmenten große, funktionsfähige Märkte. B-Städte: Großstädte mit nationaler und regionaler Bedeutung. C-Städte: wichtige deutsche Städte mit regionaler und eingeschränkt nationaler Bedeutung, mit wichtiger Ausstrahlung auf die umgebende Region. D-Städte: kleine, regional fokussierte Standorte mit zentraler Funktion für ihr direktes Umland; geringeres Marktvolumen und Umsatz. (bulwiengesa, 2023)

Untersuchung der Mosaic-Subgruppen durch EXPERIAN®

Wie in Kapitel 2.1 beschrieben, motiviert sich die Umfrage unter anderem aus einer Frequenzanalyse, in welcher die Abnahme der qualifizierten Passantenfrequenz festgestellt wurde. Im Zentrum steht bei der Untersuchung die Mosaic-Subgruppe der High Society, deren geringere Frequenz nach Corona durch die Analyse von Handydaten beobachtet wurde. Um die Hintergründe dieser Erkenntnisse zu untersuchen, wird in der vorliegenden Studie ebenfalls die Milieu-Typologie genutzt.

Die Befragten wurden dazu gebeten, ihren Wohnort auf einer Karte zu markieren. Im Gegensatz zur direkten Eingabe der Adresse (Straße, Hausnummer, PLZ, Ort) legen die Befragten ihre Adressdaten nur implizit offen. Dabei handelt es sich um keine Pflichtfrage, was deutlich kenntlich gemacht wurde. Von den 888 Befragten haben ca. 14 % in dieser und der Vorbefragung keine Angaben zu ihrem Wohnort gemacht. Anhand des Wohnortes und statistischer Daten zur Adresse werden die Bürger einem Milieu zugeordnet, welches an der Adresse statistisch am häufigsten vertreten ist. Diese Zuordnung wird durch den Informationsdienstleister Experian durchgeführt. Die Geodaten werden für Experian nicht identifizierbar und über ein sicheres Datenaustausch-Tool von Experian übertragen. Die Milieus weisen unterschiedliche Merkmale auf (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Beschreibung der Mosaic-Milieus

Gruppe	Alter	Kaufkraft	Familienstruktur	Beschreibung
A: High Society	70+			Die High Society umfasst die wohlhabendsten und erfolgreichsten Mitglieder der Gesellschaft. Sie leben in begehrten Wohnlagen, sind hochgebildet, beruflich etabliert und schätzen Qualität, Stil und kulturelle Bereicherung. Ihr Lebensstil ist geprägt von Luxus, anspruchsvollen Erfahrungen und einem bewussten Genuss ihres Erfolgs.
B: Metropolitan Elite	50–59			Die Metropolitan Elite besteht aus hochgebildeten Menschen, die beruflich erfolgreich sind und die Vorteile ihres Erfolgs genießen. Sie verfügen über überdurchschnittliches Einkommen, leben in modernen Häusern in guten Wohngegenden und pendeln zu ihrer Arbeit. Ihr Lebensstil wird durch finanzielle Stabilität, Bildung und Mobilität geprägt.
C: Prestigious Careers	60–69			Prestigious Careers beschreibt Paare und Familien, die durch ihre erfolgreichen Karrieren ein komfortables Leben führen. Sie sind meist älter, gut ausgebildet und besitzen Eigenheime in attraktiven Wohngegenden. Dank ihrer beruflichen Erfolge genießen sie finanzielle Stabilität und einen gehobenen Lebensstil.
D: Wealthy Traditionals	70+			Wealthy Traditionals beschreibt ältere Paare, die ihren Ruhestand genießen und Wert auf ein gehobenes, komfortables Leben legen. Sie sind gut gebildet, besitzen Eigenheime in begehrten Wohnlagen, engagieren sich wohl tätig und orientieren sich an traditionellen Werten. Ihr Lebensstil spiegelt finanzielle Stabilität und kulturelle Reife wider.
E: Domestic Rurality	0–29			Domestic Rurality beschreibt die Arbeiterfamilien in ländlichen Gegenden, die ein einfaches, aber komfortables Leben führen. Sie wohnen in ruhigen Nachbarschaften, besitzen oft ihr eigenes Zuhause und sind überwiegend in handwerklichen oder gewerblichen Berufen tätig. Ihre finanzielle Situation ist unterschiedlich, größere Vermögenswerte sind jedoch selten. Ihr Lebensstil betont Gemeinschaft und ländliche Werte.
F: Suburban Settlers	50–59			Suburban Settlers beschreibt Familien und Paare mit bescheidenem Wohlstand, die in den Vororten von Städten leben. Sie wohnen in modernen Häusern, pendeln zur Arbeit und verfügen über ein durchschnittliches Einkommen. Diese Gruppe besteht aus einer Mischung von jungen Paaren und mittelalten Familien, die in soliden beruflichen Positionen tätig sind und ein stabiles, angenehmes Leben führen.
G: Urban Raisers	0–29		 	Urban Raisers sind aufstrebende Stadtbewohner, die ihre Karriere vorantreiben und vor allem aus Singles bestehen. Sie leben in großen Städten, mieten Wohnungen in Mehrfamilienhäusern und sind oft in dicht besiedelten, weniger wohlhabenden Gegenden zu Hause. Diese Gruppe ist hoch technikaffin und nutzt das Internet intensiv, um sich beruflich und privat weiterzuentwickeln.
H: City Satellites	50–59			City Satellites beschreibt Pendler, die in kleineren Städten oder Stadtrandgebieten leben. Diese Gruppe besteht überwiegend aus Singles und Paaren, die in begehrten Wohnlagen leben, jedoch finanziell oft zu kämpfen haben. Sie mieten ihre Wohnungen, meist in Mehrfamilienhäusern, und pendeln regelmäßig zur Arbeit. Ihr Lebensstil ist geprägt von der Nähe zu städtischen Zentren und den Herausforderungen eines begrenzten Budgets.
I: Modest Seniors	70+		 	Modest Seniors beschreibt ältere Paare und Alleinstehende, die einen sparsamen Ruhestand führen. Sie leben meist zur Miete, haben eine unterdurchschnittliche Kaufkraft und orientieren sich an traditionellen Werten. Ihr Lebensstil ist geprägt von Bescheidenheit und der Fähigkeit, innerhalb ihrer finanziellen Möglichkeiten auszukommen.
J: Singles in the City	30–39		 	Singles in the City beschreibt alleinstehende Personen, die in großen Städten mit begrenztem Budget leben. Sie mieten Wohnungen in Mehrfamilienhäusern, oft in dicht besiedelten, weniger wohlhabenden Vierteln, und haben finanzielle Herausforderungen, um ihren Lebensunterhalt zu sichern. Ihr Lebensstil ist geprägt von Einfachheit und urbanem Alltag.

Hinweis: Die Beschreibungen der Mosaic-Milieus dienen als Orientierungshilfe zur Segmentierung unterschiedlicher Besucher. Sie bieten einen groben Überblick über typische Merkmale der jeweiligen Milieus, ohne dabei den Anspruch zu erheben, in jedem Einzelfall uneingeschränkt zuzutreffen oder vollständig zu sein.

Quelle: (Experian Germany, 2021)

Den größten Anteil machen die Urban Raisers mit 17 % und die Singles in the City mit 16 % aus. Die High Society sind im Panel mit 10 % leicht übervertreten (Deutsches Mittel 8 %). Besonders Domestic Rurality (-7 %) und Suburban Settlers (-4 %) sind im Panel unterrepräsentiert (vgl. Abb. 9).

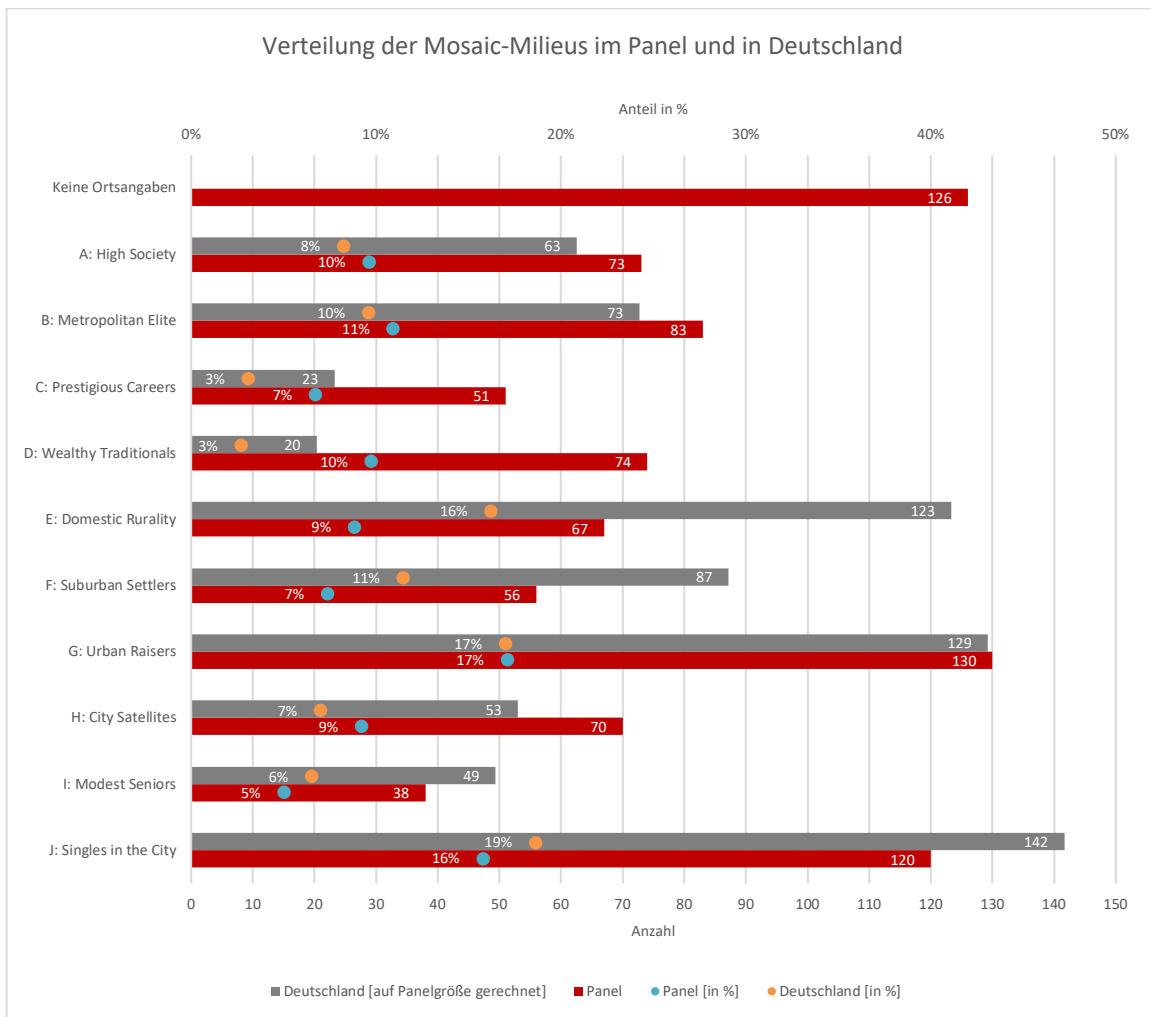


Abb. 9: Verteilung der Mosaic-Gruppen innerhalb des Panels

Grundsätzlich zeigt sich eine gute Übereinstimmung mit dem deutschen Mittel. Die Über- bzw. Unterrepräsentation lässt sich durch die Charakteristika der Subgruppen plausibilisieren. So zeichnen sich die Prestigious Careers (C) durch eine gute Bildung und technisch versierten Hintergrund aus. Die Gruppe der Wealthy Traditionals (D) befindet sich kurz vor dem Ruhestand und ist sozial besonders engagiert. Die Merkmale begünstigen die Nutzung einer digitalen Plattform wie Clickworker bzw. leisten einen Erklärungsbeitrag zu der überdurchschnittlichen Teilnahme an der Onlineumfrage. Dem gegenüber weisen Domestic Rurality (E) und die Gruppe der Suburban Settlers (F) eine geringere Affinität gegenüber

Technologien aus. Insgesamt zeigt sich das Panel als repräsentativ. Bedingt durch das Mittel der Befragung (Onlinefragebogen) gibt es im Panel Verschiebungen, wie beispielsweise das jüngere Durchschnittsalter, die es in der Analyse und Interpretation zu berücksichtigen gilt.

2.3 Hinweise zum Auswertungskonzept

Im Rahmen der vorliegenden Studie werden die erhobenen Daten mithilfe deskriptiver, univariater sowie bivariater Auswertungsmethoden analysiert. In den grafischen Aufbereitungen der Ergebnisse werden die Antwortmöglichkeiten einer siebenstufigen Likertskala (1 = „Trifft überhaupt nicht zu“ über 4 = „neutral“ bis 7 = „trifft vollständig zu“) zu Top- und Bottom-3-Box-Werten der Antwortausprägungen zusammengefasst (siehe Abb. 10).

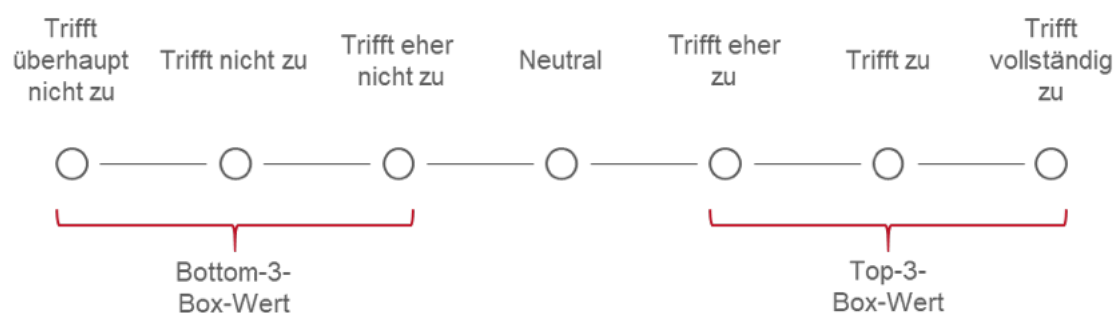


Abb. 10: Zusammenfassung von Antwortausprägungen zu Top-/Bottom-3-Box-Werten

Top-3-Box-Werte stehen dabei für eine Zustimmung zu einer bestimmten Aussage, während Bottom-3-Box-Werte für eine Ablehnung der Aussage stehen (vgl. Morgan & Rego, 2006, S. 426 – 439). Die Likert-Werte aus der paarweise vergleichsbasierten Präferenzmessung (vgl. 2.4) wurden auf einer Skala von 0 bis 10 abgefragt. 0 repräsentiert dabei das am wenigsten attraktive und 10 das attraktivste Merkmal. Aus diesem Grund werden die Häufigkeiten hier in vier Boxen dargestellt. Die jeweils äußersten Boxen zeigen den Anteil derer, für die das Merkmal das insgesamt (un-)attraktivste darstellt. Die mittleren Boxen zeigen den Anteil der Befragten an, die das Merkmal im Verhältnis attraktiv (1 bis 4), neutral (5) oder unattraktiv (6 bis 9) bewertet haben. Neben der Häufigkeitsverteilung werden außerdem Lagemaße, wie das arithmetische Mittel (Mittelwert), der Median oder der Modalwert und Streumaße, wie die Standardabweichung, genutzt. Um Unterschiede in den einzelnen Merkmalsausprägungen erkennbar zu machen, werden Subgruppenanalysen und Korrelationen verwendet. Subgruppenanalysen ermöglichen es, Unterschiede verschiedener Merkmalsausprägungen in den Analysen zu berücksichtigen. Eine Pearson-Korrelation zeigt einen ungerichteten linearen Zusammenhang der jeweils betrachteten Variablen, einen sogenannten bivariaten Zusammenhang. Positive Korrelationen bedeuten dabei, dass eine hohe Ausprägung einer Variablen mit einer hohen Ausprägung einer anderen Variablen einhergeht und vice versa.

Signifikanzen der Korrelationen werden auf dem Signifikanzniveau von 5 % mit „*“ gekennzeichnet, und auf einem 1-%-Niveau mit „**“. Ab einem Wert von 0,1 kann von einem Zusammenhang ausgegangen werden (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Bedeutung des Korrelationskoeffizienten

Betrag von r	Stärke des Zusammenhangs
0,0 < 0,1	kein Zusammenhang
0,1 < 0,3	geringer Zusammenhang
0,3 < 0,5	mittlerer Zusammenhang
0,5 < 0,7	hoher Zusammenhang
0,7 < 1	sehr hoher Zusammenhang

Entsprechend werden nachfolgend nur signifikante Korrelationen mit einem Koeffizienten von mindestens 0,1 dargestellt.

2.4 Paarweise vergleichsbasierte Präferenzmessung

Zur Präferenzmessung zu den Elementen des Innenstadtquartiers, der Nachhaltigkeit im Quartier, der Nachnutzung der Warenhausimmobilien und der Zwischengeschosse wurde die paarweise vergleichsbasierte Präferenzmessung (eng.: Pairwise Comparison-based Preference Measurement) nach (Schlereth et al., 2014; i.V.m Scholz et al., 2010) genutzt. Die Abfrage erfolgte mittels DISE, welches von Christian Schlereth entwickelt wurde. Die Abfrage erfolgte jeweils zweigeteilt. Die Funktionsweise wird im Folgenden anhand der Innenstadtimmobilie beispielhaft erläutert.

Zu Beginn wird ein Szenario aufgebaut, auf dessen Basis die befragten Bürger ihre Auswahlentscheidung begründen (vgl. Tabelle 4).

Tabelle 4: Szenarien der verschiedenen Fragebogenabschnitte

Abschnitt	Szenario
Immobilie	- In der gewählten Innenstadt wird in zentraler Lage ein Warenhaus entwickelt (bspw. Galeria, Karstadt etc.). - Befragte werden im Rahmen der Neuentwicklung gebeten ihre Meinung zur zukünftigen Entwicklung abzugeben und haben damit die Möglichkeit die Innenstadt aktiv zu gestalten und für – sie persönlich – attraktiver zu gestalten.
Zwischengeschosse	Die mittleren Geschosse sind für die Funktionalität einer vielseitigen Nutzung von besonderem Interesse. Sie bieten Raum Neues auszuprobieren und die Nutzung der unteren und oberen Geschosse durch attraktive Angebote zu verbinden. Damit tragen die mittleren Geschosse maßgeblich zur Attraktivität der Immobilie bei und entscheiden mit darüber, wer das Innenstadtquartier besucht.
Quartier	- Bewerten Sie, welche Nutzung Sie sich in den mittleren Geschossen wünschen würden. - Bitte stellen Sie sich nun vor, dass das Gebäude in der dargestellten Form gebaut wurde. Nun soll ebenfalls die Vision/der Bebauungsplan des Quartiers entwickelt werden. - Hierfür werden Sie von der Stadt darüber konsultiert, mit welcher Ausgestaltung Sie sich im Kontext der Innenstadt am ehesten identifizieren können. Bitte behalten Sie im Hinterkopf, dass verschiedene Elemente miteinander um die verfügbare Fläche konkurrieren. - Innenstadt(quartier) meint im Rahmen dieser Befragung die Haupteinkaufsstraße und die direkt angrenzende Umgebung/Nachbarschaft.
Nachhaltigkeit	- Bei der Quartiersentwicklung stehen nicht nur die verschiedenen Nutzungen in den Gebäuden und dem öffentlichen Raum in Konkurrenz zueinander, auch die Aspekte der Nachhaltigkeit konkurrieren um die Finanzierung durch öffentliche und private Gelder sowie personelle Ressourcen. - Nachfolgend bitten wir Sie, sich in die Rolle einer beratenden Person zu versetzen, welche den Finanzausschuss der Stadt berät. Um das limitierte Kapital auf die verschiedenen Investitionsmöglichkeiten zu verteilen, werden Sie nun hierzu befragt. Bitte bedenken Sie, dass die verschiedenen Maßnahmen in einer Konkurrenzsituation zueinander stehen und die niedrig präferierten Maßnahmen in diesem Szenario nicht durchgeführt werden können.

Daraufhin geben die Befragten an, welche Nutzung pro Geschoss aus ihrer Sicht am attraktivsten und am unattraktivsten ist. Die restlichen Nutzungen werden auf einer Skala von 0 – 10 im Verhältnis zu den Extremausprägungen bewertet (vgl. Abb. 11).

1. Wählen Sie die für Sie **attraktivsten** und **unattraktivsten** Merkmale aus (bei manchen Eigenschaften sind diese Merkmale bereits vorgegeben):

Attraktivstes Merkmal:

Unattraktivstes Merkmal:

2. Bewerten Sie die verbleibenden Merkmale relativ zu den attraktivsten und unattraktivsten Merkmalen.

Hochwertiger Einzelhandel (Marken und Designer-Fashion, Schmuck etc.)	★★★★★★★★
Günstiger Einzelhandel (Fast-Fashion, Fashion Discounter, etc.)	★★★★★★★★
Nahversorgung (Drogerien und Lebensmittel)	★★★★★★★★

Quelle: Chair of Digital Marketing, WHU - Otto Beisheim School of Management.

Abb. 11: Fragebogen – Bewertung der Attraktivität

Im Anschluss werden die attraktivsten Nutzungen pro Geschoss einander gegenübergestellt. Die Befragten werden dabei vor die Wahl gestellt, welche Geschossnutzung sie gegenüber den anderen präferieren würden. Diese Abwägung findet unter der Annahme statt, dass nur eine der Geschossnutzungen umgesetzt wird (Abb. 12). Das Ergebnis ist die absolute Präferenzstärke. Aus den Angaben wird die relative Bedeutung der Geschosse berechnet. Die Summe der relativen Bedeutung der Geschosse ergibt dabei 1.

Welche von jeweils zwei der unten stehenden Eigenschaften ist für Sie wichtiger und wie viel wichtiger ist Ihnen diese Eigenschaft?

	extrem viel wichtiger	sehr viel wichtiger	viel wichtiger	etwas wichtiger	etwa gleich wichtig	etwas wichtiger	viel wichtiger	sehr viel wichtiger	extrem viel wichtiger	
Untergeschoss ("Günstiger Einzelhandel (Fast-Fashion, Fashion Discounter, etc.)" statt "Nahversorgung (Drogerien und Lebensmittel)")	☒	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Erdgeschoss ("Hochwertiger Einzelhandel (Marken und Designer-Fashion, Schmuck etc.)" statt "Günstiger Einzelhandel (Fast-Fashion, Fashion Discounter, etc.)")

Quelle: Chair of Digital Marketing, WHU - Otto Beisheim School of Management.

Abb. 12: Fragebogen – Abwägung der Geschossnutzungen untereinander

Die gewichtete Bedeutung der einzelnen Geschossnutzungen ergibt sich durch die Multiplikation der Attraktivitätsbewertung der Geschossnutzung mit dem Bedeutungsgewicht des Geschosses. Mit der gewichteten Bedeutung der Geschossnutzungen können die Präferenzen über die Geschosse hinweg verglichen werden.

Im Ergebnis können die Geschossnutzungen mithilfe der gewichteten Präferenzen in eine Rangfolge pro Befragten gebracht werden. In der Studie werden die gewichteten Präferenzen stets als Mittelwert über die befragten Bürger insgesamt oder als Teil einer Subgruppe angegeben. Die Haupteckennntnis ergibt sich aus dem Rang der jeweiligen Geschossnutzung. Im praktischen Kontext können aber auch die Abstände zwischen den gewichteten Präferenzen interpretiert werden (eine Geschossnutzung mit einer gewichteten Präferenz von 1,0 wird doppelt so stark präferiert wie eine Geschossnutzung mit einer gewichteten Präferenz von 0,5).

2.5 Identifikation signifikanter Unterschiede bei Subgruppen mittels Kruskal-Wallis-Test

Um den Erkenntnisgewinn zu steigern, werden in der vorliegenden Untersuchung Subgruppenbetrachtungen vorgenommen. Dabei unterscheiden sich die Ergebnisse der Subgruppen nicht immer wesentlich voneinander. Um lediglich Subgruppen zu betrachten, welche signifikant unterschiedlich gewichtete Präferenzen aufweisen, werden die Subgruppen mittels

Kruskal-Wallis-Test² und Mann-Whitney-U-Test³ untersucht. Die Nullhypothese geht davon aus, dass kein Unterschied zwischen den Subgruppen besteht. Mit der Signifikanz kann nur ermittelt werden, ob die Nullhypothese angenommen (größer 0,1) oder verworfen wird (kleiner gleich 0,1). Sofern die Nullhypothese verworfen wird, kann die Alternativhypothese, dass signifikante Unterschiede zwischen den Subgruppen bestehen, angenommen werden. Im Rahmen der Untersuchung werden lediglich ausgewählte Elemente mit einer Signifikanz kleiner gleich 0,1 in der Subgruppe betrachtet. In der ersten Subgruppenbetrachtung werden die Daten nach Stadtclustern betrachtet. Hierbei werden nur Elemente mit überdurchschnittlich gewichteter Präferenz betrachtet. Im zweiten Schritt werden die Daten auf Basis der Mosaic-Milieus untersucht. Die Mosaic-Milieus werden in folgenden Gruppen auf signifikante Unterschiede untersucht:

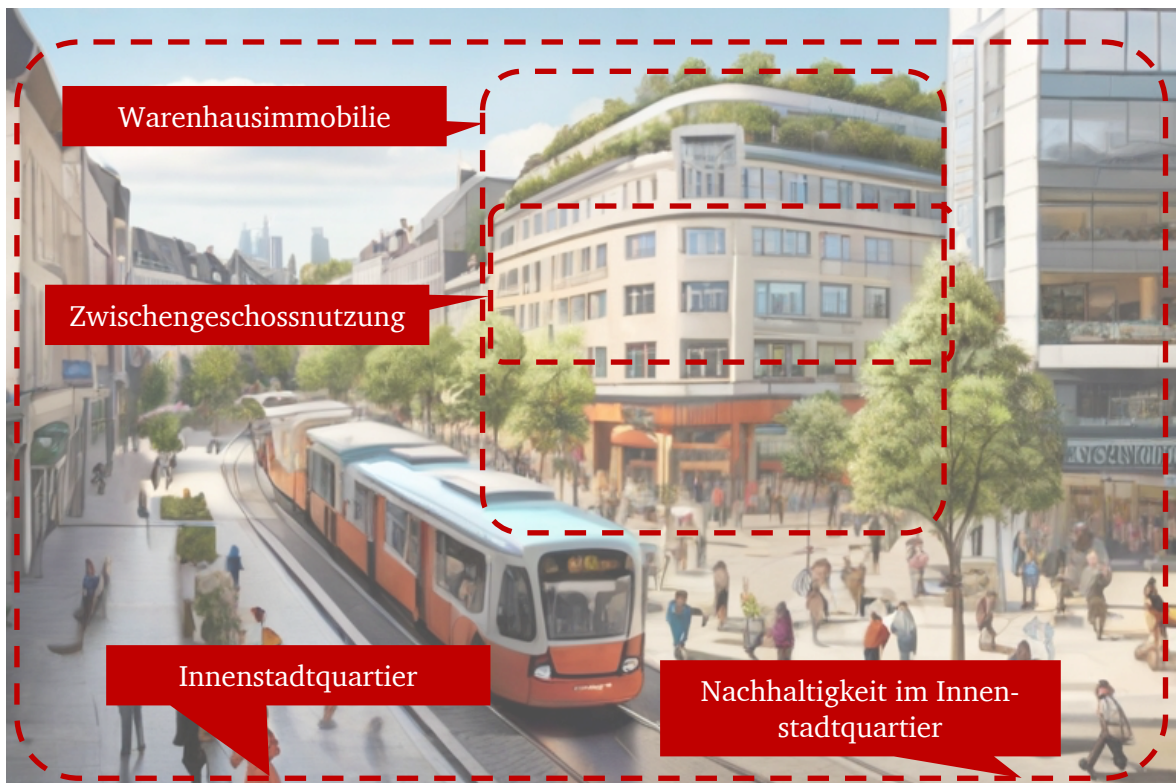
- Gruppe 1: High Society, Metropolitan Elite, Prestigious Careers, Wealthy Traditionals
- Gruppe 2: Domestic Rurality, Suburban Settlers, Singles in the City
- Gruppe 3: Urban Raisers, City Satellites, Modest Seniors, Singles in the City.
- Gruppe 4: High Society, Domestic Rurality, Urban Raisers
- Gruppe 5: Metropolitan Elite, Domestic Rurality, Suburban Settlers, City Satellites
- Gruppe 6: Prestigious Careers, Suburban Settlers, Modest Seniors
- Gruppe 7: Wealthy Traditionals, Singles in the City

² Das Verfahren findet Anwendung, wenn mehr als zwei Subgruppen untersucht werden sollen und die Daten nicht normalverteilt sind.

³ Das Verfahren findet Anwendung, wenn zwei Subgruppen untersucht werden sollen und die Daten nicht normalverteilt sind.

3 Studienergebnisse

Die Studienergebnisse werden im Verlauf von 4 Blöcken analysiert. Dabei wird der Bezugsrahmen vom Groben ins Feine untersucht. Das heißt von der Ebene des Innenstadtquartiers über Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier zu Nachnutzungskonzepten für großflächige Einzelhandelsimmobilien. Zuletzt werden mögliche Nutzungen in den in der Regel weniger ertragsstarken mittleren Geschossen untersucht. Jeder Block wird mit einem Zwischenfazit abgeschlossen.



Quelle: AI-Generated mit Leonardo Diffusion XL

Abb. 13: Übersicht über die unterschiedlichen Bezugsrahmen der Studie

Die verschiedenen Untersuchungsebenen stellen dabei die Detailbetrachtung oder umgekehrt, den weiteren Kontext des Untersuchungsgegenstandes dar. So ist die Innenstadtimmobilie als Teilmenge in das Innenstadtquartier eingebettet. Präferenzen in Bezug auf das Innenstadtquartier wirken sich auch auf die Präferenzen der Innenstadtimmobilie aus. Die Präferenzen in Bezug auf die Ressourcenallokation für Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier wirkt sich auf das Quartier aber auch die Innenstadtimmobilie aus. Die betrachteten Elemente stehen somit in direkter Wechselwirkung zueinander und ergänzen sich in ihren Erkenntnissen. Mit der Präferenzmessung wird das Innenstadtquartier und deren Teilbereiche als Produkt verstanden, welches den Präferenzen einer Zielgruppe entsprechen muss. Abstrakt gesprochen hat dieses Produkt Eigenschaften und Eigenschaftsausprägungen, welche

von den Bürgern unterschiedlich präferiert werden. Im Resultat geben die Präferenzen Hinweise auf die aus Sicht der Bürger, idealtypische Innenstadt. Im Abgleich mit der Situation vor Ort, können die Daten Hinweise auf notwendige Maßnahmen im Innenstadtquartier und der Nachnutzung von u.a. Warenhausimmobilien geben. Dabei richten sich die Präferenzmessungen für das Innenstadtquartier und Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier vordergründig an die öffentliche Hand, welche die Entscheidungsgewalt über den öffentlichen Raum, die Budgetallokation und die übergeordnete Raumplanung innehält. Die Erkenntnisse aus der Präferenzmessung für die Immobilien und die Mittelgeschosse richten sich vordergründig an die Immobilieneigentümer und Projektentwickler, welche die Erkenntnisse als Determinante für zukünftige Innenstadtentwicklungen nutzen können.

3.1 Flächenallokation im Innenstadtquartier

3.1.1 Das präferierte Innenstadtquartier aus Sicht der Bürger

Mit dem Innenstadtquartier wird der übergeordnete Rahmen des Untersuchungsgegenstandes gespannt. Basierend auf den Erkenntnissen der 1. Haushaltsbefragung wurden vier Kerneigenschaften für das Quartier mit jeweiligen Eigenschaftsausprägungen definiert. Das Innenstadtquartier wurde im Rahmen der Befragung auf die „(Haupt-) Einkaufsstraße und die direkt angrenzende Umgebung/Nachbarschaft“ eingegrenzt. Eingeleitet wurde der Block mit der Frage nach der präferierten, generellen Prägung des Innenstadtquartiers. Darauf aufbauend wurden verschiedene Elemente, die zueinander in (Flächen-)Konkurrenz stehen, abgefragt. Hiermit werden die Präferenzen der Bürger zu essenziellen Teilgebieten des Innenstadtquartiers gemessen und der inhaltliche Rahmen gespannt. Die Erkenntnisse hieraus können der Politik, den Kommunen und der Stadtplanung helfen, mehrheitsfähige Konzepte für das Innenstadtquartier zu formulieren und dadurch Planungssicherheit zu erlangen oder vorhandene Konzepte auf den Prüfstand zu stellen und ggf. gegenzusteuern.

Zunächst werden die Präferenzen der befragten Bürger ohne Gewichtung untereinander untersucht. Der Vergleich ist dadurch nur innerhalb der Blöcke (Eigenschaften) möglich. Die Ergebnisse zeigen, dass für 36 % der Befragten Shopping die bevorzugte Prägung ihres Innenstadtquartiers ist. Aber auch Wohnen sowie Entertainment und Freizeit sind generelle Prägungen im Quartier, welche von einem Drittel der Befragten bevorzugt werden. In Bezug auf das Wohnen zeigt sich in der Kategorie die höchste Standardabweichung, was auf ein uneinheitliches Antwortverhalten hindeutet. In Bezug auf innerstädtische Mobilität können die Erkenntnisse aus der ersten Haushaltsbefragung bestätigt werden. Fast die Hälfte der Befragten sieht fußgänger- und fahrradfreundliche Innenstädte als attraktivste Ausgestaltung. Im Gegensatz dazu ist der Fokus auf den motorisierten Individualverkehr für 65 % der

Befragten die am wenigsten attraktive Ausgestaltung. In Bezug auf die Flächennutzung im öffentlichen Raum geben 44 % der Befragten an, dass ein parkähnlicher öffentlicher Raum mit Fokus auf Grünanlagen aus ihrer Sicht die attraktivste Ausgestaltung ist. Das bestätigt auch die aus Sicht der Befragten attraktivste Verschattungsart, welche für 68 % der Befragten Bäume sind. Rückblickend auf die erste Haushaltsbefragung der Forschungsreihe zeigt sich, dass die Begrünung der Innenstadt sich nicht nur auf die Innenstadtimmobilien bezieht, sondern auch den öffentlichen Raum in erheblichen Maßen einschließt (vgl. Abb. 14).

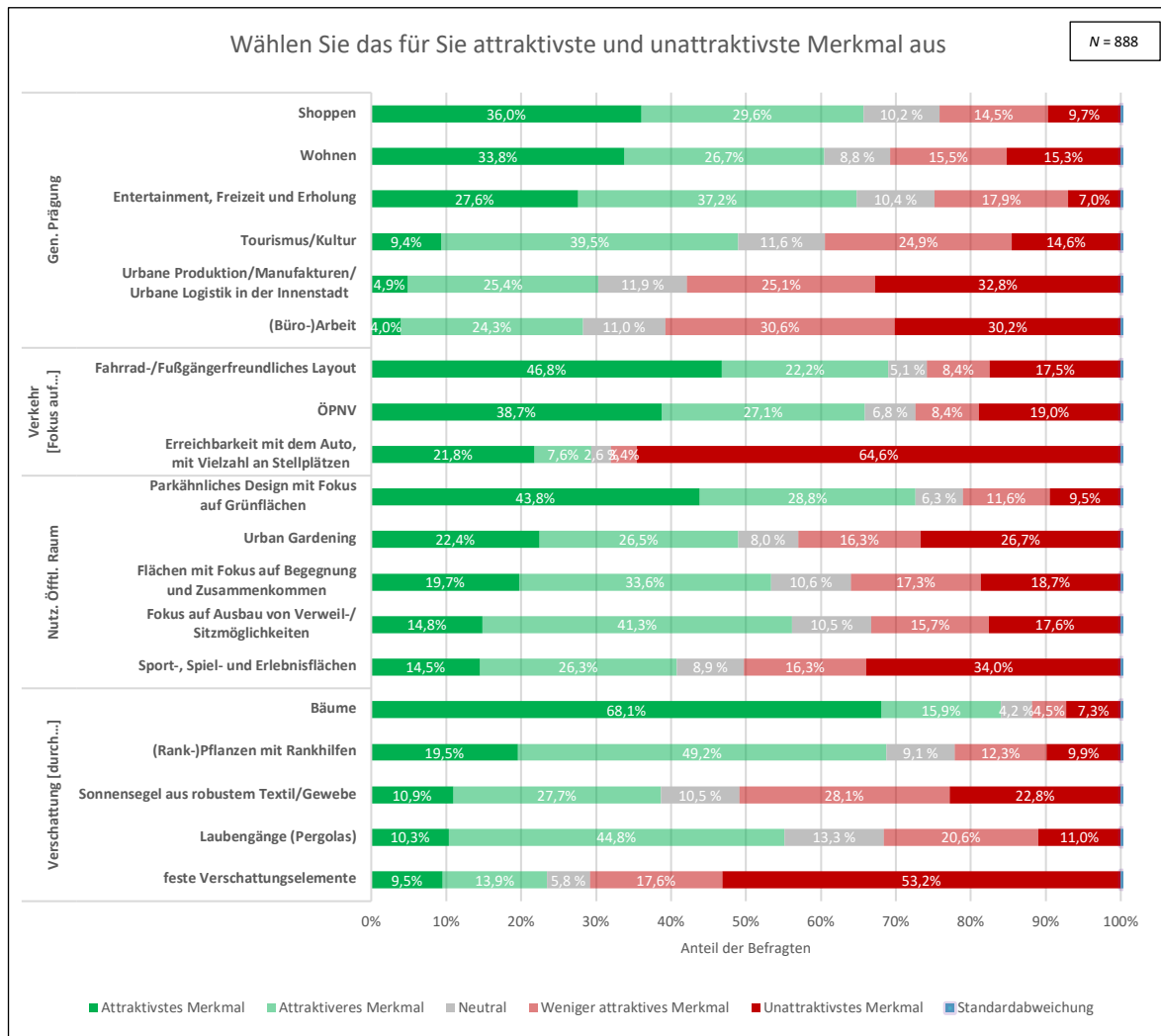


Abb. 14: Präferenzen der Befragten in Bezug auf die Nutzung des öffentlichen Raums

Die gegenseitige Abwägung der Präferenzen pro Eigenschaft (generelle Prägung, Nutzung des öffentlichen Raums, Verschattung, Verkehr) zeigt, dass die Befragten eine Präferenz zur Umsetzung ihrer verkehrsbezogenen Präferenzen haben. Die generelle Prägung des Quartiers wird von den Befragten als zweitwichtigstes Element angesehen. Die Art der Verschattung wurde von den Befragten als drittwichtigste Präferenz gewählt. Die Nutzung des öffentlichen Raums wird von den Befragten als eher nachrangig empfunden. (vgl. Abb. 15)

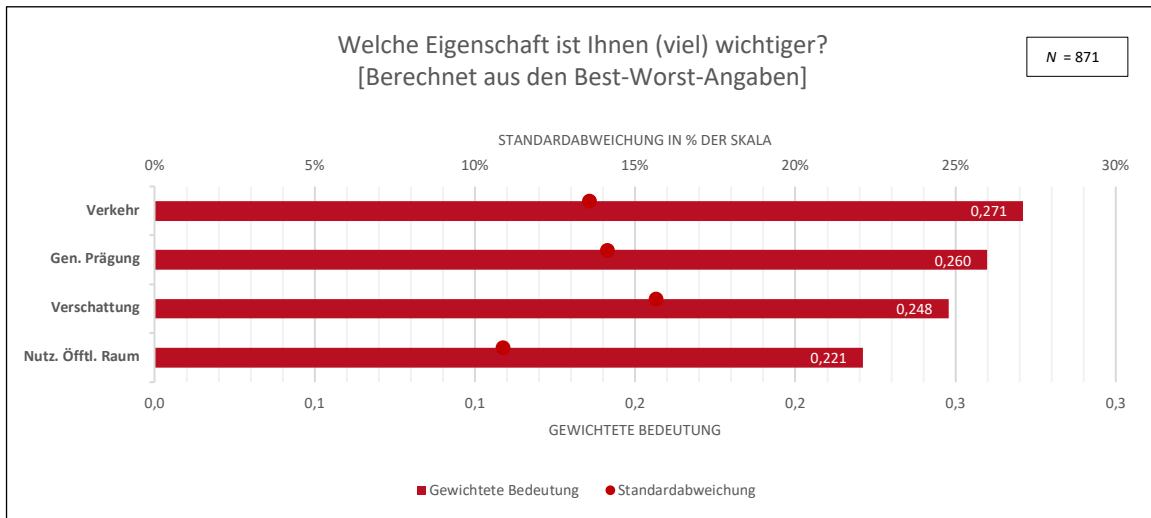


Abb. 15: Gewichtete Bedeutung der Quartiers Elemente insgesamt und pro Stadtgröße

Die Untersuchung der gewichteten Präferenzen der befragten Bürger nach signifikanten Unterschieden in der Stadtcluster-Subgruppenbetrachtung zeigt, dass der Großteil (13 von 19 Elementen, dargestellt in grau in der Spalte Stadtcluster) der Präferenzen über die Stadtcluster allgemeine Gültigkeit vorweist. Die Mosaic-Milieus weisen in ihren gewichteten Präferenzen teilweise Unterschiede auf. Wo die wohlhabenden Milieus ein eher homogenes Antwortverhalten aufweisen, zeigt sich bei den Milieus der Mittelschicht (Domestic Rurality, Suburban Settlers, Singles in the City) und den weniger wohlhabenden Milieus (Urban Rainers, City Satellites, Modest Seniors) ein heterogeneres Antwortverhalten (mehr signifikante Unterschiede, fett gedruckt). Unter Berücksichtigung der regionalen Dimension (Urban – Außerhalb) der Milieus zeigt sich, dass besonders die Milieus außerhalb der Zentren (Wealthy Traditionals, Singles in the City) heterogene Präferenzen in Bezug auf die Ausgestaltung des Innenstadtquartiers haben. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass die urbanen Milieus wie auch die wohlhabenderen und Milieus der Mittelschicht ähnlich gewichtete Präferenzen in Bezug auf das Innenstadtquartier aufweisen. Ebenso zeigen sich keine Unterschiedlichen gewichteten Präferenzen in Bezug auf das Innenstadtquartier in den Subgruppen nach Einkommensklassen (vgl. Tabelle 5).

Tabelle 5: Signifikanzniveaus der Subgruppenpräferenzen zu den Quartierelementen

Element		Stadt-cluster	NHEK	Mosaic							Gew. Ø Präferenz
				Gruppe 1	Gruppe 2	Gruppe 3	Gruppe 4	Gruppe 5	Gruppe 6	Gruppe 7	
Gen. Prägung	Shoppen	0,49	0,41	0,80	0,23	0,72	0,70	0,89	0,88	0,15	1,74
	Entertainment, Freizeit und Erholung	0,17	0,56	0,20	0,74	0,95	0,54	0,72	0,61	0,18	1,68
	Wohnen	0,07	0,33	0,34	0,11	0,69	0,38	0,32	0,55	0,91	1,65
	Tourismus/Kultur	0,64	0,92	0,12	0,22	0,90	0,40	0,32	0,90	0,03	1,27
	(Büro-)Arbeit	0,05	0,39	0,09	0,48	0,37	0,51	0,19	0,30	0,05	0,93
	Urbane Produktion/Manufakturen/Urbane Logistik in der Innenstadt	0,00	0,18	0,15	0,00	0,22	0,08	0,18	0,21	0,01	0,86
Nutz. öfftl. Raum	Parkähnliches Design mit Fokus auf Grünflächen	0,89	0,52	0,24	0,70	0,73	0,87	0,32	0,36	0,54	1,59
	Flächen mit Fokus auf Begegnung und Zusammenkommen	0,45	0,53	0,76	0,41	0,02	0,82	0,93	0,21	0,56	1,20
	Fokus auf Ausbau von Verweil-/Sitzmöglichkeiten	0,40	0,31	0,47	0,43	0,26	0,54	0,55	0,57	0,23	1,19
	Urban Gardening	0,79	0,96	0,34	0,66	0,24	0,30	0,79	0,21	0,13	1,12
	Sport-, Spiel- und Erlebnisflächen	0,54	0,39	0,56	0,12	0,13	0,65	0,23	0,41	0,36	0,98
Verkehr [Fokus auf ...]	Fahrrad-/Fußgängerfreundliches Layout	0,75	0,31	0,31	0,07	0,04	0,62	0,84	0,46	0,04	1,88
	ÖPNV	0,17	0,22	0,68	0,18	0,00	0,30	0,53	0,17	0,05	1,80
	Erreichbarkeit mit dem Auto, mit Vielzahl an Stellplätzen	0,38	0,09	0,90	0,03	0,03	0,13	0,57	0,19	0,18	0,76
Verschattung [durch...]	Bäume	0,16	0,47	0,31	0,27	0,81	0,28	0,08	0,07	0,76	2,07
	(Rank-)Pflanzen mit Rankhilfen	0,04	0,94	0,83	0,97	0,91	0,98	0,76	0,88	0,81	1,63
	Laubengänge (Pergolas)	0,68	0,26	0,33	0,26	0,84	0,06	0,57	0,77	0,76	1,42
	Sonnensegel aus robustem Textil/Gewebe	0,01	0,11	0,69	0,81	0,73	0,25	0,97	0,82	0,47	1,08
	feste Verschattungselemente	0,07	0,45	0,27	0,68	0,30	0,28	0,29	0,10	0,06	0,66
Mittelwert/Anzahl Sign. (fett)		-/6	-/-	-/1	-/3	-/4	-/2	-/1	-/2	-/6	1,34/-

Subgruppe signifikant unterschiedlich und überdurchschnittliche Präferenz – Subgruppenbetrachtung findet statt

Subgruppe nicht signifikant unterschiedlich

--- Trennung zwischen über/unterdurchschnittlicher mittlerer gewichteter Präferenz

NHEK: Nettohaushaltseinkommen

Hinweis zur Leseart

Bei den angegebenen Werten (Signifikanzniveaus) handelt es sich um Ergebnisse eines statistischen Tests zur Überprüfung ob die Subgruppen (bspw. Aufteilung nach Einkommensklassen – NHEK) sich im Antwortverhalten unterscheiden. **Das Signifikanzniveaus kleiner gleich 0,1 gibt an, dass das Antwortverhalten in den Subgruppen sich nicht ähnelt, also unterschiedlich ist.** Am Beispiel von NHEK zeigt ein Wert kleiner gleich 0,1 an, dass die verschiedenen Einkommensklassen bezüglich des Elements unterschiedliche mittlere gewichtete Präferenzen vorweisen.

In Summe zeigt sich eine hohe mittlere gewichtete Präferenz der befragten Bürger für natürliche Verschattungselemente. Angeführt wird dies durch Verschattung mittels Bäume. In Bezug auf die Verkehrsart zeigt sich, dass die Befragten eher eine weitere Fokussierung auf Fußläufigkeit und ÖPNV präferieren. Der Fokus auf die Erreichbarkeit mit dem Auto wird im Mittel knapp 60 % weniger präferiert als die zuvor genannten Alternativen. In Bezug auf die Nutzung des öffentlichen Raums präferieren die befragten Bürger im Mittel klar das parkähnliche Design mit Fokus auf Grünflächen. Flächen mit Fokus auf Begegnung und Zusammenkommen wird durch die Befragten 24,6 %, Sport-, Spiel-, und Erlebnisflächen gar 38,2 % weniger präferiert. Shoppen/Entertainment, Freizeit und Erholung/Wohnen werden von den befragten Bürgern in Hinblick auf die generelle Prägung des Quartiers stark präferiert. Tourismus/Kultur folgt mit ca. 22,9 % geringer gewichteter mittlerer Präferenz. Von den Elementen, welche sich in den Stadtcluster signifikant unterscheiden, weist lediglich die Verschattung durch (Rank-)Pflanzen mit Rankhilfen eine überdurchschnittliche gewichtete Präferenz auf. Entsprechend folgt lediglich hierfür eine Subgruppenbetrachtung. Die hohen

Präferenzen der Befragten zu grünen Verschattungselementen im Quartier bestätigen die Ergebnisse der ersten Haushaltsbefragung der Forschungsreihe (vgl. Pfnür & Rau, 2024). So liegt die Präferenz für Verschattung mit Bäumen fast doppelt so hoch wie durch synthetische Verschattungselemente (Sonnensegel) (vgl. Abb. 16). Dies steht stellvertretend für den starken Wunsch der Bürger nach mehr Grün im Innenstadtquartier, welches sich bei der Wohnortwahl der Bürger bereits als integraler Standortfaktor erwiesen hat. Die Präferenzmessung im Innenstadtkontext legen nahe, dass mehr Grün in der bebauten Umgebung eine grundlegende Forderung der Bürger ist, der mehr und mehr zur Basisanforderung für immobilienwirtschaftliches Wertschöpfung wird.

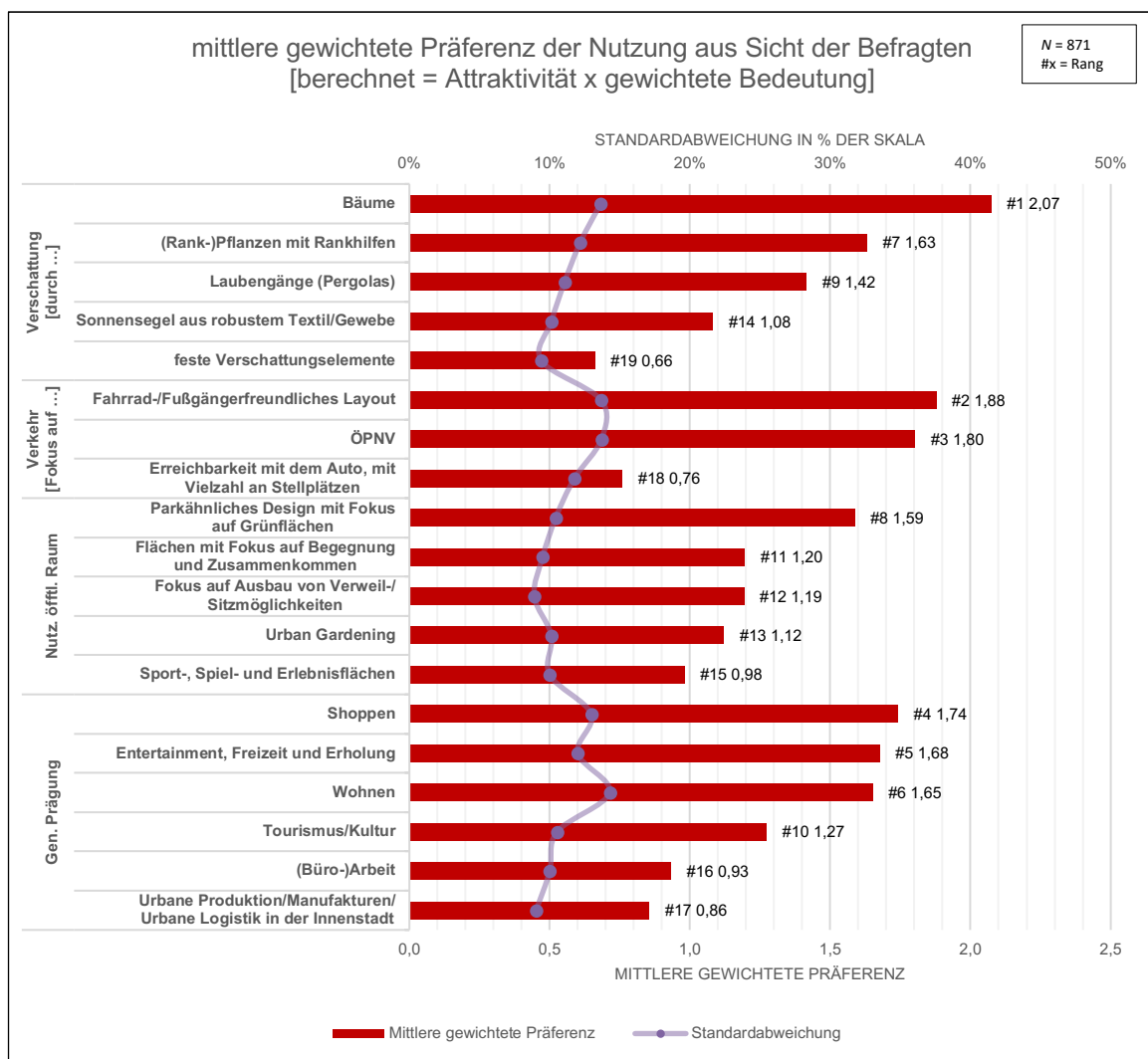


Abb. 16: Mittlere gewichtete Präferenz bezüglich der Quartiers Elemente

Die Subgruppenbetrachtung beschränkt sich auf die Verschattung durch (Rank-)Pflanzen und die generelle Prägung mit Wohnen, weil sich nur hier die Subgruppen signifikant unterscheiden und die Präferenzen überdurchschnittlich hoch sind. Die Untersuchung zeigt eine hohe gewichtete Präferenz bezüglich der generellen Prägung der Innenstadtquartiere mit

Wohnen in A- und C-Städten. In B- und D-Städten und kleiner zeigt sich eine relativ hohe mittlere gewichtete Präferenz für Verschattung mit (Rank-)Pflanzen (vgl. Abb. 17).

Das bedeutet, dass bspw. in B-Städten die Beimischung von (Rank-)Pflanzen als Verschattungselement von den befragten Bürgern präferiert wird. Im Fall von C-Städten weisen Bürger jedoch im Mittel eine geringere gewichtete Präferenz für eine solche Verschattung auf. In Bezug auf die generelle Prägung scheinen die befragten Bürger sich besonders in A- und C-Städten mehr Wohnen in den Innenstädten zu wünschen/zu präferieren.

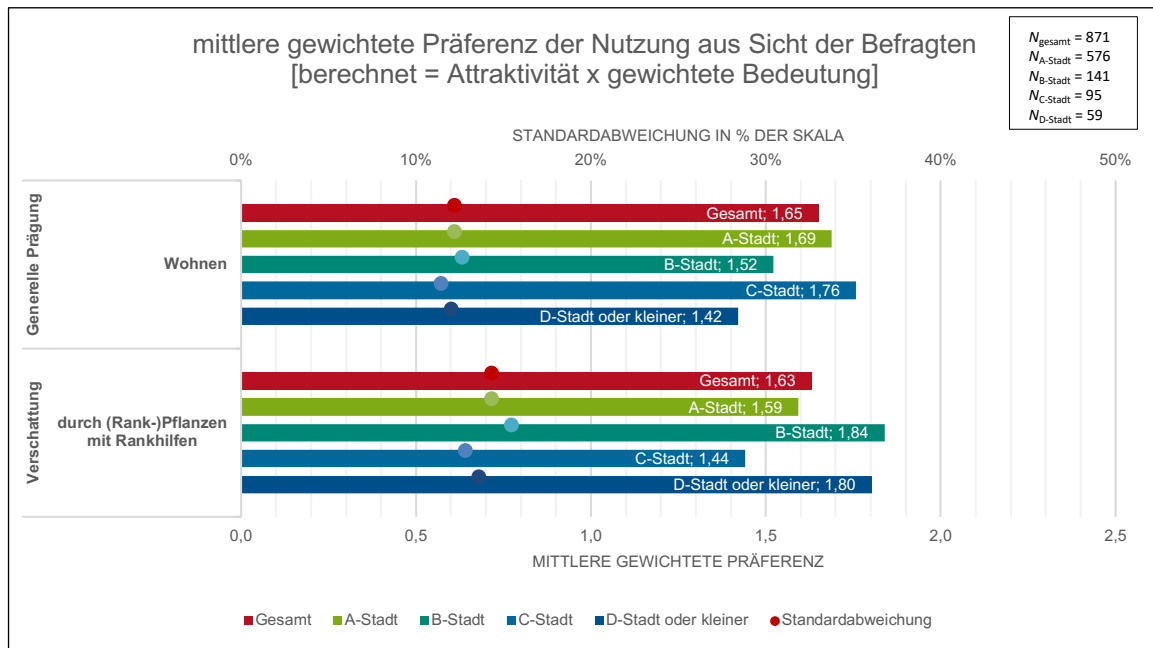


Abb. 17: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach RIWIS®-Städten

Innerhalb der wohlhabenden Mosaic-Milieus zeigt sich, dass die mittlere gewichtete Präferenz der Wealthy Traditionals für die generelle Prägung des Quartiers mit Büroarbeit knapp 28 % über dem Mittel liegt. Die anderen wohlhabenderen Milieus zeigen eine unterdurchschnittliche Präferenz für diese Prägung, welche mit zunehmender Dezentralität der Wohnlage abnimmt (bis zu den Wealthy Traditionals).

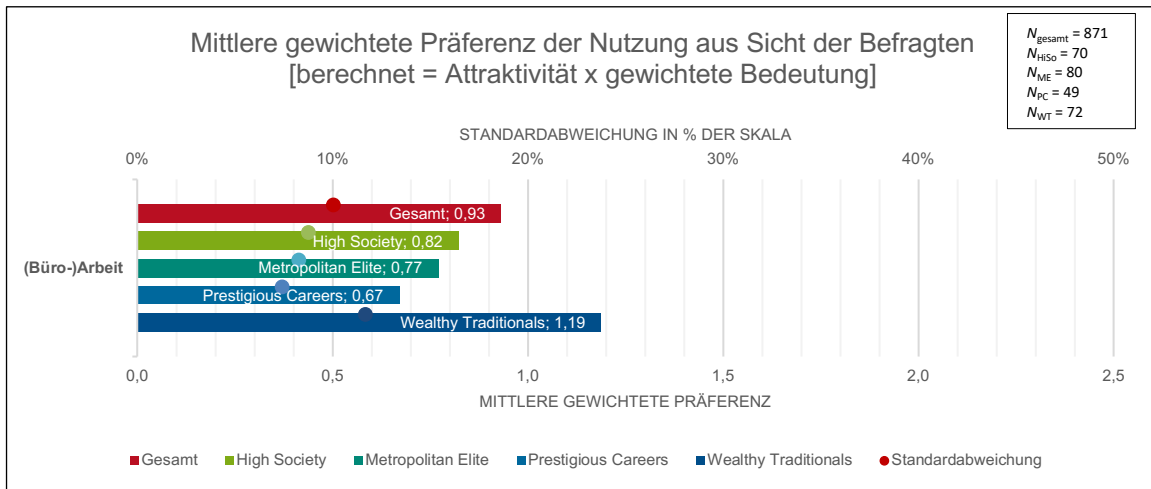


Abb. 18: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierelementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 1

Die Untersuchung der mittel wohlhabenden Mosaic-Milieus auf unterschiedliche Präferenzen in Bezug auf das Innenstadtquartier zeigt, dass die mittlere gewichtete Präferenz für Fußläufigkeit mit der Zentralität der Wohnlage der Milieus zunimmt und die mittlere gewichtete Präferenz für Individualverkehr abnimmt. Eine Ausnahme bilden hier die Singles in the City, welche trotz dezentraler Wohnlage die höchste mittlere gewichtete Präferenz für ökologische Verkehrsplanung im Innenstadtquartier zeigen. In Bezug auf die Präferenz zur generellen Prägung des Quartiers eine zunehmende Präferenz für urbane Produktion mit Dezentralität der Wohnlage (vgl. Abb. 19).

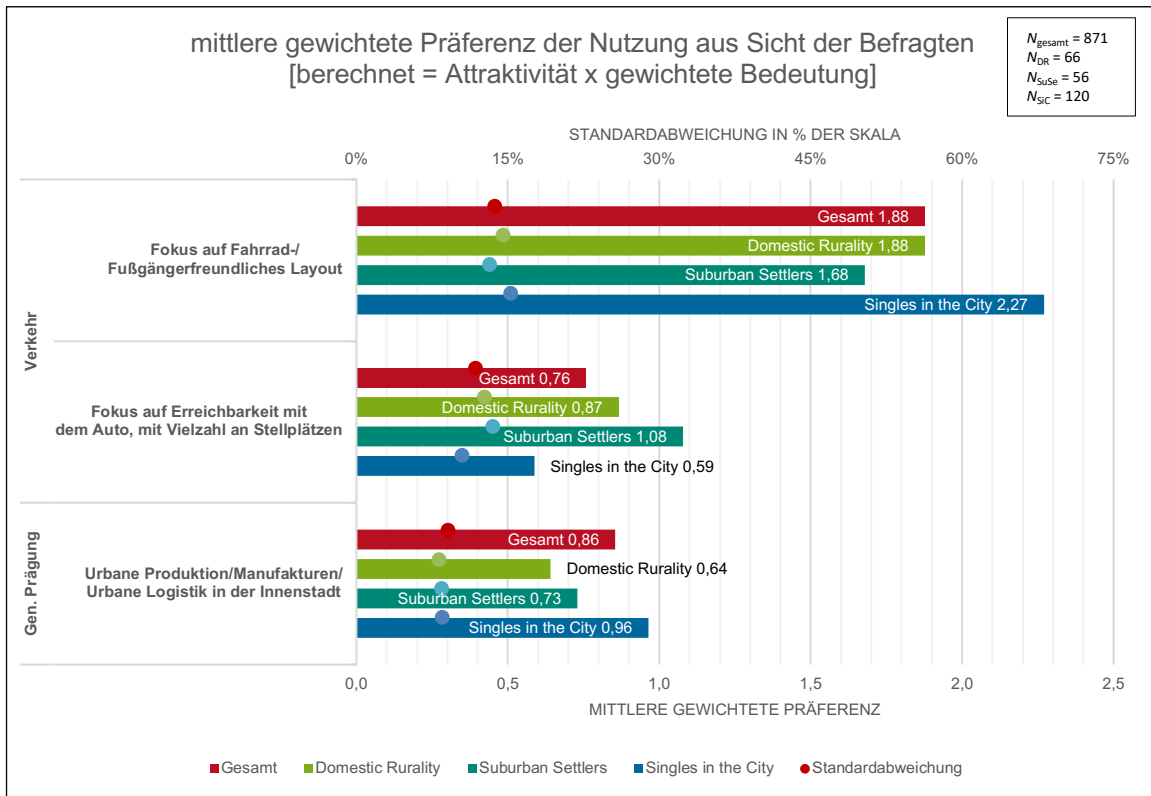


Abb. 19: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierelementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 2

Die weniger wohlhabenden Mosaic-Milieus (Urban Raisers, City Satellites, Modest Seniors und teilweise Singles in the City) unterscheiden sich in Bezug auf die Ausgestaltung des Innenstadtquartiers. So präferieren insbesondere die Modest Seniors die autofreundliche Innenstadt lediglich 35 % weniger als die fußgängerfreundliche Innenstadt (zum Vergleich liegt der Unterschied im Mittel bei 60 %). Die Urban Raisers – als urbanes Milieu – hingegen zeigen eine deutlich höhere Präferenz für walkability in der Innenstadt und eine unterdurchschnittliche Präferenz für die autofreundliche Innenstadt (vgl. Abb. 20).

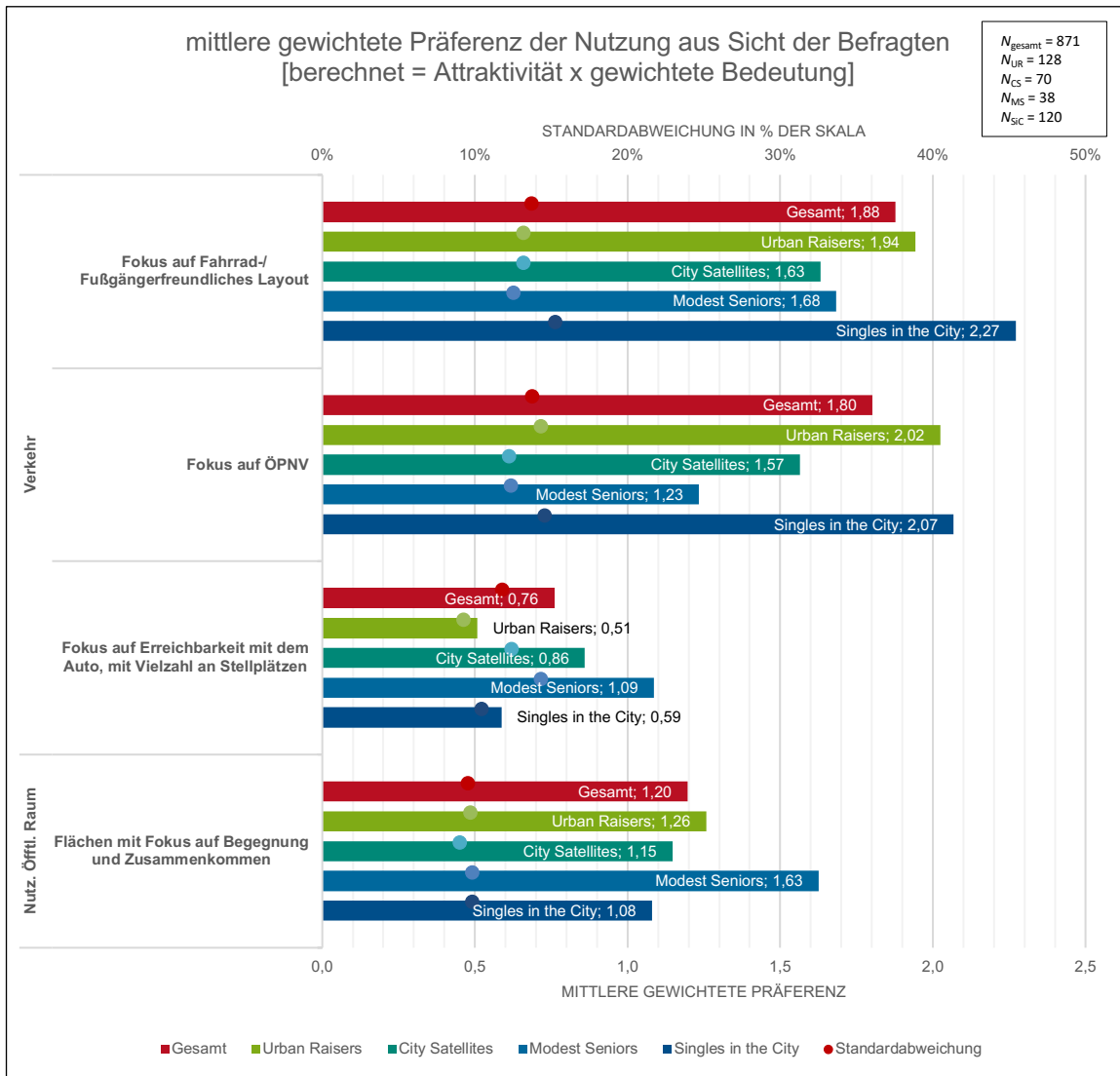


Abb. 20: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierelementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 3

Dies zeigt, dass auch die einkommensschwachen Schichten in ihrer Präferenz des Verkehrsmittels in Bezug auf Innenstädte durch die Entfernung zur Stadt beeinflusst werden. Die Milieus mit hohem Wohlstand zeigen hier keine signifikanten unterschiedlichen Präferenzen in Abhängigkeit von der Wohnlage. Interessant ist, dass die Singles in the City dem ökologischen Verkehr in der Innenstadt eine hohe Relevanz beimessen.

Die Gruppierung der urbanen Milieus zeigt, dass die wohlhabenderen und mittel wohlhabenden Milieus (High Society und Domestic Rurality) eine unterdurchschnittliche mittlere gewichtete Präferenz für Laubgänge vorweisen. Die teilweise mit Emissionen verbundene Urbane Produktion wird von den High Society im gewichteten Mittel überdurchschnittlich stark präferiert (vgl. Abb. 21).

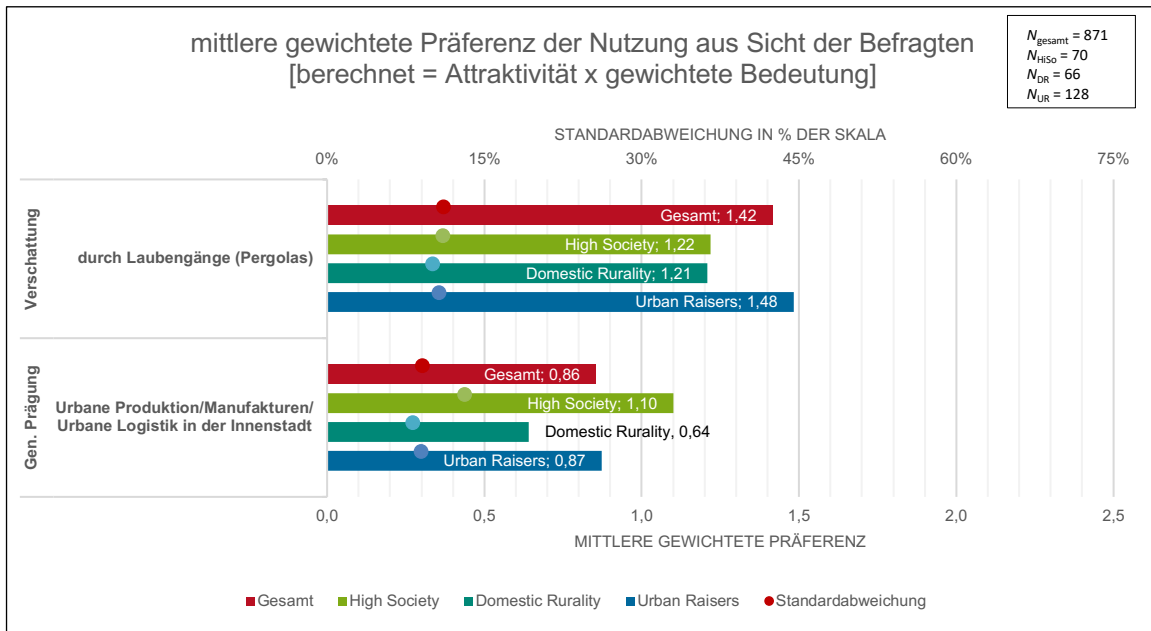


Abb. 21: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 4

Die Milieus der Vorstädte unterscheiden sich in Bezug auf deren mittlere gewichtete Präferenz für die generelle Prägung des Innenstadtquartiers mit (Büro-)Arbeit. Jedoch zeigt sich hier kein eindeutiger Trend bezüglich steigenden oder sinkenden Wohlstands. Die weniger wohlhabenden Milieus der Vorstädte zeigen eine 28 % gegenüber dem Mittel erhöhte Präferenz (Abb. 22).

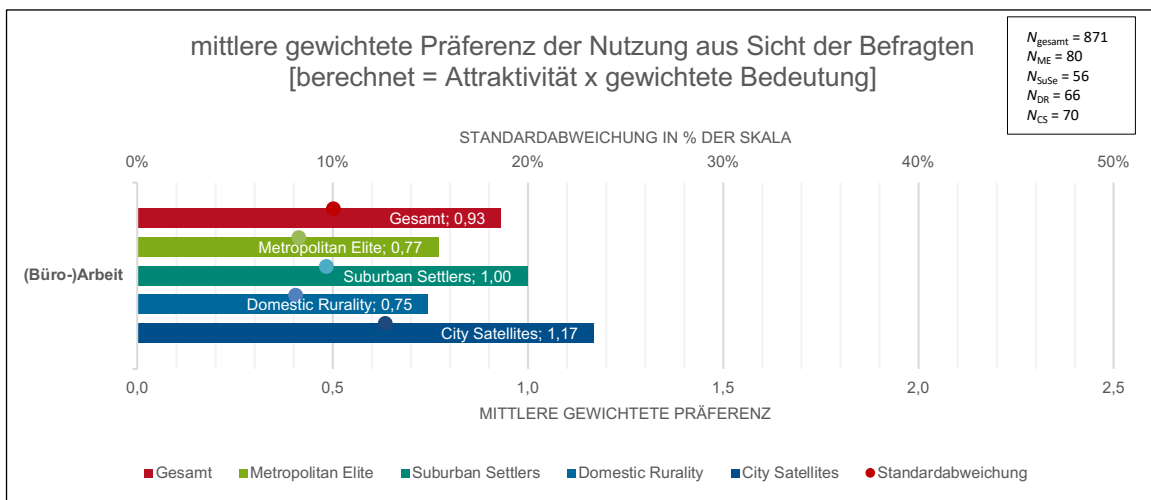


Abb. 22: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 5

In den Vorstädten zeigt sich eine erhöhte Präferenz der Prestigious Careers für die Verschattung mit Bäumen, die mittel wohlhabenden Suburban Settlers zeigen dahingegen im gewichteten Mittel eine weit unterdurchschnittliche Präferenz für diese Art der Verschattung (vgl. Abb. 23).

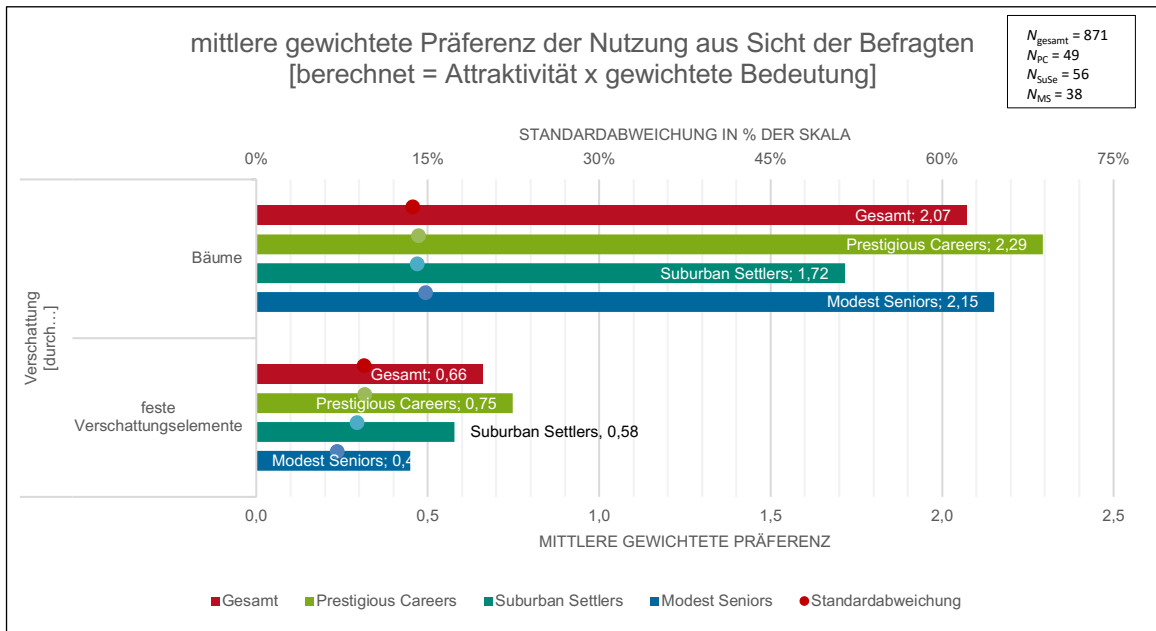


Abb. 23: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 6

In Hinblick auf die örtliche Verteilung der Mosaic-Milieus zeigt sich, dass besonders die dezentralen lebenden Milieus unterschiedliche Präferenzen in Bezug auf die Ausgestaltung der Innenstadtquartiere zeigen. Das eher wohlhabende Milieu der Wealthy Traditionals zeigt hier im Mittel eine überdurchschnittlich gewichtete Präferenz für die generelle Prägung mit (Büro-)Arbeit in den Innenstädten und unterdurchschnittliche Präferenzen für Urban Gardening und urbane Produktion. Im Gegensatz dazu weist das Milieu der Singles in the City eine überdurchschnittliche hohe mittlere gewichtete Präferenz für fußläufige Innenstädte sowie urbane Produktion auf (vgl. Abb. 24).

der Kinder). Besonders stark ist die Korrelation hier mit festen Verschattungselementen. Der Anteil der Konsumausgaben korreliert positiv mit der Präferenz zur generellen Prägung (Tourismus/Kultur). Das Alter ist dahingegen negativ mit der gewichteten Präferenz für künstliche Verschattungselemente, der Nutzung des öffentlichen Raums für Sport, Spiel und Freizeit sowie der gewichteten Präferenz zu genereller Prägung des Quartiers mit (Büro-)Arbeit und Entertainment (Abb. 25).

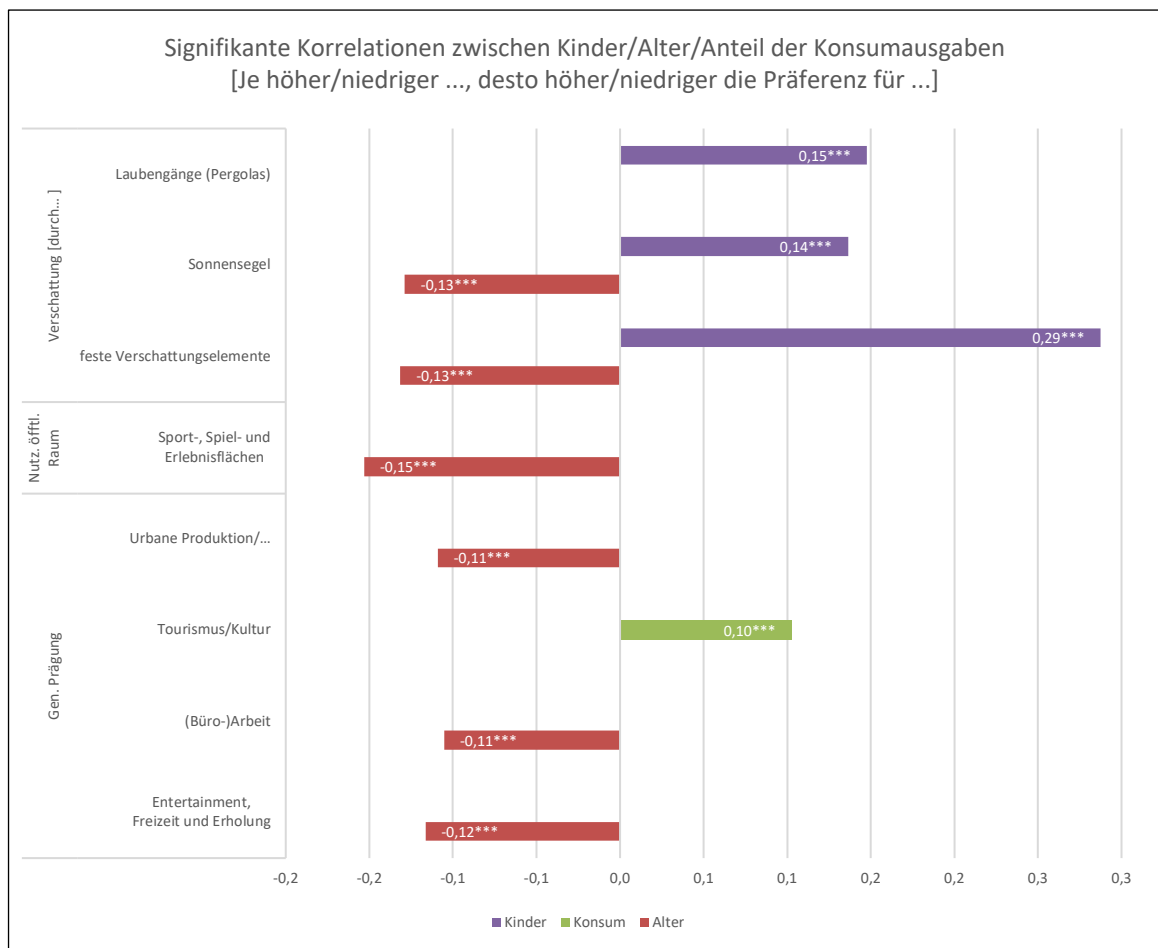


Abb. 26: Signifikante Korrelationen ausgewählter soziodemografischer Daten mit Präferenzen im Quartier

3.1.2 Zwischenfazit zum Innenstadtquartier

Die Ausgestaltung des Quartiers ist kaum eine Einkommensfrage

Die Untersuchung der Subgruppen nach Haushaltsnettoeinkommen auf signifikante Unterschiede zeigt, dass die mittleren gewichteten Präferenzen der befragten Bürger unabhängig vom Einkommen Geltung haben. Das zeigt, dass Innenstadtquartiere attraktiv oder eben nicht attraktiv (als Kombination der Präferenzen) auf alle Einkommensklassen hinweg wirken. Entsprechend ist eine polarisierte Betrachtung der Innenstadtquartiersentwicklung nach dem Motto „nur für die Reichen/Armen entwickelt“ so nicht richtig. Vielmehr werden Innenstadtquartiere für oder gegen Bürger entwickelt. Die in der Dimension einheitlichen Präferenzen der Bürger machen es den Akteuren einfach –, sofern Sie die Wünsche der Bürger beachten – die Innenstädte für alle Einkommensklassen zugleich zu entwickeln.

Das Wunsch-Innenstadtquartier der Bürger ist grün

Elemente, die Innenstädte grüner machen, werden von den befragten Bürgern präferiert. Die Verschattung durch Bäume ist aus Sicht der Befragten im Mittel die Präferenz mit der höchsten Bedeutung (27 % über dem 2. Rang in der Kategorie Verschattung) unter den abgefragten Elementen des Innenstadtquartiers. In puncto Verschattung folgen im Rang ausschließlich natürliche Verschattungselemente. Das parkähnliche Design mit Fokus auf Grünflächen erfährt in Bezug auf die Nutzung des öffentlichen Raums die höchste mittlere (36 % über dem 2. Rang in der Kategorie Nutzung des öffentlichen Raums) Präferenz durch die befragten Bürger. Die Präferenzen der befragten Bürger im Hinblick auf grüner stehen dabei im Kontrast zu der oftmals nur sporadisch begrünten Realität deutscher Innenstädte.

Die Innenstadt von morgen: Shopping, Entertainment/Freizeit/Erholung und Wohnen

Die Präferenzen der Bürger im Hinblick auf die Präferenzen zur generellen Prägung des Innenstadtquartiers zeigen deutlich, dass die befragten Bürger sich Multifunktionalität wünschen. Im Zentrum dieser Multifunktionalität steht weiterhin das Shopping, gefolgt vom Innenstadterlebnis, aber auch Wohnen. Die Präferenzen liegen dabei verhältnismäßig nahe beieinander. So liegt die mittlere gewichtete Präferenz für die Prägung mit Shopping (Rang 1) lediglich 5,5 % höher als die Prägung des Quartiers mit Wohnen (Rang 3). Das zeigt, dass die befragten Bürger die Innenstädte als attraktives Wohnquartier nicht abgeschrieben haben. Vielmehr wünschen sie sich das Wohnen als Teil der innerstädtischen Multifunktionalität zurück.

Pkw in der Innenstadt? Nein, danke!

Die präferierte Ressourcenallokation der Bürger zeigt deutlich, dass sie weiteren Fokus auf fahrrad-/fußgängerfreundliche Innenstädte und den ÖPNV präferieren. Weit abgeschlagen ist der Fokus auf autofreundliche Innenstädte mit einer 60 % geringeren mittleren Präferenz der befragten Bürger (im Vergleich zur fußläufigen Innenstadt). Durch Umwidmung von Kfz-Park- und -Verkehrsflächen ergeben sich dadurch erhebliche Potenziale, die Innenstädte weiter an den Präferenzen der Bürger auszurichten und damit für diese attraktiver zu gestalten.

3.2 Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier

Die Ressourcenallokation für Nachhaltigkeit im immobilienwirtschaftlichen Kontext ist mindestens umstritten. Dabei spannt der Finanzierungsbedarf für die Dimensionen der Nachhaltigkeit bei einem begrenzten Budget ein Spannungsfeld auf, welche das Gesicht und den Transformationspfad der Innenstadtimmobilie und des Innenstadtquartiers in erheblichem Maße beeinflusst und prägt. Bei limitierter Ressourcenverfügbarkeit gilt es für Politik und Kommunen, Haushalte und Prioritäten zu setzen. Die Prioritäten werden direkt bei den betroffenen Bürgern und Wählern der Politik in Form der Präferenzen erfragt. Es ist zu erwarten, dass eine an den mittleren Präferenzen der Bürger ausgerichtete Ressourcenallokation die breite Zustimmung der Bevölkerung findet und mehrheitsfähig ist. Hierbei muss deutlich gesagt werden, dass es sich bei den Ergebnissen um Präferenzen handelt und bei den wenigstens Bürgern ein tiefergehendes Fachwissen zu erwarten ist. Entsprechend können die nachfolgenden Ausführungen der öffentlichen Hand und Politik ein weiteres Instrument an die Hand geben, die eigene Agenda auf Akzeptanz durch die befragten Bürger als Proxy für die Bürger insgesamt zu prüfen. In dem Frageblock wurden für die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit (Ökologie, Sozial, Ökonomie) Eigenschaftsausprägungen definiert und den Befragten zur Abstimmung gereicht. Die Eigenschaftsausprägungen orientieren sich dabei an aktuellen und die Debatte dominierenden Themen. So beinhaltet die ökologische Dimension Eigenschaftsausprägungen technische Ansätze wie smarte Quartiersansätze, aber auch wenig technisch getriebene Ansätze wie das Schwammstadtprinzip. Die soziale Dimension bietet den Befragten die Wahl zwischen verschiedenen Achsen der sozialen Integration, aber auch Themen wie das Sicherheitsempfinden in den Städten. In der ökonomischen Dimension stehen verschiedene Interessengruppen zur Auswahl, denen die Bürger Förderungen zuweisen können.

3.2.1 Präferierte Allokation von Ressourcen für Nachhaltigkeit im Quartier

Nachdem die Präferenzen der Ausgestaltung des Innenstadtquartiers umrissen wurden, wird nachfolgend die Präferenz der befragten Bürger hinsichtlich der Ressourcenallokation für Nachhaltigkeit (ökonomisch, ökologisch und sozial) im Quartier untersucht.

Die hohe Präferenz der Befragten bezüglich mehr Grün in der Innenstadt wird auch in der gewünschten Ressourcenallokation bestätigt. So geben 45 % der Befragten an, dass die ökologische vielfältige Begrünung im Innenstadtquartier das attraktivste Merkmal sei. Gefolgt mit 29 % liegt die smarte, effiziente Quartiersenergieversorgung, die von 20 % auch als unattraktivstes Merkmal gewählt wurde. Emissionsarme und zirkuläre Quartiere erfahren den geringsten Zuspruch mit 24 % respektive 29 % der Bürger, die dies als unattraktivste

Merkmale sehen. In der ökonomischen Dimension liegen Investitionen in lokale Unternehmen mit 39 % der Befragten, die dies als attraktivstes Merkmal ausgewählt haben, an der Spitze⁴. Im Kontrast dazu stehen Investitionen in renommierte (inter-)nationale Unternehmen, welche für 48 % der Befragten das unattraktivste Merkmal darstellen. In der sozialen Dimension erfahren die Maßnahmen zur Verbesserung des Sicherheitsempfinden den höchsten Zuspruch. Für mehr als ein Drittel der Befragten stellt dies das attraktivste Merkmal dar. Dies ist jedoch kontrovers, so stellt dies für fast jeden Fünften das unattraktivste Merkmal dar, wodurch dies eine vergleichsweise hohe Streuung aufweist. Die höchste Streuung weist die multikulturelle Stadtentwicklung auf. 17 % der Befragten empfinden dies als attraktivstes Merkmal vs. 35 %, die dies als unattraktivstes Merkmal ausgewählt haben.

Die mittlere Streuung (Standardabweichung = SD) liegt mit 3,34 auf der Skala von 0 – 10 sehr hoch (31,2 %). Das spricht für gewisse Uneinigkeit bei den Befragten. Besonders kontrovers sind die Fragen nach der attraktivsten Ressourcenallokation in der Dimensionen Ökologie und Sozial.

⁴ Hinweis zur Einordnung der Werte: Teilweise sind die Werte mit hoher mittlerer gewichteten Präferenz für den Laien einfacher zu greifen. Dies kann eine Rolle bei der Beantwortung gespielt haben.

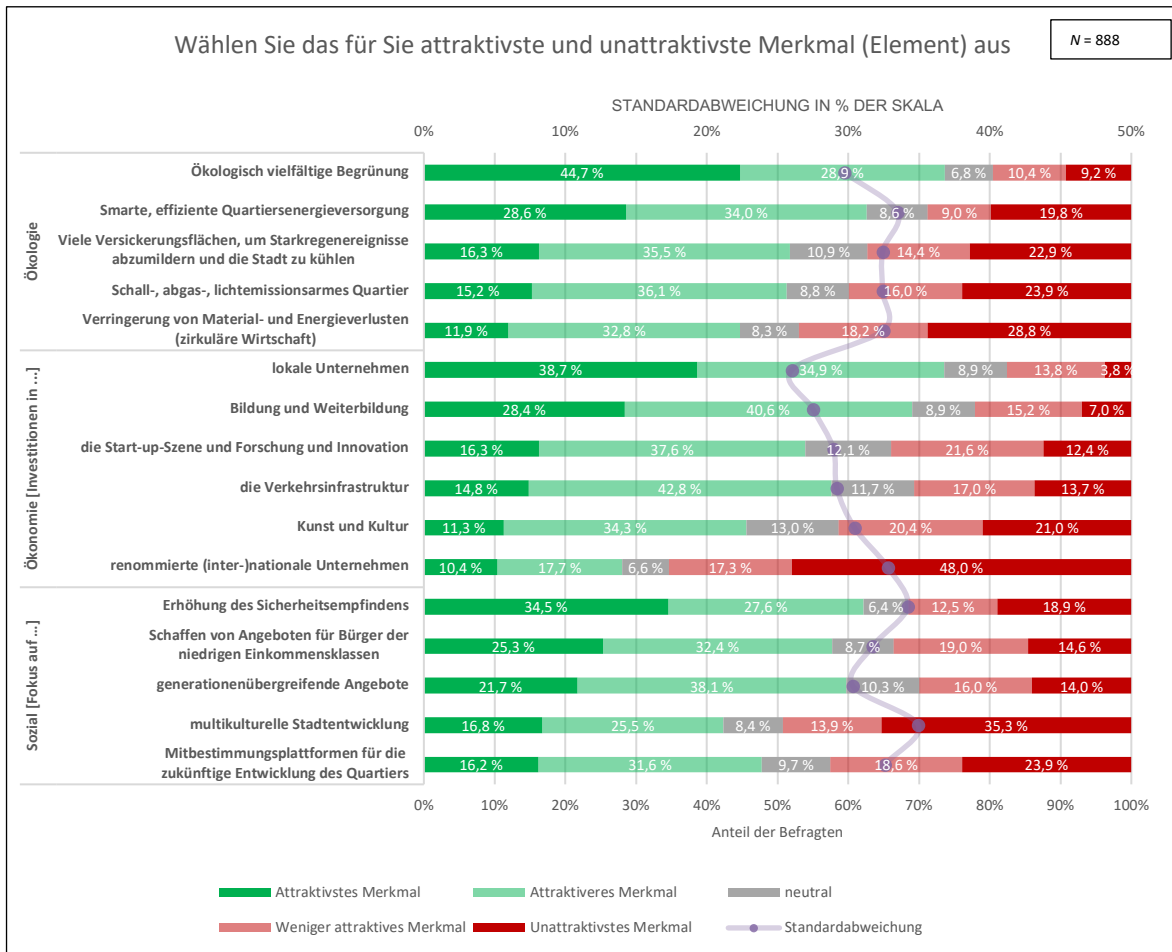


Abb. 27: Präferenzen der Befragten in Bezug auf die Ressourcenallokation bzgl. Nachhaltigkeit

Das Bedeutungsgewicht der einzelnen Attribute verdeutlicht, dass Ökologie aus Sicht der Befragten die wichtigste Dimension der Nachhaltigkeit darstellt (bei gegebenen Elementen der Dimensionen). Dicht gefolgt wird die Ökonomie von der sozialen Dimension (-1,7 %) und der Ökonomie (-7,6 %). Die mittlere Streuung (Standardabweichung) von 0,17 auf einer Skala von 0 – 1 (17 %) kann als moderat bezeichnet werden. Dies spricht für eine verhältnismäßige Gleichverteilung der Wichtigkeit der Dimensionen.

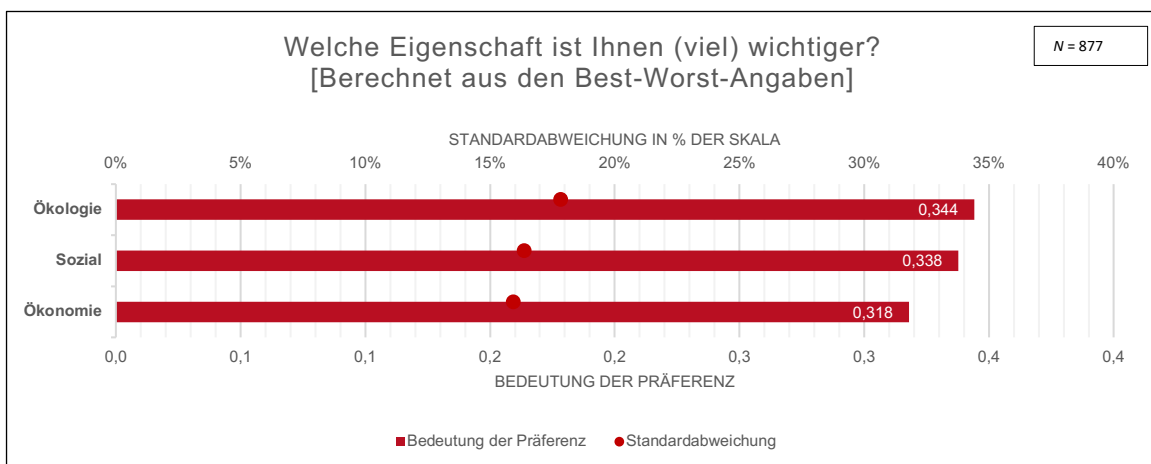


Abb. 28: Gewichtete Bedeutung der Dimensionen der Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier insgesamt und pro Stadtgröße

Die Untersuchung der gewichteten Präferenzen zur Nachhaltigkeit im Quartier offenbart, dass 14 der Attribute (grau) sich in Bezug auf die Stadtcluster nicht signifikant unterscheiden und entsprechend nicht in der Subgruppe betrachtet werden. Grundsätzlich zeigen sich Milieus mit niedrigem, mittlerem Wohlstand oder über die Einkommensklassen innerhalb der Cluster kaum unterschiedlich bezüglich ihrer gewichteten Präferenzen in Bezug auf Nachhaltigkeit im Quartier. Die Präferenzen der wohlhabenderen Milieus und der Milieus in den Vorstädten scheinen dahingegen unterschiedliche gewichtete Präferenzen in Bezug auf die Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier zu haben (vgl. Tabelle 6).

Tabelle 6: Signifikanzniveaus der Subgruppe der Nachhaltigkeit

	Element	Stadt-cluster	NHEK	Mosaic							Gew. Ø Präferenz
				Gruppe 1	Gruppe 2	Gruppe 3	Gruppe 4	Gruppe 5	Gruppe 6	Gruppe 7	
Ökologie	Ökologisch vielfältige Begrünung	0,99	0,42	0,71	0,39	0,64	0,92	0,88	0,95	0,60	2,53
	Smarte, effiziente Quartiersenergieversorgung	0,12	0,54	0,79	0,40	0,16	0,01	0,48	0,80	0,57	2,07
	Viele Versickerungsflächen, um Starkregenereignisse abzumildern und die Stadt zu kühlen	0,95	0,72	0,09	0,31	0,38	0,49	0,01	0,84	0,92	1,83
	Schall-, abgas-, lichtemissionsarmes Quartier	0,77	0,15	0,39	0,75	0,50	0,97	0,11	0,77	0,66	1,77
	Verringerung von Material und Energieverlusten (Zirkuläre Wirtschaft)	0,88	0,52	0,16	0,46	0,65	0,02	0,24	0,53	0,97	1,57
Sozial [Fokus auf...]	Erhöhung des Sicherheitsempfinden	0,83	0,47	0,13	0,15	0,52	0,67	0,68	0,71	0,02	2,12
	Schaffen von Angeboten für Bürger der niedrigen Einkommensklassen	0,60	0,02	0,72	0,81	0,75	0,91	0,84	0,66	0,75	2,03
	generationenübergreifende Angebote	0,89	0,85	0,71	0,49	0,04	0,17	0,80	0,32	0,13	1,96
	Mitbestimmungsplattformen für die zukünftige Entwicklung des Quartiers	0,53	0,40	0,82	0,93	0,99	0,91	0,98	0,82	0,44	1,62
	multikulturelle Stadtentwicklung	0,00	0,45	0,20	0,39	0,48	0,17	0,84	0,97	0,26	1,39
Ökonomie [Investitionen in...]	lokale Unternehmen	0,85	0,30	0,12	0,06	0,57	0,54	0,03	0,32	0,20	2,31
	Bildung und Weiterbildung	0,71	0,45	0,78	0,72	0,60	0,84	0,80	0,68	0,85	2,11
	die Verkehrsinfrastruktur	0,11	0,33	0,53	0,42	0,72	0,98	0,24	0,22	0,57	1,84
	die Start-up-Szene und Forschung und Innovation	0,34	0,73	0,00	0,52	0,99	0,59	0,20	0,78	0,02	1,80
	Kunst und Kultur	0,26	0,72	0,78	0,53	0,03	0,71	0,51	0,82	0,27	1,57
	renommierte (inter-)nationale Unternehmen	0,00	0,01	0,64	0,75	0,78	0,32	0,78	0,40	0,82	1,01
	Mittelwert/Anzahl Sign.	-/2	-/2	-/2	-/1	-/2	-/2	-/2	-/-	-/2	1,85/-

Subgruppe signifikant unterschiedlich und überdurchschnittliche Präferenz – Subgruppenbetrachtung findet statt

Subgruppe nicht signifikant unterschiedlich

--- Trennung zwischen über/unterdurchschnittlicher mittlerer gewichteter Präferenz

NHEK: Nettohaushaltseinkommen

Hinweis zur Lesart

Bei den angegebenen Werten (Signifikanzniveaus) handelt es sich um Ergebnisse eines statistischen Tests zur Überprüfung ob die Subgruppen (bspw. Aufteilung nach Einkommensklassen – NHEK) sich im Antwortverhalten unterscheiden. **Das Signifikanzniveaus kleiner gleich 0,1 gibt an, dass das Antwortverhalten in den Subgruppen sich nicht ähnelt, also unterschiedlich ist.** Am Beispiel von NHEK zeigt ein Wert kleiner gleich 0,1 an, dass die verschiedenen Einkommensklassen bezüglich des Elements unterschiedliche mittlere gewichtete Präferenzen vorweisen.

Die befragten Bürger zeigen im Mittel die höchste Präferenz für die Ressourcenallokation zugunsten der ökologisch vielfältigen Begrünung im Quartier. Das deckt sich mit den in Kapitel 3.1.1 angegebenen Präferenzen zur Verschattung und Nutzung des öffentlichen Raums im Quartier. Dadurch zeigt sich als Erweiterung zur ersten Haushaltsbefragung (vgl. Pfnür & Rau, 2024), dass die Präferenz für grünere Immobilien sich auch auf den öffentlichen Raum bezieht und die befragten Bürger sich insgesamt eine grünere Innenstadt wünschen. Die niedrige mittlere gewichtete Präferenz für Emissionsreduktion gibt Hinweise darauf, dass eine gewisse Emissionsbelastung in den Innenstädten als gegeben akzeptiert wird. Die

Präferenzen zur Ressourcenallokation für die soziale Dimension der Nachhaltigkeit zeigen, dass besonders die Erhöhung des Sicherheitsempfindens, das Schaffen von Angeboten für Bürger mit niedrigem Einkommen und alle Altersgruppen von den Befragten präferiert wird. Die Präferenz für Ressourcenverteilung in der ökonomischen Dimension der Nachhaltigkeit offenbart, dass Investition in lokale Unternehmen eine hohe mittlere gewichtete Präferenz erfährt, welche höher als die zur Erhöhung des Sicherheitsempfindens ist und lediglich 8,7 % unter dem im Mittel am stärksten präferierten Element – ökologisch vielfältige Begrünung – liegt. Die zweithöchste mittlere gewichtete Präferenz haben die Befragten für Bildung und Weiterbildung in der Innenstadt (vgl. Abb. 29).

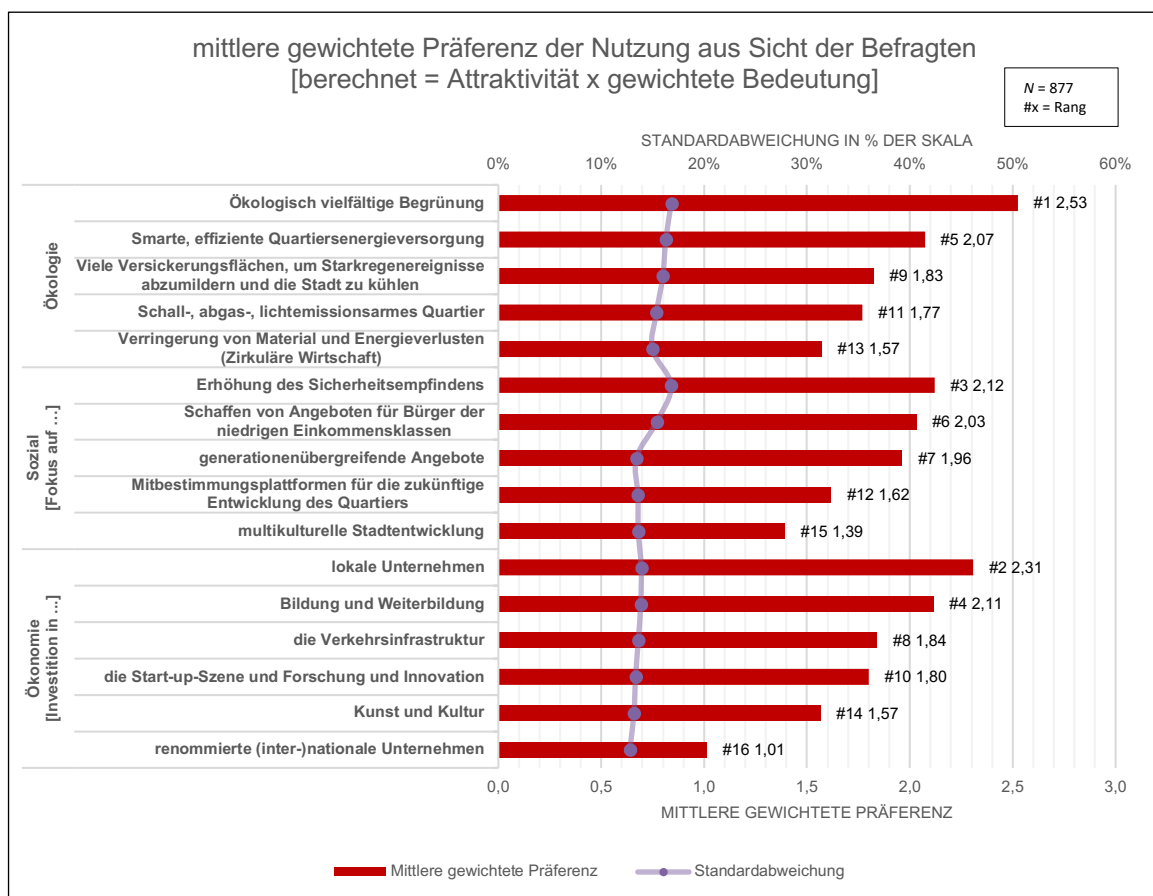


Abb. 29: Mittlere gewichtete Präferenz bezüglich der Dimensionen der Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier

Die Subgruppenbetrachtung nach Einkommensklassen bzgl. der Schaffung von Angeboten für Bürger mit niedrigen Einkommensklassen zeigt signifikante Unterschiede bzgl. der gewichteten Präferenzen. Wie zu erwarten, zeigt sich hier eine steigende gewichtete Präferenz für diese Angebote mit sinkendem Einkommen der befragten Bürger (vgl. Abb. 30). Damit zeigen die Haushalte der niedrigsten Einkommensklassen eine überdurchschnittliche mittlere gewichtete Präferenz für dieses Element der Stadtentwicklung. Das entspricht knapp 41 % der befragten Bürger. Alle Bürger mit einem durchschnittlichen oder

überdurchschnittlichen Einkommen zeigen bezüglich des Elementes eine unterdurchschnittliche Präferenz (vgl. Abb. 7 i. V. m. Abb. 30).

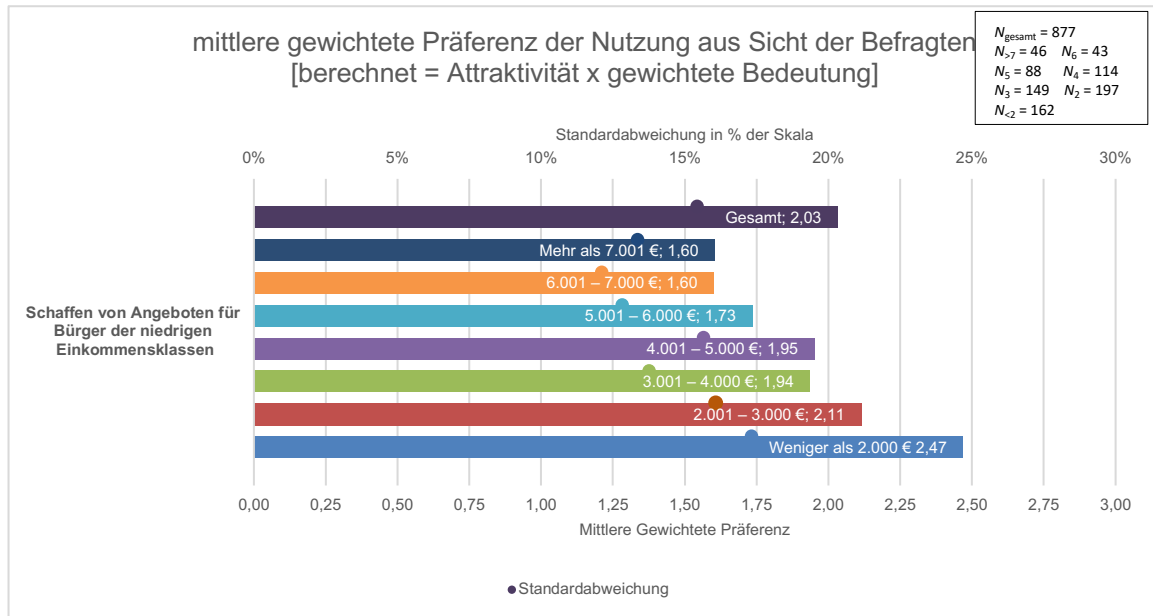


Abb. 30: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Nachhaltigkeitsaspekten in der Subgruppenbetrachtung nach Einkommensklassen

In der Subgruppenbetrachtung innerhalb der wohlhabenderen Mosaic-Milieus zeigt sich, dass die wohlhabenderen Milieus bis auf die Metropolitan Elite eine überdurchschnittliche Präferenz für das Schwammstadtprinzip in ihren Innenstädten zeigen. Das Bild dreht sich bzgl. der mittleren gewichteten Präferenz zu Investition in die Start-up-Szene, welche von den Metropolitan Elite überdurchschnittlich stark präferiert wird (vgl. Abb. 31).

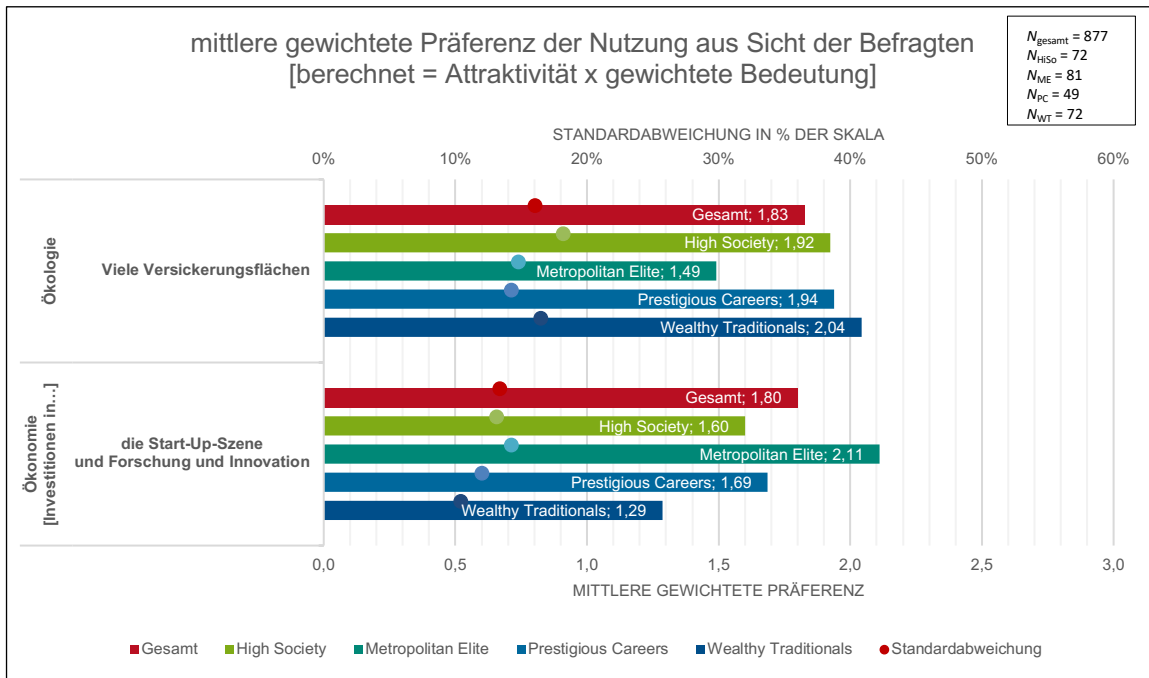


Abb. 31: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Nachhaltigkeitsaspekten in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 1

Die differenzierte Darstellung der Milieus der mittel wohlhabenden Wohngegenden zeigt, dass die Domestic Rurality eine erhöhte Präferenz für die Investition in lokale Unternehmen haben. Die Suburban Settlers zeigen hier eine niedrigere Präferenz (vgl. Abb. 32). Im Falle der Suburban Settlers fällt die Präferenz vom 2. Rang auf den 7. Rang (vgl. Abb. 29).

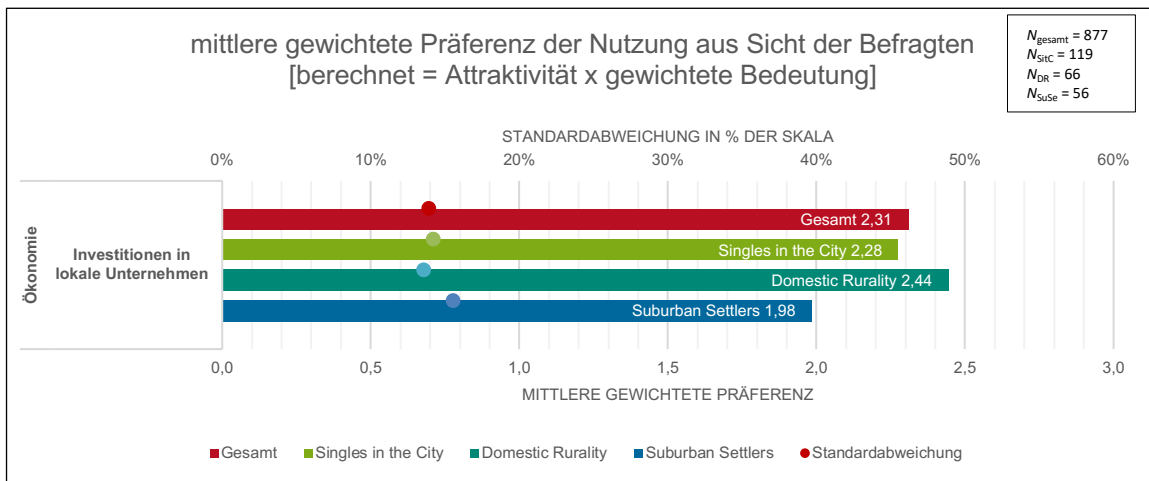


Abb. 32: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Nachhaltigkeitsaspekten in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 2

Die in den weniger wohlhabenden Wohngegenden beheimateten Milieus zeigen in der Subgruppenbetrachtung, dass besonders die Modest Seniors eine starke Präferenz für generationenübergreifende Angebote in ihren Innenstädten haben (Abb. 33). Die mittlere gewichtete

Präferenz der Ausprägung liegt damit höher als des im Mittel 1. Ranges, der ökologisch vielfältige Begrünung (vgl. Abb. 29).

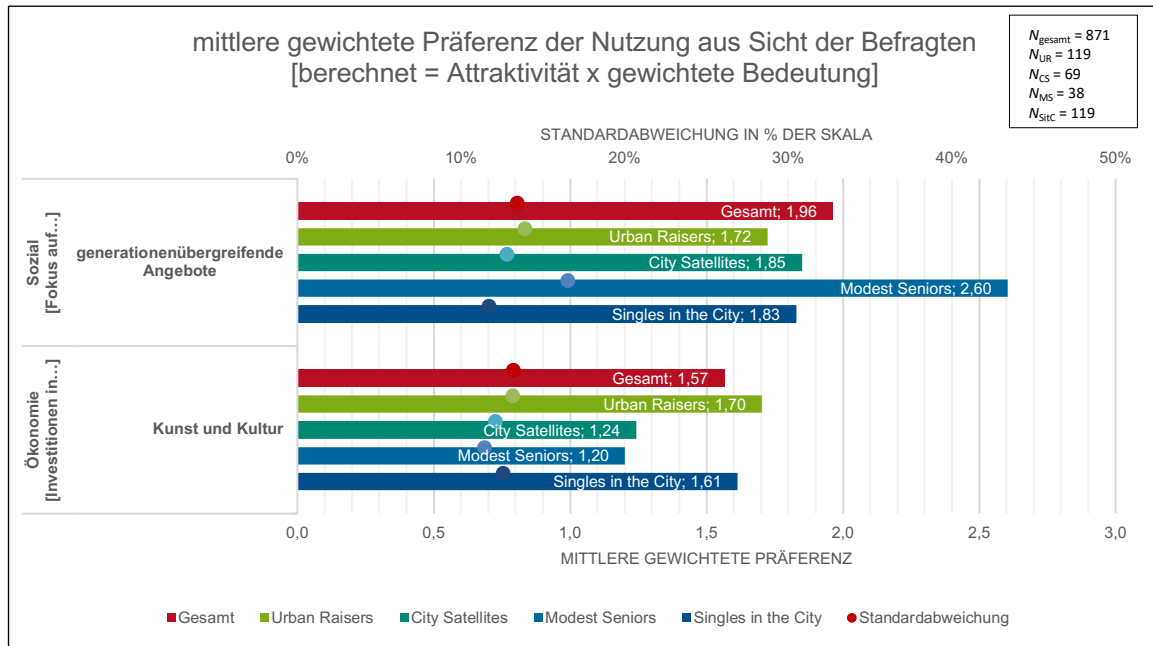


Abb. 33: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Nachhaltigkeitselemente in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 3

Die Milieus der Vorstädte zeigen eine mit steigender Qualität der Wohnlage, sinkende mittlere gewichtete Präferenz für das Schwammstadtprinzip in den Innenstädten. Die Investitionen in lokale Unternehmen wird von den Milieus der Vorstädte durchschnittliche (Prestigious Careers) bzw. unterdurchschnittlich präferiert (vgl. Abb. 34).

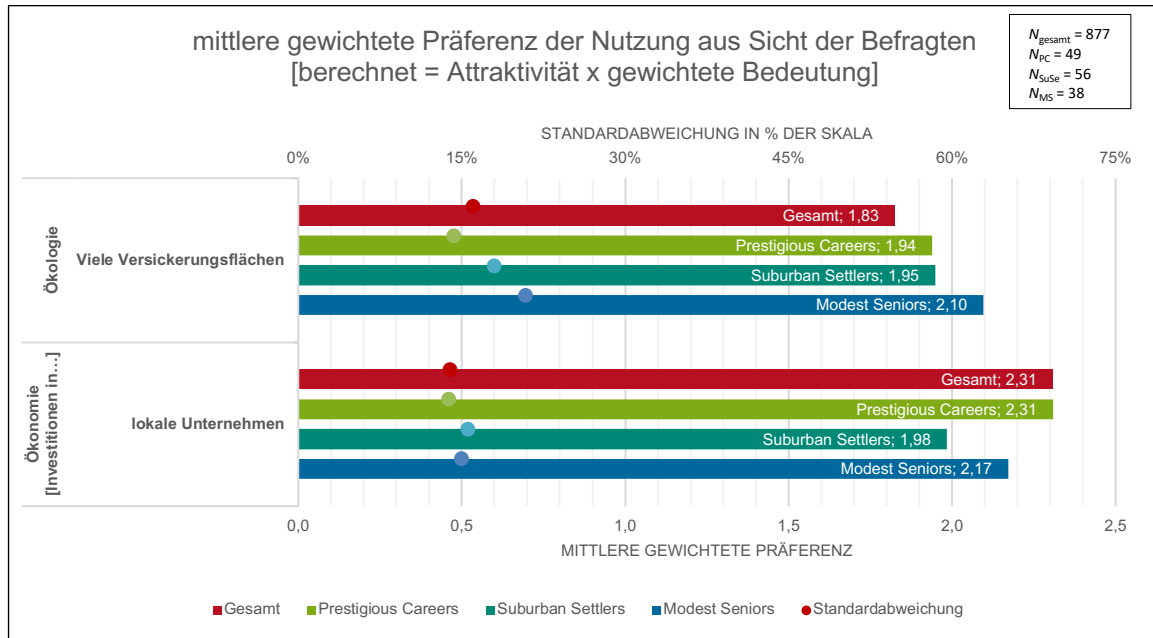


Abb. 34: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Nachhaltigkeitsaspekten in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 5

Bei den ländlich lebenden Milieus sind es die in wohlhabenderen Wohnlagen beheimateten Wealthy Traditionals, die den Fokus auf die Erhöhung des Sicherheitsempfinden in den Innenstädten im gewichteten Mittel überdurchschnittlich präferieren (vgl. Abb. 35).

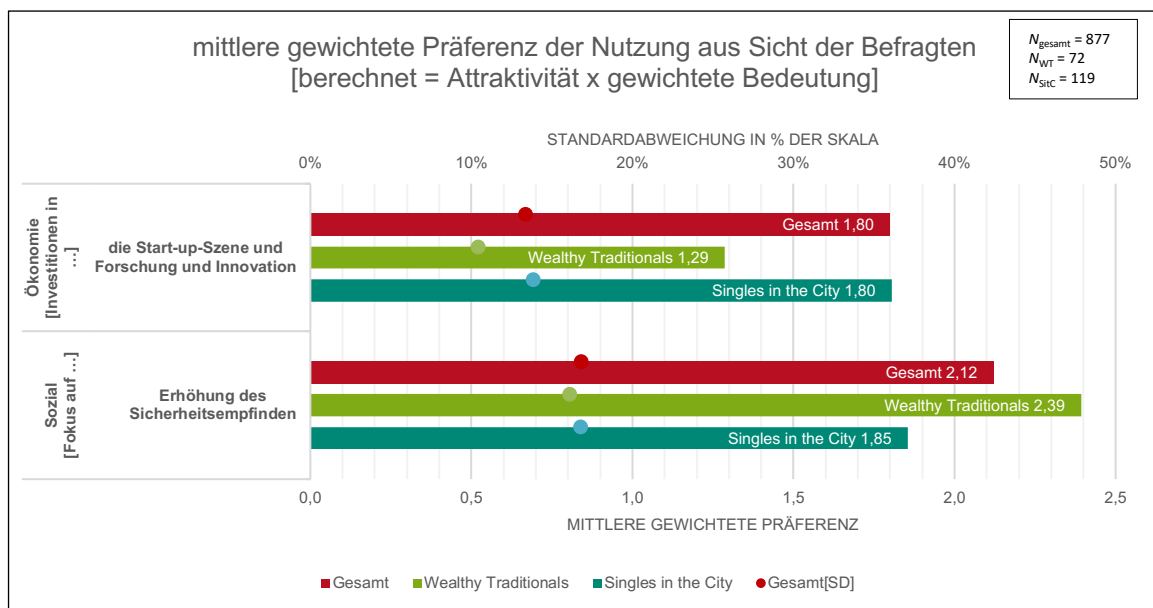
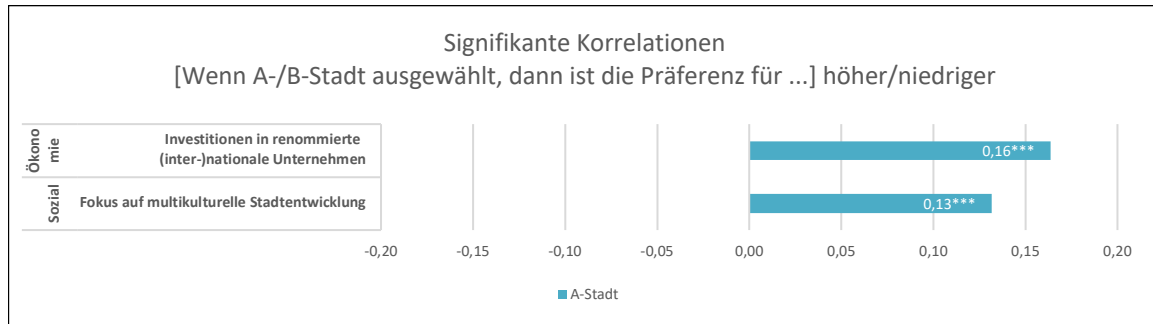


Abb. 35: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Nachhaltigkeitselemente in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 7

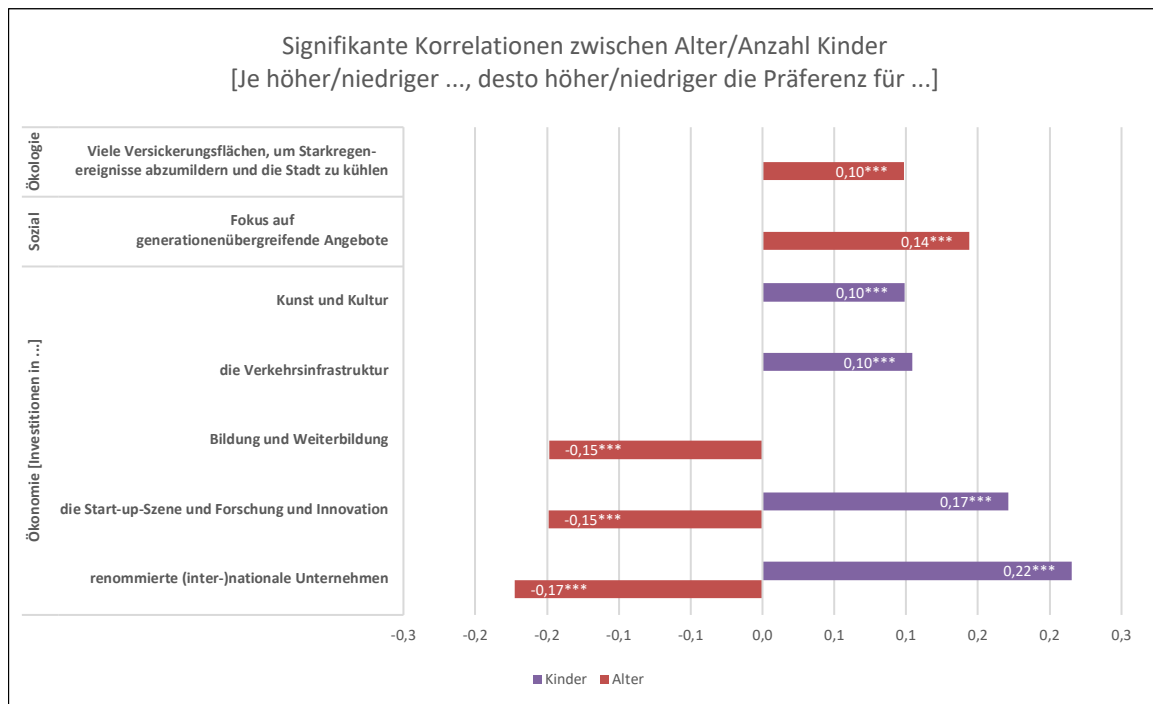
Die Untersuchung der gewichteten Präferenz der befragten Bürger mit den ausgewählten Stadtclustern zeigt, dass die Auswahl von A-Städten positiv mit Investitionen in renommierte (inter-)nationale Unternehmen und Fokus auf multikulturelle Stadtentwicklung korreliert (vgl. Abb. 36).



Dargestellt sind nur die statistisch signifikanten Korrelationen. 2-seitiges Signifikanzniveau *** 0,01; ** 0,05; * 0,10 mit einer Korrelation größer gleich 0,1

Abb. 36: Signifikante Korrelationen ausgewählter Stadtcluster mit Präferenzen zur Ressourcenallokation für Nachhaltigkeit

Die Korrelation zwischen soziodemografischen Merkmalen und den Präferenzen für die Ressourcenallokation für die Elemente der Nachhaltigkeit im Quartier zeigt, dass die Anzahl der Kinder positiv mit der gewichteten Präferenz der Elemente der ökonomischen Dimension korreliert sind. Das Alter zeigt hier hingegen eine negative Korrelation (je älter, desto geringer die gewichtete Präferenz für bspw. Investitionen in Bildung). Positiv ist das Alter dahingegen mit der Präferenz für Ressourcenallokation zur Verbesserung der Versickerungsflächen und dem Fokus auf generationenübergreifende Angebote korreliert (vgl. Abb. 26).



Dargestellt sind nur die statistisch signifikanten Korrelationen. 2-seitiges Signifikanzniveau *** 0,01; ** 0,05; * 0,10 mit einer Korrelation größer gleich 0,1

Abb. 37: Signifikante Korrelationen ausgewählter soziodemografischer Daten mit Präferenzen zur Ressourcenallokation in Bezug auf Nachhaltigkeit im Quartier

3.2.2 Zwischenfazit zur Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier

Ressourcenallokation für Nachhaltigkeit im Quartier sollte ausgewogen sein

Insgesamt zeigt sich, dass die befragten Bürger in Bezug auf die Dimensionen der Nachhaltigkeit eine annähernde Gleichgewichtung präferieren (Rang 1 mit 8 % höherer Bedeutung als Rang 3). Das bedeutet, dass auch die ökonomische Perspektive auf das Innenstadtquartier aus Sicht der befragten Bürger einen wichtigen Bestandteil des Innenstadtquartiers darstellt. Dabei sind die Präferenzen der befragten Bürger grundsätzlich konstant über die verschiedenen Subgruppenbetrachtungen. Dies impliziert, dass die Präferenzen für ein nachhaltiges Innenstadtquartier einen universellen Charakter haben und für die meisten Innenstädte Gültigkeit besitzen.

Lokale Wirtschaft aus Sicht der befragten Bürger besonders förderungswürdig

Dass den Bürgern die lokalen Besonderheiten der Innenstädte wichtig sind, konnte bereits in der vorangeschalteten Befragung gezeigt werden (vgl. Pfnür & Rau, 2024) bereits gezeigt werden. Der Wunsch der Bürger nach mehr lokalen Angeboten zeigt sich auch durch die mittlere gewichtete Präferenz der Bürger für Investitionen in lokale Unternehmen. Tatsächlich ist die Präferenz im Mittel 9 % stärker als die im Rang folgende gewichteten Präferenz für Investitionen in Bildung und Weiterbildung und 26 % stärker als die drittplatzierte Präferenz für Investitionen in die Verkehrsinfrastruktur. Insgesamt zeigt sich auch, dass besonders die jungen Befragten und Befragte mit Familien die ökonomische Perspektive und Investitionen in die Innenstadt gutheißen.

Weniger Beton, mehr Grün im Innenstadtquartier

Die befragten Bürger zeigen im Mittel eine starke Bedeutung der Präferenz für ökologisch vielfältige Begrünung im Quartier. So gab fast die Hälfte der Befragten an, dass dies das attraktivste Merkmal innerhalb des Clusters „Ökologie“ ist. Die Wichtigkeit dieser Präferenz liegt damit 19,0 % über dem wichtigsten Merkmal im Cluster „Sozial“ und 9,4 % über dem wichtigsten Merkmal im Cluster „Ökonomie“. Dabei zieht die hohe Präferenz für die ökologisch vielfältige Begrünung sich durch sämtliche Milieus. Entsprechend geht ein Innenstadtquartier ohne eine ökologisch vielfältige Begrünung an der Präferenz der befragten Bürger vorbei und läuft Gefahr auf eine geringe Akzeptanz der Bürger zu treffen.

Das Sicherheitsempfinden sollte bei zukünftigen Innenstadtentwicklungen im Zentrum stehen

Die Präferenz zur Erhöhung des Sicherheitsempfindens in Innenstädten ist aus Sicht der befragten Bürger im Mittel das in der sozialen Nachhaltigkeit am stärksten präferierte und

insgesamt am drittstärksten präferierte Merkmal. Mit den Ergebnissen der dieser Befragung vorgeschalteten Haushaltsbefragung (vgl. Pfnür & Rau, 2024), in der der Status quo des öffentlichen Raums – insbesondere in Bezug auf die Sicherheit – abgestraft wurde, zeichnet sich hier ein deutliches Bild. Die befragten Bürger sehen die Sicherheit in deutschen Innenstädten nicht optimal umgesetzt und wünschen sich einen stärkeren Fokus auf dieses Grundbedürfnis in ihren Innenstädten umgesetzt zu sehen. Die Präferenz für die Erhöhung des Sicherheitsempfindens ist besonders bei den wohlhabenderen Milieus außerhalb der Zentren wie Metropolitan Elite und Wealthy Traditionals hoch.

Innenstadt für alle Einkommensklassen und Generationen

Die mittlere gewichtete Präferenz zur Schaffung von Angeboten für niedrige Einkommensklassen über alle Generationen liegt in der sozialen Dimension auf dem 2./3. Rang und absolut auf Rang 6/7 von 16. Das zeigt, dass die befragten Bürger eine gewissermaßen inklusive Innenstadt wünschen. Dabei spielen weniger die kulturellen Hintergründe der Bürger eine Rolle als vielmehr der ökonomische Hintergrund und die Generationenzugehörigkeit.

Klimaanpassung ist ein Anliegen besonders der urbanen Milieus

Unter mangelnder Klimaanpassung leiden insbesondere die urbanen Milieus. Nicht verwunderlich ist daher, dass ebendiese Milieus im Mittel eine hohe gewichtete Präferenz für Versickerungsflächen (Schwammstadtprinzip) in den Städten vorweisen. Ganz besonders hoch ist die Präferenz der High Society, gefolgt von den Urban Raisers. Damit zeigen die in den urbanen Räumen „ausharrenden“ Milieus eine erhöhte Präferenz für den Schutz vor Extremwetterereignissen (wie extrem heiße Sommer) und geben so einen Einblick in die notwendigen Veränderungen in deutschen (Innen-)Städten. Denn eine ausreichende Kühlung von Innenstädten im Sommer ist ein wichtiger Bestandteil, um Wohnen in den Innenstädten wieder attraktiver zu machen und dadurch Innenstädte insgesamt multifunktional, resilient, attraktiv und lebendig zu gestalten.

3.3 Nachnutzungskonzepte für großflächige, innerstädtische Einzelhandelsimmobilien

In der Transformation von Innenstädten nehmen großflächige Einzelhandelsimmobilien (u. a. Warenhäuser) eine besondere Stellung ein. Die großen zusammenhängenden Einzelhandelsflächen – in der Vergangenheit Symbol des wirtschaftlichen Aufschwungs und Wohlstandes – sind heute in der Regel nicht marktgerecht, finden kaum Nutzer und zahlen nicht auf die notwendige Multifunktionalität in deutschen Innenstädten ein. Das Scheitern der Konzepte von Warenhausimmobilien ist somit der direkte Ausdruck des gesellschaftlichen und technologischen Wandels in Deutschland. Durch die meist prominente Lage in den Innenstädten kann ein Leerstand dieser Immobilien verheerend für die jeweilige Innenstadt sein und Trading-Down-Effekte weiter beschleunigen. Mixed-Use-Redevelopments können eine Antwort auf den Bedarf an Multifunktionalität sein. In der Umfrage wurde den befragten Bürgern die Möglichkeit gegeben, eine vierstöckige Warenhausimmobilie in der von ihnen gewählten Innenstadt mit den – aus ihrer Sicht – attraktivsten Nutzungen zu bestücken. Die Ergebnisse werden nachfolgend dargestellt.

3.3.1 Bürgerperspektive auf Nachnutzungskonzepte für großflächige Einzelhandelsimmobilien

Im Kern der Transformation der Innenstädte und dieser Studie stehen die zukünftige Entwicklung der Innenstadtimmobilien, in denen ein Großteil der zukünftigen Multifunktionalität stattfinden soll. Gleichzeitig fallen die Innenstadtimmobilien in den Kompetenzbereich der Immobilieneigentümern, wodurch die Zielkonflikt auch wesentlich durch den Kapitalerhalt determiniert wird. Um den Kapitalerhalt sicherzustellen, sollten Faktoren wie Flächeneffizienz, Mieten aber auch die Präferenzen der Bürger – stellvertretend für die Akzeptanz der Nutzungsformen – berücksichtigt werden. Im Folgenden wird der Fokus auf die letzte Zielgröße – die Akzeptanz der Bürger – gelegt. Im Speziellen werden die Präferenzen der befragten Bürger im Hinblick auf die Nachnutzung einer großflächigen Einzelhandelsimmobilie (Warenhausimmobilie) befragt. Die gemessenen Präferenzen können den Akteuren als eine weitere Entscheidungshilfe dienen, mehrheitsfähige Innenstadtimmobilität zu entwickeln, die einen aktiven Beitrag zu lebhaften und lebenswerten Innenstädten leisten.

Die im ersten Schritt abgefragten Präferenzen für Geschossnutzungen zeigen eine deutliche Präferenz für Nahversorgung im UG mit 49 % der Befragten. Damit findet sich für die Nahversorgung die Größte Mehrheit, die diese Nutzung im UG am attraktivsten bewertet. Im EG ist aus Sicht der befragten Bürger die Gastronomienutzung (31 %) und Nahversorgung (28 %) die attraktivste Nachnutzung. Das gestiegene Gesundheitsbewusstsein der Bürger spiegelt sich in der attraktivsten Nutzung im 1. OG wider, welche für 31 % der Befragten

Arztpraxen sind. Im 2. OG gaben 27 % der Befragten die Einzelhandelsnutzung als attraktivstes Merkmal an. Die Mehrheit der Befragten sieht im 3. OG und 4. OG Wohnkonzepte als attraktivste Ausgestaltung, was den grundsätzlichen Bedarf nach Wohnen in der Innenstadt widerspiegelt. Auf der Dachterrasse sind Nutzgärten, Cafés mit Kinderbetreuung und kleinteilige Gastronomie für jeweils fast ein Drittel der Befragten die attraktivste Nutzung

Weiterhin zeigt sich, dass im UG Fast-Fashion-Discounter für 22 % der Befragten das attraktivste Merkmal sind, ist es im EG für 21 %/22 % der kleinteilige bzw. großteilige Einzelhandel. Im 1. OG gibt der Großteil die Gesundheitsversorgung als attraktivste Nachnutzung an. Im 1. OG stellt der großteilige hochwertige bzw. günstige für 22 %/21 % der befragten Bürger die attraktivste Nutzung dar. Im Kontrast dazu stellt der kleinteilige günstige Einzelhandel vom UG bis 1. OG für fast die Hälfte der Befragten die unattraktivste Nutzung dar. Im 2. OG stellt für 27 % der Einzelhandel die attraktivste Nutzung dar. Moderne Büroflächen sind für 20 % das attraktivste Merkmal. Für den Großteil der befragten Bürger stellen Wohnkonzepte in dem 3. und besonders im 4. OG die attraktivste Nutzung dar. Moderne Büros sind auch in den Geschossen für 20 % die attraktivste Nutzung (vgl. Abb. 38).



Abb. 38: Präferenzen der Befragten in Bezug auf die Geschossnutzungen (Nachnutzung) in einer Warenhausimmobilie

Die Betrachtung der gewichteten Bedeutung der Geschossnutzungen zeigt, dass die befragten Bürger besonderen Wert auf die ausgewählte Dachgeschossnutzung legen. An zweiter und dritter Stelle steht die Erdgeschossnutzung respektive die Untergeschossnutzung. Die Zwischengeschossnutzung hat aus Sicht der befragten Bürger ein geringeres Bedeutungsge-
wicht (vgl. Abb. 39).

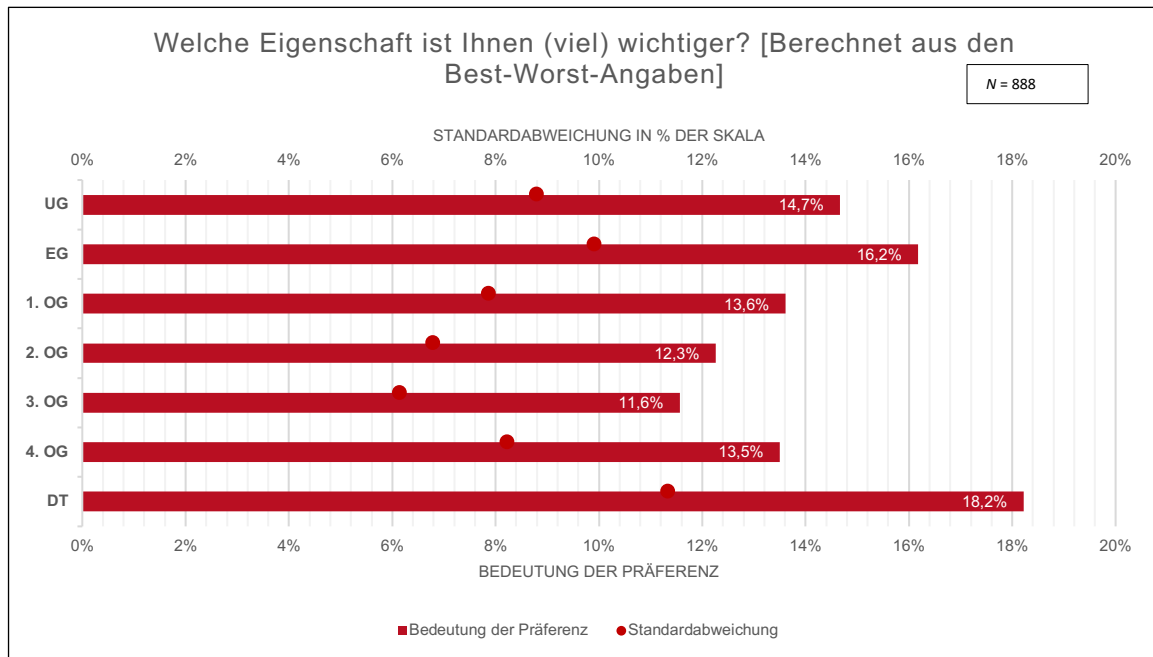


Abb. 39: Gewichtete Bedeutung der Geschosse insgesamt und pro Stadtgröße

Die Untersuchung der Subgruppenunterscheidung zeigt, dass sich 19 Geschossnutzungen in den Stadtclustern signifikant voneinander unterscheiden (fett) und 22 über die Stadtcluster nicht signifikant unterschiedlich sind (grau). Die grauen Werte können somit für alle Stadtcluster universal gültig verstanden werden. Bezüglich der gewichteten Präferenzen zur Nutzung auf der Dachterrasse zeigt sich keine signifikanten Unterschiede innerhalb der Einkommensklassen. Es kann also angenommen werden, dass die Nutzung der Dachterrasse die gewichteten Präferenzen aller Einkommensklassen ähnlich stark anspricht und entsprechend insgesamt angenommen oder abgelehnt wird. Die Milieus der wohlhabenden Wohnlagen zeigen über die Zentralität der Wohnlagen hinweg einheitliche Präferenzen in Bezug auf die Innenstadtimmobilien (vgl. Tabelle 7).

Tabelle 7: Signifikanzniveaus der Subgruppe der Innenstadtimmobilie

	Element	Stadt-cluster	NHEK	Mosaic							Gew. $\varnothing$ Präferenz
				Gruppe 1	Gruppe 2	Gruppe 3	Gruppe 4	Gruppe 5	Gruppe 6	Gruppe 7	
UG	Nahversorgung	0,30	0,27	0,21	0,70	0,38	0,48	0,41	0,48	0,93	1,12
	Großteiler günstiger Einzelhandel	0,16	0,28	0,34	0,06	0,57	0,04	0,62	0,59	0,82	0,73
	Kleinteiliger hochwertiger Einzelhandel	0,53	0,23	0,70	0,81	0,92	0,07	0,29	0,31	0,39	0,70
	Großteiliger hochwertiger Einzelhandel	0,04	0,03	0,80	0,79	0,07	0,23	0,48	0,57	0,04	0,59
	Kleinteiliger günstiger Einzelhandel	0,01	0,06	0,39	0,40	0,60	0,49	0,65	0,77	0,05	0,49
EG	Restaurants, Cafés, Bars	0,65	0,33	0,20	0,03	0,28	0,26	0,85	0,11	0,23	1,08
	Nahversorgung	0,88	0,63	0,89	0,18	0,07	0,10	0,90	0,81	0,28	1,07
	Kleinteiliger hochwertiger Einzelhandel	0,37	0,54	0,47	0,51	0,26	0,46	0,09	0,05	0,89	0,91
	Großteiliger hochwertiger Einzelhandel	0,00	0,00	0,62	0,27	0,09	0,96	0,20	0,12	0,70	0,79
	Großteiliger günstiger Einzelhandel	0,13	0,29	0,23	0,43	0,09	0,08	0,84	0,85	0,22	0,74
1. OG	Kleinteiliger günstiger Einzelhandel	0,26	0,00	0,54	0,55	0,07	0,74	0,89	0,41	0,01	0,44
	Gesundheitsversorgung, Arztpraxen	0,47	0,01	0,93	0,11	0,03	0,11	0,18	0,71	0,63	0,88
	Restaurants, Cafés, Bars	0,62	0,32	0,87	0,37	0,39	0,82	0,61	0,47	0,99	0,78
	Kleinteiliger hochwertiger Einzelhandel	0,25	0,68	0,21	0,43	0,47	0,68	0,63	0,19	0,28	0,73
	Großteiliger hochwertiger Einzelhandel	0,91	0,04	0,32	0,73	0,62	0,76	0,64	0,81	0,18	0,71
2. OG	Großteiliger günstiger Einzelhandel	0,01	0,69	0,72	0,05	0,70	0,64	0,27	0,11	0,05	0,70
	Kleinteiliger günstiger Einzelhandel	0,01	0,19	0,77	0,07	0,04	0,63	0,43	0,43	0,03	0,39
	Einzelhandel	0,50	0,18	0,88	0,93	0,36	0,84	0,89	0,71	0,41	0,69
	Restaurants, Imbisse, Cafés	0,01	0,08	0,51	0,69	0,48	0,26	0,23	0,74	0,73	0,67
	Sport-/Kultur-/Eventhalle	0,08	0,87	0,80	0,22	0,50	0,88	0,14	0,41	0,94	0,60
3. OG	Flexibel, individuell buchbare Büroarbeitsplätze	0,01	0,02	0,16	0,26	0,88	0,52	0,68	0,17	0,60	0,59
	Wohnkonzepte	0,01	0,42	0,71	0,66	0,03	0,43	0,49	0,24	0,35	0,56
	moderne Büroflächen	0,25	0,57	0,38	0,40	0,27	0,23	0,49	0,53	0,25	0,55
	Wohnkonzepte	0,09	0,45	0,33	0,57	0,63	0,10	0,24	1,00	0,69	0,68
	Flexibel, individuell buchbare Büroarbeitsplätze	0,01	0,25	0,85	0,78	0,90	0,65	0,87	0,58	0,62	0,59
4. OG	moderne Büroflächen	0,04	0,01	0,65	0,65	0,78	0,60	0,76	0,50	0,67	0,59
	Gastronomiekonzept mit Computerarbeitsplätzen	0,15	0,92	0,93	0,23	0,03	0,42	0,27	0,33	0,85	0,57
	Restaurants, Imbisse, Cafés	0,08	0,06	0,30	0,74	0,08	0,77	0,05	0,42	0,42	0,53
	Sport-/Kultur-/Eventhalle	0,46	0,87	0,99	0,19	0,09	0,26	0,63	0,48	0,59	0,51
	Wohnkonzepte	0,53	0,04	0,19	0,76	0,70	0,61	0,84	0,54	0,20	0,94
Dachterrasse	moderne Büroflächen	0,33	0,04	0,36	0,12	0,73	0,25	0,18	0,39	0,15	0,68
	Flexibel, individuell buchbare Büroarbeitsplätze	0,67	0,04	0,28	0,68	0,97	0,75	0,72	0,93	0,15	0,67
	Gastronomiekonzept mit Computerarbeitsplätzen	0,05	0,91	0,81	0,77	0,25	0,69	0,21	0,19	0,58	0,58
	Restaurants, Imbisse, Cafés	0,10	0,48	0,55	0,96	0,45	0,29	0,51	0,44	0,09	0,55
	Sport-/Kultur-/Eventhalle, flexibel nutzbar	0,24	0,62	0,43	0,05	0,14	0,23	0,07	0,05	0,76	0,54
Dachterrasse	Nutzgärten	0,03	0,53	0,90	0,37	0,11	0,02	0,50	0,65	0,31	1,19
	Café mit Dachgarten und/oder Kinderspielmöglichkeiten	0,31	0,28	0,12	0,07	0,48	0,36	0,50	0,21	0,17	1,15
	Kleinteilige Gastronomie	0,12	0,93	0,27	0,05	0,52	0,11	0,66	0,34	0,05	1,15
	Open-Air Kultur und Veranstaltungsfläche	0,52	0,14	0,36	0,04	0,20	0,10	0,37	0,53	0,02	0,94
	Gehobene Gastronomie	0,02	0,15	0,77	0,92	0,53	0,35	0,79	0,63	0,39	0,80
	Exklusive Nutzung für Büro oder Wohnen	0,69	0,80	0,58	0,90	0,35	0,29	0,74	0,63	0,87	0,42
	Mittelwert/Anzahl Sign. (fett)	-17	-13	-/-	-8	-11	-7	-3	-2	-8	0,72/-

Subgruppe signifikant unterschiedlich und überdurchschnittliche Präferenz – Subgruppenbetrachtung findet statt

Subgruppe nicht signifikant unterschiedlich

--- Trennung zwischen über/unterdurchschnittlicher mittlerer gewichteter Präferenz

NHEK: Nettohaushaltseinkommen

Hinweis zur Lesart

Bei den angegebenen Werten (Signifikanzniveaus) handelt es sich um Ergebnisse eines statistischen Tests zur Überprüfung ob die Subgruppen (bspw. Aufteilung nach Einkommensklassen – NHEK) sich im Antwortverhalten unterscheiden. **Das Signifikanzniveaus kleiner gleich 0,1 gibt an, dass das Antwortverhalten in den Subgruppen sich nicht ähnelt, also unterschiedlich ist.** Am Beispiel von NHEK zeigt ein Wert kleiner gleich 0,1 an, dass die verschiedenen Einkommensklassen bezüglich des Elements unterschiedliche mittlere gewichtete Präferenzen vorweisen.

Über alle Stadtcluster hinweg zeigt sich eine starke mittlere gewichtete Präferenz für Nahversorgung im UG. Im EG werden Gastronomienutzung und ebenfalls Nahversorgung stark präferiert. Die präferierte Nutzung des 1. OG ist für die befragten Bürger im Mittel die Gesundheitsversorgung, gefolgt von Restaurants. Im 2. OG ist die im Mittel am stärksten präferierte Nutzung der Einzelhandel, wobei dies gleichzeitig die einzige, in Bezug auf die Stadtcluster, übergreifende Präferenz darstellt. Im 4. OG zeigt sich eine hohe mittlere gewichtete Präferenz der befragten Bürger für Wohnkonzepte, gefolgt von modernen

Büroflächen (- 27,5 %). Auf der Dachterrasse werden von den befragten Bürgern im Mittel Nutzgärten präferiert (mit signifikanten Unterschieden in den Stadtclustern). Cafés mit Dachgarten und/oder Kinderspielmöglichkeiten erfährt die zweithöchste gemittelte gewichtete Präferenz der Bürger, und das über alle Stadtgrößen hinweg (vgl. Abb. 40).

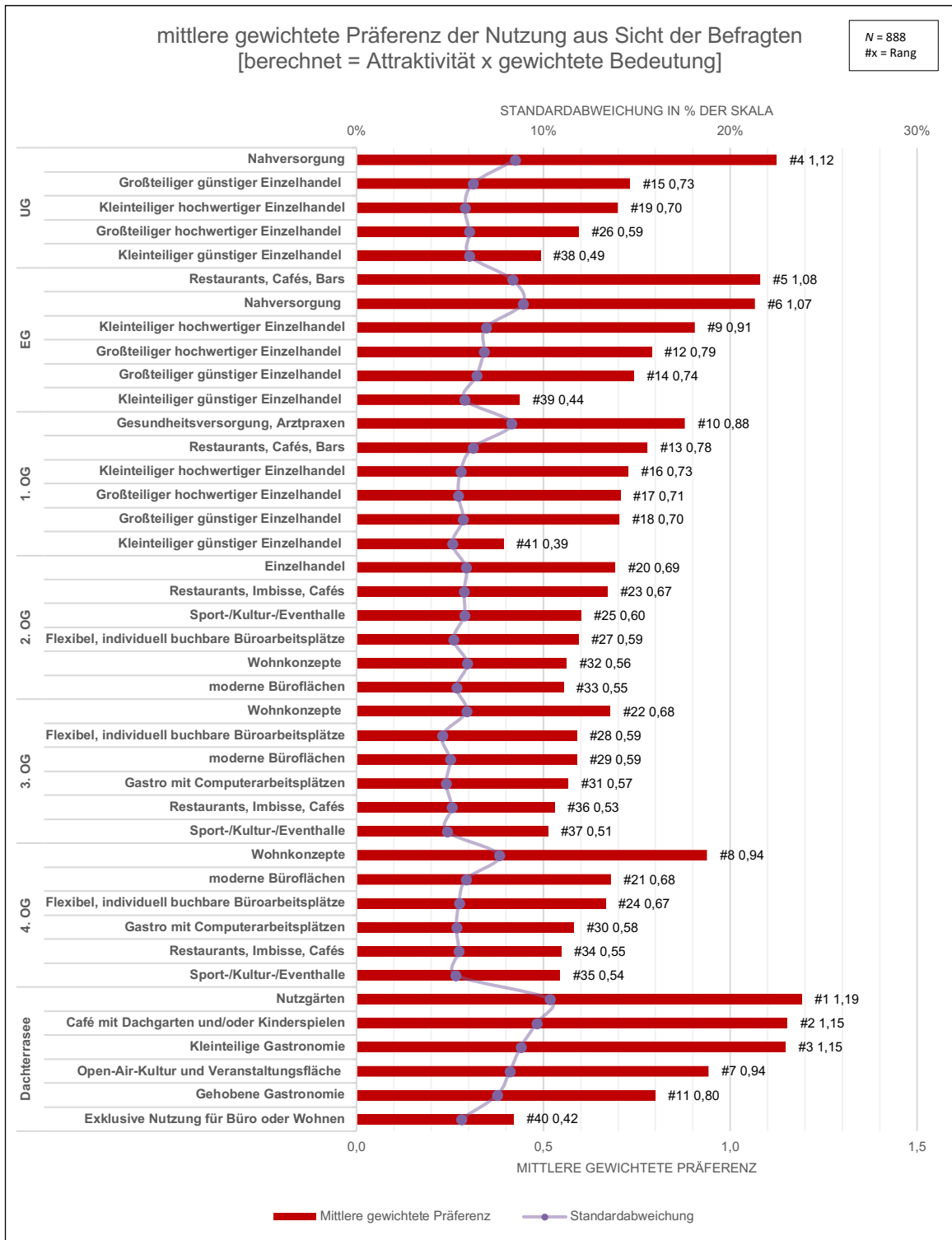


Abb. 40: Mittlere gewichtete Bedeutung der Geschossnutzungspräferenzen

Um ein tiefergehendes Verständnis für die gewichteten Präferenzen der befragten Bürger für die Geschossnutzungen in den deutschen Innenstädten zu bekommen, werden im Folgenden die im mittel überdurchschnittlich präferierten Nutzungen (sofern signifikant) untersucht. Dadurch werden lediglich Nutzungen im EG und auf der Dachterrasse in der Subgruppe untersucht. Es zeigt sich, dass die befragten Bürger besonders in A-Städten im Mittel eine

überdurchschnittlich hohe Präferenz für großteiligen Einzelhandel im EG haben (günstig/hochwertig). In B- und C-Städten wird der großflächige günstige Einzelhandel dahingegen unterdurchschnittlich stark präferiert. Im Gegensatz dazu zeigen die befragten Bürger bezüglich des großflächigen hochwertigen Einzelhandels auch in B-Städten eine überdurchschnittlich hohe Präferenz für die Nutzung. Auf der Dachterrasse zeigt sich, dass Nutzgärten und kleinteilige Gastronomie in A-Städten im mittel weniger durch die befragten Bürger präferiert wird. Besonders hoch sind die mittleren gewichteten Präferenzen für kleinteilige Gastronomie auf der Dachterrasse in B- und C-Städten (vgl. Abb. 41 i. V. m. Abb. 40).

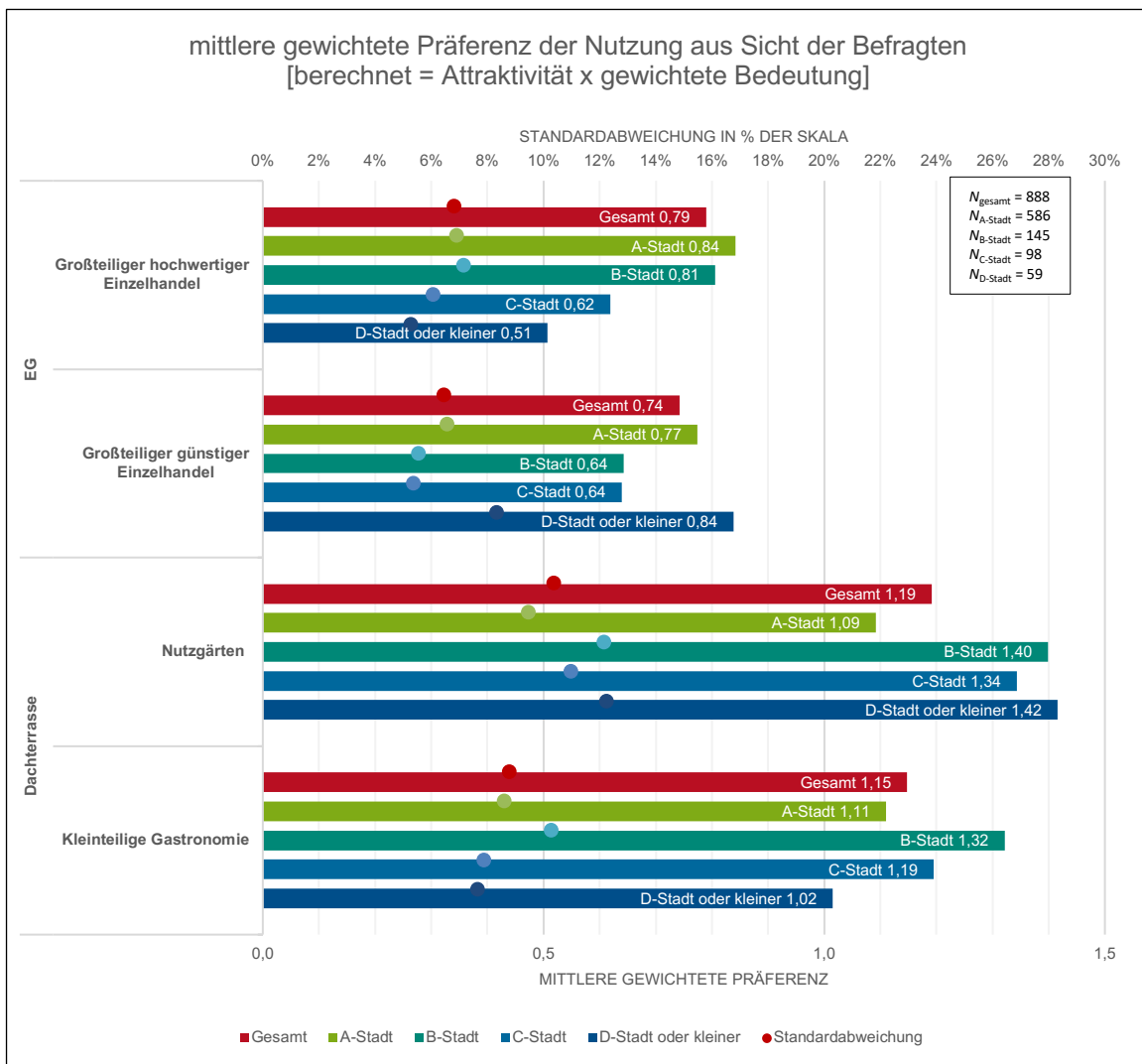


Abb. 41: Mittlere gewichtete Bedeutung der Geschossnutzung insgesamt und pro Stadtgröße

In der Subgruppenbetrachtung nach Einkommensklassen werden analog der Subgruppenbetrachtung nach Städten nur die signifikant unterschiedlichen und überdurchschnittlich präferierten Nutzungen untersucht. Hier zeigt sich, dass die mittlere gewichtete Präferenz für hochwertigem Einzelhandel im EG mit dem Einkommen steigt. Einzig bei den

Einkommensklassen 4.001 € und 3.001 € wird dieser Trend unterbrochen. Im 1. OG zeigen die oberen Einkommensklassen grundsätzlich eine höhere Präferenz für die Nutzung mit als Gesundheitszentrum. Im 4. OG zeigt sich eine deutlich überdurchschnittliche mittlere gewichtete Präferenz der hohen Einkommensgruppen (+18 %; ab 7.001 €) und der leicht überdurchschnittlichen Einkommensgruppen (13 %; 4.001 €) für die Wohnnutzung. Das zeigt, dass sich die überdurchschnittlich wohlhabenden befragten Bürger tendenziell die Wohnnutzung und entsprechende Gesundheitsversorgung in den Innenstädten wünschen (Abb. 42).

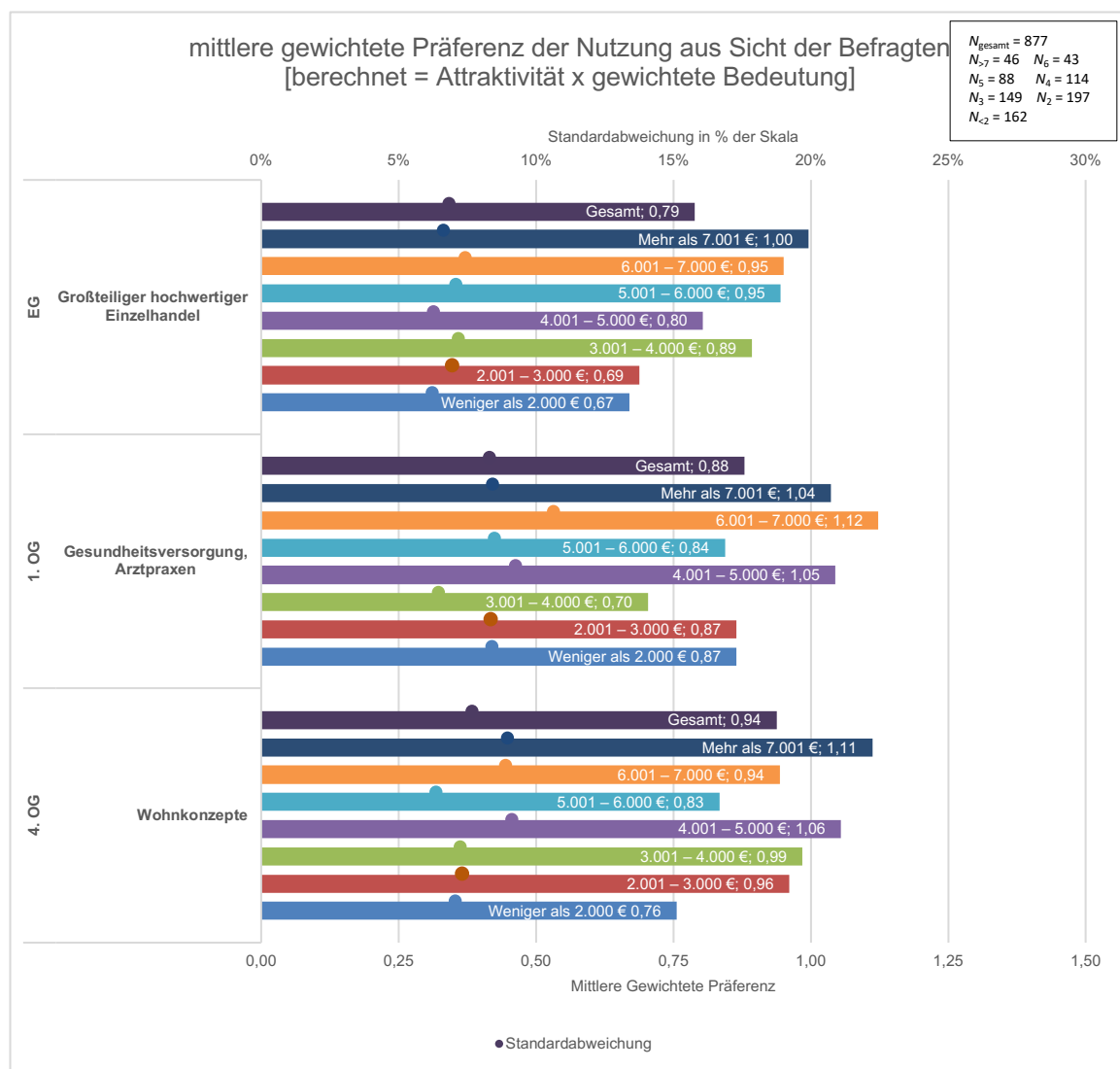


Abb. 42: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierelementen in der Subgruppenbetrachtung nach Einkommensklassen

Die Untersuchung der in wohlhabenden Wohngebieten beheimateten Milieus zeigt, dass die mittlere gewichtete Präferenz für die Nahversorgung im UG weniger von den High Society als vielmehr von den Milieus der Metropolitan Elite und der Wealthy Traditionals ausgeht. Es liegt nahe, dass die Präferenz für die Nahversorgung mit der eigenen Versorgung

am aktuellen Wohnort gekoppelt ist. So ist davon auszugehen, dass die urban lebenden High Society über ein ausreichendes Nahversorgungsangebot verfügen. Genauso dürfte das Milieu der Prestigious Careers durch die in den Vororten verbreiteten Fachmarktzentren ausreichend über Nahversorgung verfügen. Im Gegensatz dazu dürfte das Milieu der Metropolitan Elite – welches in den ruhigen Vorstädten beheimatet ist – über einen schlechteren Zugang zur Nahversorgung verfügen. Gleiches gilt für das Milieu der Wealthy Traditionals. Die mittlere gewichtete Präferenz für den großteiligen günstigen Einzelhandel im EG und kleinteiligen hochwertigen Einzelhandel im 1. OG sinkt grundsätzlich mit steigender Zentralität (vgl. Abb. 43).

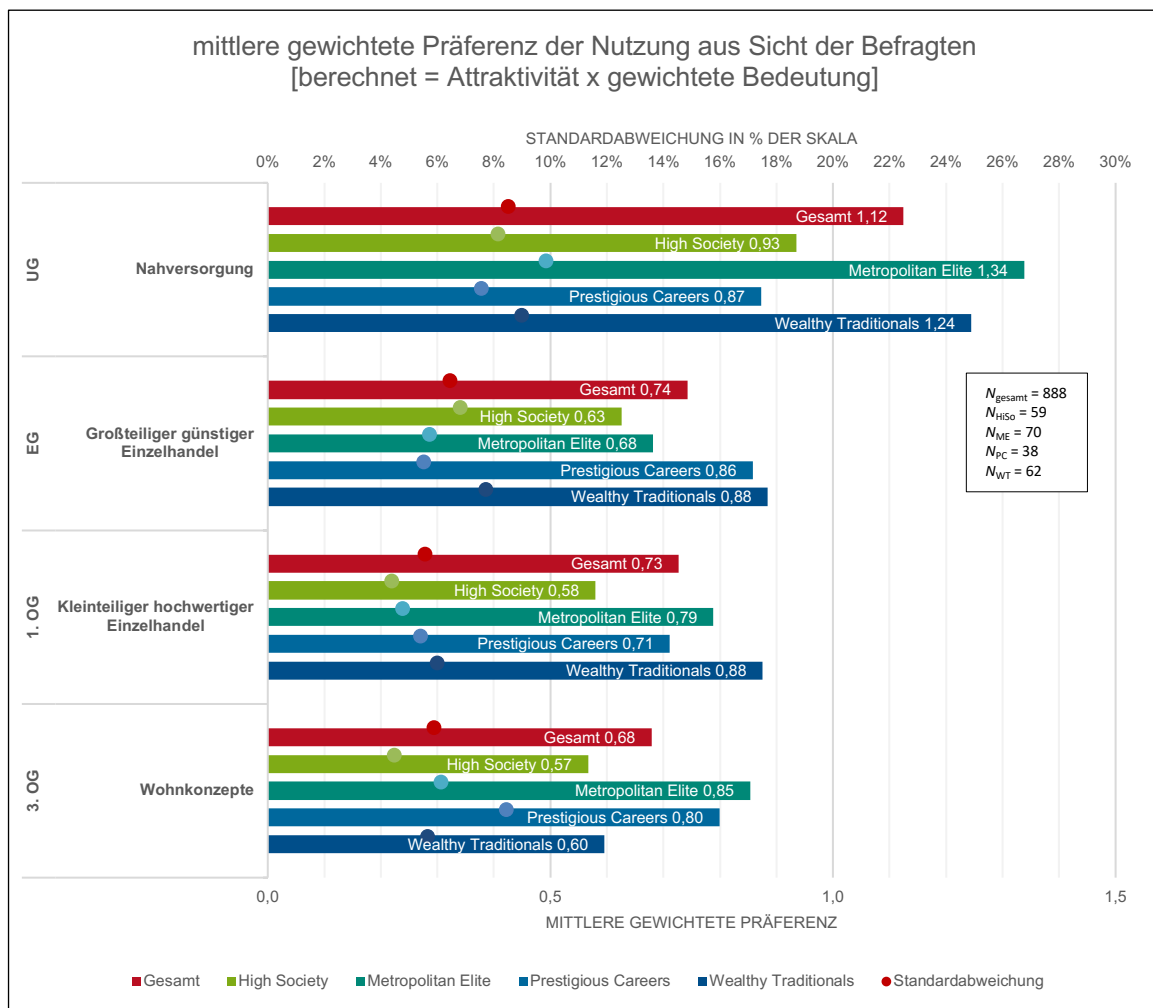


Abb. 43: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierelementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 1

Die befragten Milieus in mittelhochwertigen Wohngebieten zeigen in Bezug auf die Dachgeschossnutzung eine, mit der Zentralität, fallende mittlere gewichtete Präferenz für kleinteilige Gastronomie und Open-Air-Flächen. Das spricht dafür, dass die in den ländlicheren Bereichen wohnenden Befragten der Mittelschicht das Zusammenkommen auf der Dachterrasse präferieren (vgl. Abb. 44).

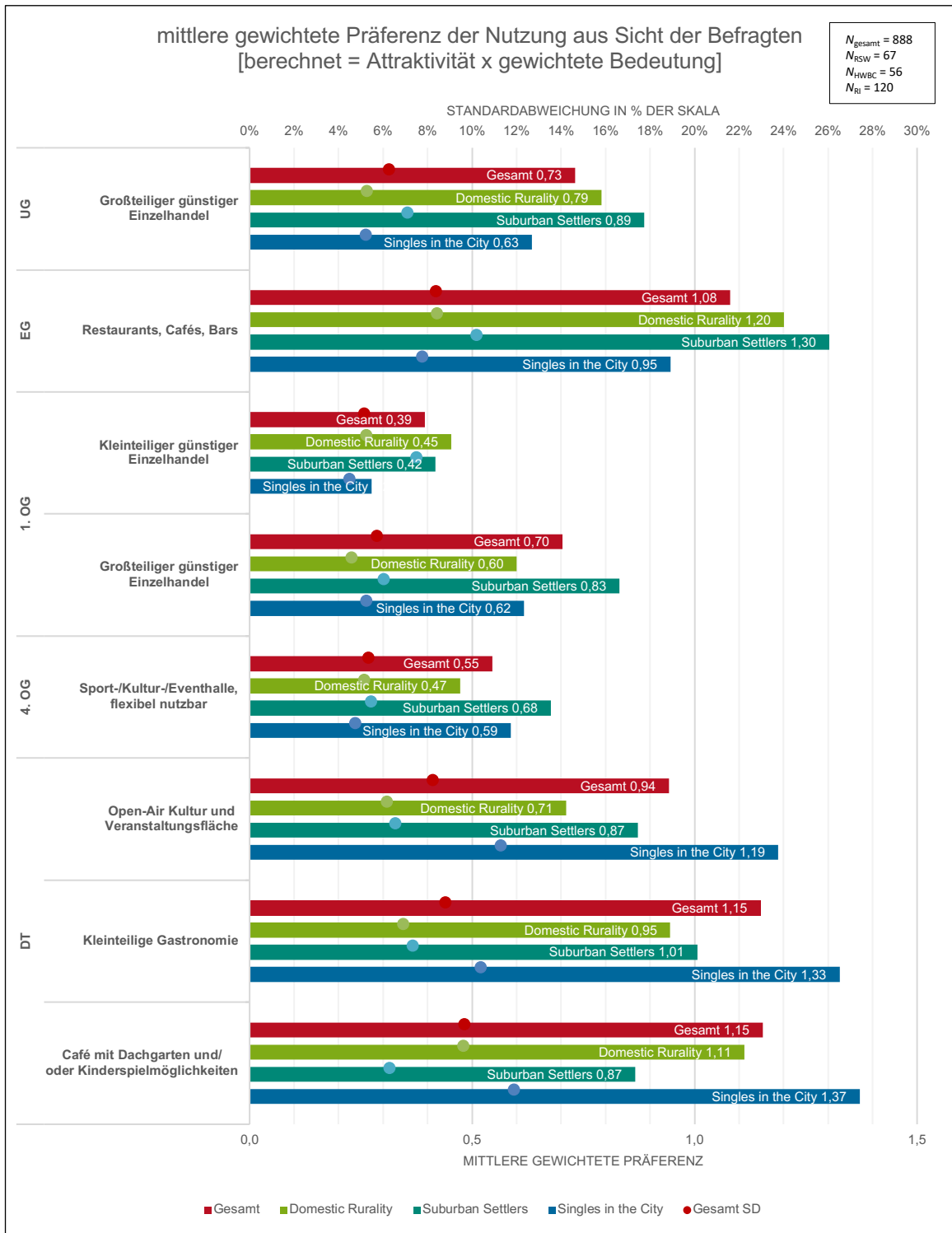


Abb. 44: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierelementen in der Subgruppenbetrachtung nach mittel-wohlhabenden Mosaic-Milieus

Die weniger wohlhabenden Milieus zeigen in Bezug auf die Gesundheitsversorgung im 1. OG eine abnehmende Präferenz mit zunehmender Zentralität der Wohnlage. Die niedrigste gewichtete Präferenz haben die urbanen Urban Raisers (18 % unter dem Schnitt) (vgl. Abb. 45).

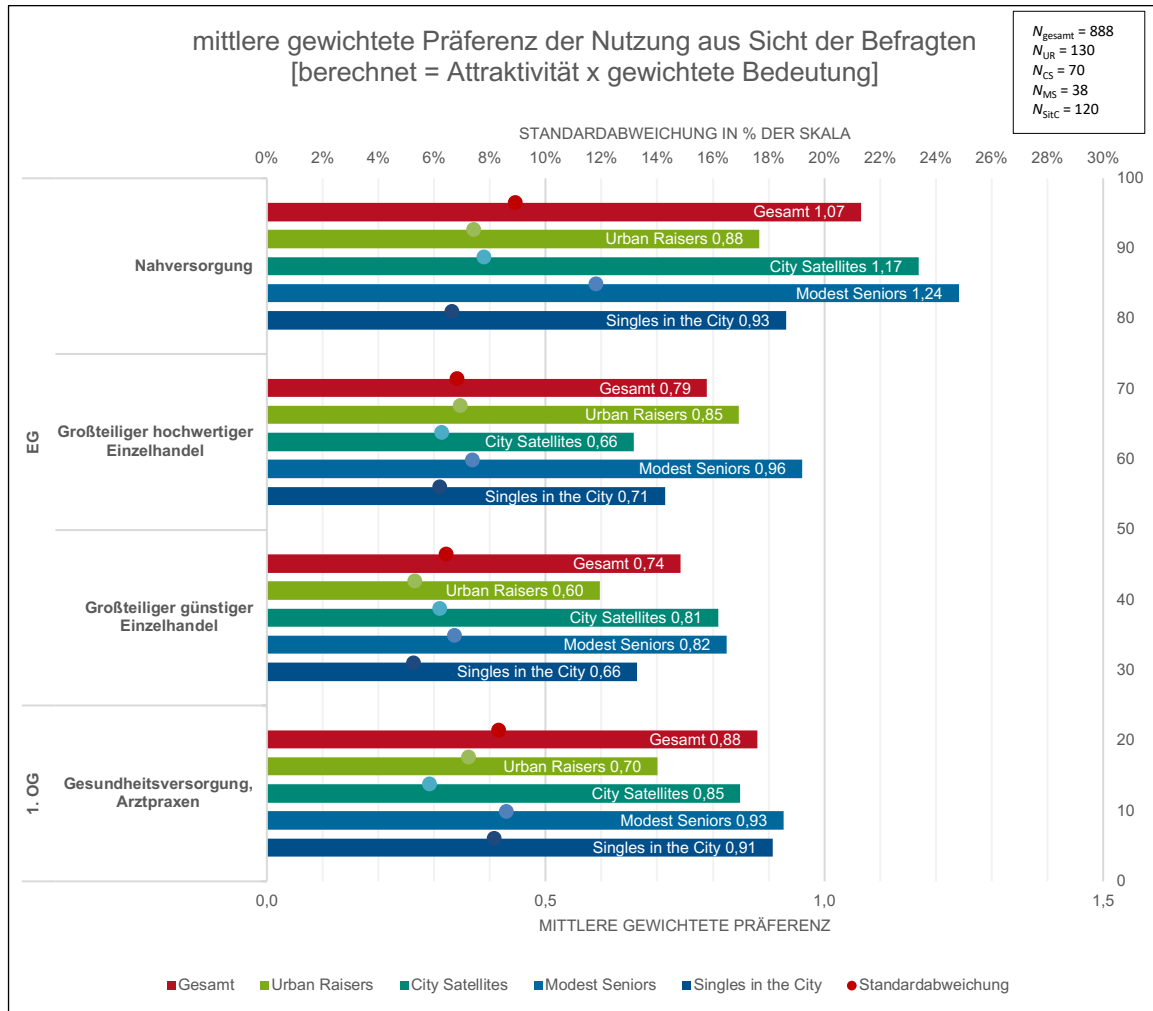


Abb. 45: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierelementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 3

Die befragten urbanen Subgruppen zeigen eine mit dem Wohlstand abnehmende gewichtete Präferenz für Gesundheitsversorgung im 1. OG, mit den Urban Raisers als Schlusslicht (23 % niedriger als High Society). Gegenläufig verhält sich die mittlere gewichtete Präferenz in Bezug auf die Nutzgärten auf der Dachterrasse. Hier weisen die Urban Raisers eine 24 % höhere Präferenz als der Schnitt und 47 % höhere Präferenz als die High Society auf. Die kleinteilige Gastronomie wird besonders durch die befragten Urban Raisers im Mittel präferiert (vgl. Abb. 46).

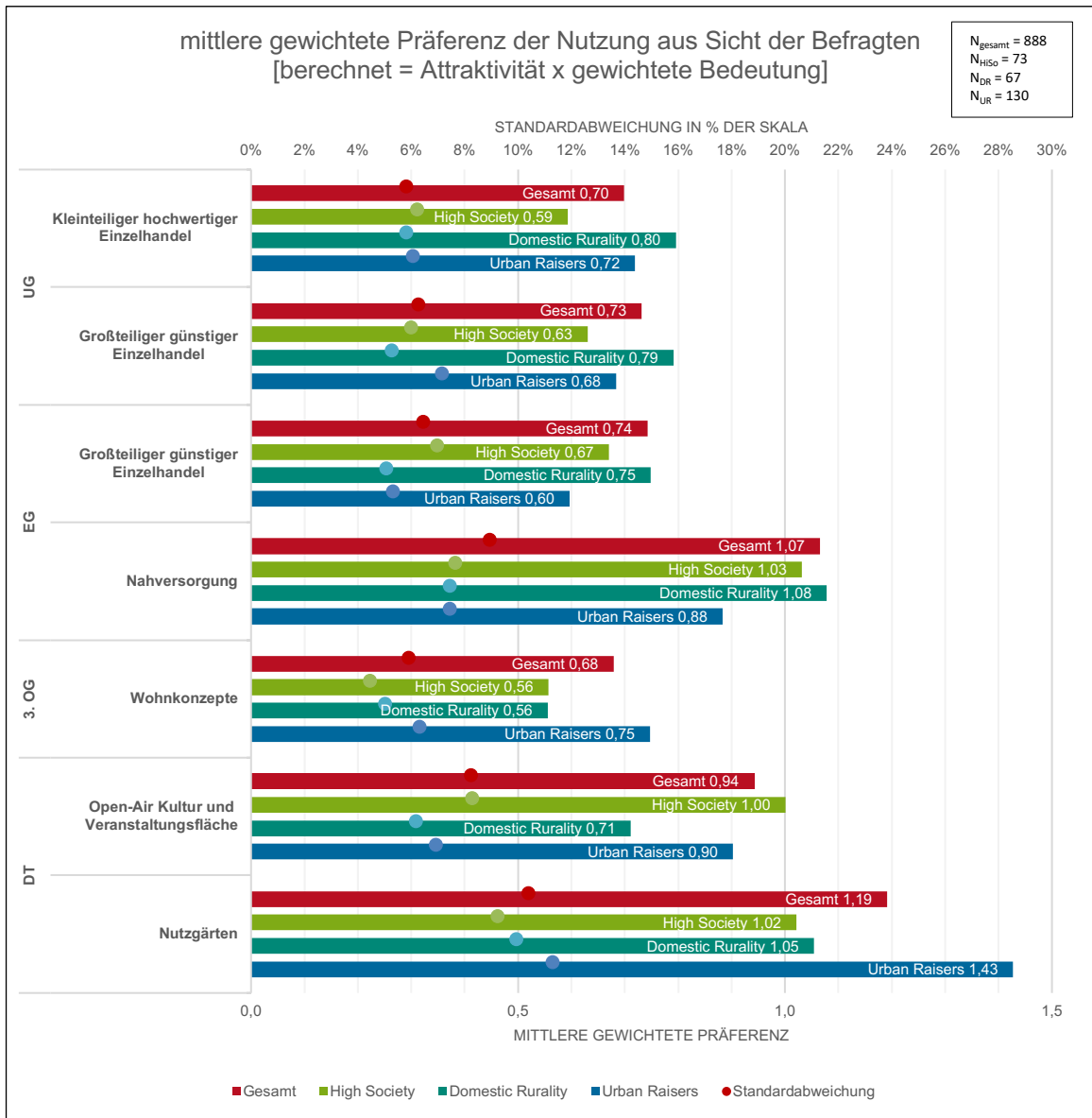


Abb. 46: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierelementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 4

Bei den Milieus der Vorstädte zeigt sich in Bezug auf das Einkommen kein klares Bild. Insgesamt zeigen Domestic Rurality – als urbane Mittelschicht – die höchste mittlere Präferenz für kleinteiligen hochwertigen Einzelhandel im EG (vgl. Abb. 47).

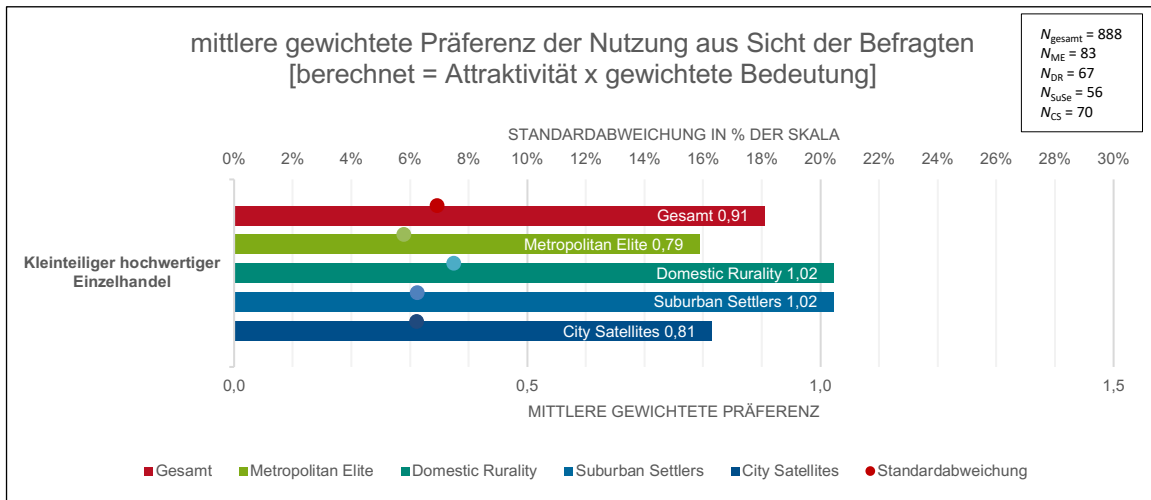


Abb. 47: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 5

Die befragten Milieus der Vororte weisen eine mit dem Wohlstand abnehmende mittlere gewichtete Präferenz für kleinteiligen hochwertigen Einzelhandel im UG und EG auf. Die mittlere gewichtete Präferenz der befragten Milieus in Bezug auf den großteiligen günstigen Einzelhandel im 1. OG folgen der umgekehrten Logik. Prestigious Careers zeigt hier eine 23 % erhöhte mittlere gewichtete Präferenz im Vergleich zum Mittel (vgl. Abb. 48).

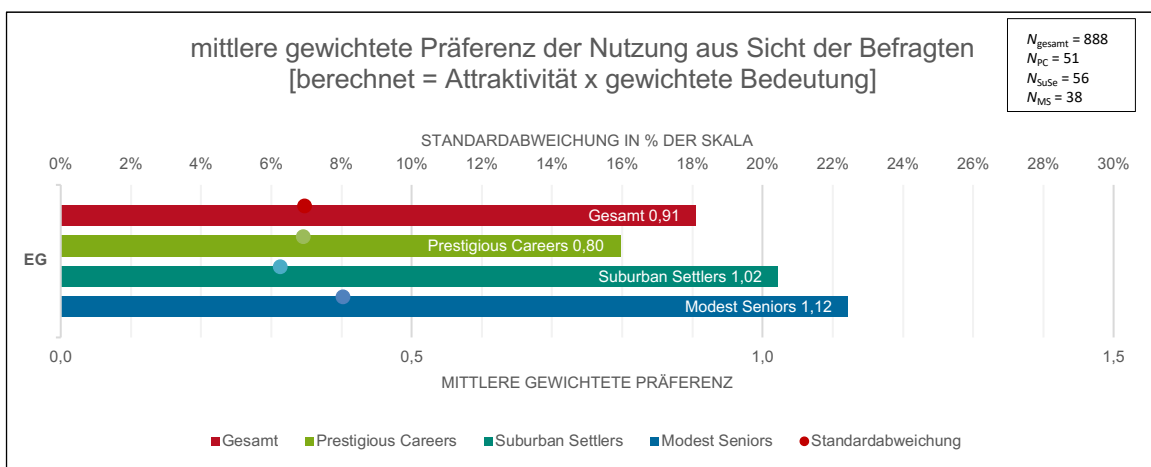


Abb. 48: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierselementen in der Subgruppenbetrachtung nach Mosaic-Milieus der Außenbezirke

Die letzte betrachtete Milieuschicht zeigt bei den Milieus in dezentralen Wohnlagen einen positiven Zusammenhang mit dem Wohlstand in Bezug auf die mittlere gewichtete Präferenz für kleinteilige Gastronomie/Open-Air-Kultur auf der Dachterrasse (vgl. Abb. 49).

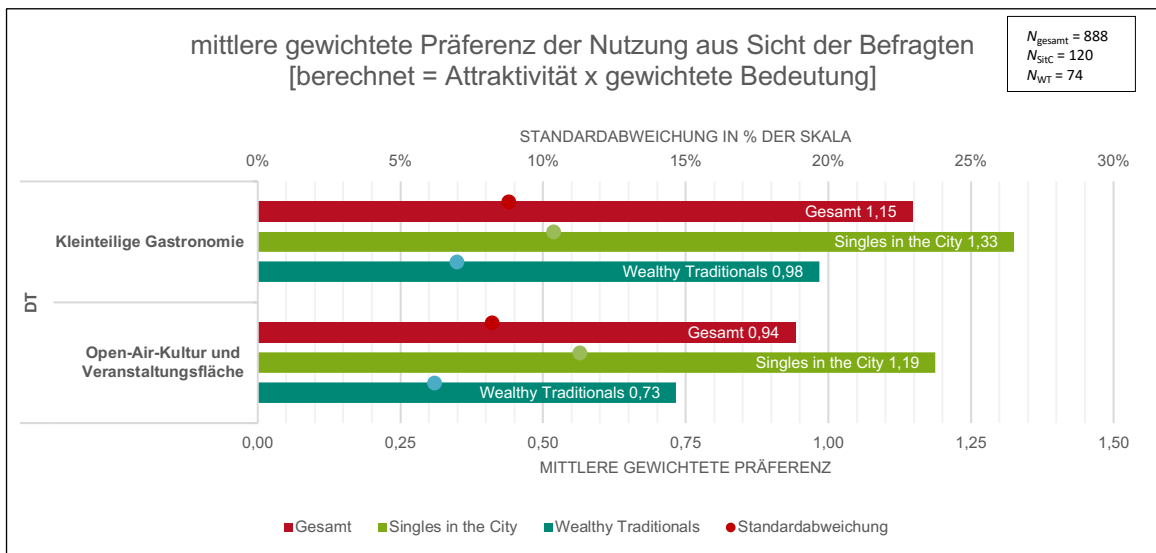


Abb. 49: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Quartierelementen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 7

In einem nächsten Schritt wurden die Panelteilnehmer gefragt, ob sie sich vorstellen können in/in der Nähe des zusammengestellten Gebäudes zu wohnen/arbeiten. Insgesamt zeigt sich, dass sich fast 40 % der befragten Bürger vorstellen können in diesem Gebäude zu wohnen und fast 60 % dort arbeiten würden. Besonders hoch sind diese Zustimmungswerte in A-Städten (vgl. Abb. 50).

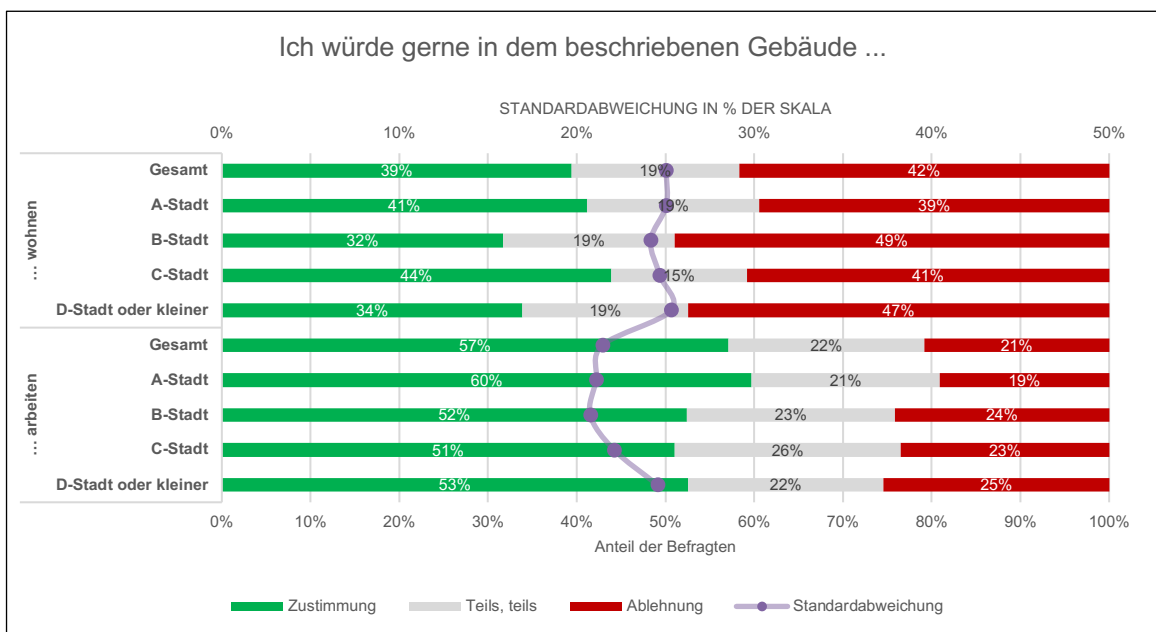


Abb. 50: Anteil der befragten Bürger, die in der Innenstadtimmobilie wohnen/arbeiten wollen

Auf die Frage, ob die Panelteilnehmer gerne in der Nähe des beschriebenen Gebäudes wohnen/arbeiten wollen, wurden noch höhere Zustimmungswerte erreicht. So geben 63 %/64 % der befragten Bürger an, dass Sie gerne in der Nähe wohnen/arbeiten wollen.

Besonders hoch sind die Zustimmungswerte zum Wohnen in A- und C-Städten. Im Gegensatz dazu geben besonders die befragten Bürger in A-Städten an, dass Sie gerne in der Nähe der Immobilie arbeiten wollen (vgl. Abb. 51).

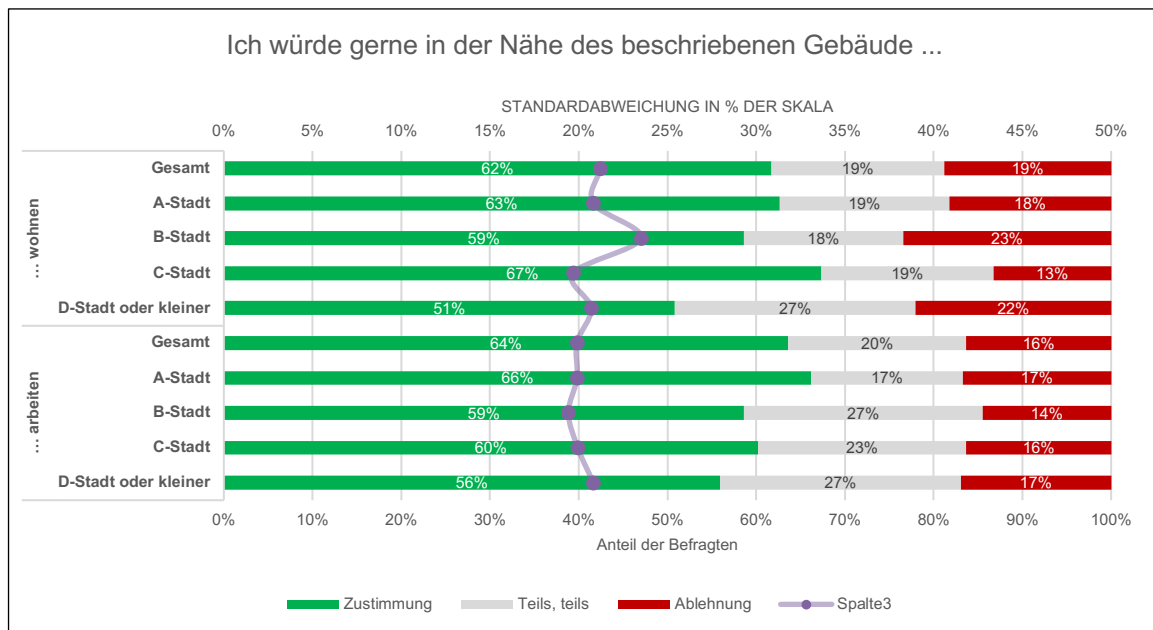


Abb. 51: Anteil der befragten Bürger, die in der Nähe der Innenstadtimmobilie wohnen/arbeiten wollen

Im Vergleich zur ersten Haushaltsbefragung werden hier deutlich höhere Zustimmungswerte erreicht (Frage in der ersten Haushaltsbefragung: „Würden Sie grundsätzlich in der Innenstadt arbeiten/wohnen?“). So gaben lediglich 34 % der befragten Bürger an grundsätzlich in der Innenstadt wohnen und 50 % grundsätzlich in der Innenstadt arbeiten zu wollen (inklusive derjenigen die bereits in der Innenstadt arbeiten/wohnen). Das spricht dafür, dass ein präferenzgeleitetes Design von Innenstadtimmobilien die Attraktivität der Innenstädte bezüglich der Wohn- und Arbeitsfunktion maßgeblich positiv beeinflussen kann.

Es zeigt sich, dass die Subgruppe derjenigen, die in dem Gebäude arbeiten/nicht arbeiten wollen, sich in ihren Präferenzen bezüglich der Geschossnutzungen in Teilen signifikant unterscheidet (vgl. Tabelle 8). Die unterschiedlichen Präferenzen werden im Nachgang weiter untersucht.

Tabelle 8: Signifikante Subgruppenunterscheidung der Geschossnutzungen der Innentimmobilie nach Arbeiten im Gebäude

Geschoss	Element	Wohnen ... Gebäude		Arbeiten ... Gebäude		Mittlere gewichtete Präferenz
		im	am	im	am	
UG	Nahversorgung	0,17	0,64	0,99	0,60	1,124
	Großteiliger günstiger Einzelhandel	0,68	0,04	0,48	0,06	0,732
	Kleinteiliger hochwertiger Einzelhandel	0,41	0,54	0,69	0,63	0,699
	Großteiliger hochwertiger Einzelhandel	0,95	0,10	0,26	0,06	0,595
	Kleinteiliger günstiger Einzelhandel	0,42	0,77	0,41	0,60	0,492
EG	Restaurants, Cafés, Bars	0,60	0,40	0,68	0,06	1,080
	Nahversorgung	0,29	0,44	0,48	0,26	1,066
	Kleinteiliger hochwertiger Einzelhandel	0,46	0,98	0,93	0,97	0,905
	Großteiliger hochwertiger Einzelhandel	0,48	0,50	0,99	0,93	0,789
	Großteiliger günstiger Einzelhandel	0,39	0,06	0,01	0,04	0,742
	Kleinteiliger günstiger Einzelhandel	0,38	0,65	0,05	0,04	0,437
1. OG	Gesundheitsversorgung, Arztpraxen	0,00	0,18	0,04	0,46	0,879
	Restaurants, Cafés, Bars	0,24	0,31	0,80	0,39	0,778
	Kleinteiliger hochwertiger Einzelhandel	0,13	0,53	0,23	0,66	0,727
	Großteiliger hochwertiger Einzelhandel	0,60	0,79	0,76	0,34	0,706
	Großteiliger günstiger Einzelhandel	0,02	0,02	0,04	0,00	0,703
	Kleinteiliger günstiger Einzelhandel	0,15	0,11	0,16	0,02	0,394
2. OG	Einzelhandel	0,01	0,01	0,36	0,68	0,693
	Restaurants, Imbisse, Cafés	0,86	0,86	0,18	0,59	0,672
	Sport-/Kultur-/Eventhalle, flexibel nutzbar	0,14	0,31	0,63	0,15	0,601
	Flexibel, individuell buchbare Büroarbeitsplätze	0,03	0,31	0,37	0,37	0,594
	Wohnkonzepte	0,00	0,03	0,89	0,67	0,562
	moderne Büroflächen	0,12	0,00	0,33	0,86	0,554
3. OG	Wohnkonzepte	0,00	0,76	0,11	0,09	0,679
	Flexibel, individuell buchbare Büroarbeitsplätze	0,39	0,16	0,30	0,53	0,589
	moderne Büroflächen	0,65	0,00	0,16	0,23	0,589
	Gastronomiekonzept mit Computerarbeitsplätzen	0,64	0,98	0,86	0,56	0,567
	Restaurants, Imbisse, Cafés	0,01	0,13	0,01	0,18	0,530
	Sport-/Kultur-/Eventhalle, flexibel nutzbar	0,77	0,83	0,85	0,19	0,512
4. OG	Wohnkonzepte	0,00	0,84	0,16	0,77	0,938
	moderne Büroflächen	0,06	0,08	0,07	0,29	0,680
	Flexibel, individuell buchbare Büroarbeitsplätze	0,11	0,38	0,01	0,09	0,666
	Gastronomiekonzept mit Computerarbeitsplätzen	0,40	0,27	0,26	0,61	0,581
	Restaurants, Imbisse, Cafés	0,38	0,73	0,42	0,32	0,548
	Sport-/Kultur-/Eventhalle, flexibel nutzbar	0,15	0,65	0,78	0,18	0,545
Dachterrasse	Nutzgärten	0,58	0,08	0,06	0,00	1,191
	Café mit Dachgarten und/oder Kinderspielmöglichkeiten	0,03	0,23	0,20	0,00	1,153
	Kleinteilige Gastronomie	0,20	0,47	0,15	0,00	1,148
	Open-Air Kultur und Veranstaltungsfläche	0,12	0,69	0,98	0,13	0,942
	Gehobene Gastronomie	0,05	0,03	0,46	0,03	0,799
	Exklusive Nutzung für Büro oder Wohnen	0,28	0,05	0,55	0,01	0,421
Mittelwert/Anzahl Sign. (fett)		-10	-8	-8	-14	0,722

Es zeigt sich, dass die Befragten, welche in der Immobilie arbeiten wollen, eine geringere mittlere gewichtete Präferenz für günstigen Einzelhandel im selben Gebäude haben. Außerdem haben die Befragten eine erhöhte Präferenz für Gesundheitsversorgung im 1. OG, was erste Hinweise auf den Wunsch der Befragten nach Work-Life-Blending liefert. Weiterhin ist die Präferenz für Wohnen deutlich höher als bei denjenigen, die nicht in der Immobilie arbeiten wollen. Die Nutzung der Dachterrasse mit Nutzgärten, Cafés und kleinteiliger Gastronomie wird von den Bürgern mit der Präferenz für Arbeiten in dem Gebäude ebenfalls im Mittel höher präferiert (vgl. Abb. 52).

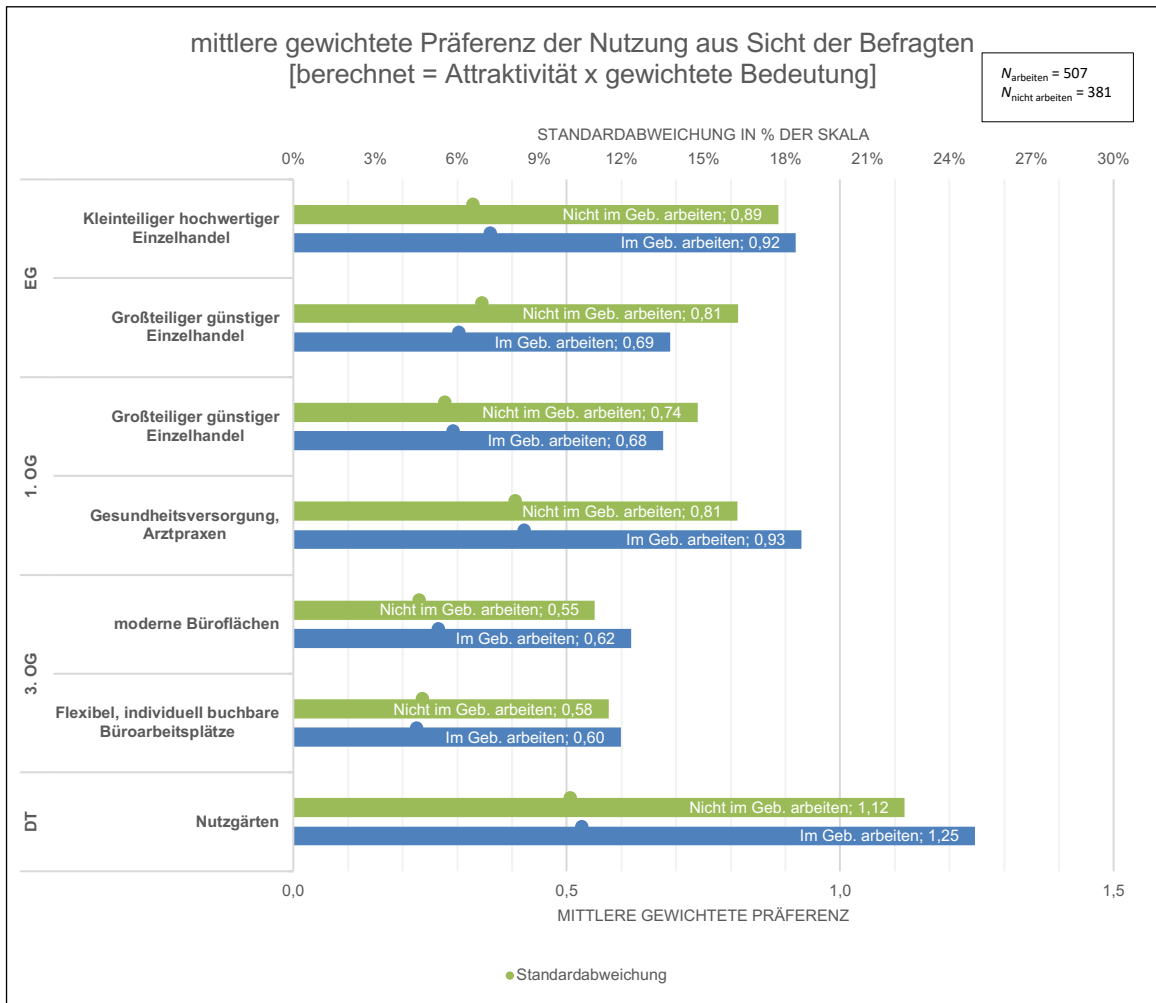


Abb. 52: Mittlere gewichtete Bedeutung der Geschossnutzung nach Wunsch im Gebäude zu arbeiten

Die Untersuchung der mittleren Gewichteten Präferenzen der befragten Bürger, die in der zusammengestellten Immobilie wohnen wollen im Vergleich mit denen die dort nicht wohnen wollen wird nachfolgend untersucht. Erwartungsgemäß zeigt sich eine überdurchschnittliche mittlere gewichtete Präferenz für Wohnnutzungen bei den potenziellen Innenstadtbewohnern. Daneben zeigen sie eine erhöhte mittlere gewichtete Präferenz für Nutzungsformen, die Arbeiten im Gebäude ermöglichen. Beispielsweise ist die mittlere gewichtete Präferenz für moderne Büroflächen im 4. OG 16 % höher bei den potenziellen Innenstadtbewohnern. Daneben zeigen sie eine hohe mittlere gewichtete Präferenz für die Gesundheitsversorgung im 1. OG. Das unterstreicht die Notwendigkeit für Multifunktionalität, Mixed-Use-Ansätze als Flaschenhals für mehr Wohnen in den Innenstädten. In Bezug auf die Nutzungen der Dachterrasse zeigen die potenziellen Innenstadtbewohner geringere mittlere gewichtete Präferenzen im Vergleich zu denjenigen, die dort nicht wohnen wollen. Die mittlere gewichtete Präferenz für großteilige günstige Einzelhändler liegt 12 % niedriger als bei den Befragten, die nicht in dem Gebäude wohnen wollen (Abb. 52).

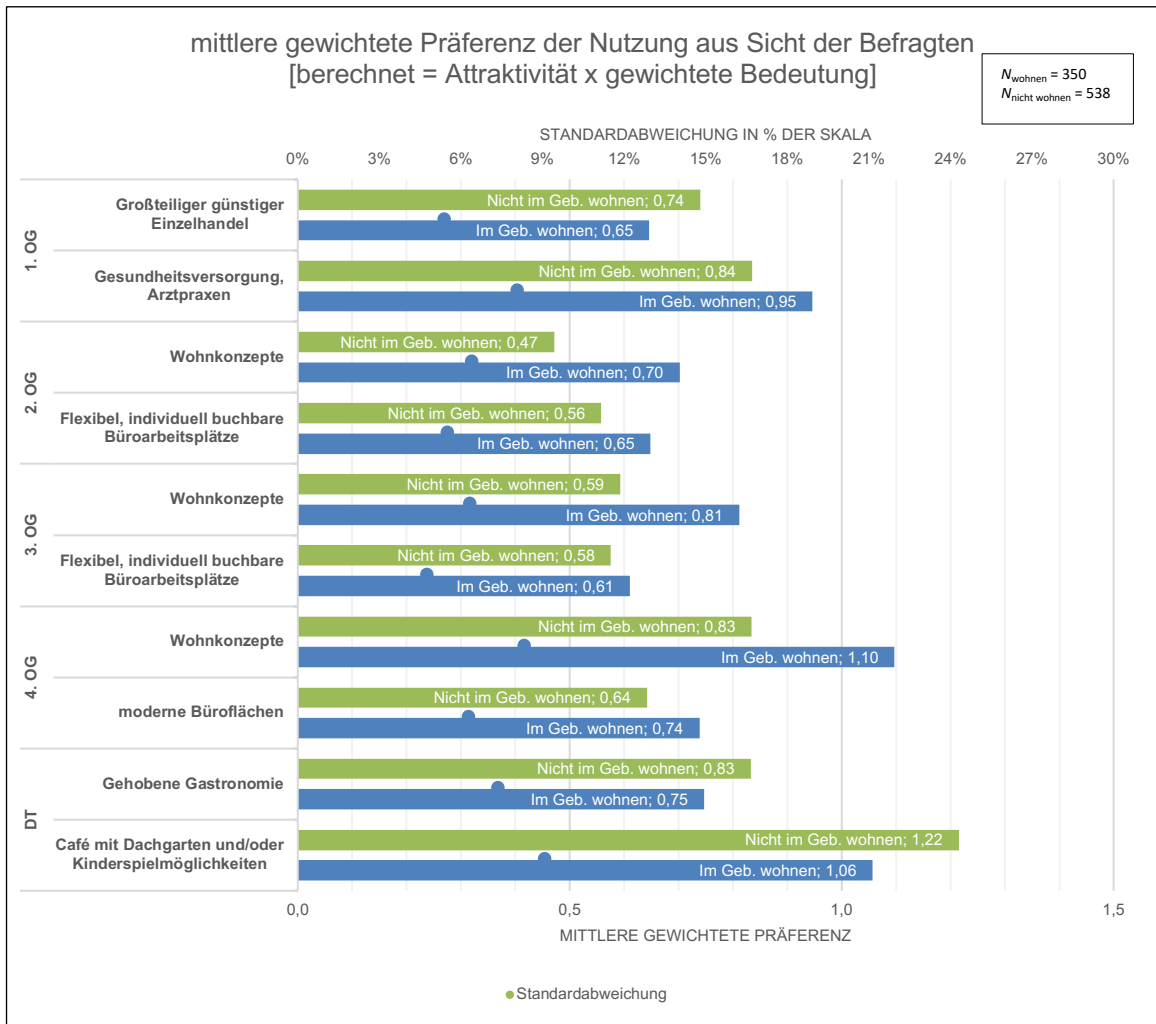
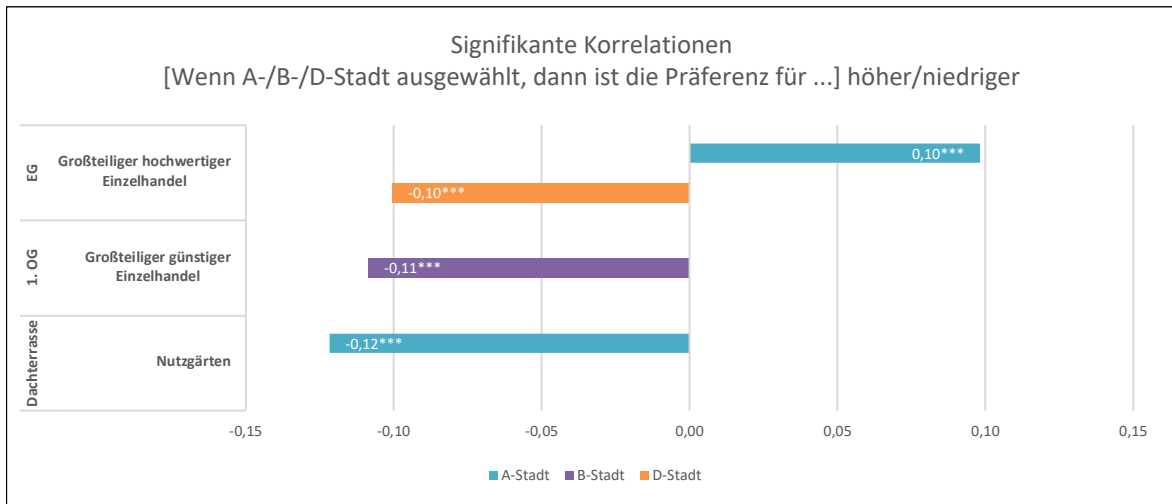


Abb. 53: Mittlere gewichtete Bedeutung der Geschossnutzung nach Wunsch im Gebäude zu wohnen

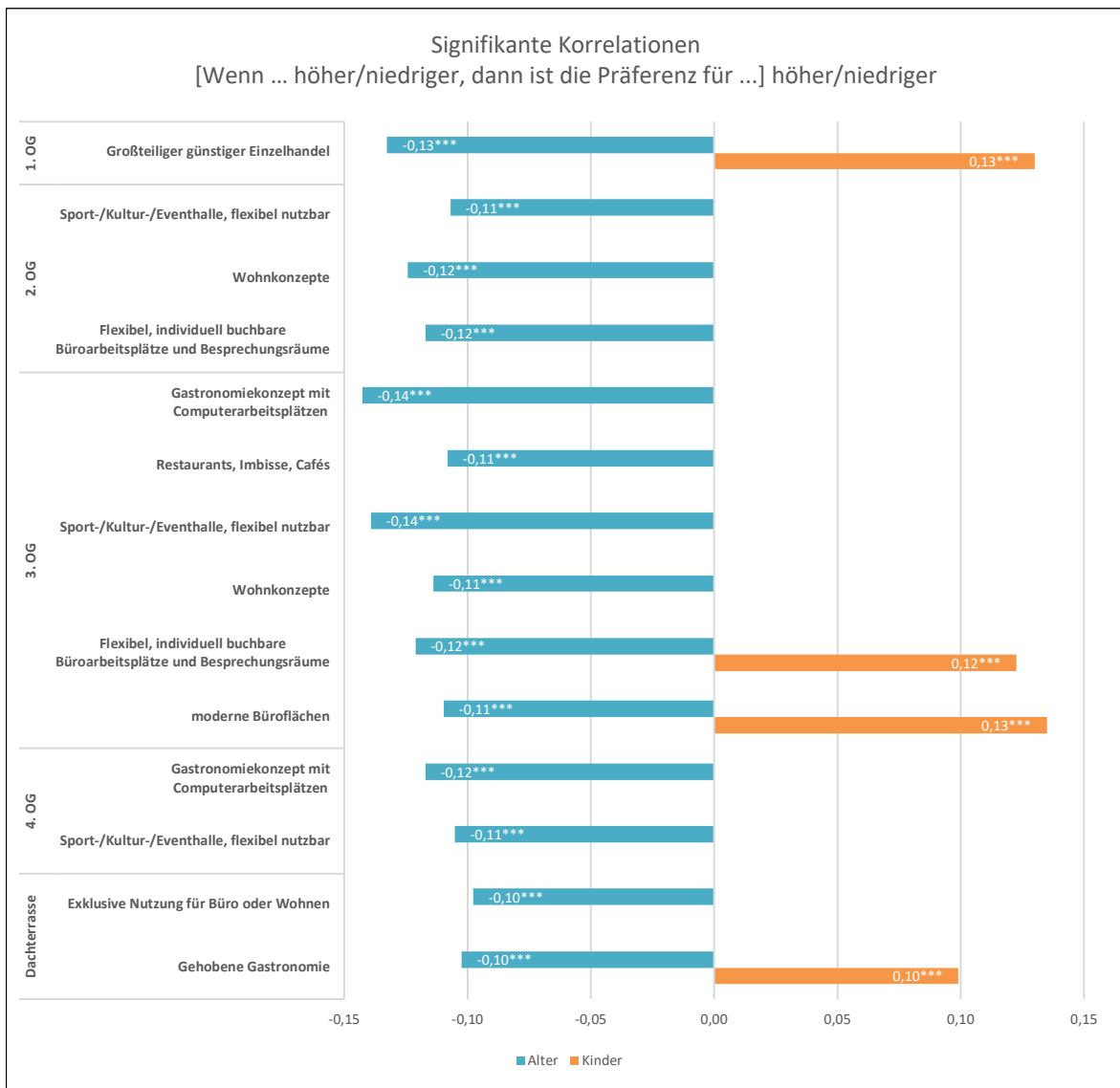
Die Untersuchung der gewichteten Präferenzen zu den Geschoss-(nach-)nutzungen auf Korrelation mit dem ausgewählten Stadtcluster zeigt, dass A-Städte eine signifikante Korrelation mit Einzelhandelsnutzungen in den unteren Geschossen aufweisen. In den oberen Geschossen korreliert die gewichtete Präferenz zur Nachnutzung mit Gastronomiekonzepten mit Computerarbeitsplätzen, Sport-/Kultur-/Eventhallen und negativ mit der gewichteten Präferenz für Nutzgärten und Cafés mit Dachgarten auf der Dachterrasse. Positiv ist die Präferenz für halb öffentliche gehobene Gastronomie korreliert. Die gewichtete Präferenz für Einzelhandel in den unteren Geschossen und Gastronomie mit Computerarbeitsplätzen sowie modernen Büroflächen in den oberen Geschossen von B-Stadt-Immobilien korreliert (vgl. Abb. 54).



Dargestellt sind nur die statistisch signifikanten Korrelationen. 2-seitiges Signifikanzniveau *** 0,01; ** 0,05; * 0,10 mit einer Korrelation größer gleich 0,1

Abb. 54: Signifikante Korrelationen ausgewählter Stadtcluster mit Präferenzen zu Geschossnachnutzungen

Im nächsten Schritt werden die Korrelationen der gewichteten Präferenzen zu den Geschossnutzungen in den unteren und oberen Geschossen mit soziodemografischen Angaben der befragten Bürger untersucht. Hier zeigt sich eine positive Korrelation des Alters mit der gewichteten Präferenz für Nahversorgung (je älter die Befragten, desto höher die Präferenz für Nahversorgung) und kleinteiligem günstigem Einzelhandel im UG. Dahingegen ist das Alter negativ mit der Präferenz für großteiligen hochwertigen Einzelhandel im UG, Gastronomie im EG, günstigem Einzelhandel im 1. OG sowie Arbeiten, Sport-/Kultur-/Eventhallen im oberen Geschoss korreliert (bspw. je jünger, desto höher die Präferenz für Büronutzung in der oberen Geschossnutzung). Die Nutzung der Dachterrasse für Open-Air-Kultur/Veranstaltungen und Gastronomie korreliert negativ mit dem Alter (bzw. je jünger, desto höher die gewichtete Präferenz). Die Anzahl der Kinder ist positiv mit der Präferenz zur Nutzung der Dachterrasse für Open-Air-Kultur und gehobener Gastronomie korreliert (vgl. Abb. 55).

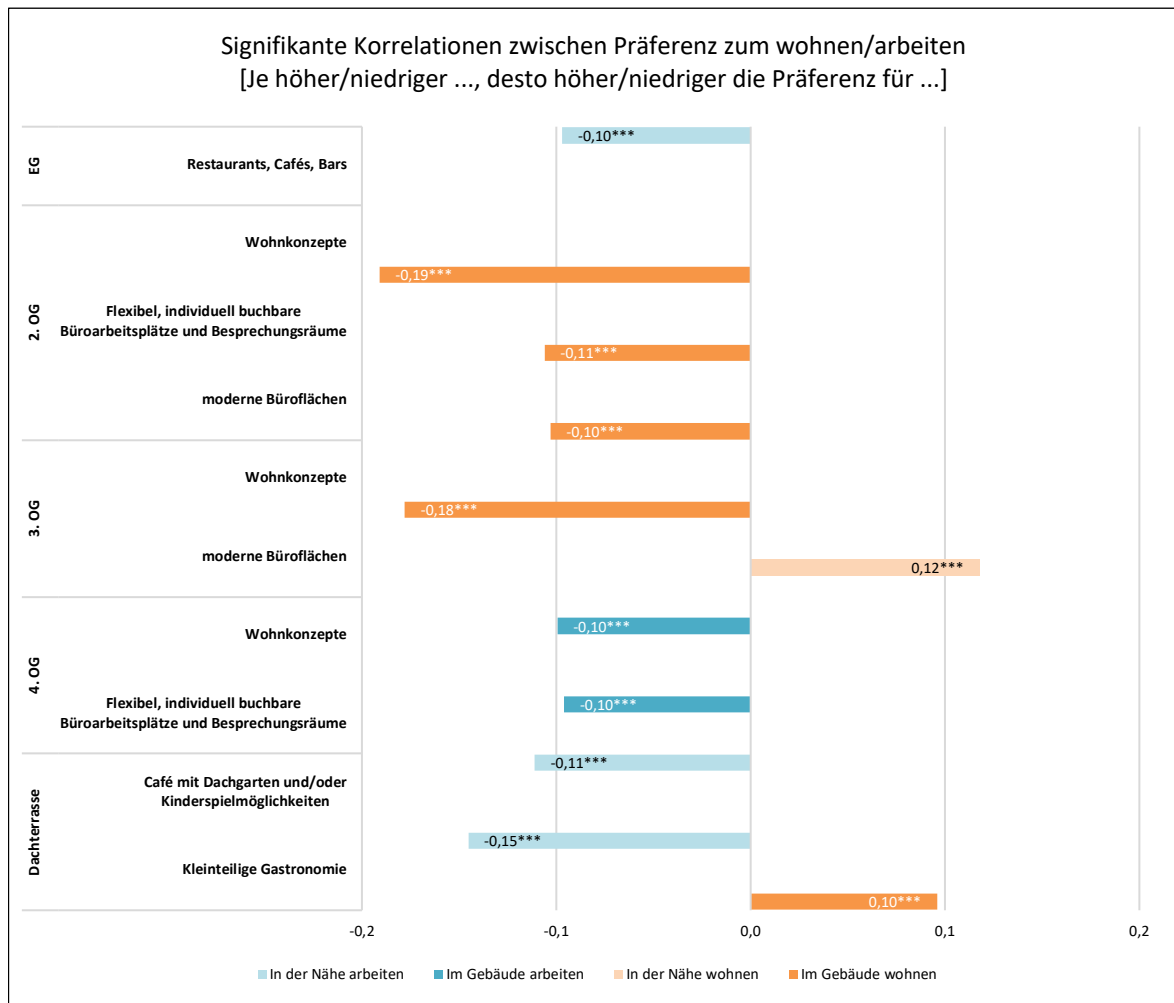


Dargestellt sind nur die statistisch signifikanten Korrelationen. 2-seitiges Signifikanzniveau *** 0,01; ** 0,05; * 0,10 mit einer Korrelation größer gleich 0,1

Abb. 55: Signifikante Korrelationen ausgewählter soziodemografischer Daten mit Präferenzen zur Ressourcenallokation in Bezug auf Nachhaltigkeit im Quartier

Zuletzt werden die Korrelationen der Präferenz für das Wohnen und Arbeiten in dem/in der Nähe des zusammengestellten Gebäudes mit den gewichteten Präferenzen der befragten Bürger zur jeweiligen Geschossnutzung untersucht. Die Präferenz zum Wohnen/Arbeiten in/am Gebäude ist von 1 = „Stimme vollständig zu“ bis 7 = „Stimme absolut nicht zu“ skaliert. Entsprechend deutet eine negative Korrelation der gewichteten Präferenz darauf hin, dass eine hohe Zustimmung mit einer hohen gewichteten Präferenz zusammenhängt und umgekehrt. In Bezug auf Wohnen im Gebäude zeigt sich wie zu erwarten eine negative Korrelation mit Wohnkonzepten im Gebäude (je höher die Zustimmung im Gebäude wohnen zu wollen, desto höher die gewichtete Präferenz für Wohnkonzepte in dem Gebäude und andersherum). Überraschend ist allerdings, dass auch die gewichteten Präferenzen für Büroarbeit im 2. OG negativ mit dem Wunsch nach Wohnen im Gebäude sind. In Bezug auf das

Arbeiten im Gebäude zeigen sich, wie zu erwarten, negative Korrelationen mit der Büronutzung im 4. OG, aber auch mit der Wohnnutzung (vgl. Abb. 56).



Dargestellt sind nur die statistisch signifikanten Korrelationen. 2-seitiges Signifikanzniveau *** 0,01; ** 0,05; * 0,10 mit einer Korrelation größer gleich 0,1

Abb. 56: Signifikante Korrelationen der Präferenz zum Wohnen und Arbeiten mit Präferenzen zur Ressourcenallokation in Bezug auf Nachhaltigkeit im Quartier

3.3.2 Zwischenfazit zu den präferierten Nachnutzungen in Warenhausimmobilien

Eine allgemeingültige Blaupause für den besten Nutzungsmix gibt es nicht

Die Bürgerbefragung hat gezeigt, dass zahlreiche Präferenzen eine gewisse Allgemeingültigkeit besitzen. Das bedeutet jedoch nicht, dass die Ergebnisse als allgemeingültige Blaupause verstanden und über jede Innenstadt gestülpt werden können. Vielmehr spannen die Ergebnisse den konzeptionellen Rahmen darüber was in Warenhausimmobilien akzeptiert wird. Die Studien dienen somit als Entscheidungshilfe für das individuelle Kuratieren der jeweiligen Innenstadt, welche unter Berücksichtigung – insbesondere lokaler Besonderheiten – den Weg zur optimalen Flächenallokation im Redewvelopment von Warenhäusern liefern kann (vgl. Abb. 57). Insbesondere die gegenseitigen Synergien der Nutzungen sind hier zu beachten. Denn am Ende muss das Redewdevelopment den lokalen Bedarf der Bürger decken, um wirtschaftlich erfolgreich zu sein.



Quelle: In Anlehnung an Rabianski, J. S. & Clements. (2007). Mixed-Use Development: A Review of Professional Literature

Abb. 57 wirtschaftliche Erfolgsfaktoren von Mixed-Use Immobilien

Innenstädte haben das Potenzial wieder zum Lieblingswohntort der Bürger zu werden.

Die befragten Bürger zeigen ein sehr starkes Interesse daran, in der zusammengestellten Innenstadtimmobilie (39 %) oder in deren Nähe (62 %) zu wohnen. Der Frage – in der

vorhergehenden Befragung –, ob die Befragten grundsätzlich in der Innenstadt wohnen wollen, stimmten lediglich 34 % zu. Diese Zahlen verdeutlichen die Kluft zwischen dem, was die Befragten sich in der Innenstadt (auch zum Wohnen) wünschen/präferieren, und dem, was sie dort vorfinden. Dabei liefern die Ergebnisse Hinweise auf die präferierte Ausgestaltung von Immobilien, die die Magnetwirkung von Städten wieder entfalten. Spannend ist hier auch, dass die Präferenz für das Wohnen bzw. Arbeiten im Gebäude signifikante Korrelationen mit den jeweils anderen Nutzungsformen zeigen. Dies zeigt, dass Work-Life-Integration für einige Befragte ein präferiertes Innenstadtmmodell ist. Im Gegensatz dazu gibt es auch Hinweise, dass die Befragten, welche in der Nähe des Gebäudes wohnen wollen, eine niedrigere Präferenz für Büronutzungen im Gebäude haben. Dies indiziert den Gegenpol, welcher eher die Trennung von Leben und Arbeiten präferiert (Paper von Yassien und Martin).

Erdgeschossnahe Nutzungen benötigen flankierende Angebote

In der vorhergehenden Studie konnte gezeigt werden, dass Einzelhandel noch immer ein integraler Bestandteil der Innenstädte ist. Die klassische reine Einzelhandelsnutzung in den erdgeschossnahen Lagen allein entspricht allerdings nicht der mittleren gewichteten Präferenz der befragten Bürger. Sofern es in der Innenstadt nicht genügend Basisversorgung in Form von Nah- und Gesundheitsversorgung gibt, tritt vielmehr der Wunsch nach diesen Nutzungen in den Vordergrund. Der Hebeleffekt auf die Präferenz der Bürger in Bezug auf diese Nutzungen ist immens. Entsprechend können Innenstadtimmobilien – bei Unterversorgung der Innenstadt – durch vermeintlich unattraktive Nutzungen einen Wettbewerbs- und Standortvorteil gegenüber anderen Immobilien gewinnen. Wichtig ist hierbei, dass der lokale Nutzungsmix um die Innenstadtimmobilie einkalkuliert werden muss. Den 10. Supermarkt in der Innenstadt zu planen, wird sicherlich nicht den erwünschten Erfolg bringen, dagegen kann der erste Supermarkt sehr wohl die Präferenzen der Bürger zu einem hohen Maße decken.

Günstiger Einzelhandel ist in Innenstädten eher ungern gesehen

Die Präferenzen der befragten Bürger in Bezug auf günstigen Einzelhandel zeigen, dass dies im EG und 1. OG am geringsten präferiert wird. Die geringste Präferenz weist hier der kleinteilige günstige Einzelhandel auf. Das zeigt nochmals deutlich, dass die Nachvermietung/Zwischenvermietung um jeden Preis der Innenstadt eher schadet als ihr nutzt. Im Gegensatz dazu wird der hochwertige kleinteilige Einzelhandel von allen Einzelhandelsnutzungen in den genannten Geschossen am stärksten präferiert. Dies deckt sich mit den Erkenntnissen aus der ersten Haushaltsbefragung (vgl. Pfnür & Rau, 2024), in welcher die Bedeutung von Lokalität und dem besonderen Charme der Angebote der Innenstädte

hervorgehoben wurde. Insofern können kleinere Shops mit Boutiquen und lokale Händler erheblich zur Akzeptanz der Innenstadtimmobilien beitragen. An zweiter Stelle steht der großteilige hochwertige Einzelhandel, welcher ebenfalls einen Beitrag zur Steigerung der Akzeptanz der Innenstadtimmobilie leisten kann und in vielen Fällen der Hauptgrund für den Innenstadtbesuch darstellt. Sofern Wohn- und Büronutzung in dem Gebäude Einzug halten soll, gilt dies nochmals verstärkt. Hier liegt die mittlere gewichtete Präferenz derjenigen, die sich vorstellen können in der Immobilie zu wohnen, in Bezug auf die günstige Einzelhandelsnutzung im EG bspw. 12 % niedriger als bei denjenigen, die dort nicht wohnen wollen. Dies gilt es bei der Entwicklung von Projekten zu beachten.

Meine Stadt, mein Rooftop-Erlebnis

Dass die Erdgeschosslagen im Kontext von Innenstadtimmobilien wichtig sind, ist nicht verwunderlich. Was jedoch überrascht, ist, dass die befragten Bürger den Nutzungen auf der Dachterrasse im Mittel eine höhere Bedeutung zugestehen (EG: 16 %; DT: 18 %). Ein Blick auf die Dächer in Innenstadtlagen zeigt, dass hier oftmals viel ungenutztes Potenzial versteckt ist. Der Wunsch der Bürger nach einem offenen Himmel, ohne flankierende Bebauung, und Blick auf die Kubatur der Stadt folgt hierbei logisch auf den Wunsch der Bürger nach mehr Grün und mehr Bezug zum Charakter der jeweiligen Innenstädte. Die Bürger geben sich nicht mehr damit zufrieden, den Einkauf in vorgefertigten Bahnen in Gebäudeschluchten zu erledigen. Sie wollen die Innenstadt erleben, wofür sich Dachterrassen als Rückzugsorte über dem Trubel der Innenstädte anbieten aber gleichzeitig das Erleben der stadtindividuellen Kubaturen und den Blick auf die Wahrzeichen der Städte ermöglichen. Damit ermöglichen die Dachterrassen wie kein anderes Geschoss den Bezug zu dem individuellen, lokalen Charakter der jeweiligen Stadt und können dabei die Kulisse für das Zusammenkommen, den sozialen Austausch und das Setting für das Teilen von Erlebnissen bieten.

Die mittleren Geschosse laden zur Überraschung ein

Den Nutzungen in den mittleren Geschossen der Innenstadtimmobilie werden aus Sicht der befragten Bürger die geringsten Bedeutungen zugewiesen. Diese schwachen Präferenzen für die mittleren Geschosse bedeuten aber auch, dass Bürger sich auf keine Nutzung der Geschosse eingeschossen haben. Das gibt Immobilieneigentümern die Chance in den Geschossen Neues zu wagen und alternative Nutzungskonzepte zu implementieren. Diese Konzepte ergänzen dabei idealerweise die Hauptnutzungen der umliegenden Geschosse über vorhandene Kopplungseffekte (vgl. Pfnür & Rau, 2024). Inspiration für die Zwischengeschossnutzungen geben die Präferenzen der befragten Bürger im folgenden Kapitel.

Die Rückeroberung der Innenstädte als Wohn- und Arbeitsort bedarf Anpassungen im Status quo

57 % (64 %) würden gerne in (in der Nähe) der von ihnen präferierten Innenstadtimmobilie arbeiten. Der Frage – in der vorhergehenden Befragung –, ob die Befragten grundsätzlich in der Innenstadt arbeiten wollen, stimmten lediglich 50 % zu (davon gaben 11 % an dort bereits zu arbeiten). Analog zum Wohnen zeigt sich hier, dass die richtige Ausgestaltung der Immobilien die Innenstädte als (Büro-)Arbeitsstandort interessant machen kann. Diejenigen, die in der Immobilie arbeiten wollen, zeigen im Mittel eine höhere Präferenz für die Beimischung von Gesundheitsversorgung, Wohnkonzepten und den Nutzungen auf der Dachterrasse wie Nutzgärten, Cafés und kleinteilige Gastronomie. Auch hier wird deutlich, dass das Work-Life-Blending ein Kernthema der befragten Bürger ist und Immobilien, die alles aus einer Hand bieten, von den Befragten präferiert werden. Umgekehrt zeigen die potenziellen Bewohner der Innenstadtimmobilien hohe mittlere gewichtete Präferenzen für die Stärkung von Büronutzungen in der Immobilie. Dabei zeigen sie eine geringere gewichtete Präferenz für Nutzungen auf der Dachterrasse. Das impliziert einen stärkeren Fokus auf die Deckung der Basisbedürfnisse durch ihre Innenstadtimmobilie.

Das Kuratieren von Innenstadtimmobilien bedarf neuer Bewertungskonzepte

Der Wert von innerstädtischen Immobilien unterliegt besonderen und individuellen Rahmenbedingungen. Immobilien in Innenstädten sind zum einen im besonderen Maße als in das Quartier eingebettetes Element zu verstehen und zum anderen stark vom sich wandelnden Bedarf der Bürger abhängig. Beides Faktoren, die in der klassischen Immobilienbewertung maximal eine Nebenrolle spielen. Dabei ist der Wert einer Immobilie, welche den lokalen Bedarf der Bürger auf strategische Art und Weise entgegenkommt – durch eine Mischung an Nutzungen, die unter Umständen zwar weniger Rendite erzielt aber das Gesamtkonzept durch Synergien zwischen den Nutzungen und Deckung der Bedarfe unterstützt – höher als der einer Immobilie, die sich nicht in die lokalen Rahmenbedingungen einfügt (vgl. Rabianski & Clements, 2007, S. 8). Dabei ist die korrekte Bewertung und dadurch Refinanzierbarkeit solcher Projekte im hohen Maße von einer angemessenen Bewertung abhängig. Somit lädt diese Studie die Akteure ein, bestehende Modelle zur Bewertung von innerstädtischen Immobilien zu hinterfragen und zu erweitern, um ein realistisches Bild der Situation abzugeben und damit einen Beitrag zur erfolgreichen Transformation der Innenstädte zu leisten.

3.4 Nachnutzung der Zwischengeschosse in Warenhausimmobilien

Die Nachnutzung der Zwischengeschosse von Warenhausimmobilien gestaltet sich aus wirtschaftlicher Sicht oftmals als anspruchsvoll. Da die Mieten für klassische Erdgeschossnutzungen wie Einzelhandel mit der Höhe abnehmen, und die Mieten für klassische Obergeschossnutzungen wie Büro oder Wohnen nach unten hin abnehmen (vgl. Danton & Himbert, 2017, S. 11, 2017, S. 117), finden sich in den Mittelgeschossen in der Regel die ertragsschwächeren Flächen bei gleichzeitig technisch anspruchsvollem Redewvelopment. Diese eher ertragsschwächeren Flächen bieten jedoch Chancen die Immobilie und Innenstadt mit weniger mietstarken Nutzungen insgesamt multifunktionaler zu gestalten. Durch Kopplungseffekte können alle Nutzungen voneinander profitieren. Um eine – aus Sicht der befragten Bürger – attraktive Nachnutzung für die Zwischengeschosse zu finden, wurden diese nach ihrem präferierten Nutzungsmix befragt. Die befragten Bürger sollten ihre präferierte Nutzung eines exemplarischen Geschosses in ihrer Innenstadt, welches in zwei großflächige Einheiten, eine kleinflächige und eine Gastronomieeinheit aufgeteilt war, bestimmen. Die Ergebnisse werden nachfolgend dargelegt.

3.4.1 Präferenzen der befragten Bürger bezüglich der mittleren Geschosse von Warenhausimmobilien

Im Kontext des Redewvelopment von ehemaligen Warenhausimmobilien rückt die Nachnutzung der mittleren Geschosse stärker in den Fokus. Die ehemals mit Einzelhandelsnutzung bespielten Flächen entsprechen in der Geschosslage meist nicht mehr dem Bedarf der Bürger – die Zuführung zu neuen Nutzungen bietet sich an. Da sie weder die Qualitäten der erdgeschossnahen Flächen (u. a. Zugänglichkeit von der Fußgängerzone, gut sichtbare Fassadenbereiche) und der oberen Geschosse (u. a. Tageslicht, Ausblick und verhältnismäßig abseits vom Trubel) vorweisen, sind Nachnutzungskonzepte weniger naheliegend. Dennoch bieten diese Flächen die Möglichkeit als Schnittstelle zwischen den oberen und unteren Lagen zu fungieren und mit flankierenden Nutzungen die anderen Geschossnutzungen zu befruchten und die größten Freiheitsgrade in der Nachnutzung. Die Geschosse können somit einen Mehrwert für die umgebenden Geschosse und die umliegende Innenstadt bieten – oder das Potenzial kann ungenutzt verpuffen. Im Folgenden werden die Präferenzen der befragten Bürger im Hinblick auf die Nachnutzungen in den Zwischengeschossen untersucht, um Immobilieneigentümern und anderen Innenstadtakeuren Hinweise auf mehrheitsfähige, zukünftige Entwicklungsrichtungen zu geben.

Die befragten Bürger sollten sich vor diesem Hintergrund die von Ihnen präferierte Nutzung in den mittleren Geschossen zusammenstellen. Hierzu wurde ein beispielhaftes Geschoss in

verschiedene Quadranten aufgeteilt, die mit unterschiedlichen Nutzungen bestückt werden konnten (vgl. Abb. 58). Die Präferenzen der befragten Bürger wurden auf dieser Grundlage gemessen.



Abb. 58 Visualisierung aus der Umfrage zur Auswahl der Mittelgeschossnutzungen

In Bezug auf die Gastronomienutzung stechen besonders Imbisse/Foodcourts und Cafés/Ba-rista-Bars heraus, welche für 30 %/27 % die attraktivste Nutzung darstellen. Im Gegensatz dazu geben 27 %/29 % der befragten Bürger an, dass hochwertige Restaurants/Eltern-Kind-Cafés die unattraktivste Nutzung darstellen. In der ersten großen Fläche wird der Indoor-Wochenmarkt und Eventsupermarkt von 29 % als attraktivste Nutzung in der Fläche präfe-riert. Dicht gefolgt von Eventflächen (25 %) und Unterhaltung/Freizeit/Spiele (24 %). Coworking stellt für 40 % der Befragten das unattraktivste Merkmal dar und bildet das Schlusslicht in dieser Fläche. In der zweiten großen Fläche werden Ärztezentren mit weitem Abstand von fast der Hälfte der befragten Bürger als attraktivste Nutzung präferiert. Sport-hallen und Boulder-/Kletterzentren stellen für fast ein Drittel der Befragten das unattrak-tivste Merkmal dar. In der kleinflächigen Nutzung werden insbesondere Wellnessangebote von fast einem Drittel der Befragten als attraktivste Nutzung präferiert. E-Sport stellt dage-gen für fast die Hälfte der befragten Bürger die unattraktivste Nutzung dar (vgl. Abb. 59).

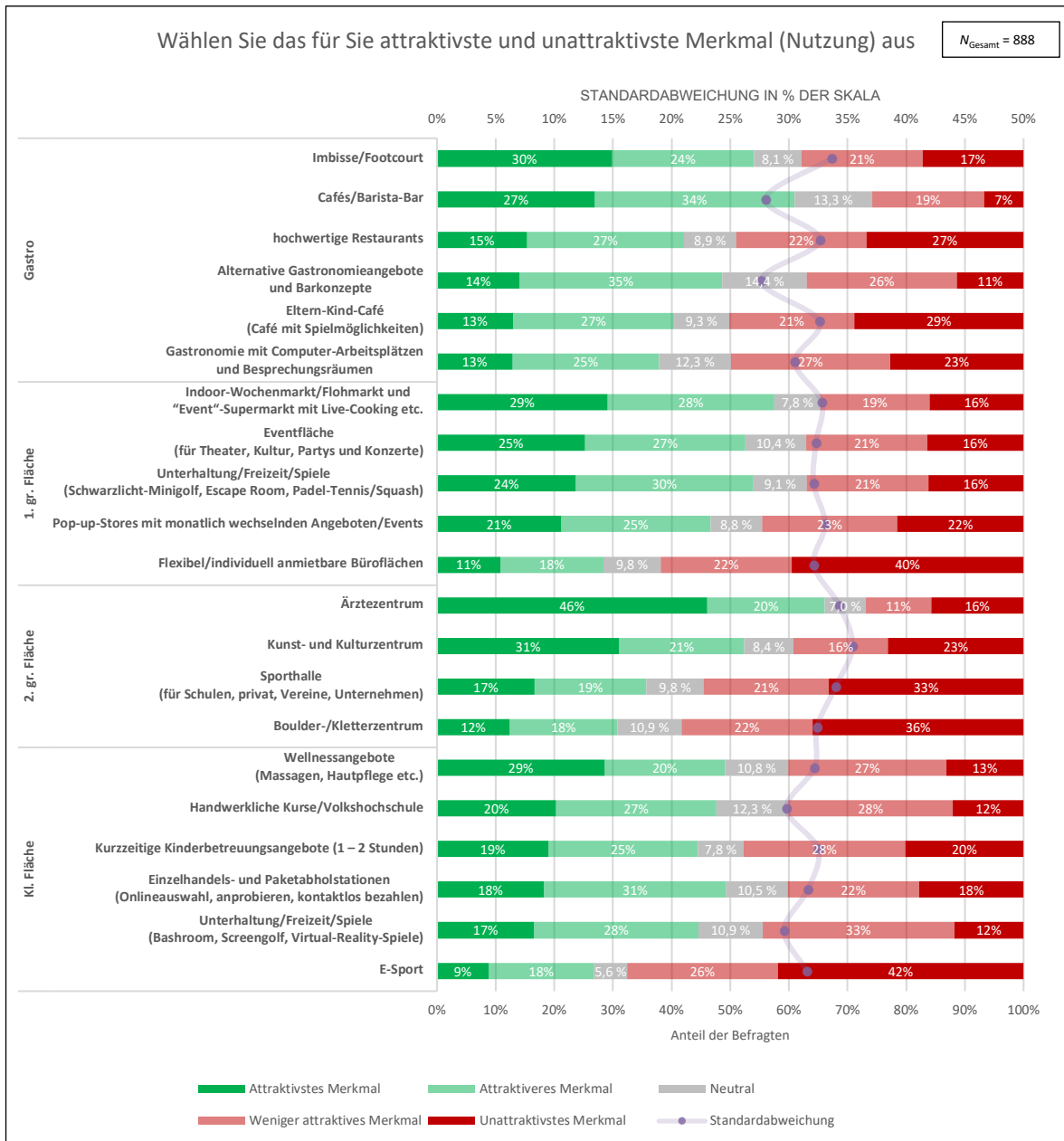


Abb. 59: Präferenzen der Befragten in Bezug auf die Mittelgeschoss(nach-)nutzung in einer Warenhausimmobilie

Es zeigt sich, dass aus Sicht der befragten Bürger die Präferenz zur Nutzung der 2. großen Fläche die höchste gewichtete Bedeutung erfährt, gefolgt von der Gastronomienutzung, der kleinflächigen Nutzung und der zweiten großflächigen Nutzung (Abb. 60).

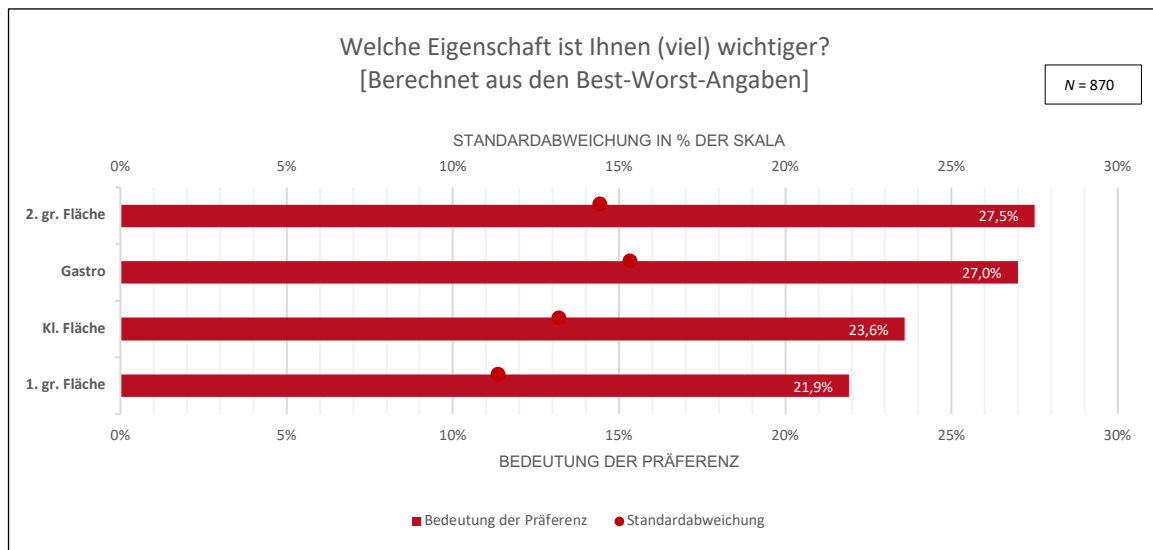


Abb. 60: Gewichtete Bedeutung der Nutzungsmöglichkeiten in den Mittelgeschossen insgesamt und pro Stadtgröße

Die Untersuchung der signifikanten Subgruppenunterscheidung nach Stadtclustern bezüglich der gewichteten Präferenzen zeigt, dass die gewichteten Präferenzen sich insbesondere in den unterschiedlichen Stadtclustern unterscheiden. Jedoch betrifft dies – mit Ausnahme der urbanen Wellnessangebote – Nutzungen, die im Mittel unterdurchschnittlich stark von den Bürgern präferiert werden. In Bezug auf die Mosaic-Milieus zeigen sich kaum signifikante Unterschiede in Bezug auf die gewichtete Präferenz der befragten Bürger für die Nutzung in den mittleren Geschossen. Dies spricht dafür, dass die gewichteten Präferenzen der mittleren Geschosse von Warenhausimmobilien am ehesten durch die Stadtcluster sowie Alter (vgl. Abb. 67) und weniger durch die Milieus determiniert werden. Somit können die mittleren Geschosse ebenfalls als Schnittstelle zwischen den verschiedenen Milieus verstanden werden (vgl. Tabelle 9).

Tabelle 9: Signifikanzniveaus der Subgruppenpräferenzen zu den Zwischengeschossnutzungen

	Element	Stadt-cluster	NHEK								Gew. Ø Präferenz
				Gruppe 1	Gruppe 2	Gruppe 3	Gruppe 4	Gruppe 5	Gruppe 6	Gruppe 7	
2. gr. Fläche	Ärztzentrum	0,17	0,29	0,58	0,40	0,89	0,37	0,48	0,55	0,38	2,03
	Kunst- und Kulturzentrum	1,00	0,06	0,10	0,05	0,37	0,23	0,76	0,90	0,48	1,45
	Sporthalle	0,00	0,27	0,67	0,44	0,71	0,37	0,27	0,80	0,61	1,07
	Boulder-/Kletterzentrum	0,05	0,52	0,51	0,11	0,94	0,23	0,26	0,95	0,09	0,91
Gastronomie	Cafés/Barista-Bar	0,93	0,55	0,98	0,74	0,12	0,35	0,80	0,83	0,30	1,72
	Imbisse/Foodcourt	0,70	0,22	0,26	0,91	0,88	0,68	0,37	0,77	0,77	1,61
	Alternative Gastronomieangebote	0,51	0,13	0,10	0,40	0,60	0,15	0,51	0,40	0,25	1,42
	hochwertige Restaurants	0,75	0,01	0,40	0,57	0,41	0,59	0,64	0,81	0,78	1,24
	Gastronomie mit Computer-Arbeitsplätzen	0,07	0,84	0,09	0,71	0,32	0,18	0,64	0,47	0,60	1,15
	Eltern-Kind-Café	0,01	0,01	0,49	0,77	0,97	0,32	0,85	0,96	0,98	1,14
Kl. Fläche	Wellnessangebote	0,07	0,91	0,94	0,54	0,76	0,20	0,17	0,47	0,43	1,31
	Handwerkliche Kurse/Volkshochschule	0,41	0,13	0,98	0,78	0,76	0,78	0,50	0,76	0,91	1,29
	Einzelhandels- und Paketabholstationen	0,06	0,83	0,23	0,49	0,31	0,34	0,19	0,89	0,46	1,24
	Unterhaltung/Freizeit/Spiele	0,01	0,47	0,17	0,93	0,17	0,25	0,44	0,33	0,93	1,23
	Kurzzeitige Kinderbetreuungsangebote	0,55	0,12	0,58	0,76	0,63	0,75	0,90	0,79	0,91	1,20
	E-Sport	0,04	0,19	0,63	0,72	0,35	0,34	0,67	0,26	0,15	0,76
1. gr. Fläche	Indoor-Wochenmarkt/Flohmarkt/„Event“-Supermarkt	0,36	0,95	0,84	0,14	0,92	0,15	0,20	0,64	0,92	1,35
	Eventfläche	0,50	0,56	0,40	0,65	0,47	0,91	0,79	0,22	0,54	1,26
	Unterhaltung/Freizeit/Spiele	0,81	0,42	0,45	0,43	0,32	0,95	0,59	0,87	0,10	1,22
	Popup-Stores	0,42	0,64	0,04	0,19	0,27	0,08	0,14	0,83	0,68	1,11
	Flexibel/individuell anmietbare Büroflächen	0,00	0,01	0,34	0,60	0,10	0,43	0,39	0,15	0,69	0,71
	Mittelwert/Anzahl Sign. (fett)	-/9	-/4	-/4	-/1	-/1	-/1	-/-	-/-	-/2	1,26/-

Subgruppe signifikant unterschiedlich und überdurchschnittliche Präferenz – Subgruppenbetrachtung findet statt

Subgruppe nicht signifikant unterschiedlich

--- Trennung zwischen über/unterdurchschnittlicher mittlerer gewichteter Präferenz

NHEK: Nettohaushaltseinkommen

Hinweis zur Leseart

Bei den angegebenen Werten (Signifikanzniveaus) handelt es sich um Ergebnisse eines statistischen Tests zur Überprüfung ob die Subgruppen (bspw. Aufteilung nach Einkommensklassen – NHEK) sich im Antwortverhalten unterscheiden. **Das Signifikanzniveau kleiner gleich 0,1 gibt an, dass das Antwortverhalten in den Subgruppen sich nicht ähnelt, also unterschiedlich ist.** Am Beispiel von NHEK zeigt ein Wert kleiner gleich 0,1 an, dass die verschiedenen Einkommensklassen bezüglich des Elements unterschiedliche mittlere gewichtete Präferenzen vorweisen.

Die mittlere gewichtete Präferenz der befragten Bürger in Abb. 61 zeigt in Dunkelrot die über die Stadtcluster konsistenten Präferenzwerte. Hier zeigt sich, dass Ärtezentren die höchste mittlere gewichtete Präferenz durch die befragten Bürger erfahren. Die am meisten präferierten Gastronomienutzungen zeigen sich über die Stadtcluster eher heterogen. Im Gegensatz dazu gibt es eine klare Präferenz für urbane Wellnessangebote und Indoor-Wochenmärkte bzw. Event-Supermärkte mit Live-Cooking. Im nächsten Schritt werden die mittleren gewichteten Präferenzen – sofern relevant – in der Subgruppe nach Stadtclustern ausgewertet.

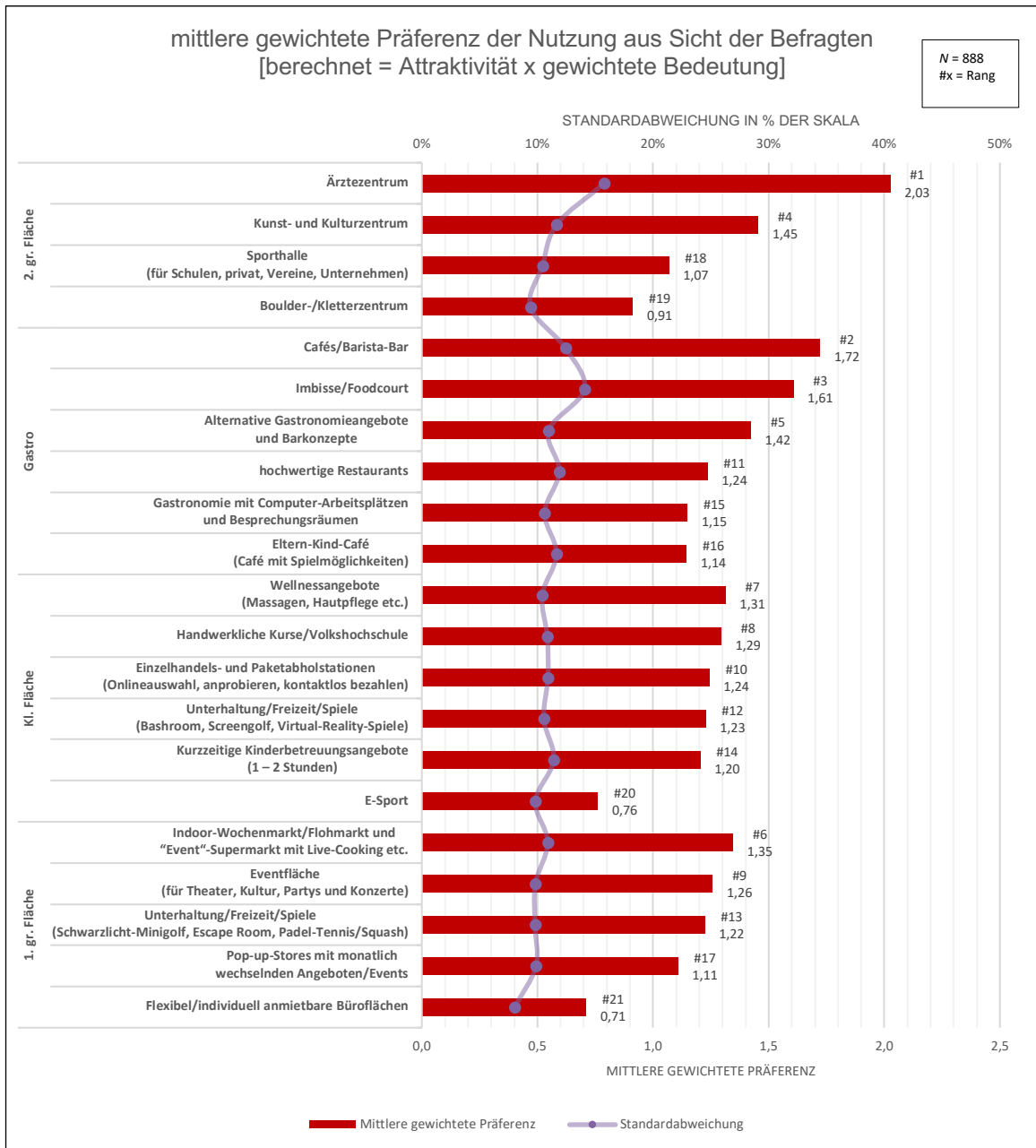


Abb. 61: Mittlere gewichtete Bedeutung der Zwischengeschossnutzungspräferenz

Die befragten Bürger präferieren Ärztezentren im Mittel besonders in B- und C-Städten. In A-Städten reduziert sich der Abstand zum 2. Rang auf ca. 5 % im Vergleich zu 18 % im Mittel über alle Städte. Wellnessangebote werden dahingegen stärker in A-Städten präferiert. (vgl. Abb. 62 i. V. m. Abb. 61)

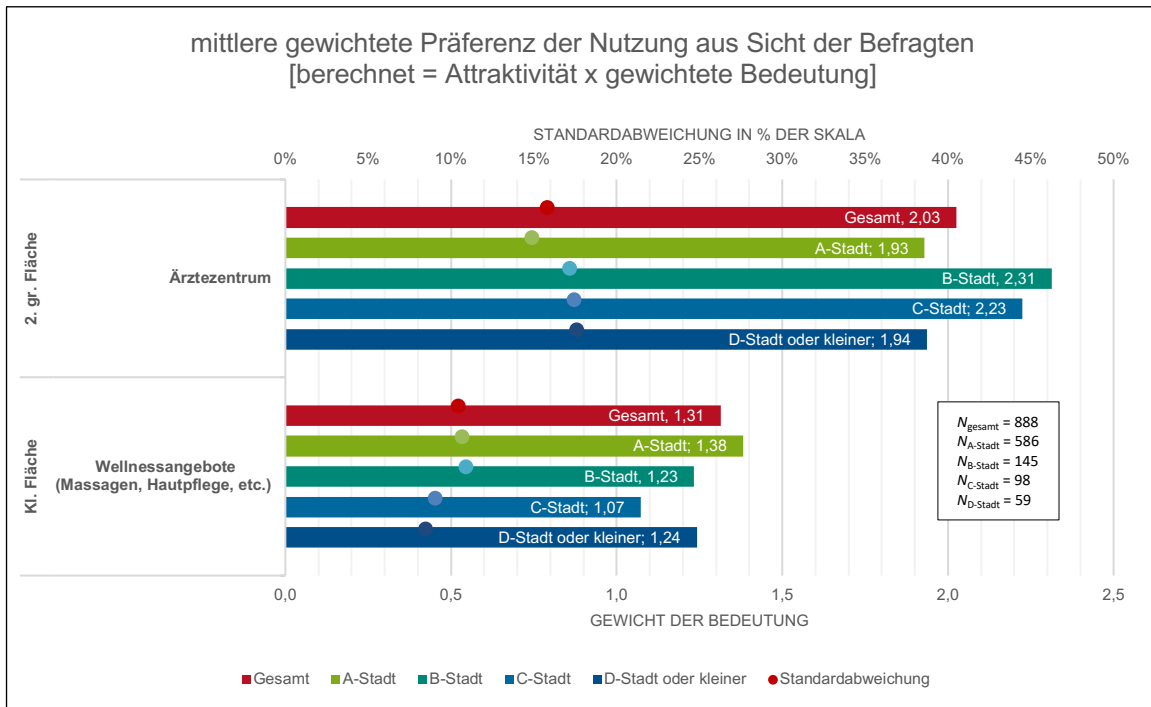


Abb. 62: Gewichtete Bedeutung der Präferenzen für Zwischengeschossnutzungen, insgesamt und pro Stadtgröße

Die Untersuchung der mittleren gewichteten Präferenzen der befragten Bürger nach Einkommensklassen zeigt, dass besonders die befragten Bürger der hohen Einkommensklassen überdurchschnittlich hohe Präferenzen für Eltern-Kind-Cafés (39 % über dem Durchschnitt) und hochwertige Restaurants (49 % über dem Durchschnitt) in den Zwischengeschossen zeigen. Die Einkommensklasse ab 6.001 € und die niedrigen Einkommensklassen zeigen diesbezüglich unterdurchschnittliche starke Präferenzen. Dahingegen wird Kunst- und Kultur besonders stark von den niedrigeren Einkommensklassen präferiert (19 % über dem Durchschnitt). Die mittlere Gewichtete Präferenz für Coworking sinkt grundsätzlich mit sinkendem Haushaltsnettoeinkommen (auf niedrigem Niveau). Befragte der höchsten Einkommensklassen zeigen eine 41 % höhere Präferenz für diese Nutzung. Dahingegen zeigen Einkommensklassen unter 2.000 € eine 24 % niedrigere mittlere gewichtete Präferenz im Vergleich zum Durchschnitt (vgl. Abb. 63).

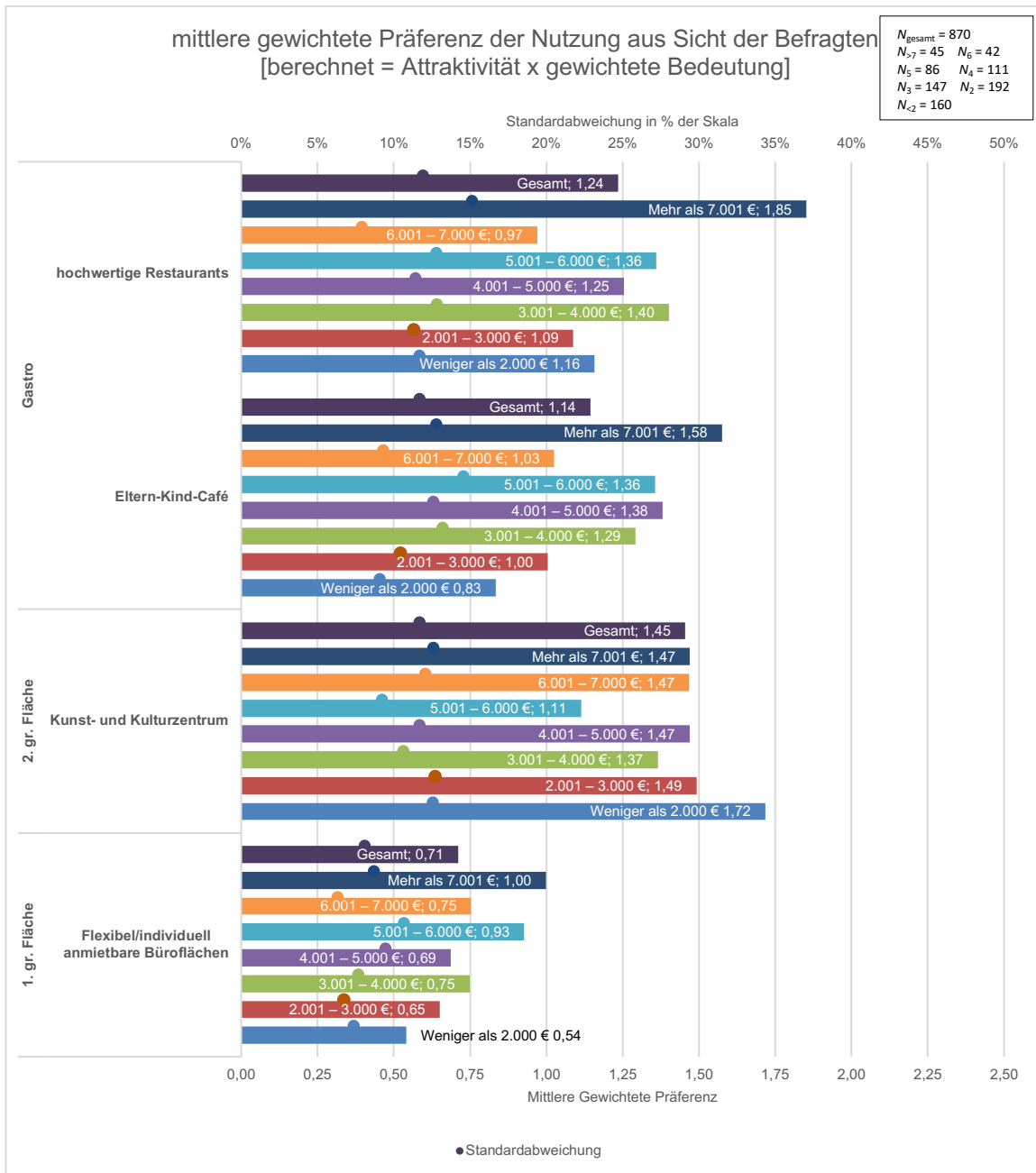


Abb. 63: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Mittelgeschossnutzungen in der Subgrouppetrachtung nach Einkommensklassen

In Bezug auf die in wohlhabenden Wohngebieten beheimateten Mosaic-Milieus zeigt sich, dass die Präferenz für alternative Gastronomiekonzepte mit steigender Urbanität der Milieus steigt. Die höchste mittlere gewichtete Präferenz weisen die High Society auf (23 % über dem Schnitt). Die Milieus Prestigious Careers sowie Wealthy Traditionals zeigen hier im Mittel deutlich unterdurchschnittliche Präferenzen. In Bezug auf Popup-Stores zeigen die High Society eine unterdurchschnittliche mittlere gewichtete Präferenz (-30 %). Dahingegen wird Kunst- und Kultur besonders von Wealthy Traditionals im gewichteten Mittel präferiert. (vgl. Abb. 64)

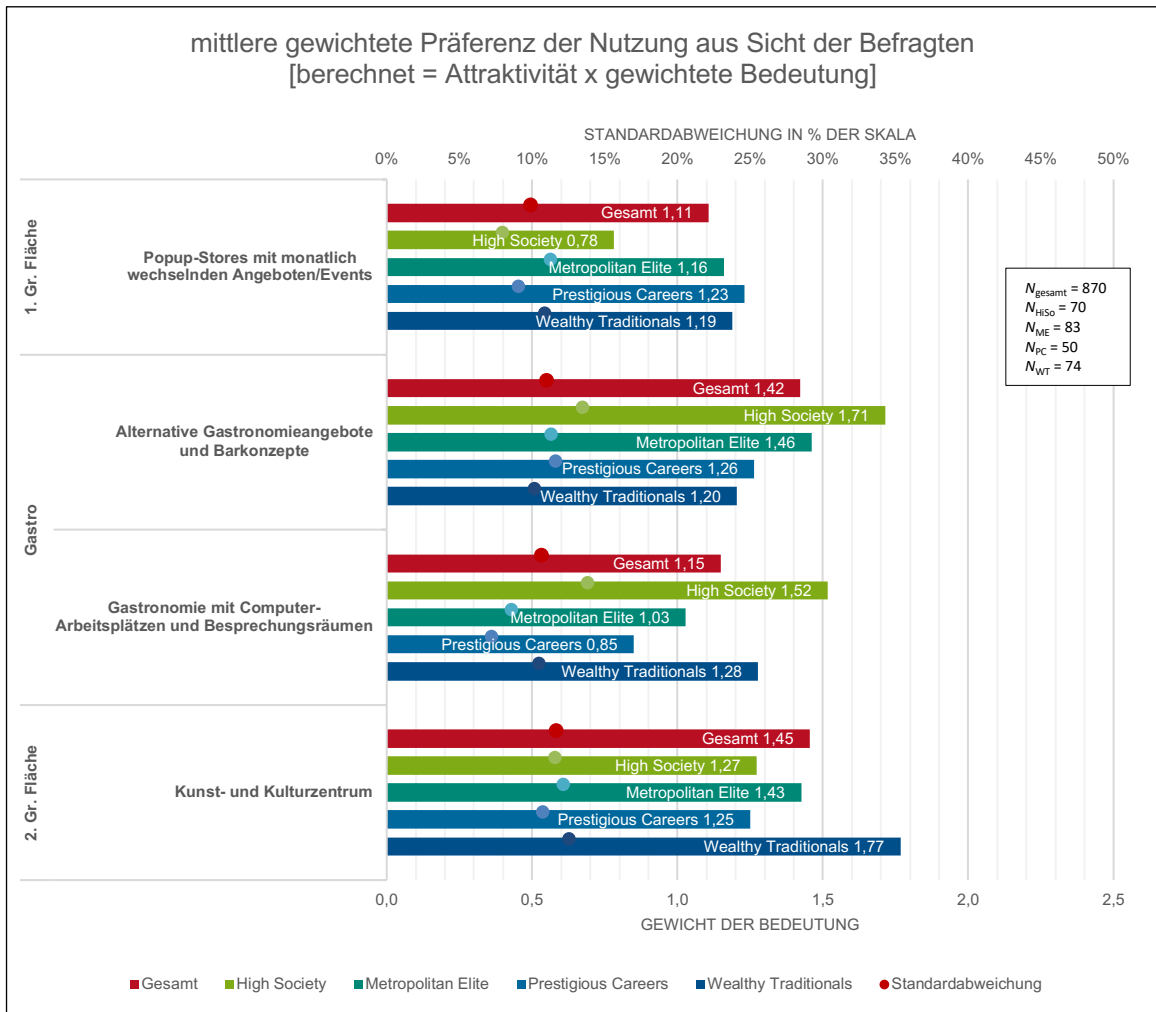


Abb. 64: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Mittelgeschossnutzungen in der Subgruppenbetrachtung nach Gruppe 1

Die in den mittel wohlhabenden Wohnlagen beheimateten Milieus zeigen – bis auf die ländlich lebenden Singles in the City – unterdurchschnittliche mittlere gewichtete Präferenzen in Bezug auf die Kunst- und Kulturnutzung in den Mittelgeschossen (vgl. Abb. 65).

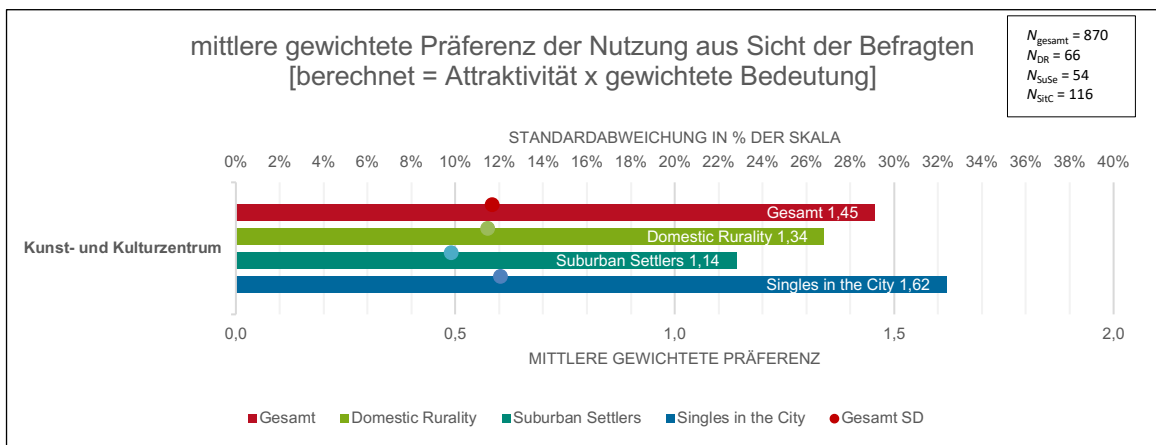
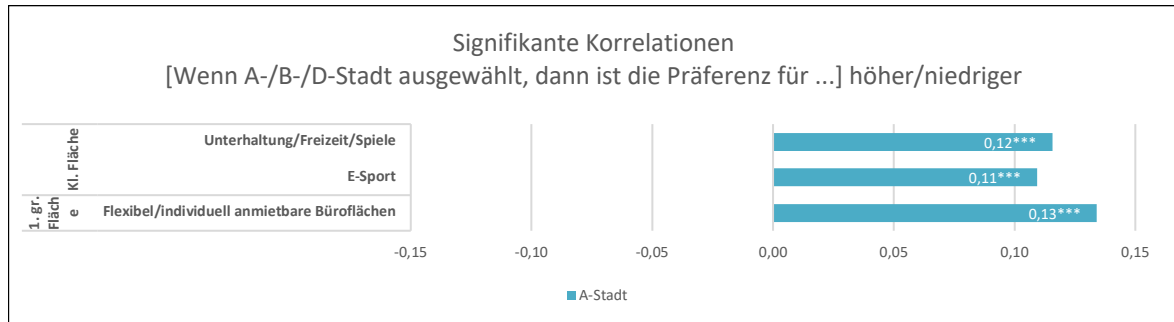


Abb. 65: Gewichtete Präferenzen von ausgewählten Mittelgeschossnutzungen in der Subgruppenbetrachtung nach mittel-wohlhabenden Mosaic-Milieus

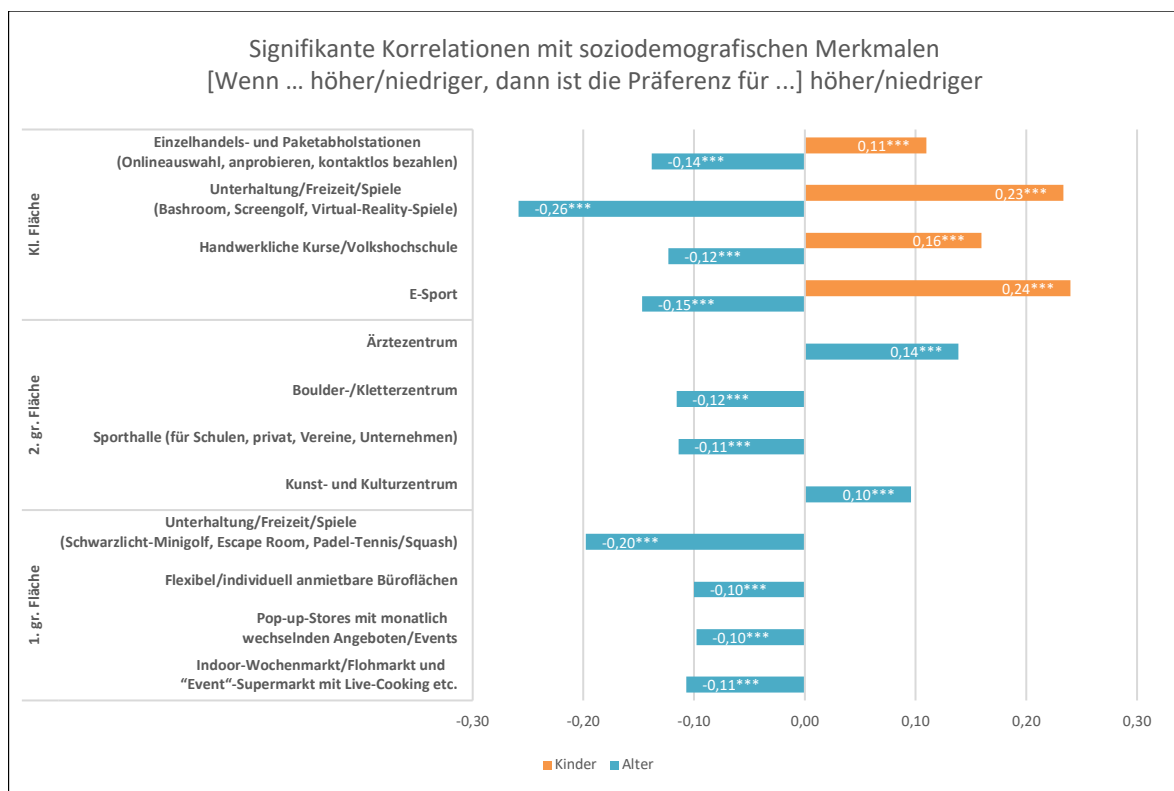
Die Untersuchung der Zwischengeschosse auf Korrelation zeigt, dass die gewichtete Präferenz der befragten Bürger in Hinblick auf Unterhaltung und Büroflächen in den Zwischengeschosen positiv mit A-Städten korreliert. Dies verdeutlicht die Präferenz der befragten Bürger für die Innenstadt als Unterhaltungshub besonders in A-Städten (vgl. Abb. 66).



Dargestellt sind nur die statistisch signifikanten Korrelationen. 2-seitiges Signifikanzniveau *** 0,01; ** 0,05; * 0,10 mit einer Korrelation größer gleich 0,1

Abb. 66: Signifikante Korrelationen ausgewählter Stadtcluster mit Präferenzen zu Zwischengeschossnutzung

In Bezug auf die soziodemografischen Merkmale der befragten Bürger zeigt sich eine negative Korrelation des Alters mit der Nutzung von Paketabholstationen, Sport- und Entertainmentangeboten (je jünger die Befragten, desto höher die Präferenz für Sport- und Entertainment). Im Gegensatz dazu korreliert das Alter positiv mit Ärztezentren sowie Kunst und Kultur (je älter, desto höher die Präferenz für Kunst und Kultur). Weiterhin zeigt sich, dass besonders Familien die Unterhaltung in den kleinen Flächen präferieren (vgl. Abb. 67).



Dargestellt sind nur die statistisch signifikanten Korrelationen. 2-seitiges Signifikanzniveau *** 0,01; ** 0,05; * 0,10 mit einer Korrelation größer gleich 0,1

Abb. 67: Signifikante Korrelationen ausgewählter soziodemografischer Daten mit Präferenzen zur Zwischengeschossnutzung

3.4.2 Zwischenfazit zu den präferierten Zwischengeschossnutzungen

Die mittleren Geschosse als Treffpunkt/Begegnungsort der Milieus

Die gewichteten Präferenzen zu den Nutzungen in den mittleren Geschossen unterscheiden sich grundsätzlich aus Sicht der unterschiedlichen Milieus im Wesentlichen nicht signifikant. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass sich die Ausgestaltung der mittleren Geschosse ähnlich stark mit den Präferenzen der Milieus deckt. Somit können die mittleren Geschosse die Flächen sein, welche den verschiedenen Milieus als Ort der Begegnung und des Austausches dienen kann. Hieraus ergeben sich erhebliche Potenziale die soziale Dimension von Innenstädten mit neuem Leben zu füllen und eventuelle Barrieren zwischen den Milieus zu reduzieren. Diese Chance sollte durch die Akteure genutzt werden und stellt einen wichtigen Baustein für die sozialverträgliche Innenstadt dar.

Gastronomienutzung integraler Bestandteil der mittleren Geschosse

Aus Sicht der Befragten kommt den Präferenzen zur Gastronomienutzung in den mittleren Geschossen eine überdurchschnittliche Bedeutung zu. Tatsächlich finden sich 3 der 6 Nennungen von Gastronomienutzung unter den Top-5-Nutzungen (von insgesamt 21 Nutzungen) der Zwischengeschosse. Entsprechend stellt die Gastronomienutzung aus Sicht der befragten Bürger einen integralen Bestandteil der mittleren Geschosse dar.

Das Lokale in der Innenstadt erleben ist auch in den mittleren Geschossen gefragt

Der Präferenz für das durch lokales geprägte Innenstadterlebnis zog sich bereits durch die vorangeschaltete Befragung des Forschungsprojektes (vgl. Pfnür & Rau, 2024) und ist auch bei der konkreten Ausgestaltung des Quartiers ein wichtiges Thema. Und auch bei dem Nutzungsmix für die mittleren Geschosse der Innenstadtimmobilie zeigt sich eine hohe mittlere gewichtete Präferenz für das lokale Einkaufserlebnis im Indoor-Wochenmarkt/Flohmarkt etc. (Rang 6) sowie Kunst und Kultur (Rang 4) und Eventflächen (Rang 9). Auch die handwerklichen Kurse erfahren eine hohe Präferenz durch die Befragten (Rang 8). All dies zeigt, dass in den mittleren Geschossen durchaus Potenzial zur Anreicherung und Belebung der Innenstadt steckt, welches es zu heben gilt.

Gesundheitsversorgung als Sorgenkind der befragten Bürger

Ein Thema, das sich durch alle Bürgerbefragungen im Rahmen des Forschungsprojektes zieht, ist die Präferenz für Einrichtungen der Gesundheitsversorgung. Das Ärztezentrum weist die höchste mittlere gewichtete Präferenz – mit einem Abstand von 18 % zum 2. Rang

– auf. Hier zeigt sich deutlich die Sorge der Bürger um eine Gesundheitsunterversorgung. Entsprechend können Gesundheitseinrichtungen (ggf. gekoppelt mit Wellnessangeboten) bei einer Unterversorgung der konkreten Stadt/Innenstadt zu hohen Akzeptanzen bei den Bürgern führen. Wichtig hierbei ist diese Nutzung im Kontext der jeweiligen Innenstadt zu sehen. Die Umsetzung eines großen Ärzteentrums zwischen zwei existierenden Ärztezentren ist in den wenigstens Fällen sinnvoll.

Büronutzung in den mittleren Geschossen kaum gewünscht

Nachnutzungen mit Büroflächen ist aus Sicht der befragten Bürger die am wenigsten präferierte Nutzung. Am ehesten trifft eine solche Nutzung in A-Städten und bei Jüngeren auf die Präferenz der befragten Bürger (auf niedrigem Niveau). Entsprechend findet die Büronutzung in den mittleren Geschossen aus Sicht der Bürger keine Mehrheit und sollte sich auf die oberen Etagen beschränken. Allerdings sind hybride Konzepte wie Gastronomie mit Computerarbeitsplätzen als Beimischung im Foodcourt denkbar (Rang 15). Die befragten Bürger präferieren dies im Mittel ca. 60 % über den reinen Büroflächen.

Besonders (junge) Familien präferieren die Zwischengeschosse als Erlebniswelt

Die Korrelationen des Alters und der Anzahl der Kinder zeigt, dass (junge) Familien eine höhere Präferenz für das Erlebnis Innenstadt haben. So präferieren diese Nutzungen in den mittleren Geschossen, die auf Unterhaltung/Freizeit und Spiele einzahlen, und wollen die Innenstadt zum „Anfassen“. Jüngere Befragte legen dabei weniger Wert auf die Ärztezentren und präferieren Sportangebote und wechselnde Angebote sowie den Indoor-Wochenmarkt stärker. Das zeigt, dass die Präferenz nach lebhaften mittleren Geschossen besonders durch (junge) Familien getrieben ist, die sich die Geschosse zum lokalen Erleben und Entdecken zu eigen machen wollen.

4 Zusammenfassung und Implikation der empirischen Ergebnisse

Die in der Studie gewonnenen Erkenntnisse geben Innentadtakteuren wie der öffentlichen Hand und den Immobilieneigentümern eine umfassende Schablone für zukünftige Entwicklungen auf Ebene des Quartiers und der Immobilie. Die Ergebnisse müssen allerdings im Kontext der jeweiligen Innenstadt verstanden werden. Die gezeigten Präferenzen bilden Mittelwerte der Präferenzen der befragten Bürger über zahlreiche Innenstädte ab. Somit ist es von essenzieller Bedeutung, die Präferenzen mit den vor Ort vorhandenen Nutzungen gegenüberzustellen und zu verifizieren. Die Erkenntnisse aus dieser Umfrage können Akteuren somit nicht direkt als Blaupause für die individuelle Innenstadt dienen aber ihnen ein sehr gutes Verständnis für die generischen Präferenzen der Bürger in Bezug auf die Innenstädte bieten. Die Implikationen, für die im Kontext der Innentadttransformation wichtigen Akteuren der Immobilieneigentümer und öffentlichen Hand werden im Folgenden diskutiert.

4.1 Lessons Learned für die öffentliche Hand

Die Präferenzen zur Innentadtquartiersentwicklung eint die Bürger

Die befragten Bürger haben klare Vorstellungen vom Innentadtquartier, was die mittleren gewichteten Präferenzen zeigen. Was dabei heraussticht, ist, dass es kaum signifikante Unterschiede in den gewichteten Präferenzen in den Subgruppen gibt. Besonders in Bezug auf die Einkommensklassen zeigen sie sich kaum. Die öffentliche Hand bringt dies in die komfortable Lage, dass potenzielle Entwicklungspfade durch weniger Faktoren determiniert werden. Andererseits treffen falsche Entscheidungen im Innentadtquartier auf eine geringe Präferenz bei allen Einkommensklassen. Entsprechend ist die Frage weniger, ob die Innenstadt für Arm oder Reich entwickelt wird, sondern ob die Innenstadt für oder gegen die Bürger entwickelt wird.

Shoppem, Spaß/Freizeit und Wohnen sollten die Innenstädte prägen

Die generelle Prägung der Innenstädte ist gemäß den befragten Bürgern eindeutig. Die Bürger sehen Shoppem (Rang 1), Entertainment/Freizeit/Erholung (Rang 2) und Wohnen (Rang 3) als die mit Abstand attraktivsten (am stärksten präferierten) Prägungen von Innenstädten an. Es gilt hier hervorzuheben, dass Shopping am stärksten präferiert wird (3,5 % mehr als Rang 2). Somit ist auch klar, dass dies aus Sicht der Bürger weiterhin ein integraler Bestandteil von Innenstädten ist. Der geringe Abstand zwischen Shopping und Wohnen (5,5 %) zeigt aber auch, dass es die Mischung ist, die die befragten Bürger präferieren. Ein Fokus auf einer der drei Prägungen ist somit auch nicht zielführend. Teilweise diskutierte Funktionen wie Urbane Produktion wird im Mittel von den Befragten sehr niedrig präferiert (Rang 17) und

ist in den Innenstädten eher ungern gesehen. Bezüglich der Innenstadtimmobilie ist die Auflockerung der Einzelhandelsnutzungen in den Erdgeschosslagen mit Gastronomienutzungen notwendig. Das zeigt die hohe mittlere gewichtete Präferenz der Bürger für Gastronomie-nutzung im EG und 1. OG. In den erdgeschossnahen Lagen haben weiterhin hochwertige Einzelhandelslagen ihren Platz und werden dort von den befragten Bürgern im gewichteten Mittel präferiert. Der günstige großteilige Einzelhandel wird im Verhältnis tendenziell in den unteren Geschossen präferiert. Hier zeigt sich, dass die Befragten zwar einen Bedarf für Fast-Fashion-Discounter haben, diese aber ungern im direkten Sichtfeld, in prominenten Lagen in ihrer Innenstadt sehen wollen. Die Wohnnutzung innerhalb der Innenstadtimmobilie verändert die Präferenzen der befragten Bürger dahingehend, dass auch die Gesundheitsversorgung und das Arbeiten in der Immobilie wichtiger wird.

Kommunen sollten sich dieser Abhängigkeiten bewusst sein. Es reicht nicht, allein die Wohnnutzung in Innenstädten voranzutreiben. Es ist von essenzieller Bedeutung, dass die damit einhergehenden flankierenden Nutzungen im Verhältnis gefördert und gefordert werden. Somit muss eine ausreichende (Gesundheits-)Grundversorgung und auch die Möglichkeit des Arbeitens in der Innenstadt stärker in den Fokus gelangen. Als Ergebnis sollte ein Quartier stehen, welches den Bürgern die Möglichkeit gibt, alle notwendigen Funktionen fußläufig zu erreichen.

Fußläufigkeit ist essenziell für die Zukunft der Innenstädte

Die Bürger präferieren eindeutig den Fokus auf fahrrad-/fußgängerfreundliches Layout und ÖPNV in den Innenstädten. Die Erreichbarkeit mit dem Auto wird im gewichteten Mittel ca. 60 % weniger präferiert. Das zeigt zweifelsfrei, dass die breite Masse keine neuen Stellplätze, Tiefgaragen und Straßen wünscht. Damit können andere in Flächenkonkurrenz stehende Nutzungen von frei werdenden Flächen profitieren und die Qualität des Innenstadtquartiers insgesamt erhöht werden. Dabei ist zu beachten, dass eine bloße Umwidmung der Flächen, ohne dass reale Alternativen geboten werden, destruktiv ist. Die Innenstadt muss für die alle Bürger weiterhin gut erreichbar sein, um zu verhindern, dass Bürger ausgeschlossen werden.

Für Kommunen bedeutet dies, dass weniger Stellplätze in Innenstädten benötigt werden und infolgedessen die oftmals bestehenden Stellplatzsatzungen im Kontext der Innenstädte überdacht, werden sollten. Ein hoher Stellplatzschlüssel für Innenstadtimmobilien ist in den meisten Fällen nicht mehr zeitgemäß und die Pflicht für eine hohe Anzahl an Stellplätzen ist nicht im Sinne der Bürger. Stattdessen sollten die frei werdenden Flächen- und Geldressourcen für wirklich sinnstiftende Maßnahmen in den Innenstädten genutzt werden.

Weiterhin bedeutet der Wunsch der Bürger nach Fußläufigkeit auch, dass Mixed-Use-Immobilien und multifunktionalen Innenstadtquartieren Vorrang gewährt werden sollte. Nur wenn notwendige Funktionen und Nutzungen in wenigen Gehminuten erreichbar sind, kann der Präferenz der Bürger tatsächlich Genüge getan werden. Das heißt auch, dass Entwicklungen, die die Multifunktionalität mit bspw. Mixed-Use-Ansätzen stärken, aktiv gefördert und präferiert werden sollten.

Der Wunsch der Bürger nach Fokus auf den ÖPNV in Innenstädten bedeutet im Zusammenhang mit den Defiziten des öffentlichen Raums (vgl. Pfnür & Rau, 2024) auch, dass den Haltestellen – als Teilbereich des öffentlichen Raums – besondere Aufmerksamkeit zuteil werden sollte. Eine gute Erreichbarkeit, aber auch saubere, moderne und sichere ÖPNV-Infrastruktur ist hier ein Muss.

Mehr ist mehr – mehr Begrünung im Innenstadtquartier ist notwendig

Die Nummer eins der gewichteten Präferenz der befragten Bürger ist im Mittel die Verschattung mit Bäumen. In Bezug auf die Nutzung des öffentlichen Raums wird das parkähnliche Design mit Fokus auf Grünanlagen – mit 33 % vor dem in der Kategorie zweitplatzierten – am stärksten präferiert. Auch wird im Teilbereich Nachhaltigkeit die ökologisch vielfältige Begrünung im gewichteten Mittel am stärksten von den Befragten präferiert. Somit erfährt diese Ausgestaltung die stärkste Präferenz über alle abgefragten Teilbereiche des Innenstadtquartiers. Im Kontrast dazu stehen stellenweise triste öffentliche Räume in monotoner Betonoptik. Ein Mehr an Begrünung bedeutet zwar auch ein Mehr an Pflegeaufwand durch die Kommunen, jedoch sind ein Innenstadtquartier und ein öffentlicher Raum, welche nicht den Präferenzen der Bürger entsprechen, wesentlich kostspieliger und dienen im Endeffekt keinem. Nicht umsonst entfalten Megaprojekte wie der High Line Park in New York oder der Cheonggyecheon-Flusslauf in Seoul eine so starke Magnetwirkung auf die Bürger. Entsprechend sollten Kommunen bei der Entwicklung von Innenstadtquartieren die begrünte Alternative stets Vorzug geben.

Das Sicherheitsempfinden im Innenstadtquartier ist das Tophema der Befragten

Für die befragten Bürger stellt der Fokus auf das Sicherheitsempfinden in Innenstadtquartieren einen wichtigen Bestandteil im Nachhaltigkeitsdreiklang dar. Die Präferenz hierfür rangiert im Fragencluster Nachhaltigkeit auf dem dritten und in der sozialen Nachhaltigkeit auf dem ersten Rang. Diese hohe mittlere Präferenz der Befragten unterscheidet sich in so gut wie keiner Subgruppenbetrachtung signifikant. Das heißt, dass diese Präferenz allgemeingültig ist und in allen Stadtclustern, Einkommensklassen und Milieus einen hohen

Stellenwert besitzt. Dies ergänzt die Erkenntnisse aus der im Forschungsprojekt vorangeschalteten Befragung, wonach der Faktor Sicherheit einen sehr geringen Umsetzungsgrad in den Innenstädten vorweist (vgl. Pfnür & Rau, 2024). Für Kommunen sind diese Ergebnisse alarmierend. So legen sie den immensen Handlungsbedarf aus Sicht der Bürger offen.

Multifunktionale Quartiere und Mixed-Use-Immobilien können hier durch Belebung der Innenstadtquartiere über die Ladenöffnungszeiten hinaus einen wertvollen Beitrag leisten. Besonders im Fokus stehen hierbei Wohnen und Arbeiten als Funktionen sowie Ausgehen und Gastronomie, die die Innenstädte an wenig frequentierten Zeiten wie wochentags und abends mit mehr Leben füllen können und so zur Verbesserung des Sicherheitsempfindens beitragen können. Die Untersuchungen der gewichteten Präferenzen zeigen zudem, dass die beiden Nutzungen sich gut koppeln lassen, da die potenziellen Innenstadtbewohner Work-Life-Blending tendenziell schätzen. Gut ausgebildete und sozial stabile Milieus aus der Mitte der Gesellschaft können hier durch ihre Vorbildfunktion einen wirklichen Beitrag zur Verbesserung des Sicherheitsempfindens leisten, Nachfrage über die Ladenöffnungszeiten hinaus schaffen und die Innenstädte weiter beleben. Angesichts der niedrigen Präferenz der Bürger für das schallemissionsarme Quartier (Rang 11 von 16) kann angenommen werden, dass die Bürger gewisse Emissionen im Zusammenhang mit dem Quartier als gegeben hinnehmen.

Für Kommunen ergeben sich hieraus mehrere Handlungsbedarfe. Zum einen gilt die Innenstädte mit Nutzungen zu planen, die diese auch abseits der Stoßzeiten beleben können. Dies bedarf eines Umdenkens der Kommunen. So dürfen obsoletere statische Regelwerke dem Bedarf der Bürger nicht im Weg stehen. Vorgaben aus BauNVO, alten Bebauungsplänen oder TA Lärm sollten einer dynamischen, zeitgemäßen und bedarfsgerechten Planung weichen. Zumal die Befragung zeigt, dass die Bürger einen gewissen Emissionspegel in Innenstädten akzeptieren.

Die Nutzungsqualität und die strategische Ausrichtung am Bedarf der Bürger sollte institutionalisiert werden

Jahrzehnte von funktionaler Trennung haben besonders in den Innenstädten ihre Spuren hinterlassen und sind zum großen Teil verantwortlich für die heutigen Herausforderungen. Um die Innenstädte wieder zu einem lebhaften Ort der Begegnung, der den Bürgern echte Mehrwerte bietet, zu gestalten, ist ein aktives Kuratieren wichtiger denn je. Um dieses Kuratieren zu ermöglichen, sollte die strategische Ausrichtung an der Nutzungsqualität und den Nutzungsbedarfen der Bürger sowie komplementärer Nutzungen im Mittelpunkt stehen. Planungs- und Genehmigungsprozesse gilt es entsprechend danach auszurichten und die

Stimmigkeit des Gesamtkonzeptes als integralen Faktor zu institutionalisieren. Hierfür hat die vorliegende Studie einen ersten Schritt gewagt und zeigt die Präferenzen der Bürger – repräsentativ für die jeweiligen Bedarfsbündel – in Bezug auf ihre Innenstadt, welche sich oftmals nicht mit der Realität vor Ort deckt. Die Studie bietet der öffentlichen Hand somit eine faktenbasierte Grundlage für die Entscheidungen zur strategischen Ausrichtung und zum Kuratieren der Innenstädte.

4.2 Lessons Learned für Eigentümer

Die Attraktivität der Innenstadt lässt sich quantitativ vermessen und Nachnutzungskonzepte können faktenbasiert bewertet werden

Mit den Präferenzmessungen bietet die Studie einen einzigartigen Ansatz. Durch den Ansatz, die Innenstadt als Produkt zu begreifen, können den unterschiedlichen in Konkurrenz zueinander stehenden Nutzungen im Quartier und in der Immobilie Präferenzwerte zu gewiesen werden. Diese Werte ermöglichen es zum einen, Entwicklungen in Innenstädten auf Präferenzdeckung zu überprüfen, und zum anderen, von Anfang an passende Konzepte für die Innenstädte zu entwickeln, die unter den lokalen Rahmenbedingungen möglichst hohe Deckung mit den Präferenzen der Bürger erzielen. Somit ermöglicht die Studie Stadtplanung und Immobilienprojektentwicklung weniger bauchgefühlgetrieben und mehr faktenbasiert anzugehen. Denn eines ist nach den zahlreichen Insolvenzen, zuletzt der Signa, klar: die Zeit für Experimente ist abgelaufen. Es ist Zeit, den Bürgern evidenzbasiert funktionierende Lösungen zu präsentieren, die ihren Präferenzen entsprechen.

Ein „weiter so“ kann es aus Sicht der befragten Bürger nicht geben

Der Versuch die Innenstädte mit alten Konzepten und einem Mehr an Kraftanstrengung wieder zu beleben ist zum Scheitern verurteilt. Die Untersuchungen zeigen klar, dass Attraktivität der Innenstädte hauptsächlich von anderen Nutzungen ausgeht und eine Attraktivitätssteigerung der Einzelhandelsnutzung hier kaum mehr Bürger in die Innenstädte bringt (vgl. Pfnür & Rau, 2024). Die Präferenzmessungen in dieser Studie zeigen, dass die Bürger sich einen Mix aus Funktionen wie Shopping, Entertainment, Freizeit und Erholung sowie Wohnen im Innenstadtquartier wünschen. In der Detailbetrachtung zeigt sich, dass dies klein- und großteilige, hochwertige Einzelhandelsnutzung im EG bis 2. OG bedeutet, aber eben auch – wenn nicht bereits vorhanden – Nahversorgung und Gesundheitsgrundversorgung im UG oder 1. OG. Diese Kernnutzungen gilt es mit flankierenden Gastronomienutzungen, aber auch kreativen und neuen Nutzungsmöglichkeiten aufzuwerten. Die mittleren Geschosse, aber auch Dachterrassen der Innenstadtimmobilien bieten sich hierbei an, den Wunsch der Bürger nach Entertainment, Freizeit und Erholung zu befriedigen und gleichzeitig die ineffizienten oder gar nicht genutzten Flächen einer mehrwertstiftenden Nutzung zuzuführen. Dies erfordert Kreativität und Mut von den Immobilieneigentümern, neue kreative Konzepte zu wagen und mit großen Investitionen in Vorleistung zu gehen. Beim Neudenken und dem Kuratieren der Innenstadt zu einem in sich funktionierendem Quartier sollten die Immobilieneigentümer von den Kommunen unterstützt werden.

Innenstadtimmobilienentwicklung für ein Milieu bezieht auch die anderen Milieus mit ein

Die Merkmale der verschiedenen betrachteten Dimensionen – Innenstadtquartier, Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier, Warenhausimmobilie, Mittelgeschossnutzung – zeigen bezüglich der überdurchschnittlich starken mittleren gewichteten Präferenzen grundsätzlich wenig signifikante Unterscheidungen in den Subgruppen. Das spricht für übergeordnet ähnliche Präferenzen und Einigkeit bei vielen Ausgestaltungen der Innenstadt. Ein Nutzungsmix, welcher auf eine Subgruppe oder Milieu ausgerichtet ist, wird bei den anderen Subgruppen oder Milieus daher selten auf eine gegensätzliche Präferenz treffen. (Bei den Präferenzen zur Innenstadtimmobilie unterscheiden sich lediglich 16,6 % der überdurchschnittlichen Präferenzen in Bezug auf die Nutzungsformen in den Subgruppen.)

Für Immobilieneigentümer bedeutet dies, dass der kleinste gemeinsame Nenner den Großteil der befragten Bürger mitnehmen kann. Dennoch haben die Zielgruppen sehr wohl unterschiedliche Präferenzen, welche es bei der Konzeptentwicklung zu beachten gilt. Im Ergebnis wird das fertige Konzept in der Regel auf hohe Präferenzdeckungen bei den anderen Milieus treffen (wenn auch nicht die maximale). Eine „falsche“ Stadtplanung oder Immobilienprojektentwicklung an den Bedarfen vorbei dahingegen wird aller Voraussicht nach bei den meisten Subgruppen auf niedrige Präferenzwerte treffen.

Nachnutzung um jeden Preis kann eine Abwärtsspirale auslösen

Vakante Flächen mit dem nächstbesten Nachmieter zu besetzen kann kurzfristig attraktiv erscheinen. Jedoch zeigt die Präferenzmessung, dass nicht alle Nachnutzungen den Präferenzen der Bürger entsprechen. Grundsätzlich erfährt besonders kleinteiliger günstiger Einzelhandel eine sehr geringe Präferenz durch die befragten Bürger. Eine Nachvermietung mit solchen Nutzungen verringert also die Akzeptanz der Immobilie und der Innenstadt als solcher. Der Schaden, den eine Nachvermietung, welche auf eine niedrige Präferenz der Bürger trifft, anrichten kann, kann weitaus größer sein als die Erträge aus der Zwischenvermietung. Das gilt für den Wert der jeweiligen Immobilie, aber auch für die angrenzenden Immobilien und den Straßenzug. Dass die Gesellschaft sich weitere Verschlechterungen in der Innenstadt nicht leisten kann, ist klar. Entsprechend sollten alle Schritte im Gesamtkontext gesehen und abgewogen werden.

Wohnen in der Innenstadt allein ist nicht die Antwort

Trotz anhaltender Suburbanisierung und der Flucht ins Grüne haben Innenstädte das Potenzial zum Lieblingswohnnort der Bürger zu werden. Nur sind dafür tiefgreifende Anpassungen

des Status quo notwendig. Die Ergebnisse der Studie haben gezeigt, dass ein Großteil der befragten Bürger in oder in der Nähe der analog ihren Präferenzen zusammengestellten Innenstadtimmobilien wohnen und arbeiten wollen. Darüber hinaus zeigt sich, dass der Wunsch in der Innenstadt zu wohnen mit dem Wunsch dort zu arbeiten einhergeht. Hieraus ergeben sich erhebliche Potenziale zur Belebung der Innenstädte. Jedoch ergibt sich hieraus die Notwendigkeit, die flankierenden Nutzungsarten sorgfältig abzustimmen und an die Büro- und Wohnnutzung anzupassen. Eine optimale Nutzungsmischung mit Wohnen und Arbeiten kann neben der Belebung der Innenstädte auch dabei helfen, die Bürger freiwillig aus dem Homeoffice in das Büro zu bekommen und so die Unternehmenskultur stärken.

Die mittleren Geschosse bergen das Potenzial die Schnittstelle der Nutzungen und sozialen Milieus zu werden

Dass eine vollständige Nachnutzung mit Einzelhandel in den ehemaligen Warenhäusern wenig Erfolg versprechend ist, ist breiter Konsens. Dass neue Nutzungen wie Büro und Wohnen in den oberen Geschossen eine für die Innenstadt vorteilhafte Nutzung darstellen, wurde ebenfalls ausgeführt. Neu ist allerdings, dass den mittleren Geschossen von ehemaligen Warenhäusern eine besondere Bedeutung zukommt. So zeigen die Daten zunächst, dass das Bedeutungsgewicht der Nutzungen in den mittleren Geschossen zunächst niedrig ist. Das zeigt, dass die Nutzungen dieser Geschosse noch nicht mit starken Präferenzen der befragten Bürger belegt ist und dadurch Raum für Neues lassen. So liegt das Bedeutungsgewicht des 3. OG 28 % niedriger im Vergleich zum EG und 36 % niedriger als auf der Dachterrasse. Die Detailbetrachtung der Präferenzen für die mittleren Geschosse zeigt, dass die Präferenzen sich in den Subgruppen – nach bspw. Einkommen, Milieu, Zentralität des Wohnortes – kaum unterscheiden. Somit können die mittleren Geschosse zum einen den „Kitt“ zwischen den Nutzungen der oberen und unteren Geschosse bilden, aber auch Angebote für alle Einkommensklassen und Milieus bieten. Somit bieten die Flächen die Chance, den gesellschaftlichen Austausch und das Miteinander über alle gesellschaftlichen Schichten hinweg zu fördern und zu stärken.

Für die Eigentümer bedeutet dies, sich aus der Komfortzone zu wagen und die mittleren Geschosse ergebnisoffen auf Basis quantitativer Daten aktiv zu gestalten. Dabei sollte den Kopplungseffekten zu den angrenzenden Nutzungen und den Präferenzen der Bürger Rechnung getragen werden.

4.3 Die Ergebnisse der Studie im Kontext des Maßnahmenkatalogs des ZIA

Angesichts der hohen Bedeutung der Innenstadt für die deutsche Immobilienwirtschaft gibt es eine breite und teils auch kontroverse Diskussion unter Immobilieneigentümern, Finanzierern, Entwicklern und Betreibern zur nötigen Transformation deutscher Innenstädte. Die zentralen Ergebnisse dieser Diskussion sind in einem ausführlichen Dialogprozess vom Zentralen Immobilienausschuss ZIA in einem Positionspapier einschließlich konkreter Handlungsempfehlungen zusammengefasst worden. Wichtigstes Ziel des Papiers ist es, die Investitionsrahmenbedingungen für die Immobilienwirtschaft zu verbessern und so den immobilienwirtschaftlichen Beitrag zur Transformation der Innenstädte zu erhöhen (vgl. ZIA, 2022). Grundsätzlich stützen die hier vorliegenden Ergebnisse die ZIA-Positionen. Nachfolgend wird auf einzelne Maßnahme des Positionspapiers Bezug genommen, dabei ist zur leichten Orientierung die Gliederung der Maßnahmen und deren Beschreibung analog dem Positionspapier übernommen worden:

- **„Veränderung des Nutzungsmixes“**

Der ZIA fordert den neuen Nutzungsmix (weniger Handel und besonders mehr Wohnen, aber auch Handwerk, Produktion etc.) mit weiteren Zusatzangeboten, bspw. beim Parken, Freizeitangeboten und Erhöhung der Zugänglichkeit der EG-Lagen, zu begünstigen.

Die oben dargestellten Ergebnisse zeigen ebenfalls die Notwendigkeit der Optimierung des Nutzungsmixes deutscher Innenstädte. Die in der Studie befragten Bürger sehen vor allem bessere Möglichkeiten der Freizeitgestaltung als Schlüssel der Attraktivitätssteigerung. Die vom ZIA genannte urbane Produktion ist für viele Bürger allerdings aktuell noch kein wesentlicher Bestandteil der Innenstadtentwicklung. Doch zeigen die Ergebnisse auch eine zentrale Bedeutung stärkerer publikumswirksamer Nutzungen der Erdgeschosslagen. Allerdings wird identifiziert, dass für die Bürger vor allem die Nutzung der Dachgeschosse im Vordergrund steht. Die (Freizeit-)Nutzung auf den Dachterrassen scheint ein zentrales Bedürfnis der Bürger zu sein. Besonders wichtig gemäß den Studienergebnissen ist ein echter Nutzungsmix mit Wohnen, aber auch mit qualitativ hochwertigen Büros, die nach der vorliegenden Studie miteinander verknüpft sind. Mehr Wohnen bedeutet also auch mehr (hochwertigere) Büros und bietet dadurch Möglichkeiten des Work-Life-Merging. In Bezug auf die verkehrliche Erschließung zeigt die Befragung der Nutzer gegenüber Handlungsempfehlungen des ZIA abweichende Tendenzen. Insgesamt scheint für einen Großteil der Befragten das Parken, wie auch die Individualmobilität in der Innenstadt zukünftig eine untergeordnete Rolle zu

spielen. So geben die Befragten an, dass Auto wochentags für den Weg in die Innenstadt zukünftig 15 % weniger nutzen zu wollen. Ein Ausbau der Verkehrsinfrastruktur für den Individualverkehr würde demnach von den wenigsten präferiert.

- **„Neue Mobilitätskonzepte“**

Der ZIA fordert eine Anpassung der Mobilität an den neuen Nutzungsmix und Ausbau des ÖPNV mit bspw. kostenloser Wochenendnutzung.

Die vorliegende Studie stützt die Forderungen des ZIA nach der Anpassung der Mobilitätskonzepte vollständig. Gemäß den Ergebnissen ist die Verbesserung des ÖPNV, nach mehr Stadt-Grün und Förderung der Fußläufigkeit das am stärksten präferierte Element (über alle Items) in der Innenstadtquartiersentwicklung. Tatsächlich planen die Befragten den ÖPNV in den Städten an Wochentagen zukünftig 23 % mehr und an Wochenenden 54 % mehr zu nutzen. Damit untermauern die Studienergebnisse die Relevanz des ÖPNV in der Zukunft der Innenstadt, aber nur zusammen mit dem Fokus auf ein fahrrad- und fußgängerfreundliches Layout, welches aus Sicht der Befragten DAS Kernthema in Innenstädten sein muss.

- **„Vorrang der Innenentwicklung“**

Der ZIA fordert unter anderem eine klare politische Positionierung für den Wohnungsbau, für Gewerbe- und Kulturansiedlung.

Die Forderungen des ZIA nach einer klaren Positionierung für den Wohnungsbau sowie Gewerbe und Kulturansiedlung werden durch die oben dargestellten Studienergebnisse weitestgehend gestützt. Die Ergebnisse sprechen ebenfalls dafür, dass die Wohnnutzung wichtig für die Belebung der Innenstädte ist. Die Attraktivitätssteigerungen beim innerstädtischen Wohnen ist für 52 % der Befragten wichtig. Laut den Studienergebnissen wird infolge des Wohnens aber auch die (Büro-)Arbeit ein wichtiger Bestandteil. Der Wunsch in der Innenstadt zu wohnen hängt signifikant mit der Präferenz für Büronutzungen zusammen. Das zeigt, dass die Befragten nicht allein das Wohnen in der Innenstadt wünschen, sondern echte Mixed-Use-Ansätze im Sinne des New Urbanism und Smart Growth mit Gesamtkonzepten aus Wohnen und Arbeiten (Work-Life-Blending) suchen.

- **„Entwicklung/Einbeziehung des öffentlichen Raums“**

Der ZIA fordert, dass der öffentliche Raum aufgewertet und besser mit den Erdgeschosszonen verknüpft werden muss, um diese attraktiver für Ziel- und Nutzergruppen zu machen.

Die Forderung des ZIA nach einer stärkeren Entwicklung des öffentlichen Raums und der besseren Einbeziehung öffentlicher und privater Nutzungen wird von den oben dargestellten Befragungsergebnissen unterstützt. Insbesondere geht aus den Studienergebnissen hervor, dass der öffentliche Raum einen ganz zentralen Bestandteil der Attraktivität der Innenstadt ausmacht. 32 % der befragten Innenstadtnutzer geben an, dass der öffentliche Raum sich in den letzten Jahren verschlechtert hat. Gleichzeitig würde eine Attraktivitäts-/Qualitätssteigerung 52 % der Bürger zukünftig vermehrt in die Innenstadt locken. Das zeigt die zentrale Rolle eines funktionierenden und ansprechenden öffentlichen Raums für die Innenstadt. Die Öffnung der Erdgeschosszonen spielt hierbei eine entscheidende Rolle. Besonders wichtig werden laut den Studienergebnissen zukünftig die halb öffentlichen Räume auf den Dachterrassen der Immobilien, welche aus Sicht der Befragten die bedeutendste (Geschoss-)Nutzung darstellen.

- **„Klimaanpassung und Grünentwicklung“**

Der ZIA fordert, dass ausreichende Grün- und Freiflächen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität und Anziehungskraft sowie Klimaanpassung mitgedacht werden sollten.

Auch in Bezug auf die Klimaanpassung und Grün-Entwicklung der Innenstädte zeigen sich hinsichtlich der Handlungsempfehlungen des ZIA und den Wünschen der Bürger sehr ähnliche Ergebnisse. Die Studienergebnisse erweitern die Handlungsempfehlungen in folgenden Punkten: 52 % der Befragten geben an, dass eine Verbesserung von Grün- und Freiflächen sie zukünftig vermehrt in die Innenstadt ziehen würde. Zudem kann mehr Grün an Gebäuden jeden Fünften begeistern und jeden Dritten macht dies insgesamt zufriedener mit der Innenstadt. Im Innenstadtquartier ist die Begrünung das am stärksten präferierte Element von allen abgefragten Merkmalen. Der Grün-Entwicklung kann somit nicht genug Rechnung getragen werden. Eine Verbesserung ist ein zentrales Element, um die Innenstädte für die Bürger wieder attraktiver zu gestalten.

- **„Besondere Maßnahmen für Großimmobilien“ und „Regulierungsstopp“**

Der ZIA fordert, dass Regulierungen abgestimmte, sinnvolle Nachnutzungskonzepte nicht verhindern dürfen. Ganz besonders gilt dies für ehemalige Warenhäuser. Vielmehr sind Erleichterungen bspw. im Baurecht notwendig.

Ein zentrales Element der oben aufgeführten Studie sind ehemalige Warenhausimmobilien und mögliche Nachnutzungskonzepte. Die befragten Bürger wünschen sich ein breitgefächertes Angebot an möglichen Funktionen und Nutzungen in ihrer Innenstadt, welches aktuell von vielen Innenstädten noch nicht gemacht wird. Im konkreten Fall der Nachnutzung von Warenhausimmobilien präferieren die Bürger ebenfalls einen echten Mixed-Use-Ansatz mit zahlreichen gleichzeitig stattfindenden Nutzungen. Dieser bedarfsgerechte vielfältige Nutzungsmix hat das Potenzial die Innenstädte wieder attraktiv werden zu lassen. Um die geforderte Vielzahl an Nutzungen zu ermöglichen, kann auch eine nachträgliche Nachverdichtung hilfreich sein, die bspw. in Form von Aufstockungen ermöglicht werden kann. Aus kommunaler Sicht kann dies ein kostenloses Incentive gegenüber den Eigentümern darstellen, um renditeschwache Nutzungen in den Innenstadtlagen zu ermöglichen. Schnellere, flexiblere und unkompliziertere Genehmigungsverfahren können die Anpassung des Nutzungsmixes an den Bürgerbedarf erleichtern.

- **„Bezuschussung der Ansiedlung von Nutzungen besonderer Art“; „Bezuschussung von Ladenerneuerung/-umbauten für Nutzer/Mieter“**

Der ZIA fordert die Unterstützung von stadtprägenden Ansiedlungen und den Erhalt und die Modernisierung von individuellen, lokalen inhabergeführten Läden.

Die Studienergebnisse deuten darauf hin, dass der individuelle und lokale Charme der Stadt (Wortlaut des ZIA: „stadtprägende Ansiedlungen“) diese für die Befragten attraktiv und besuchenswert macht. Der Fokus auf Stadtidentität und das Hervorheben des lokalen Charmes machen weite Teile der Befragten zufriedener mit ihrer Stadt (bspw. lokale Produkte: 38 %, lokale Lebensmittel: 37 %, Open-Air-Kinos: 35 %, lokale Kultur: 28 % der Befragten). Entsprechend ist die Förderung lokaler Unternehmen aus Sicht der Befragten ein Kernelement der nachhaltigen Innenstadtquartiersentwicklung. Die Förderung solcher Nutzungen ist somit von integraler Bedeutung, um die Städte in Zukunft attraktiver zu machen.

4.4 Ausblick

Aus dieser und der vorgeschalteten Befragung konnten zahlreiche Implikationen für Eigentümer und die öffentliche Hand herausgearbeitet werden. Neben den praktischen Implikationen dieser Studie lassen die gewonnenen Daten zahlreiche weiter- und tiefergehende wissenschaftliche Untersuchungsmöglichkeiten zu. Eine Stoßrichtung kann der präferierte Nutzungsmix als Optimierungsproblem sein. Hier sollten die Präferenzen der Bürger, die lokalen Rahmenbedingungen und das ökonomische Interesse der Immobilieneigentümer als Eingangsparameter berücksichtigt werden. Ein Modell, welches die erhebliche Datenmenge in eine einfache Form bündelt, kann für die Akteure von Vorteil sein. Das Modell sollte dabei nüchtern, auf Basis von mathematischen Methoden, praktische kontextuale Vorschläge für Nachnutzungskonzepte geben und so den Akteuren eine weitere Basis zur Entscheidungsfindung liefern.

Weitere wertvolle Erkenntnisse können sich durch eine tiefergehende statistische Auswertung der verschiedenen Milieus und deren Präferenzen ergeben. So können eine multinomiale logistische Regression auf Basis der Milieucuster die Wahrscheinlichkeiten für Präferenzausprägungen wiedergeben. Mithilfe des daraus generierten Wissens können Entscheidungsträger qualifizierte, an die lokale Milieustruktur angepasste Entscheidungen in Bezug auf die Ausgestaltung der Nachnutzung des innerstädtischen Immobilienvermögens treffen. Aber auch für Politik und kommunale Akteure können diese Untersuchungen auf Ebene des Innenstadtquartiers und der Nachhaltigkeit darin wertvolle Hinweise auf zukünftige mehrheitsfähige Entwicklungspfade geben.

Literaturverzeichnis

bulwiengesa. (2023, September 11). *RIWIS Online—Basis*. https://www.riwis.de/online_test/info.php3?cityid=&info_topic=allg

Cummins, R. A., & Gullone, E. (2000). *Why we should not use 5-point Likert scales: The case for subjective quality of life measurement*. Proceedings, Second International Conference on Quality of Life in Cities, Singapore.

Danton, J., & Himbert, A. (2017). *Residential Vertical Rent Gradients in the City* [Cahiers de Recherches Economiques du Département d'économie]. Université de Lausanne, Faculté des HEC, Département d'économie. <https://EconPers.repec.org/RePEc:lau:crdeep:17.11>

DESTATIS. (2020, November 25). *Bevölkerung im Alter von 15 Jahren und mehr nach allgemeinen und beruflichen Bildungsabschlüssen nach Jahren*. Statistisches Bundesamt. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Bildungsstand/Tabellen/bildungsabschluss.html>

DESTATIS. (2021). *Konsumvergleich*. Statistisches Bundesamt. https://www.destatis.de/DE/Service/Statistik-Visualisiert/Konsumvergleich/_inhalt.html

DESTATIS. (2022, Oktober 25). *Sparquote mit 11,1 % im 1. Halbjahr 2022 wieder auf Vor-Pandemie-Niveau*. Statistisches Bundesamt. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/Zahl-der-Woche/2022/PD22_43_p002.html

DESTATIS. (2023a, Juni 20). *Bevölkerung nach Familienstand*. Statistisches Bundesamt. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Tabellen/familienstand-jahre-5.html>

DESTATIS. (2023b, Juni 20). *Bevölkerung nach Nationalität und Geschlecht*. Statistisches Bundesamt. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft->

Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Tabellen/deutsche-nichtdeutsche-bevoelkerung-nach-geschlecht-deutschland.html

DESTATIS. (2023c, September 21). *Kreisfreie Städte und Landkreise nach Fläche, Bevölkerung und Bevölkerungsdichte am 31.12.2022*. Statistisches Bundesamt.

<https://www.destatis.de/DE/Themen/Laender-Regionen/Regionales/Gemeindeverzeichnis/Administrativ/04-kreise.html>

EXPERIAN. (o. J.). *Mosaic global – E-Handbook*.

LimeSurvey. (2023). LimeSurvey Manual. https://manual.limesurvey.org/LimeSurvey_Manual

Morgan, N. A., & Rego, L. L. (2006). The Value of Different Customer Satisfaction and Loyalty Metrics in Predicting Business Performance. *Marketing Science*, 25(5), 426–439. <https://doi.org/10.1287/mksc.1050.0180>

Müller, N., & CBRE. (2023). *Die gesellschaftliche Transformation deutscher Innenstädte* [Noch unveröffentlichter Bericht].

Pfnür, A., & Rau, J. (2023). *Transformation deutscher Innenstädte aus Sicht der Eigentümer. State of the Art der wissenschaftlichen Diskussion* (A. Pfnür, Hrsg.).

Pfnür, A., & Rau, J. (2024). *Transformation der Innenstädte – Empirische Studie bei privaten Haushalten (Teil I: Nutzungskonzepte deutscher Innenstädte)* (A. Pfnür, Hrsg.).

Preston, C. C., & Colman, A. M. (2000). Optimal number of response categories in rating scales: Reliability, validity, discriminating power, and respondent preferences. *Acta Psychologica*, 104(1), 1–15. [https://doi.org/10.1016/S0001-6918\(99\)00050-5](https://doi.org/10.1016/S0001-6918(99)00050-5)

Rabianski, J. S. & Clements. (2007). *Mixed-Use Development: A Review of Professional Literature*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:131036227>

-
- Schlereth, C., Eckert, C., Schaaf, R., & Skiera, B. (2014). Measurement of preferences with self-explicated approaches: A classification and merge of trade-off- and non-trade-off-based evaluation types. *European Journal of Operational Research*, 238(1), 185–198. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2014.03.010>
- Scholz, S. W., Meissner, M., & Decker, R. (2010). Measuring Consumer Preferences for Complex Products: A Compositional Approach Based on Paired Comparisons. *Journal of Marketing Research*, 47(4), 685–698. <https://doi.org/10.1509/jmkr.47.4.685>
- Statista. (2022). *Bevölkerung in Deutschland nach Generationen 2022*. Statista. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1130193/umfrage/bevoelkerung-in-deutschland-nach-generationen/>
- ZIA, Z. I. A. e.V. (2022). *INNENSTADTENTWICKLUNG Maßnahmen für ein investitionsfreundliches Klima und der Beitrag der Immobilienwirtschaft* [Positionspapier].

- Alexander Herrmann (2005):** Analyse der Anfangsrenditen in Frankfurt, Paris, London & New York. Ein Beitrag zur Vergleichbarkeit von Immobilienrenditen. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 1.
- Alexander Bräscher (2005):** Real Estate Private Equity (REPE) im Spannungsfeld von Entwickler, Kreditinstitut und Private-Equity-Gesellschaft. Ergebnisbericht zur empirischen Untersuchung. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 2.
- Nadine Hainbuch (2006):** Status Quo und Perspektiven immobilienwirtschaftlicher PPPs. PPP im öffentlichen Hochbau in Deutschland aus Sicht des privaten Investors. Ergebnisse einer empirischen Analyse. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 3.
- Arbeitskreis PPP im Management öffentlicher Immobilien im BPPP e.V. (2006):** Risiken immobilienwirtschaftlicher PPPs aus Sicht der beteiligten Akteure. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 4.
- Sebastian Kühlmann (2006):** Systematik und Abgrenzung von PPP-Modellen und Begriffen. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 5.
- Dirk Krupper (2006):** Target Costing für die Projektentwicklung von Immobilien als Instrument im Building Performance Evaluation Framework. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 6.
- Moritz Lohse (2006):** Die wirtschaftliche Situation deutscher Wohnungsunternehmen – eine empirische Untersuchung. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 7.
- Andreas Pfnür, Patricia Egges, Klaus Hirt (2007):** Ganzheitliche Wirtschaftlichkeitsanalyse bei PPP Projekten dargestellt am Beispiel des Schulprojekts im Kreis Offenbach. Ergebnisbericht zur empirischen Untersuchung. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 8.
- Arbeitskreis PPP im Management öffentlicher Immobilien im BPPP e.V. (2007):** Optimierung von Wirtschaftlichkeitsuntersuchungen in immobilienwirtschaftlichen PPPs. Ein Thesenpapier. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 9.

-
- Steffen Hartmann, Moritz Lohse, Andreas Pfnür (2007):** 15 Jahre Corporate Real Estate Management in Deutschland: Entwicklungsstand und Perspektiven der Bündelung immobilienwirtschaftlicher Aufgaben bei ausgewählten Unternehmen. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 10.
- Henning Schöbener, Christoph Schetter, Andreas Pfnür (2007):** Reliability of Public Private Partnership Projects under Assumptions of Cash Flow Volatility. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 11.
- Moritz Lohse, Andreas Pfnür (2008):** EWOWI zwanzig zehn – Erfolgspotenziale der Wohnungswirtschaft 2010. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 12.
- Arbeitskreis PPP im Management öffentlicher Immobilien im BPPP e.V. (2009):** Optimierung von Transaktionskosten öffentlicher Immobilieninvestitionen. Ein Thesepapier. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 13.
- Annette Kämpf-Dern, Andreas Pfnür (2009):** Grundkonzept des Immobilienmanagements. Ein Vorschlag zur Strukturierung immobilienwirtschaftlicher Managementaufgaben. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 14.
- Annette Kämpf-Dern (2009):** Immobilienwirtschaftliche Managementebenen und -aufgaben. Definitions- und Leistungskatalog des Immobilienmanagements. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 15.
- Sonja Weiland, Andreas Pfnür (2009):** Empirische Untersuchung der Nutzenwirkungen von PPP Projekten auf den Schulbetrieb am Beispiel der Schulen im Kreis Offenbach. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 16.
- Sigrun Wonneberger (2009):** Die Auswahl von Propertymanagement Dienstleistern – Ergebnisbericht zur empirischen Untersuchung. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 17.
- Andreas Pfnür, Nikolas Müller, Sonja Weiland (2009):** Wirtschaftlichkeitsberechnungen von Klimaschutzinvestitionen in der Wohnungswirtschaft – Clusteranalyse und 25 Szenariofälle. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 18.

-
- Andreas Pfnür, Wulf Reclam, Fabian Heyden, Friedemann Kuppler, Julian Thiel (2010):** Status quo der Kernkompetenzen und Outsourcing-Aktivitäten in der deutschen Wohnungswirtschaft. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 19.
- Michael G. Müller (2010):** Komparative Untersuchung der EU-REIT-Regime. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 20.
- Andreas Pfnür, Sonja Weiland (2010):** CREM 2010: Welche Rolle spielt der Nutzer? In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 21.
- Stephanie Heitel (2010):** Stadttrendite durch Wohnungsunternehmen – Analyse der Komponenten und Quantifizierungsmethoden. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 22.
- Arbeitskreis PPP im Management öffentlicher Immobilien im BPPP e.V. (2010):** Arbeitspapier und Handlungsempfehlungen – Qualität als kritischer Erfolgsfaktor der Wirtschaftlichkeit von Immobilien. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 23.
- Stephanie Heitel, Moritz Lohse, Michael Zahn, Andreas Pfnür, Manuela Damianakis (2011):** Wohnungswirtschaft im Wandel: Möglichkeiten und Grenzen öffentlicher Finanzierung in der Wohnraumversorgung. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 24.
- Dirk Krupper (2011):** Immobilienproduktivität: Der Einfluss von Büroimmobilien auf Nutzerzufriedenheit und Produktivität. Eine empirische Studie am Beispiel ausgewählter Bürogebäude der TU Darmstadt. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 25.
- Damir Janßen-Tapken (2011):** Einsatz und Nutzen von ERP-Systemen im CREM – Eine empirische Studie am Beispiel des SAP ERP-Systems. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 26.
- Stephanie Heitel, Annette Kämpf-Dern, Andreas Pfnür (2012):** Nachhaltiges Management von Stakeholderbeziehungen kommunaler Wohnungsunternehmen. Eine empirische Untersuchung am Beispiel der bauverein AG Darmstadt. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 27.

-
- Andreas Pfnür, Nikolas Müller (2013):** Energetische Gebäudesanierung in Deutschland, Studie Teil II: Prognose der Kosten alternativer Sanierungsfahrpläne und Analyse der finanziellen Belastungen für Eigentümer und Mieter bis 2050. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 28.
- Sigrun Lüttringhaus (2014):** Outsourcing des Propertymanagements als Professional Service. Zusammenfassung der Ergebnisse der empirischen Untersuchung. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 29.
- Kevin Meyer, Andreas Pfnür (2015):** Kognitive verzerrte Entscheidungen als Ursache für Ineffizienzen in der Immobilienprojektentwicklung. Managementorientierte Fassung der Ergebnisse einer empirischen Studie. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 30.
- Tobias Just, Andreas Pfnür, Christian Braun (2016):** Aurelis-Praxisstudie: Wie Corporates die Märkte und das Management für produktionsnahe Immobilien einschätzen. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 31.
- Nikolas D. Müller, Andreas Pfnür (2016):** Wirtschaftlichkeitsberechnungen bei verschärften energetischen Standards für Wohnungsneubauten aus den Perspektiven von Eigentümern und Mietern – Methodisches Vorgehen und Fallbeispiel. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 32.
- Andreas Pfnür, Bernadetta Winiewska, Bettina Mailach, Bert Oschatz (2016):** Dezentrale vs. zentrale Wärmeversorgung im deutschen Wärmemarkt – Vergleichende Studie aus energetischer und ökonomischer Sicht. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 33.
- Nikolas D. Müller, Andreas Pfnür (2017):** Konzeptionelle Ansätze zur Umsetzung der Energiewende im Gebäudesektor – Systematisierung und Diskussion alternativer Steuerungsindikatoren für die Energie- und Klimapolitik im Gebäudesektor. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 34.
- Andreas Pfnür, Julian Seger (2017):** Produktionsnahe Immobilien. Herausforderungen und Entwicklungsperspektiven aus Sicht von Corporates, Investoren und Dienstleistern. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 35.

-
- Wenke Bengtsson, Andreas Pfnür (2018):** Unrealistic optimism in the financing of large infrastructure projects in Europe - Results of a survey among private investors, public investors, and lenders. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 36.
- Andreas Pfnür, Benjamin Wagner (2018):** Transformation der Immobilienwirtschaft - Eine empirische Studie deutscher immobilienwirtschaftlicher Akteure. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 37.
- Anne Dörr, Andreas Pfnür (2019):** Auswahlprozess für eine Abwicklungsform bei Neubauten durch Non-Property Companies - Eine empirische Studie zu den Entscheidungskriterien und deren Gewichtung bei deutschen Unternehmen In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 38.
- Felix Gauger, Andreas Pfnür, Jan Skarabi (2020):** Arbeitswelten im Wandel: Coworking Spaces - Eine empirische Befragung der Eigenschaften und Nutzerpräferenzen von Coworking Spaces In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 39.
- Andreas Pfnür (2020):** ZIA-CREM-Studie 2020 - Die Rolle der öffentlichen Hand in der immobilienwirtschaftlichen Transformation deutscher Unternehmen. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 40.
- Andreas Pfnür, Felix Gauger, Yassien Bachtal und Benjamin Wagner (2021):** Home-office im Interessenkonflikt. Ergebnisbericht einer empirischen Studie. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 41.
- Yassien Bachtal (2021):** Work organization and work psychology theories and models in the context of Work from Home – A literature-based overview. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 42.
- Benjamin Wagner (2021):** Strukturelle Veränderungen und Unternehmensanpassungen in der strategischen Managementforschung – Eine literaturbasierte Herleitung eines forschungsleitenden Begriffsverständnisses der immobilienwirtschaftlichen Transformation. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 43, Technische Universität Darmstadt.
- Klarissa Klotschke, Benjamin Wagner, Andreas Pfnür (2022):** Potentials and challenges of agile project management in real estate development. In: Andreas Pfnür (Hrsg.),

Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 44, Technische Universität Darmstadt.

Andreas Pfnür, Yassien Bachtal, Kyra Voll und Felix Gauger (2022): Ökologische Nachhaltigkeit als Treiber der Transformation des Wohnens in Deutschland – Empirische Studie bei privaten Haushalten. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 45, Technische Universität Darmstadt.

Andreas Pfnür, Kyra Voll, Yassien Bachtal und Fabian Lachenmayer (2023): So wohnen wir in Zukunft: Wie die Digitalisierung das Wohnen verändert – Empirische Studie bei privaten Haushalten. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 46, Technische Universität Darmstadt.

Andreas Pfnür, Martin Christian Höcker (2023): Bürogebäude im Interessenkonflikt der Beschäftigten – Ergebnisse einer empirischen Befragung deutscher Büroarbeitenden. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 47, Technische Universität Darmstadt.

Andreas Pfnür, Jonas Rau (2023): Transformation deutscher Innenstädte aus Sicht der Eigentümer. Eine systematische Literaturanalyse. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 48, Technische Universität Darmstadt.

Andreas Pfnür, Fabian Lachenmayer, Yassien Bachtal und Kyra Voll (2023): So wohnen wir in Zukunft: Wie der soziodemografische Wandel das Wohnen verändert – Empirische Studie bei privaten Haushalten. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 49, Technische Universität Darmstadt.

Andreas Pfnür, Kyra Voll, Martin Christian Höcker und Yassien Bachtal (2023): Von der Pandemienotlösung zum Konzept multilokaler Arbeit – Empirische Studie zu den Erfahrungen der Beschäftigten für eine Zukunft an verteilten Arbeitsorten. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 50, Technische Universität Darmstadt.

Lukas Heidt (2023): Discussion Paper: Remote Work Konzepte – Definition und mögliche Klassifizierung. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 51, Technische Universität Darmstadt.

Andreas Pfnür, Jonas Rau (2024): Transformation der Innenstädte – Empirische Studie bei privaten Haushalten. Teil I: Nutzungskonzepte deutscher Innenstädte. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 52, Technische Universität Darmstadt.

Transformation der Innenstädte – Empirische Studie bei privaten Haushalten

Teil I: Nutzungskonzepte deutscher Innenstädte

Andreas Pfnür, Jonas Rau



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

Forschungszentrum Betriebliche
Immobilienwirtschaft



Prof. Dr. Andreas Pfnür (Hrsg.)
Institut für Betriebswirtschaftslehre
Fachgebiet Immobilienwirtschaft
und Baubetriebswirtschaftslehre
www.immobilien-forschung.de

**Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis,
Band Nr. 52, März 2024**

Zitierempfehlung:

Andreas Pfnür, Jonas Rau (2024): Transformation der Innenstädte – Empirische Studie bei privaten Haushalten. Teil I: Nutzungskonzepte deutscher Innenstädte. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 52, Technische Universität Darmstadt.

Hinweis zur vorliegenden Fassung:

Diese Version des Arbeitspapiers beinhaltet interne Überarbeitungen (Stand: Juni 2025) gegenüber der ursprünglichen Veröffentlichung vom März 2024. Die Anpassungen betreffen eine Vereinheitlichung der verwendeten Bezeichnungen für MOSAIC-Milieus und die durchgängige Verwendung eines „N“ zur Kennzeichnung von Stichprobengrößen (anstelle eines „n“). Diese Änderungen dienen der Verbesserung von Konsistenz und Lesbarkeit sowie die Einführung von Vorkategorien/Unterkategorien in Abbildung 17 und 41 zur Verbesserung der Struktur und Eindeutigkeit der Darstellung. Diese Änderungen dienen der Erhöhung von Konsistenz, Lesbarkeit und Klarheit. Die inhaltlichen Kernergebnisse der Studie bleiben davon unberührt.

Autoren:

Prof. Dr. Andreas Pfnür, Leiter des Fachgebiets Immobilienwirtschaft und Baubetriebswirtschaftslehre an der Technischen Universität Darmstadt und Gründer des Forschungscentrums Betriebliche Immobilienwirtschaft. pfnuer@bwl.tu-darmstadt.de

Jonas Rau, M. Sc., Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand am Fachgebiet Immobilienwirtschaft und Baubetriebswirtschaftslehre an der Technischen Universität Darmstadt. rau@bwl.tu-darmstadt.de

Weitere am Studienkonzept Beteiligte:

Christian Holthaus, Gründer und Geschäftsführer der coventury GmbH.
christian.holthaus@coventury.de

In Kooperation mit

Midstad Development GmbH



Kontakt:

Dr. Benjamin Wagner

Head of Corporate Development & Digital Transformation

info@midstad.com

Die Arbeit gibt die Sicht der Autoren wieder.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Studie mitunter auf die gleichzeitige Verwendung geschlechterspezifischer Sprachformen verzichtet, sondern stattdessen zum Beispiel das generische Maskulinum verwendet; dabei gelten sämtliche Personenbezeichnungen jeweils gleichermaßen für alle Geschlechter. Die Wahl dieser verkürzten Sprachformen hat lediglich redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertungen.

Forschungscenter Betriebliche
Immobilienwirtschaft



Impressum (V.i.S.d.P)

Prof. Dr. Andreas Pfnür

Fachgebiet Immobilienwirtschaft und Baubetriebswirtschaftslehre

Fachbereich Rechts- und Wirtschaftswissenschaften

Technische Universität Darmstadt

Hochschulstr. 1

64289 Darmstadt

Telefon +49 (0) 6151/16 – 24510

Telefax +49 (0) 6151/16 – 24519

E-Mail office-bwl9@bwl.tu-darmstadt.de

Homepage www.real-estate-research.org

ISSN-Nr. 1862-2291

März 2024

Management Summary

Die deutschen Innenstädte erleben gegenwärtig einen tiefgreifenden Strukturwandel, der die etablierten Konzepte der Immobilienwirtschaft, insbesondere die bislang vorherrschende Ausrichtung auf den Einzelhandel, infrage stellt. Dieser Wandel wird maßgeblich durch gesellschaftliche, technologische und ökologische Megatrends vorangetrieben. Auf diesen Wandel wurde in vielen deutschen Innenstädten augenscheinlich nicht ausreichend reagiert, was sich in Form von steigenden Leerständen und fallenden Mietpreisen für Einzelhandelsflächen – was das Risiko von Abwärtstrends (Trading-down-Effekte) mit sich bringt – zeigt. Dies erzeugt erheblichen Handlungsdruck für eine große Zahl an Immobilieneigentümern, die sich nun vor die Herausforderung gestellt sehen, ihre innerstädtischen Immobilienbestände an die veränderte Realität und den Bedarf der Bürger anzupassen. Den Eigentümern und der deutschen Volkswirtschaft als Ganzer droht ein Verlust des in Innenstädten investierten Kapitals. Im Zuge dessen stellt sich für die Eigentümer die wichtige Frage, wie sie ihre Immobilienbestände erfolgreich durch den nötigen Transformationsprozess führen können. Dieser Frage wird im Rahmen des Forschungsprojektes „Transformation der Innenstädte“ mit zwei Studien nachgegangen.

Nachfolgend sind zunächst die wichtigsten Ergebnisse der ersten Studie zum Thema „Nutzungskonzepte deutscher Innenstädte“ dargestellt. In Anschluss folgen die wichtigsten Ergebnisse der zweiten, im Arbeitspapier Nr. 53 des Fachgebiets Immobilienwirtschaft und Baubetriebswirtschaftslehre der Technischen Universität Darmstadt veröffentlichten Studie zum Thema „Bürgerpräferenzen zur Transformation von Innenstadtquartieren und -immobilien“. Beide Studien gehören im übergeordneten Sinn inhaltlich zusammen, sind aber methodisch und inhaltlich jeweils eigenständig aufgebaut.

Das Ziel der ersten Studie besteht darin, die Bedürfnisse, Wünsche und Erwartungen der Bürger an zukünftige Innenstädte zu verstehen. Darauf aufbauend werden Handlungsempfehlungen gegeben, um die deutschen Innenstädte in spannende, lebendige „Lieblingsorte“ zu transformieren, die gleichzeitig aber auch wirtschaftlich tragbar sind. Hierfür wurden die Bürger im Rahmen einer groß angelegten Befragung von deutschen Haushalten zur vergangenen Veränderung der Innenstadt, der Innenstadt heute und den zukünftigen Anforderungen an Innenstädte befragt. Insgesamt wurden 1.069 Bürger aus verschiedenen sozialen Milieus in ganz Deutschland befragt.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass deutsche Innenstädte zuletzt deutlich am Bedarf einer Mehrheit der Bürger vorbei entwickelt wurden. Essenzielle Bedürfnisse der potenziellen Nutzer werden bislang nicht befriedigt, wodurch sich Handlungsbedarf im Bereich der Funktionsausgestaltung ergibt. So wünschen sich 55 % der Bürger eine Attraktivitätssteigerung bei der Erholungs- und Freizeitfunktion der Innenstädte und jeweils 52 % in der Qualität des öffentlichen Raums sowie des Wohnens. Auch die Attraktivität des Einzelhandels spielt für 47 % der Befragten als Bürgermagnet weiterhin eine wichtige Rolle. Die Studienergebnisse

verdeutlichen, dass die Transformationspfade der Innenstädte individuell ausgestaltet werden sollten, da sie zum großen Teil von den lokalen Rahmenparametern der und denen der jeweiligen Nutzer (Milieus) der Innenstadt abhängen. Besonders deutlich zeichnen sich die milieuspezifischen Anforderungen an der Einzelhandelsfunktion ab: Während im Mittel über alle Befragten 47 % eine Attraktivitätssteigerung im Einzelhandel sie zukünftig öfters in die Innenstadt zieht, trifft dies in der Gruppe gut ausgebildeter wohlhabender Bürger nur bei 37 % zu, wodurch eine Attraktivitätssteigerung im Einzelhandel einen geringeren Magneteffekt auf dieses Milieu ausübt. Wohnen und (Büro-)Arbeit spielen dabei im zukünftigen Funktionsmix eine wichtige Rolle, die Innenstädte über die Woche und den Tag homogener auszulasten, und dadurch zu lebhaften Orten zu machen. Dass sich 39 %/26 % der befragten Bürger grundsätzlich vorstellen können in der Innenstadt zu arbeiten/wohnen unterstreicht das immense Potenzial, welches aus diesen Funktionen für die Wiederbelebung der Innenstädte, sofern der bedarfsgerechte Rahmen geschaffen wird, erwächst.

In Bezug auf die möglichen Angebote und Aktivitäten, welche den zuvor angesprochenen Funktionsmix unterfüttern, zeigen die Studienergebnisse, dass einige Angebote Pflichtbestandteile für Innenstädte darstellen, während andere das Potenzial haben die Bürger darüber hinaus zu begeistern. Konkret heißt das, dass grundlegende Angebote (bspw.: Nahversorgung 46 %; Versorgung mit Ärzten 45 %; Schulen 33 % der Befragten) für weite Teile der Bevölkerung Pflichtkriterien (Must-Be) in den Innenstädten darstellen, ohne die die Innenstadt als Ganzes abgelehnt wird. Auf der anderen Seite können das Individuelle, Lokale (bspw. lokale Produkte: 23 %; lokale Nahrungsmittel: 17 %) und die Möglichkeit den individuellen Charme der Stadt zu erleben (bspw. Mitmach-Manufakturen: 21 %; Open-Air Kinos: 19 %; lokale Künstler: 14 %) die Bürger begeistern. Innenstadtakeure müssen den Spagat zwischen notwendigen Angeboten und Angeboten, die die Bürger mitreißen und begeistern können, schaffen.

Die Studienergebnisse zeigen, dass die Attraktivitätssteigerungen der Innenstadt sowohl im Nutzungsmix der Immobilien (bspw. Freizeit für 55 %, Wohnen für 52 % oder Einzelhandel für 47 % der Befragten) als auch in der Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums (bspw. Qualität des öffentlichen Raums für 52 % oder Grün- und Freiflächen für 52 % der Befragten) notwendig sind. Die dies berücksichtigende, ganzheitliche Vision und Innenstadtstrategie gilt es von Seiten der Kommunen als Leitplanken für die Immobilieneigentümer vorzugeben. Kommunen haben damit die Chance, bedarfsgerechte und wirtschaftlich tragbare Innenstadtentwicklung zu initiieren. Dieser grundsätzliche Rahmen muss sich, datenbasiert, eng am Bedarf der betroffenen Bürger orientieren. Die Genehmigungsprozesse und Regelwerke müssen an dem Ziel der erfolgreichen Transformation der Innenstadt ausgerichtet werden und darüber hinaus müssen im Tandem mit den (langfristig und strategisch orientierten) Immobilieneigentümern Projekte mit Leuchtturmwirkung geschaffen werden. Einer symbiotischen Herangehensweise mit gegenseitigem Geben und Nehmen sollte Vorrang vor Alleingängen gewährt werden.

*Einen Überblick über die Kernerkenntnisse des **zweiten Teils der Studie** wird nachfolgend gegeben. Diese Studie baut auf der vorliegenden Studie auf und steht für interessierte Leserinnen und Leser ebenfalls zum Download auf www.real-estate-research.org bereit.*

Das Ziel dieser zweiten Studie besteht darin, die Bürgerpräferenzen bezüglich der Ausgestaltung des Innenstadtquartiers und des konkreten Nutzungsmixes von Innenstadtimmobilien zu verstehen. Die Studienergebnisse bieten damit eine erste Grundlage, welche im Dialog um die Innenstadtentwicklung und in zukünftigen Planungsverfahren strukturiert berücksichtigt werden kann. Die Bürgerpräferenzen bringen zum Ausdruck, in welcher Form die Nutzer ihre Bedürfnisse in den Innenstädten befriedigt sehen möchten. Im Rahmen einer groß angelegten Haushaltsbefragung mit über 1.000 Bürgern aus allen gesellschaftlichen Milieus wurden unterschiedliche Bürgerpräferenzen zu folgenden Teilbereichen abgefragt:

- zur Ausgestaltung des Innenstadtquartiers,
- zur (Finanz-)Ressourcenallokation bei der Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier,
- zu konkreten Flächenallokationen in einer Mixed-Use-Innenstadtimmobilie
- zur Flächenallokation der mittleren Geschosse der Mixed-Use-Innenstadtimmobilie.

Die Studienergebnisse zeigen deutlich, dass deutsche Bürger bei der Ausgestaltung von Innenstadtquartieren einen ausgewogenen Mixed-Use-Ansatz präferieren. Angebote für Shopping, Freizeit und Wohnen werden von den Bürgern am stärksten präferiert und liegen in ihrer Wichtigkeit nahe beieinander (Shopping: Rang 1 mit 5,5 % höherer Präferenzdeckung als Wohnen: Rang 3). Dass in Bezug auf das Innenstadtquartier mehr Stadtgrün (Rang 1 der präferierten Quartiers Elemente), ein fahrrad-/fußgängerfreundliches Layout (Rang 2) sowie der Fokus auf den ÖPNV (Rang 3) insgesamt am stärksten von den Bürgern präferiert werden, eröffnet Anknüpfungspunkte für die öffentliche Hand. Der öffentliche Raum als Aushängeschild der Innenstadt sollte von den Kommunen bedarfsgerechter im Sinne der erkannten Bürgerpräferenzen – multifunktional, grüner und fußläufig – transformiert werden. Überraschend war, dass die Bürgerpräferenzen zur Ausgestaltung des Innenstadtquartiers zeigen, dass sie kaum signifikante Unterschiede zwischen den Einkommen der Bürger und Milieus, wohl aber hinsichtlich der jeweiligen Stadt(-größe) aufweisen. Die Ausgestaltung des Quartiers ist damit keine Frage des Einkommens. Hieraus ergibt sich für die öffentliche Hand die Erkenntnis, dass bedarfsgerechte Innenstadtquartiersentwicklung den Bürgern und Milieus in der Gesamtheit zugutekommt.

Im Zuge der Betrachtung von Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier zeigen die Studienergebnisse, dass allen drei Dimension (Ökologie: 34,4 %, Soziales: 33,8 % und Ökonomie: 31,8 %) eine annähernd gleich hohe Bedeutung zugemessen wird, ökonomische Faktoren wie die Förderung lokaler Unternehmen über alle Dimensionen die zweithöchste Bürgerpräferenz erfahren. Auffällig ist, dass die Begrünung des Quartiers für 45 % der Befragten das wichtigste Element der Ökologie (vor technischen Lösungen mit 29 %) ist. Eine vermeintlich kostengünstige Gestaltungsentscheidung der öffentlichen Hand, in der am Grünanteil

gespart wird, könnte somit am Bedarf der Bürger vorbeigehen und gesamtwirtschaftliche Nachteile hervorrufen. Im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit ist für 35 % der befragten Bürger das Sicherheitsempfinden der wichtigste Aspekt. Auch der gesellschaftliche Austausch und Zusammenhalt ist für die Befragten ein wichtiger Bestandteil der sozialen Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier. Die Schaffung von Angeboten für Bürger mit niedrigen Einkommen und für alle Generationen wird von den Bürgern stark präferiert (Rang 2/3 in der sozialen Dimension). Diese Präferenzen bieten den Kommunen und der Politik wertvolle Erkenntnisse über die Präferenzen und den Bedarf der Bürger, um die Ressourcenallokation betreffend der Nachhaltigkeit mehrheitsfähig zu steuern.

Die Bürgerpräferenzen zur Flächenallokation in Innenstadtimmobilien wurden am Beispiel eines viergeschossigen Warenhauses mit Dachterrasse und Untergeschoss untersucht. Die Studienergebnisse verdeutlichen, dass der jeweilige Nutzungsmix stark von lokal individuellen Parametern geprägt wird (z. B. Einkommensklasse, Milieu). Dennoch wird dem Einzelhandel in erdgeschossnahen Lagen noch immer ein wichtiger Anteil der Flächenallokation zugeschrieben. Die Studienergebnisse belegen, dass abhängig vom umliegenden Angebot flankierende Nutzungen der Grundversorgung durch Nah- oder Gesundheitsversorgung im UG/EG oder 1. OG oder Gastronomie einen erheblichen Hebel zur Deckung der Präferenzen der Bürger bieten können. Dabei ist es wichtig, zu erwähnen, dass der kleinteilige günstige Einzelhandel mit Abstand am geringsten in den Geschossen präferiert wird. Die Studienergebnisse verdeutlichen damit, dass sich eine Nachnutzung um jeden Preis nicht empfiehlt. Die geringe Voreingenommenheit (2./3. OG mit dem geringsten Bedeutungsgewicht aller Geschosse) der Bürger zur Nutzung der mittleren Geschosse bietet im Gesamtkonzept das Potential, die verschiedenen Nutzungen innerhalb des Gebäudes auf kreative Art und Weise zu verknüpfen. Gastronomische Angebote wie Cafés (Gesamtrang 2) und Imbisse (Gesamtrang 3), aber auch die Gesundheitsversorgung werden hier am stärksten präferiert. Besonders auffällig ist, dass die konkrete Ausgestaltung der mittleren Geschosse kaum Unterschiede zwischen den Einkommensklassen oder Milieus aufweist. Damit bergen die mittleren Ebenen das Potenzial, nicht nur den „Kitt“ zwischen den Hauptnutzungen, sondern auch zwischen der Gesellschaft und Stadtmilieus zu stellen. Überraschend ist, dass den Nutzungen auf der Dachterrasse aus Sicht der Bürger – noch vor den Erdgeschosslagen – das höchste Bedeutungsgewicht zukommt (EG: 16 %; Dachterrasse: 18 %). Ein Blick auf die Dächer deutscher Innenstädte zeigt, dass hier ein immenses Potenzial bislang ausgelassen wird.

Einen integralen Bestandteil im neuen Nutzungsmix bilden gemäß den Studienergebnissen das Wohnen und die Büroarbeit. So werden, laut Studienergebnissen, Wohnkonzepte in den oberen Geschossen am stärksten und Büroarbeit am zweitstärksten präferiert. Spannend im Kontext der ersten Studie ist auch, dass der Wunsch der befragten Bürger in der Innenstadt zu arbeiten und zu wohnen deutlich steigt, nachdem sie sich ihren „Wunsch-Nachnutzungsmix“ erstellt haben. Zustimmungswerte steigen in Bezug auf das Wohnen von auf 39 % auf 62 % und in Bezug auf das Arbeiten von 57 % auf 64 % (Zustimmung in der ersten Studie

auf die Zustimmung in der zweiten Studie). Das verdeutlicht, dass die bedarfsgerechten Innenstädte immenses Potenzial haben, die aktuelle Landflucht im Wohnen abzumildern oder sogar umzukehren. Denn Wohnen und Arbeiten spielen – wie in der ersten Studie bereits gezeigt – eine bedeutende Rolle bei der durchgängigen Belebung der Innenstädte.

Damit präferenzorientierte und bedarfsgerechte Innenstadtimmobilien zur Belebung der Innenstadt beitragen können, ist eine übergeordnete strategische Ausrichtung der Kommunen und ihrer Planungsinstrumente und konkreten Genehmigungsprozesse notwendig. Dabei empfiehlt es sich, langfristig und strategisch orientierte Immobilieneigentümer, die mit ihren Entwicklungskonzepten optimal den Bedarf der Bürger unter Ausnutzung von Synergien/Kopplungseffekten decken, aktiv zu fördern. Konkret sind schnelle, einfache Genehmigungsverfahren und Flexibilität in der Durchführung notwendig, damit dies gelingen kann. Hierfür ist es zweckdienlich, die strategische Ausrichtung am Bedarf der Bürger und der Eingliederung in der Innenstadt als Teil des Genehmigungsprozesses zu institutionalisieren.

Keywords: Einzelhandel, Megatrends, Strukturwandel Transformation der Innenstädte, High-Street, Kano-Methode, Bedarfe in der Innenstadt, Präferenzmessung, (Vertikale) Mixed-Use-Entwicklung, Smart Growth

Danksagung

Wir möchten unseren herzlichen Dank bei Stephan Fanderl, Boris Hedde, Kevin Meyer, Jan Linsin, Nikolas Müller, Jan Schwarze, Aliena Trillig und ganz besonders Benjamin Wagner ausdrücken, deren Perspektiven diesen Forschungsbericht bereichert haben. Ihre wertvollen Einblicke, ihr Praxisinput sowie ihr Beitrag in der Reflexion der Ergebnisse waren von unschätzbarem Wert. Ihre Unterstützung war unermüdlich und hat einen wertvollen Beitrag zur Qualität und Tiefe dieser Arbeit geleistet. Wir sind dankbar für ihr Engagement und ihr Vertrauen in unser Projekt.

Inhaltsverzeichnis

Management Summary.....	I
Abbildungsverzeichnis	VII
Tabellenverzeichnis	X
Abkürzungsverzeichnis	XII
1 Einführung	1
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Zielsetzung und Aufbau der empirischen Studie.....	3
2 Methodisches Vorgehen und Darstellung der Stichprobe	6
2.1 Studienkonzeption und wissenschaftliche Vorgehensweise	6
2.2 Stichprobenzusammensetzung und Repräsentativität.....	9
2.3 Hinweise zum Auswertungskonzept	21
2.4 Kundenzufriedenheitsmessung mit der Kano-Methode.....	22
3 Studienergebnisse	25
3.1 Status quo der Innenstädte in Deutschland	25
3.1.1 Wahrnehmung der aktuellen Innenstadtveränderungen	27
3.1.2 Öffentliche Raum als Kernelement der Transformation der Innenstädte.....	31
3.1.3 Innerstädtische Mobilität im Fokus	37
3.1.4 Verschiebungen des Ortes der Funktionsausübung während Corona.....	41
3.1.5 Kopplungseffekte in der Innenstadt	45
3.1.6 Zwischenfazit zum Status quo der Innenstädte	53
3.2 Die neue Multifunktionalität der Innenstädte	58
3.2.1 Die von den Bürgern gewünschte Funktionsmischung in den Innenstädten ..	58
3.2.2 Analyse der zukünftigen Ausgestaltung der Innenstädte.....	63
3.2.3 Wohnen und arbeiten in der Innenstadt	85
3.2.4 Zwischenfazit zur Zukunft der Innenstädte.....	96
4 Zusammenfassung und Implikation der empirischen Ergebnisse	102
4.1 Lessons Learned für die öffentliche Hand	102
4.2 Lessons Learned für Eigentümer	105
Literaturverzeichnis	112
Bisher in dieser Reihe erschienen	115

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Aufbau der Forschungsinitiative	4
Abb. 2: Darstellung des Projektablaufes der Forschungsinitiative	5
Abb. 3: Wissenschaftliches Vorgehen im Zeitablauf	6
Abb. 4: Datenaufbereitungsprozess	9
Abb. 5: Persönliche Merkmale der Befragten	11
Abb. 6: Geografische Verteilung der Befragten	12
Abb. 7: Haushaltsbezogene Merkmale der Befragten	14
Abb. 8: Einkommen und ausgabenbezogene Merkmale der Befragten	17
Abb. 9: Innenstadtbezogene Merkmale	17
Abb. 10: Verteilung der Mosaic-Milieus innerhalb des Panels	20
Abb. 11: Zusammenfassung von Antwortausprägungen zu Top-/Bottom-3-Box-Werten ...	21
Abb. 12: gekürzte Kano-Skala	23
Abb. 13: Auswertungstabelle der Kano-Methode für die Produktanforderungen (vereinfacht)	23
Abb. 14: Darstellung der Produktanforderungen in der Studie	24
Abb. 15: Räumliche Nutzung im Innenstadtbereich 2019 – 2022 am Beispiel von Essen ..	25
Abb. 16: Veränderung der zeitlichen Nutzung der Innenstadt am Beispiel der Stiftstraße	26
Abb. 17: Rückblickende Veränderung von Innenstadtfunktionen	27
Abb. 18: Streuung der Antworten zur Veränderung der Attraktivität der Innenstadt bis heute	28
Abb. 19: Empfundene Attraktivitätsveränderung ausgewählter Milieus	29
Abb. 20: Nettopositive Veränderung der Stadtfunktionen in der Subgruppenbetrachtung nach Stadtgrößen	30
Abb. 21: Nettonegative Veränderung der Stadtfunktionen in der Subgruppenbetrachtung nach Stadtgrößen	31
Abb. 22: Bedürfnispyramide nach Maslow	32
Abb. 23: Bewertung der 12 „Urban Quality criteria“ von Jan Gehl	32
Abb. 24: Streuung der Antworten zur Veränderung der Attraktivität der Innenstadt bis heute	33
Abb. 25: Wahrnehmung des öffentlichen Raums aus der Sicht ausgewählter Milieus	34
Abb. 26: Bewertung der 12 "Urban Quality Criteria" von Jan Gehl in der Subgruppenbetrachtung nach Stadtgrößen	37
Abb. 27: Modalsplit in die Innenstadt und gewünschte zukünftige Veränderung an Wochentagen und am Wochenende	38
Abb. 28: Korrelationen des Modalsplit mit dem Wunsch in der Innenstadt zu leben/arbeiten	40

Abb. 29: Verschiebung des Funktionsausübungsortes an Wochentagen, Wochenenden/Feiertagen während der Corona-Pandemie	41
Abb. 30: Veränderung des Funktionsausübungsortes an Wochentagen, Wochenenden/Feiertagen in Nachbarstädten.....	45
Abb. 31: Verteilung des Besuchsgrundes Shopping	46
Abb. 32: Kopplungseffekte zum Shopping	46
Abb. 33: Verteilung des Besuchsgrundes alltäglicher Einkauf.....	47
Abb. 34: Verteilung des Besuchsgrundes Arbeit.....	47
Abb. 35: Kopplungseffekte zur Arbeit	48
Abb. 36: Verteilung des Besuchsgrundes Freizeit.....	49
Abb. 37: Verteilung des Besuchsgrundes Menschen treffen	49
Abb. 38: Verteilung des Besuchsgrundes Erholung	49
Abb. 39: Verteilung des Besuchsgrundes essen gehen	50
Abb. 40: Verteilung des Besuchsgrundes Ausgehen	50
Abb. 41: Verteilung des Besuchsgrundes Kunst und Kultur	51
Abb. 42: Wunsch nach zukünftigen Attraktivitätssteigerungen in den Innenstädten	58
Abb. 43: Streuung der Antworten zur notwendigen Attraktivitätssteigerung der Innenstadt	59
Abb. 44: Wunsch nach zukünftigen Attraktivitätssteigerungen in den Innenstädten nach Mosaic-Milieus.....	61
Abb. 45: Top-5-Wünsche nach zukünftigen Attraktivitätssteigerungen in den Innenstädten pro Stadtgröße	62
Abb. 46: Qualitätsfaktoren für Einzelhandel.....	64
Abb. 47: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Einzelhandel in der Innenstadt	65
Abb. 48: Qualitätsfaktoren für Einzelhandel ausgewählter Mosaic-Milieus	66
Abb. 49: Qualitätsfaktoren für Gastronomie	67
Abb. 50: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Gastronomie in der Innenstadt.....	67
Abb. 51: Qualitätsfaktoren für Gastronomie ausgewählter Mosaic-Milieus.....	69
Abb. 52: Qualitätsfaktoren für Gesundheit	70
Abb. 53: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Gesundheit in der Innenstadt	70
Abb. 54: Qualitätsfaktoren für Gesundheit ausgewählter Mosaic-Milieus.....	71
Abb. 55: Qualitätsfaktoren für Bildung.....	72
Abb. 56: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Gesundheit in der Innenstadt	73
Abb. 57: Qualitätsfaktoren für Bildung ausgewählter Mosaic-Milieus	74
Abb. 58: Qualitätsfaktoren für Weiterbildung nach Befragten, die in der Innenstadt wohnen/arbeiten wollen	75
Abb. 59: Qualitätsfaktoren für Bildung für Befragte mit Kindern, und die in der Innenstadt wohnen/arbeiten wollen	76

Abb. 60: Qualitätsfaktoren für Ökologie in der Immobilie	77
Abb. 61: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Ökologie in der Innenstadt.....	77
Abb. 62: Qualitätsfaktoren für Ökologie ausgewählter Mosaic-Milieus.....	78
Abb. 63: Qualitätsfaktoren für Freizeit in der Innenstadt	79
Abb. 64: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Freizeit in der Innenstadt	80
Abb. 65: Qualitätsfaktoren für Freizeit ausgewählter Mosaic-Milieus	81
Abb. 66: Qualitätsfaktoren für urbane Produktion.....	82
Abb. 67: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie urbane Produktion in der Innenstadt	83
Abb. 68: Qualitätsfaktoren für urbane Produktion ausgewählter Mosaic-Milieus	84
Abb. 69: In der Innenstadt arbeiten und wohnen	85
Abb. 70: Streuung der Arbeitsplatz- und Wohnortwahl Innenstadt	86
Abb. 71: Präferenzen ausgewählter Subgruppen zum Leben und Arbeiten in der Innenstadt	86
Abb. 72: Qualitätsfaktoren für Wohnen in der Innenstadt.....	87
Abb. 73: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Wohnen in der Innenstadt.....	88
Abb. 74: Qualitätskriterien für Wohnen in der Innenstadt nach Stadtclustern	89
Abb. 75: Barrieren für das Wohnen in der Innenstadt	90
Abb. 76: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Wohnen in der Innenstadt.....	90
Abb. 77: Barrieren für Wohnen in der Innenstadt auf Ebene der Stadtcluster	91
Abb. 78: Qualitätsfaktoren für Arbeit in der Innenstadt	92
Abb. 79: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Arbeit in der Innenstadt	93
Abb. 80: Qualitätsanforderungen in Bezug auf Arbeit in der Innenstadt auf Ebene der Stadtcluster	94
Abb. 81: Korrelationen der zukünftigen Nachfrage nach arbeitsbezogenen Items in der Innenstadt	95
Abb. 82: Anteil der Arbeitsorte von High Society.....	95

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Themenbereiche des Fragebogens.....	7
Tabelle 2: Beschreibung der Mosaic-Milieus	18
Tabelle 3: Bedeutung des Korrelationskoeffizienten	22
Tabelle 4: Elemente der Theory of Attractive Quality	22
Tabelle 5: Streuung der Veränderung der Attraktivität von Innenstadtfunktionen ausgewählter Mosaic-Subgruppen	28
Tabelle 6: Streuung der 12 urbanen Qualitätskriterien nach Jan Gehl ausgewählter Mosaic- Subgruppen	33
Tabelle 7: Streuung der 12 urbanen Qualitätskriterien nach Jan Gehl nach Stadtclustern	34
Tabelle 8: Korrelationen der Innenstadtfunktionen an Wochentagen.....	51
Tabelle 9: Korrelationen der Innenstadtfunktionen an Samstagen	52
Tabelle 10: Korrelationen der Innenstadtfunktionen an Feiertagen.....	52
Tabelle 11: Streuung der Veränderung der notwendigen Attraktivitätsveränderungen von Innenstadtfunktionen ausgewählter Mosaic-Subgruppen	60
Tabelle 12: Mit der Kano-Methode abgefragte Innenstadtmerkmale	63
Tabelle 13: Streuung Einzelhandelsbezogene Elemente der Innenstadt nach Mosaic- Subgruppen	65
Tabelle 14: Streuung gastronomiebezogener Elemente der Innenstadt nach Mosaic- Subgruppen	68
Tabelle 15: Streuung gesundheitsbezogener Elemente der Innenstadt nach Mosaic- Subgruppen	71
Tabelle 16: Streuung Einzelhandelsbezogene Elemente der Innenstadt nach Mosaic- Subgruppen	73
Tabelle 17: Streuung bildungsbezogener Elemente der Innenstadt nach Mosaic-Subgruppen	74
Tabelle 18: Streuung ökologiebezogene Elemente der Innenstadt nach Mosaic-Subgruppen	78
Tabelle 19: Streuung freizeitbezogene Elemente der Innenstadt nach Mosaic-Subgruppen	80
Tabelle 20: Korrelation zwischen Fragenbatterie Ökologie und urbaner Produktion.....	82
Tabelle 21: Streuung urbane produktionsbezogene Elemente der Innenstadt nach Mosaic- Subgruppen	83
Tabelle 22: Streuung der Präferenz des Wohnens und Arbeitens in der Innenstadt nach Mosaic-Subgruppen	86
Tabelle 23: Streuung der Präferenz des Wohnens und Arbeitens in der Innenstadt nach Stadtgröße.....	88
Tabelle 24: Streuung der Barrieren des Wohnens in der Innenstadt nach Stadtgröße.....	91
Tabelle 25: Streuung der Qualitätskriterien des Arbeitens in der Innenstadt nach Stadtgröße	93



Abkürzungsverzeichnis

BDSG	Bundesdatenschutzgesetz
bspw.	beispielsweise
DSGVO	Datenschutzgrundverordnung
et al.	et alii
Gen.	Generation
Hrsg.	Herausgeber
M	Mittelwert
MIV	motorisierter Individualverkehr
n	Anzahl der Beobachtungen
nMIV	nicht motorisierter Individualverkehr
Nr.	Nummer
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
S.	Seite
SD	Standardabweichung
z. B.	zum Beispiel

1 Einführung

1.1 Problemstellung

Spätestens seit der Covid19-Pandemie wird deutlich, dass sich die deutschen Innenstädte in einem tiefgreifenden Strukturwandel befinden. Zu beobachten ist, dass in vielen Teilen der Innenstädte die Passantenströme sich in ihrem Umfang und ihrer Zusammensetzung grundlegend verändern und gleichzeitig vielerorts der Einzelhandel in wirtschaftlichen Schwierigkeiten steckt oder sogar ganz schließen muss. Verursacht wird der Strukturwandel aktuell durch mehrere parallel stattfindende Megatrends, die sich gegenseitig in ihren negativen Wirkungen auf die Innenstädte verstärken (Superadditivität). Im Besonderen sind dies:

1. Die Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft

Aktuellen Umfragen zufolge wollen die Bürobeschäftigten zukünftig 60 % ihrer Arbeit von zuhause erledigen (vgl. Pfnür, Voll, et al., 2023, p. 38). Die Innenstadt verliert dadurch zunehmen ihre Bedeutung als Arbeitsort. Zusätzlich reduziert der wachsende Anteil des E-Commerce die Attraktivität der Innenstädte und in der Folge die Passantenströme.

2. Der sozio-demografische Wandel

Die deutsche Gesellschaft befindet sich mitten in einem gravierenden sozio-demografischen Wandel, der durch drei wesentliche Mechanismen gekennzeichnet ist, die alle für die Entwicklung der Innenstadt maßgeblich sind. Erstens verändert sich die demografische Situation. Deutschland wird älter und „versingelt“ zunehmend. Diese Trends werden durch eine verstärkte Zuwanderung langfristig nur in Grenzen ausgeglichen (vgl. DESTATIS, n.d.; IAB, 2020). Damit ändert sich die Passanten Struktur der Innenstadt maßgeblich. Zweitens geht die Einkommens- und Vermögensschere zwischen arm und reich immer weiter auf. Gleiches gilt für die Kaufkraft der Innenstadtbesucher. Drittens verändern sich die Lebensstile der Deutschen. Beispielsweise stellt eine stärkere Individualisierung sowie wachsendes Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein neue Anforderungen an die Aufenthaltsqualität der Innenstädte. Empirische Studien zeigen zudem, dass die Innenstadt ihre Attraktivität als Wohnort aktuell gravierende Einbußen verzeichnet (vgl. Pfnür, Lachenmayer, et al., 2023, p. 52). Während aktuell noch circa 8 % der Befragten in der Innenstadt wohnen, wünschen sich nur noch 3 % die Innenstadt als zukünftigen Wohnort.

3. Die wachsende Bedeutung ökologischer Nachhaltigkeit

Die aktuell steigenden Anforderungen an den Klimaschutz in Wirtschaft und Gesellschaft betreffen in besonderem Maße Gebäude, Verkehrssysteme und Stadtplanungs-

und Entwicklungskonzepte. Damit stehen auch die stark verdichteten Innenstädte im Fokus sich ökologisch anzupassen. Der Handlungsdruck geht sowohl von verschärften rechtlichen Anforderungen als auch den Erwartungen der Bürger aus. Im Ergebnis müssen die Innenstädte der Zukunft sich an den Klimawandel effizient anpassen, um ihre Aufenthaltsqualität zu erhalten und gleichzeitig die Treibhausgasemissionen zu reduzieren.

Die Geschehnisse der Covid-19-Pandemie haben auf alle drei Megatrends wie ein mächtiger Katalysator gewirkt, der die Entwicklung großer deutscher Innenstädte wie der Mönkebergstraße in Hamburg oder dem östlichen Teil der Frankfurter Zeil in eine noch stärkere Abwärtsspirale gestürzt hat.

Im Ergebnis befinden sich die deutschen Innenstädte inmitten eines Strukturwandels, welcher die dortigen immobilienwirtschaftlichen Wertschöpfungskonzepte, insbesondere die monofunktionale Ausrichtung auf den Einzelhandel, infrage stellt. Speziell der Wandel im Konsumverhalten und der zunehmende Onlinehandel sind wesentliche Symptome eines Transformationsprozesses in Wirtschaft und Gesellschaft, der sich erheblich auf die Innenstädte auswirkt. Dies verändert die Beziehung der Bürger zu ihrer Innenstadt. Beispielsweise ziehen sich einige für die Innenstädte essenzielle Milieus zunehmend aus gewissen Teilen der Innenstädte zurück (vgl. Müller & CBRE, 2023). Das bekommen die in den Innenstädten ansässigen Unternehmen in Form von sinkenden Umsätzen direkt zu spüren. Die Eigentümer von Innenstadtimmobilien stehen daher unter immensem Druck, der in der Regel mit massiven Vermögenswertverlusten einhergeht und nicht selten auch deren wirtschaftliche Überlebensfähigkeit bedroht. Der Bedeutungsverlust einer monofunktional auf den Einzelhandel ausgerichteten Innenstadt bedroht allerdings nicht nur die Immobilieneigentümer sondern die gesamte Funktionsfähigkeit der zentralen Lagen für die Stadtgesellschaft. Städte ohne Zentren – mit ihrer hohen Dichte, Zentralität und bestmöglichen Infrastrukturanbindung – sind historisch im dicht besiedelten Europa wohl kaum vorstellbar und stadtentwicklungspolitisch alles andere als wünschenswert (vgl. BBSR et al., 2021, p. 10ff).

Bislang gibt es kaum quantitative Untersuchungen, um die Wirkzusammenhänge zwischen dem Nutzungskonzept einer Innenstadt, ihrer Funktion sowie ihrem Erfolg aus gesellschaftlicher Sicht zu verstehen. In der vorliegenden Studie werden die Wirkungszusammenhänge durch die direkte Befragung der „Endnutzer“ der Stadt – anders ausgedrückt – die privaten Haushalte gemessen und bewertet. Dabei ist ein genaues Problemverständnis essenziell, um Alternativen für die zukunftsweisenden immobilienwirtschaftlichen Nutzungen der Gebäude entwickeln zu können. Zunehmende Leerstände treiben die Innenstädte in eine ökonomische

Abwärtsspirale. Wodurch kann dieser nicht nur in Deutschland, sondern weltweit zu beobachtenden Negativtrend durchbrochen werden? Die Antwort liegt in den Bedarfen und Wünschen der Stadtgesellschaft und deren Milieus an ihre Innenstadt. Nur nach der vollständigen Analyse der vergangenen Entwicklung, der Gegenwart und den Erwartungen der Milieus an die zukünftige Entwicklung der Innenstadt kann ein nachhaltige Transformationspfad der jeweiligen Innenstadt beschrritten werden. Nur durch wegweisende Nutzungskonzepte in Innenstadtimmobilien, die Bedarfe/Wünsche/Wirkungszusammenhänge berücksichtigen, lässt sich der gegenwärtige Abwärtstrend umkehren. Es entstehen Immobilien, die positiv auf ihr Umfeld und damit auf die Stadtbevölkerung und Funktionalität der Stadt einzahlen. Das Verständnis der Wirkzusammenhänge ist dabei nicht nur für die Immobilienwirtschaft, sondern für alle Stakeholder im Transformationsprozess der Innenstadt, insbesondere den Einzelhandel, die Gastronomie, weitere in der Innenstadt ansässigen Unternehmen, die Stadtplaner, Wirtschaftsförderer, Verkehrsplaner und Versorgungsunternehmen von essenzieller Bedeutung.

1.2 Zielsetzung und Aufbau der empirischen Studie

Zur Transformation der Innenstädte gibt es zahlreiche Meinungen diverser Akteursgruppen. Die Menge an quantitativen empirischen Daten der direkt betroffenen Bürger hingegen ist überschaubar. So existieren zwar quantitative Umfragen, die die Transformation der Innenstadt thematisieren, jedoch reichen die Daten nicht aus, um die abnehmende Innenstadtattraktivität in der notwendigen Granularität zu begründen. So können die Studien nicht erklären, warum bestimmte Milieus sich aus den Innenstädten zurückgezogen haben und andere diese weiterhin frequentieren. Im Kern steht die Frage, in welchen Punkten die Anforderungen der Milieus den Innenstädten entsprechen und in welchen Punkten die Innenstädte die Anforderungen der Milieus nicht bedienen können. Ebendiese Lücke soll die vorliegende quantitative Studie füllen.

1. Einen ersten Schwerpunkt bildet die Fragestellung nach den Gründen für das Fernbleiben spezifischer Milieu-Gruppen aus den Innenstädten.
2. Den zweiten Schwerpunkt setzt die Studie in der Identifizierung erster Ansatzpunkte zur Revitalisierung von Highstreet-Lagen. Verschiedene Funktionen und Nutzungsarten lösen dabei bei den Bürgern unterschiedliche Emotionen aus. Denn nur wer seine Zielgruppe kennt, kann daraufhin basierend handeln und die richtigen Schritte zur Transformation einleiten.

Ziel der Studie ist es also, ein tiefergehendes Verständnis für die Entwicklung der Innenstädte bis heute und notwendige zukünftig Entwicklung zu erhalten und daraus

Implikationen für die Akteursgruppen der öffentlichen Hand/Politik und insbesondere Immobilieneigentümer zu erarbeiten. Diese Implikationen sollen dabei einen praktischen Wert haben und zum konkreten Umdenken einladen.

Die Studie ist Teil der „Forschungsinitiative zur Transformation der Innenstadt“ (vgl. Abb. 2). Die im Nachgang genannten Schritte wurden in enger Zusammenarbeit mit der Forschungsprojektgruppe – die aus Experten von Midstat Development, CBRE und IFH Köln besteht – abgestimmt. Der Forschungsinitiative übergeordnet ist das Soundingboard mit zahlreichen Experten und Akteuren der Immobilienwirtschaft und anderen Disziplinen, mit denen die Ergebnisse besprochen und verifiziert werden (vgl. Abb. 1).



Abb. 1: Aufbau der Forschungsinitiative

In einem ersten Teilprojekte wurde eine Analyse von Passantenfrequenzen auf Basis von Handybewegungsdaten in mehreren deutschen Innenstädten durchgeführt (vgl. Müller & CBRE, 2023)¹. Auf die Teilprojektergebnisse und die sich daraus ergebenden Implikationen

¹ www.nikolasmueller.com

wird nachfolgend im Abschnitt 3.1 detailliert eingegangen. In einem parallel durchgeführten zweiten Teilprojekt wurde eine State-of-the-art-Analyse (vgl. Abb. 2) zu den Ursachen des im ersten Teilprojekt beobachteten Attraktivitätsverlust der Innenstädte durchgeführt. Ein besonderer Schwerpunkt der Analyse lag auf der Perspektive der Immobilienwirtschaft und Eigentümer im aktuellen Prozess. Hier wurde klar, dass Eigentümer – ungeachtet der essenziellen Rolle in der Transformation – nicht als gleichwertige Akteursgruppe am aktuellem Prozess involviert sind (vgl. Pfnür & Rau, 2023).

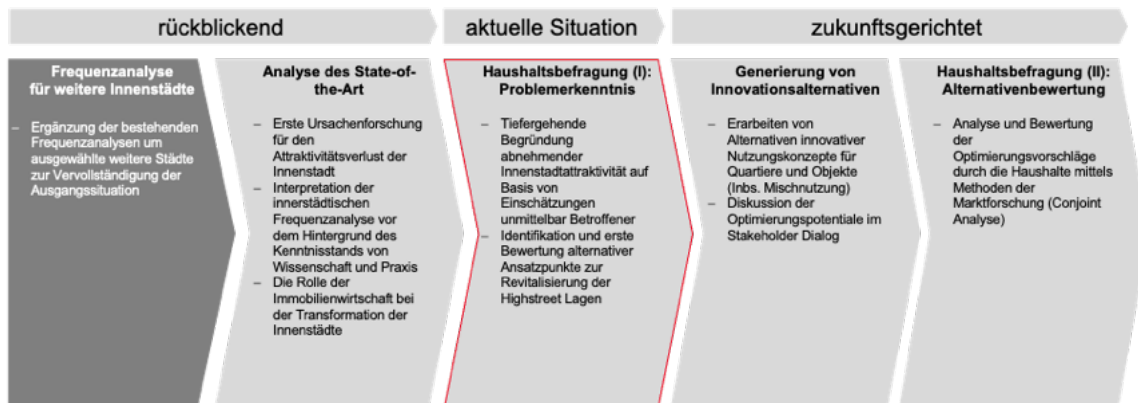


Abb. 2: Darstellung des Projektablaufes der Forschungsinitiative

Hier wurde auch die Notwendigkeit der multifunktionalen Innenstadt, die die aktuelle Debatte beherrscht und deren Elemente herausgestellt. Die Erkenntnisse führen zur ersten Haushaltsbefragung, in der vom Fachgebiet Immobilienwirtschaft und Baubetriebswirtschaftslehre eine großangelegte Befragung der deutschen Haushalte zur Veränderung in den Innerstädten und deren Ursachen durchgeführt wurde. Die Erkenntnisse sind Schwerpunkt dieser Studie. Die Inhalte der Befragung werden in kommenden Kapiteln dezidiert beschrieben. Die erste Haushaltsbefragung bildet als Vorbefragung das Fundament für den darauffolgenden Projektschritt, die Generierung von Innovationsalternativen. Hierbei werden die zukünftigen Anforderungen der Bürger an Ihre Innenstädte mit dem Interesse der Eigentümer und deren wirtschaftlichen Spielraum verschnitten.

2 Methodisches Vorgehen und Darstellung der Stichprobe

Zur besseren Einordnung der Studie werden vor der Darstellung der Ergebnisse in diesem Abschnitt das Studienkonzept und die Vorgehensweise vorgestellt sowie die Stichprobe beschrieben. Dabei wird insbesondere auf die Repräsentativität eingegangen. Zudem werden das Auswertungskonzept und die Analysemethoden dargestellt.

2.1 Studienkonzeption und wissenschaftliche Vorgehensweise

Die vorliegende Studie knüpft inhaltlich an das Arbeitspapier 48 (Transformation deutscher Innenstädte aus Sicht der Eigentümer. State-of-the-Art der wissenschaftlichen Diskussion) an, mit dem Ziel die Erkenntnisse empirisch zu testen und die Anforderungen der Bürger an zukünftige Innenstädte zu untersuchen.

Die zeitliche Einordnung der Studie wird in Abb. 3 visualisiert.

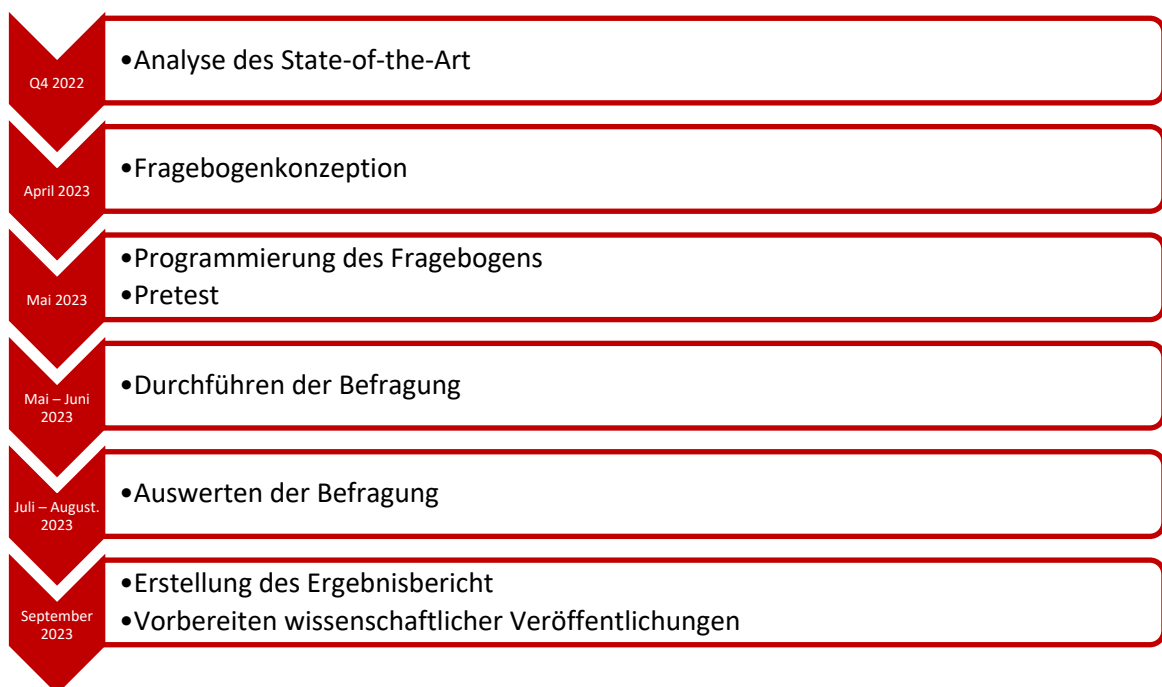


Abb. 3: Wissenschaftliches Vorgehen im Zeitablauf

Der Fragebogen wurde im April 2023 konzipiert. Im Anschluss wurde der Fragebogen programmiert und intern getestet. Im nächsten Schritt wurde der Fragebogen im Projektteam und mit einer kleinen Stichprobe getestet. Durch das iterative Vorgehen wurde der Fragebogen stetig optimiert. Die Hauptbefragung fand zwischen Mai und Juni 2023 statt. Aufgrund der hohen Informationsdichte erstreckte sich die Auswertung über den Zeitraum von Juli bis August 2023. Zunächst war die Erhebung als Vorbefragung für die zweite Haushaltsbefragung (vgl. Abb. 2) geplant. Aufgrund der gewonnenen Erkenntnisse die für sich alleine stehend einen erheblichen Gewinn für die Akteursgruppen darstellen, wurde dieser

eigenständige Bericht erstellt. Die Ergebnisse sind als übergeordnetes Orientierungsmittel zu verstehen. Da jede Stadt anderen bspw. räumlichen und soziodemografischen Rahmenbedingungen unterliegt, sind diese jeweils mit den lokalen Rahmenbedingungen abzugleichen.

Der Fragebogen bestand aus insgesamt fünf Teilbereichen, welche in Tabelle 2 dargestellt werden. Zunächst wurden die relevanten soziodemografischen Eigenschaften der Befragten erfasst, um Kontrollvariablen für spätere Subgruppenbetrachtungen zu haben sowie die Repräsentativität des Panels beurteilen zu können. Daraufhin wurde die Persönlichkeit mittels der BIG 5² und einem Konstrukt zur politischen Teilhabe im Innenstadtprozess abgefragt. In der Customer Journey in und zur Innenstadt stellt die in Themenbereich II abgefragten Bestandteile zum Mobilitätsverhalten einen wesentlichen Pfeiler für den Transformationspfad der Innenstädte dar. Ebenso spielt das Innenstadtquartier und speziell der öffentliche Raum – als erster Zwischenstopp in der Innenstadt – eine erhebliche Rolle im Gesamtkonstrukt der Innenstädte. Die aktuelle Situation hierzu wurde im dritten Block abgefragt. Um ein tiefergehendes Verständnis für die Eigenlogik von Innenstädten zu erhalten, wurde im ersten Teil des vierten Blocks die Besuchsgründe der Funktionen und die Veränderung des Ortes der Funktionsausübung abgefragt. Den Kern der Studie bildet der zweite Teil mit den in der Innenstadt notwendigen zukünftigen Veränderungen in Bezug auf die Funktionen, Nutzungen und Eigenschaften abgefragt wurden. Es wurde überprüft welche Anforderungen die Bürger an Mögliche Angebote und Ausgestaltungen in der Innenstadt stellen und inwiefern sie diese Angebote zukünftig mehr nutzen wollen. Dadurch können dezidierte Aussagen zum zukünftig gewünschten Bürgerverhalten in Bezug auf die Innenstadt getroffen werden, welche als Determinanten in die folgenden Projektschritte einfließen (vgl. Abb. 2).

Tabelle 1: Themenbereiche des Fragebogens

Ia	Soziodemografische Angaben
Ib	Persönliche Einstellung
II	Erreichbarkeit der Innenstadt
III	Quartier und öffentlicher Raum
IV	Aktivitäten in der Innenstadtimmobilie

Die Beantwortung der Fragen erfolgt zum großen Teil auf einer siebenstufigen Likertskala („trifft überhaupt nicht zu“ bis „trifft vollständig zu“). Begründet werden kann dies durch eine höhere Sensitivität, Reliabilität und Validität einer siebenstufigen Likertskala gegenüber einer fünfstufigen Likertskala (vgl. Cummins & Gullone, 2000; Preston & Colman, 2000, pp.

² Die BIG 5, auch als "Fünf-Faktoren-Modell" der Persönlichkeit bekannt, sind fünf grundlegende Persönlichkeitsdimensionen, nämlich Offenheit für Erfahrungen, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Verträglichkeit und Neurotizismus, die dazu verwendet werden, die Persönlichkeitsmerkmale einer Person zu beschreiben und zu messen.

1–15). Im Hauptteil (Block IV) wird im Zusammenhang mit der Auswertung nach der Kano-Methode eine zweiteilige dreistufige Skala genutzt (vgl. Kapitel 2.4).

Die Studie ist empirischer Natur. Befragt wurden Bürger in Deutschland. Die Onlinebefragung wurde mit LimeSurvey durchgeführt, einem deutschsprachigen Anbieter, welcher datenschutzkonforme Onlinebefragungen nach DSGVO und BDSG zusichert (LimeSurvey, 2023). An der Durchführung der Studie war die conventury GmbH beteiligt. Die Stichprobe wird über die Onlineplattform Clickworker.de generiert. Clickworker.de ist eine Crowd-basierte Community, welche nach eigenen Angaben über circa 400.000 deutschsprachige Clickworker verfügt. Ergänzend zu integrierten Kontrollfragen soll durch Aussortieren von Bots und automatisiertem Antwortverhalten die Qualität bestmöglich sichergestellt werden. Ebendiese Community bietet den Vorteil einer hohen Verfügbarkeit geeigneter Befragungsteilnehmender. Deren Vorqualifizierung erfolgt durch die Registrierung und Qualifikation, die sie bei Clickworker.de durchführen müssen. Clickworker.de hat sich bereits in anderen Marktstudien und wissenschaftlicher Forschung in den letzten Jahren bewährt. Nach vollständigem Abschluss der Umfrage erhielten die Teilnehmenden eine Incentivierung. Diese lag zunächst bei 4,50 Euro pro Teilnehmer und wurde später auf 5,00 Euro erhöht. Nach dem Pretest lief die Befragung über 26 Tage vom 17.05.2023 bis zum 12.06.2023. Die gewonnenen Erkenntnisse wurden im Rahmen des Reflexionsprozesses unter anderem in Expertenrunden mit den Projektbeteiligten und Vertreter der Unternehmenspraxis diskutiert.

2.2 Stichprobenzusammensetzung und Repräsentativität

Die Stichprobe umfasst Bürger, die in Deutschland leben. Die initiale Bruttostichprobe beinhaltet $N = 1.069$ Beobachtungen. Um die Qualität der Beobachtungen und damit einhergehend auch die Qualität der folgenden Analysen zu gewährleisten, wurde zunächst eine umfassende Datenaufbereitung vorgenommen (vgl. Abb. 4). Zur Aufbereitung und Auswertung des Datensatzes wurde die Software IBM SPSS genutzt.

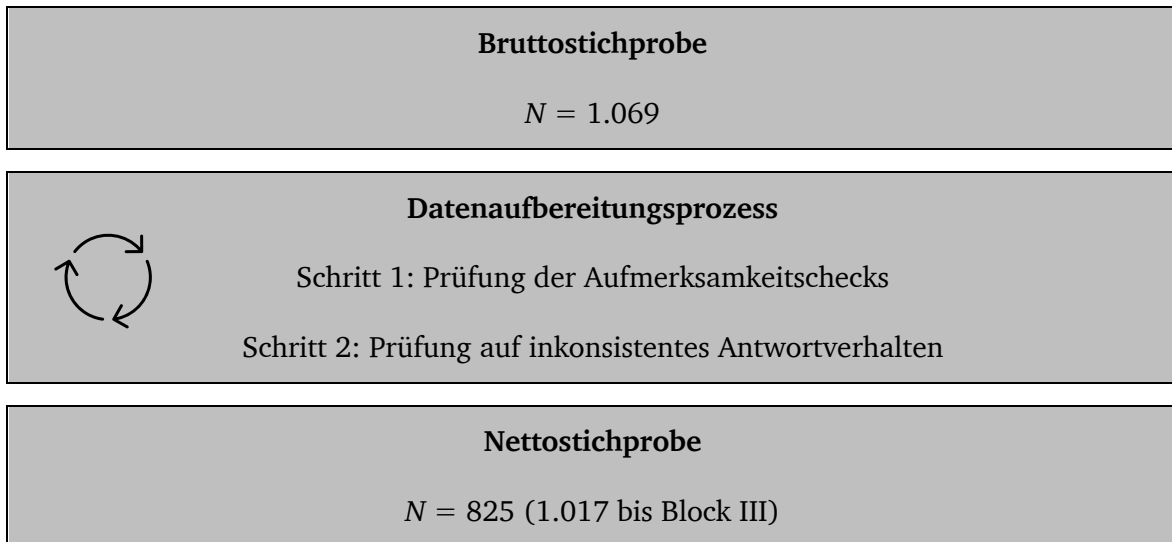
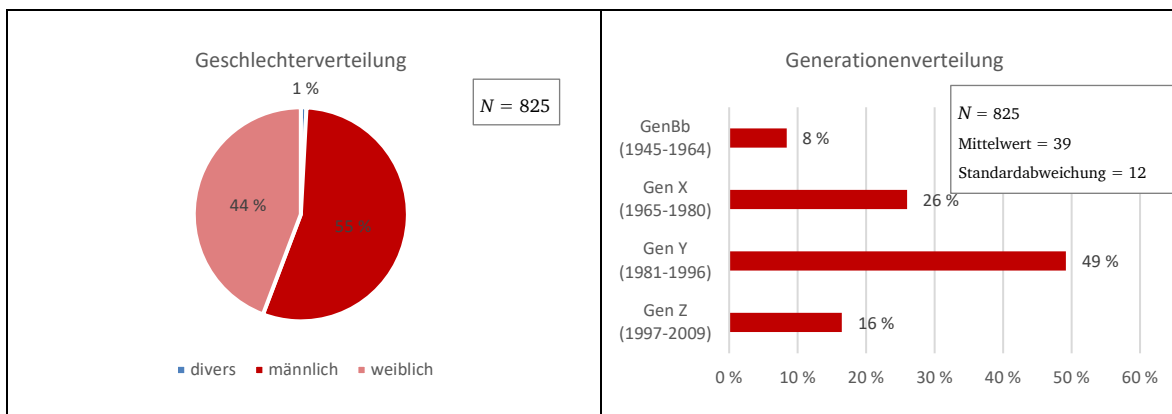


Abb. 4: Datenaufbereitungsprozess

Bei der Erstellung des Fragebogens wurden zwei Aufmerksamkeitschecks integriert, welche im Datenset der Bruttostichprobe ausgewertet und überprüft wurden. Bei Nichtbestehen bei der Aufmerksamkeitschecks wurde die Beobachtung aus dem Datensatz entfernt. Im nächsten Schritt folgte eine Prüfung auf inkonsistentes Antwortverhalten, welche im Wesentlichen auf den soziodemografischen Angaben der Befragten beruht.

Die Nettostichprobe umfasst $N = 1.017$ Beobachtungen bis zum Block III und danach $n = 825$ Beobachtungen (aufgrund von Abbrechern). Die Stichprobe über 825 Beobachtungen wird im Folgenden durch persönliche, haushaltsbezogene und arbeitsbezogene Merkmale beschrieben. Einen Überblick über die persönlichen Merkmale bietet



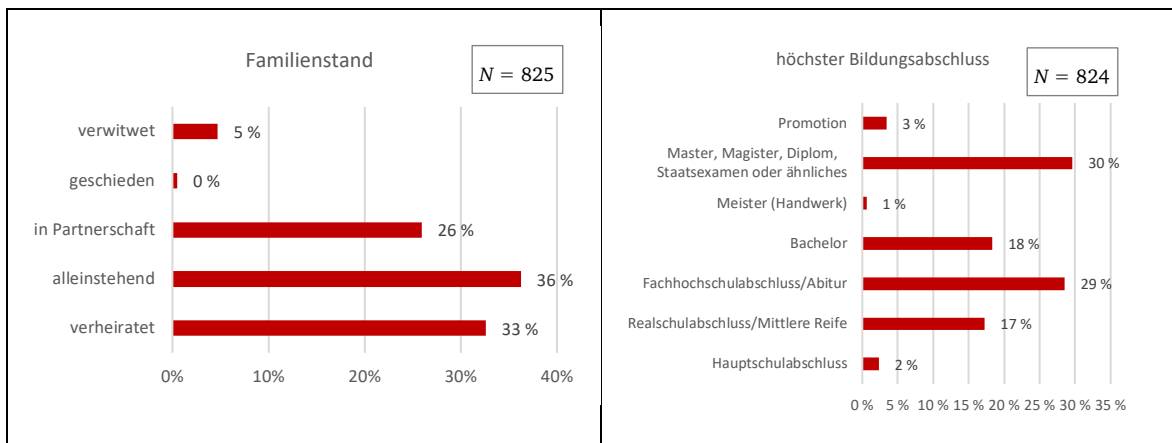
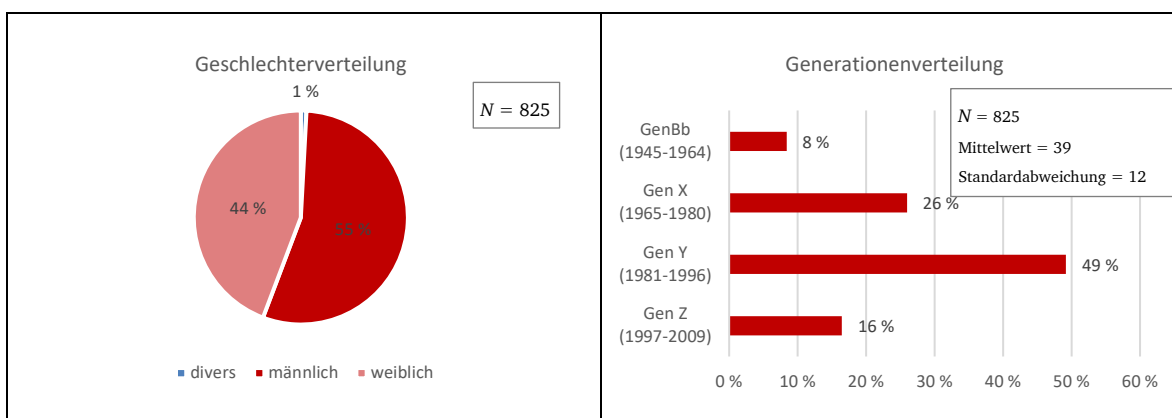


Abb. 5. Die Stichprobe besteht zu 55 % aus männlichen, zu 44 % aus weiblichen Befragten. 1 % der Befragten ordnen sich bei der Geschlechterangabe divers ein. Im Mittel sind die Befragten 39 Jahre alt mit einer Standardabweichung von 12 Jahren. Der jüngste Befragungsteilnehmende ist 18 Jahre und der Älteste 76 Jahre. Zur leichteren Klassifizierung wird in diesem Bericht nachfolgend eine Unterteilung der Alters-Häufigkeitsverteilung nach Generationen vorgenommen. Dabei wird ausschließlich auf Befragungsteilnehmende gewisser Altersgruppen Bezug genommen. Die Altersgruppe der 18- bis 26-jährigen Befragten beträgt 16,4 % (Generation Z). 49,3 % sind zwischen 26 und 40 Jahre alt (Generation Y), 26,0 % sind zwischen 41 und 55 Jahre alt (Generation X) und 8,3 % sind älter als 55 Jahre (Generation Babyboomer). Die Ergebnisse deuten auf eine akademische Stichprobe hin. So besitzen 30 % der Befragten einen Masterabschluss, Magister oder Diplom, 18 % geben den Bachelor als aktuell höchsten Bildungsgrad an und 2 % sind promoviert bzw. habilitiert.



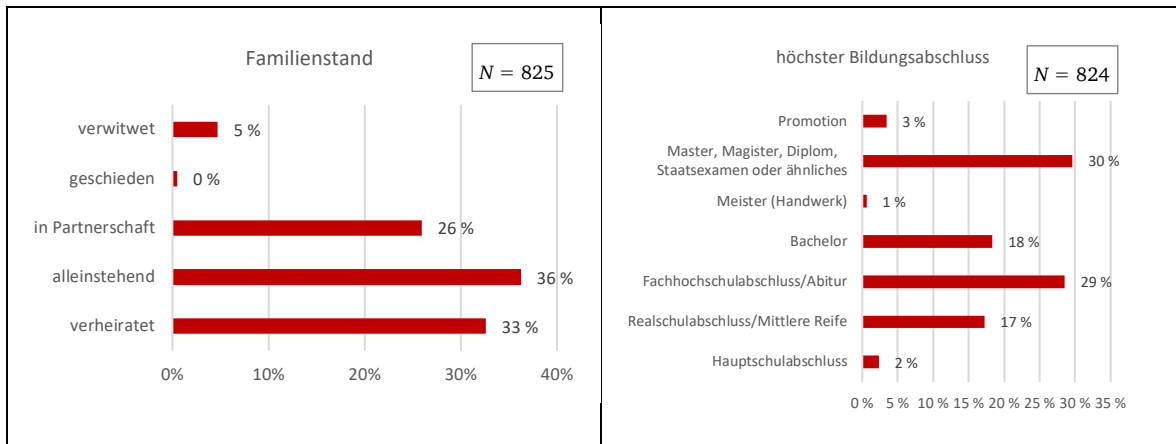


Abb. 5: Persönliche Merkmale der Befragten

Im Vergleich zum deutschen Schnitt von 49 % (vgl. DESTATIS, 2023d) ist der Anteil männlicher Befragter mit 55 % (vgl.

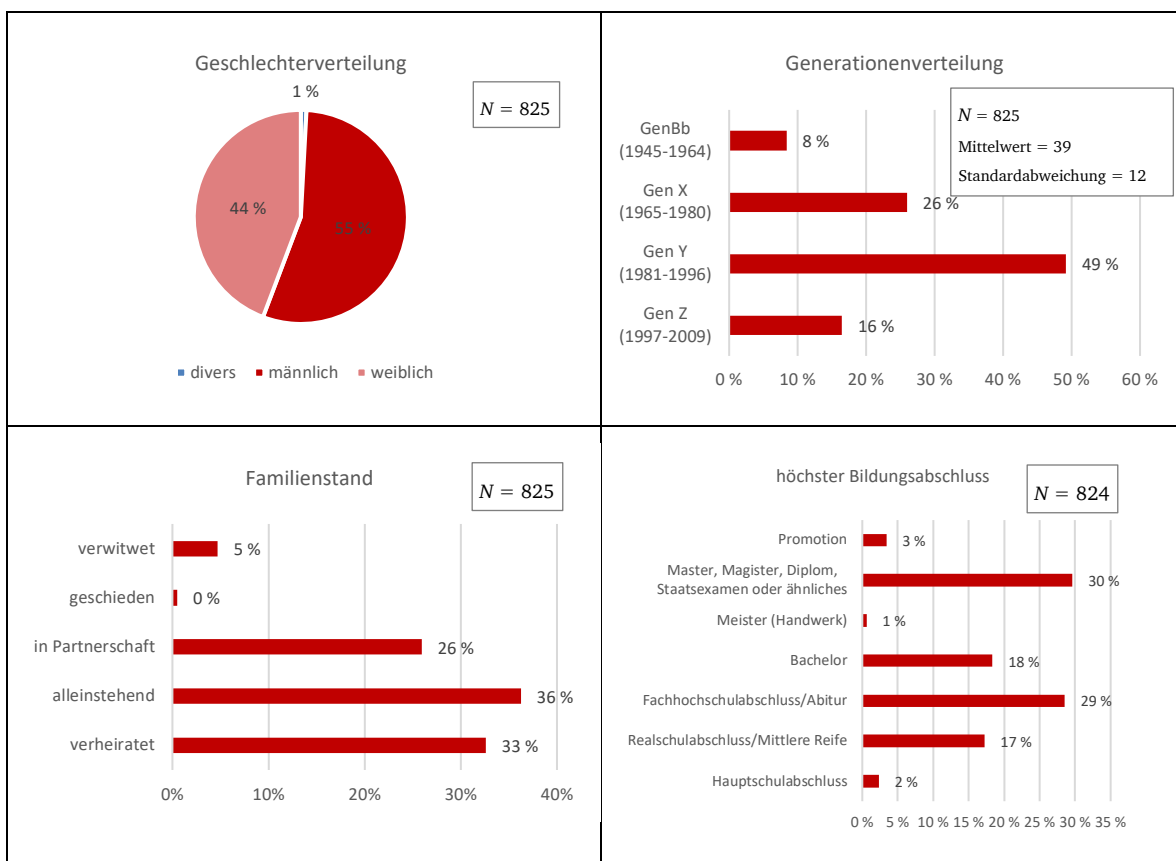


Abb. 5) leicht überrepräsentiert aber noch im Rahmen. Mit einem Durchschnittsalter von 39 Jahren ist das Panel im Vergleich zum deutschen Schnitt mit einem Durchschnittsalter von 45 jünger (vgl. BiB, 2022). Die Gründe für das jüngere Panel lassen sich in der Erhebungsmethode finden. Durch die Onlineumfrage können ggf. ältere Bürger nicht im selben Maß erreicht werden. Da die aus der Umfrage generierten Implikationen und Handlungsempfehlungen Zukunft gerichtet sind, ist das verhältnismäßig junge Panel zielführend. In Deutschland lebten in 2022 ca. 41 % der Bürger in einer Ehe oder Lebenspartnerschaft (vgl.

DESTATIS, 2023c) und damit mehr als im Panel. Da nicht zu erwarten ist, dass der Familienstand wesentliche und direkten Auswirkungen auf die in diesem Papier untersuchten Themen haben wird, kann diese Überrepräsentation vernachlässigt werden. Das Panel weist insgesamt einen höheren Anteil an Akademikern auf, was im weiteren Verlauf, insb. Bei der Einordnung der Ergebnisse, beachten werden muss.

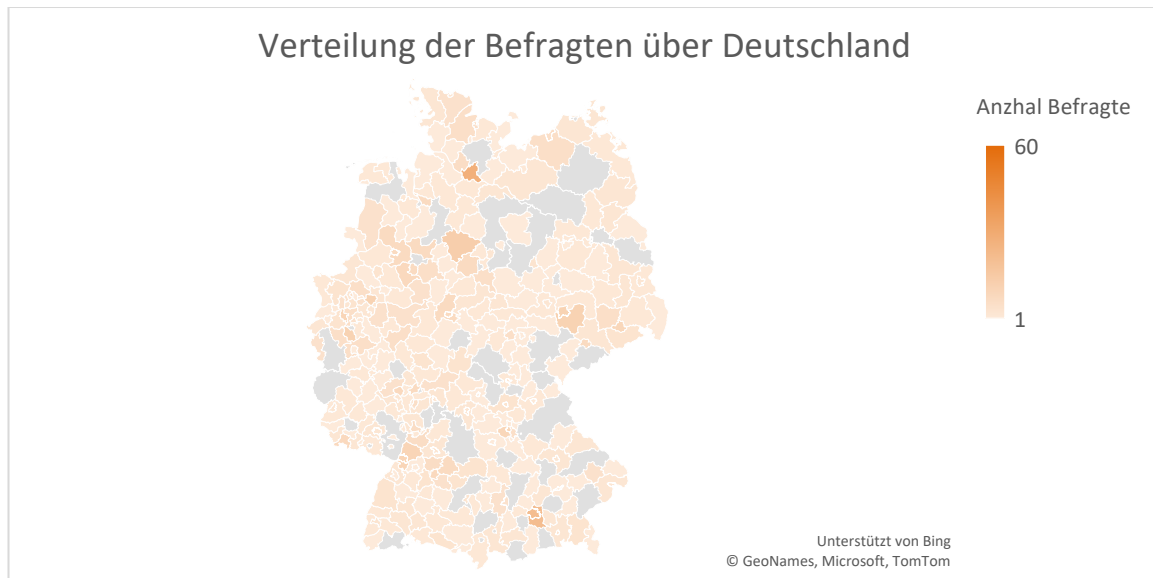


Abb. 6: Geografische Verteilung der Befragten

Bei dieser Studie wurden Bürger in ganz Deutschland befragt. Punktuelle geografische Konzentrationen sind für Berlin (6 % der Befragten), Hamburg (3 % der Befragten), München (2 % der Befragten) und für die Region Hannover (2 % der Befragten) zu beobachten. Leichte Differenzen in der regionalen Verteilung zwischen Grundgesamtheit und Stichprobe sind kaum zu verhindern, grundsätzlich zeigt sich jedoch ein annähernd repräsentatives Bild der Wohnorte der Probanden für die Grundgesamtheit.

Neben den persönlichen Merkmalen wurden die Teilnehmenden in der Befragung auch gebeten einige haushaltsbezogene Angaben zu machen. Die durchschnittliche Haushaltsgröße liegt bei 2,42 Personen mit einer Standardabweichung von 1,20. Während rund jeder fünfte Befragte allein lebt (25 %), geben 35 % der Befragten an in einem Zweipersonenhaushalt zu wohnen. 20 % leben in einem Dreipersonenhaushalt, 15 % in einem Vierpersonenhaushalt und 5 % leben mit 5 Personen oder mehr in einem Haushalt. Darüber hinaus geben 19 % der Befragten an Kinder zu haben, von denen der Großteil im Kindergartenalter ist (vgl.

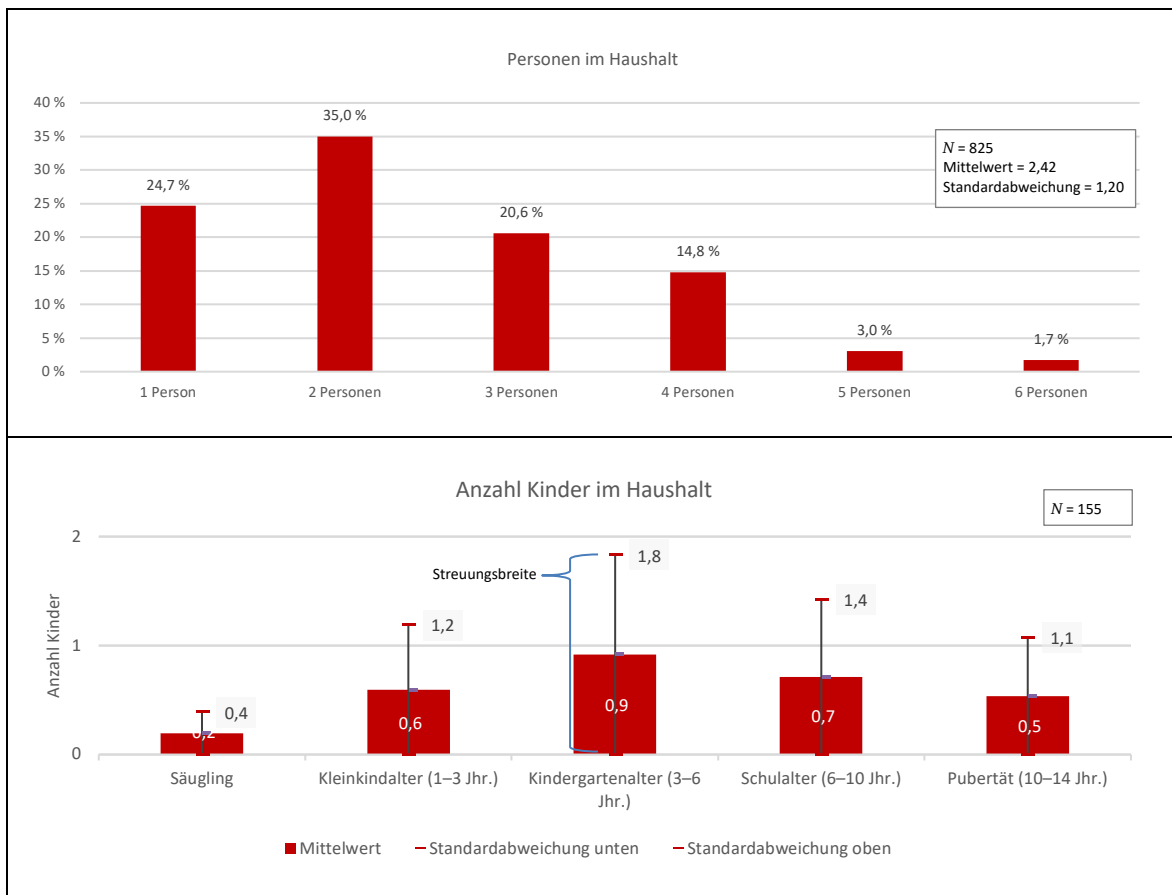
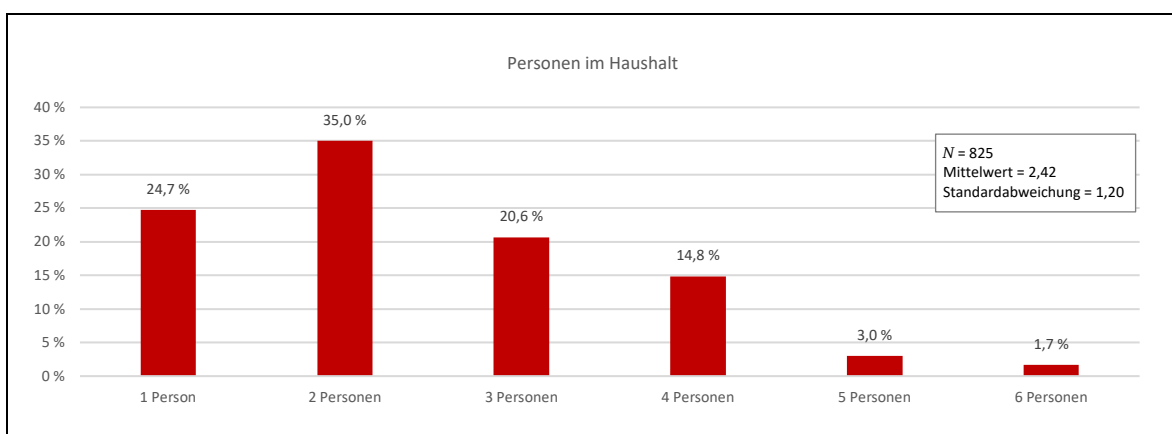


Abb. 7).

Bezogen auf den Anteil der 2-Personenhaushalte spiegelt das Panel den deutschen Schnitt von 34 % sehr gut wider (vgl.



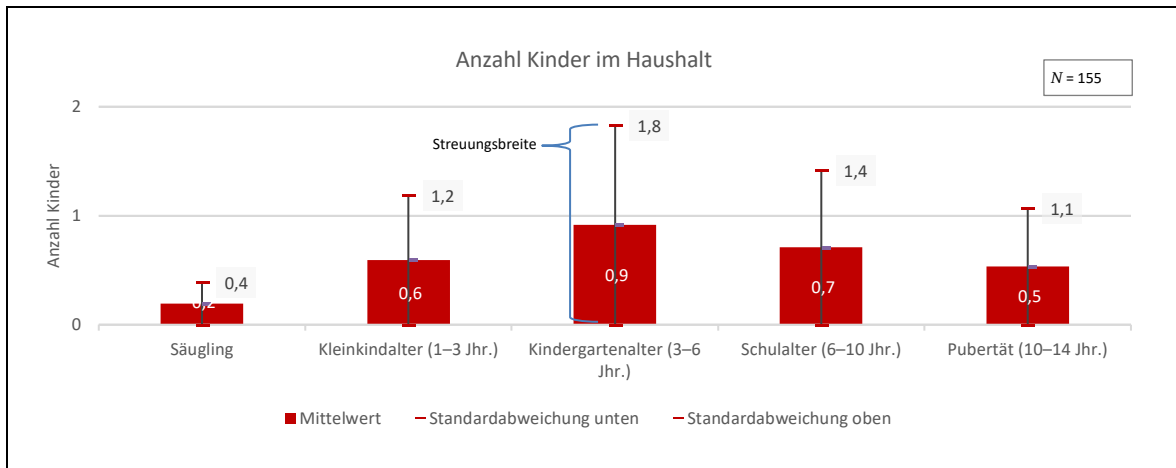


Abb. 7), die Anzahl der Einpersonenhaushalte ist im Panel allerdings unterrepräsentiert (vgl. DESTATIS, 2023e). Dennoch liegt die durchschnittliche Haushaltsgröße mit knapp 2 Personen pro Haushalt nur knapp unter der des Panels (vgl. DESTATIS, 2023a).

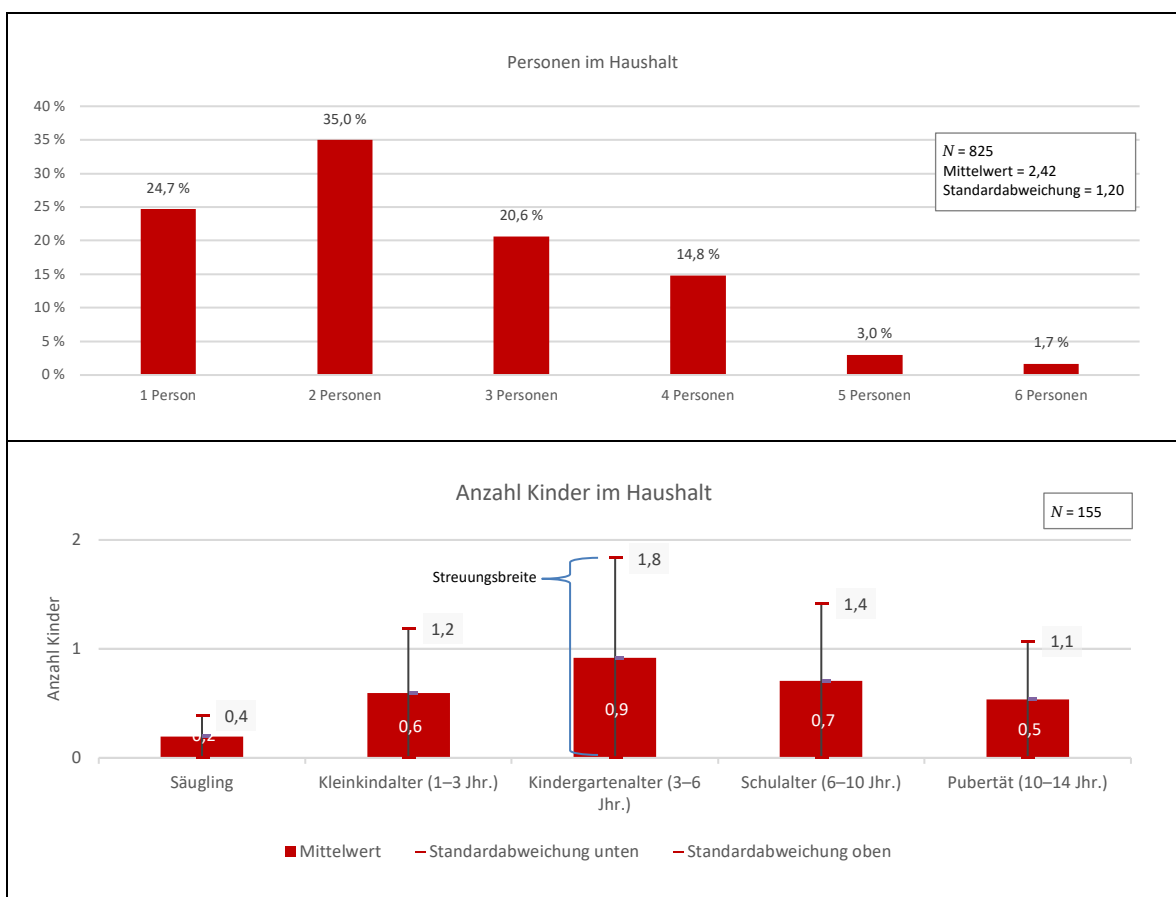


Abb. 7: Haushaltsbezogene Merkmale der Befragten

Als weitere haushaltsbezogene Merkmale wurden den Teilnehmern Fragen zum Einkommen und den Ausgaben gestellt, die nachfolgend dargestellt werden. Der Median der Haushaltsnettoeinkommen im Panel liegt zwischen 4.001 und 5.000 € (vgl.

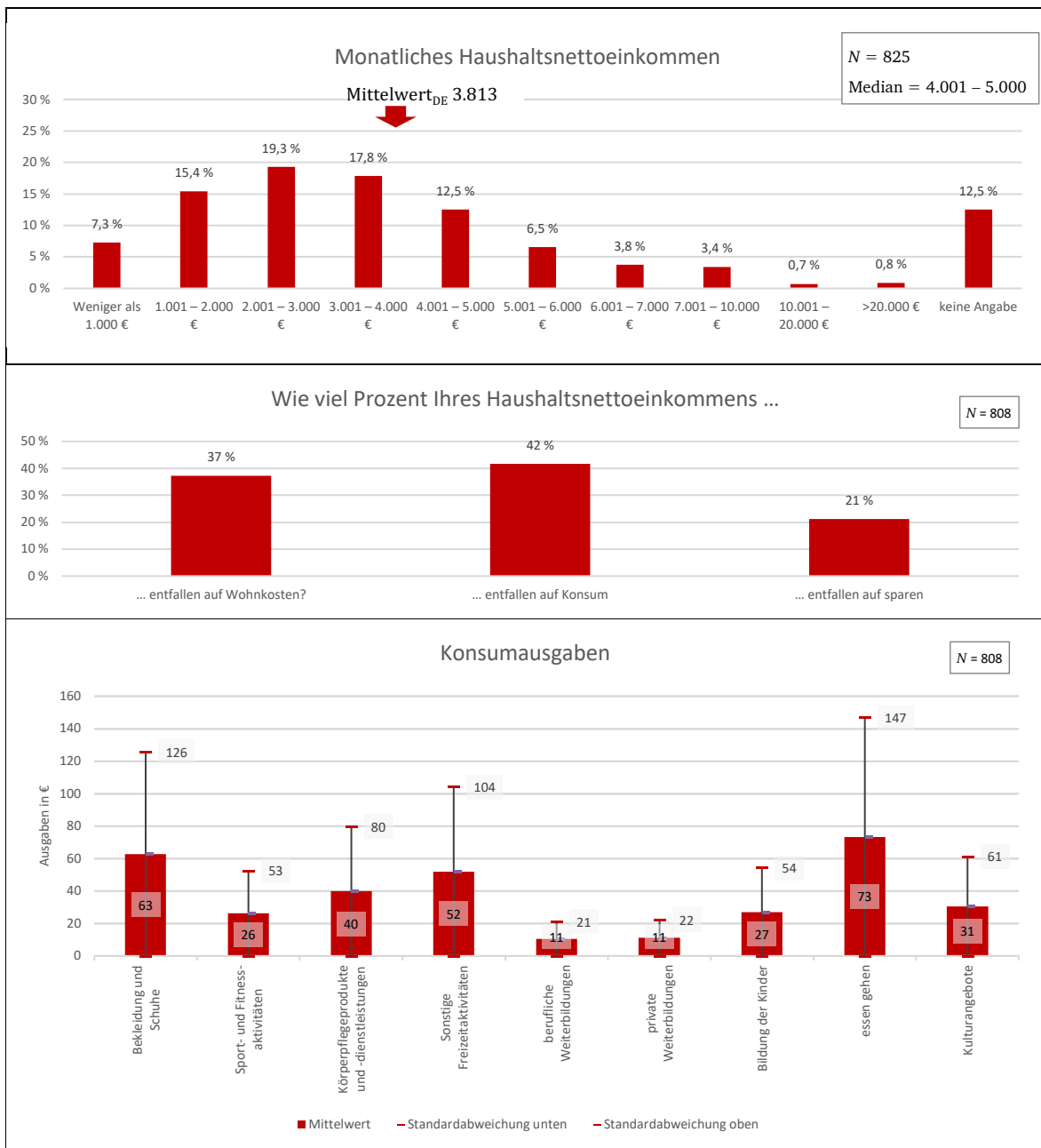
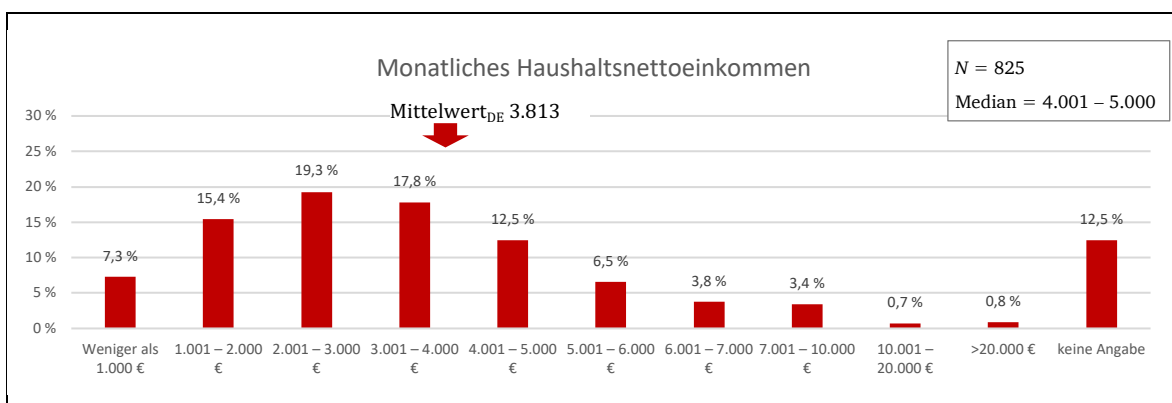


Abb. 8). Das deutsche mittlere Haushaltsnettoeinkommen beträgt 3.813 € und liegt damit leicht unter dem Median des Panels (vgl. DESTATIS, 2022b). Das Einkommen des Panels fließt im Schnitt zu 37 % in Wohnkosten, zu 42 % in Konsum und 21 % werden gespart (vgl.



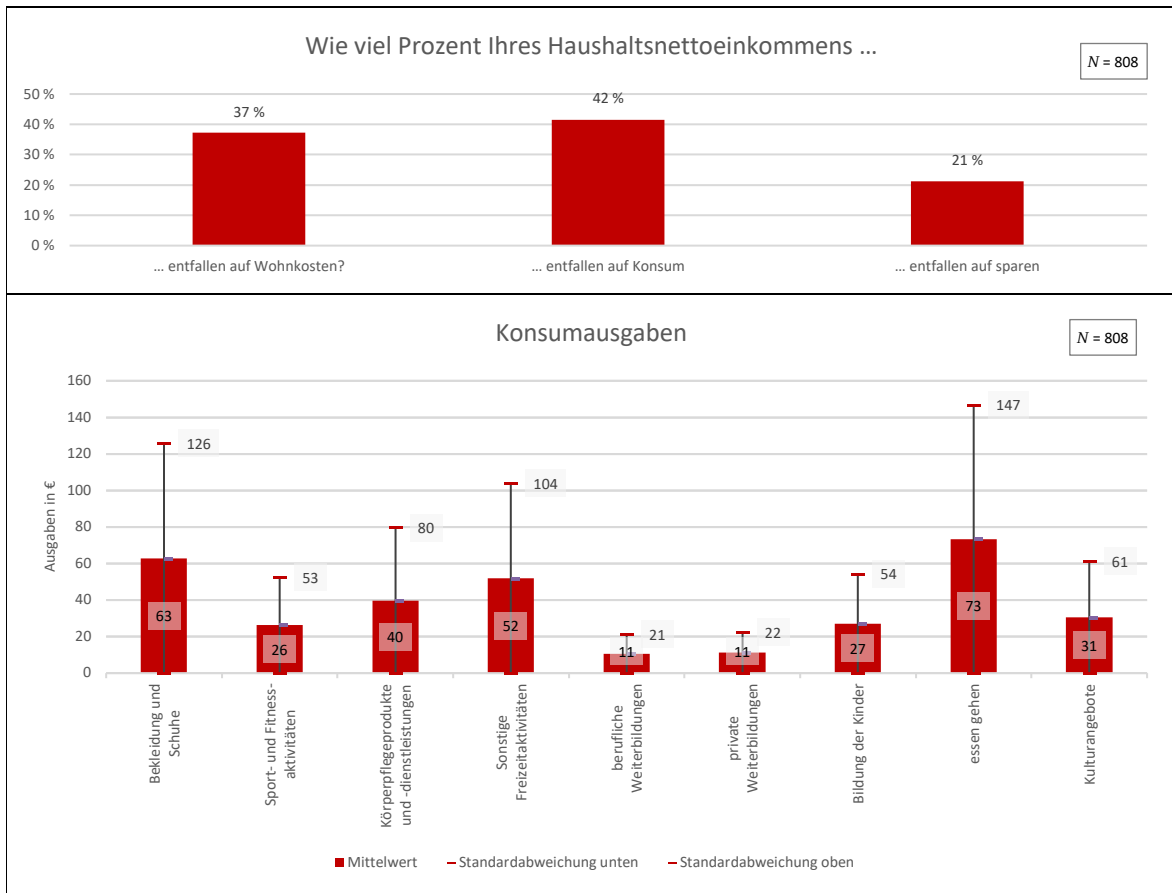
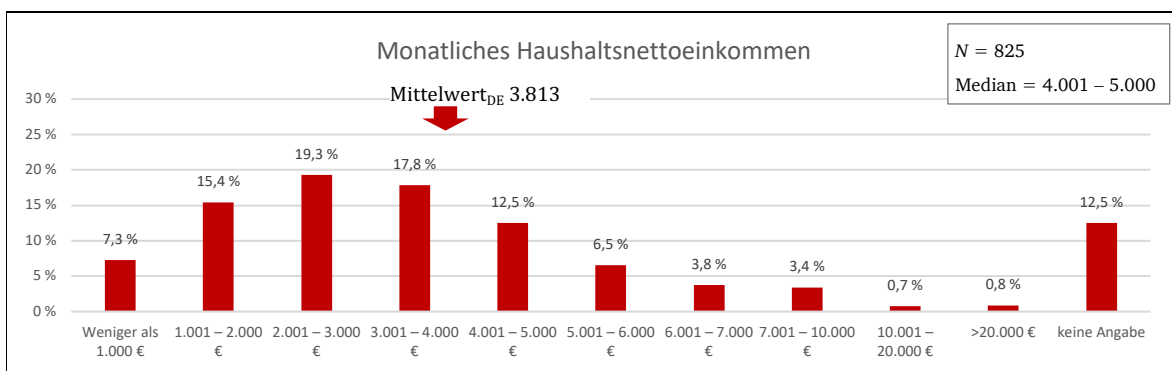


Abb. 8). Damit sparen die Befragten durchschnittlich doppelt so viel wie der deutsche Schnitt (DESTATIS, 2022a). Die Belastung durch Wohnkosten liegt im Panel über dem deutschen Schnitt von 25 % (vgl. DESTATIS, 2023b). Die Abweichungen sind in der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen.

Im Schnitt geben die Befragten knapp 63 € für Bekleidung und Schuhe bei einer Standardabweichung von 61 € aus. Für Essen gehen werden monatlich im Schnitt 73 € bei einer Standardabweichung von 70 € veranschlagt.



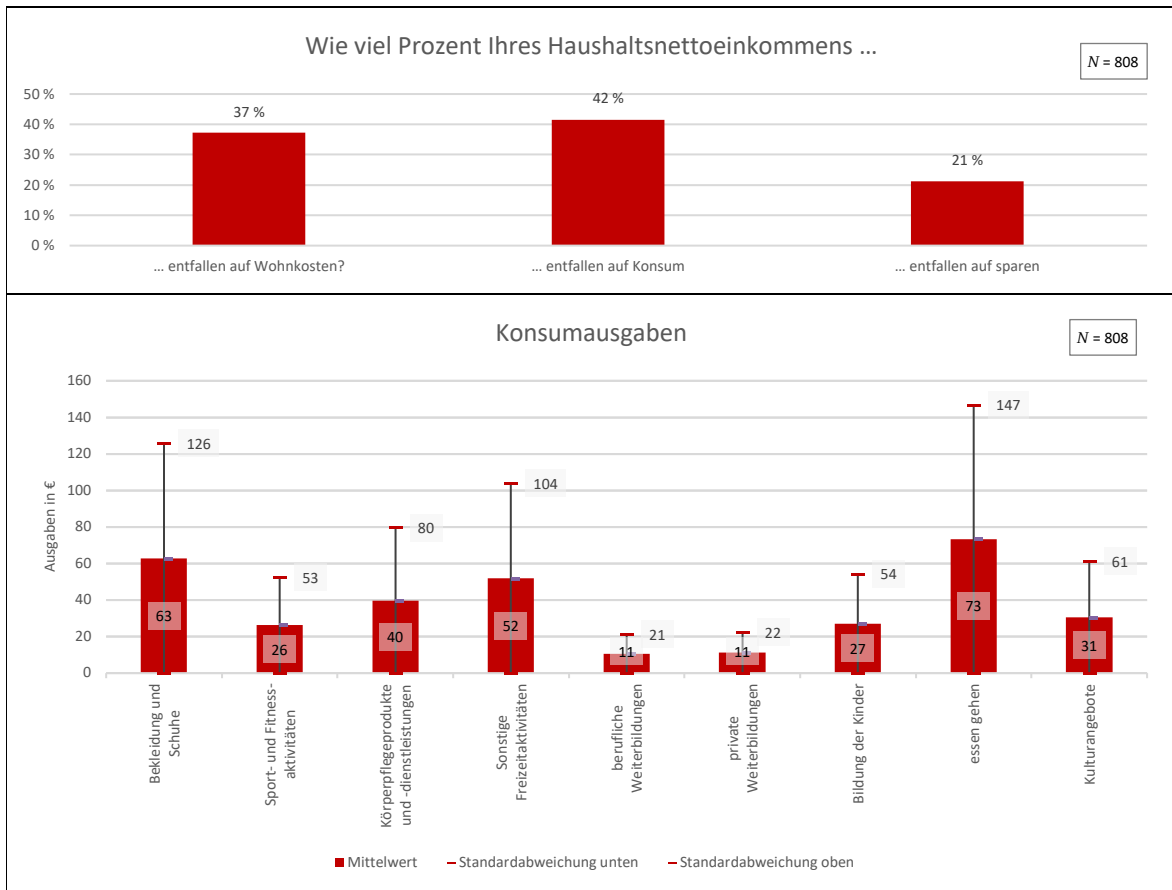


Abb. 8: Einkommen und ausgabenbezogene Merkmale der Befragten

Die befragten Bürger wurden zu Anfang des Fragebogens gebeten ihre präferierte Innenstadt zu nennen, diese wurde im Nachgang mit den Stadtklassen nach RIWIs® abgeglichen. Es zeigt sich, dass die meisten Bürger Innenstädte kleinerer Städte bevorzugen (47,4 %). Gefolgt von den Top-7-A-Städten mit 22,1 %, B-Städten mit 16,6 % und C-Städten mit 13,9 % (vgl. Abb. 9).

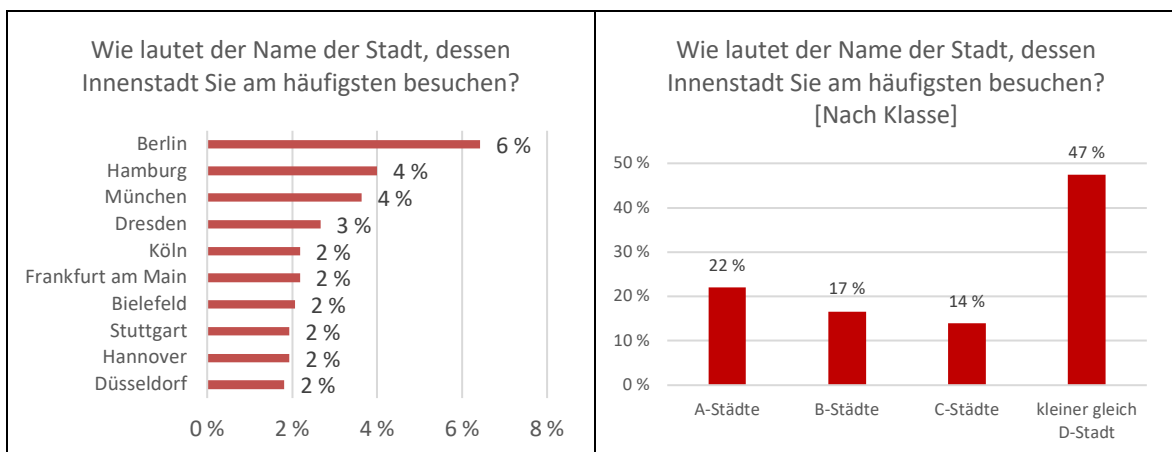


Abb. 9: Innenstadtbezogene Merkmale

Hinweis

Um die Städte zu gruppieren, wird in dieser Studie die Klassifikation von RIWIS® Online nach A-, B-, C- und D-Städte genutzt. A-Städte: Wichtigste deutsche Zentren mit nationaler und z. T. internationaler Bedeutung. In allen Segmenten große, funktionsfähige Märkte. B-Städte: Großstädte mit nationaler und regionaler Bedeutung. C-Städte: wichtige deutsche Städte mit regionaler und eingeschränkt nationaler Bedeutung, mit wichtiger Ausstrahlung auf die umgebende Region. D-Städte: kleine, regional fokussierte Standorte mit zentraler Funktion für ihr direktes Umland; geringeres Marktvolumen und Umsatz. (bulwiengesa, 2023)

Wie in Kapitel 2.1 beschrieben, motiviert sich die Umfrage unter anderem aus einer Frequenzanalyse, in welcher die Abnahme der qualifizierten Passantenfrequenz festgestellt wurde. Im Zentrum stehen bei der Untersuchung die Mosaic-Subgruppe der High Society, deren geringere Frequenz nach Corona durch die Analyse von Handydaten beobachtet wurde. Um die Hintergründe dieser Erkenntnisse zu untersuchen, wird in der vorliegenden Untersuchung ebenfalls die Milieu-Typologie genutzt.

Die Befragten wurden dazu gebeten ihren Wohnort auf einer Karte zu markieren. Im Gegensatz zur direkten Eingabe der Adresse (Straße, Hausnummer, PLZ, Ort) legen die Befragten ihre Adressdaten nur implizit offen. Dabei handelt es sich um keine Pflichtfrage, was deutlich kenntlich gemacht wurde. Von den 825 Befragten haben ca. 12,6 % keine Angaben zu ihrem Wohnort gemacht. Anhand des Wohnortes und statistischer Daten zur Adresse werden die befragten Bürger einem Milieu zugeordnet, welches an der Adresse statistisch am häufigsten vertreten ist. Die Milieus weisen unterschiedliche Merkmale auf (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Beschreibung der Mosaic-Milieus

Gruppe	Alter	Kaufkraft	Familienstruktur	Beschreibung
A: High Society	70+			Die High Society umfasst die wohlhabendsten und erfolgreichsten Mitglieder der Gesellschaft. Sie leben in begehrten Wohnlagen, sind hochgebildet, beruflich etabliert und schätzen Qualität, Stil und kulturelle Bereicherung. Ihr Lebensstil ist geprägt von Luxus, anspruchsvollen Erfahrungen und einem bewussten Genuss ihres Erfolgs.
B: Metropolitan Elite	50–59			Die Metropolitan Elite besteht aus hochgebildeten Menschen, die beruflich erfolgreich sind und die Vorteile ihres Erfolgs genießen. Sie verfügen über überdurchschnittliches Einkommen, leben in modernen Häusern in guten Wohngegenden und pendeln zu ihrer Arbeit. Ihr Lebensstil wird durch finanzielle Stabilität, Bildung und Mobilität geprägt.
C: Prestigious Careers	60–69			Prestigious Careers beschreibt Paare und Familien, die durch ihre erfolgreichen Karrieren ein komfortables Leben führen. Sie sind meist älter, gut ausgebildet und besitzen Eigenheime in attraktiven Wohngegenden. Dank ihrer beruflichen Erfolge genießen sie finanzielle Stabilität und einen gehobenen Lebensstil.
D: Wealthy Traditionals	70+			Wealthy Traditionals beschreibt ältere Paare, die ihren Ruhestand genießen und Wert auf ein gehobenes, komfortables Leben legen. Sie sind gut gebildet, besitzen Eigenheime in begehrten Wohnlagen, engagieren sich wohl tätig und

				orientieren sich an traditionellen Werten. Ihr Lebensstil spiegelt finanzielle Stabilität und kulturelle Reife wider.
E: Domestic Rurality	0–29			Domestic Rurality beschreibt die Arbeiterfamilien in ländlichen Gegenden, die ein einfaches, aber komfortables Leben führen. Sie wohnen in ruhigen Nachbarschaften, besitzen oft ihr eigenes Zuhause und sind überwiegend in handwerklichen oder gewerblichen Berufen tätig. Ihre finanzielle Situation ist unterschiedlich, größere Vermögenswerte sind jedoch selten. Ihr Lebensstil betont Gemeinschaft und ländliche Werte.
F: Suburban Settlers	50–59			Suburban Settlers beschreibt Familien und Paare mit bescheidenem Wohlstand, die in den Vororten von Städten leben. Sie wohnen in modernen Häusern, pendeln zur Arbeit und verfügen über ein durchschnittliches Einkommen. Diese Gruppe besteht aus einer Mischung von jungen Paaren und mittelalten Familien, die in soliden beruflichen Positionen tätig sind und ein stabiles, angenehmes Leben führen.
G: Urban Raisers	0–29			Urban Raisers sind aufstrebende Stadtbewohner, die ihre Karriere vorantreiben und vor allem aus Singles bestehen. Sie leben in großen Städten, mieten Wohnungen in Mehrfamilienhäusern und sind oft in dicht besiedelten, weniger wohlhabenden Gegenden zu Hause. Diese Gruppe ist hoch technikaffin und nutzt das Internet intensiv, um sich beruflich und privat weiterzuentwickeln.
H: City Satellites	50–59			City Satellites beschreibt Pendler, die in kleineren Städten oder Stadtrandgebieten leben. Diese Gruppe besteht überwiegend aus Singles und Paaren, die in begehrten Wohnlagen leben, jedoch finanziell oft zu kämpfen haben. Sie mieten ihre Wohnungen, meist in Mehrfamilienhäusern, und pendeln regelmäßig zur Arbeit. Ihr Lebensstil ist geprägt von der Nähe zu städtischen Zentren und den Herausforderungen eines begrenzten Budgets.
I: Modest Seniors	70+			Modest Seniors beschreibt ältere Paare und Alleinstehende, die einen sparsamen Ruhestand führen. Sie leben meist zur Miete, haben eine unterdurchschnittliche Kaufkraft und orientieren sich an traditionellen Werten. Ihr Lebensstil ist geprägt von Bescheidenheit und der Fähigkeit, innerhalb ihrer finanziellen Möglichkeiten auszukommen.
J: Singles in the City	30–39			Singles in the City beschreibt alleinstehende Personen, die in großen Städten mit begrenztem Budget leben. Sie mieten Wohnungen in Mehrfamilienhäusern, oft in dicht besiedelten, weniger wohlhabenden Vierteln, und haben finanzielle Herausforderungen, um ihren Lebensunterhalt zu sichern. Ihr Lebensstil ist geprägt von Einfachheit und urbanem Alltag.
Hinweis: Die Beschreibungen der Mosaic-Milieus dienen als Orientierungshilfe zur Segmentierung unterschiedlicher Besucher. Sie bieten einen groben Überblick über typische Merkmale der jeweiligen Milieus, ohne dabei den Anspruch zu erheben, in jedem Einzelfall uneingeschränkt zuzutreffen oder vollständig zu sein.				

Quelle: (Experian Germany, 2021)

Den größten Anteil machen die Urban Raisers mit 20 % und die „Singles in the City“ mit 18 % aus. Die „High Society“ sind im Panel mit 10 % leicht übervertreten (Deutsches Mittel 8 %). Besonders Domestic Rurality (-7,5 %) und Suburban Settlers (-4,7 %) sind im Panel unterrepräsentiert (vgl. Abb. 10).

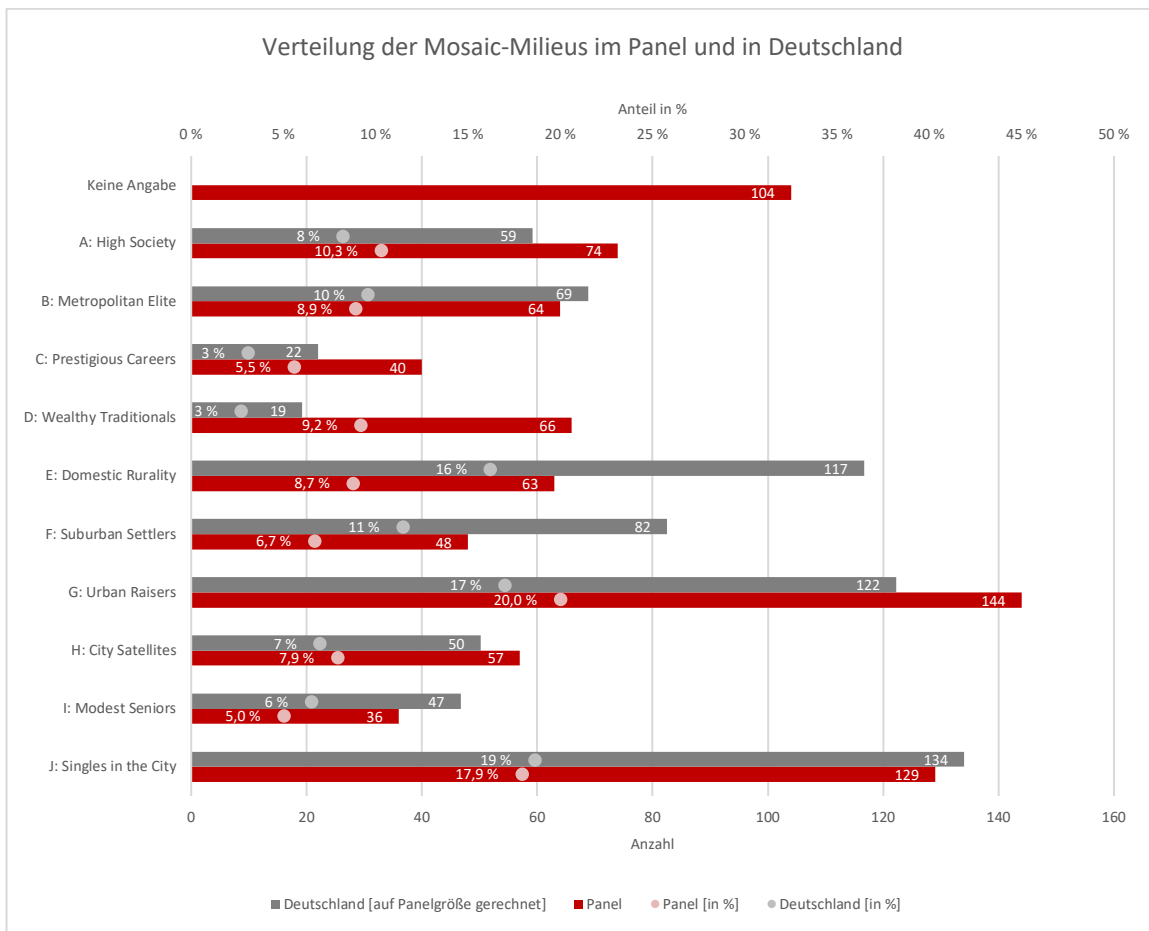


Abb. 10: Verteilung der Mosaic-Milieus innerhalb des Panels

Grundsätzlich zeigt sich eine gute Übereinstimmung mit dem deutschen Mittel. Die Gruppe A (High Society) sind mit 10,3 % im Vergleich zu 8,2 % im deutschen Mittel vertreten. Die Gruppe B (Metropolitan Elite) ist mit 8,9 % etwas weniger als im deutschen Schnitt (9,6 %) vertreten. Größere Abweichungen finden sich bei der Gruppe C (Prestigious Careers), D (Wealthy Traditionals), Gruppe E (Domestic Rurality) und F (Suburban Settlers). Die Über- bzw. Unterrepräsentation lässt sich durch die Charakteristika der Subgruppen plausibilisieren. So zeichnet sich die Gruppe C durch eine gute Bildung und technisch versierten Hintergrund aus. Die Gruppe der „Wealthy Traditionals“ befindet sich im Ruhestand und ist sozial besonders engagiert. Die Merkmale begünstigen die Nutzung einer digitalen Plattform wie Clickworker bzw. leisten einen Erklärungsbeitrag zu der überdurchschnittlichen Teilnahme an der Onlineumfrage. Dem gegenüber weisen bspw. die „Domestic Rurality“ eine geringere Affinität gegenüber digitalen Technologien aus.

Insgesamt zeigt sich das Panel als repräsentativ. Bedingt durch das Mittel der Befragung (Onlinefragebogen) gibt es in Panel Verschiebungen, wie beispielsweise das jüngere Durchschnittsalter, die ist in der Analyse und Interpretation zu berücksichtigen gilt.

2.3 Hinweise zum Auswertungskonzept

Im Rahmen der vorliegenden Studie werden die erhobenen Daten mithilfe deskriptiver, univariater sowie bivariater Auswertungsmethoden analysiert. In den grafischen Aufbereitungen der Ergebnisse werden die Antwortmöglichkeiten einer siebenstufigen Likertskala (1 = „Trifft überhaupt nicht zu“ über 4 = „neutral“ bis 7 = „trifft vollständig zu“) zu Top- und Bottom-3-Box-Werten der Antwortausprägungen zusammengefasst (siehe Abb. 11).

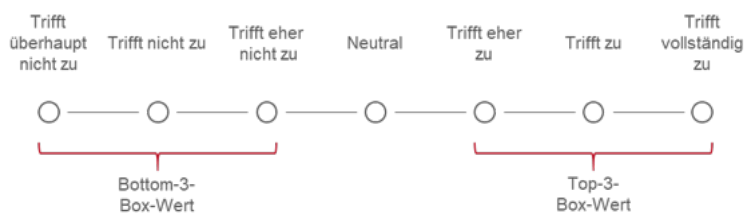


Abb. 11: Zusammenfassung von Antwortausprägungen zu Top-/Bottom-3-Box-Werten

Top-3-Box-Werte stehen dabei für eine eindeutige Zustimmung zu einer bestimmten Aussage, während Bottom-3-Box-Werte für eine eindeutige Ablehnung der Aussage stehen (vgl. Morgan & Rego, 2006, pp. 426–439). Neben der Häufigkeitsverteilung werden außerdem Lagemaße, wie das arithmetische Mittel (Mittelwert), der Median oder der Modalwert und Streumaße, wie die Standardabweichung, genutzt. Um Wahrnehmungen und Selbsteinschätzungen von Befragten besser erfassen zu können, werden teilweise mehrere Items zu einem Konstrukt verschmolzen. Die Reliabilität und Validität des Konstrukts wird mithilfe des Cronbachschen Alpha gemessen. Um Unterschiede in den einzelnen Merkmalsausprägungen erkennbar zu machen, werden Subgruppenanalysen und Korrelationen verwendet. Subgruppenanalysen ermöglichen es, Unterschiede verschiedener Merkmalsausprägungen in den Analysen zu berücksichtigen. Eine Pearson-Korrelation zeigt einen ungerichteten linearen Zusammenhang der jeweils betrachteten Variablen, einen sogenannten bivariaten Zusammenhang. Positive Korrelationen bedeuten dabei, dass eine hohe Ausprägung einer Variablen mit einer hohen Ausprägung einer anderen Variablen einhergeht und vice versa. Signifikanzen der Korrelationen werden auf dem Signifikanzniveau von 5 % mit „*“ gekennzeichnet, und auf einem 1%-Niveau mit „***“. Ab einem Wert von 0,1 kann von einem Zusammenhang ausgegangen werden (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Bedeutung des Korrelationskoeffizienten

Betrag von r	Stärke des Zusammenhangs
0,0 < 0,1	kein Zusammenhang
0,1 < 0,3	geringer Zusammenhang
0,3 < 0,5	mittlerer Zusammenhang
0,5 < 0,7	hoher Zusammenhang
0,7 < 1	sehr hoher Zusammenhang

Entsprechend werden nachfolgend nur signifikante Korrelationen mit einem Koeffizienten von mindestens 0,1 dargestellt.

2.4 Kundenzufriedenheitsmessung mit der Kano-Methode

Die aus der Produkt- und Kundenzufriedenheitsforschung stammende Kano-Theorie beschäftigt sich mit der Bedeutung von Produktmerkmalen und Kundenanforderungen und hilft diese besser zu verstehen. Die Kano-Methode kann als Abwandlung der Theory of Attractive Quality verstanden werden, welches eine Weiterentwicklung der Zwei-Faktor-Theorie von Herzberger darstellt. Gemäß der Theory of Attractive Quality existieren fünf Qualitätsattribute, welche auch die Grundlage der Kano-Methode bilden (vgl. Hölzing, 2008, p. 82ff). Die Kano-Theorie findet oftmals Anwendung Produktdesign und -entwicklung in bspw. der Automobilindustrie oder dem Gesundheitswesen. Im Kontext dieser Studie wird die Kano-Theorie genutzt, um die Kundenanforderungen und notwendigen Produktmerkmale des „Produktes Innenstadt“ besser verstehen zu können. Damit werden die einzelnen Aspekte des innerstädtischen Lebens heruntergebrochen und deren Anteil und Bedeutung am „Produkt Innenstadt“ kann evaluiert werden.

Tabelle 4: Elemente der Theory of Attractive Quality

Element	Beschreibung
Must-be quality (Basisanforderung)	• Vom Kunden vorausgesetzt • Nicht-Erfüllung führt zu großer Unzufriedenheit • Erfüllung führt zu kaum Zufriedenheit
One-dimensional quality (Leistungsanforderung)	• Proportionaler Zusammenhang zwischen Erfüllungsgrad und Zufriedenheit • „Je mehr, umso besser“
Attractive quality (Begeisterungsanforderung)	• Hoher Erfüllungsgrad führt zu Zufriedenheit/Begeisterung • Nichterfüllung bedingt keine Unzufriedenheit • Differenzierung und Profilierung vom Wettbewerb
Indifferent quality	• Keine Bedeutung für den Kunden
Reverse quality (nicht in der Studie enthalten)	• Umgekehrt Proportionaler Zusammenhang zwischen Erfüllungsgrad und Zufriedenheit • „Je mehr, umso schlechter“

Bei der Kano-Methode werden den Panelteilnehmer zunächst funktionale Fragen zu Produkteigenschaften und im Anschluss dysfunktionale Fragen zu denselben Eigenschaften gestellt. Die Skala deckt dabei „das würde mich sehr freuen“, „das setze ich voraus“, das ist mir egal“, „das könnte ich in Kauf nehmen“ und „das würde mich sehr stören“ für die funktionalen und dysfunktionale Abfrage ab. Im vorliegenden Fragebogen wurde eine gekürzte Skala mit jeweils drei Antwortmöglichkeiten gewählt (vgl. Abb. 12).

	Das würde mich sehr freuen	Das setze ich voraus	Das ist mir egal	Das könnte ich in Kauf nehmen	Das würde mich sehr stören
Leistungsattribut 1 - funktionale Frageform	☐	☐	☐		
Leistungsattribut 1 - dysfunktionale Frageform			☐	☐	☐

Quelle: (Hölzing, 2008, p. 117)

Abb. 12: gekürzte Kano-Skala

Durch die Kürzung wird der Fragebogen wesentlich vereinfacht auf Kosten des Reverse-Merkmales (vgl. Tabelle 4). Die Antworten der Befragten werden mittels Auswertungstabelle den jeweiligen Anforderungen zugeordnet.

Produkt-anforderung		Dysfunktionale (negative) Frage				
		1. Würde mich sehr freuen	2. Setze ich voraus	3. Das ist mir egal	4. Könnte ich in Kauf nehmen	5. Würde mich sehr stören
Funktionale (positive) Frage	1. Würde mich sehr freuen	Q	A	A	A	O
	2. Setze ich voraus	R	I	I	I	M
	3. Das ist mir egal	R	I	I	I	M
	4. Könnte ich in Kauf nehmen	R	I	I	I	M
	5. Würde mich sehr stören	R	R	R	R	Q

Die Produktanforderung ist ...

A(ttractive): Begeisterungsanforderung

I(ndifferent): Indifferent

M(ust-be): Basisanforderung

O(ne-dimensional): Leistungsanforderung

Quelle: (Hölzing, 2008, p. 118)

Abb. 13: Auswertungstabelle der Kano-Methode für die Produktanforderungen (vereinfacht)

Ausgewertet werden im Anschluss die Häufigkeiten der nominal skalierten Produktanforderungen. Dargestellt werden die Produktanforderungen in einer angepassten Form des Diagramms für den Zufriedenheitskoeffizienten (vgl. Abb. 14). Der Koeffizient gibt an, inwiefern die Anwesenheit die Zufriedenheit steigert bzw. das Nicht-Vorhandensein zu Unzufriedenheit führt (Hölzing, 2008, p. 124ff).

$$\text{Zufriedenheit} = \frac{A + O}{A + O + M + 1} \quad [1; 0]$$

$$\text{Unzufriedenheit} = -\frac{O + M}{A + O + M + 1} \quad [0; -1]$$

Im Nachfolgenden wird die Häufigkeit der Produktanforderungen separat dargestellt. Der (Un-)Zufriedenheitskoeffizient ergibt sich somit aus der Summe der beiden rechten oder linken Werte und kann qualitativ abgelesen werden. Daneben wird pro Item auch angezeigt, inwiefern die Befragten die Eigenschaft zukünftig öfters nutzen bzw. sehen wollen (vgl. Abb. 14).

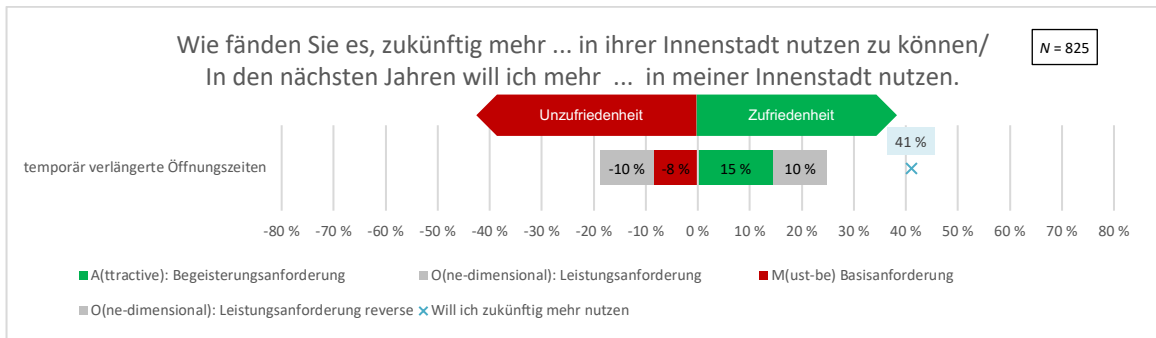


Abb. 14: Darstellung der Produktanforderungen in der Studie

3 Studienergebnisse

Die Studienergebnisse werden im Verlauf von zwei Blöcken dargestellt. Zu Beginn werden die empfundene Veränderung und der Status quo der Innenstädte analysiert. Dazu wird die empfundene Veränderung in Bezug auf essenzielle Innenstadtfunktionen, dem öffentlichen Raum, Verkehr, den Verlagerungen der Funktionen sowie die Kopplungseffekte der unterschiedlichen Funktionen untersucht. Anschließend werden die Bedarfe an die Innenstadt der Zukunft im übergeordneten Sinne und auf Ebene von Innenstadtaktivitäten detailliert analysiert. Jeder Block wird mit einem Zwischenfazit und Implikationen abgeschlossen.

3.1 Status quo der Innenstädte in Deutschland

Der Strukturwandel in deutschen Innenstädten hat nach Corona bereits tiefgehende Spuren hinterlassen (vgl. Pfnür & Rau, 2023). Nikolas Müller³ hat sich dieser Thematik über einen neuartigen Analyseansatz genähert. Mithilfe von Handy-Bewegungsdaten konnte er in zehn deutschen Städten zeigen, dass die Nutzung der Innenstädte sich seit der Corona-Pandemie deutlich verändert und Gleichgewichte und die räumlichen Nutzungen sich verschoben haben (vgl. Abb. 15).

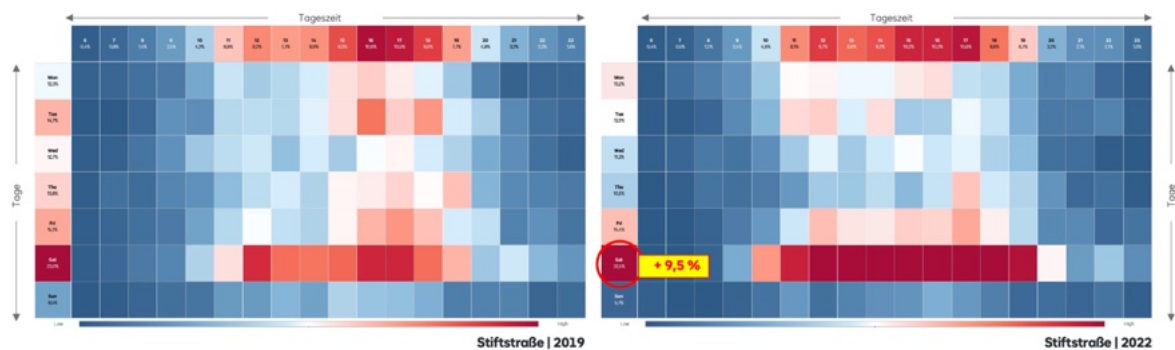
Die Karten zeigen die relationale Verteilung der Passanten. Sie geben keine Auskunft über die tatsächliche Anzahl der Passanten.



Abb. 15: Räumliche Nutzung im Innenstadtbereich 2019 – 2022 am Beispiel von Essen

³ www.nikolasmueller.com

Diese Verschiebung betrifft zum einen den Anteil des Milieus an der Frequenz der jeweiligen Innenstädte, die zeitliche Nutzung der Innenstädte, dem Einzugsgebiet der Innenstädte und der Aufenthaltszeiten in den Bereichen der Innenstädte.



Quelle: (Müller & CBRE, 2023)

Abb. 16: Veränderung der zeitlichen Nutzung der Innenstadt am Beispiel der Stiftstraße

In den beobachteten Innenstädten kommt es zum Ende der Woche – im Vergleich zur Vor-Corona Zeit – zu einer erhöhten Passantenfrequenz (vgl. Abb. 16). Die Verweildauern – als Indikator für funktionierende Innenstädte – hat sich seit Corona verringert bzw. verlagert. Die Milieus-Subgruppe der gutausgebildeten wohlhabenden Menschen (High Society) hat sich während Corona dauerhaft aus den Innenstädten zurückgezogen.

Um die Gründe für diese Veränderung besser verstehen zu können ist die Betrachtung der funktionalen Anforderungen der Bürger an die Innenstädte notwendig. Dies wird in der folgenden Untersuchung im Detail analysiert. Zunächst werden die Gründe für die Veränderung in der Milieu-Zusammensetzung übergeordnet untersucht. Im nächsten Schritt werden die zukünftigen Anforderungen der Milieus im Detail analysiert und daraus Implikationen für die Akteure wie Eigentümer und die öffentliche Hand entwickelt.

3.1.1 Wahrnehmung der aktuellen Innenstadtveränderungen

Die Befragten wurden gebeten die Veränderung der von Ihnen anfangs ausgewählten Innenstadt rückblickend in Bezug auf ihre Funktionen zu bewerten. Somit gibt die nachfolgende Grafik (Abb. 17) Auskunft darüber, ob Innenstadtfunktionen – aus Sicht der befragten Bürger – an Attraktivität (im Sinne von Qualität) zu- oder abgenommen haben.

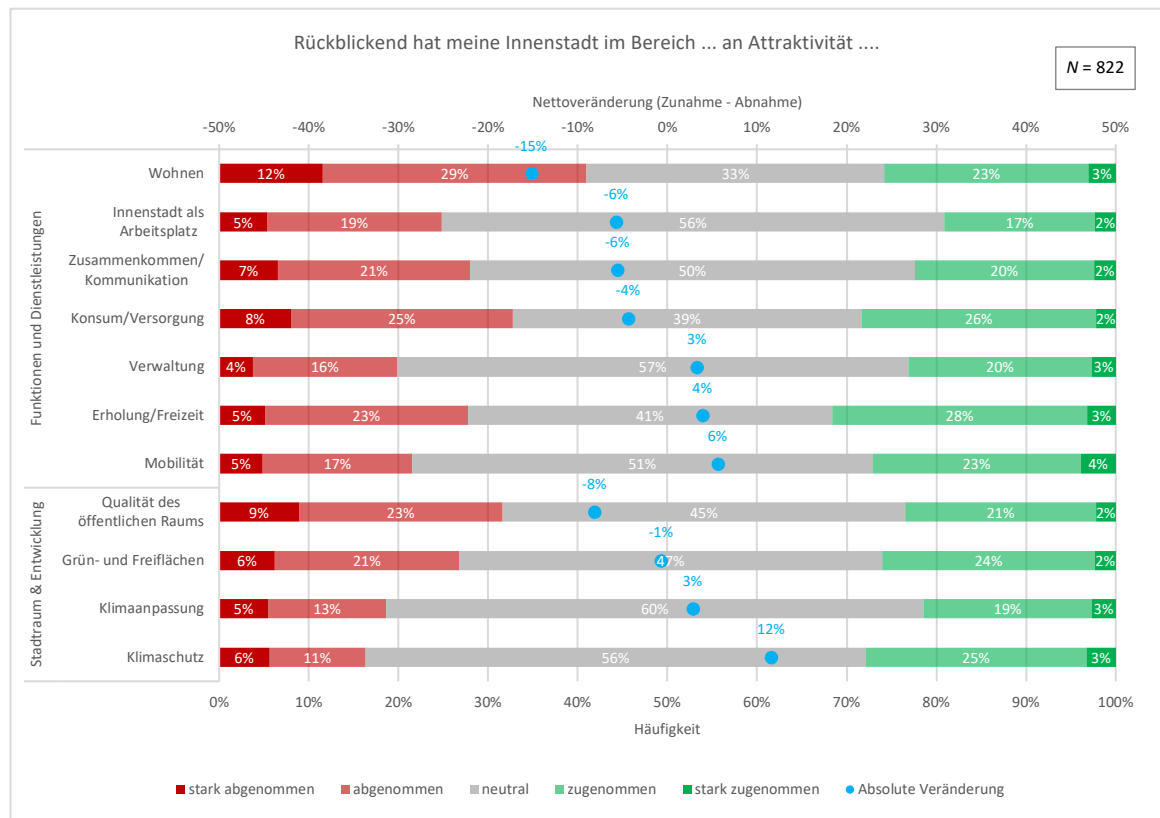


Abb. 17: Rückblickende Veränderung von Innenstadtfunktionen

Übergeordnet zeigt sich, dass Wohnen, Konsum/Versorgung und die Qualität des öffentlichen Raums am stärksten abgenommen haben. Dabei scheint besonders Konsum/Versorgung zu polarisieren. So sehen 33 % eine Verschlechterung, denen 28 %, welche eine Verbesserung sehen, gegenüberstehen. Die teilweise polarisierenden Funktionen geben Hinweise auf die Heterogenität deutscher Innenstädte. Absolut verschlechtert haben sich auf übergeordneten Ebene Wohnen (-15,2 %), der öffentliche Raum (-8,2 %), Innenstadt als Arbeitsplatz (-5,7 %), die Kommunikationsfunktion in den Städten (-5,6 %), Konsum/Versorgung (-4,4 %) und Grün-/Freiflächen (-0,7 %). Im Gegensatz dazu hat sich die Klimaanpassung (+2,8 %), Verwaltung (+3,3 %), Erholung/Freizeit (+3,9 %), Mobilität (+5,6 %) und Klimaschutz (+11,6 %) aus Sicht der Befragten verbessert (vgl. Abb. 17).

Der Blick auf die Standardabweichung der Antworten offenbart eine geringe mittlere Streuung mit SD von 1,11. Überdurchschnittlich stark streuen dabei Erholung/Freizeit

(SD = 1,12), die Qualität des öffentlichen Raums (SD = 1,18), Konsum und Versorgung (SD = 1,18) sowie Wohnen (SD = 1,32) (vgl. Abb. 18).

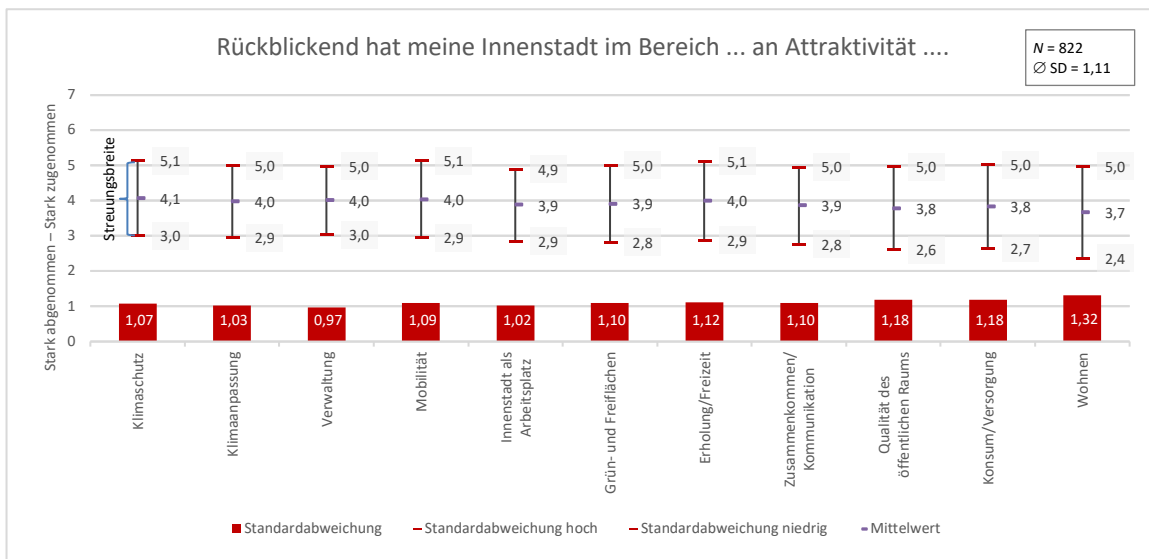


Abb. 18: Streuung der Antworten zur Veränderung der Attraktivität der Innenstadt bis heute

Die Subgruppenanalyse auf Basis der Mosaic-Milieus zeigt, dass Abweichungen durch die Milieus unterschiedlich bewertet werden. Auch sinkt in einigen Fällen die Streuung der Antworten deutlich. Die Betrachtung auf Ebene der Mosaic-Milieus kann somit die unterschiedlichen Präferenzen der befragten Bürger ausreichend erklären (vgl. Tabelle 5).

Tabelle 5: Streuung der Veränderung der Attraktivität von Innenstadtfunktionen ausgewählter Mosaic-Subgruppen

Standardabweichungen der Subgruppen (Anzahl grün)	Gesamt	A (2)	B (1)	C (4)	D (3)	E (2)	F (3)	G (1)
Wohnen	1,32	1,24	1,32	1,12	1,17	1,34	1,29	1,42
Qualität des öffentlichen Raums	1,18	1,25	1,31	1,02	1,07	0,96	1,06	0,97
Konsum und Versorgung	1,18	1,10	1,22	1,10	1,18	1,18	1,27	1,26
Erholung und Freizeit	1,12	1,16	0,96	0,93	0,95	1,14	1,06	1,11

A: High Society; B: Metropolitan Elite; C: Prestigious Careers; D: Wealthy Traditionals; E: Domestic Rurality; F: Suburban Settlers; G: Urban Raisers
Standardabweichung Subgruppe < Standardabweichung gesamt

Die Subgruppenauswertung dieser Abweichungen zeigt, dass Angehörige der Subgruppe der Prestigious Careers weniger Attraktivitätsverlust beim Wohnen in der Innenstadt beobachtet haben. Daneben sehen sie – wie auch die Urban Raisers – nur einen geringen Attraktivitätsverlust im öffentlichen Raum. Die Domestic Rurality hingegen sehen hier eine deutlich größere Abnahme der Attraktivität. In Bezug auf Konsum und Versorgung in der Innenstadt sehen High Society unterdurchschnittliche Attraktivitätseinbußen (vgl. Abb. 19). Wie später herausgestellt wird, bedeutet dies keinesfalls, dass die High Society mit ihrer Innenstadt zufrieden sind. Vielmehr scheinen diese sich umorientiert zu haben und die Konsumfunktion der Innenstädte für sie weniger relevant geworden zu sein.

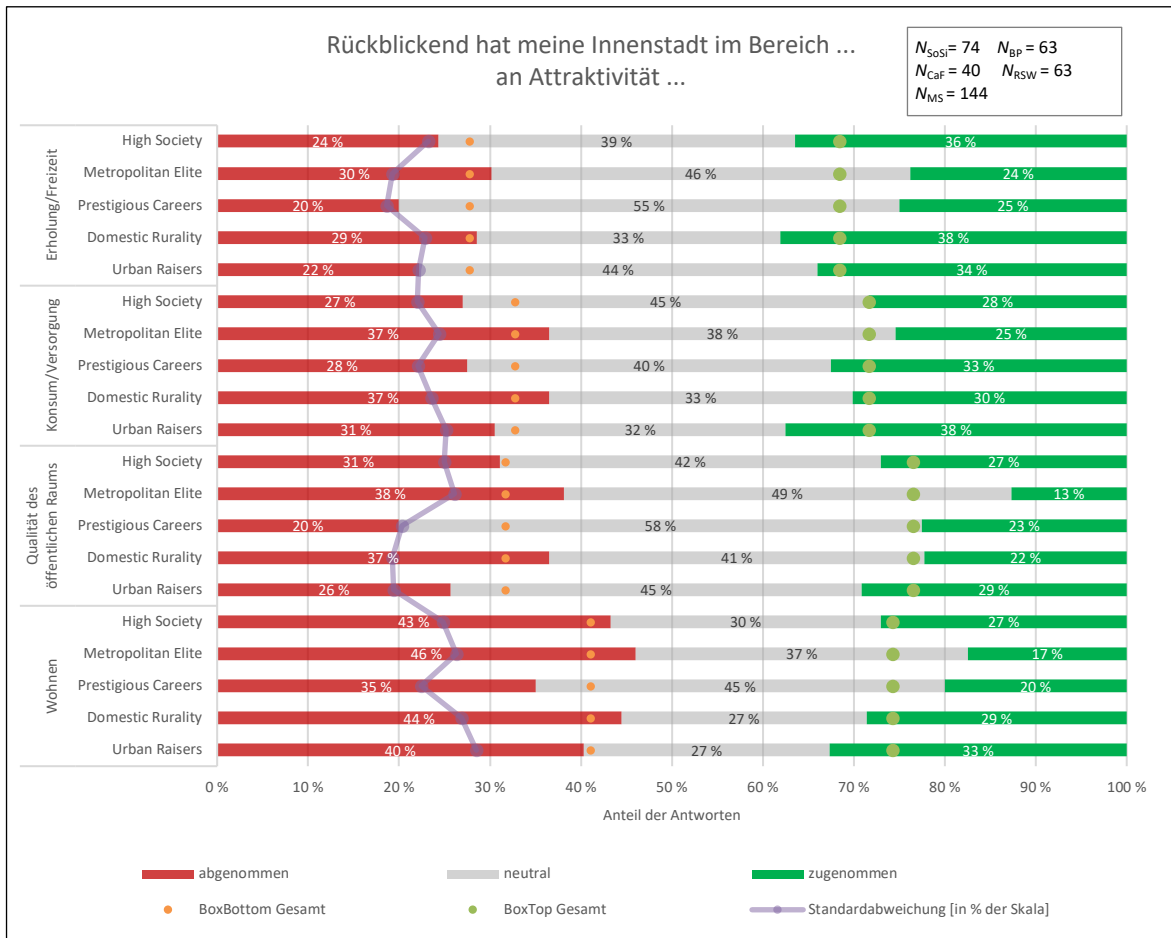


Abb. 19: Empfundene Attraktivitätsveränderung ausgewählter Milieus

Besonders C-Städte in vielen Funktionen mit Attraktivitätsgewinn

Die differenzierte Betrachtung auf Ebene der Stadtcluster zeigt, dass die absoluten Verbesserungen in den Städten sich deutlich unterscheiden. So wird der Klimaschutz – durch die befragten Bürger – besonders positiv in C-Städten wahrgenommen. Die Stadt als Mobilitätsknoten und Ort für Erholung/Freizeit hat sich in A- bis C-Städten unter dem Strich positiv entwickelt, in Städten kleiner gleich D lässt sich jedoch ein leicht negativer Trend ablesen. Im Gegensatz zum Klimaschutz wird die Klimaanpassung von den befragten Bürgern in C-Städten besonders gut bewertet (vgl. Abb. 20).

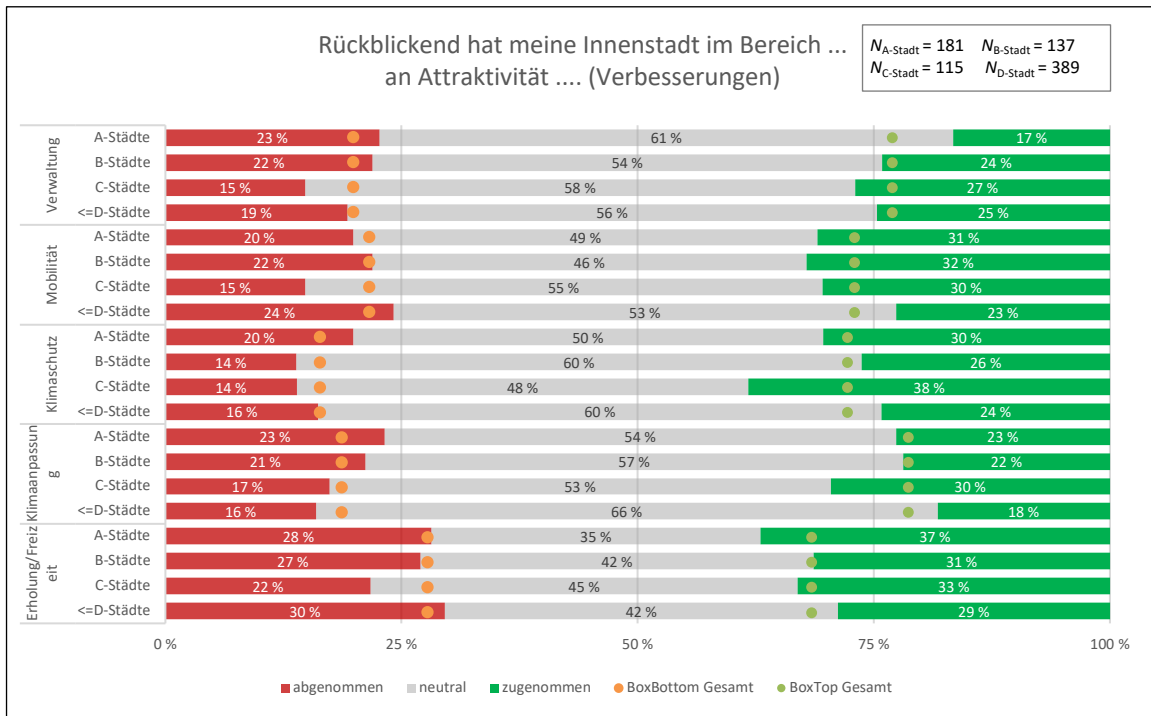


Abb. 20: Nettopositive Veränderung der Stadtfunktionen in der Subgruppenbetrachtung nach Stadtgrößen

B-Städte haben überdurchschnittlich an Attraktivität verloren

Die genauere Untersuchung der übergeordnet absolut negativ bewerteten Funktionen zeigen, dass Wohnen insbesondere in den A- und B-Städten – aus Sicht der befragten Bürger – an Attraktivität abgenommen hat. Die Abnahme der Qualität des öffentlichen Raums und der Innenstadt als Arbeitsplatz wurde besonders in B-Städten rückgespielt. Die Kommunikationsfunktion der Städte hat dahingegen in allen Stadtclustern ähnlich stark abgenommen. Der klassische Konsum- und Versorgungsfunktion der Städte haben laut der befragten Bürger in B-Städten und Städten kleiner gleich D überdurchschnittlich abgenommen, A-Städte (+1 %) und besonders C-Städte (+7 %) weisen im Gegensatz dazu eine Nettoverbesserung auf. Die Grün- und Freiflächen der A-Städte haben laut der befragten Bürger erheblich an Attraktivität/Qualität verloren. Die Nettoverschlechterung beträgt in diesen Städten 13 % und steht damit insbesondere im Gegensatz zu C-Städten, die eine Nettoverbesserung von 12 % vorweisen (vgl. Abb. 21).

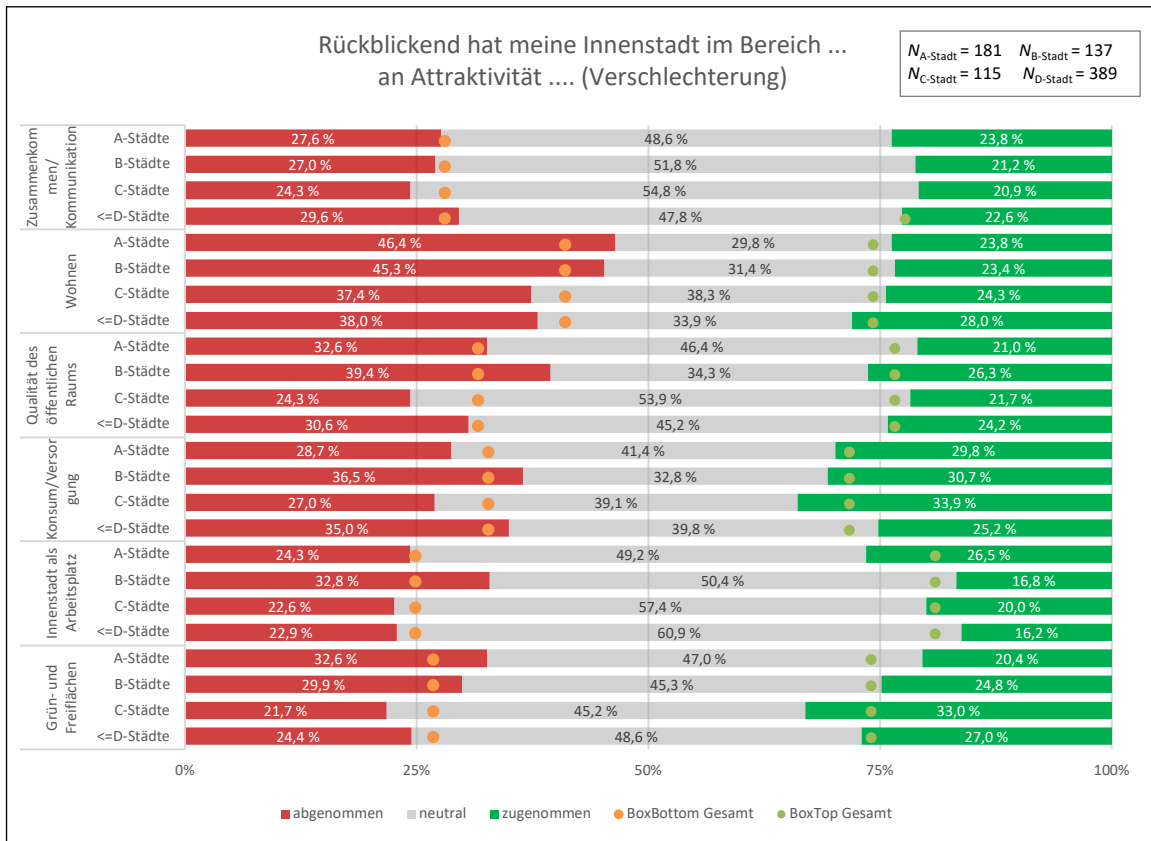


Abb. 21: Nettonegative Veränderung der Stadtfunktionen in der Subgruppenbetrachtung nach Stadtgrößen

3.1.2 Öffentliche Raum als Kernelement der Transformation der Innenstädte

Ein wesentlicher Teil, welcher in Innenstädten an Attraktivität verloren hat, ist die Qualität des öffentlichen Raums. Um diese Veränderung genauer untersuchen zu können, wurden die „12 Urban Quality Criteria“ von Architekt Jan Gehl genutzt. Hierbei werden 12 Kriterien der Klassen Sicherheit (S), Komfort (K) und Spaß (S) auf einer dreistufigen Likertskala abgefragt. Die Antwortmöglichkeiten reichen von „nein, ist nicht umgesetzt“ über „teilweise umgesetzt“ zu „ja, ist umgesetzt“. Dabei werden auch essenzielle Bereiche wie Sicherheit und Soziales abgefragt, aber auch die optische Anmutung der Plätze und Bebauung. Teilweise können die Elemente der Bedürfnispyramide nach Maslow zugeordnet werden. So lassen sich Schutz vor motorisiertem Verkehr/Verbrechen und Gewalt als Defizitbedürfnisse in der Bedürfnispyramide einordnen. Andere Items wie Sprechen und Hören oder Spielen und Bewegen zählen in die sozialen Bedürfnisse ein, welche ebenfalls als defizitär kategorisiert werden können (vgl. Abb. 22).

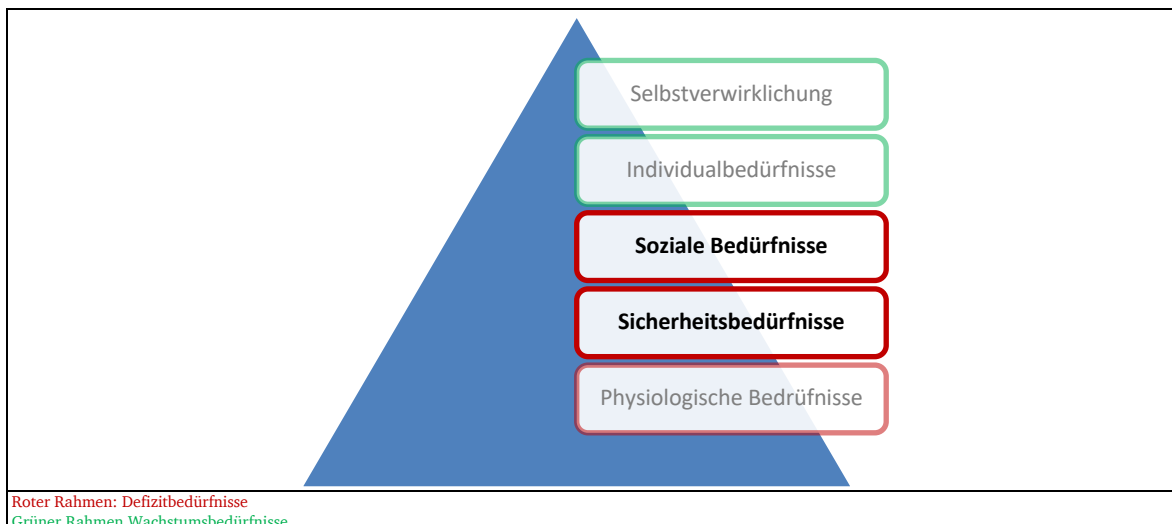


Abb. 22: Bedürfnispyramide nach Maslow

Vor dem Hintergrund der hohen Relevanz der sicherheits- und sozialbezogenen Elemente zeichnet sich ein unvorteilhaftes Bild deutscher Innenstädte.

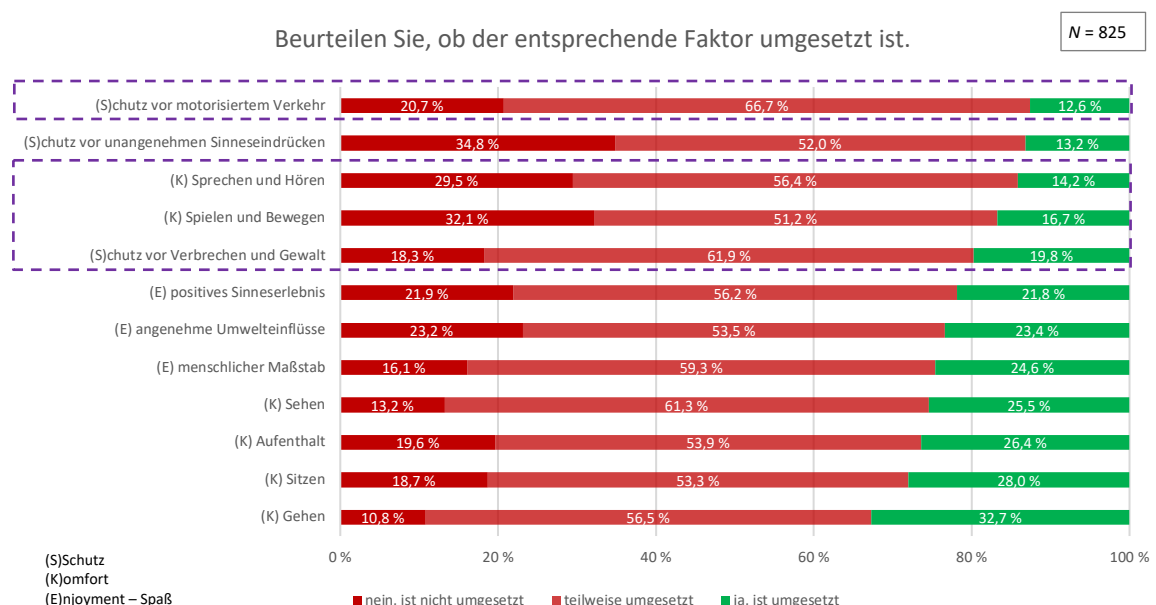


Abb. 23: Bewertung der 12 „Urban Quality criteria“ von Jan Gehl

Insgesamt zeigt sich, dass Schutz vor motorisiertem Verkehr und unangenehmen Sinneseindrücken für lediglich 13 % der befragten in ihrer Innenstadt gewährleistet ist und für 35 % der Schutz vor unangenehmen Sinneseindrücken nicht gegeben ist. Der Schutz vor Verbrechen nimmt im Vergleich dazu eine untergeordnete Rolle ein und ist Nettopositiv (+2 %). Der Komfort in Bezug auf Sprechen und Hören sowie Spielen und Bewegen ist Nettonegativ (-15,3 %/15,4 %) und spiegelt die negative Entwicklung der Kommunikationsfunktion in den Innenstädten wider (vgl. Abb. 17 und Abb. 23).

Insgesamt zeigt sich eine weite Streuung in den Antworten mit einer mittleren Standardabweichung von 0,64 (bei einer dreistufigen Skala = 21 %). Besonders uneins sind die Befragten sich in Bezug auf den Schutz vor unangenehmen Sinneseindrücken (SD = 0,66), dem Aufenthalt/Sitzen (SD = 0,67), Sprechen und Hören (SD = 0,65) sowie Spielen und Bewegen/angenehme Sinneseindrücke (SD = 0,68) (vgl. Abb. 24).

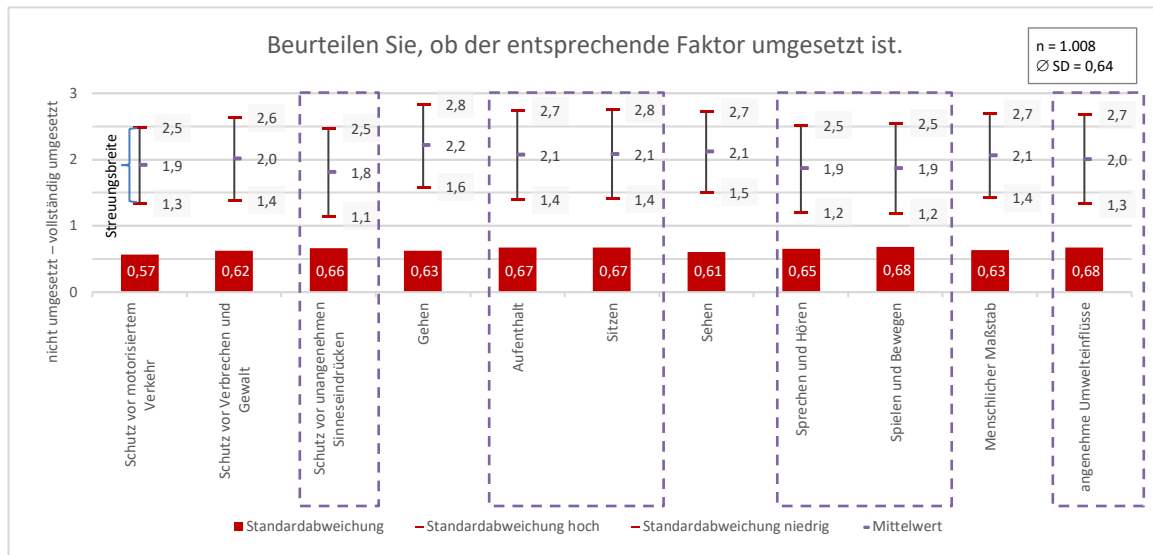


Abb. 24: Streuung der Antworten zur Veränderung der Attraktivität der Innenstadt bis heute

Auch hier zeigt sich, dass die Streuung in Teilbereichen für Mosaic-Milieus abnimmt. Dies spricht für ein heterogeneres Antwortverhalten innerhalb der jeweiligen Subgruppe. Im Fall von High Society (A), Prestigious Careers (C) und Urban Raisers (G) weisen mindestens 4 der 6 Items eine geringere Streuung auf (markiert in Grün). Domestic Rurality dagegen können in keinem Bereich geringere Streuung aufweisen (vgl. Tabelle 6).

Tabelle 6: Streuung der 12 urbanen Qualitätskriterien nach Jan Gehl ausgewählter Mosaic-Subgruppen

Standardabweichungen der Subgruppen (Anzahl grün)	Gesamt	A (4)	B (3)	C (4)	D (5)	E (0)	F (0)	G (5)
Schutz vor unangenehmen Sinneseindrücken	0,66	0,61	0,68	0,61	0,63	0,74	0,74	0,64
Aufenthalt	0,67	0,62	0,63	0,63	0,61	0,71	0,71	0,69
Sitzen	0,67	0,68	0,67	0,65	0,64	0,69	0,69	0,66
Sprechen und Hören	0,65	0,66	0,62	0,69	0,57	0,73	0,73	0,62
Spielen und Bewegung	0,68	0,65	0,72	0,77	0,68	0,72	0,72	0,66
Angenehme Umwelteinflüsse	0,68	0,67	0,63	0,65	0,63	0,74	0,74	0,67

A: High Society; B: Metropolitan Elite; C: Prestigious Careers; D: Wealthy Traditionals; E: Domestic Rurality; F: Suburban Settlers; G: Urban Raisers

Standardabweichung Subgruppe < Standardabweichung gesamt

Entsprechend zeigen sich in der Subgruppenanalyse Abweichungen, wie die Milieus den öffentlichen Raum wahrnehmen. Es zeigt sich beispielsweise, dass die Gruppe Prestigious Careers (C) besonders negativ bezüglich der Sinneseindrücke und die Aufenthaltsqualität berichten. Die High Society (A) sehen dahingegen mehr Umsetzung der einzelnen Punkte.

Hervorzuheben ist, dass Spielen und Bewegen für besonders viele High Society (A) und Urban Raisers (G) – also die urbane Bevölkerung – nicht optimal umgesetzt ist (vgl. Abb. 19).

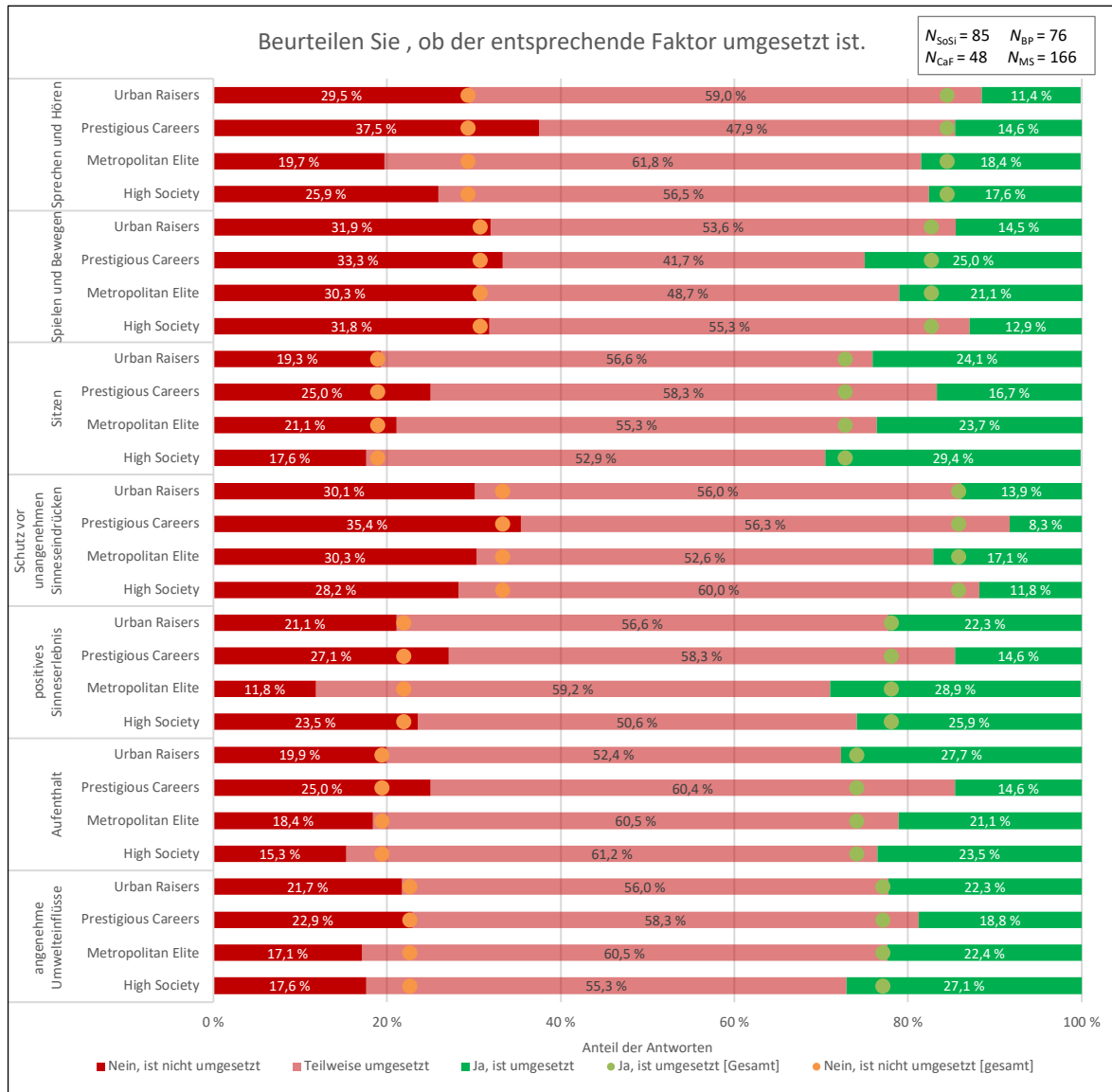


Abb. 25: Wahrnehmung des öffentlichen Raums aus der Sicht ausgewählter Milieus

Eine Untersuchung der Subgruppen nach RIWIS®-Stadtclustern zeigt, dass Besucher von C-Städten ein einheitlicheres Antwortverhalten (mit geringerer Streuung/Standardabweichung) vorweisen. Daneben weisen die Antworten aus A-Städten ebenfalls weniger Streuung auf (vgl. Tabelle 7). Das deutet darauf hin, dass A-Städte und besonders C-Städte von den befragten Bürgern in Bezug auf die Aspekte des öffentlichen Raums ähnlich wahrgenommen werden.

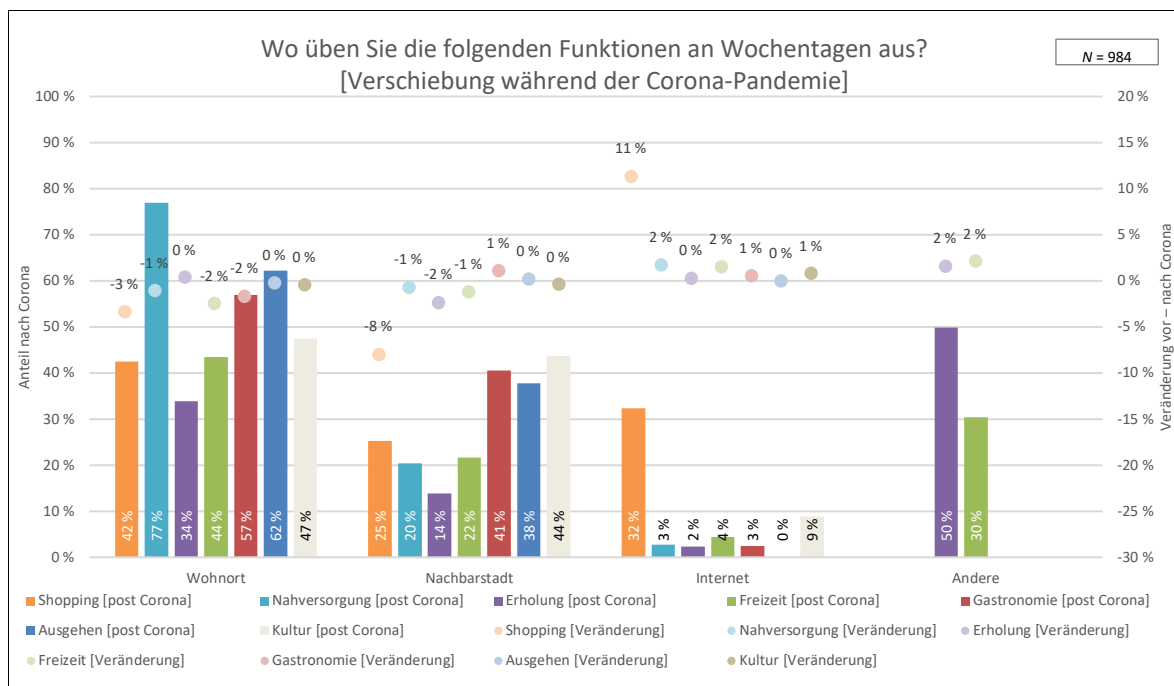
Tabelle 7: Streuung der 12 urbanen Qualitätskriterien nach Jan Gehl nach Stadtclustern

Standardabweichungen der Subgruppen (Anzahl grün)	Gesamt	A-Städte (3)	B-Städte (2)	C-Städte (5)	Kleiner gleich D-Städte (0)
Schutz vor unangenehmen Sinneseindrücken	0,66	0,67	0,66	0,60	0,67
Aufenthalt	0,67	0,63	0,67	0,66	0,68

Sitzen	0,67	0,60	0,65	0,72	0,69
Sprechen und Hören	0,65	0,66	0,66	0,58	0,67
Spielen und Bewegung	0,68	0,68	0,68	0,66	0,69
Angenehme Umwelteinflüsse	0,68	0,67	0,66	0,62	0,70

Standardabweichung Subgruppe < Standardabweichung gesamt

Wie die Wahrnehmung der befragten Bürger in den Stadtclustern ist, wird nachfolgend untersucht. Bei Betrachtung der komfortbezogenen Kriterien zeigt sich, dass besonders Sitzen und Aufenthalt in A-Städten überdurchschnittlich schlecht abschneiden. Dies steht im Kontrast zur C-Städten, in denen diese Kriterien überdurchschnittlich gut bewertet werden. Auch die spaßbezogenen Kriterien zeigen, dass C-Städte besser in Bezug auf die positiven Sinnerlebnisse, angenehme Umwelteinflüsse und in Bezug auf den menschlichen Maßstab bewertet werden. Insgesamt zeigt sich, dass C-Städte überdurchschnittlich positiv in Bezug auf den öffentlichen Raum bewertet werden und die Streuung der Antworten grundsätzlich geringer ist als bei den anderen Stadtclustern (vgl.



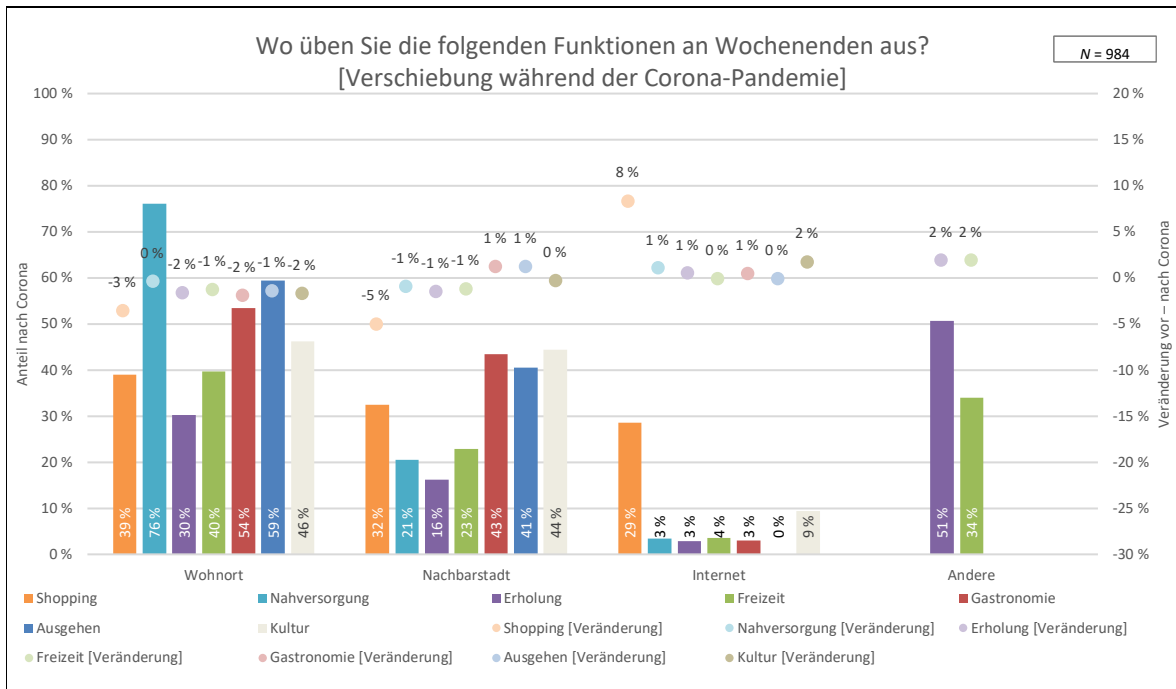


Abb. 29).

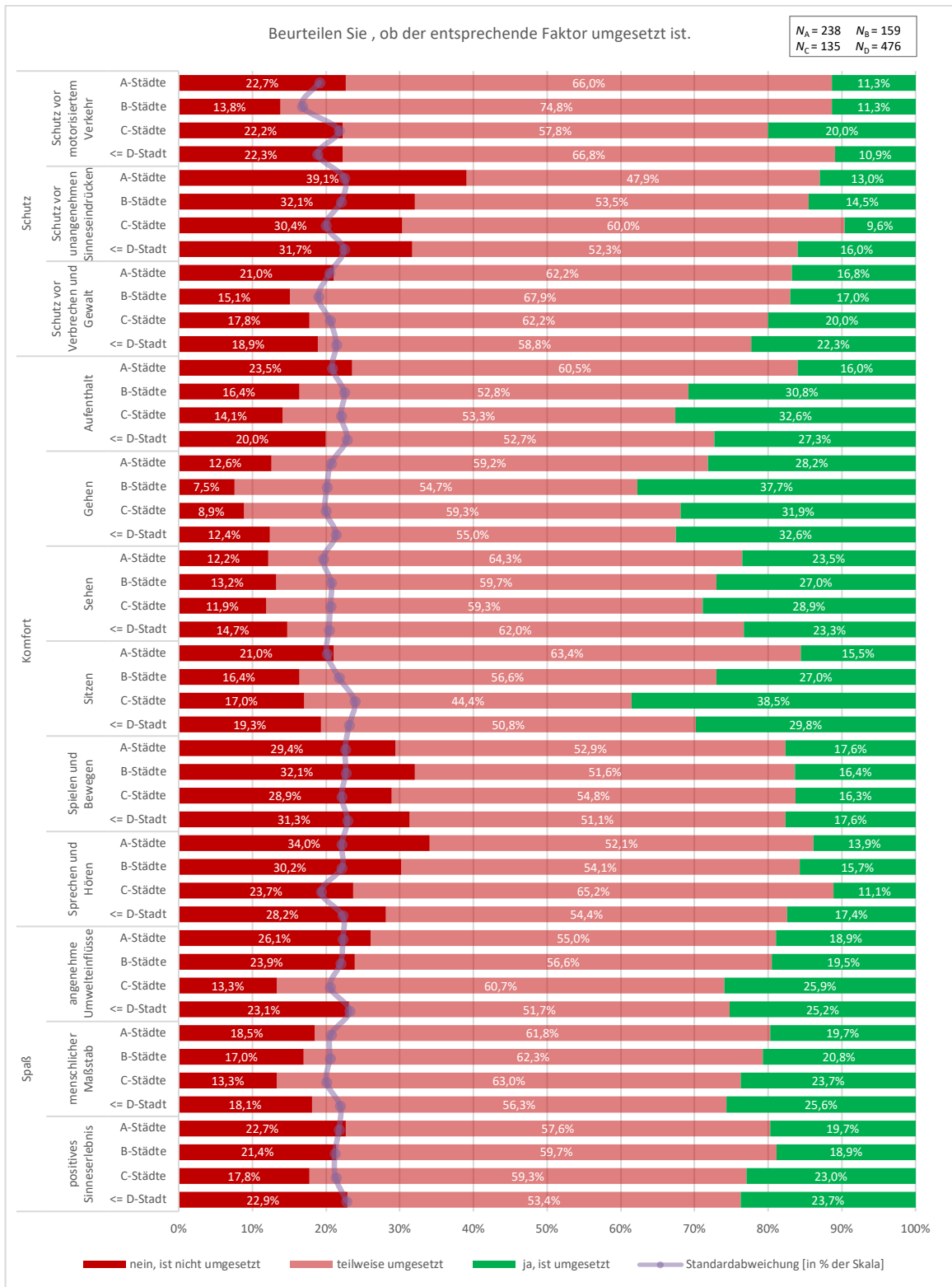


Abb. 26: Bewertung der 12 "Urban Quality Criteria" von Jan Gehl in der Subgruppenbetrachtung nach Stadtgrößen

3.1.3 Innerstädtische Mobilität im Fokus

Innenstädte in ihrer Funktion als Mobilitätsknotenpunkt konnten in den letzten Jahren – laut der Befragten – grundsätzlich an Attraktivität gewinnen. Doch stellt sich die Frage, in welche

Richtung sich Mobilitätskonzepte zukünftig in Innenstädten entwickeln müssen, damit dies weiterhin so bleibt und die Innenstadt für alle Bürger erreichbar ist. Im Rahmen der Umfrage wurden die Bürger nach ihrem aktuellen Modalsplit und ihrem zukünftig gewünschten Modalsplit auf dem Weg in ihre Innenstadt gefragt. Die Verkehrsmittel sind im Folgenden als motorisierter Individualverkehr (MIV), nicht motorisierter Individualverkehr (nMIV) und öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV) zusammengefasst.

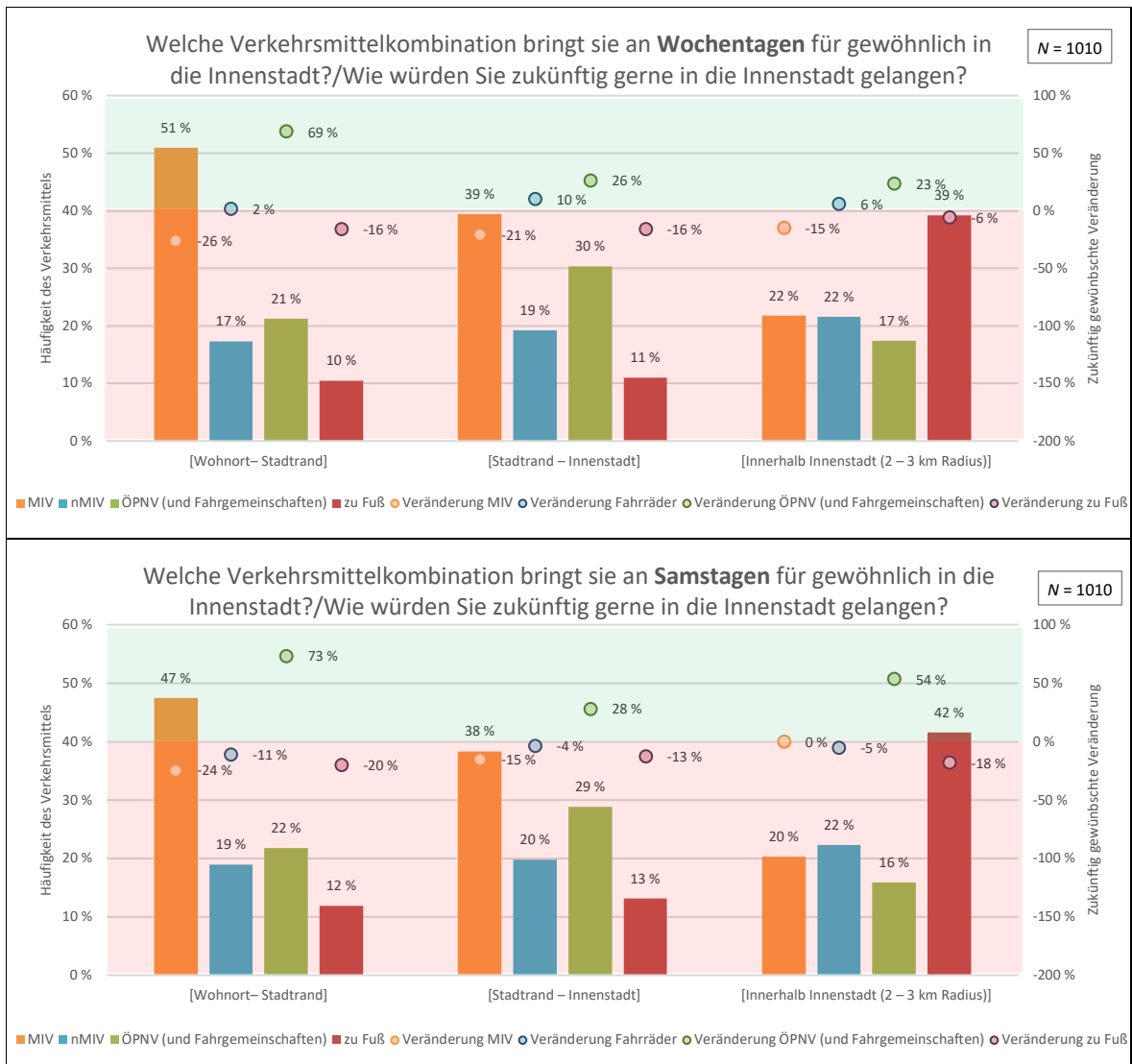


Abb. 27: Modalsplit in die Innenstadt und gewünschte zukünftige Veränderung an Wochentagen und am Wochenende

Methodenbox

Die Befragten gaben ihr Verkehrsmittel zwischen ihrem „Wohnort – Stadtrand“, „Stadtrand – Innenstadt“ und „innerhalb der Innenstadt“ für Wochentage und Wochenenden/Feiertagen an. Darüber hinaus konnten die Befragten angeben, ob sie sich zukünftig einen anderen Modalsplit wünschen und wie dieser aussieht. Die Befragten, die in Ihrer

Innenstadt wohnen konnten in den äußeren Etappen jeweils „Nicht zutreffend“ auswählen. An Wochentagen bzw. Wochenenden/Feiertagen gaben 15,4 bzw. 16,2% an, nicht aus dem Umland anzureisen. Die Grafik ist bereits um diese Angaben bereinigt.

Der Modalsplit werktags und an Wochenenden unterscheidet sich aktuell nur unwesentlich voneinander. Jedoch ist wochentags und am Wochenende mit unterschiedlichen zukünftigen Bedarfsverschiebungen zu rechnen.

Die Bahn löst das Auto beim Modalsplit in die Innenstadt ab

Es zeigt sich, dass der MIV sowohl an Wochentagen (zwischen -15 % und -26 %) und Wochenenden (zwischen 0 % und -24 %) für die Befragten erheblich an Attraktivität verliert. Im Gegensatz dazu gewinnt insbesondere der ÖPNV zukünftig sowohl wochentags (zwischen 23 % und 69 %) als auch an Wochenenden (zwischen 28 % und 73 %).

Besonders an Wochenenden wird der ÖPNV bevorzugt

Im Gegensatz zu den anderen Transportmitteln gewinnt zukünftig lediglich der ÖPNV an Nutzern. Besonders ausgeprägt ist dies zwischen Wohnort und Stadtrand mit +73 % und in der Innenstadt mit +54 %. Dennoch sind auch zukünftig 34 % in ihrer Innenstadt zu Fuß unterwegs. Gründe hierfür können das am 01.05.2023 kurz vor Start der Erhebung eingeführte 49-Euro-Ticket sein und/oder gute Vorsätze sein.

(Potenzielle) Innenstadtbewohner legen großen Wert auf ökologische Mobilität

Es zeigt sich, dass die Befragten, die sich grundsätzlich vorstellen können in der Innenstadt zu wohnen oder zu arbeiten, in der Innenstadt eher nicht motorisierten Individualverkehr (nMIV) oder den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) nutzen als motorisierten Individualverkehr (MIV). Außerdem ist der Wunsch in der Innenstadt zu arbeiten oder zu wohnen stark mit einer ökologischen Einstellung (MobiE), ökologischer Selbstwahrnehmung (MobiSv) und ökologischer Verhaltensbereitschaft (MobiVB) in Bezug auf ihre Mobilität korreliert (vgl. Abb. 28).

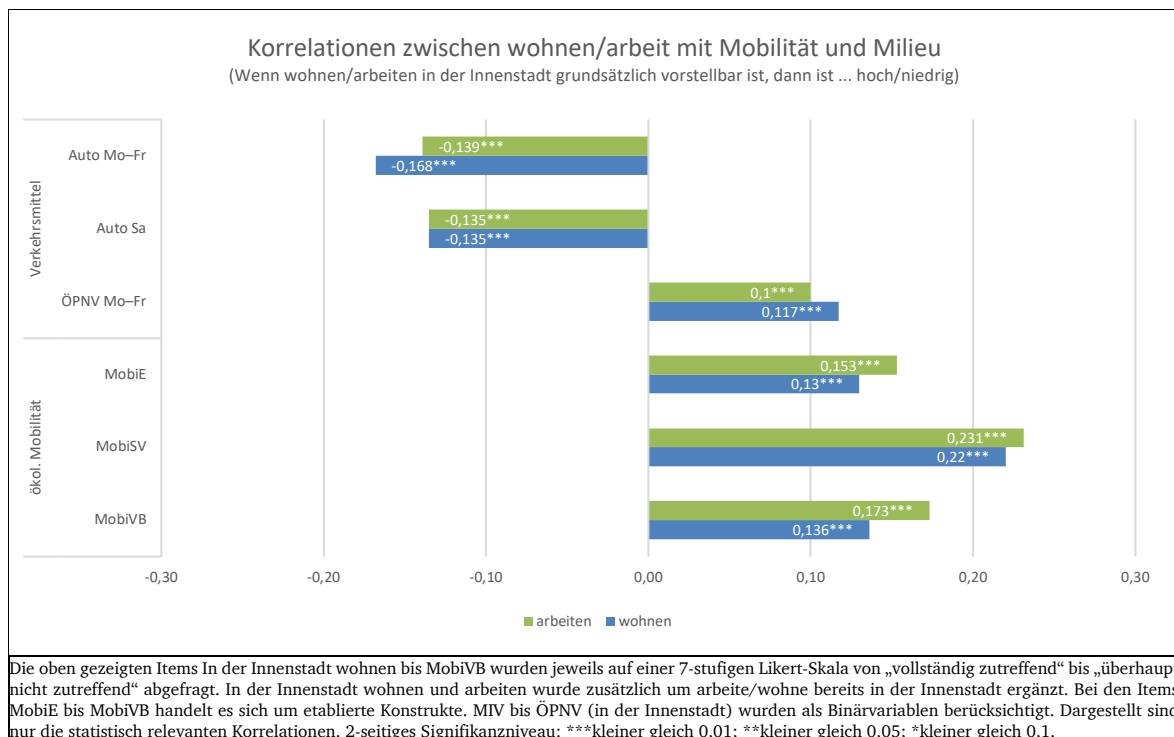


Abb. 28: Korrelationen des Modalsplit mit dem Wunsch in der Innenstadt zu leben/arbeiten

3.1.4 Verschiebungen des Ortes der Funktionsausübung während Corona

Neben saisonalen und konjunkturellen Schwankungen lassen sich die Umsatzrückgänge auch durch Verschiebung des Ortes der Funktionsausübung begründen. Die Corona-Pandemie hat hier die Trends befeuert und bestehende Strukturen aufgebrochen.

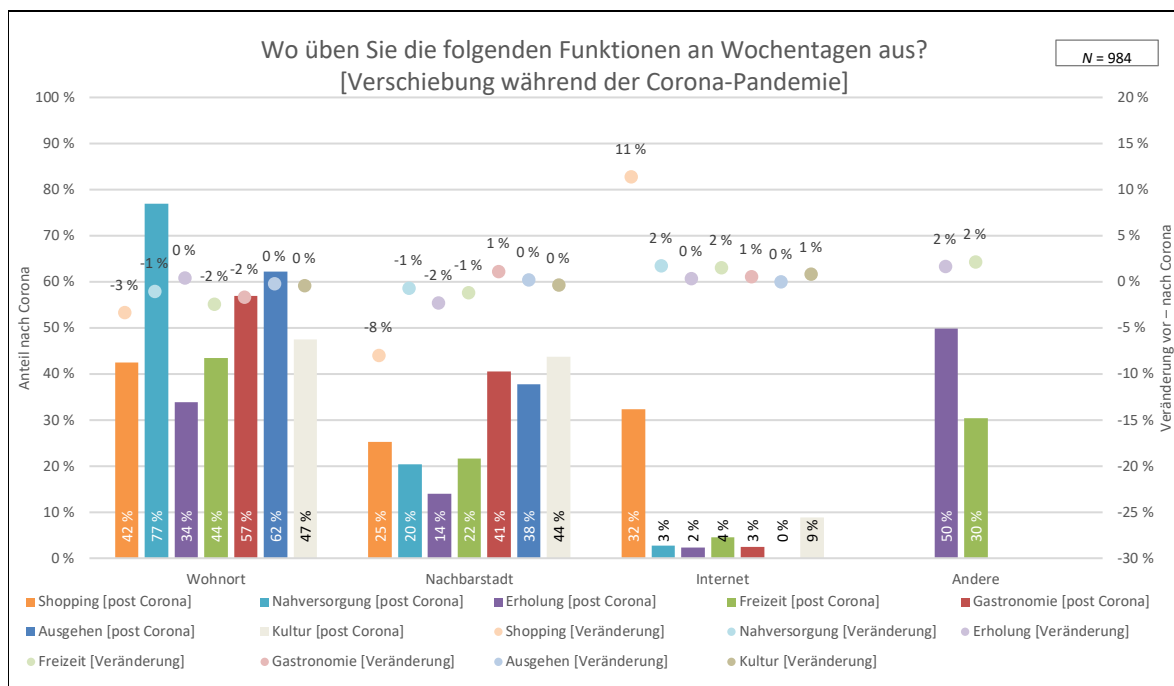


Abb. 29: Verschiebung des Funktionsausübungsortes an Wochentagen, Wochenenden/Feiertagen während der Corona-Pandemie

Methodenbox

Die Befragten gaben den Ort der Funktionsausübung vor und nach Corona an. Zur Auswahl standen „Wohnort“, „kleine/mittelgroße/große Nachbarstadt“ (zusammenfasst als „Nachbarstadt“), „Internet“, „im Grünen“ (nah, Anfahrt > 1 h) und „Ausland“ (zusammengefasst als „andere“). Die Abbildung zeigt die Verschiebung des Funktionsausübungs-ortes während der Corona-Pandemie als Punkt und den Anteil heute als Balken.

Das Aufbrechen der Strukturen äußert sich an Wochentagen durch eine starke Verlagerung der Funktionen in den digitalen Raum. Besonders betroffen ist Shopping, das bei den Befragten während Corona um 8 bis 11 % zugenommen hat und nunmehr 32 bis 29 % online ausführen. Aber auch die Nahversorgung hat sich raus aus den Nachbarstädten (auch größere Städte) rein in den digitalen Raum verlagert (vgl.



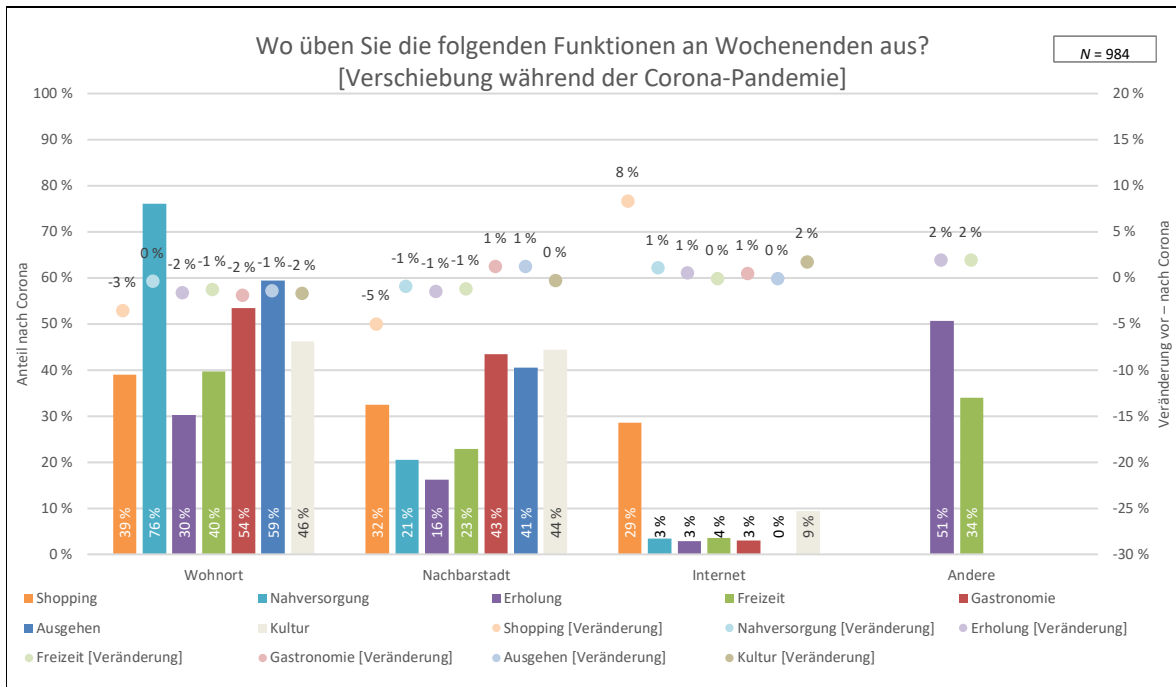
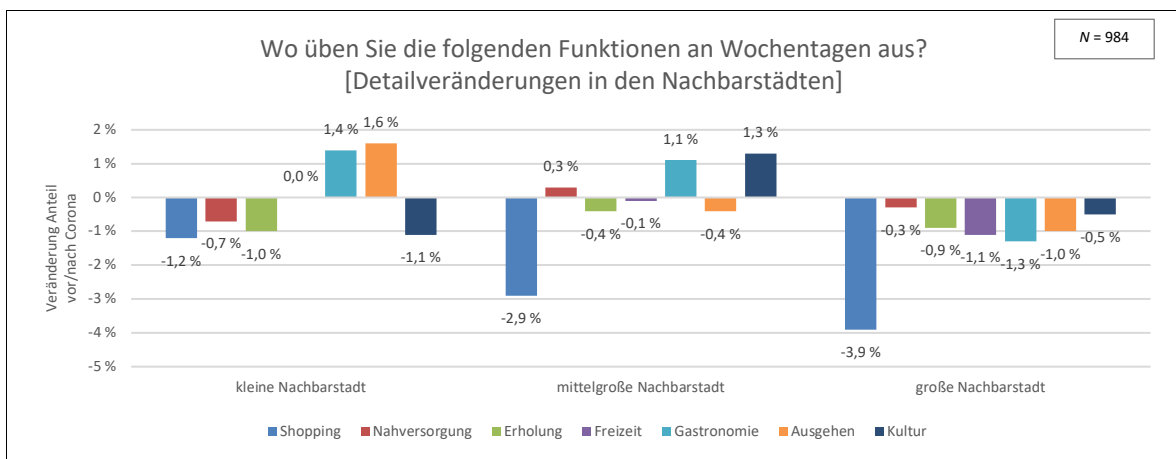


Abb. 29).

Die Verschiebungen lassen sich ebenfalls nach Nachbarstädten unterscheiden. Hier zeigt sich, dass sich die Funktionen aus den Nachbarstädten weg in den digitalen Raum und die jeweilige Heimatstadt verlagert haben. Besonders größere Nachbarstädte sind die Leidtragenden mit erheblichen Verlusten in den meisten Bereichen. Besonders hart trifft es die vormalige Leitfunktion des Einzelhandels mit -3,9 % in größeren Nachbarstädten an Wochentagen und -3,6 % an Wochenenden und Feiertagen (vgl.



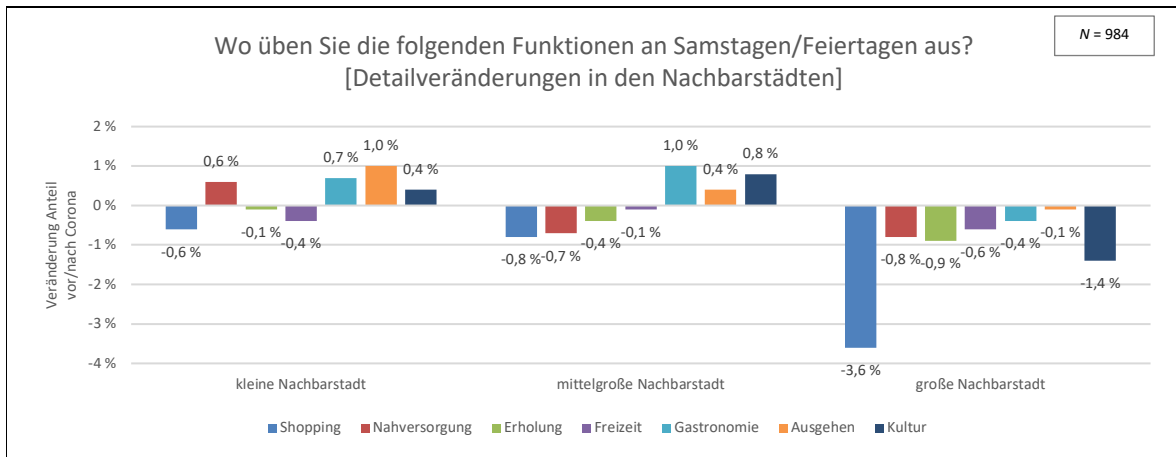


Abb. 30). Hinweise für die Ursache der Verschiebung geben die in Kapitel 3.1.1. beschriebenen Attraktivitätsveränderungen der Innenstädte.

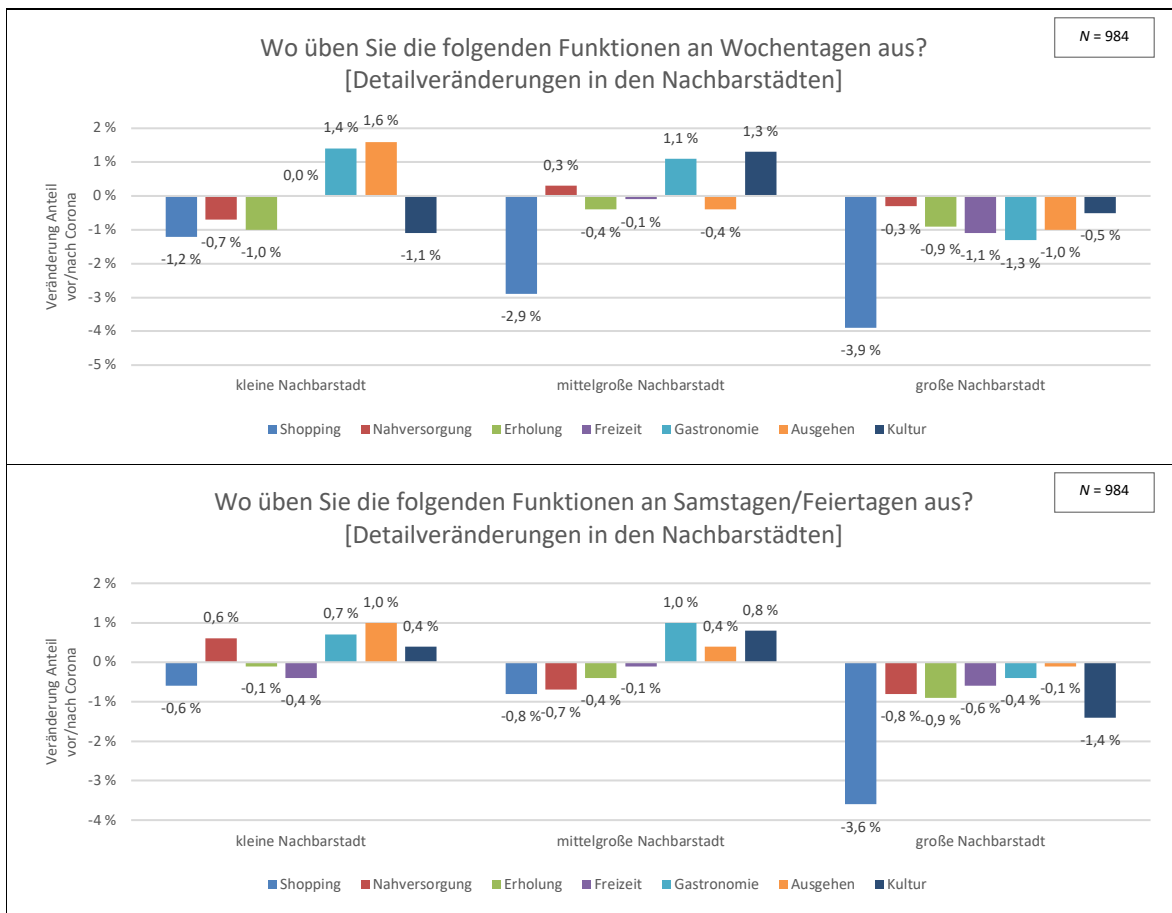


Abb. 30: Veränderung des Funktionsausübungsortes an Wochentagen, Wochenenden/Feiertagen in Nachbarstädten

3.1.5 Kopplungseffekte in der Innenstadt

Dass Innenstädte wieder multifunktionaler werden müssen, ist breiter Konsens (vgl. Pfnür & Rau, 2023). Ein wesentlicher Vorteil der Multifunktionalität sind verstärkte Kopplungseffekte, wodurch sich die Funktionen gegenseitig befruchten können und so die Innenstadt als gesamte resilient gegenüber einzelnen schwächelnden Bereichen machen kann. Um die Wechselwirkungen zwischen den einzelnen Funktionen besser verstehen zu können, werden in diesem Kapitel die Haupt- und Nebengründe der Befragten sowie die Kopplungseffekte zwischen den Funktionen untersucht.

Shopping noch immer Grund Nummer eins für den Innenstadtbesuch

Für 37 % der befragten Bürger ist Shopping an Werktagen der Hauptgrund für den Innenstadtbesuch. Dieser Wert steigt an Samstagen auf 59 % und stellt damit den wichtigsten Hauptgrund für den Innenstadtbesuch dar. An Werktagen ist Shopping allerdings für fast

jeden zehnten (9 %) Innenstadtbesucher kein Besuchsgrund, an Samstagen betrifft dies nur noch 7 % der Befragten (vgl. Abb. 31).

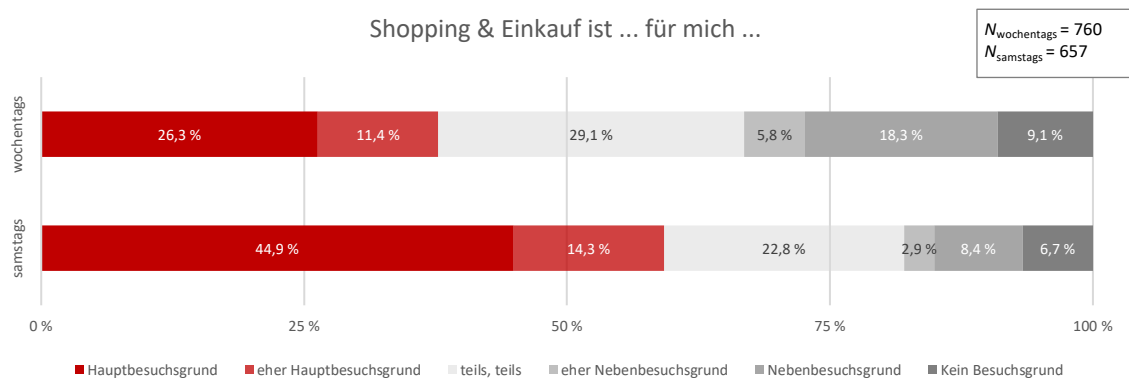


Abb. 31: Verteilung des Besuchsgrundes Shopping

Es zeigt sich, dass ein großer Teil der Befragten das Shopping mit weiteren Tätigkeiten verbinden. Dabei spielen Freizeit (werktags: 13 %/samstags: 13 %) und Essengehen (werktags: 12 %/samstags: 14 %) die größte Rolle (vgl. Abb. 32). Shopping stellt damit weiterhin einen wichtigen Bürgermagneten dar, der die weiteren Nutzungen begünstigt und in der heutigen Form teilweise auch erst ermöglicht.

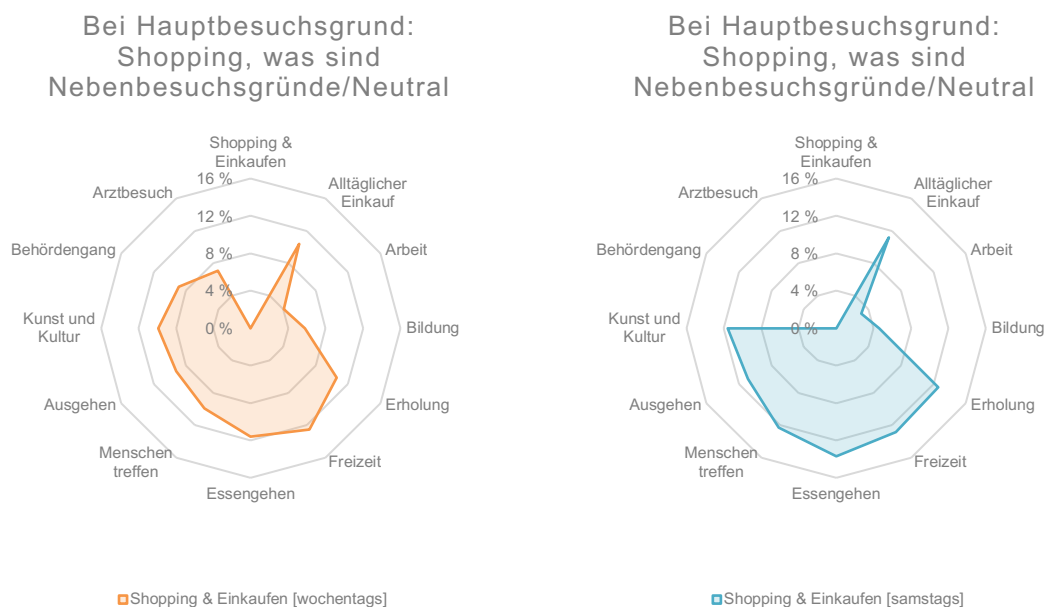


Abb. 32: Kopplungseffekte zum Shopping

Der alltägliche Einkauf für sich genommen motiviert die wenigsten zum Innenstadtbesuch

Der alltägliche Einkauf ist an Wochentagen für fast ein Drittel (28 %) kein Grund ihre Innenstadt aufzusuchen. Im Gegensatz dazu ist an Wochentagen für 30 % der Befragten der alltägliche Einkauf ein Hauptgrund für den Innenstadtbesuch. An den Samstagen dreht sich dies (konträr zum Shopping) und der alltägliche Einkauf ist nur noch für 25 % der Hauptbesuchsgrund (vgl. Abb. 33). Insgesamt zeigt sich, dass der alltägliche Einkauf in der Innenstadt vergleichsweise selten Hauptbesuchsgrund ist.

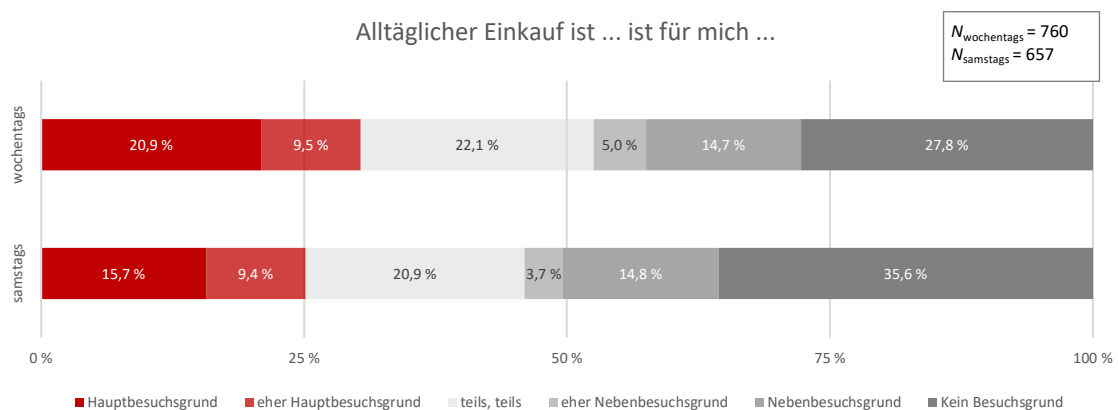


Abb. 33: Verteilung des Besuchsgrundes alltäglicher Einkauf

Arbeiten in der Innenstadt für jeden Dritten relevant

Für 32 % der Befragten ist die Arbeit in der Innenstadt der Hauptgrund für ihren Besuch an Wochentagen (vgl. Abb. 34). Davon arbeiten 59 % (nicht in Grafik Diagramm enthalten) in Büros, womit die Büros in Innenstadtlagen für fast jeden zweiten Befragten (19 %) relevant sind.

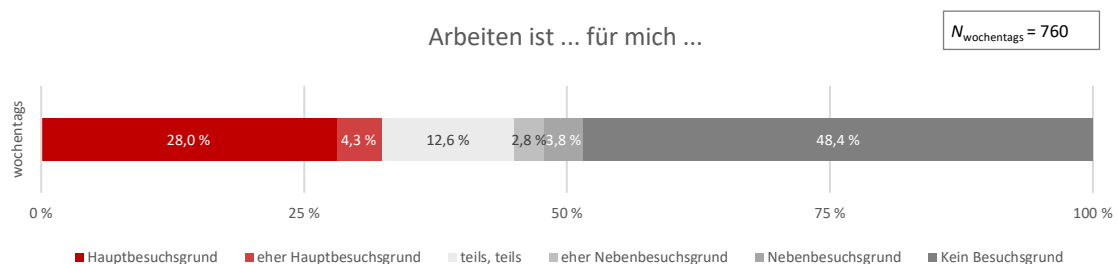


Abb. 34: Verteilung des Besuchsgrundes Arbeit

Die in der Innenstadt arbeitenden befragten Bürger stellen einen wichtigen Umsatz-, Frequenz und dadurch Belebungsbringer für die weiteren Nutzungen dar. Im Gegensatz zu den anderen hier analysierten Funktionen birgt die Arbeit in der Innenstadt eine stetige

Umsatzquelle für die flankierenden Funktionen. So ist für 13 % Shopping, 12 % essen gehen und 11 % Freizeit ein weiterer Grund für den Innenstadtbesuch (vgl. Abb. 35).

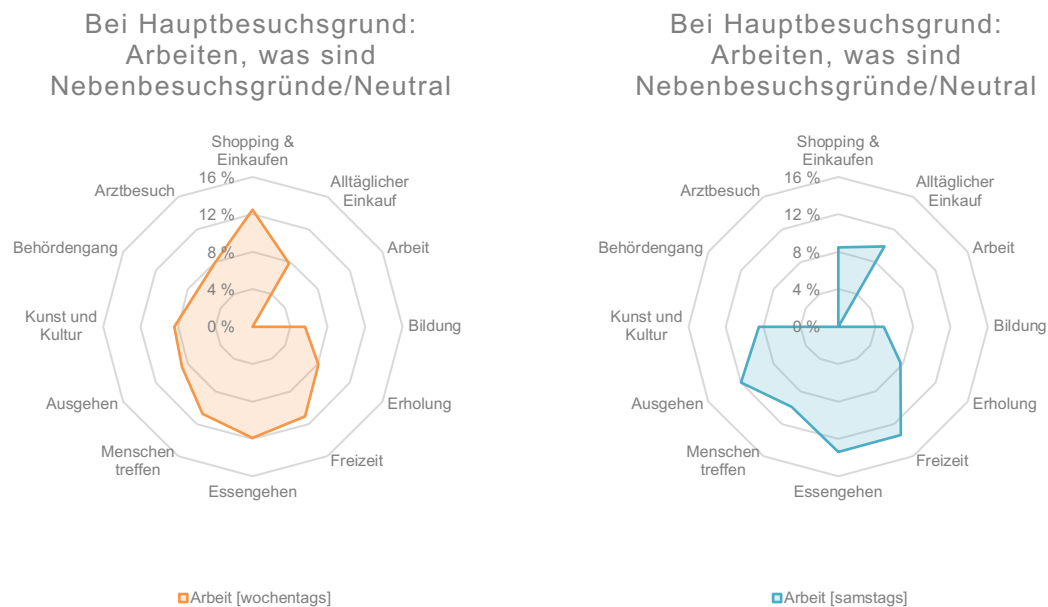


Abb. 35: Kopplungseffekte zur Arbeit

Belebung der Innenstädte an Feiertagen durch Erholung, Freizeit und Kommunikation

Die Innenstädte sollen bunter und lebhafter werden. Hierbei spielen Freizeit, Erholung, Essengehen und allgemein die Interaktion mit den Mitbürgern eine entscheidende Rolle. Besonders an Samstagen und Feiertagen stehen diese Funktionen in Innenstädten im Vordergrund (vgl. Abb. 36, Abb. 37, Abb. 38, Abb. 39). Anpassungen in den in Kapitel 3.1.2 angesprochenen Aspekten können die Nutzungen an Samstagen und Feiertagen weiter stärken und Innenstädte auch bei geschlossenem Einzelhandel attraktiver machen.

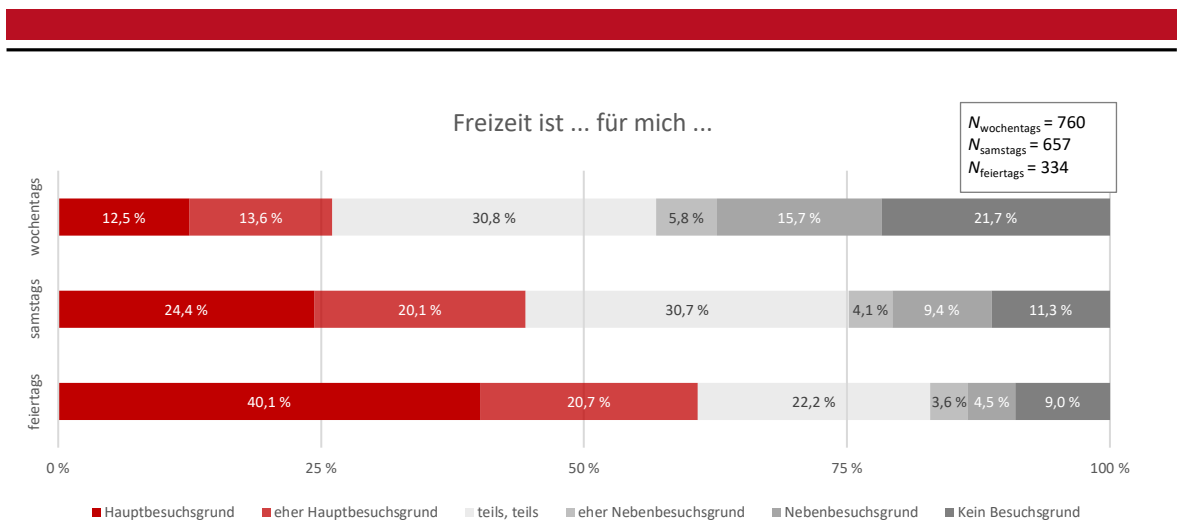


Abb. 36: Verteilung des Besuchsgrundes Freizeit

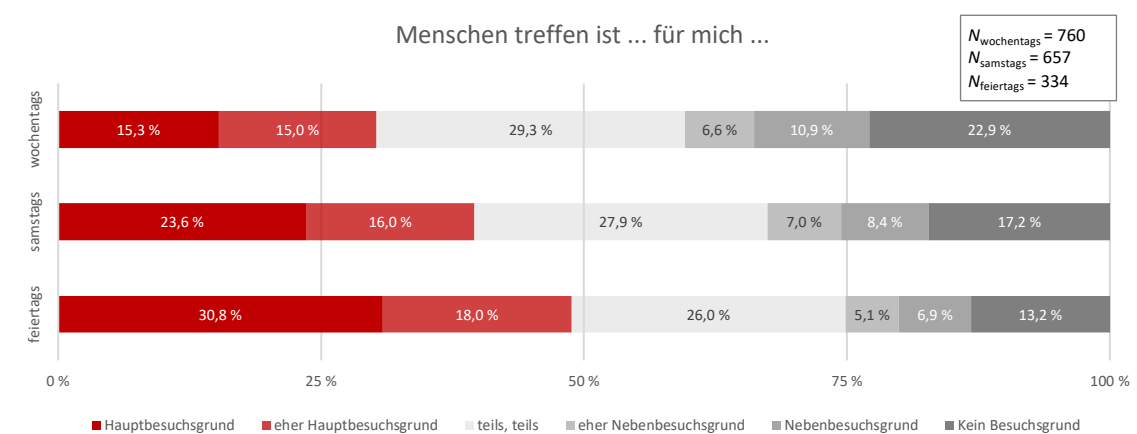


Abb. 37: Verteilung des Besuchsgrundes Menschen treffen

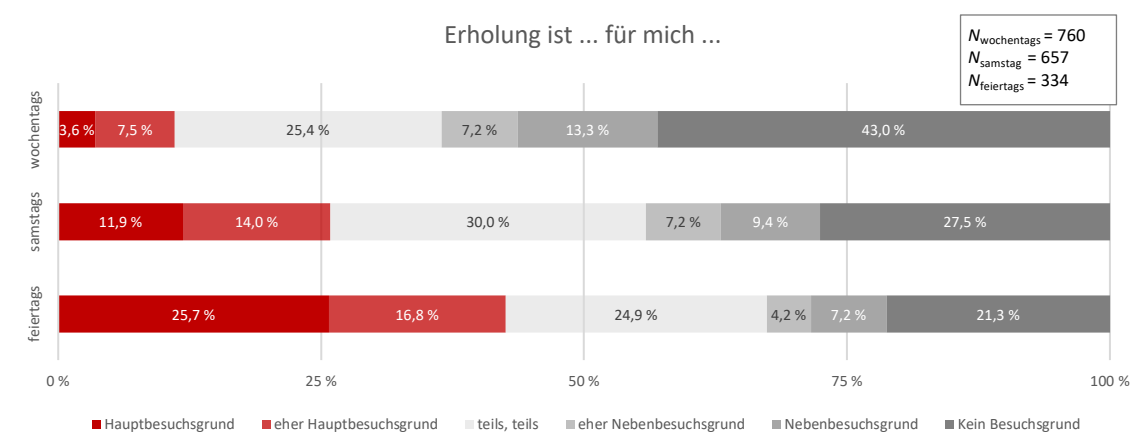


Abb. 38: Verteilung des Besuchsgrundes Erholung

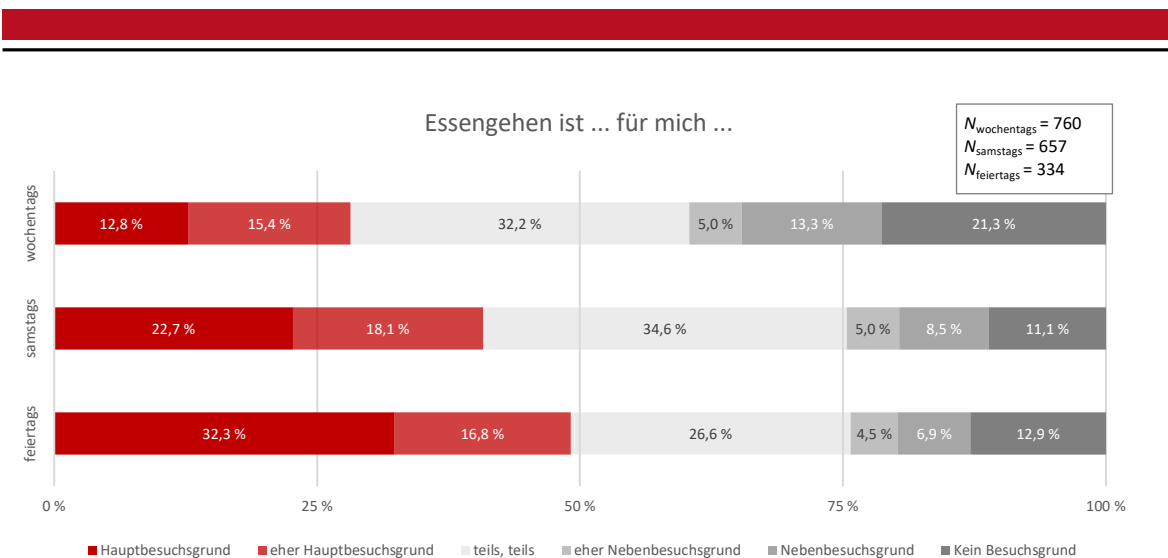


Abb. 39: Verteilung des Besuchsgrundes essen gehen

Ausgehen ist für fast 40 % der Befragten der Hauptgrund für den Innenstadtbesuch an Samstagen und Feiertagen. An Werktagen ist dies für 33,7 % kein Grund ihre Innenstadt aufzusuchen (vgl. Abb. 40).

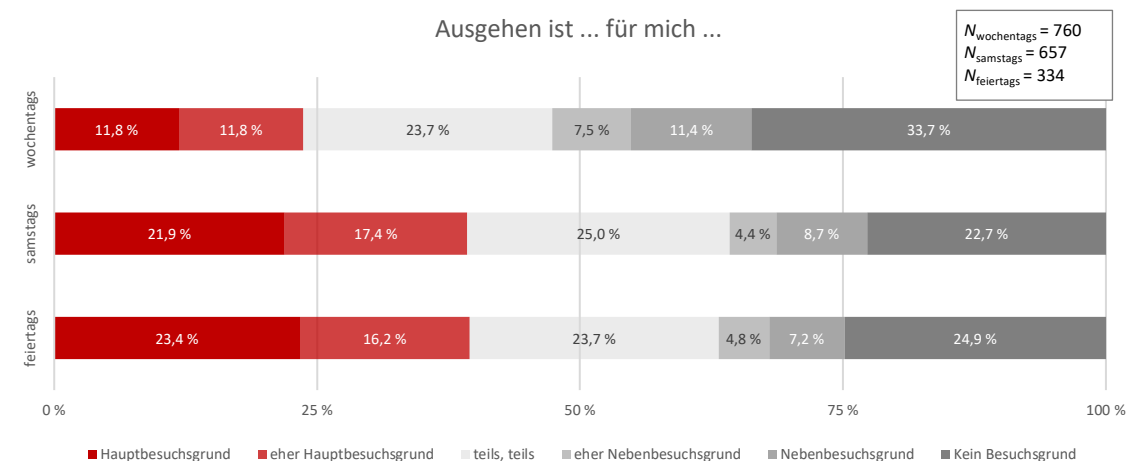


Abb. 40: Verteilung des Besuchsgrundes Ausgehen

Kunst und Kultur für jeden Dritten kein Besuchsgrund

An Wochentagen ist Kunst und Kultur für 43 % der Befragten kein Grund ihre Innenstadt aufzusuchen. Dies geht an Samstagen auf 35 % und an Feiertagen auf 34 % zurück, verbleibt aber hoch (vgl. Abb. 41).

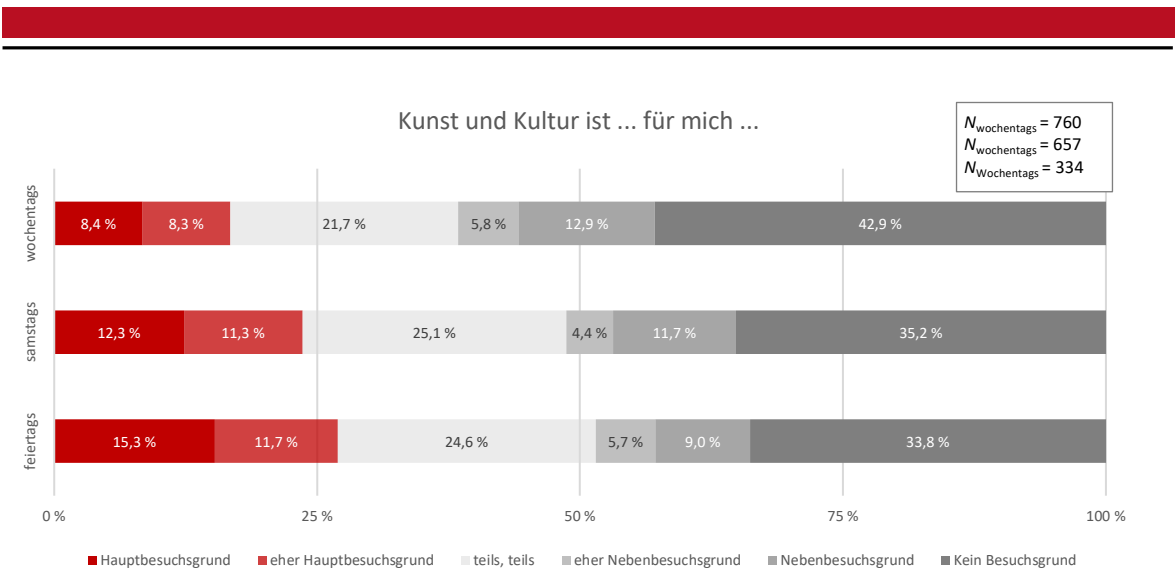


Abb. 41: Verteilung des Besuchsgrundes Kunst und Kultur

Die Wirkzusammenhänge der verschiedenen Funktionen und deren Korrelation untereinander wird im Folgenden untersucht. Durch die Untersuchung der Korrelationen können tiefergehende Aussagen zum Verhalten der Besucher in Innenstädten getroffen werden. Als Kontrollvariable ist das Alter eingefügt. Korrelationen über 0,2 sind zudem fett markiert. Im ersten Schritt werden die Korrelationen der Funktionen an Wochentagen analysiert. Hier zeigt sich vorweg, dass die meisten Korrelationen der Funktionen signifikant sind (grün/orange dargestellt). Shopping und Einkaufen korreliert positiv mit dem alltäglichen Einkauf (0,19), Menschen treffen (0,15), Kunst und Kultur (0,13), Behördengang (0,19), Arztbesuch (0,14), dem Alter (0,14) und essen gehen (0,13), was somit gute Komplementärnutzungen darstellen kann. Dahingegen ist Arbeit mit dem alltäglichen Einkauf (0,2) und Bildung (0,27), Ausgehen (0,18) sowie Behördengang (0,17), korreliert. Das Cluster Erholung, bis Ausgehen weist in sich eine sehr hohe Korrelation auf, da diese Items grundsätzlich gleichgeartet sind. Dahingegen kann arbeiten stärker abgegrenzt werden.

Tabelle 8: Korrelationen der Innenstadtfunktionen an Wochentagen

Funktion	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. Shopping & Einkaufen	--												
2. Alltäglicher Einkauf	0,19	--											
3. Arbeit	0,03	0,20	--										
4. Bildung	-0,06	0,12	0,27	--									
5. Erholung	0,07	0,10	-0,08	0,31	--								
6. Freizeit	0,04	-0,01	-0,05	0,13	0,48	--							
7. Essengehen	0,13	0,09	-0,05	0,12	0,28	0,43	--						
8. Menschen treffen	0,15	0,10	0,02	0,20	0,33	0,42	0,49	--					
9. Ausgehen	0,08	0,04	0,18	0,18	0,22	0,42	0,50	0,57	--				
10. Kunst und Kultur	0,13	0,01	0,06	0,30	0,15	0,30	0,29	0,30	0,31	--			
11. Behördengang	0,19	0,15	0,17	0,23	0,27	0,30	0,29	0,17	0,20	0,25	--		
12. Arztbesuch	0,14	0,23	0,14	0,34	0,19	0,20	0,23	0,22	0,14	0,21	0,54	--	
13. Alter	0,11	0,07	0,00	-0,13	0,06	-0,01	-0,01	-0,04	-0,04	0,22	0,04	0,08	--
p < ,05 (zweiseitig)													
p < ,01 (zweiseitig)													

Besonders am Wochenende sind Shopping und alltäglicher Einkauf mit einer Korrelation von 0,32 oftmals ähnlich wichtig. Außerdem wird für den jüngeren Anteil der Bevölkerung Freizeit, essen gehen und Menschen treffen wichtiger (je jünger, umso eher sind die genannten Funktionen Hauptbesuchsgründe). Insgesamt zeigen sich hohe Korrelationen ausgehend von Shopping/alltäglicher Einkauf und den freizeitbezogenen Funktionen Erholung bis Kunst und Kultur (vgl. Tabelle 9).

Tabelle 9: Korrelationen der Innenstadtfunktionen an Samstagen

Funktion	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Shopping & Einkaufen	--								
2. Alltäglicher Einkauf	0,32	--							
3. Erholung	0,12	0,20	--						
4. Freizeit	0,10	0,17	0,59	--					
5. Essengehen	0,15	0,08	0,33	0,51	--				
6. Menschen treffen	0,12	0,16	0,37	0,42	0,53	--			
7. Ausgehen	0,18	0,11	0,29	0,44	0,58	0,59	--		
8. Kunst und Kultur	0,09	0,15	0,33	0,37	0,38	0,39	0,45	--	
9. Alter	0,01	0,12	0,06	-0,13	-0,10	-0,09	-0,08	0,16	--
p < ,05 (zweiseitig)									
p < ,01 (zweiseitig)									

An Feiertagen zeigt sich wieder eine starke Korrelation in den Items Erholung bis Ausgehen. Kunst und Kultur zeigt an Feiertagen wenig Korrelation mit den anderen Angeboten (vgl. Tabelle 10).

Tabelle 10: Korrelationen der Innenstadtfunktionen an Feiertagen

Funktion	1	2	3	4	5	6	7
1. Erholung	--						
2. Freizeit	0,66	--					
3. Essengehen	0,40	0,47	--				
4. Menschen treffen	0,37	0,39	0,48	--			
5. Ausgehen	0,40	0,43	0,60	0,58	--		
6. Kunst und Kultur	0,26	0,28	0,40	0,33	0,54	--	
7. Alter	-0,12	-0,17	-0,09	-0,15	-0,03	0,19	--
p < ,05 (zweiseitig)							
p < ,01 (zweiseitig)							

Die Korrelationen zeigen deutlich, dass unterschiedliche Innenstadtfunktionen sich gegenseitig unterstützen. So zeigt sich, dass die befragten Bürger die meisten signifikanten Korrelationen (sechs an Wochentagen, sieben an Samstagen) mit Shopping und Einkaufen zeigen. Verschiedene Nutzungen korrelieren dabei unterschiedlich stark miteinander. Dies lässt Rückschlüsse auf strategisch sinnvolle Nachnutzungskonzepte zu.

3.1.6 Zwischenfazit zum Status quo der Innenstädte

In den vorangegangenen Kapiteln ist die Entwicklung der Innenstädte und der Status quo aus Sicht der direkt Betroffenen – der Bürger und Bürgerinnen – untersucht worden. Auf übergeordneter Ebene gibt es Funktionen wie Klimaschutz, Klimaanpassung und Mobilität, in denen die Innenstädte besser geworden sind, aber auch Funktionen wie Wohnen und die Qualität des öffentlichen Raums, in denen die Innenstädte sich verschlechtert haben. Auf den folgenden Seiten werden die Kernaussagen des Kapitels zusammengefasst.

Zahlreiche essenzielle Innenstadtfunktionen haben sich aus Sicht der Bürger verschlechtert – Die verschiedenen Milieus haben unterschiedliche Pain-points in Bezug auf Innenstädte

Von 11 abgefragten Innenstadtfunktionen haben sich 6 Netto an Attraktivität aufgrund Qualitätsverlust abgenommen (absolut zugenommen – absolut abgenommen). Besonders Wohnen, die Qualität des öffentlichen Raums Zusammenkommen und Kommunikation, Innenstadt als Arbeitsplatz und Konsum und Versorgung sind davon betroffen. Ein Blick auf die Mosaic-Milieus zeigt, dass diese die Attraktivitätsabnahme unterschiedlich wahrnehmen. So sehen besonders High Society (A), Metropolitan Elite (B) und Domestic Rurality (E) die Abnahme der Attraktivität der Wohnfunktion überdurchschnittlich kritisch. Die Qualität des öffentlichen Raums und der Konsum und Versorgungsfunktion wird von Metropolitan Elite (B) und Domestic Rurality (E) überdurchschnittlich stark wahrgenommen. Damit zeigt sich, dass die Beziehung zur Innenstadt maßgeblich mit der Unzufriedenheit der befragten Bürger zusammenhängt. Metropolitan Elite (B) und Domestic Rurality (E), welche tendenziell in den Vororten beheimatet sind, fokussieren sich mehr auf die klassischen Funktionen wie Konsum und Versorgung. Urbane Bürger wie die High Society (A) sehen die Attraktivitätsabnahme eher in Bereichen, die dem Leben in der Stadt zuzuordnen sind. Der Blick weg von „den Bürgern“ hin zu einer differenzierten Betrachtung auf Ebene der Milieus hilft immens die verschiedenen Pains der Bürger verstehen zu können und lässt einen zielgerichteten Problemlöseprozess zu. Akteursgruppen müssen sich vor der Definition von Stadtstrategien oder Maßnahmenpaketen den Pains der Stadt und deren Milieus bewusstwerden, um zielgerichtet handeln zu können. Dies erfordert eine tiefgehende Untersuchung des Status quo. Die gute Nachricht ist, dass die Attraktivität der Innenstädte – wie im folgenden Kapitel beschrieben wird – wieder hergestellt werden kann.

Für den Einzelhandel in der Innenstadt bedeutet dies, dass er sich verstärkt, darauf konzentrieren sollte seine Grundfunktion um Erlebnisse im Bereich der Freizeitgestaltung auszuwerten. Die Einzelhandelskonzepte sollten eine Mischung aus Information, Inspiration und

Interaktionsmöglichkeiten liefern, die eine Art Ausstellungsscharakter und eine eventähnliche Atmosphäre schaffen. Dies gilt besonders für die gut ausgebildeten wohlhabenden Menschen, die eine zentrale Zielgruppe für hochwertige Non-Food-Angebote in der Innenstadt darstellen.

Ausschnitte aus der Studie Vitale Innenstädte 2022 des IFH Köln

Über alle Befragten der Studie Vitale Innenstädte 2022 wird die Gesamtattraktivität mit der Schulnote 2,5 bewertet. Die größeren Städte und Städte zwischen 100 – 200 Tsd. Einwohner wurden mit 2,4 respektive 2,3 besser bewertet. Städte zwischen 200 – 500 Tsd. Einwohner schneiden mit 2,5 dahingegen durchschnittlich/schlechter ab.

Quelle: (Hedde et al., 2023)

Stadt – nicht – für alle: Innenstädte decken nicht den Bedarf aller Milieus

In der aktuellen Debatte zur Transformation der Innenstadt wird immer wieder thematisiert, dass Innenstädte ein Erlebnis bieten müssen (vgl. Pfnür & Rau, 2023). Anhand der Umfragedaten zeigt sich, dass dies insbesondere für die High Society (A) stimmt. High Society sehen den Attraktivitätsverlust ihrer Innenstädte insgesamt weniger kritisch als andere Milieus. Als Stadtbewohner steht für dieses Milieu weniger der reine Konsum im Vordergrund dafür mehr der Spaß und das Erlebnis, welches die Innenstadt nicht bietet. Das zeigt sich besonders bei der Bewertung des Milieus der 12 urbanen Qualitätskriterien. Hier zeigt sich, dass die High Society überdurchschnittlichen Nachholbedarf in Bezug auf Spielen und Spaß in ihren Innenstädten sehen. Dieses für die Innenstädte wichtige Milieu empfindet den Attraktivitätsverlust des Einzelhandels als weniger stark, als andere Milieus. Entsprechend finden sich die Hebel – das Milieu wieder für die Innenstadt begeistern zu können – nicht im Einzelhandel, sondern in der Verbesserung des Faktors Spaß ausgehend vom öffentlichen Raum in das gesamte Innenstadterlebnis. Durch entsprechende Kopplungseffekte profitieren auch alle weiteren Funktionen, wie eben auch der Einzelhandel.

Zentrale Bedürfnisse im öffentlichen Raum insbesondere Sicherheit und Soziales nicht ausreichend bedient

Der öffentliche Raum hat für 32 % der Befragten an Attraktivität verloren. Besonders gemessen an den 12 urbanen Qualitätskriterien kann er aus Sicht der befragten Bürger kaum überzeugen. Alarmierend ist, dass die Defizitär-Bedürfnisse wie Schutzbedürfnis (insbesondere vor unangenehmen Sinneseindrücken und Verkehr) und soziale Bedürfnisse aus Sicht vieler Bürger in ihrer Innenstadt nicht umgesetzt sind. Dass der öffentliche Raum das Aushängeschild der Innenstadt ist, macht die Lage nur umso prekärer. Auch hier gilt es die

verschiedenen Faktoren maßgeschneidert für die jeweilige Innenstadt und das Milieu anzugehen. Ideologisch getriebener Aktionismus unterliegt der Gefahr an den Bedarfen der Stadt und dessen Milieus vorbeizugehen und wertvolle Ressourcen ins Leere laufen zu lassen. Dabei geben die 12 urbanen Qualitätskriterien eine wertvolle Entscheidungshilfe mit Elementen des öffentlichen Raums, bei denen zunächst die Defizitär-Bedürfnisse der Bürger befriedigt werden sollten. Hier sind die Kommunen gefragt. Aufgrund der schwierigen Finanzierungssituation der Kommunen kann ein Business Improvement District (vgl. Pfnür & Rau, 2023) im Tandem mit den Eigentümern Abhilfe schaffen, um den öffentlichen Raum in Innenstädten attraktiver zu gestalten. Wichtig hierbei ist, dass nicht über die Köpfe der Immobilieneigentümer hinweg, sondern gemeinsam und gleichberechtigt über solche Maßnahmen und deren Ausgestaltung entschieden wird. Was sich aber auch zeigt ist, dass der öffentliche Raum durch die verschiedenen Milieus, unterschiedlich wahrgenommen wird (vgl. auch Göttsche-Stellmann et al., n.d., p. 64). High Society sehen bspw. beim Aufenthalt, Sport und Entertainment Nachholbedarf.

Das öffentliche Leben wird digitaler und lokaler – Magnetwirkung von Nachbarstädten verliert aufgrund fehlender Stadtidentität

Es zeigt sich, dass die befragten Bürger ihren Lebensmittelpunkt während und nach Corona um ihr Zuhause konsolidiert haben. So hat sich Shopping, Nahversorgung und Freizeit in das Internet verlagert. Dabei haben aus Sicht der Befragten Nachbarstädte ganz besonders an Magnetwirkung in Bezug auf Funktionen wie bspw. Shopping, Nahversorgung und Erholung verloren. Es wird deutlich, dass die derzeit etablierte Funktionalität der großen Städte an Akzeptanz verloren hat. Ein Ansatz kann sein, die Hebel für die Nachbarstädte wie das gastronomische Angebot, Ausgehen und Kultur zu nutzen und weiter auszubauen. Die anderen Funktionen können dadurch von den Kopplungseffekten, die sich aus den jeweiligen Funktionen ergeben profitieren. Auch hier gilt, dass die bloße Existenz und Ausbau der Funktionen allein nicht ausreichen. Vielmehr müssen die Funktionen unter Berücksichtigung der Eigenarten der Milieus und dem Genius Loci der Stadt verbessert werden, um den Bürgern so einen echten Mehrwert zu bieten. Für Eigentümer von Innenstadtimmobilien gilt somit, dass es ein „weiter so!“ kaum möglich ist. Der Fokus auf den Einzelhandel sollte sich zugunsten mehr Multifunktionalität der Innenstädte verändern. Dabei gilt es, existierende Kopplungseffekte zu nutzen und auszubauen. Funktionen, die das menschliche Miteinander und die lokalen Besonderheiten begünstigen, müssen hierbei vermehrt im Fokus stehen und Innenstädte wieder zum Ort des Zusammenkommens und Austausch machen.

Aus Sicht der Filialisten könnte eine Maßnahme darin bestehen, die freigewordenen Flächen der größeren Standorte in den Hauptzentren als Logistikzentren für die umliegenden kleineren Filialen mit steigender Kundenfrequenz zu nutzen (sofern eine Reduzierung der Flächen nicht problemlos durchführbar ist). Ebenso können Omni-Channel-Modelle dazu beitragen, einen Teil der Bevölkerung zu erreichen, der vermehrt auf digitale Einkaufsmöglichkeiten zurückgreift. Diese Modelle vereinen das bequeme Einkaufen von zu Hause aus mit den Vorteilen des stationären Einzelhandels und können durch zusätzliche Anreize wie Rabatte oder Individualisierungen wie Schneider-Dienstleistungen ergänzt werden.

Um der sinkenden Anziehungskraft entgegenzuwirken, können Funktionen mit wesentlichen Kopplungseffekten mit dem Einzelhandel zusätzlich genutzt werden. Insbesondere Partnerschaften mit spezialisierten gastronomischen Anbietern können dazu beitragen, die Attraktivität des Einzelhandels zu steigern.

Ausschnitte aus der Studie Vitale Innenstädte 2022 des IFH Köln

Der Anteil der reinen stationären Shopper sank von 34 % im Jahr 2020 auf 25 % im Jahr 2022. Im Gegensatz dazu stieg der Anteil der Personen, die auch online einkaufen, von 66 % auf 75 % im gleichen Zeitraum an.

Quelle: (Hedde et al., 2023)

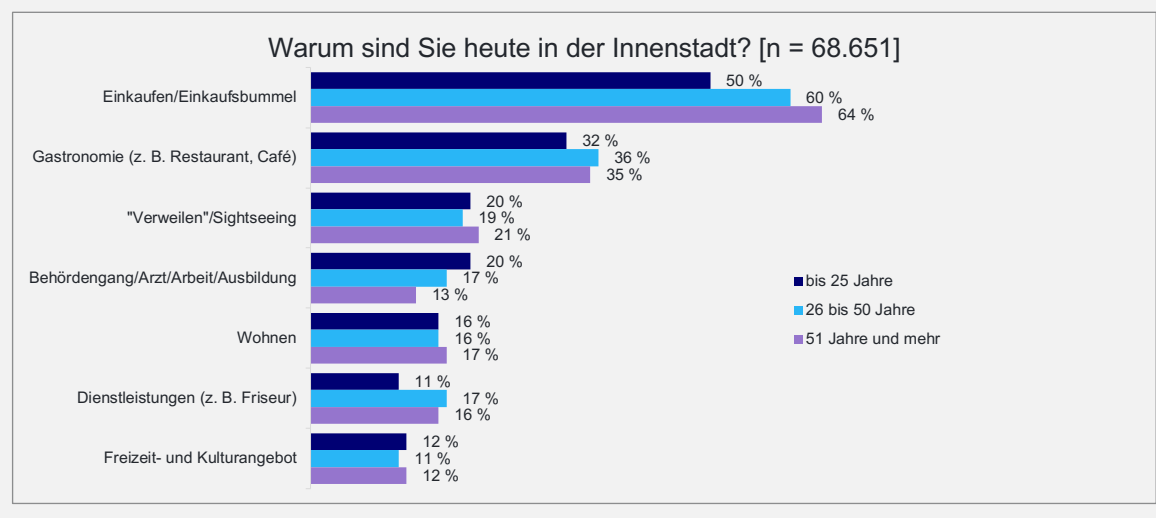
Einzelhandel ist noch lange nicht tot

Der Hauptbesuchsgrund für den Großteil der Menschen ist weiterhin der Einzelhandel. Zusätzlich ergeben sich zahlreiche Korrelationen zwischen dem Besuchsgrund Einzelhandel und allen anderen Nutzungen. Somit lebt der Einzelhandel und ist weiterhin wichtig. Er spielt eine wichtige Rolle im Geflecht der unterschiedlichen Innenstadtnutzungen. Klar ist aber auch, dass die rein auf Einzelhandelskonsum ausgelegte Innenstadt so nicht mehr funktionieren wird. Somit gilt es die freiwerdenden Flächen intelligent mit korrespondierenden Nutzungen zu ergänzen und neue Nutzungskluster durch weitere Nutzungsformen zu bilden. Wichtig ist dabei, das Ziel der fußläufigen Erreichbarkeit der Bürger stets im Blick zu behalten. Wie auch immer die neuen Nutzungsstrukturen aussehen werden, der Einzelhandel wird weiterhin ein wichtiger Bestandteil der Innenstädte sein und seinen Beitrag zur Passantenfrequenz leisten. Das heißt allerdings nicht, dass die Akteure sich auf bestehenden Modellen ausruhen können. Stattdessen ist es essenziell die bestehenden Konzepte genau auf die Bedarfe der jeweiligen Milieus auszurichten. Das heißt unter anderem, weg von reinen Konsumstraßen, hin zu spannenden/individuellen Innenstädten mit einem Einzelhandel der sich vom Onlinehandel abhebt.

Aus der Perspektive des Einzelhandels können Lösungen wie Pop-up-Stores oder Konzepte wie "Retail as a Service" dazu beitragen, eine Nähe zu den verbindenden Funktionen zu schaffen und zusätzliche Umsätze zu generieren. An Samstagen gewinnen Einkäufe von Drogerie- und Lebensmittelartikeln sowie Aktivitäten zur Erholung und Freizeitgestaltung an Bedeutung. Dies kann teilweise durch die Integration in die eigenen Geschäftsflächen vom Non-Food-Einzelhandel genutzt werden, um durch die höhere Kundenfrequenz die eigenen Umsätze zu steigern.

Ausschnitte aus der Studie Vitale Innenstädte 2022 des IFH Köln

Der Besuchsgrund für 50 % der Personen unter 25 Jahren war Einkaufen/Einkaufsbummel. Bei den Befragten zwischen 26 und 50 Jahren lag dieser Anteil bei 60 %, während es bei den Befragten über 51 Jahren 64 % waren.



Quelle: (Hedde et al., 2023)

3.2 Die neue Multifunktionalität der Innenstädte

Nachdem im Kapitel 3.1 der Status quo der Innenstädte in Deutschland aufgezeigt wurde, wird im folgenden Teil untersucht, welche Präferenzen und Bedarfe die befragten Bürger an die zukünftige Innenstadt stellen. Damit stellen die folgenden Seiten die Position der End-Nutzer von Innenstädten und Innenstadtimmobilien im Stakeholder-Prozess um die Transformation der Innenstädte dar.

3.2.1 Die von den Bürgern gewünschte Funktionsmischung in den Innenstädten

Im Anschluss auf die Frage nach der Attraktivitätsveränderung (bzw. Qualitätsveränderung) bis heute wurden die befragten Bürger gefragt, bei welchen Funktionen eine Attraktivitätssteigerung sie zukünftig mehr zum Innenstadtbesuch motivieren werden können.

Im Vergleich mit der rückblickenden Veränderung der Attraktivität (vgl. Abb. 17) zeigt sich, dass der Rang der Funktionen sich deutlich von den zukünftig gewünschten Attraktivitätssteigerungen unterscheidet (vgl. Abb. 42). So hat die Innenstadt als Zentrum für Konsum und Versorgung zwar am zweitstärksten an Attraktivität abgenommen, jedoch rangiert eine Verbesserung dieses Kriteriums lediglich auf Rang 5 in Bezug auf die zukünftigen relevanten Attraktivitätsmerkmale. Stattdessen werden Funktionen wie Erholung/Freizeit mit 55 % (Nettozustimmung 40 %), Grün- und Freiflächen mit 52 % (Nettozustimmung 38 %) und die Qualität des öffentlichen Raums mit 52 % (Nettozustimmung 39 %) von den Befragten wesentlich mehr Bedeutung zugesprochen.

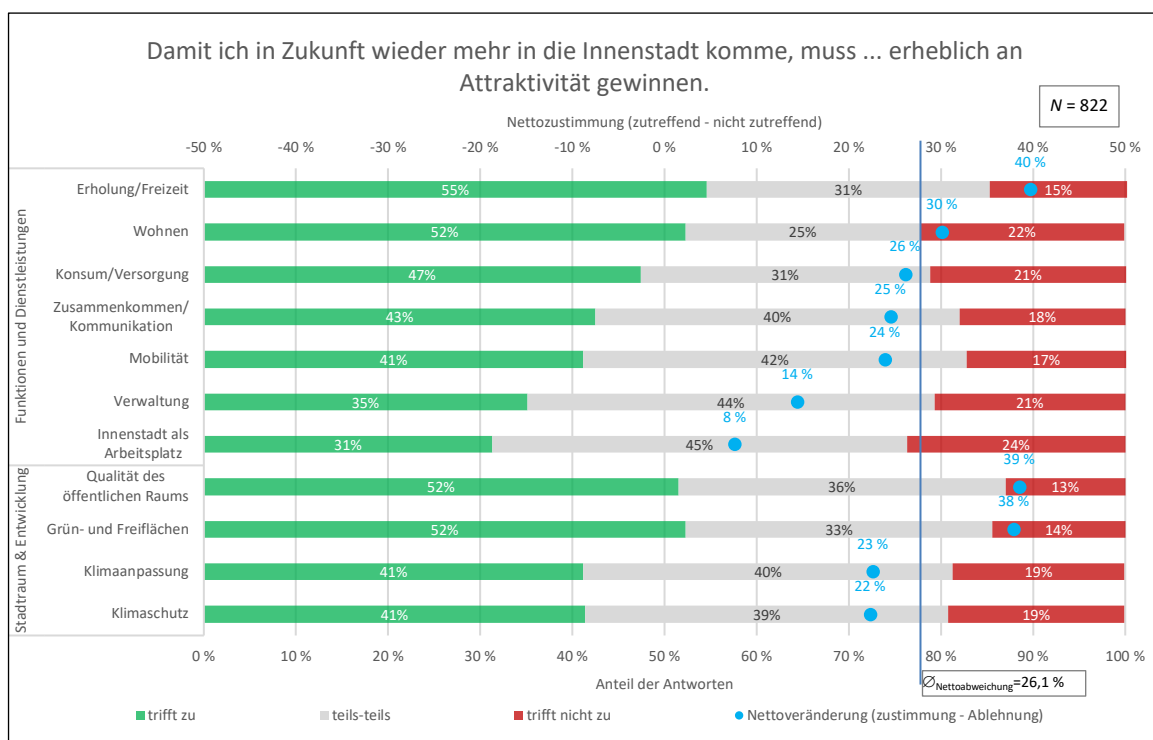


Abb. 42: Wunsch nach zukünftigen Attraktivitätssteigerungen in den Innenstädten

Im Vergleich zur Veränderung der Attraktivität bis heute (vgl. Kapitel 3.1.1) streuen die Antworten bei der Frage nach der zukünftig notwendigen Veränderung in den Innenstädten ähnlich. Bei der Veränderung der Attraktivität bis heute liegt die mittlere Standardabweichung bei 1,11 (22 % der 5er-Skala) und bei der Frage nach der notwendigen Attraktivitätssteigerung, um zukünftig mehr in die Innenstadt zu kommen, liegt die Standardabweichung bei 1,41 (20 % der 7er-Skala). Breiter gestreut sind die Items zum Klimaschutz (SD = 1,53), Klimaanpassung (SD = 1,53) und Wohnen (SD = 1,55) (vgl. Abb. 18).

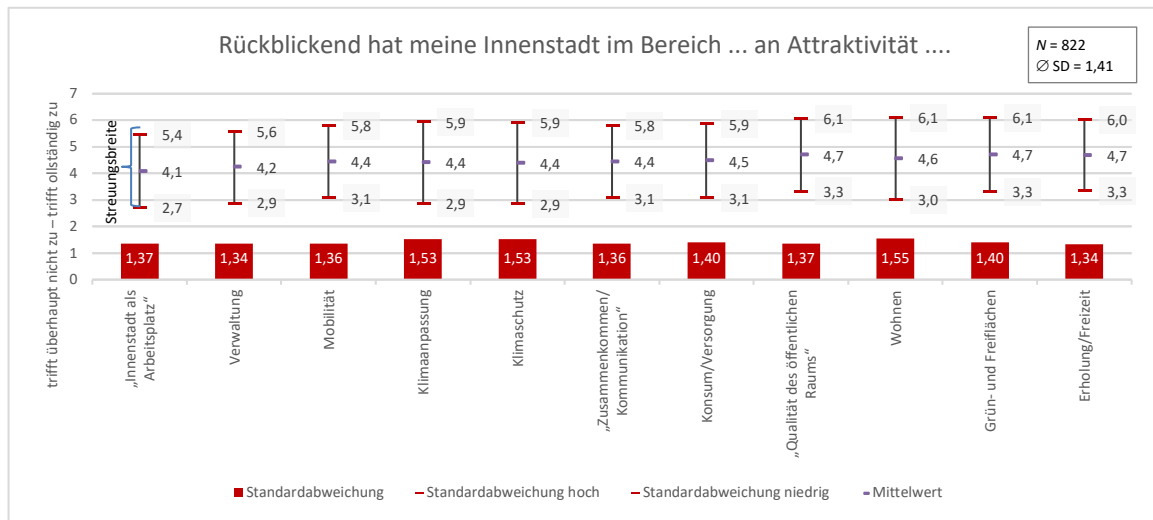


Abb. 43: Streuung der Antworten zur notwendigen Attraktivitätssteigerung der Innenstadt

Aufgrund der großen Standardabweichung werden nachfolgend alle Standardabweichungen der Items in Bezug auf die Mosaic-Milieus untersucht. Die Subgruppenanalyse kann die Streuung der High Society (A) und Prestigious Careers (C) für alle Präferenzen teilweise deutlich reduzieren. So sinkt die Streuung in Bezug auf die Mobilität in der Innenstadt bei Prestigious Careers (C) um fast 30 %. Es zeigt sich, dass die Milieus ein geeignetes Mittel sind die unterschiedlichen Erwartungen an die Innenstadt zu differenzieren (vgl. Tabelle 11).

Tabelle 11: Streuung der Veränderung der notwendigen Attraktivitätsveränderungen von Innenstadtfunktionen ausgewählter Mosaic-Subgruppen

Standardabweichungen der Subgruppen (Anzahl grün)	Gesamt	A (11)	B (6)	C (11)	D (5)	E (7)	F (5)	G (6)
Wohnen	1,54	1,44	1,51	1,41	1,48	1,49	1,44	1,55
Konsum/Versorgung	1,40	1,27	1,41	1,31	1,45	1,33	1,20	1,40
Arbeit	1,37	1,25	1,44	1,35	1,42	1,33	1,29	1,25
Verwaltung	1,34	1,31	1,44	1,20	1,36	1,33	1,41	1,26
Klimaschutz	1,53	1,44	1,54	1,45	1,42	1,36	1,53	1,54
Klimaanpassung	1,53	1,42	1,51	1,36	1,38	1,32	1,52	1,56
Erholung/Freizeit	1,34	1,31	1,15	1,30	1,24	1,43	1,28	1,26
Kommunikation*	1,36	1,34	1,33	1,17	1,54	1,41	1,41	1,25
Grün- und Freiflächen	1,40	1,29	1,34	1,13	1,40	1,45	1,49	1,32
Mobilität	1,36	1,21	1,21	0,98	1,56	1,24	1,36	1,44
Qualität des öffentlichen Raums	1,37	1,33	1,31	1,16	1,33	1,38	1,41	1,30

A: High Society; B: Metropolitan Elite; C: Prestigious Careers; D: Wealthy Traditionals; E: Domestic Rurality; F: Suburban Settlers; G: Urban Raisers

Standardabweichung Subgruppe < Standardabweichung gesamt

Im Nachfolgenden werden die High Society (A), Prestigious Careers (C) und Domestic Rurality (E) in der Subgruppenbetrachtung gegenübergestellt. Wie zu erwarten, spielt Wohnen für das eher in den Vororten beheimatete Milieu der Prestigious Careers-Milieu (C) eine untergeordnete Rolle im Vergleich zu den eher urbanen High Society (A) und den Suburban Settlers (F). High Society kann eine Attraktivitätssteigerung der Qualität des öffentlichen Raums stärker als die Prestigious Careers (C) oder Domestic Rurality (E) in die Innenstädte locken. Ein attraktives Mobilitätskonzept ist nur für Prestigious Careers (C) überdurchschnittlich relevant. Die Attraktivitätssteigerung der Konsum- und Versorgungsfunktion kann die High Society (A) auch in Zukunft kaum zum Innenstadtbesuch bringen. Dahingegen spielt dies für Domestic Rurality (E) eine übergeordnete Rolle. Ebenfalls überdurchschnittlich wichtig, erachtet die Domestic Rurality (E) Möglichkeiten zur zwischenmenschlichen Kommunikation in ihrer Innenstadt, High Society liegen hier knapp unter dem Schnitt. Klimaschutz und Klimaanpassung in der Innenstadt spielt für die Suburban Settlers (F) eine untergeordnete Rolle. Dahingegen spielt der Klimaschutz für die High Society (A) zwar eine untergeordnete Rolle, die Klimaanpassung sieht das Milieu jedoch als überdurchschnittlich wichtig an. Den High Society (A) ist somit das angenehme Stadtklima wichtig, aber nicht der Klimaschutz innerhalb der Innenstadt. Eine Attraktivitätssteigerung der Erholung- und Freizeitfunktion und Arbeit in der Innenstadt spielt nur für die Domestic Rurality (E) eine übergeordnete Rolle (vgl. Abb. 44). Es liegt nahe, dass Arbeit in der Innenstadt für die High Society (A) angesichts der erhöhten Homeoffice-Rate weniger relevant ist (vgl. Kapitel 3.2.3).

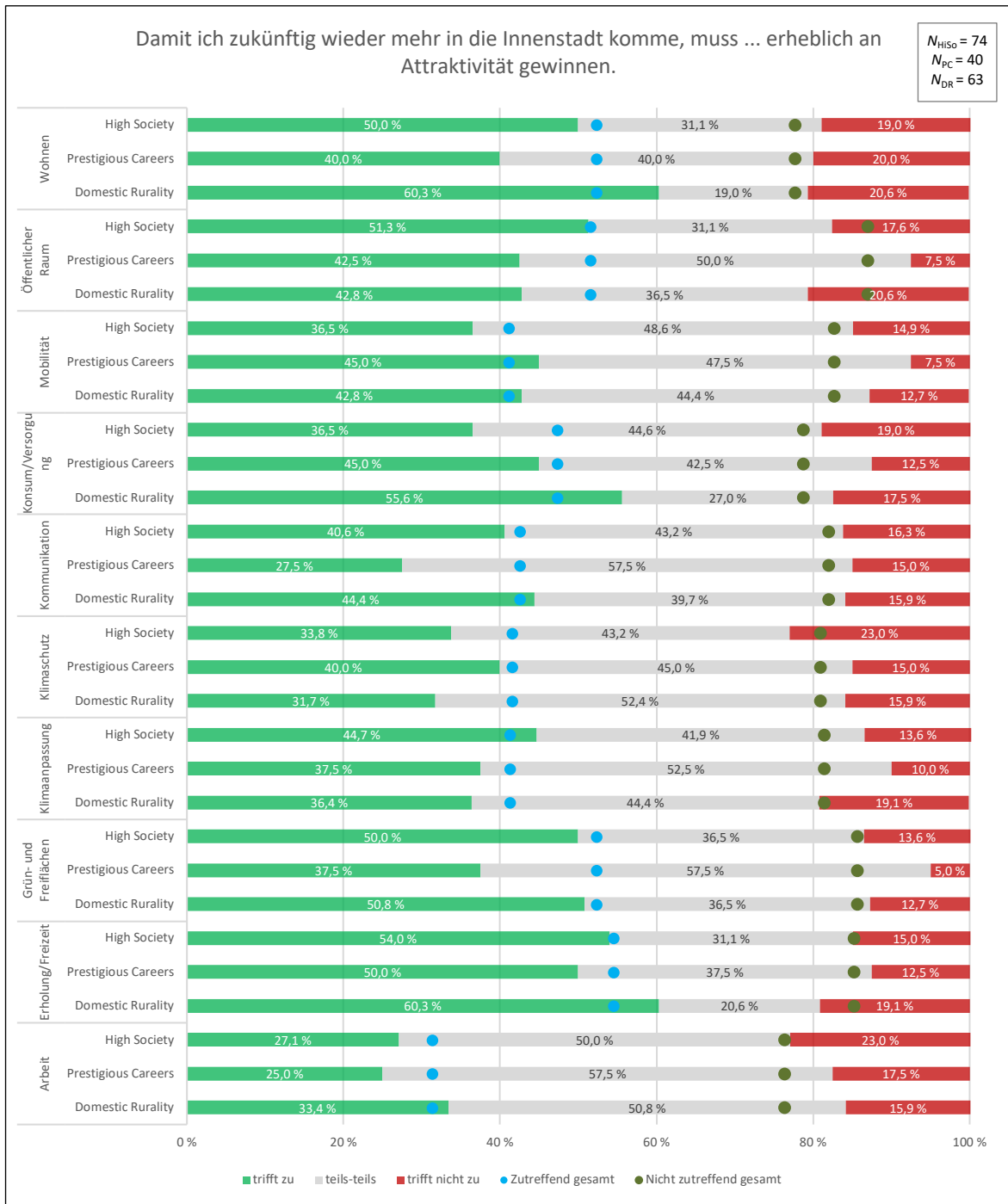


Abb. 44: Wunsch nach zukünftigen Attraktivitätssteigerungen in den Innenstädten nach Mosaic-Milieus

Eine genauere Betrachtung der Top-5 Funktionen auf Ebene der Stadtgrößen offenbart, dass die gewünschte Attraktivitätssteigerung sich auch abhängig von der Stadtgröße erheblich unterscheidet. Besucher von A-Städten werden durch Attraktivitätssteigerungen in Erholung/Freizeit (59 %), Grün- und Freiflächen (53 %) und der Qualität des öffentlichen Raums (57 %) überdurchschnittlich stark angezogen. Dahingegen spielen für Besucher von B-Städten die Attraktivitätssteigerung der Funktionen eine untergeordnete Rolle. C-Städte

dahingegen lassen sich besonders durch Grün- und Freiflächen (53 %) und eine Verbesserung der Konsum- und Versorgungsfunktion (48 %) für zukünftig häufigere Besuche motivieren. Im Gegensatz dazu führen bei den kleineren Städten die Steigerung der Attraktivität im Bereich Erholung und Freizeit (56 %), Grün- und Freiflächen (52 %), Wohnen (55 %), der Qualität des öffentlichen Raums (51 %) und ganz besonders der Konsum und Versorgungsfunktion (50 %) zu einem erhöhtem Besucheraufkommen (vgl. Abb. 45). An der Subgruppenbetrachtung wird deutlich, dass die Anforderungen in der Transformation der Innenstädte von zahlreichen exogenen Faktoren (wie u. a. Stadtgröße) abhängen und individuell bestimmt werden müssen.

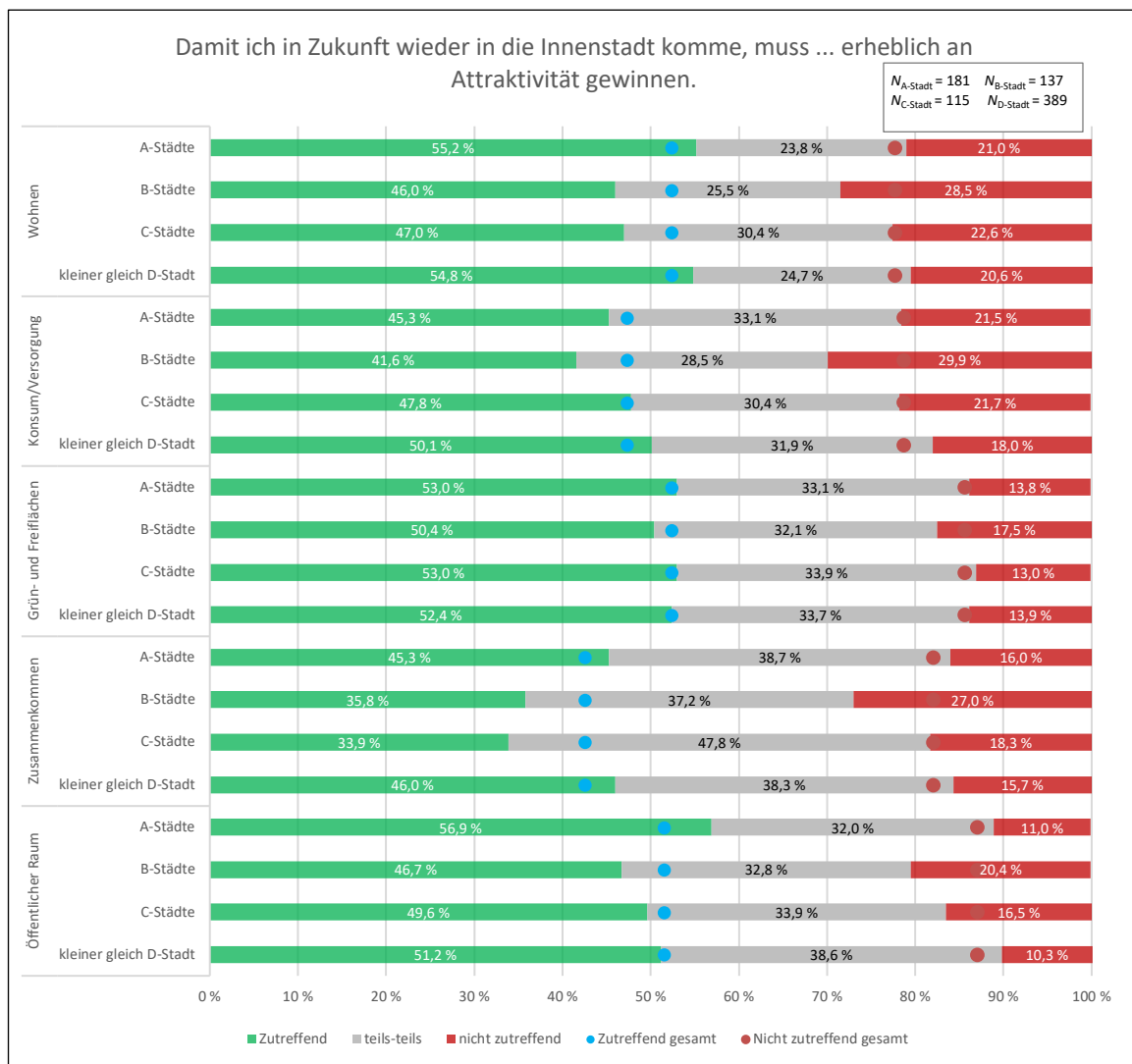


Abb. 45: Top-5-Wünsche nach zukünftigen Attraktivitätssteigerungen in den Innenstädten pro Stadtgröße

3.2.2 Analyse der zukünftigen Ausgestaltung der Innenstädte

Auf Grundlage der im Forschungsprojekt vorangestellten Literaturrecherche wurden im Rahmen der Studie diskutierte Aktivitäten und Eigenschaften der zukünftigen Innenstadt identifiziert (vgl. Pfnür & Rau, 2023). Diese Aktivitäten wurden den befragten Bürgern zur Abstimmung vorgelegt. Zum einen sollten die Teilnehmer angeben, ob sie diese Ausprägung in Zukunft mehr oder weniger in ihrer Innenstadt nutzen wollen. Zum anderen wurden die Skalen zur Bewertung gemäß der Kano-Methode vorgelegt. Insgesamt wurden 78 Aktivitäten und Eigenschaften abgefragt. Um den Rahmen dieses Arbeitspapiers nicht zu sprengen, werden Aktivitäten und Eigenschaften mit einem Indifferenzwert von über 70 % nicht betrachtet (vgl. Tabelle 12). Wie auch in dem Kapitel zuvor wird die Streuung der Antworten als Indikator für subgruppenspezifisches Antwortverhalten genutzt. In diesem Kapitel werden hierfür die Standardabweichungen des Items „In den nächsten Jahren will ich mehr ... in meiner Innenstadt nutzen.“ und nicht der Items der Kano-Methode genutzt, da diese nominal und nicht ordinal skaliert sind und eine Standardabweichung somit nicht existiert.

Tabelle 12: Mit der Kano-Methode abgefragte Innenstadtmerkmale

Bereich	Anzahl Items	Anzahl Items mit Indifferent > 70 %	Ø Standardabweichung
Einzelhandel	12	3	1,28
Gastronomie	5	0	1,26
Gesundheit	6	3	1,22
Bildung	6	1	1,42
Klima	4	0	1,32
Freizeit	22	15	1,36
Urbane Produktion	6	1	1,35
Wohnen	5	0	1,23
Büroarbeit	7	2	1,32
Gesamt	78	27	1,31

Einzelhandel in der Innenstadt ist eine Must-Be-Anforderung der Bürger

Wie in den vorigen Kapiteln gezeigt wurde, ist der Einzelhandel noch immer einer der wichtigsten Gründe für den Innenstadtbesuch an Werk- und Samstagen. Das Shopping in Form von günstigen oder hochwertigen Produkten stellt dabei für 40 % respektive 29 % der befragten Bürger einen essenziellen Bestandteil der Innenstadt dar (Must-Be Anforderung). Die Nahversorgung mit Produkten ist dagegen für 46 % der Befragten ein Must-Be-Kriterium in ihrer Innenstadt. Das Potenzial die Menschen bei ihrem Innenstadtbesuch zu begeistern hat unter den genannten Einzelhandelsfunktionen mit 6 % (Nahversorgung), 7 % (günstiges Produktsortiment) lediglich das hochwertige Produktsortiment mit 12 % der Befragten. In Bezug auf den Einzelhandel zeigt sich, dass Elemente der zirkulären Wirtschaft die Befragten mit 11 % (für Secondhandshops) ähnlich stark begeistern können und mit 23 % (für lokal produzierte Produkte) annähernd doppelt so stark wie das hochwertige Produktangebot begeistern können (vgl. Abb. 46).

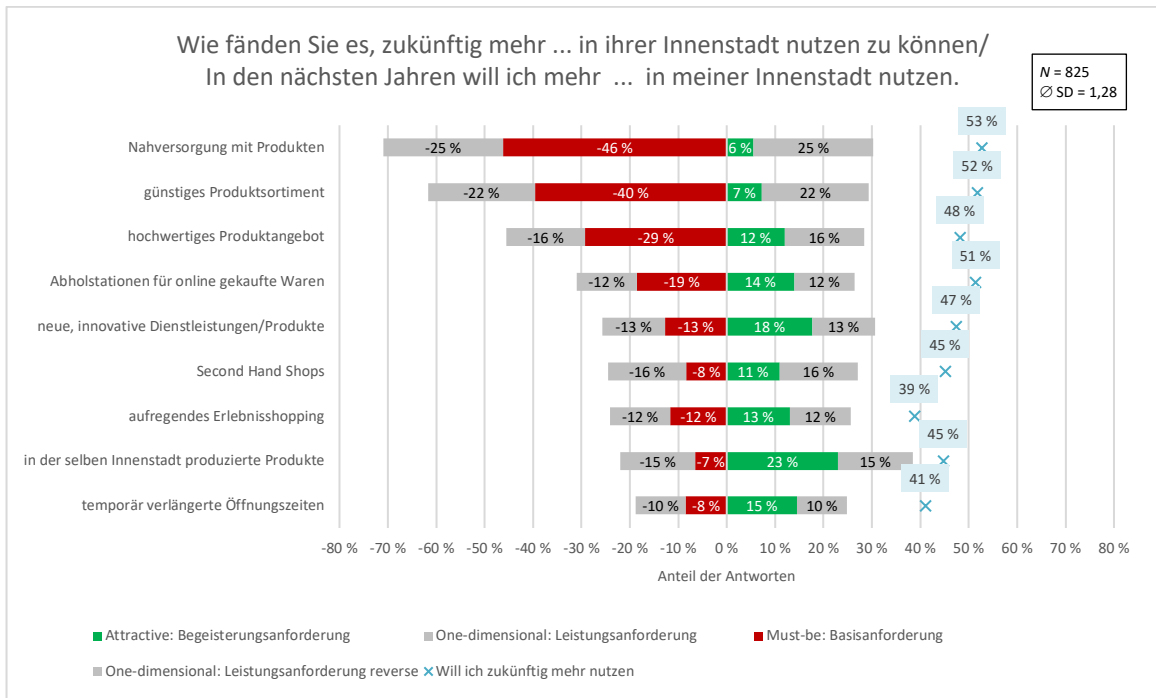


Abb. 46: Qualitätsfaktoren für Einzelhandel

Mit gastronomischen Konzepten können Innenstädte die Bürger begeistern

Im Gegensatz zum Einzelhandel, welcher für die meisten befragten Bürger ein Must-Be-Kriterium darstellt, können Erlebnisgastronomie 19 % und eine breite Auswahl an internationalen Angeboten 18 % der Befragten begeistern. Auch zeigt sich, dass für viele der Befragten die Menge der gastronomischen Angebote in der Innenstadt in proportionalem Zusammenhang mit ihrer Zufriedenheit steht. Für fast ein Drittel ist bspw. eine große Auswahl an internationalen Angeboten ein Leistungskriterium. Gastronomische Angebote, welche in der Stadt produzierte Lebensmittel verarbeiten, wollen 56 % in Zukunft mehr nutzen, was den allgemeinen Trend zu den lokalen Lebensmitteln unterstreicht und fortführt (vgl. Abb. 49). Insgesamt zeigen die Items eine relativ hohe Streuung mit einer Standardabweichung von 1,28 (23 % bei der Skala von 1 – 7). Davon weichen die temporär verlängerten Öffnungszeiten mit 1,58, das Erlebnishopping mit 1,31, die Secondhandshops mit 1,53 und die Abholstationen mit 1,37 mit einer größeren Streuung ab (vgl. Abb. 47).

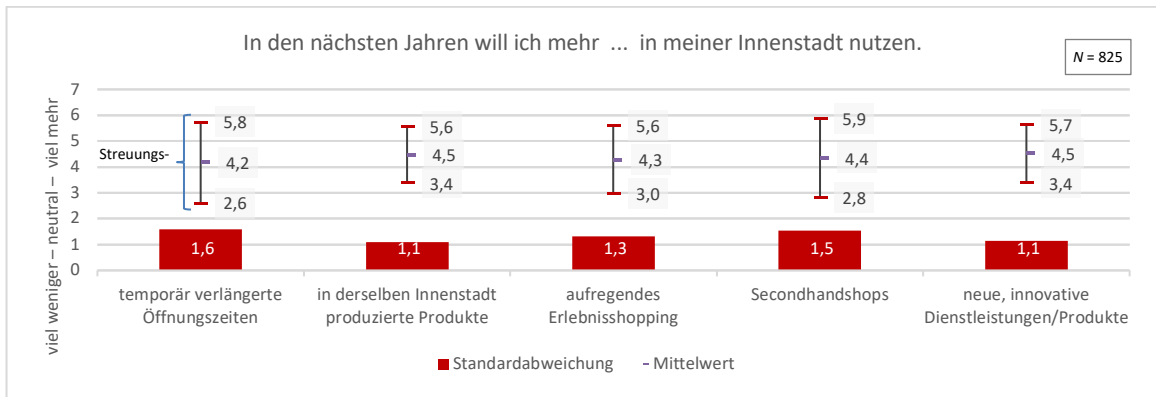


Abb. 47: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Einzelhandel in der Innenstadt

Wie auch in den vorigen Kapiteln werden die Mosaic-Milieus genutzt, um die Streuung in den Antworten zu erklären und so die Wünsche der Milieus an ihre zukünftige Innenstadt zu identifizieren. Es zeigt sich, dass die High Society (A) in sechs von acht Items eindeutiger Präferenzen vorweisen als das Mittel. Das Milieu Prestigious Careers (C) verringert bei allen einzelhandelsbezogenen Items die Streuung (vgl. Tabelle 13).

Tabelle 13: Streuung Einzelhandelsbezogene Elemente der Innenstadt nach Mosaic-Subgruppen

Standardabweichungen der Subgruppen (Anzahl grün)	Gesamt	A (6)	B (5)	C (8)	D (6)	E (4)	F (4)	G (1)
in derselben Innenstadt produzierte Produkte	1,09	1,04	1,00	0,91	0,83	0,98	0,91	1,18
hochwertiges Produktangebot	1,13	1,01	1,21	0,74	0,82	1,04	1,09	1,28
günstiges Produktsortiment	1,18	1,18	0,94	0,81	1,10	1,25	1,16	1,19
aufregendes Erlebnishopping	1,31	1,24	1,18	1,13	1,17	1,17	1,32	1,39
neue, innovative Dienstleistungen/Produkte	1,13	0,98	1,13	0,96	1,12	1,06	1,14	1,17
Secondhandshops	1,53	1,48	1,71	1,24	1,41	1,63	1,46	1,55
temporär verlängerte Öffnungszeiten	1,58	1,42	1,47	1,04	1,58	1,69	1,70	1,69
Abholstationen für online gekaufte Waren	1,37	1,38	1,27	1,01	1,44	1,49	1,44	1,35

A: High Society; B: Metropolitan Elite; C: Prestigious Careers; D: Wealthy Traditionals; E: Domestic Rurality; F: Suburban Settlers; G: Urban Raisers
Standardabweichung Subgruppe < Standardabweichung gesamt
Items mit erhöhter Standardabweichung in fett

Die Subgruppenbetrachtung zeigt, dass High Society (A) und Wealthy Traditionals (D) sich eher von regionalen Produkten begeistern lassen als Prestigious Careers (C). Insgesamt scheint die Begeisterungsfähigkeit der Wealthy Traditionals über dem der beiden anderen Milieugruppen zu liegen. Auch planen diese, die Komponenten zukünftig öfters zu nutzen (vgl. Abb. 48).

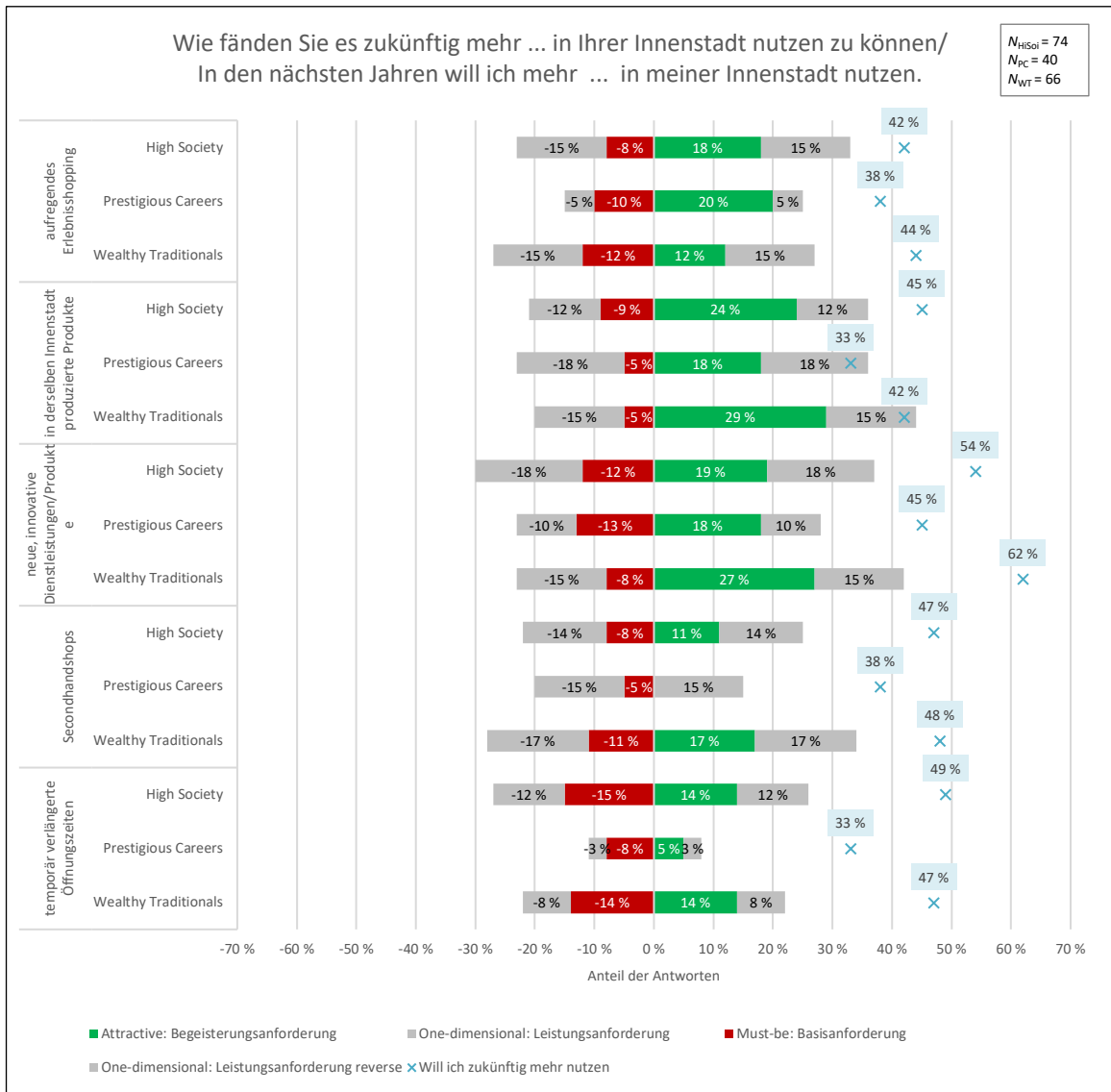


Abb. 48: Qualitätsfaktoren für Einzelhandel ausgewählter Mosaic-Milieus

Besondere Gastronomieangebote in Innenstädten können Bürger begeistern.

In den abgefragten gastronomiebezogenen Items zeigt sich, dass der überwiegende Teil der Befragten die Angebote zukünftig mehr nutzen will. Besonders stark ausgeprägt sind hierbei die „Vielzahl internationaler Gastronomieangebote“ mit Zustimmung bei 61 % der Befragten. Die große Auswahl kann 18 % der Befragten begeistern und für 28 % stellt dies eine Leistungsanforderung dar. Allerdings erwarten 19 % der Befragten dieses Merkmal in ihrer Innenstadt (vgl. Abb. 49).

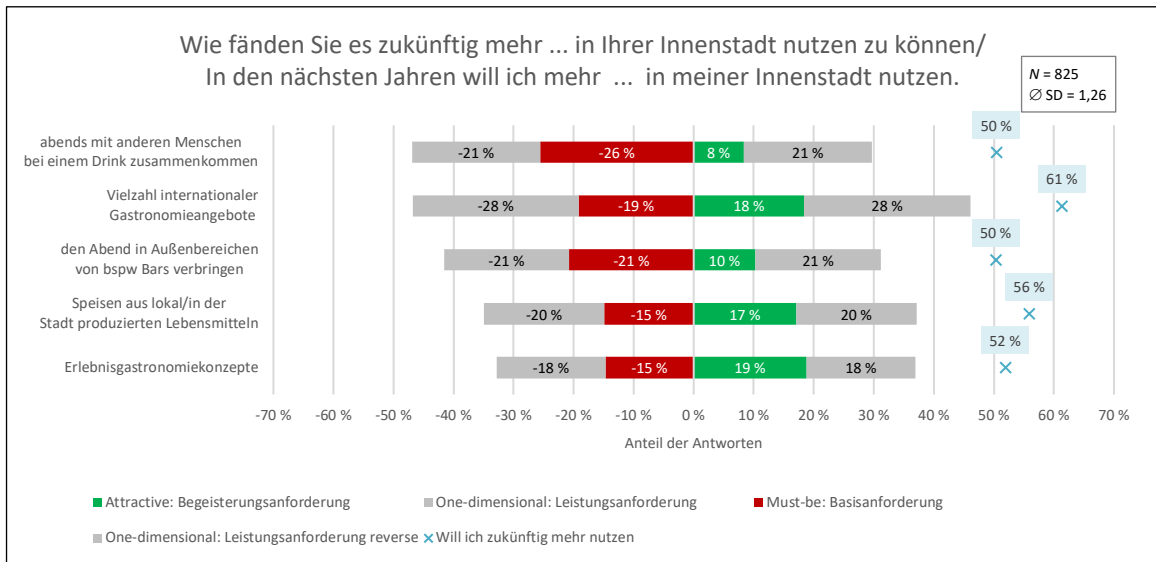


Abb. 49: Qualitätsfaktoren für Gastronomie

Die mittlere Standardabweichung der gezeigten Items liegt bei 1,26 (18 % bei der Skala von 1 – 7). Hier weichen die Erlebnisgastronomiekonzepte mit 1,28 und die den Abend mit Menschen verbringen mit 1,35 ab, was eine Subgruppenbetrachtung notwendig macht (vgl. Abb. 50).

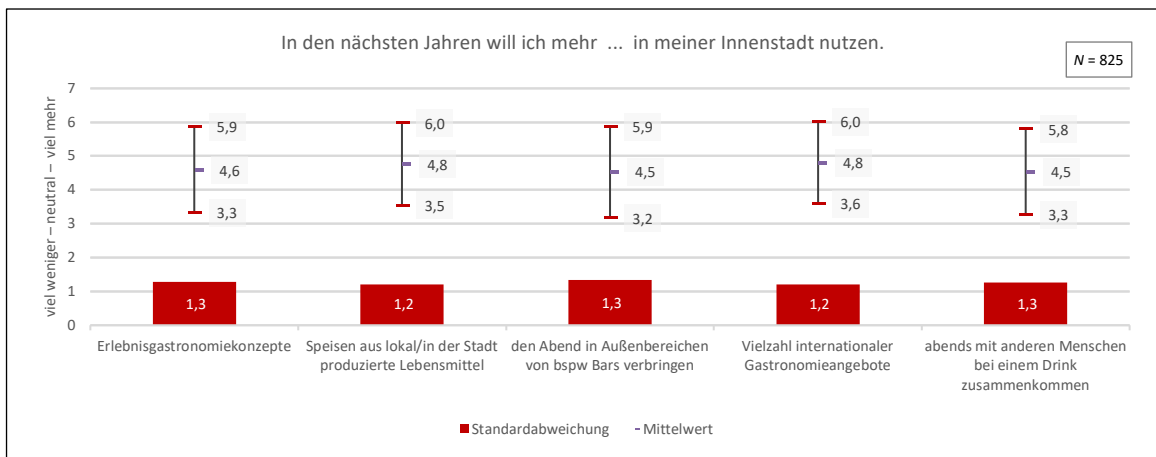


Abb. 50: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Gastronomie in der Innenstadt

Die Betrachtung auf Ebene der Mosaic-Milieus führt teilweise zu einer erheblichen Reduktion der Streuung. So kann die Streuung der Antworten des Items Erlebnisgastronomie für das Milieu der Prestigious Careers um fast 30 % verringert werden.

Tabelle 14: Streuung gastronomiebezogener Elemente der Innenstadt nach Mosaic-Subgruppen

Standardabweichungen der Subgruppen (Anzahl grün)	Gesamt	A (4)	B (3)	C (5)	D (5)	E (4)	F (4)	G (1)
Vielzahl internationaler Gastronomieangebote	1,21	1,17	1,17	1,10	1,11	1,17	0,91	1,20
Erlebnisgastronomiekonzepte	1,28	1,31	0,99	0,90	1,15	1,21	1,18	1,34
Speisen aus lokal/in der Stadt produzierten Lebensmitteln	1,22	1,17	1,17	0,98	1,02	1,22	1,21	1,26
abends mit anderen Menschen bei einem Drink zusammenkommen	1,27	1,23	1,31	1,03	1,11	1,22	1,29	1,32
den Abend in Außenbereichen von bspw. Bars verbringen	1,35	1,27	1,40	1,24	1,08	1,13	1,29	1,39

A: High Society; B: Metropolitan Elite; C: Prestigious Careers; D: Wealthy Traditionals; E: Domestic Rurality; F: Suburban Settlers; G: Urban Raisers
 Standardabweichung Subgruppe < Standardabweichung gesamt

Die genauere Untersuchung auf Basis der Milieus verrät, dass für mehr als ein Drittel der High Society (A) der Austausch mit Menschen eine Basisanforderung ist und bei weiteren 25 % zu mehr Zufriedenheit (Begeisterungs- + Leistungsanforderung) führt. Auch die abendliche Nutzung von gastronomischen Außenbereichen ist für fast jeden vierten High Society (A) Pflicht und führt bei knapp einem weiteren Drittel zu mehr Zufriedenheit. Dieses Element ist bei Prestigious Careers (C) stärker ausgeprägt. In der Milieugruppe stellt dies für jeden vierten eine Basisanforderung dar und kann weitere 15 % der Befragten begeistern. Erlebnisgastronomiekonzepte begeistern dahingegen besonders häufig High Society (A) und werden von 18 % Prestigious Careers (C) erwartet. Lokal produzierte und zubereitete Speisen können jeden fünften High Society (A) und fast jeden dritten Wealthy Traditionals begeistern. Jeder fünfte Prestigious Careers/Wealthy Traditionals (C/D) sieht dies als eine Leistungsanforderung (je mehr, desto besser). Das umfangreiche internationale gastronomische Angebot stellt für mehr als jeden Fünftel der Befragten eine Leistungsanforderung dar. Fast ein Drittel der Wealthy Traditionals (D) können hierdurch begeistert werden. High Society (A) wollen zukünftig mehr Abendgastronomie (57 %) und internationale Gastronomie (62 %) nutzen (vgl. Abb. 51).

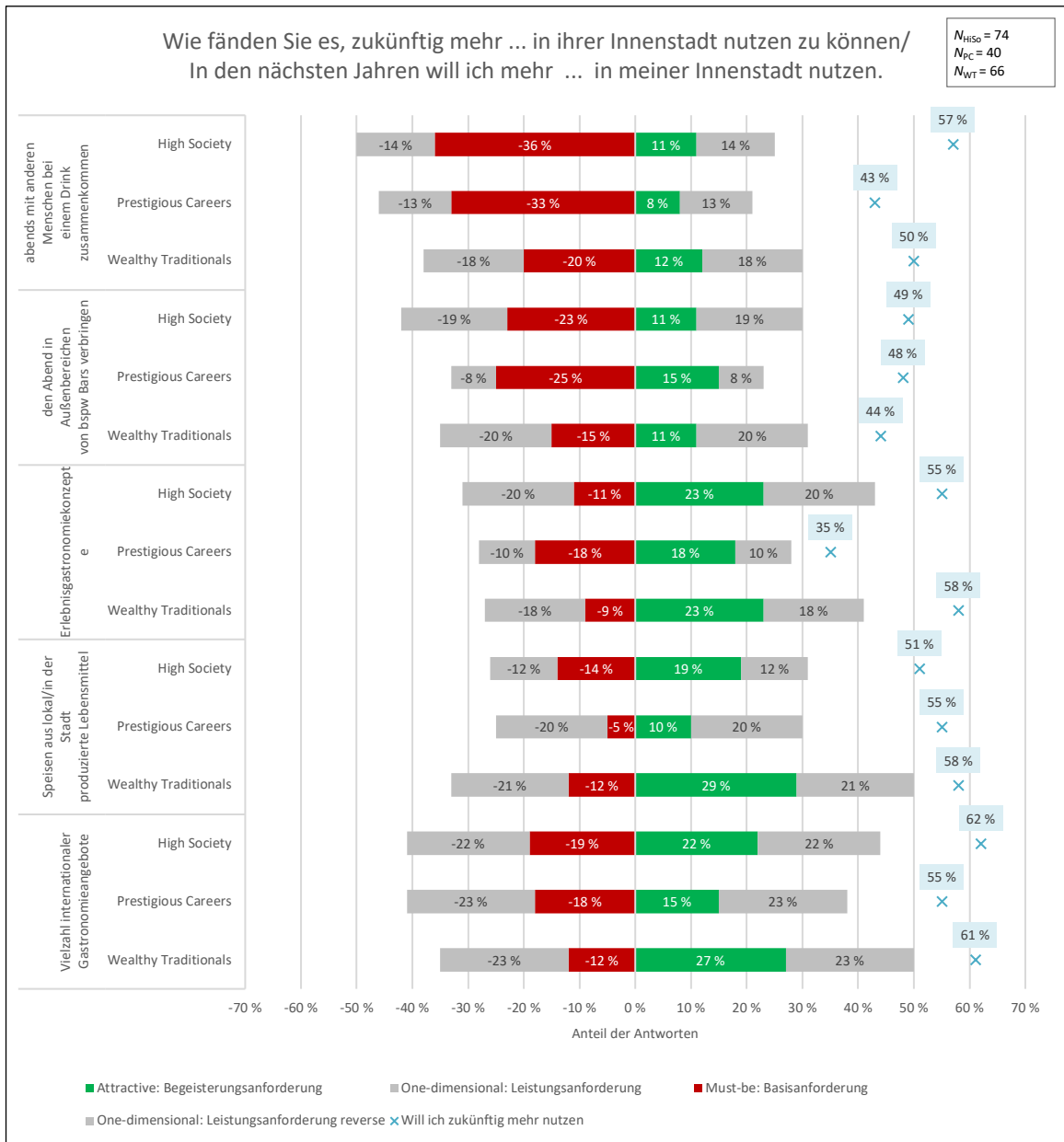


Abb. 51: Qualitätsfaktoren für Gastronomie ausgewählter Mosaic-Milieus

Gesundheitsgrundversorgung in der Innenstadt ist ein Must-be-Kriterium

Befragte Bürger wollen Gesundheitsdienstleistungen im Vergleich zu anderen Angeboten nicht überproportional oft nutzen. Jedoch zeigt sich, dass das breite Angebot an Ärzten für fast die Hälfte (Fachärzte 44 % und Allgemeinärzte 45, %) der Befragten eine Basisanforderung darstellt. Für fast ein Drittel der Befragten (Fachärzte 29 % und Allgemeinärzte 28, %) gelten die Angebote als Leistungsanforderung.

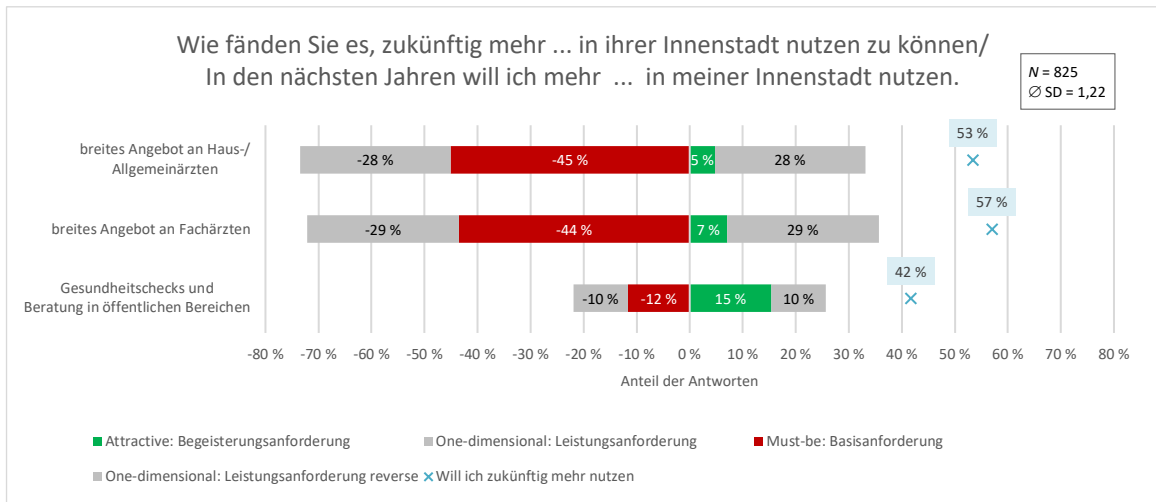


Abb. 52: Qualitätsfaktoren für Gesundheit

Die Streuung der Antworten fällt mit einer Standardabweichung von 1,22 (17 % der Skala von 1 – 7) verhältnismäßig gering aus. Die Gesundheitschecks weisen mit 1,23 eine geringfügig höhere Standardabweichung auf. Insgesamt weist die Fragenbatterie die niedrigste mittlere Standardabweichung auf, was auf ein homogenes Antwortverhalten der Befragten schließen lässt.

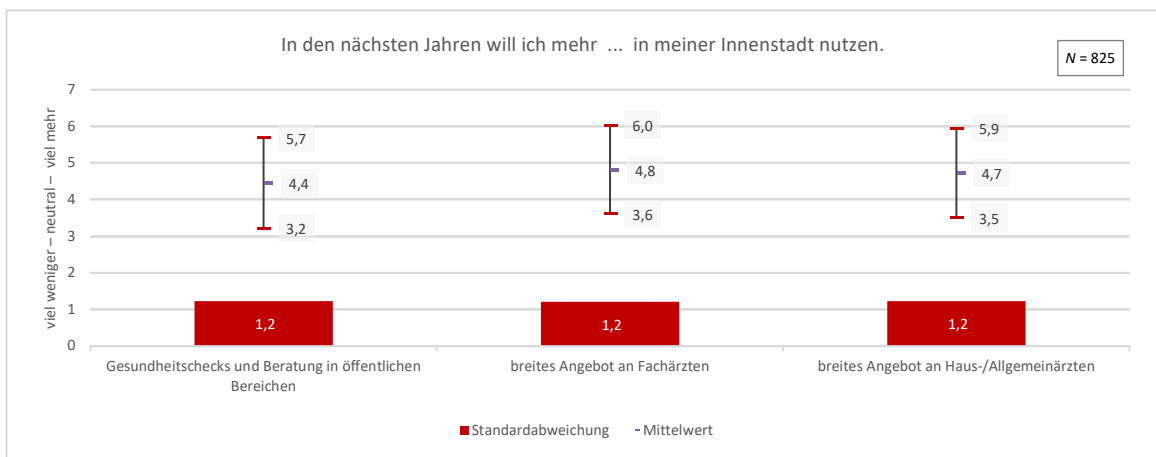


Abb. 53: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Gesundheit in der Innenstadt

Die Untersuchung der Items auf Ebene der Mosaic-Milieus zeigt dennoch eine Reduktion der Streuung vieler Items (vgl. Tabelle 15).

Tabelle 15: Streuung gesundheitsbezogener Elemente der Innenstadt nach Mosaic-Subgruppen

Standardabweichungen der Subgruppen (Anzahl grün)	Gesamt	A (3)	B (2)	C (3)	D (2)	E (1)	F (1)	G (1)
breites Angebot an Haus-/Allgemeinärzten	1,23	1,18	1,23	1,09	1,01	1,30	1,04	1,35
breites Angebot an Fachärzten	1,21	1,06	1,16	0,96	1,14	1,33	1,09	1,38
Gesundheitschecks und Beratung in öffentlichen Bereichen	1,23	1,22	1,07	0,80	1,19	1,05	1,28	1,28

A: High Society; B: Metropolitan Elite; C: Prestigious Careers; D: Wealthy Traditionals; E: Domestic Rurality; F: Suburban Settlers; G: Urban Raisers
Standardabweichung Subgruppe < Standardabweichung gesamt

Die Untersuchung der Subgruppen mit der häufigsten Verringerung der Streuung (A, B, C, D) wird im Folgenden genauer untersucht. Es zeigt sich, dass ein besonders großer Teil im Milieu der Metropolitan Elite (B) Gesundheitsdienstleistungen in der Innenstadt zukünftig mehr nachfragen will. Ein überdurchschnittlich großer Teil des Milieus der Prestigious Careers (C) erwartet erweiterte Gesundheitsangebote durch niedrigschwellige Gesundheitschecks. Insgesamt zeigen sich die Kano-Anforderungen auf Ebene der Milieus einheitlich (vgl. Abb. 54).

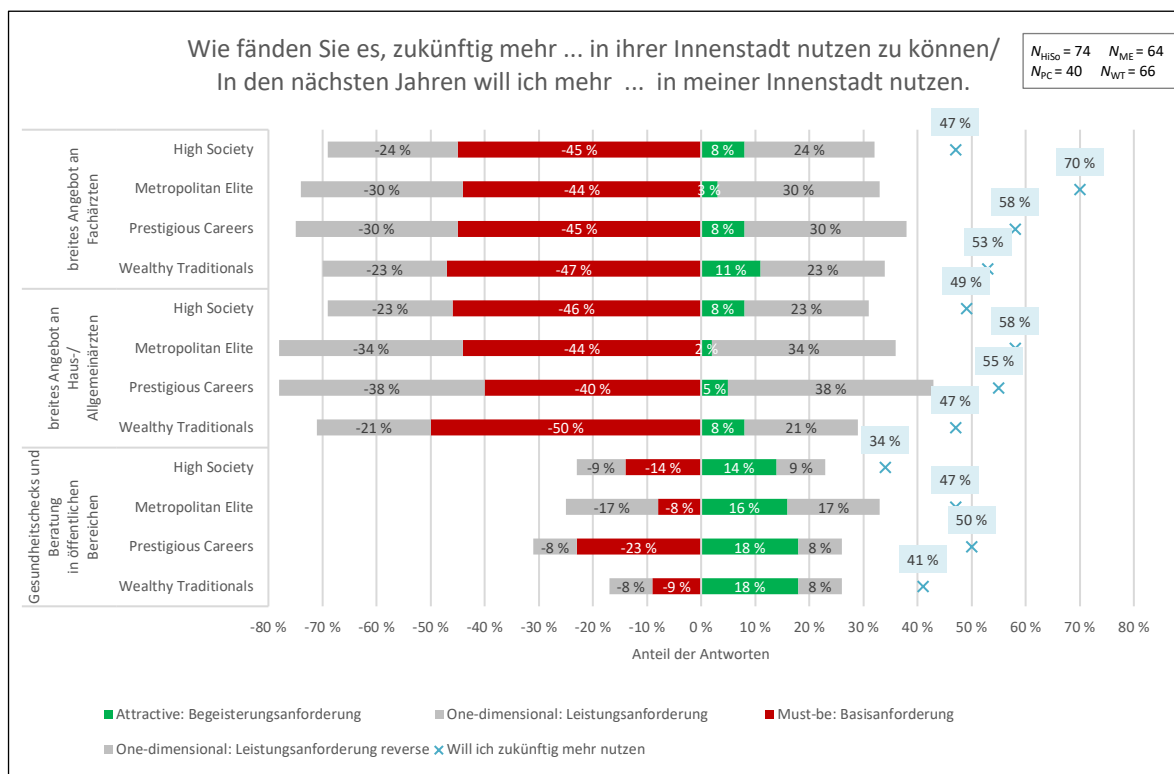


Abb. 54: Qualitätsfaktoren für Gesundheit ausgewählter Mosaic-Milieus

Kinderbildungs- und Kinderbetreuungseinrichtungen mit niedriger Nachfrage durch die Befragten

Grundsätzlich zeigt sich, dass ein unterdurchschnittlicher Anteil der Befragten sich vorstellen kann, zukünftig mehr Bildungs- und Betreuungsangebote für Kinder in der Wahlinnenstadt

zu nutzen. Weiterbildungsangebote werden laut 44 % der Befragten zukünftig mehr nachgefragt. Entgegen den verhältnismäßig geringen Anteilen bzgl. der zukünftigen Nutzung stellen die abgefragten Items für einen großen Teil der befragten Bürger Basisanforderungen dar. So geben 33 % an, dass Schulen in der Innenstadt Must-haves sind. Nur 4 % geben an, dass mehr Schulen sie begeistern würden. Es fällt auf, dass das Vorhandensein von Schulen und Kitas in den Innenstädten zwar emotionsgeladen (hoher Anteil Must-be) ist, aber zukünftig nur eine geringe Nachfrage zu erwarten ist (vgl. Abb. 55).

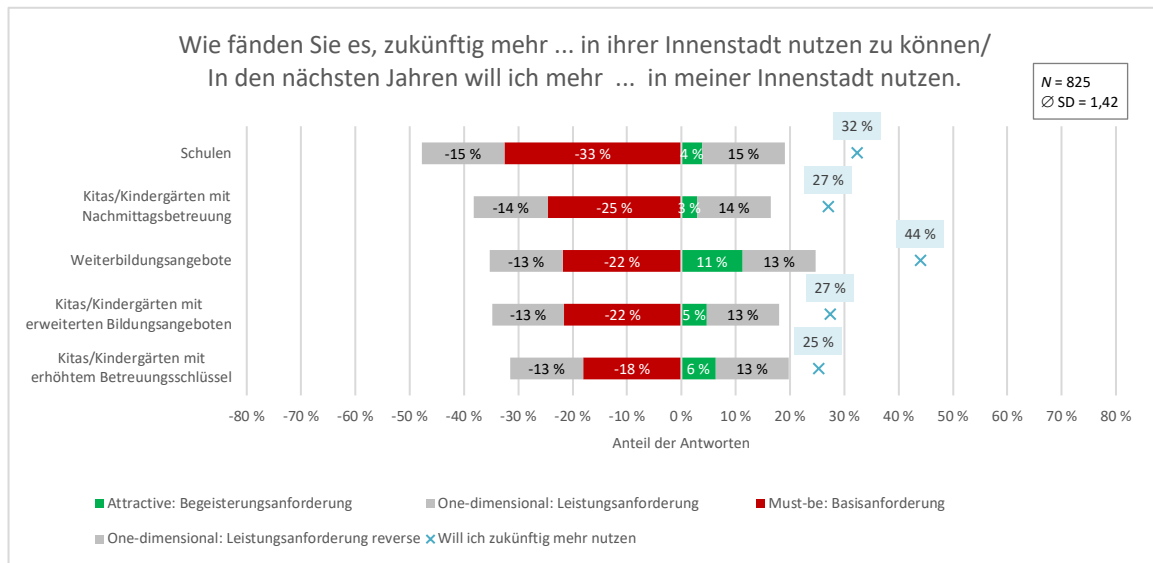


Abb. 55: Qualitätsfaktoren für Bildung

Auffällig beim Fragenblock zur Bildung in der Innenstadt ist die hohe Streuung der Antworten mit einer mittleren Standardabweichung von 1,42 (20 % auf der Skala von 1 – 7). Auf Ebene der Items liegt die Streuung besonders in Schulen mit 1,49 und Kitas (mit Nachmittagsbetreuung/erweitertem Bildungsangebot/erhöhtem Betreuungsschlüssel) mit 1,48/1,46/1,43 besonders hoch (vgl. Abb. 56).

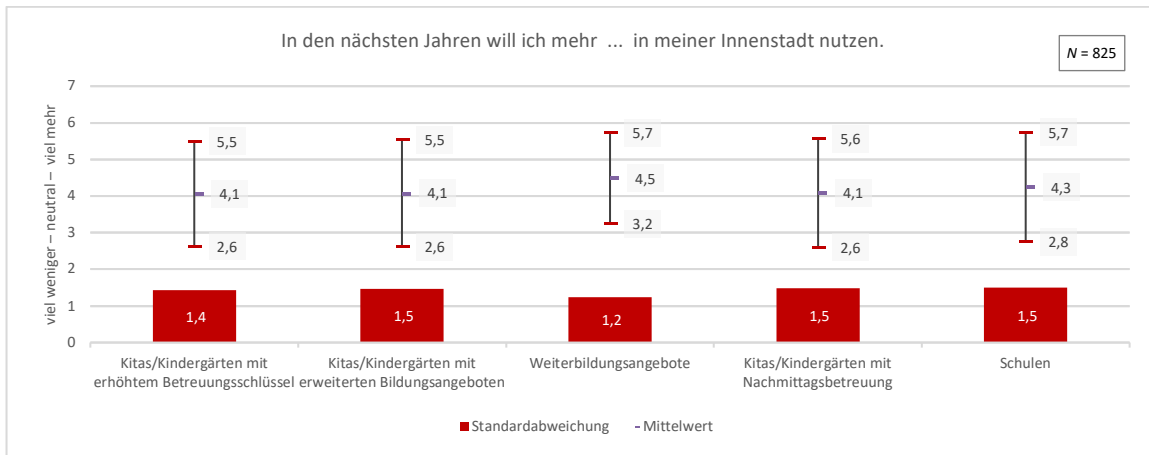


Abb. 56: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Gesundheit in der Innenstadt

Die Untersuchung auf verringerte Streuung innerhalb der Subgruppen zeigt, dass nur bei den High Society (A), Prestigious Careers (C) und den Suburban Settlers (F) sich eine nennenswerte Anzahl an Items verbessert hat. Bei den Metropolitan Elite (B), Wealthy Traditionals (D) und Domestic Rurality (E) ist die Streuung dahingegen allgemein angestiegen, was für eine große Uneinigkeit innerhalb des Milieus spricht (vgl. Tabelle 16).

Tabelle 16: Streuung Einzelhandelsbezogene Elemente der Innenstadt nach Mosaic-Subgruppen

Standardabweichungen der Subgruppen (Anzahl grün)	Gesamt	A (5)	B (0)	C (4)	D (2)	E (0)	F (5)	G (3)
Kitas/Kindergärten mit Nachmittagsbetreuung	1,48	1,33	1,76	1,23	1,57	1,58	1,26	1,47
Kitas/Kindergärten mit erweiterten Bildungsangeboten	1,46	1,35	1,58	1,20	1,49	1,54	1,29	1,46
Kitas/Kindergärten mit erhöhtem Betreuungsschlüssel	1,43	1,26	1,59	1,26	1,43	1,48	1,37	1,41
Schulen	1,49	1,28	1,61	1,31	1,48	1,47	1,42	1,53
Weiterbildungsangebote	1,24	1,13	1,32	1,30	1,20	1,25	0,99	1,23

A: High Society; B: Metropolitan Elite; C: Prestigious Careers; D: Wealthy Traditionals; E: Domestic Rurality; F: Suburban Settlers; G: Urban Raisers
 Standardabweichung Subgruppe < Standardabweichung gesamt

Die Untersuchung auf Ebene der Milieus zeigt sehr unterschiedliche Präferenzen der befragten Bürger in Bezug auf die Bildungsthemen. So scheint Kinderbildung/-betreuung und Weiterbildung für das Milieu der Domestic Rurality überdurchschnittlich oft eine Basisanforderung (Must-be) für Innenstädte zu sein. Jedoch liegt der Teil derjenigen, die diese Angebote zukünftig mehr nutzen wollen, unter dem derjenigen, die dies als Basiskriterium sehen. Somit könnte es für dieses Milieu eine grundsätzliche Haltung sein, die nicht direkt an die Nutzung gekoppelt ist. Den Gegenpol bilden die High Society (A), welche nur in Bezug auf Weiterbildungsangebote ein verstärktes Interesse zeigen (vgl. Abb. 57).

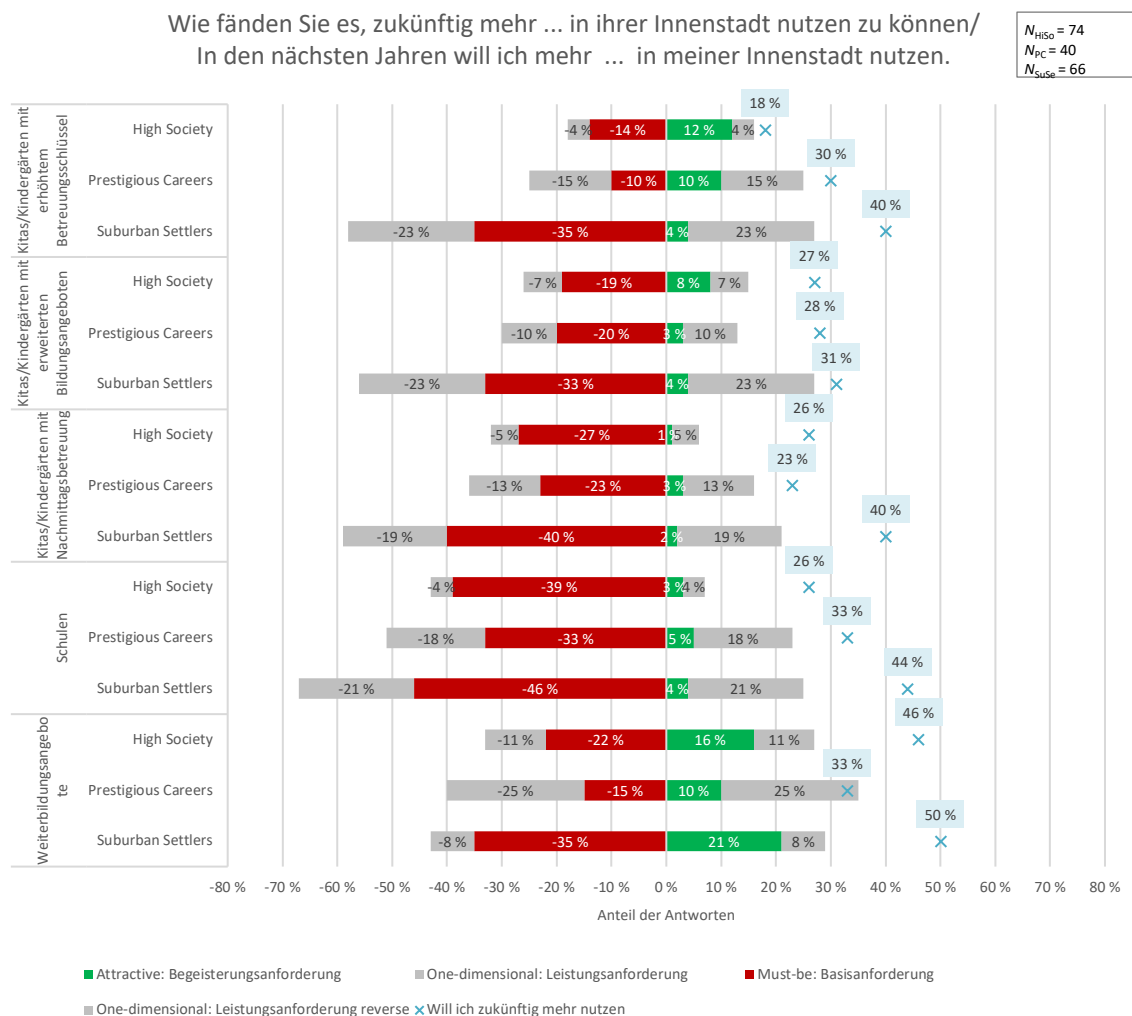


Abb. 57: Qualitätsfaktoren für Bildung ausgewählter Mosaic-Milieus

Es ist naheliegend, dass Befragte mit Kindern zu den Bildungsangeboten passendem Alter ein verstärktes Interesse daran haben. Zudem ist zu vermuten, dass Menschen, die in der Stadt wohnen/arbeiten oder es wollen, ebenfalls ein gesteigertes Interesse haben. Eine Untersuchung der Subgruppen auf Streuung in den Antworten zeigt allerdings, dass die Standardabweichung teilweise erheblich zunimmt. Dies deutet auf heterogenere Präferenzen innerhalb der Subgruppen hin (vgl. Tabelle 17).

Tabelle 17: Streuung bildungsbezogener Elemente der Innenstadt nach Mosaic-Subgruppen

Standardabweichungen der Subgruppen (Anzahl grün)	Gesamt	Kinder im Kindergartenalter	Kinder im Schulalter	In der Stadt wohnen	In der Stadt arbeiten
Kitas/Kindergärten mit erhöhtem Betreuungsschlüssel	1,43	1,57	1,53	1,40	1,48
Kitas/Kindergärten mit erweiterten Bildungsangeboten	1,46	1,60	1,51	1,48	1,49
Kitas/Kindergärten mit Nachmittagsbetreuung	1,48	1,60	1,52	1,46	1,55
Schulen	1,49	1,58	1,42	1,48	1,55
Weiterbildungsangebote (berufliche, VHS etc.).	1,24	1,19	1,23	1,31	1,25

Kinder im Kindergartenalter jünger als 6 Jahre; Kinder um Schulalter zwischen 6 und 18 Jahren
Standardabweichung Subgruppe < Standardabweichung gesamt

In Bezug auf die Weiterbildung innerhalb der Innenstadt zeigt sich, dass deren Anforderungen an das zukünftige Nutzen-Können von Weiterbildungsangeboten weniger stark ausgeprägt sind als im Mittel (vgl. Abb. 58). Dies spricht für eine vom Wohn- und Arbeitsort unabhängige Präferenz für Weiterbildung in der Innenstadt.

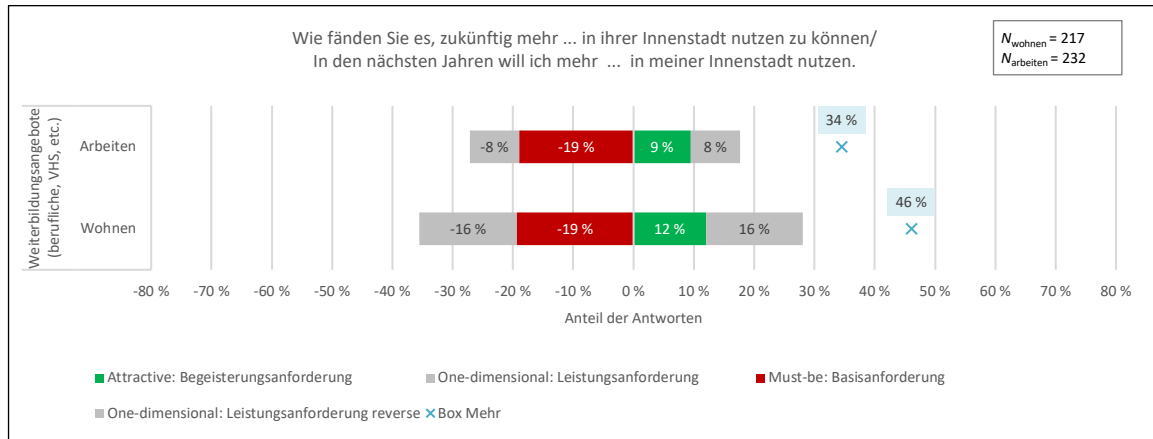


Abb. 58: Qualitätsfaktoren für Weiterbildung nach Befragten, die in der Innenstadt wohnen/arbeiten wollen

In Bezug auf die Betreuungs- und Bildungsangebote für Kinder steigt der Anteil der Befragten mit erhöhten Basis- und Leistungsanforderungen in den Subgruppen mit Kindern deutlich, außerdem steigt das Interesse diese Angebote zukünftig mehr in der Innenstadt nutzen zu wollen. Zusammen mit der breiten Streuung liegt die Vermutung nahe, dass Eltern die Innenstadt als Ort der Bildung gespalten sehen und stärker von der Milieustruktur determiniert werden. Auch bei der Betreuung und Bildung für Kinder zeigt sich eine wohnortunabhängige Präferenz für solche Angebote in der Innenstadt.

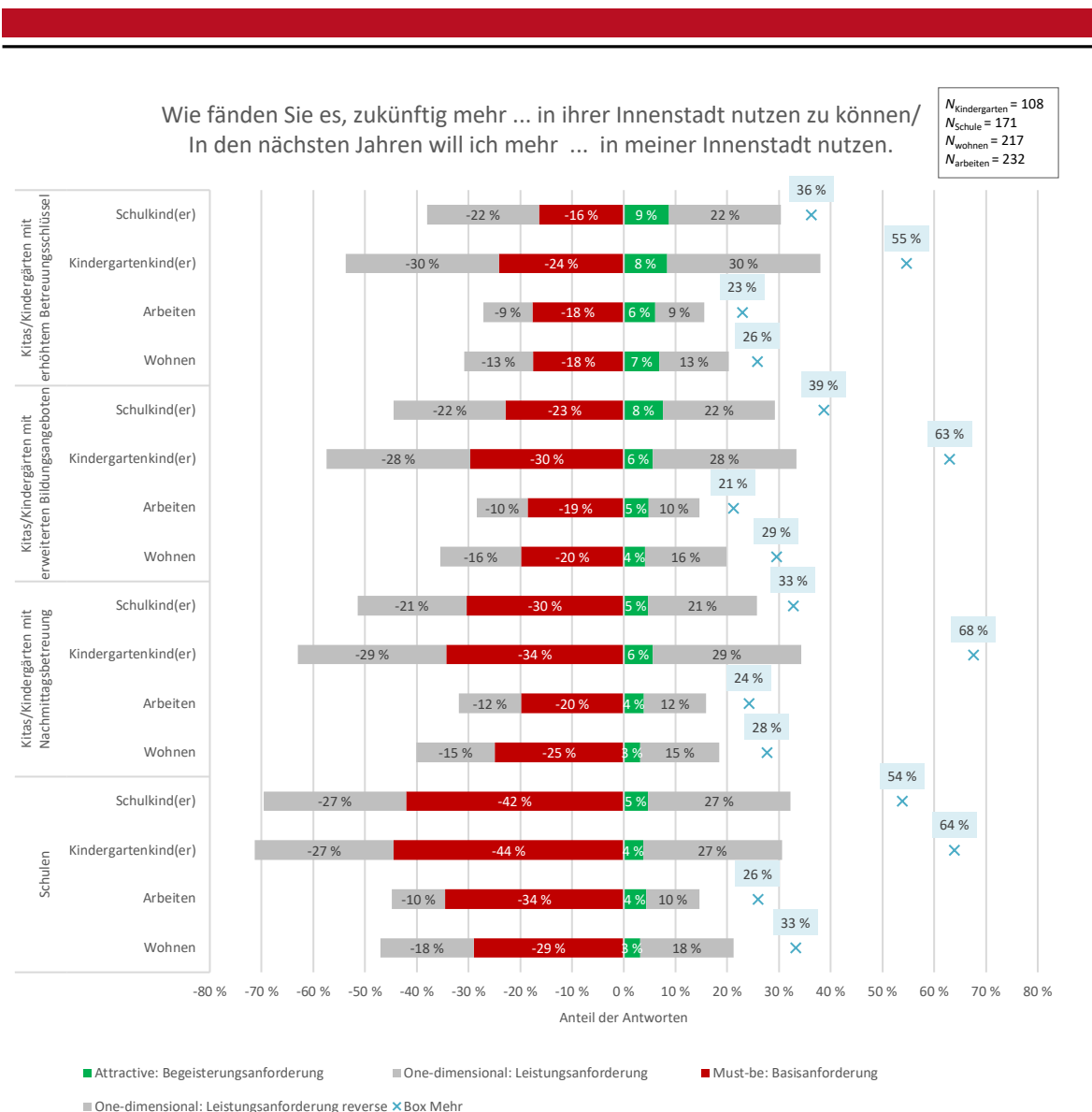


Abb. 59: Qualitätsfaktoren für Bildung für Befragte mit Kindern, und die in der Innenstadt wohnen/arbeiten wollen

68 % der Befragten wollen in Zukunft grünere Gebäude in ihrer Innenstadt sehen. Dabei liegt der Fokus Bepflanzung in und um das Gebäude. Im Gegensatz zu den vorangegangenen Fragenbatterien können die ökologischen Gebäudemerkmale überdurchschnittlich viele Befragte begeistern. Auch weist fast ein Drittel der Befragten einen linearen Zusammenhang zwischen Begrünungsgrad und ihrer Zufriedenheit (Leistungsanforderung) mit ihrer Innenstadt auf. Dabei schneiden nachweislich nachhaltige Immobilien innerhalb der Fragenbatterie am schlechtesten ab. Dies spricht dafür, dass es in erster Linie die nachhaltige Aufmachung der Innenstadt ist, was die befragten Bürger sich wünschen (vgl. Abb. 60).

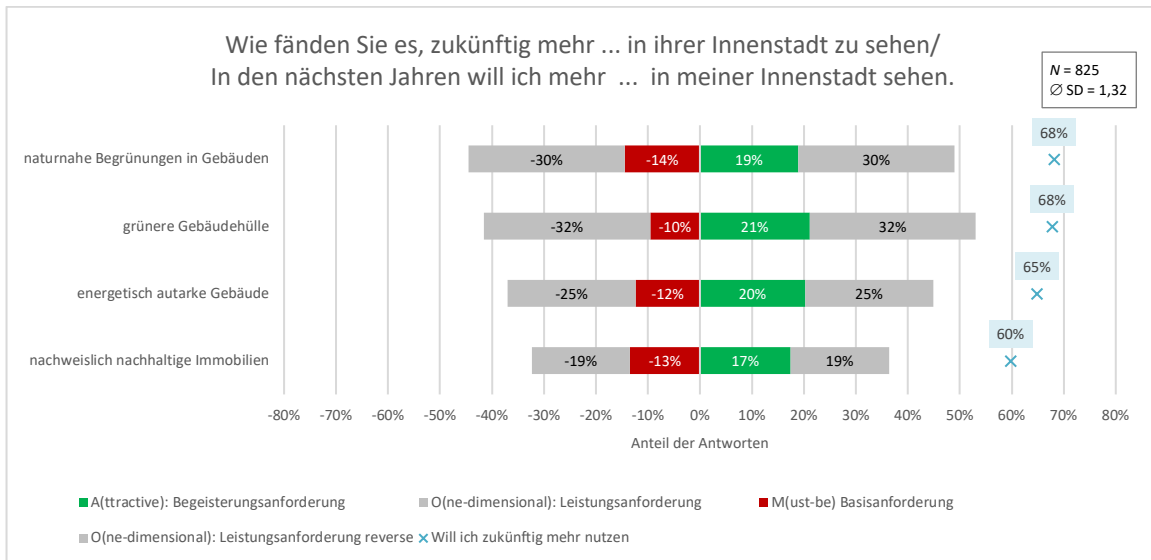


Abb. 60: Qualitätsfaktoren für Ökologie in der Immobilie

Die Fragenbatterie weist eine moderate Streuung von 1,32 (19 % auf der Skala von 1 – 7) im Antwortverhalten der befragten Bürger auf. Auf Ebene der Items zeigt sich, dass jedes Item der gleichen hohen Streuung unterworfen ist. Was dafür spricht, dass Subgruppen der Befragten der Ökologie (im Sinne der Fragen) grundsätzlich skeptisch gegenüberstehen.

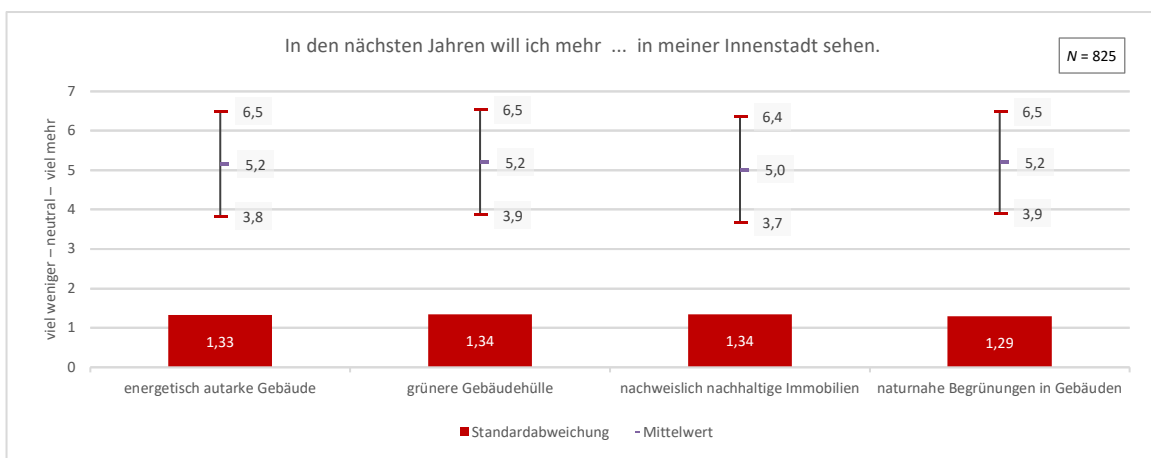


Abb. 61: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Ökologie in der Innenstadt

Die Untersuchung der Standardabweichung auf Ebene der Mosaic-Milieus zeigt, dass die Streuung insbesondere für die Gruppe Prestigious Careers (C), Wealthy Traditionals (D) und Domestic Rurality (E) abnimmt. Im Fall der High Society (A) hat sich die Streuung erhöht, was für eine gespaltene Meinung innerhalb des Milieus diesbezüglich spricht (vgl. Tabelle 18).

Tabelle 18: Streuung ökologiebezogene Elemente der Innenstadt nach Mosaic-Subgruppen

Standardabweichungen der Subgruppen (Anzahl grün)	Gesamt	A (0)	B (2)	C (4)	D (4)	E (3)	F (0)	G (0)
energetisch autarke Gebäude	1,33	1,44	1,29	1,15	1,03	1,33	1,37	1,42
grünere Gebäudehülle	1,34	1,41	1,35	1,13	1,05	1,28	1,46	1,43
nachweislich nachhaltige Immobilien	1,34	1,44	1,20	1,22	1,16	1,21	1,84	1,42
naturnahe Begrünungen in Gebäuden	1,29	1,33	1,31	1,13	1,11	1,26	1,49	1,31

A: High Society; B: Metropolitan Elite; C: Prestigious Careers; D: Wealthy Traditionals; E: Domestic Rurality; F: Suburban Settlers; G: Urban Raisers; *Standardabweichung Subgruppe < Standardabweichung gesamt*

Die Subgruppenbetrachtung zeigt im Milieu der Wealthy Traditionals (D) den Wunsch nach mehr Ökologie in ihrer Innenstadt in Bezug auf autarke Gebäude (76 %), grüne Gebäudehüllen (70 %), nachhaltigere Immobilien (65 %) und naturnahe Begrünungen innerhalb der Gebäude (76 %). Für einen überdurchschnittlich großen Teil der High Society (A) sind energieautarke Gebäude und eine grüne Gebäudehülle eine Begeisterungsanforderung. Die naturnahe Begrünung stellt für sie dahingegen überdurchschnittlich oft eine Basisanforderung dar.

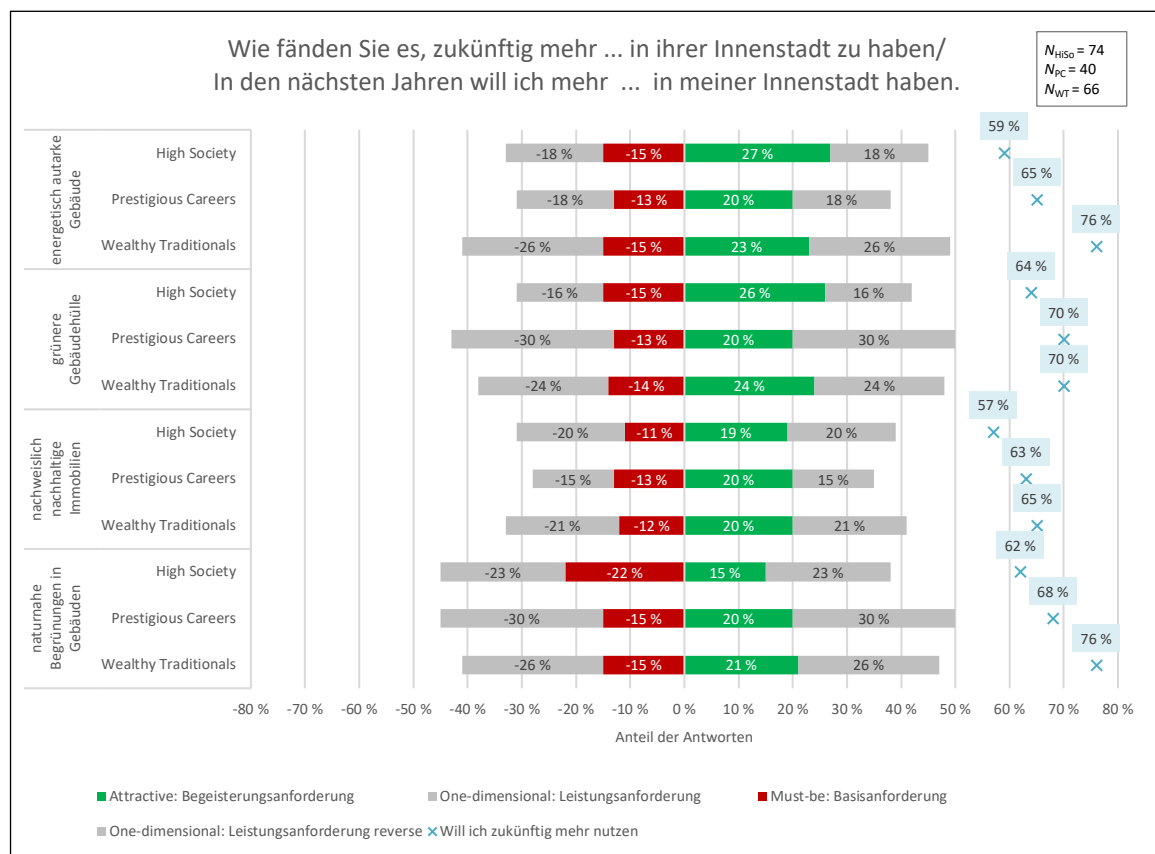


Abb. 62: Qualitätsfaktoren für Ökologie ausgewählter Mosaic-Milieus

Die aufregende Innenstadt und die Stadt als Erlebnisort sind wichtiger Bestandteil der Debatte um die Transformation der Innenstädte. Entsprechend großzügig fällt der Fragenblock zur Freizeit in der Innenstadt aus. Insgesamt zeigt sich, dass die gewählten Items verhältnismäßig hohe Indifferenzen bei den Befragten vorweisen. So ist bei 15 von 22 Items der Anteil

der indifferenten befragten Bürger größer als 70 %. Dennoch zeigt sich, dass die Items die Open-Air-Kinos 19 % und Konzerte lokaler Künstler 14 % der Bevölkerung begeistern können (vgl. Abb. 63).

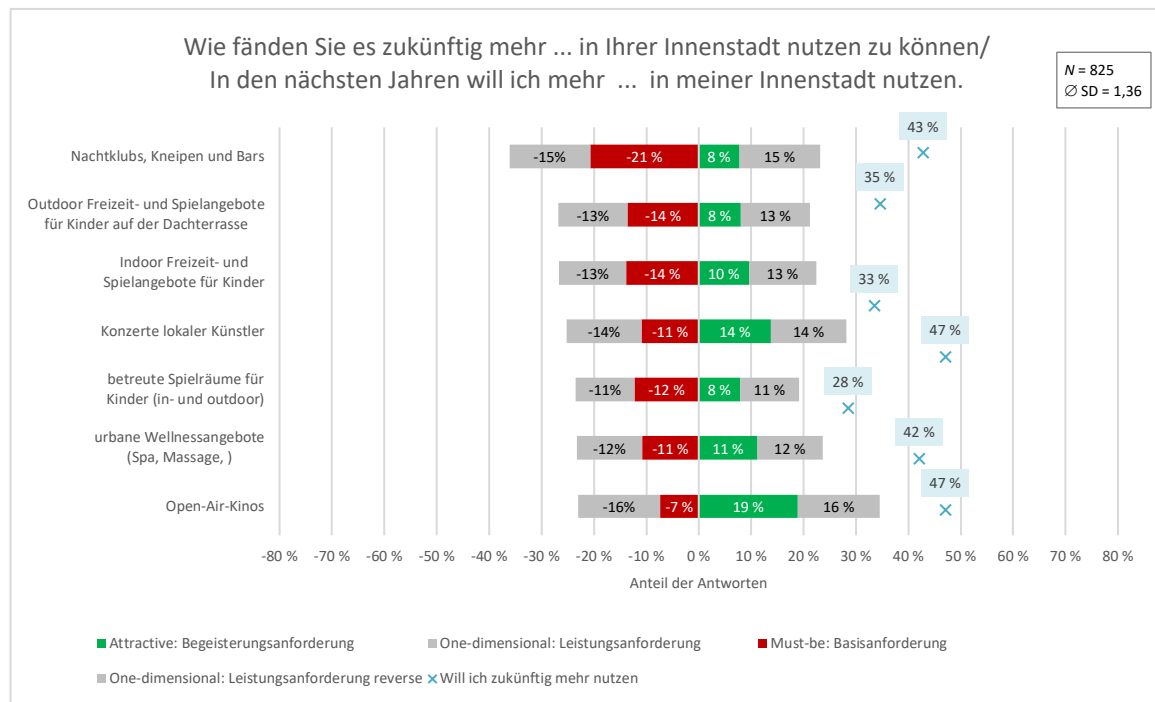


Abb. 63: Qualitätsfaktoren für Freizeit in der Innenstadt

Wie die Menschen ihre Freizeit gestalten, ist eine äußerst individuelle Entscheidung. Das zeigt sich besonders an der hohen mittleren Streuung innerhalb der Fragenbatterie mit der zweithöchsten Standardabweichung von 1,36 (19 % auf der Skala von 1 – 7). Auf Ebene der Items stehen besonders Open-Air-Kinos mit einer Standardabweichung von 1,40, Angebote für Kinder mit 1,39/1,40 und Nachtclubs mit 1,36 heraus. (vgl. Abb. 64)

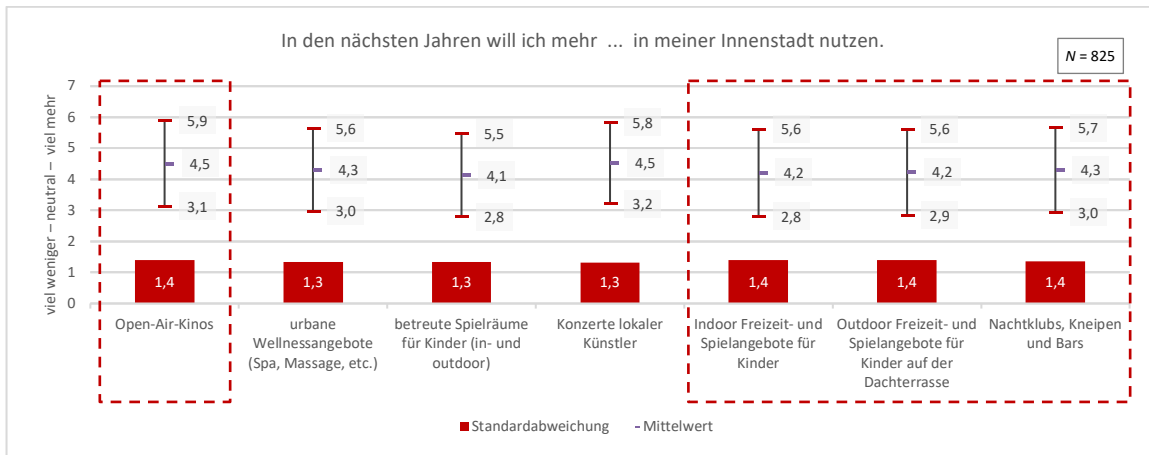


Abb. 64: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Freizeit in der Innenstadt

Die Subgruppenuntersuchung bezüglich der Streuung zeigt, dass die High Society (A), Prestigious Careers (C) sowie Urban Raisers (G) in den Subgruppen ein homogeneres Antwortverhalten zeigen (Tabelle 19).

Tabelle 19: Streuung freizeitbezogene Elemente der Innenstadt nach Mosaic-Subgruppen

Standardabweichungen der Subgruppen (Anzahl grün)	Gesamt	A (5)	B (2)	C (8)	D (3)	E (3)	F (1)	G (6)
Urbane Wellnessangebote (Spa, Massage, ...)	1,33	1,22	1,26	1,17	1,22	1,40	1,65	1,15
Outdoor Freizeit- und Spielangebote für Kinder auf der Dachterrasse	1,39	1,28	1,43	1,17	1,44	1,42	1,40	1,32
Open-Air-Kinos	1,39	1,41	1,41	1,22	1,26	1,26	1,53	1,32
Neue, innovative Dienstleistungen/Produkte	1,13	1,38	1,31	1,13	1,21	1,27	1,57	1,30
Nachtklubs, Kneipen und Bars	1,36	1,34	1,21	1,08	1,37	1,19	1,55	1,12
Konzerte lokaler Künstler	1,31	1,35	1,42	1,14	1,45	1,42	1,40	1,42
Indoor Freizeit- und Spielangebote für Kinder	1,40	1,17	1,48	1,00	1,33	1,38	1,37	1,36
Betreute Spielräume für Kinder (in- und outdoor)	1,34	1,28	1,43	1,17	1,44	1,42	1,40	1,32

A: High Society; B: Metropolitan Elite; C: Prestigious Careers; D: Wealthy Traditionals; E: Domestic Rurality; F: Suburban Settlers; G: Urban Raisers; **Standardabweichung Subgruppe < Standardabweichung gesamt**

Im Vergleich der Subgruppen der ausgewählten Milieus zeigt sich, dass diese auch in der Fragenbatterie zur Freizeit in der Innenstadt eine differenziertere Auswertung zulässt. Auffällig ist, dass die High Society (A) das Außergewöhnliche in ihrer Freizeitgestaltung in der Innenstadt suchen. So wollen 49 % in Zukunft mehr Konzerte lokaler Künstler besuchen, 54 % mehr innovative Dienstleistungen und Produkte und 57 % mehr Open-Air-Kinos besuchen. Ein Blick auf die Anforderungsart lässt eine differenzierte Bewertung zu. So sind Konzerte lokaler Künstler (16 %) und das Nachtleben in der Stadt (24 %) für High Society (A) eher ein Basismerkmal. Im Gegensatz dazu können neue innovative Dienstleistungen knapp ein Fünftel und Open-Air-Kinos fast ein Drittel begeistern (vgl. Abb. 65).

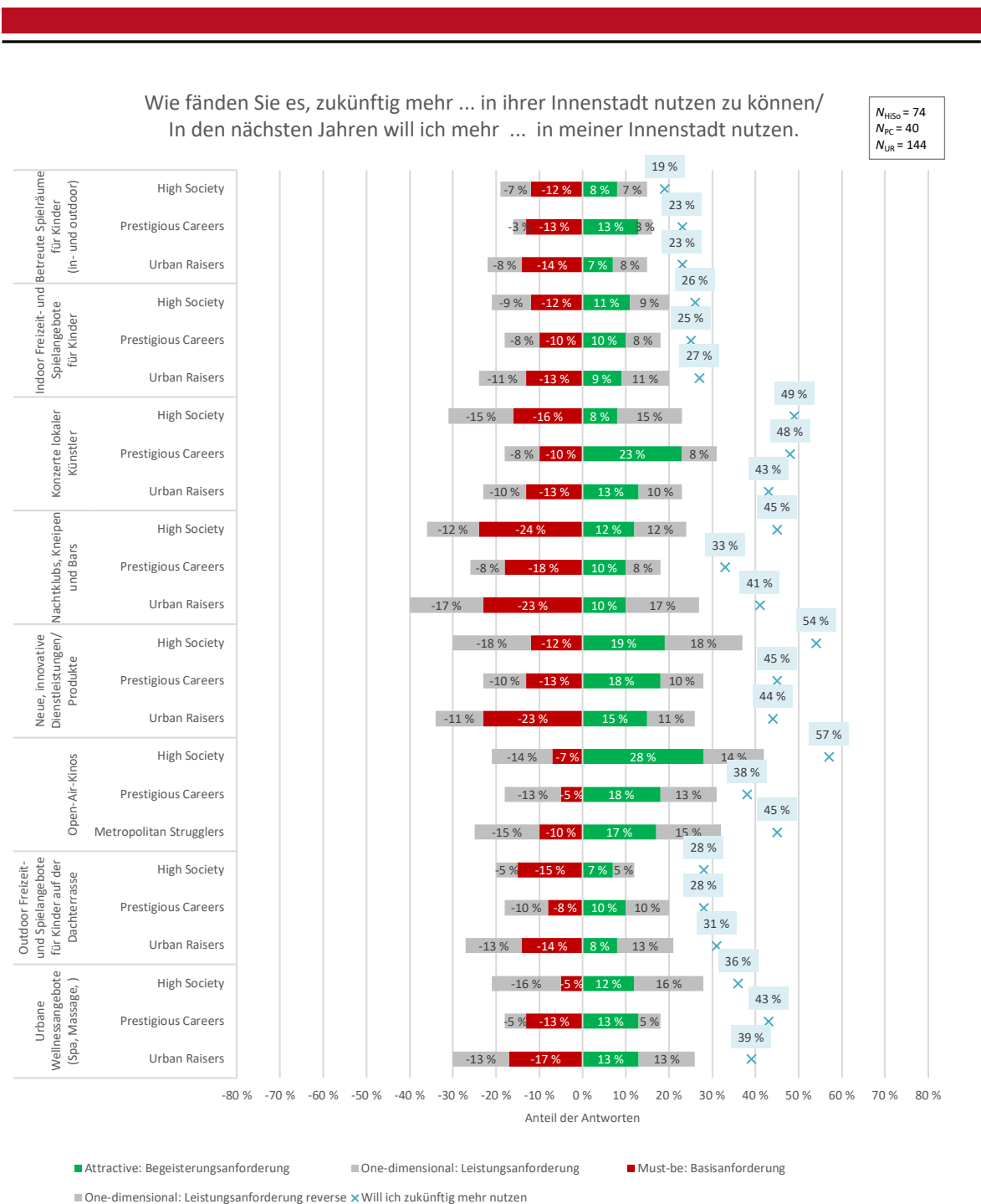


Abb. 65: Qualitätsfaktoren für Freizeit ausgewählter Mosaic-Milieus

Zu ökologischeren Innenstädten gehört einen möglichst großen Teil der Wertschöpfungskette an den Ort des Konsums zu verlegen sowie Gegenstände intensiver und länger zu nutzen. Dass Ökologie im Trend liegt, konnte schon gezeigt werden. Nicht verwunderlich ist also die hohe Korrelation der Antworten zwischen den beiden Fragenbatterien welche ausnahmslos hoch signifikant ist. Besonders hoch ist die Korrelation zwischen Urban Gardening (1.) und der Begrünung im und am Gebäude (6./7.). Was auf eine allgemeine Präferenz zu mehr Begrünung in der Innenstadt hindeutet (vgl. Tabelle 20).

Tabelle 20: Korrelation zwischen Fragenbatterie Ökologie und urbaner Produktion

Items	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Urban Gardening	--								
2. Sharing Economy	0,54	--							
3. Repair-Cafés	0,51	0,62	--						
4. Maker Spaces	0,50	0,61	0,65	--					
5. Mitmach-Manufakturen	0,52	0,53	0,54	0,67	--				
6. grünere Gebäudehülle	0,43	0,37	0,31	0,30	0,30	--			
7. naturnahe Begrünungen in Gebäuden	0,44	0,38	0,32	0,29	0,30	0,83	--		
8. energetisch autarke Gebäude	0,34	0,36	0,30	0,25	0,29	0,67	0,69	--	
9. nachweislich nachhaltige Immobilien	0,39	0,39	0,32	0,27	0,27	0,65	0,65	0,76	--

p < ,05 (zweiseitig)
p < ,01 (zweiseitig)

Insgesamt können die Items verhältnismäßig viele Befragte begeistern, sind aber für nur einen geringen Teil eine Basisanforderung. 50 % der befragten Bürger geben an, dass sie in bspw. Repair-Cafés die Nutzungszeit von Produkten zukünftig verlängern wollen. Dabei kann ein solches Angebot 18,4 % der Befragten begeistern. Mitmach-Manufakturen zur angeleiteten Herstellung von Konsumgütern mit Eventcharakter kann jeden fünften Befragten begeistern (vgl. Abb. 66).

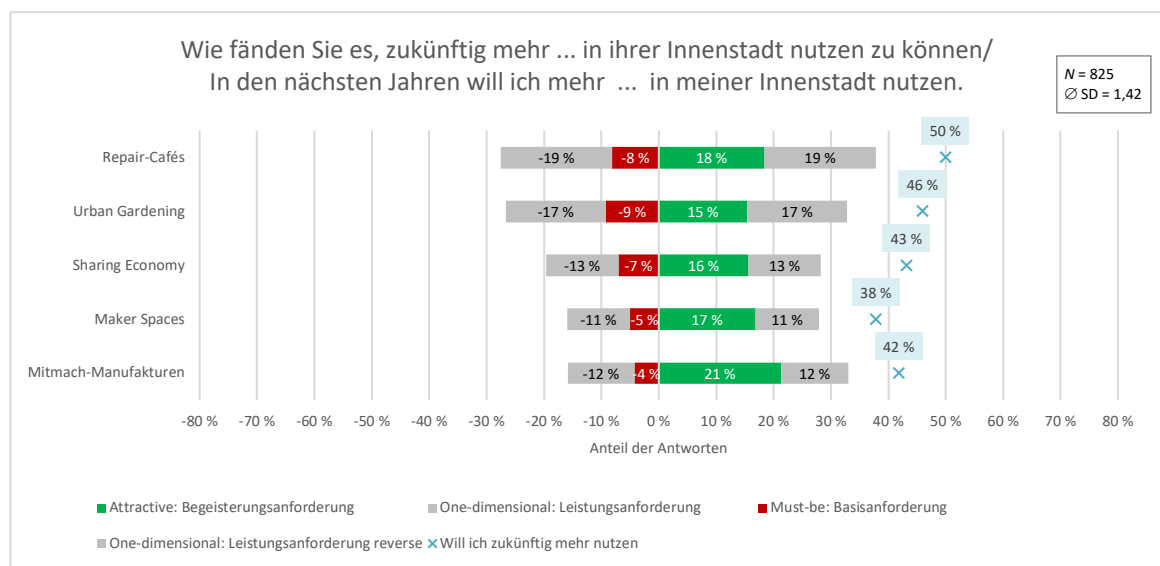


Abb. 66: Qualitätsfaktoren für urbane Produktion

Die Streuung der Fragenbatterie liegt mit einer mittleren Standardabweichung von 1,42 (vgl. Abb. 66) an der Spitze der Fragenbatterien. Die Streuung von 1,42 (20 % auf der Skala von 1 – 7) weist auf ein eher heterogenes Antwortverhalten der Befragten hin. Auf Ebene der Items fallen besonders die Mitmach-Manufakturen, die Maker Spaces und die Repair-Cafés mit einer Standardabweichung von jeweils 1,4 auf (vgl. Abb. 67).

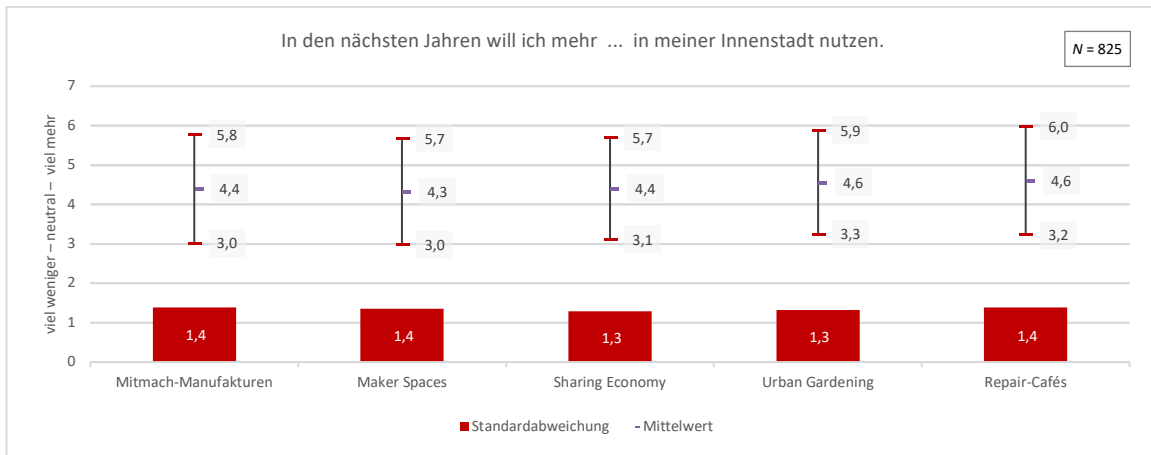


Abb. 67: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie urbane Produktion in der Innenstadt

Die Streuung im Antwortverhalten kann auch in der Fragenbatterie urbane Produktion durch die Subgruppenbildung auf Basis der Mosaic-Milieus reduziert werden (vgl. Tabelle 21).

Tabelle 21: Streuung urbane produktionsbezogene Elemente der Innenstadt nach Mosaic-Subgruppen

Standardabweichungen der Subgruppen (Anzahl grün)	Gesamt	A (3)	B (1)	C (5)	D (3)	E (1)	F (0)	G (5)
Urban Gardening	1,32	1,43	1,37	0,80	1,40	1,24	1,56	1,27
Sharing Economy	1,29	1,35	1,46	0,78	1,35	1,41	1,49	1,26
Repair-Cafés	1,38	1,29	1,53	0,90	1,35	1,57	1,45	1,33
Maker Spaces	1,35	1,27	1,45	0,87	1,33	1,48	1,56	1,18
Mitmach-Manufakturen	1,39	1,33	1,31	1,24	1,23	1,55	1,48	1,35

A: High Society; B: Metropolitan Elite; C: Prestigious Careers; D: Wealthy Traditionals; E: Domestic Rurality; F: Suburban Settlers; G: Urban Raisers; Standardabweichung Subgruppe < Standardabweichung gesamt

Die Subgruppenbetrachtung zeigt, dass High Society (A) und Urban Raisers (G) als urbane Milieus eine höhere Begeisterungsfähigkeit in Bezug auf die meisten Elemente der urbanen Produktion an den Tag legen. So wollen 45 % der High Society (A) zukünftig mehr Maker Spaces aufsuchen und nur 35 % der Urban Raisers (G). Bei Repair-Cafés dreht sich dies. Nur 39 % der High Society (A) wollen dies zukünftig mehr nachfragen vs. 54 % der Urban Raisers (G) oder 55 % der Prestigious Careers (C). Insgesamt können die abgefragten Items die High Society weniger begeistern als die Urban Raisers (vgl. Abb. 68).

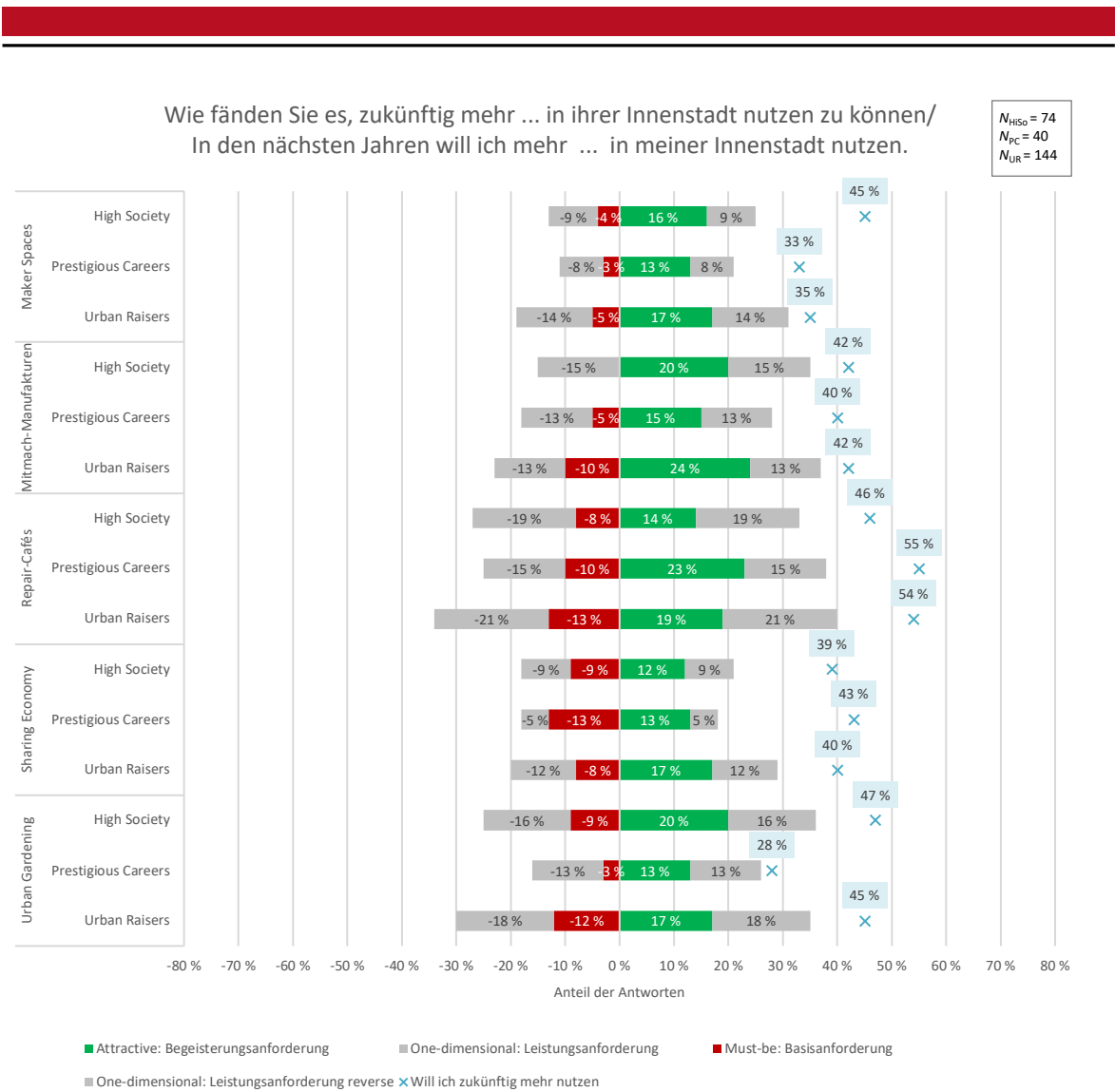


Abb. 68: Qualitätsfaktoren für urbane Produktion ausgewählter Mosaic-Milieus

3.2.3 Wohnen und arbeiten in der Innenstadt

Besonders die Diskussion über Wohnraum wird stellenweise hitzig geführt. Besonders emotional verläuft der Diskurs im urbanen Raum geführt. In Kapitel 3.1.1 wurde bereits deutlich, dass Wohnen aus Sicht der Befragten im urbanen Kontext massiv an Attraktivität verloren hat. In Kapitel 3.2.1 wurde aufgezeigt, dass die Attraktivität von Wohnen in der Innenstadt auch zukünftig einen wichtigen Bestandteil der innerstädtischen Multifunktionalität darstellt. Im Gegensatz zu den polarisierenden Funktionen ist die Funktion der Arbeit in den Hintergrund getreten. Auf die Frage, ob die Befragten grundsätzlich gerne in der Innenstadt wohnen oder arbeiten wollen, dreht sich diese Wahrnehmung jedoch teilweise. So geben 51,5 % der Befragten Büroarbeiter an grundsätzlich gerne in der Innenstadt arbeiten zu wollen, würden nur 26 % dort grundsätzlich gerne wohnen. Fast jeder Zweite gibt darüber hinaus an, grundsätzlich nicht in der Innenstadt wohnen zu wollen. (vgl. Abb. 69)

Dies bedeutet jedoch auch, dass 26 % der Befragten grundsätzlich in zentraler Lage wohnen würden, was die Kapazität der Innenstadtquartiere übersteigen könnte.

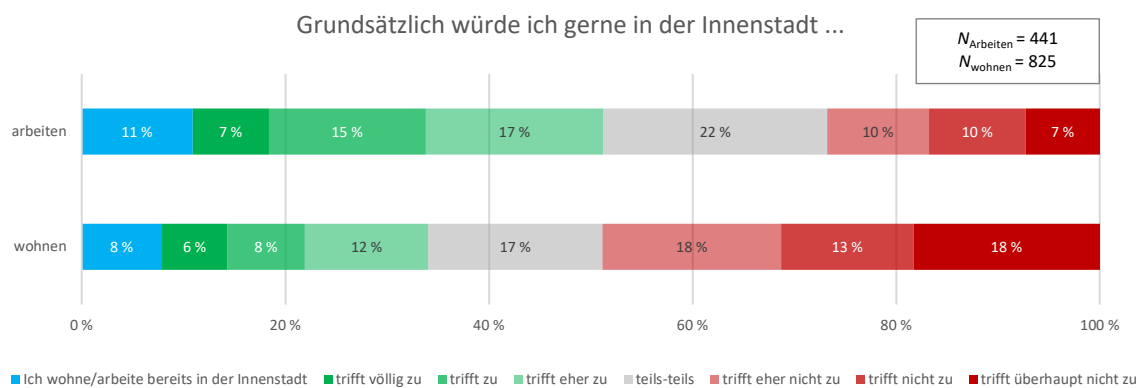


Abb. 69: In der Innenstadt arbeiten und wohnen

Der Blick auf die Verteilung der Antworten zeigt eine große Streuung mit einer Standardabweichung von 2,1 beim Wohnen und 2,0 beim Arbeiten in der Innenstadt (26 % bzw. 25 % auf der Skala von 1 – 8). Das unterstreicht, dass wohnen und arbeiten in der Innenstadt für eine bestimmte Subgruppe der Befragten relevant ist (vgl. Abb. 70). Um mehr über die Streuung der Antworten herauszufinden, ist eine Subgruppenauswertung notwendig.

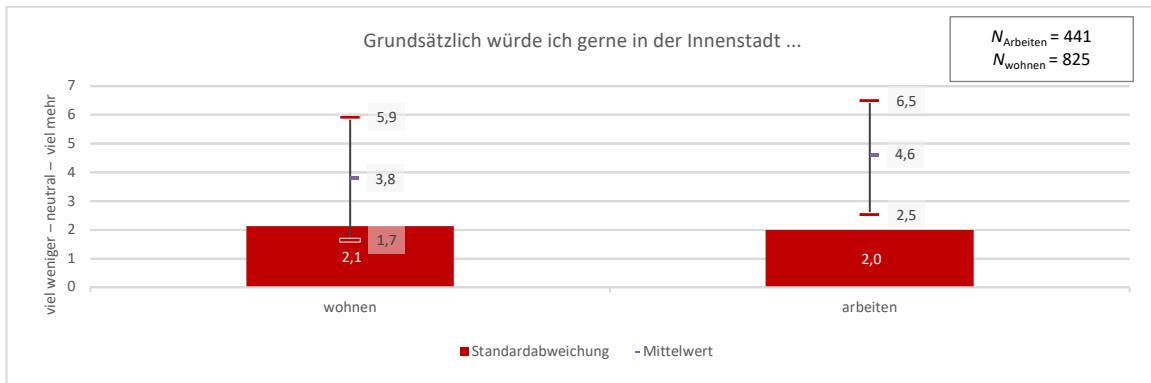


Abb. 70: Streuung der Arbeitsplatz- und Wohnortwahl Innenstadt

Die Streuung des Antwortverhaltens auf Ebene der Mosaic-Milieus zeigt, dass auch hier die Präferenzen in der Innenstadt zu arbeiten und zu wohnen stark durch das Milieu geprägt sind (vgl. Tabelle 22).

Tabelle 22: Streuung der Präferenz des Wohnens und Arbeitens in der Innenstadt nach Mosaic-Subgruppen

Standardabweichungen der Subgruppen (Anzahl grün)	Gesamt	A (1)	B (1)	C (2)	D (2)	E (2)	F (2)	G (0)
Wohnen	2,1	1,9	2,1	1,8	1,9	1,9	1,9	2,2
Arbeiten	2,1	2,1	1,9	1,7	1,9	1,8	1,7	2,1

A: High Society; B: Metropolitan Elite; C: Prestigious Careers; D: Wealthy Traditionals; E: Domestic Rurality; F: Suburban Settlers; G: Urban Raisers; *Standardabweichung Subgruppe < Standardabweichung gesamt*

Wie zu erwarten, liegt die Präferenz zum Wohnen in der Innenstadt für das Milieu der High Society (A) über der der anderen Milieus. Diese Präferenz zeigt sich in Bezug auf Arbeiten in der Innenstadt noch stärker. Die anderen Milieus zeigen hier eine deutlich unterdurchschnittliche Präferenz (vgl. Abb. 71).

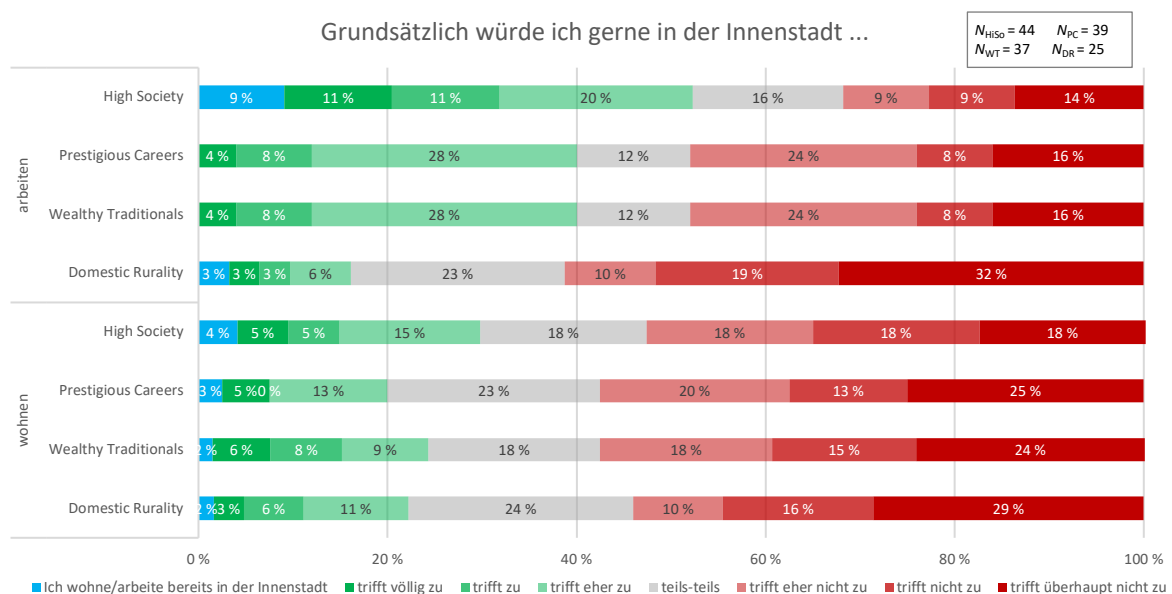


Abb. 71: Präferenzen ausgewählter Subgruppen zum Leben und Arbeiten in der Innenstadt

Weiterhin zeigt die Präferenz für Arbeiten und Wohnen wie in Kapitel 3.1.3, hohe positive Korrelationen mit ökologischen Mobilitätsverhalten und -einstellung.

Die Anforderungen potenzieller Städter an ihr Quartier sind groß. Insgesamt wollen 79 % der Befragten die Grundversorgung fußläufig erreichen können. 69 % der Befragten wollen ihren Arbeitsplatz ebenfalls fußläufig erreichen können. Der fußläufig erreichbare Arbeitsplatz ist dabei für 36,2 % der Befragten eine Begeisterungsanforderung, die sie so nicht erwarten. Im Gegensatz dazu ist die gute ÖPNV-Anbindung für 22,9 %, das familienfreundliche Wohnen für 22,9 % und insbesondere die fußläufig erreichbare Nahversorgung für 31,9 % eine notwendige Basisanforderung, deren Abwesenheit zu Unzufriedenheit führt (vgl. Abb. 72).

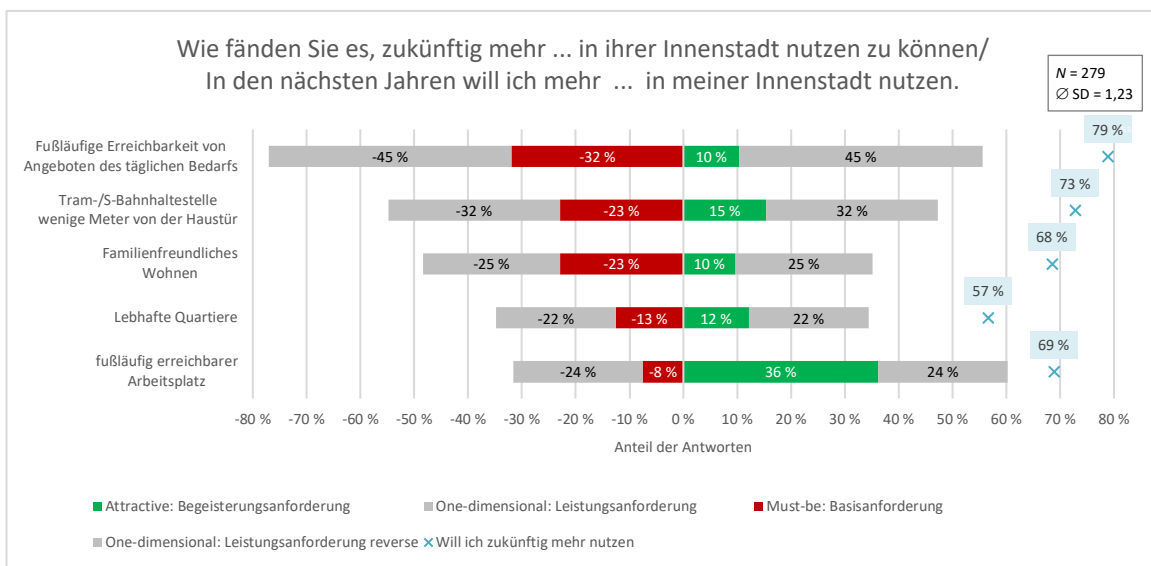


Abb. 72: Qualitätsfaktoren für Wohnen in der Innenstadt

Der Blick auf die Streuung der Antworten zeigt eine verhältnismäßig geringe mittlere Streuung von 1,23 (18 % auf der Skala von 1 – 7). Besonders gering ist diese in Bezug auf die fußläufige Erreichbarkeit des Arbeitsplatzes ($SD = 1,2$), der Grundversorgung ($SD = 1,1$) und Anbindung an den ÖPNV ($SD = 1,2$). Jedoch liegt die Streuung im Antwortverhalten in Bezug auf das lebhaftes Quartier mit einer Standardabweichung von 1,4 und beim familienfreundlichen Wohnen mit 1,3 etwas höher (vgl. Abb. 73).

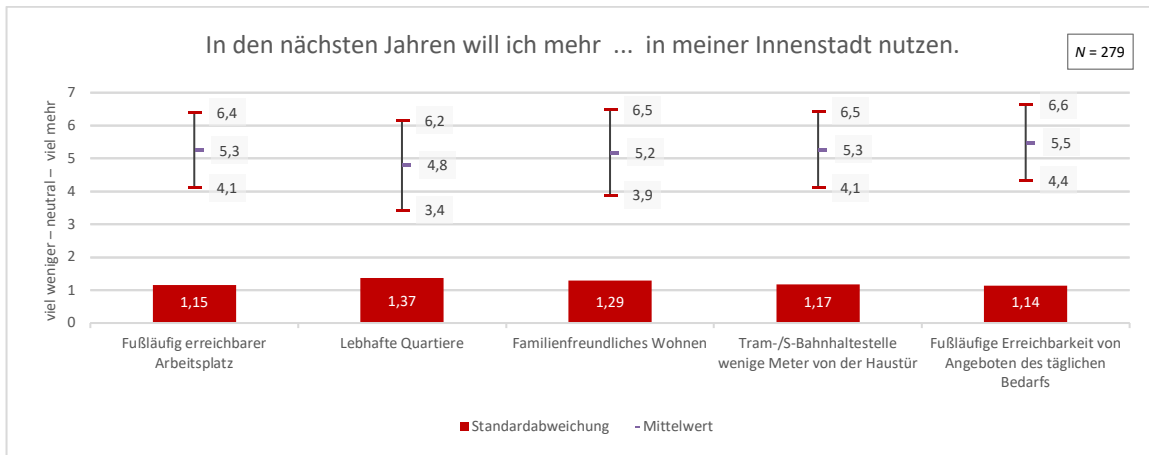


Abb. 73: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Wohnen in der Innenstadt

Da der Block Wohnen und Arbeiten in der Innenstadt nur den Befragungsteilnehmern angezeigt wurde – die Angaben dort zu wohnen oder sich grundsätzlich vorstellen zu können dort zu wohnen – ist die Stichprobenzahl zu niedrig, um auswertbare Ergebnisse auf Basis der Mosaic-Milieus zu erhalten. Von dieser Subgruppenauswertung wird deshalb abgesehen. Die Subgruppenanalyse auf Basis der RIWIS®-Stadtcluster ergibt lediglich in Städten kleiner gleich D eine geringere Streuung in den Präferenzen (Tabelle 23).

Tabelle 23: Streuung der Präferenz des Wohnens und Arbeitens in der Innenstadt nach Stadtgröße

Standardabweichungen der Subgruppen (Anzahl grün)	Gesamt	A-Stadt (1)	B-Stadt (0)	C-Stadt (2)	D-Stadt oder kleiner (4)
Tram-/S-Bahnhaltestelle	1,17	1,17	1,22	1,14	1,17
Lebhaftes Quartiere	1,37	1,34	1,52	1,41	1,34
Fußläufig erreichbare Angebote des täglichen Bedarfs	1,14	1,17	1,33	1,15	1,04
Fußläufig erreichbarer Arbeitsplatz	1,15	1,15	1,28	1,18	1,11
Familienfreundliches Wohnen	1,29	1,30	1,45	1,25	1,25

Standardabweichung Subgruppe < Standardabweichung gesamt

Die nachfolgende Subgruppenauswertung dient aufgrund des geringen Stichprobenumfangs innerhalb der Subgruppen lediglich als grober Indikator für die Präferenz des Wohnens in der Innenstadt in diesen Stadtclustern. Die grobe Richtung kann als Vorschlag für detailliertere zukünftige Untersuchungen in den Stadtclustern gesehen werden. Es zeigt sich, dass besonders in A- bzw. C-Städten das familienfreundliche Wohnen für knapp ein Drittel der Befragten ein Basiskriterium darstellt, aber in keiner Stadtgröße richtig begeistern kann. Auffällig ist, dass die Nachfrage nach familienfreundlichem Wohnen in A-Städten mit 71 % der Befragten, die dies zukünftig stärker nachfragen wollen, besonders hoch ist. Im Gegensatz dazu kann der fußläufig erreichbare Arbeitsplatz in allen Stadtclustern knapp ein Drittel der Befragten begeistern, in B-Städten sogar mehr als die Hälfte. Die fußläufige Erreichbarkeit der Angebote des täglichen Bedarfs dagegen ist für knapp ein Drittel und in C-Städten 40 % der Befragten Basiskriterium. In B-Städten kann dies jeden Fünften zusätzlich

begeistern. Dabei wollen fast 90 % der Befragten in D-Städten oder kleiner dies zukünftig vermehrt tun. Eine hervorragende ÖPNV-Anbindung ist allen potenziellen Städtern sehr wichtig (In Bezug auf Leistungs- und Basisanforderungen). Die Unzufriedenheit bei Nichtvorhandensein von 73 % (41 % + 32 %) der Befragten in A-Städten sinkt auf 45 % in Städten kleiner D. Von den Befragten in A-, B- und D-Städten oder kleiner wollen knapp drei Viertel solche Angebote zukünftig mehr nutzen (vgl. Abb. 74).

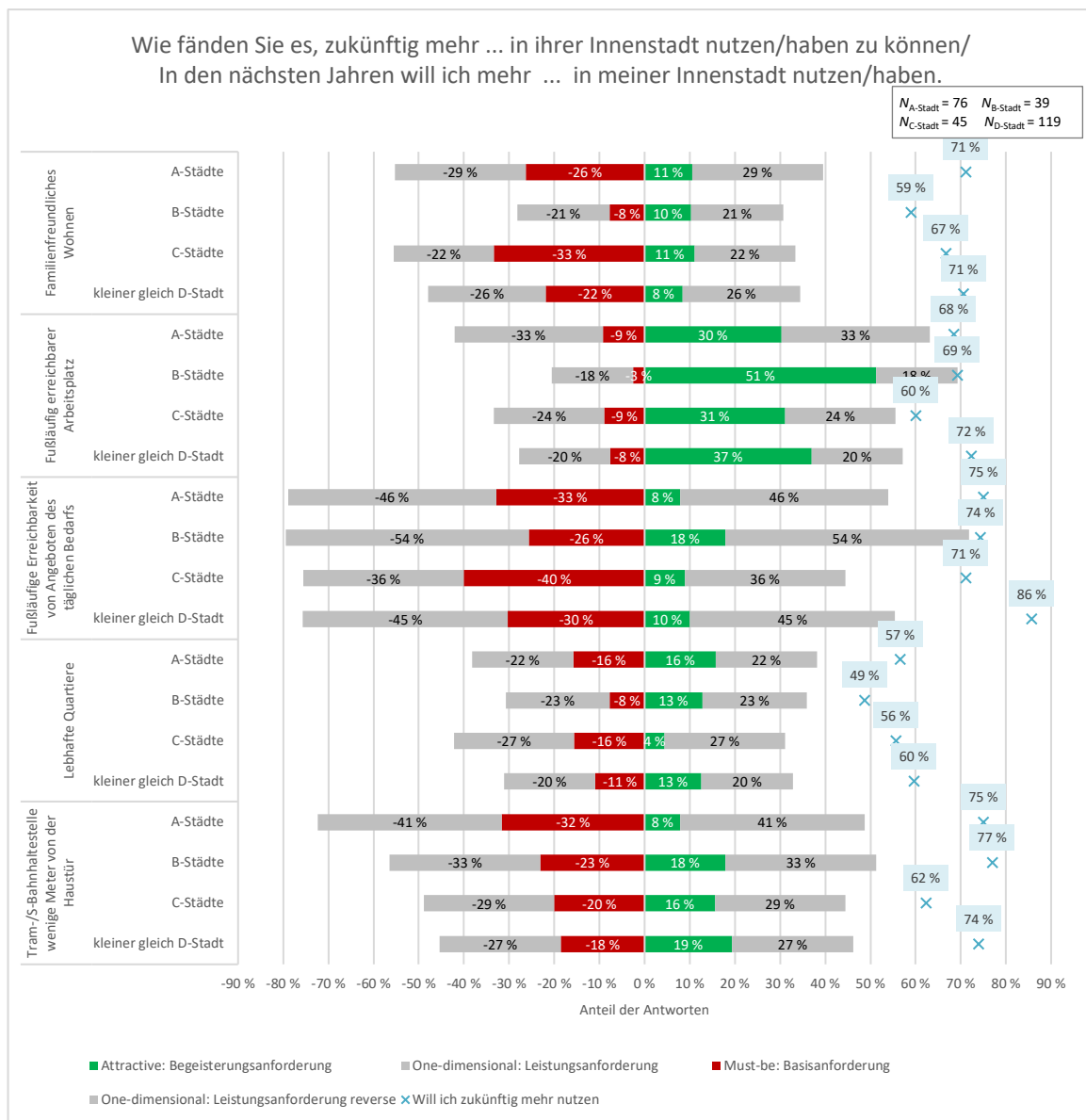


Abb. 74: Qualitätskriterien für Wohnen in der Innenstadt nach Stadtclustern

Wie zu erwarten, sind die Mietpreise für 80 % der Befragten das größte Hindernis um – trotz der Präferenz in der Innenstadt zu wohnen – nicht dorthin zu ziehen. Jedoch ist das verfügbare Angebot für fast 70 % der Befragten nicht adäquat. So geben 67 % der Befragten an, dass Sie nicht die für sie passende Wohnraumgröße finden können, 65 % fehlt es

grundsätzlich an Angeboten in ihrer Innenstadt bzw. sehen die Qualität des verfügbaren Wohnraums als zu gering an (vgl. Abb. 75).

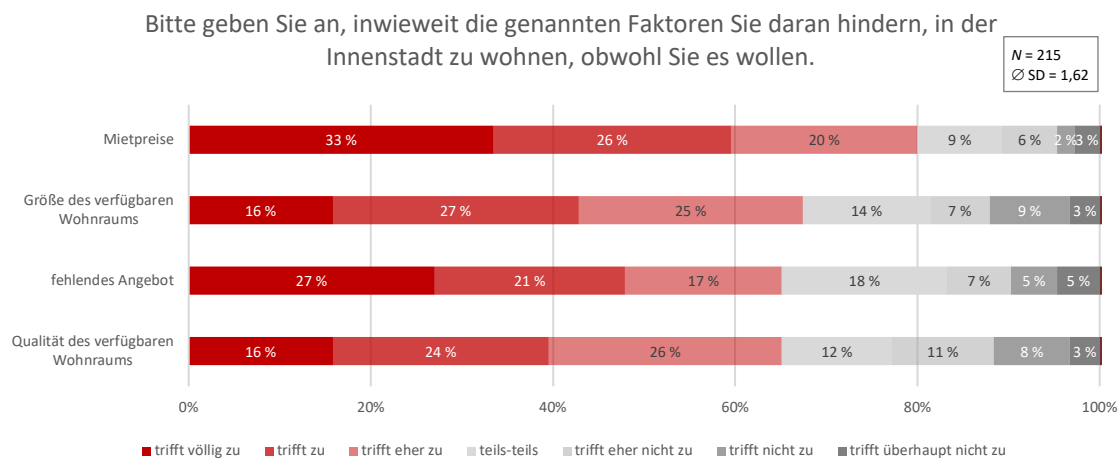


Abb. 75: Barrieren für das Wohnen in der Innenstadt

Die mittlere Standardabweichung liegt mit 1,62 (23 % auf der Skala von 1 – 7) in der Fragenbatterie zu den Wohnbarrieren hoch. Auf Ebene der Items zeigt sich bei den Mietpreisen die geringste Streuung mit einer Standardabweichung von 1,50 und die höchste bzgl. des fehlenden Angebots mit 1,72.

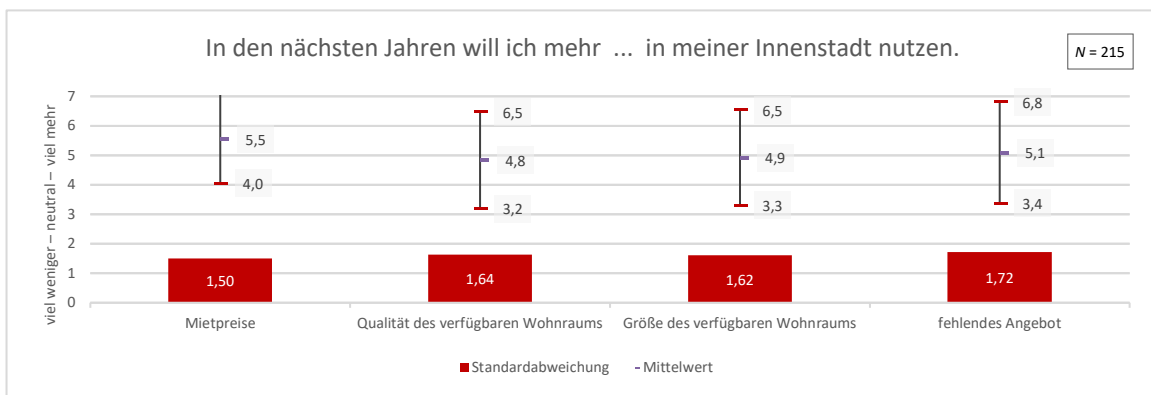


Abb. 76: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Wohnen in der Innenstadt

Auf Ebene der Stadtcluster nimmt die Streuung lediglich in C- und D-Städten oder kleiner ab (vgl. Tabelle 24). Dies spricht für individuellere Probleme in A- und B-Städten, die sich auf Basis der Städte und Stadtbewohner unterscheiden können.

Tabelle 24: Streuung der Barrieren des Wohnens in der Innenstadt nach Stadtgröße

Standardabweichungen der Subgruppen (Anzahl grün)	Gesamt	A-Stadt (0)	B-Stadt (0)	C-Stadt (2)	D-Stadt oder kleiner (4)
fehlendes Angebot	1,72	1,94	1,74	1,77	1,54
Größe des verfügbaren Wohnraums	1,62	1,84	2,07	1,58	1,35
Mietpreise	1,50	1,76	1,55	1,39	1,37
Qualität des verfügbaren Wohnraums	1,64	1,86	1,82	1,65	1,46

Standardabweichung Subgruppe < Standardabweichung gesamt

Die nachfolgende Subgruppenauswertung dient aufgrund des geringen Stichprobenumfangs innerhalb der Subgruppen lediglich als grober Indikator für die Barrieren des Wohnens in der Innenstadt in diesen Stadtclustern. Die grobe Richtung kann als Vorschlag für detailliertere zukünftige Untersuchungen in den Stadtclustern gesehen werden.

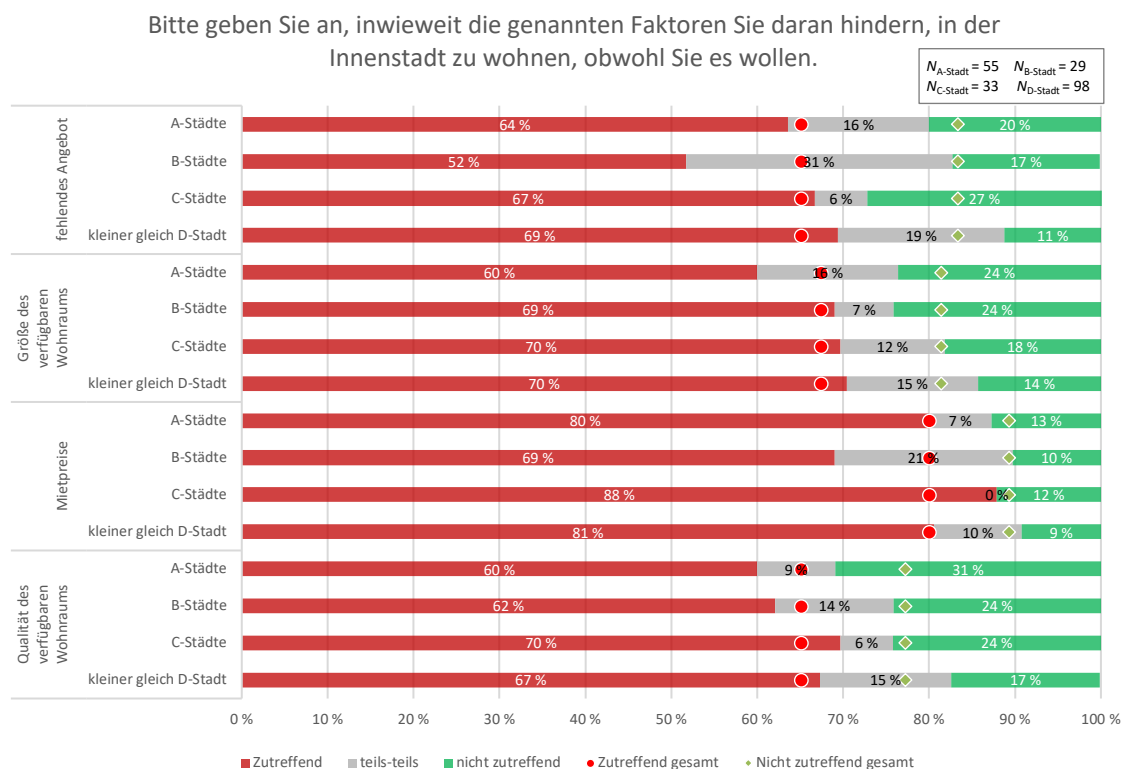


Abb. 77: Barrieren für Wohnen in der Innenstadt auf Ebene der Stadtcluster

Besonders in C- und D-Städten und kleiner scheint es an passenden Wohnraumangeboten in Innenstadtlagen zu mangeln. Das betrifft besonders die Größe des verfügbaren Wohnraums, der nicht den Anforderungen der Befragten entspricht. Die Mietpreise sind – wie zu erwarten – in A-Städten eine erhebliche Barriere. Überraschend hoch ist jedoch die große Zustimmung in C- und D-Städten und kleiner. Die Qualität des Wohnraums scheint besonders in C- und D-Städten oder kleiner nicht den Erwartungen der potenziellen Innenstadtbewohner zu entsprechen. In A-Städten scheint das Angebot an qualitativ hochwertigem Wohnraum dahingegen besser (vgl. Abb. 77).

In Bezug auf Büroarbeit in der Innenstadt gaben 59 % der Befragten an, dass sie – wenn sie zukünftig in der Innenstadt arbeiten würden – eine moderne Arbeitsumgebung nutzen wollen. Dabei stellt dies für 27 % eine Basisanforderung dar, die Sie in der Innenstadt erwarten. Workation will über die Hälfte (56 %) der Befragten zukünftig mehr nutzen. Im Gegensatz zur modernen Arbeitsumgebung kann ein solches Angebot 22 % der Befragten begeistern und nur 7 % erwarten dies in ihrer Innenstadt vorzufinden (vgl. Abb. 78).

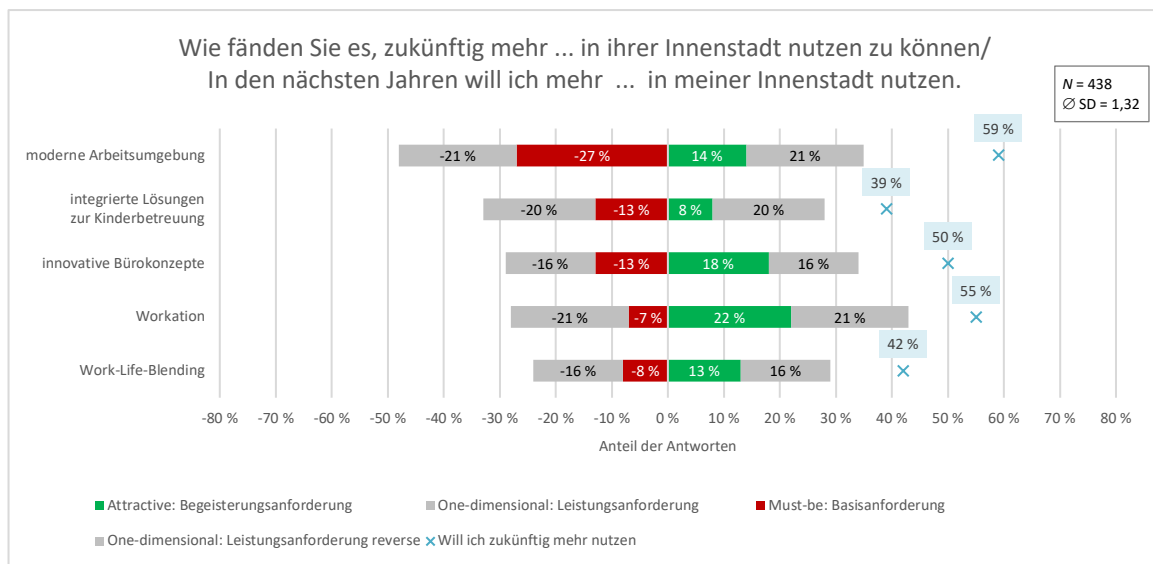


Abb. 78: Qualitätsfaktoren für Arbeit in der Innenstadt

Insgesamt zeigt sich im Antwortverhalten in der Fragenbatterie zum Arbeiten in der Innenstadt eine moderate Streuung mit einer Standardabweichung von 1,32 (19 % auf der Skala von 1 – 7). Dabei fallen insbesondere die Items zum Work-Life-Blending/Workation ($SD = 1,5$) und die integrierte Kinderbetreuung ($SD = 1,4$) auf. Da die integrierte Kinderbetreuung ein familienspezifisches Thema ist, verwundert die hohe Streuung nicht.

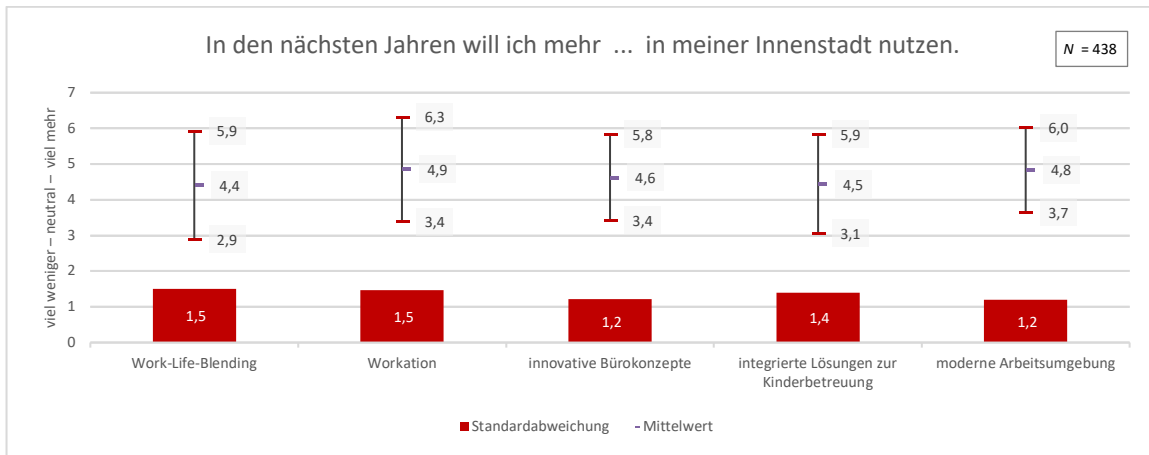


Abb. 79: Streuung der Antworten zur Fragenbatterie Arbeit in der Innenstadt

Die Streuung in den Antworten lässt sich durch die Subgruppenbetrachtung auf Ebene der Stadtcluster nur bedingt verringern. Im Falle von A- sowie D-Städten und kleiner kann die Standardabweichung bei der Hälfte der Items gesenkt werden (vgl. Tabelle 25). Dies spricht für eher heterogene Anforderungen für das Arbeiten in B- und C-Städten im Vergleich zu A- und D-Städten oder kleiner.

Tabelle 25: Streuung der Qualitätskriterien des Arbeitens in der Innenstadt nach Stadtgröße

Standardabweichungen der Subgruppen (Anzahl grün)	Gesamt	A-Stadt (3)	B-Stadt (0)	C-Stadt (2)	D-Stadt oder kleiner (3)
innovative Bürokonzepte	1,21	1,24	1,24	1,24	1,19
Integration von Arbeitsplätzen (bspw. Work-Cafés)	1,28	1,19	1,32	1,22	1,32
integrierte Lösungen zur Kinderbetreuung	1,40	1,32	1,47	1,55	1,36
moderne Arbeitsumgebung	1,19	1,26	1,28	1,17	1,12
Workation	1,47	1,46	1,41	1,43	1,51
Work-Life-Blending	1,51	1,49	1,66	1,53	1,46

Standardabweichung Subgruppe < Standardabweichung gesamt

Auffällig ist, dass die Anforderungen in A-Städten an das Bürokonzept, Innovativität und die Qualität der Büros, über denen der kleineren Stadtcluster liegt. Besonders stark ausgeprägt ist dies bei der modernen Arbeitsumgebung, die für zwei aus fünf Befragten ein Basiskriterium (Must-be) und für ein weiteres Viertel eine Leistungsanforderung darstellt. Dabei ist der Wunsch moderne Büroflächen zukünftig in der Innenstadt mehr nutzen zu können in allen Stadtgrößen mit ca. 60 % ähnlich stark ausgeprägt. Workation dagegen kann ein Drittel der Besucher von B-Städten begeistern. Zukünftig mehr nutzen wollen dies aber mehr Besucher von A- und B-Städten (vgl. Abb. 80).

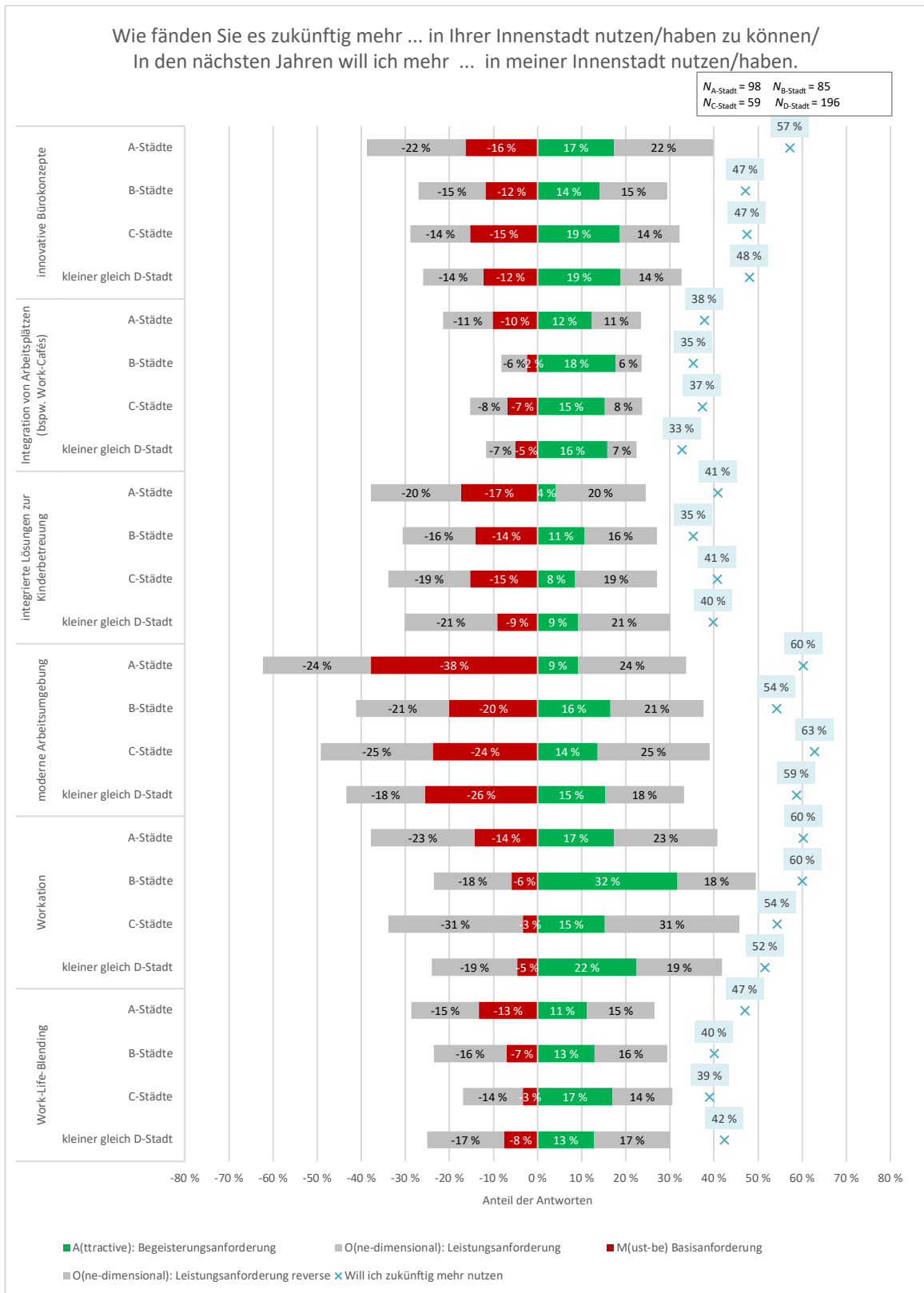


Abb. 80: Qualitätsanforderungen in Bezug auf Arbeit in der Innenstadt auf Ebene der Stadtcluster

Eine Untersuchung der Items auf Korrelation zeigt, dass Workation wie auch die integrierte Kinderbetreuung besonders von jüngeren Menschen nachgefragt wird. Die integrierte

Kinderbetreuung ist zudem – wie zu erwarten – hoch mit der Anzahl der Personen im Haushalt korreliert. Die positive Korrelation mit dem Anteil der Wohnkosten und der negativen Korrelation mit der Sparrate erklärt sich ebenfalls mit dem höheren Platzbedarf und Kostenbelastung von Familien. Die integrierte Kinderbetreuung wird besonders vom der Mosaic-Milieu der Suburban Settlers (F) nachgefragt. Work-Life-Blending wird dahingegen eher von Burgeois Prosperity (B) nachgefragt (Abb. 81).

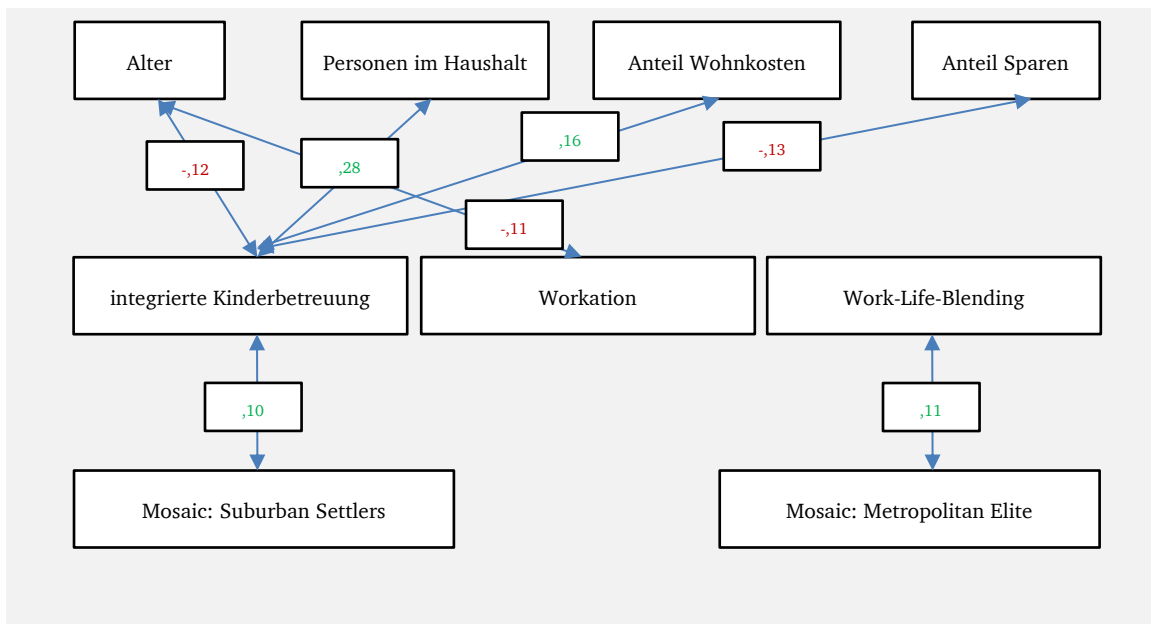


Abb. 81: Korrelationen der zukünftigen Nachfrage nach arbeitsbezogenen Items in der Innenstadt

Ein Grund, warum die High Society weniger in den Innenstädten vertreten sind, ist auch die hohe Homeoffice-Quote innerhalb des Milieus. Die befragten High Society (A) arbeiten im Schnitt 44 % im Homeoffice und 47 % im Büro. Die Homeoffice-Quote liegt damit weit über dem Schnitt von 38 % (vgl. Abb. 82). Die speziell während der Coronapandemie angestiegene Homeoffice-Quote betrifft die High Society (A) als Wissensarbeiter im besonderen Maße.

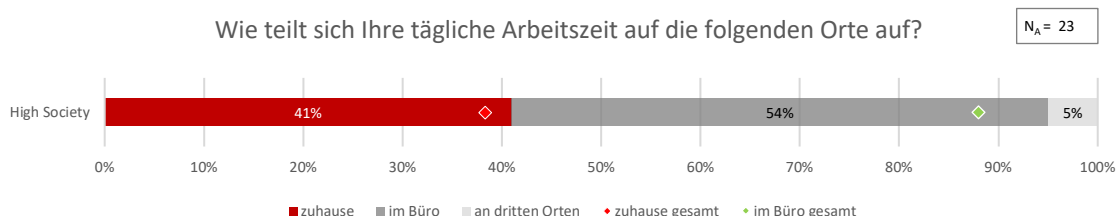


Abb. 82: Anteil der Arbeitsorte von High Society

3.2.4 Zwischenfazit zur Zukunft der Innenstädte

In diesem Kapitel wurde der Wunsch der Bürger nach Verbesserungen der Innenstadtfunktionen auf übergeordneter Ebene ausführlich analysiert. Dabei sind Elemente der Innenstadt mit besonders hoher Streuung der Antworten identifiziert worden. Anschließend sind die einzelnen notwendigen Aktivitäten und Gestaltungsmöglichkeiten in den Innenstädten im Detail besprochen, und die kontroverse Debatte über das Wohnen und Arbeiten in der Innenstadt ausführlich und anhand von Zahlen beleuchtet worden. Dabei können aus Sicht der Akteure, insbesondere der Eigentümer, die folgenden Erkenntnisse für die zukünftige Innenstadtentwicklung gewonnen werden.

Städte sollten Ihre Milieus kennen und sich an ihnen ausrichten – Ob Begeisterung entsteht, unterscheidet sich nach Besuchergruppe

Jede Innenstadt ist anders. Der Erfolg der Innenstädte hängt dabei von zahlreichen Determinanten wie Stadtgröße und lokalen Unterschieden ab. Besonders wichtig ist hierbei, dass verschiedene Städte durch historisch gewachsene Strukturen in der Stadt und Einzugsgebiet verschiedene Milieus beheimaten. Die Präferenzen für Aktivitäten in und Eigenschaften der Innenstädte sind teilweise stärker von dem Milieu als bspw. Stadtgröße oder anderen soziodemografischen Kennzahlen beeinflusst. Entsprechend gilt es, die für die Innenstadt relevanten Milieus zu identifizieren und die Innenstadt entsprechend zu transformieren. Dabei gilt es, selbstverständlich für alle Milieus Angebote vorzuhalten. Jedoch macht es keinen Sinn, Angebote alleine für ein spezifisches Milieu zu schaffen, dass in der zu transformierenden Innenstadt und Einzugsgebiet unterrepräsentiert ist.

Verschiedene Aktivitäten und Elemente der Innenstädte sind für die Milieus Leistungs- (je mehr, umso besser), Basis- (Must-be), Indifferenz- oder Begeisterungsanforderungen. Viel mehr als Funktionen und Elemente in die Innenstadtstransformation zu zwingen, gilt es, die Innenstädte in einer Form zu transformieren, die sowohl die Basisanforderungen erfüllt, die Bürger aber auch begeistern kann. Zur nachhaltigen Innenstadtentwicklung gehört es, die Anforderung aller Milieus zu berücksichtigen. Zur Realität gehört aber auch, dass für eine wirtschaftlich nachhaltige Transformation auch die mit Kaufkraft hinterlegten Milieus gehört und nicht hintenangestellt werden. Denn am Ende wird die Transformation – auch der Funktionen der weniger zahlkräftigen Milieus – zum großen Teil durch solche Milieus finanziert.

Für den Handel bedeutet das, dass die Schichtung der Gesellschaft in verschiedene Milieus als Rahmen für die Zusammenstellung von Sortimenten und die Gestaltung weiterer Dienstleistungen betrachtet werden sollte. Die vorherrschende Zusammensetzung der Zielgruppen beeinflusst auch die erforderliche Mischung an Nutzungen, die dazu beitragen kann, die

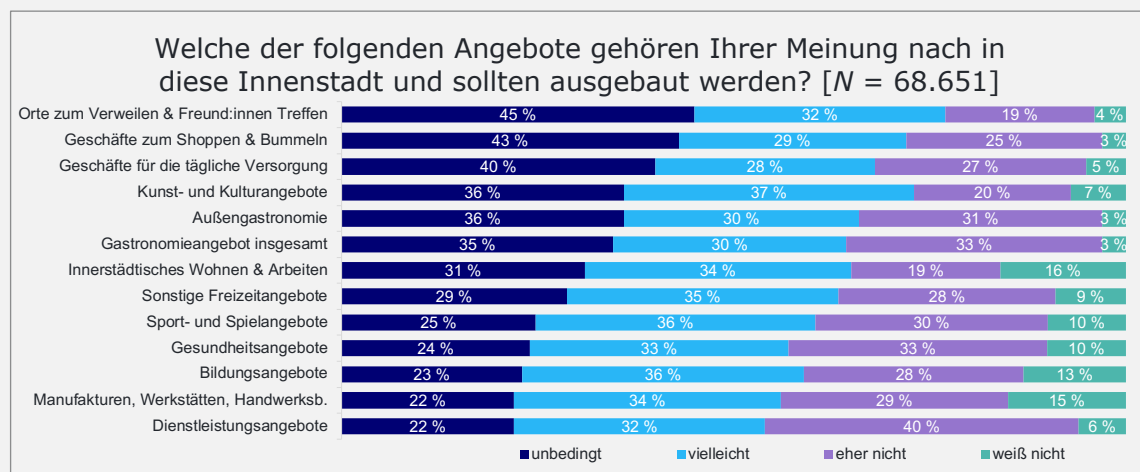
Einzelhandelsflächen attraktiver zu gestalten. Wenn die Nutzung von Flächen in Innenstädten tatsächlich den Präferenzen der Bürger entspricht, kann dies zu einer echten produktiven Multifunktionalität führen. Dies erfordert eine Zusammenarbeit zwischen Immobilienbesitzern, Händlern und Kommunen.

Zukünftig müssen Innenstädte mehr Fokus auf die Aufenthaltsqualität legen

Funktionen wie Erholung und Freizeit, Grün- und Freiflächen sowie die Qualität des öffentlichen Raums bieten die größten Hebel durch Attraktivitätssteigerungen Bürger wieder vermehrt in die Innenstädte zu bekommen. Das macht eines klar, Bürger kommen nicht in die Innenstädte des reinen Shoppings willen. Jedoch sind auch hier Bürger nicht gleich Bürger. Auf Ebene der Milieus zeigt sich, dass der Zielgruppe der High Society (A) die Attraktivitätssteigerung im öffentlichen Raum verhältnismäßig wichtig ist. Gleiches gilt für Erholung und Freizeit und Grün-/Freiflächen. Hier bieten sich für Akteure die Stellschrauben, um Milieus wieder für die Innenstädte zurückzugewinnen zu können. Dies ist jedoch mehrdimensional zu betrachten. So unterscheiden sich auch die Anforderungen auf Ebene der Stadtcluster. Beispielsweise ist die Attraktivitätssteigerung des öffentlichen Raums besonders in A- und D-Städten oder kleiner relevant.

Ausschnitte aus der Studie Vitale Innenstädte 2022 des IFH Köln

Die Befragung der Passanten in 111 Innenstädten legt nahe, dass das Verweilen und der soziale Austausch in den Innenstädten von besonderer Bedeutung sind. 45 % der Befragten sind der Ansicht, dass diese Aspekte in Zukunft verstärkt gefördert werden sollten. Das Einkaufen und der alltägliche Einkauf folgen knapp dahinter in der Rangliste der Prioritäten.



Gemäß den Ergebnissen des IFH Köln sind Verbesserungen insbesondere im Bereich des Erlebniswerts der Innenstadt, der touristischen Attraktivität und der Stadtgestaltung/dem öffentlichen Raum erforderlich, um die Bereitschaft zur Weiterempfehlung zu steigern.

Quelle: (Hedde et al., 2023)

Strategisch geplante Multifunktionalität kann die Attraktivität erhöhen

Die Erkenntnisse bestätigen den allgemeinen Ruf nach mehr Multifunktionalität, und infolgedessen von Mixed-Use-Immobilien in der Innenstadt. Wichtig ist hierbei, dass Akteure auf den Bedarf der Bürger reagieren und die Innenstädte danach ausrichten. Das bedeutet aus Sicht der öffentlichen Hand eine klare Vision der Stadt heute und in der Zukunft, eine umfassende Strategie über alle relevanten Teilbereiche, um diese Vision zu erreichen und vor allem mehr Flexibilität in der Stadtplanung. Es darf dabei nicht vergessen werden, dass eine funktionierende Innenstadt im ureigenen Interesse von mittel- und insbesondere strategisch orientierten Eigentümern steht. Eine gewisse gemeinwohlorientierte Haltung der öffentlichen Hand ist hier sicherlich sinnvoll, muss sich jedoch faktenbasiert aus dem tatsächlichen Wunsch der Bevölkerung ergeben. Rein Ideale und nicht faktenmotivierte Politik und Stadtplanung kann hierbei destruktiv sein und Milieus aus der Innenstadt ausgrenzen sowie notwendige Redvelopments aufgrund mangelnder Finanzierbarkeit blockieren und den Abwärtstrend dadurch weiter verstärken.

Für den stationären Non-Food-Einzelhandel bedeutet dies, dass die Nähe zu Erholungs- und Freizeitangeboten sowie zu Grün- und Freiflächen an Bedeutung gewinnt beziehungsweise in Teilen in die Konzepte integriert werden sollte. Zudem sollte verstärkt die Nähe zu innovativen Dienstleistern gesucht werden, um den Bedürfnissen der Bürger gerecht zu werden und durch Synergieeffekte die Umsätze anzukurbeln.

Die Leitfunktionen der Innenstadt sollten neu gedacht werden

Die Leitfunktion des monofunktionalen Einzelhandels in den Innenstädten reicht vielen Bürgern allein nicht aus. Für die große Masse der Befragten würde eine Steigerung der Konsumattraktivität die Häufigkeit der Innenstadtbesuche nicht überdurchschnittlich steigern und liegt lediglich auf Rang 5 der Items. Wichtiger ist die Stärkung der Freizeitfunktion, die Verbesserung des öffentlichen Raums und der Ausbau der Grün- und Freiflächenfunktion. Dabei liegt der zwischenmenschliche Austausch in der Innenstadt nur knapp hinter der ehemaligen Leitfunktion Konsum. Besonders gering ist der Bedarf an mehr Konsum für das Milieu der High Society (A), welche sich vermehrt aus den Innenstädten zurückgezogen haben. Diesem Milieu ist ein attraktiver urbaner Lebensraum durch Klimaanpassungsmaßnahmen und ein

attraktiver öffentlicher Raum wichtiger. Dennoch zeigt der Einzelhandel hohe Korrelationen mit anderen Nutzungsformen und ist weiterhin relevant, lediglich nicht als einzige Nutzung. Angesichts der hohen Bedeutung des Milieus der High Society (A) für die wirtschaftliche Tragbarkeit der zukünftigen Modelle sollte hier besonders genau hingeschaut werden, auch um die Innenstadt wieder für alle Milieus attraktiv zu machen.

Für den Einzelhandel bedeutet dies, verstärkt an den übergeordneten Rahmenbedingungen und begleitenden Faktoren zu arbeiten, anstatt ausschließlich darauf abzielen, die Bürger durch reine Optimierungen im Einzelhandel in die Innenstadt zu locken. Wesentliche Bestandteile dabei sind die Aufwertung des öffentlichen Raums sowie bei der Erweiterung von Einzelhandelsstandorten Faktoren wie die Nähe zu Freizeit-, Erlebnis- und Dienstleistungsangeboten zu berücksichtigen. Gleichzeitig ist es wichtig, den Erlebnischarakter der Einzelhandelsflächen zu stärken.

„Erlebnis Innenstadt“ sollte für alle Milieus stärker adressieren

Das sich besonders das Milieu der High Society (A) aus den Innenstädten zurückgezogen hat, wurde anfangs aufgezeigt. Nach Analyse der Umfragedaten konnte in diesem Kapitel gezeigt werden, dass besonders High Society (A) sich insbesondere eine Attraktivitätssteigerung im öffentlichen Raum und der Erholung- und Freizeitfunktion wünschen. Die Innenstadt als Zentrum für Konsum und Versorgung spielt für die High Society (A) eine untergeordnete Rolle. Sobald der reine Konsum mit lokalen Elementen, Innovationsgeist und Erlebnischarakter angereichert wird, können diese jedoch wieder begeistert werden. Das gilt auch für das gastronomische Erlebnis in der Innenstadt, welches die High Society (A) zum einen begeistern kann, aber auch einen essenziellen Bestandteil ihrer Innenstadt ausmacht. Damit heben sich die High Society (A) von anderen Milieus ab, die mitunter niedrigere Anforderungen an ihre Innenstädte stellen. Da High Society (A) in den Städten leben, können Elemente der Klimaanpassung sie überdurchschnittlich begeistern aber stellen auch vermehrt Must-Be-Kriterien dar. Insgesamt gibt es Elemente durch die High Society (A) wieder mit Begeisterung in Ihre Innenstädte zurückkehren. Damit Innenstädte wieder diverser werden und die Kaufkraft zurückkommt, müssen die Innenstädte jedoch aktiv designt werden und zu aufregenden Orten mit Seele werden. Austauschbare Innenstädte werden die anspruchsvolle Gruppe der High Society (A) nicht zurückbringen.

Arbeiten in der Innenstadt als ein Puzzlestück für lebhaftere Innenstadtquartiere – Büros und Wohnungen in Innenstadtlagen können die Cities beleben, sind aber kein Selbstläufer

Die Frequenzanalyse hat die Konzentration der Besucherströme auf das Ende der Woche identifiziert. Um eine homogenere Auslastung der Innenstädte zu erreichen und mehr Menschen auch an Wochentagen in die Innenstadt zu bekommen, spielen Wissensarbeitsplätze in Innenstadtlagen eine entscheidende Rolle. Eine Möglichkeit der Konzentration des Lebensmittelpunktes in den eigenen vier Wänden aufzubrechen, kann die vermehrte Rückkehr in die Büros sein. Jedoch ist ein Bürozwang hier das falsche Signal. Vielmehr gilt es, den Besuch im Büro mit mehr Mehrwerten zu verbinden. Innenstädte können durch gelebte Multifunktionalität ebendiese Mehrwerte bieten, die Wissensarbeiter wieder zurück ins Büro bringen und dabei die Innenstädte wieder beleben. Damit die Innenstädte aber Mehrwerte für die Wissensarbeiter bieten, muss die Multifunktionalität die Wünsche ebendieser berücksichtigen und bedienen. Dabei reicht das multifunktionale, flankierende Angebot allein nicht aus. Auch die Büroflächen innerhalb der Innenstädte müssen sich wandeln und den Bürgern gerecht werden. Das heißt in der Konsequenz, dass mehr moderne, innovative und flexible Büroarbeitsplatzlösungen, die Work-Life-Blending fördern.

Auch der Einzelhandel könnte durch Angebote wie Event-Shopping-Abende, beispielsweise am Donnerstag (langer Donnerstag), die Kundenfrequenz von den oft überfüllten Samstagen auf die Wochentage lenken. Dies könnte unterstützt werden durch verlängerte Öffnungszeiten von kulturellen Einrichtungen beispielsweise an Mittwochen. Einzelne Veranstaltungen könnten sowohl durch ihre Kopplungseffekte positiv auf andere Ereignisse wirken als auch die Auslastung über die Woche hinweg gleichmäßiger gestalten. All diese Maßnahmen könnten die Bürger außerdem dazu ermutigen, vermehrt das Homeoffice zu verlassen und den Arbeitsplatz in der Innenstadt aufzusuchen. Eine weitere Entlastung für die Samstage könnte durch die Verlagerung von Umsätzen auf Sonntage (durch verkaufsoffene Sonntage) erreicht werden, um Umsatzverluste aufgrund von Überfüllung zu verhindern.

Verkehr in der Innenstadt erfordert einen Spagat zwischen unterschiedlichen Interessen

Die Anforderungen der befragten Bürger, die in der Innenstadt wohnen wollen, ist klar. Fußläufige Erreichbarkeit des Arbeitsplatzes und der Nahversorgung. Insgesamt zeigen sich Städter und potenzielle Städter als überdurchschnittlich ökologisch in ihrer Mobilität. Für Innenstädte bedeutet dies, den Fokus weg vom motorisierten Individualverkehr hin zu ökologischeren Alternativen zu setzen. Jedoch können durch reinen Fokus – im Extremfall –

autofreie Innenstädte andere Subgruppen (wie ländlich lebende oder ältere, weniger Mobile Bürger) benachteiligen. Hier sind nachhaltige Lösungen notwendig, die auch die Menschen der Vororte und Einzugsgebiete aller Altersklassen und Milieus mit inkludieren. Denn klar ist auch hier, die meisten Innenstädte können ohne die Besucher aus den Vororten und dem Einzugsgebiet wirtschaftlich nicht überleben, geschweige denn die notwendige Transformation bewerkstelligen.

Das gestiegene Umweltbewusstsein der Bürger in Bezug auf Mobilität bedeutet auch, dass die innerstädtische Logistik- und Versorgungssituation für Kunden verbessert werden sollte. Aus Sicht der Einzelhändler sind Kooperationen mit geeigneten Last-Mile-Anbietern und die digitale Integration in das Geschäftsmodell unerlässlich.

4 Zusammenfassung und Implikation der empirischen Ergebnisse

Die Studienergebnisse in Kapitel 3 belegen, dass die Transformation der Innenstädte dringend notwendig ist. Dabei zeigen sich die Probleme der Innenstädte multidimensional. Zum einen aus dem nicht zeitgemäßen monofunktionalen Modell der Innenstädte, einem wenig faktenbasierten und mehr bauchgefühlbasiertem Handeln, mangelnde Anpassung an bleibende Veränderungen durch Megatrends wie den soziodemografischen Wandel und Digitalisierung – Stichwort Homeoffice – und das Nichtergreifen von Chancen. Zudem zeigt sich, dass es nicht DEN Bedarf der Bürger gibt, sondern sich diese Bedarfe abhängig vom Milieu teilweise erheblich unterscheiden.

In vielen Bereichen sehen die Befragten teilweise erhebliche Attraktivitätsverluste. Dies hat in der Folge dazu geführt, dass sich Milieugruppen – die sich nicht ausreichend repräsentiert fühlen – aus den Innenstädten zurückziehen. Das geschieht mit teilweise drastischen Folgen wie ein Einbrechen der Einzelhandelsumsätze und Insolvenzen von Einzelhändlern, die drohen Trading-Down-Effekte auszulösen. Dabei gilt es zu beachten, dass es ein „One Best Model“ der Innenstadt nicht gibt, sehr wohl aber in Abhängigkeit von den lokalen Bedingungen den „Best Fit“. Entsprechend existiert auch kein Allheilmittel, welches auf jede Innenstadt angewendet werden kann und zur erfolgreichen Transformation führt. Vielmehr gilt es, die Determinanten jeder Innenstadt genau zu untersuchen und den Transformationspfad entsprechend zu planen und zu beschreiten. Jedoch hat sich die Subgruppenbetrachtung nach Mosaic-Subgruppen in vielen Fällen als robuste und zielführende Betrachtungsebene herausgestellt, die Wünsche und Bedarfe der verschiedenen Bürger zu verstehen.

4.1 Lessons Learned für die öffentliche Hand

Der öffentliche Raum als Startpunkt der Customer-Journey muss attraktiver werden

Die Umfragedaten haben gezeigt, dass der öffentliche Raum aus Sicht der Befragten an Attraktivität verloren hat. In der Subgruppenbetrachtung zeigt sich, dass das Milieu der High Society diese Veränderung überdurchschnittlich kritisch sieht. Ebenso ist die Qualität des öffentlichen Raums für viele eine wichtige Voraussetzung, um die Innenstadt zukünftig öfter zu besuchen. Hier ist die öffentliche Hand klar gefragt die Bedarfe der Bürger bestmöglich umzusetzen. Dabei gibt es eher mehr als weniger Anpassungsbedarf, wie die Auswertung der 12 urbanen Qualitätskriterien zeigt. Besonders schockierend ist die niedrige Umsetzung von essenziellen Basisbedürfnissen wie das Sicherheitsbedürfnis und soziale Bedürfnisse. Hier gilt es, dringend und zeitnah nachzubessern. Dafür müssen auch vermehrt Instrumente

wie Business Improvement Districts genutzt werden, um die öffentlichen Räume im Tandem mit den Eigentümern attraktiver zu gestalten.

Das Innenstadtkonzept als Ergebnis quantitativer Steuerung und weniger Bauchgefühl

Zu oft wird Stadtplanung weniger auf Basis von Fakten, sondern vielmehr aus dem Bauch heraus oder auf Basis persönlicher Idealvorstellungen geplant. Damit die Transformation der Innenstädte gelingen kann, ist es von essenzieller Bedeutung die Faktenlage zu analysieren und nüchtern passende Konzepte zu modellieren. Auch wenn aus den Daten unterschiedliche Präferenzen der Milieus herausgearbeitet werden konnten, gibt es kleinste gemeinsame Nenner, die alle Milieus ansprechen. Diese gilt es, zu identifizieren und die Innenstadt entsprechend zu planen. Es ist von grundlegender Bedeutung, dabei die Milieustruktur (der spezifischen Stadt und des Einzugsgebiets) zu kennen und in der Planung zu berücksichtigen. Das ist insofern wichtig, weil die unterschiedlichen Städte sich hier teilweise stark unterscheiden (vgl. Kapitel 3.1) und deren Anforderungen der Milieus an ihre Innenstadt bedeutende Unterschiede aufweisen. Beispielsweise würde lediglich 36,5 % der High Society (A) eine Attraktivitätssteigerungen im Shopping zukünftig vermehrt in die Innenstadt locken. Im Vergleich spielt dies für 55,6 % der Domestic Rurality (E) eine übergeordnete Rolle (vgl. Kapitel 3.2). Dabei spielen die High Society eine bedeutende Rolle. Diese können die Transformation der Innenstädte durch Ihre Kaufkraft unterstützen, haben sich aber aus den Innenstädten zurückgezogen (vgl. Kapitel 3.1). Bei Transformationsprojekten ist es zum einen wichtig das Gemeinwohl zu fördern und auch wohlhabendere Milieus – wie die High Society – wieder für die Innenstädte begeistern zu können, da auch diese ein Teil der Stadtgesellschaft sind, zur gesunden Durchmischung in den Innenstädten und zum Werterhalt dieser beitragen. Rein ideologisch getriebene Projekte ohne Berücksichtigung der Bedürfnisse aller Milieus laufen Gefahr Innenstädte in einen nur schwer umkehrbaren Abwärtsstrudel zu führen. Insofern sollten Anstrengungen zur Innenstadttransformation evidenzbasiert sein und auch die ökonomische Nachhaltigkeit – die sich auch den angesprochenen Milieus ergibt – im Auge behalten. Das Kennenlernen der Milieus, der jeweiligen Innenstadt und ihrer Bedürfnisse gepaart mit den Ergebnissen einer Bürgerbefragung als Basis für die Konzepterstellung können hier ein erster Anhaltspunkt sein, um Rahmenparameter für den Transformationspfad der jeweiligen Innenstadt zu erhalten und spruchreif im Diskurs mit den weiteren Akteursgruppen zu sein.

Es bedarf Anreize für wirklich ökologisch nachhaltige Lösungen

Durch die Befragung konnte gezeigt werden, dass Ökologie die Menschen begeistern können. Allerdings sind es eher die plakativen Elemente und weniger die Ökologie im übergeordneten Sinne. So führt Fassadenbegrünungen bei mehr als der Hälfte der Befragten zu mehr Zufriedenheit aber nachweislich Nachhaltige Immobilien nur bei etwas mehr als einem Drittel. Dies wurde durch Akteursgruppen erkannt, welche durch Maßnahmen ohne wesentlichen ökologischen Wert, aber öffentlichkeitswirksam in den Diskurs treten. Die öffentliche Hand muss die verschiedenen Ansätze in das richtige Licht rücken, Aufklärungsarbeit leisten und verhindern, dass durch falsche Priorisierung von Maßnahmen immobilienwirtschaftlichen Fehlanreize gesetzt werden.

Städter und nicht Städter haben grundlegend verschiedene Anforderungen an die Mobilität in den Innenstädten

Die Untersuchung der Erhebung zeigt, mit einer signifikante Korrelation, dass (potenzielle) Städter im Allgemeinen ökologischer in Bezug auf ihre Mobilität sind ($r = 0,14 - 0,21$), weniger motorisierten Individualverkehr ($r = -0,14$) zugunsten nicht motorisierten Individualverkehrs ($r = 0,07$) und öffentlichen Personennahverkehr ($r = 0,08$) nutzen. Diese Präferenz dreht sich bspw. bei den befragten Bürgern, die nicht in der Innenstadt wohnen wollen und auf Autos angewiesen sind (vgl. Kapitel 3.1.3). Da Innenstädte nicht allein mit der lokalen Bevölkerung funktionieren, sind hier kreative Lösungen der öffentlichen Hand notwendig. Die alle Bürger abholen und die Teilhabe an der Innenstadt ermöglichen.

Mobilität in der Innenstadt ist ein Thema, das Städter und Nichtstädter spaltet, die öffentliche Hand muss hier den Spagat wagen

Die Erhebung hat gezeigt, dass (potenzielle) Städter im Allgemeinen ökologischer in Bezug auf ihre Mobilität sind, weniger motorisierten Individualverkehr zugunsten nicht motorisierten Individualverkehrs und öffentlichen Personennahverkehr nutzen. Diese Präferenz dreht sich bspw. bei Bürgern, die nicht in der Innenstadt wohnen wollen und auf Autos angewiesen sind. Von den Befragten gaben mehr als 80 % an, aus dem Umland der jeweiligen Innenstadt anzureisen, was die Bedeutung der Bürger aus dem Umland für die Passantenfrequenz der Innenstädte unterstreicht. Hier sind kreative Lösungen der öffentlichen Hand notwendig die alle Bürger abholen und die Teilhabe an der Innenstadt ermöglichen.

4.2 Lessons Learned für Eigentümer

Bisherige immobilienwirtschaftliche Wertschöpfungskette der Innenstädte findet wenig Akzeptanz

Die Daten zeigen, dass die befragten Bürger sich in den Innenstädten mehr als nur den reinen Konsum wünschen (vgl. Kapitel 3.2.1). Vielmehr suchen sie Möglichkeiten der Freizeitgestaltung und Erholung (55 % würde eine Attraktivitätssteigerung bei Freizeit/Erholung zukünftig öfters in die Innenstadt locken). Sie wollen in ihrer Innenstadt Neues und Lokales entdecken und die individuelle Besonderheit ihrer Stadt erleben. So führen lokal produzierte Produkte bei 38 %, lokale Lebensmittel in der Gastronomie bei 37 % und lokale Konzerte/Open-Air-Kinos bei 28 %/35 % zu mehr Zufriedenheit. Im Gegensatz kann ein günstiges Produktsortiment bei nur 28 % der Befragten die Zufriedenheit steigern und lediglich 7 % begeistern. Entsprechend reicht es nicht, immer gleiche Filialisten von der Stange nebeneinander zu reihen. Die Innenstädte und Immobilien müssen weitergedacht werden und mit sich gegenseitig befruchtenden Nutzungen zu einem attraktiven Gesamtkonzept gebündelt werden, welches die zahlreichen von den Bürgern gewünschten Eigenschaften befriedigen kann. Das bei 62 % der befragten Bürger die Abwesenheit von günstigem Einzelhandel Unzufriedenheit auslösen würde zeigt, dass dennoch klassische Filialisten notwendig in der Innenstadt sind, sie reichen aber nicht aus, um die befragten Bürger mit Begeisterung an ihren Innenstadtbesuch zurückdenken zu lassen. In Kapitel 3.1 wurden die verschiedenen Milieuzusammensetzungen ausgewählter Innenstädte aufgezeigt. Eine Innenstadtentwicklung für die Bürger sieht in den verschiedenen Städten entsprechend unterschiedlich aus. Welche Konzepte in den jeweiligen Innenstädten notwendig werden, hängt deshalb stark von der Milieustruktur der Innenstadt und des Einzugsgebietes ab. Entsprechend sind Redevlopment-Konzepte an den Bedarfen der Bürger vor Ort auszurichten.

Hohes ökologisches Potential im Redevlopment der Gebäude

Klimaanpassung und Begrünung findet sich in Innenstädten – wenn überhaupt – im öffentlichen Raum. Für Eigentümer bedeutet Begrünung im/am Gebäude Mehrkosten in der Gestehung und Wartung der Immobilie. Dass sich ca. 70 % der Befragten zukünftig mehr Begrünung in und an den Innenstadtimmobilen wünschen, sich jeder Fünfte von solchen Elementen begeistert zeigt und das Fehlen von naturnaher Begrünung in Gebäuden bei fast der Hälfte der High Society Unzufriedenheit auslöst, ist jedoch ein Umstand, der von den Eigentümern nicht übersehen werden sollte. Denn wenn diese Mehrkosten positive Emotionen bei den Bürgern auslösen, diese sich dadurch in der Innenstadt und dem Gebäude wohlerfühen und die Innenstadt mehr frequentieren, so schlägt sich dies direkt im Wert der

Innenstadtimmobilie nieder. Zusätzlich bieten in Zeiten von Klimawandel und Hitzeinseln natürliche Hitzesenken einen Wettbewerbsvorteil, der nicht unterschätzt werden darf und von den Befragten wertgeschätzt wird. Gleichzeitig ist Aufklärungsarbeit notwendig, um die Bürger über tatsächlich sinnvolle Maßnahmen und öffentlichkeitswirksame aber wenig nutzstiftenden Maßnahmen aufzuklären. Die in der aktuellen Debatte präsentierten Ansätze gilt es kritisch zu hinterfragen und auf die Tauglichkeit für Innenstädte und Kosten-Nutzen-Verhältnis hin zu untersuchen. Es gilt die auch die Ansätze den Akteuren zu vermitteln, die wesentlicheren Einfluss auf Klimaadaptation und -schutz haben, auch wenn sie weniger plakativ sind. Nur so können Fehlanreize verhindert, und Fortschritte erzielt werden.

Die Mischung macht's: die Innenstadt kann nur als multifunktionales Quartier die an sie gestellten Anforderungen erfüllen

Es wurde gezeigt, dass verschiedene Nutzungen sich gegenseitig befruchten können. Die Einzelhandelsmieten mögen auf dem Papier zwar am attraktivsten erscheinen, jedoch kann durch optimale flankierende Nutzungen das Innenstadterlebnis grundsätzlich verbessert werden, was sowohl langfristig zu nachhaltigeren Strukturen führt und das Immobilienprodukt als auch die Innenstadt resilienter macht. Dabei ist klar hervorzuheben, dass der Einzelhandel noch immer ein integraler Bestandteil der Innenstädte ist, sich jedoch nicht immer auch in den 4. Geschossen von Innenstadtimmobilien wirtschaftlich sinnvoll ist. Dennoch spielt der Einzelhandel in bspw. den EG-Lagen eine bedeutende Rolle als Attraktor und zur Kreuzfinanzierung anderer Nutzungen in den weiteren Geschossen. Die vorliegende Untersuchung gibt eine Idee für zusammenhängende Nutzungen, die sich gegenseitig begünstigen. So zeigt sich, dass Arbeit in der Innenstadt eine moderate und signifikante Korrelation mit bspw. Bildung ($r = 0,27$) und Ausgehen ($r = 0,18$) an Wochentagen und Shopping mit dem alltäglichen Einkauf ($r = 0,32$), essen gehen ($r = 0,15$) und ausgehen ($r = 0,18$) an Samstagen vorweist. Entsprechend konsequent gilt es, als Eigentümer die Immobilien in einer – auf Ebene der Immobilien und des Innenstadtquartiers – gesunden Mischung zu gestalten. Die in Kapitel 3.2.1 besprochenen gewünschten Attraktivitätssteigerungen in den Innenstadtfunktionen zeigen, dass die befragten Bürger alle Bereiche inkludieren. Zusammen mit den Ergebnissen aus Kapitel 3.1.1 zeigt sich am Beispiel der Konsum- und Versorgungsfunktion, dass hier die zweitgrößte Attraktivitätsabnahme durch die befragten Bürger berichtet wurde, die Funktion aber nur an fünfter Stelle in Bezug auf die gewünschten Attraktivitätssteigerungen steht. Das veranschaulicht deutlich, dass die Wünsche der Bürger an ihre zukünftige Innenstadt nicht gleichbedeutend mit der Wiederherstellung des einstmaligen Status quo (monofunktionaler Einzelhandel) sind. Entsprechend ist der Versuch die Innenstadt

zum reinen Konsumzentrum zu entwickeln oftmals nicht zielführend und nicht im Sinne der Bürger. Wichtig ist es hervorzuheben, dass der optimale Nutzungsmix sich aufgrund ändernder Rahmenbedingungen ständig weiterentwickelt. Entsprechend ist es essenziell, dass mit den neu geschaffenen Flächen flexibel auf Änderungen reagiert werden kann und diese nicht für die nächsten Dekaden zementiert sind.

Für den Einzelhandel bedeutet das, dass die Nutzung von freien Flächen an Wochentagen für Angebote wie "Workation" (Arbeitsplätze mit WLAN, Coffee-Shops mit Arbeitsmöglichkeiten usw.), Bildungsangebote oder City-Counter genutzt werden können und die dadurch entstehenden Kopplungseffekte sich positiv auf die Umsätze auswirken können. Zusätzlich können Anreize wie Parkgutscheine für die Nutzung am Abend oder an Feiertagen die Vielseitigkeit aktiv fördern.

Neue Nutzungskonzepte müssen über den Tag und die Woche flexibel auf Bedarfe reagieren können

Um die notwendige Transformation zu einer diversen Nutzungsstruktur zu ermöglichen, können Ansätze zur Flächeneffizienzsteigerung Eigentümern helfen den Spagat zwischen der wirtschaftlichen Machbarkeit und dem notwendigen Nutzungsmix/Multifunktionalität zu meistern. Durch Flächen die im Zeitverlauf (über den Tag und die Woche verteilt) verschiedenen Nutzungen zugeführt werden können, kann die Flächeneffizienz wesentlich gesteigert werden. Hierdurch können nicht rentabel wirkende Nutzungen zu wirtschaftlich tragfähigen Konzepten werden. Dies können Hallen sein, in denen der morgendliche Schulsport, am Abend Firmensport und an Wochenenden der Wochenmarkt und lokale Konzerte stattfinden. Hierdurch kann dieselbe Fläche die Bedarfe verschiedener Milieus befriedigen und sie im Idealfall begeistern, was den Wert der Fläche für die jeweilige Innenstadt deutlich erhöhen kann. Ein weiterer Vorteil der Bespielung mit unterschiedlichen Nutzungen ist, dass aus einer Fläche auch mehr Kopplungseffekte entstehen können (vgl. Kapitel 3.1.5). So ergeben sich durch die Nutzung für Firmensport (Freizeit) ggf. Kopplungseffekte mit Erholungsangeboten, ein anschließendes Konzert bietet ggf. Kopplungseffekte mit Essengehen und ergänzt den Besuchsgrund Arbeit. Möglich werden solche Konzepte durch die Transformation weg vom klassischen Vermietungsgedanken, hin zu Betreibermodellen mit kurzzeitigen Vermietungen. Immobilieneigentümer stiften dabei erhebliche Mehrwerte für die Städte und das Innenstadtquartier, gehen aber auch wesentliche Risiken ein. Die Unterstützung durch die Gemeinden für bspw. Schulsport oder gemeinnützige Events können den Eigentümern dabei die Sicherheit geben, solche innovativen Schritte durchzuführen. Gleichzeitig können Kommunen so eine verhältnismäßig flächeneffiziente Lösung für zukünftige

Begeisterungsfaktoren und Ausgangspunkt für Kopplungseffekte zur Unterstützung der umliegenden Nutzungen schaffen.

Büros und Wohnungen in Innenstadtlagen können die Cities beleben, sind aber kein Selbstläufer

11 % der – befragten Bürger mit Bürojobs – arbeiten in der Innenstadt und weitere 40 % können sich dies grundsätzlich vorstellen. Sprich, die Hälfte der befragten Büroarbeiter arbeitet bereits in der Innenstadt oder können es sich grundsätzlich vorstellen. Das sind angesichts der Homeoffice-Quoten im Panel von 38 % zunächst schlechte Nachrichten für alle nicht zentral gelegenen Bürostandorte. Für den Bürostandort Innenstadt werden Büroflächen damit aber nicht zum Selbstläufer. Die Befragten haben konkrete Vorstellungen und Anforderungen an das innerstädtische Büro. Für fast die Hälfte der Befragten führen nicht vorhandene moderne Arbeitsumgebungen in der Innenstadt zu Unzufriedenheit, für fast ein Drittel ist dies gar eine Must-be-Anforderung in Innenstädten. Weiterhin können innovative Bürokonzepte fast jeden Fünften begeistern und führen bei einem Drittel zu mehr Zufriedenheit. Die entsprechenden Büroflächen gepaart mit der zentralen Lage, zusammen mit der Multifunktionalität der Innenstädte können so Arbeitswelten mit Mehrwert für Unternehmen und Mitarbeiter werden. Weiterhin zeigt die Befragung, dass grundsätzlich in der Innenstadt wohnen und arbeiten wollen stark und signifikant miteinander korreliert ($r = 0,57$). Hier wird das Thema der Integration von Leben und Arbeit relevant. Tatsächlich lässt sich mehr als jeder Dritte potenzielle Innenstadtbewohner durch einen fußläufig erreichbaren Arbeitsplatz begeistern (größte Begeisterungsanforderung in der Fragebatterie) und bei 60 % würde die Möglichkeit zu mehr Zufriedenheit führen. Entsprechend könnte zukünftig bei der Entwicklung von Innenstadtquartieren auch das Work-Life-Blending eine verstärkte Rolle spielen.

Effiziente immobilienwirtschaftliche Wertschöpfung in Innenstädten funktioniert nur mit intaktem öffentlichem Raum

Das Erste, was die Bürger von der jeweiligen Innenstadt sehen, ist der öffentliche Raum. Die Qualität des öffentlichen Raums hat aus Sicht eines Drittels der befragten Bürger gelitten und gleichzeitig ist die Attraktivitätssteigerung für mehr als die Hälfte der befragten Bürger ein wichtiger Grund die Innenstadt zukünftig öfters zu besuchen. Mit einer Nettozustimmung von fast 40 % ist dies der zweitwichtigste Hebel, um Bürger zukünftig mehr in die Innenstadt zu locken. Dadurch kommt dem öffentlichen Raum eine besondere Bedeutung in der Transformation der Innenstädte zu. Auch wenn der öffentliche Raum nicht im Hoheitsgebiet der Immobilieneigentümer liegt, ist dieser ein integraler Bestandteil des

Innenstadterlebnisses. Es gilt also im ureigensten Interesse der Eigentümer, proaktiv auf die Innenstädte zuzugehen und Konzepte zur Verbesserung des öffentlichen Raums zu finden. In der Praxis existiert das Instrument des Business Improvement Districts (BID). Unter einem BID wird ein Instrument der öffentlichen Hand verstanden, mit dem auf einem räumlich klar definierten Bereich, Maßnahmen durchgeführt werden, die über eine Abgabe/Steuer von den dort ansässigen Eigentümern direkt finanziert werden. Die Erfahrungen mit BIDs haben gezeigt, dass teilweise ein Rückgang der Kriminalität und andere Verbesserungen beobachtet werden konnten. Wichtig hierbei ist, dass die Immobilieneigentümer proaktiv in den Prozess integriert werden und gemeinsam mit den Kommunen über die Ausgestaltung entscheiden, statt über deren Köpfe hinweg entschiedenen Plan vorgelegt zu bekommen. (vgl. Mitchell, 2001, p. 116; Pfnür & Rau, 2023, p. 14; Schwartz et al., n.d., p. 431ff)

Die Innenstadt als dringend gesuchter analoger Gegenpol zum digitalen Leben

Ganz vorne in der Anforderungsliste der befragten Bürger an Ihre Innenstädte findet sich Attraktivitätssteigerungen der Erholung- und Freizeitfunktion (55 %), Grün- und Freiflächenfunktion (53 %) der Qualität des öffentlichen Raums (52 %) und Zusammenkommen und Kommunikation (43 %). Laut der befragten Bürger würde eine Attraktivitätssteigerung in diesen Bereichen sie dazu verleiten, ihre Innenstädte mehr aufzusuchen. Daneben können Lokale Kultur- und Gastronomieangebote (bspw. Open-Air Kinos, Konzerte lokaler Künstler) verschiedene Milieus begeistern. Gemeinsam haben diese Aspekte, dass die Menschen sich hier treffen, austauschen können und den physischen Raum erleben können.

Die große Stärke der Innenstädte ist die hohe Verdichtung, die zentrale Lage und Mobilitätsanbindung. Dadurch waren Städte schon immer ein Ort an der sozialen Interaktion und Austausch stattfand. Innenstädte müssen diese ureigene Funktion wieder zurückgewinnen und das Ur-Bedürfnisse der Menschen zum Sammeln und Austausch im physischen Raum befriedigen. In Zeiten von Metaverse und voranschreitender Digitalisierung gilt dies umso mehr. Das dies scheitert beginnt mit der Ausgestaltung des öffentlichen Raumes und endet bei der monofunktionalen und ideenlosen Nutzungslandschaft deutscher Innenstädte. Damit Innenstädte Ihre einstmalige Rolle wieder zurückerobern können, gilt es hier für Eigentümer als auch für Politik und öffentliche Hand kreativ zu werden und mit mutigen Projekten diesen Bedarf der Bevölkerung zu befriedigen. Das ist nur möglich durch eine klare Vision der Stadt sowie übergeordnetes strategisches und planvolles handeln. Und Eigentümer die bereit sind in große und innovative Konzepte zu investieren, um den Innenstädten zu altem Glanz zu verhelfen.

Zur nachhaltigen Transformation der Innenstädte braucht es mutige und große Investitionen

Nichts im Leben ist umsonst, das gilt auch für die erfolgreiche Transformation der Innenstädte bzw. den Werterhalt des in Innenstädten gebundenen Kapital. In der Ausarbeitung konnte gezeigt werden, dass es in vielen Bereichen Nachbesserungsbedarf gibt. Besonders betroffen hiervon ist der öffentliche Raum, welcher sich laut einem Drittel der Befragten in den letzten Jahren negativ entwickelt hat. Hier ist es notwendig vom Reagieren/kleinteiligen reparieren weg zu kommen und vorausschauend Anker zu schaffen, die die Menschen begeistern. Denn angesichts der Relevanz des öffentlichen Raums für die Innenstadt und der massiven Missstände sind kleine Maßnahmen der Tropfen auf den heißen Stein welcher wirkungslos zu verdampfen droht. Umgekehrt könnte der allgemein geringe Umsetzungsgrad, analog eines Begeisterungsfaktor die Menschen positiv überraschen und so ein Alleinstellungsmerkmal bilden. Die in Kapitel 3.1.2 angesprochenen Missstände wie der Schutz vor motorisiertem Verkehr/unangenehmen Sinneseindrücken, das subjektive Sicherheitsempfinden als auch die Möglichkeit der sozialen Interaktion gilt es in großen Schritten mit Leuchtturmwirkung zu beseitigen. Wenn die Bürger dabei durch Begeisterungs-Faktoren positiv überrascht werden, bleibt die Innenstadt in guter Erinnerung (vgl. 2.4). Somit müssen die Begeisterungsfaktoren der in Kapitel 3.2 angeschnittenen Themen aktiv adressiert werden. Hier spielen lokale, stadtindividuelle Angebote, die Innenstadt mit Erlebnisharakter, mehr Grün und lokale Kulturangebote mit mediterranem Flair eine bedeutende Rolle. Es ist notwendig dabei einen Blick über den Tellerrand bzw. ins Ausland zu wagen und die Angst vor großen Projekten abzulegen. Inspirationen können der High Line Park in New York, Valencia, Kopenhagen oder der Cheonggyecheon-Flusslauf in Seoul sein. Alles Mammutprojekte die einen wesentlichen Beitrag zur Belebung der jeweiligen Innenstädte beigetragen. Diese Belebung der Viertel zeigt sich am Beispiel des High Line Park in New York anhand seiner immensen Magnetwirkung, welcher bei Kosten von ca. 250 Mio. USD, Steuereinnahmen von 286 Mio. USD über 20 Jahre erwarten lässt und die Immobilienwerte in der Umgebung um 103 % steigen ließ. Der Cheonggyecheon-Flusslauf in Seoul konnte bei Kosten von 325 Mio. USD die Passantenfrequenzen an Wochenenden um 200 %, die Bodenwerte um 35 – 80 % und die Gewerbemieten um 33 – 233 % steigern (vgl. Lim et al., 2013, p. 199ff). Es ist klar, dass große Schritte, große Investitionen nach sich ziehen. Allerdings ist die Alternative am Ende kostspieliger für die Eigentümer, Die Kommunen und ganz besonders für die Gesellschaft.



Nur im Tandem zwischen Immobilieneigentümern und öffentlicher Hand kann die Transformation der Innenstädte gelingen. Die Akteure sind in gewisser Weise symbiotisch voneinander abhängig. In einem gegenseitigen Geben und Nehmen gilt es durch die Akteure die optimale Lösung Version der jeweiligen Innenstadt zu gestalten.

Literaturverzeichnis

BBSR, Hackenberg, K., Vogel, F., & Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (Eds.). (2021). *Neue Leipzig-Charta: Die transformative Kraft der Städte für das Gemeinwohl*. Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR).

BiB. (2022). *Durchschnittsalter der Bevölkerung in Deutschland (1871-2021)*. Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung

bulwiengesa. (2023, September 11). *RIWIS Online—Basis*. https://www.riwis.de/online_test/info.php3?cityid=&info_topic=allg

Cummins, R. A., & Gullone, E. (2000). *Why we should not use 5-point Likert scales: The case for subjective quality of life measurement*. Proceedings, Second International Conference on Quality of Life in Cities, Singapore.

DESTATIS. (n.d.). *Migration in Zeiten des demografischen Wandels—Statistisches Bundesamt*. Retrieved 11 October 2023, from <https://www.destatis.de/DE/Themen/Querschnitt/Demografischer-Wandel/Aspekte/demografie-migration.html#>

DESTATIS. (2022a, October 25). *Sparquote mit 11,1 % im 1. Halbjahr 2022 wieder auf Vor-Pandemie-Niveau*. Statistisches Bundesamt. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/Zahl-der-Woche/2022/PD22_43_p002.html

DESTATIS. (2022b, December 2). *Einkommen, Einnahmen und Ausgaben nach der Haushaltsgröße*. Statistisches Bundesamt. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Einkommen-Einnahmen-Ausgaben/Tabellen/liste-haushaltsgroesse.html>

DESTATIS. (2023a, March 30). *Haushalte und Haushaltsmitglieder*. Statistisches Bundesamt. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Haushalte-Familien/Tabellen/1-1-privathaushalte-haushaltsmitglieder.html>

DESTATIS. (2023b, May 25). *Anteil der Wohnkosten am verfügbaren Haushaltseinkommen*. Statistisches Bundesamt. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Wohnen/Tabellen/eurostat-anteil-wohnkosten-haushaltseinkommen-mz-silc.html>

DESTATIS. (2023c, June 20). *Bevölkerung nach Familienstand*. Statistisches Bundesamt. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Tabellen/familienstand-jahre-5.html>

DESTATIS. (2023d, June 20). *Bevölkerung nach Nationalität und Geschlecht*. Statistisches Bundesamt. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Tabellen/deutsche-nichtdeutsche-bevoelkerung-nach-geschlecht-deutschland.html>

DESTATIS. (2023e, September 23). *Vorausberechnete Privathaushalte: Deutschland, Jahre, Varianten der Haushaltsvorausberechnung, Haushaltsgröße* [Text]. <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online?sequenz=tabelleErgebnis&selectionname=12421-0100#ab-readcrumb>

EXPERIAN. (n.d.). *Mosaic global – E-Handbook*.

Göddecke-Stellmann, J., Grundmann, T., Kaschowitz, J., & Mennseicher, C. (n.d.). *Deutsche Großstädte unter Anpassungsdruck: Aktuelle und zukünftige soziodemografische und sozioökonomische Entwicklungspfade*. Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung.

Hedde, B., Preißner, M., Sondermann, N., & Schreiber, M. (2023). *Vitale Innenstädte 2022*.

Hölzing, J. A. (2008). *Die Kano-Theorie der Kundenzufriedenheitsmessung: Eine theoretische und empirische Überprüfung* (1. Aufl.). Gabler.

IAB. (2020, June 2). Wie sich der demografische Wandel auf den deutschen Arbeitsmarkt auswirkt. *IAB-Forum*. <https://www.iab-forum.de/wie-sich-der-demografische-wandel-auf-den-deutschen-arbeitsmarkt-auswirkt/>

Lim, H., Kim, J., Potter, C., & Bae, W. (2013). Urban regeneration and gentrification: Land use impacts of the Cheonggye Stream Restoration Project on the Seoul's central business district. *Habitat International*, 39, 192–200. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2012.12.004>

LimeSurvey. (2023). *LimeSurvey Manual*. https://manual.limesurvey.org/LimeSurvey_Manual

Mitchell, J. (2001). Business Improvement Districts and the “New” Revitalization of Downtown. *Economic Development Quarterly*, 15(2), 115–123. <https://doi.org/10.1177/089124240101500201>

Morgan, N. A., & Rego, L. L. (2006). The Value of Different Customer Satisfaction and Loyalty Metrics in Predicting Business Performance. *Marketing Science*, 25(5), 426–439. <https://doi.org/10.1287/mksc.1050.0180>

Müller, N., & CBRE. (2023). *Die gesellschaftliche Transformation deutscher Innenstädte* [Noch unveröffentlichter Bericht].

Pfnür, A., Lachenmayer, F., Bachtal, Y., & Voll, K. (2023). So wohnen wir in Zukunft: Wie der soziodemografische Wandel das Wohnen verändert – Empirische Studie bei privaten Haushalten. In A. Pfnür (Ed.), *Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis* (Vol. 49).

Pfnür, A., & Rau, J. (2023). *Transformation deutscher Innenstädte aus Sicht der Eigentümer. State of the Art der wissenschaftlichen Diskussion* (A. Pfnür, Ed.).

Pfnür, A., Voll, K., Höcker, M. C., & Bachtal, Y. (2023). Von der Pandemienotlösung zum Konzept multilokaler Arbeit – Empirische Studie zu den Erfahrungen der Beschäftigten für eine Zukunft an verteilten Arbeitsorten. In A. Pfnür (Ed.), *Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis* (Vol. 50).

Preston, C. C., & Colman, A. M. (2000). Optimal number of response categories in rating scales: Reliability, validity, discriminating power, and respondent preferences. *Acta Psychologica*, 104(1), 1–15. [https://doi.org/10.1016/S0001-6918\(99\)00050-5](https://doi.org/10.1016/S0001-6918(99)00050-5)

Schwartz, A. E., Ellen, I. G., & Meltzer, R. (n.d.). *What do business improvement districts do for property owners?*

- Alexander Herrmann (2005):** Analyse der Anfangsrenditen in Frankfurt, Paris, London & New York. Ein Beitrag zur Vergleichbarkeit von Immobilienrenditen. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 1.
- Alexander Bräscher (2005):** Real Estate Private Equity (REPE) im Spannungsfeld von Entwickler, Kreditinstitut und Private-Equity-Gesellschaft. Ergebnisbericht zur empirischen Untersuchung. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 2.
- Nadine Hainbuch (2006):** Status Quo und Perspektiven immobilienwirtschaftlicher PPPs. PPP im öffentlichen Hochbau in Deutschland aus Sicht des privaten Investors. Ergebnisse einer empirischen Analyse. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 3.
- Arbeitskreis PPP im Management öffentlicher Immobilien im BPPP e.V. (2006):** Risiken immobilienwirtschaftlicher PPPs aus Sicht der beteiligten Akteure. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 4.
- Sebastian Kühlmann (2006):** Systematik und Abgrenzung von PPP-Modellen und Begriffen. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 5.
- Dirk Krupper (2006):** Target Costing für die Projektentwicklung von Immobilien als Instrument im Building Performance Evaluation Framework. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 6.
- Moritz Lohse (2006):** Die wirtschaftliche Situation deutscher Wohnungsunternehmen – eine empirische Untersuchung. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 7.
- Andreas Pfnür, Patricia Egges, Klaus Hirt (2007):** Ganzheitliche Wirtschaftlichkeitsanalyse bei PPP Projekten dargestellt am Beispiel des Schulprojekts im Kreis Offenbach. Ergebnisbericht zur empirischen Untersuchung. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 8.
- Arbeitskreis PPP im Management öffentlicher Immobilien im BPPP e.V. (2007):** Optimierung von Wirtschaftlichkeitsuntersuchungen in immobilienwirtschaftlichen PPPs. Ein Thesenpapier. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 9.
- Steffen Hartmann, Moritz Lohse, Andreas Pfnür (2007):** 15 Jahre Corporate Real Estate Management in Deutschland: Entwicklungsstand und Perspektiven der Bündelung

immobilienwirtschaftlicher Aufgaben bei ausgewählten Unternehmen. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 10.

Henning Schöbener, Christoph Schetter, Andreas Pfnür (2007): Reliability of Public Private Partnership Projects under Assumptions of Cash Flow Volatility. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 11.

Moritz Lohse, Andreas Pfnür (2008): EWOWI zwanzig zehn – Erfolgspotenziale der Wohnungswirtschaft 2010. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 12.

Arbeitskreis PPP im Management öffentlicher Immobilien im BPPP e.V. (2009): Optimierung von Transaktionskosten öffentlicher Immobilieninvestitionen. Ein Thesepapier. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 13.

Annette Kämpf-Dern, Andreas Pfnür (2009): Grundkonzept des Immobilienmanagements. Ein Vorschlag zur Strukturierung immobilienwirtschaftlicher Managementaufgaben. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 14.

Annette Kämpf-Dern (2009): Immobilienwirtschaftliche Managementebenen und -aufgaben. Definitions- und Leistungskatalog des Immobilienmanagements. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 15.

Sonja Weiland, Andreas Pfnür (2009): Empirische Untersuchung der Nutzenwirkungen von PPP Projekten auf den Schulbetrieb am Beispiel der Schulen im Kreis Offenbach. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 16.

Sigrun Wonneberger (2009): Die Auswahl von Propertymanagement Dienstleistern – Ergebnisbericht zur empirischen Untersuchung. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 17.

Andreas Pfnür, Nikolas Müller, Sonja Weiland (2009): Wirtschaftlichkeitsberechnungen von Klimaschutzinvestitionen in der Wohnungswirtschaft – Clusteranalyse und 25 Szenariofälle. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 18.

Andreas Pfnür, Wulf Reclam, Fabian Heyden, Friedemann Kuppler, Julian Thiel (2010): Status quo der Kernkompetenzen und Outsourcing-Aktivitäten in der deutschen

Wohnungswirtschaft. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 19.

Michael G. Müller (2010): Komparative Untersuchung der EU-REIT-Regime. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 20.

Andreas Pfnür, Sonja Weiland (2010): CREM 2010: Welche Rolle spielt der Nutzer? In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 21.

Stephanie Heitel (2010): Stadttrendite durch Wohnungsunternehmen – Analyse der Komponenten und Quantifizierungsmethoden. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 22.

Arbeitskreis PPP im Management öffentlicher Immobilien im BPPP e.V. (2010): Arbeitspapier und Handlungsempfehlungen – Qualität als kritischer Erfolgsfaktor der Wirtschaftlichkeit von Immobilien. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 23.

Stephanie Heitel, Moritz Lohse, Michael Zahn, Andreas Pfnür, Manuela Damianakis (2011): Wohnungswirtschaft im Wandel: Möglichkeiten und Grenzen öffentlicher Finanzierung in der Wohnraumversorgung. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 24.

Dirk Krupper (2011): Immobilienproduktivität: Der Einfluss von Büroimmobilien auf Nutzerzufriedenheit und Produktivität. Eine empirische Studie am Beispiel ausgewählter Bürogebäude der TU Darmstadt. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 25.

Damir Janßen-Tapken (2011): Einsatz und Nutzen von ERP-Systemen im CREM – Eine empirische Studie am Beispiel des SAP ERP-Systems. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 26.

Stephanie Heitel, Annette Kämpf-Dern, Andreas Pfnür (2012): Nachhaltiges Management von Stakeholderbeziehungen kommunaler Wohnungsunternehmen. Eine empirische Untersuchung am Beispiel der bauverein AG Darmstadt. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 27.

Andreas Pfnür, Nikolas Müller (2013): Energetische Gebäudesanierung in Deutschland, Studie Teil II: Prognose der Kosten alternativer Sanierungsfahrpläne und Analyse der finanziellen Belastungen für Eigentümer und Mieter bis 2050. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 28.

-
- Sigrun Lüttringhaus (2014):** Outsourcing des Propertymanagements als Professional Service. Zusammenfassung der Ergebnisse der empirischen Untersuchung. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 29.
- Kevin Meyer, Andreas Pfnür (2015):** Kognitive verzerrte Entscheidungen als Ursache für Ineffizienzen in der Immobilienprojektentwicklung. Managementorientierte Fassung der Ergebnisse einer empirischen Studie. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 30.
- Tobias Just, Andreas Pfnür, Christian Braun (2016):** Aurelis-Praxisstudie: Wie Corporates die Märkte und das Management für produktionsnahe Immobilien einschätzen. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 31.
- Nikolas D. Müller, Andreas Pfnür (2016):** Wirtschaftlichkeitsberechnungen bei verschärften energetischen Standards für Wohnungsneubauten aus den Perspektiven von Eigentümern und Mietern – Methodisches Vorgehen und Fallbeispiel. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 32.
- Andreas Pfnür, Bernadetta Winiewska, Bettina Mailach, Bert Oschatz (2016):** Dezentrale vs. zentrale Wärmeversorgung im deutschen Wärmemarkt – Vergleichende Studie aus energetischer und ökonomischer Sicht. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 33.
- Nikolas D. Müller, Andreas Pfnür (2017):** Konzeptionelle Ansätze zur Umsetzung der Energiewende im Gebäudesektor – Systematisierung und Diskussion alternativer Steuerungsindikatoren für die Energie- und Klimapolitik im Gebäudesektor. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 34.
- Andreas Pfnür, Julian Seger (2017):** Produktionsnahe Immobilien. Herausforderungen und Entwicklungsperspektiven aus Sicht von Corporates, Investoren und Dienstleistern. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 35.
- Wenke Bengtsson, Andreas Pfnür (2018):** Unrealistic optimism in the financing of large infrastructure projects in Europe - Results of a survey among private investors, public investors, and lenders. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 36.
- Andreas Pfnür, Benjamin Wagner (2018):** Transformation der Immobilienwirtschaft - Eine empirische Studie deutscher immobilienwirtschaftlicher Akteure. In: Andreas Pfnür

(Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 37.

Anne Dörr, Andreas Pfnür (2019): Auswahlprozess für eine Abwicklungsform bei Neubauten durch Non-Property Companies - Eine empirische Studie zu den Entscheidungskriterien und deren Gewichtung bei deutschen Unternehmen In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 38.

Felix Gauger, Andreas Pfnür, Jan Skarabi (2020): Arbeitswelten im Wandel: Coworking Spaces - Eine empirische Befragung der Eigenschaften und Nutzerpräferenzen von Coworking Spaces In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 39.

Andreas Pfnür (2020): ZIA-CREM-Studie 2020 - Die Rolle der öffentlichen Hand in der immobilienwirtschaftlichen Transformation deutscher Unternehmen. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 40.

Andreas Pfnür, Felix Gauger, Yassien Bachtal und Benjamin Wagner (2021): Home-office im Interessenkonflikt. Ergebnisbericht einer empirischen Studie. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 41.

Yassien Bachtal (2021): Work organization and work psychology theories and models in the context of Work from Home – A literature-based overview. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 42.

Benjamin Wagner (2021): Strukturelle Veränderungen und Unternehmensanpassungen in der strategischen Managementforschung – Eine literaturbasierte Herleitung eines forschungsleitenden Begriffsverständnisses der immobilienwirtschaftlichen Transformation. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 43, Technische Universität Darmstadt.

Klarissa Klotschke, Benjamin Wagner, Andreas Pfnür (2022): Potentials and challenges of agile project management in real estate development. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 44, Technische Universität Darmstadt.

Andreas Pfnür, Yassien Bachtal, Kyra Voll und Felix Gauger (2022): Ökologische Nachhaltigkeit als Treiber der Transformation des Wohnens in Deutschland – Empirische Studie bei privaten Haushalten. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 45, Technische Universität Darmstadt.

Andreas Pfnür, Kyra Voll, Yassien Bachtal und Fabian Lachenmayer (2023): So wohnen wir in Zukunft: Wie die Digitalisierung das Wohnen verändert – Empirische Studie bei privaten Haushalten. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 46, Technische Universität Darmstadt.

Andreas Pfnür, Martin Christian Höcker (2023): Bürogebäude im Interessenkonflikt der Beschäftigten – Ergebnisse einer empirischen Befragung deutscher Büroarbeitenden. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 47, Technische Universität Darmstadt.

Andreas Pfnür, Jonas Rau (2023): Transformation deutscher Innenstädte aus Sicht der Eigentümer. Eine systematische Literaturanalyse. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 48, Technische Universität Darmstadt.

Andreas Pfnür, Fabian Lachenmayer, Yassien Bachtal und Kyra Voll (2023): So wohnen wir in Zukunft: Wie der soziodemografische Wandel das Wohnen verändert – Empirische Studie bei privaten Haushalten. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 49, Technische Universität Darmstadt.

Andreas Pfnür, Kyra Voll, Martin Christian Höcker und Yassien Bachtal (2023): Von der Pandemienotlösung zum Konzept multilokaler Arbeit – Empirische Studie zu den Erfahrungen der Beschäftigten für eine Zukunft an verteilten Arbeitsorten. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 50, Technische Universität Darmstadt.

Lukas Heidt (2023): Discussion Paper: Remote Work Konzepte – Definition und mögliche Klassifizierung. In: Andreas Pfnür (Hrsg.), Arbeitspapiere zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und Praxis, Band Nr. 51, Technische Universität Darmstadt.