Bericht Konsumentenstudie zur Nürnberger Innenstadt

Sachverhaltsdarstellung:

Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM) hat in Kooperation mit dem Wirtschafts- und Wissenschaftsreferat eine Studie zur Nürnberger Innenstadt durchgeführt.

Die Studie wurde vom NIM anlässlich seines 90-jährigen Jubiläums in Kooperation mit der Stadt Nürnberg konzipiert. Die Studie knüpft an die Forschungstradition der GfK-Gründer Dr. Wilhelm Vershofen und Dr. Ludwig Erhard an, die bereits vor 90 Jahren die „Stimme der Verbraucher" zum Klingen brachten. Mit der Untersuchung zur Nürnberger Innenstadt setzt das NIM diese Tradition fort, indem die Meinungen der Bürgerinnen und Bürger im Mittelpunkt stehen.

Die Untersuchung basiert auf einem zweistufigen Forschungsansatz:

- Durchführung von qualitativen Gruppendiskussionen mit Konsumenten und Experten aus der Metropolregion, um den wahrgenommenen Mehrwert der Innenstadt im Wettbewerb um die Gunst der Konsumenten zu verstehen.
- Basierend auf den qualitativen Ergebnissen wurde eine quantitative Befragung konzipiert, um die repräsentativen Meinungen der Nürnberger Bürgerinnen und Bürger abzufragen. Befragt wurden 414 Männer und Frauen im Alter von 18 bis 74 Jahren, repräsentativ für die Bevölkerung im Umkreis von 30 Kilometern um die Nürnberger Innenstadt. Mit der Datenerhebung wurde NIQ/GfK beauftragt.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Nürnbergerinnen und Nürnberger mit ihrer Stadt verbunden fühlen. Gleichzeitig liefert die Studie eine fundierte Grundlage für zukünftige Maßnahmen und bietet wichtige Impulse, wie die Innenstadt als Einzelhandels-, Kultur- und Erlebnisstandort weiter konkret gestärkt werden kann.

Die wichtigsten Ergebnisse

Ein Großteil der Befragten hat einen engen Bezug zu ihrer Stadt und nimmt sie als lebenswerte Umgebung wahr. 70 Prozent fühlen sich mit Nürnberg verbunden. Die Zufriedenheit der Nürnbergerinnen und Nürnberger mit den Angeboten in ihrer Innenstadt variiert. Rund ein Drittel bewertet das Gesamtangebot positiv, wobei die Zufriedenheit beim Ausgehen und Essen gehen überdurchschnittlich hoch ist.

Beim Einkaufen wird das Flair der Stadt, die Vielzahl an Geschäften, die große Auswahl an Produkten und Marken sowie die hohe Qualität positiv wahrgenommen. Kurze Wege und die Möglichkeit, Produkte mit allen Sinnen zu erleben, tragen zusätzlich zur Attraktivität bei. Zu den am häufigsten in der Nürnberger Innenstadt gekauften Produkten zählen Kleidung, Schuhe, Geschenke und Bücher. Bemerkenswert ist, dass diese Kaufgewohnheiten der Befragten kaum davon abhängen, ob sie in der Innenstadt oder etwas außerhalb wohnen.

Neben positiven Rückmeldungen zeigen die Antworten der Befragten auch Kritikpunkte auf, die als Anhaltspunkte dienen, um die Attraktivität der Innenstadt weiter zu steigern. Verbesserungen im Einkaufsangebot sind beispielsweise ein zentrales Anliegen vieler Befragter. Während die Mischung aus lokalem Einzelhandel und bekannten Marken insgesamt positiv beurteilt wird, sehen rund 40 Prozent noch Verbesserungspotenzial. Vorgeschlagen werden zum Beispiel zusätzliche große Markenfilialisten sowie mehr Shops für ausgefallene oder exklusive Produkte, die für Abwechslung sorgen, wobei auch das Thema Nachhaltigkeit eine Rolle spielt. Diese neuen Läden könnten auch teils vorhandene Leerstände von Geschäften in der Innenstadt reduzieren, die von rund der Hälfte der Befragten als störend für das Innenstadterlebnis gesehen werden. In diesem Zuge wird auch konkret die Verschönerung der Fußgängerzone in der Breiten Gasse genannt.

Das Altstadtflair Nürnbergs wird von den Bürgerinnen und Bürgern sehr geschätzt. Die historischen Gebäude und die Burg sind dabei besonders beliebte Anziehungspunkte. Um die Gegebenheiten der Nürnberger Innenstadt noch mehr genießen zu können, wünschen sich

rund die Hälfte der Befragten eine sauberere Innenstadt. Auch zusätzliche einladende Möglichkeiten zum Verweilen könnten die Innenstadt noch attraktiver machen.

In Sachen Parken sehen zudem die Befragten Verbesserungspotenzial. Für einen Besuch in der Innenstadt spielen für sie gute und günstige Parkmöglichkeiten eine wichtige Rolle. 29 Prozent der Befragten (39 Prozent von außerhalb Nürnbergs) gaben an, dass die hohen Parkgebühren sie von einem Einkaufsbesuch in der Innenstadt abhalten.

Zudem äußern im Bereich subjektive Sicherheit relativ viele Befragte Bedenken, insbesondere rund um das Umfeld des Hauptbahnhofs. Hier wünschen sie sich eine ansprechendere Gestaltung des öffentlichen Raums sowie eine bessere Kontrolle, um ihr persönliches Sicherheitsgefühl weiter zu stärken.

Maßnahmen der Stadt Nürnberg zur Stärkung und Weiterentwicklung der Innenstadt

Eine attraktive Innenstadt berücksichtigt vielfältige Bedürfnisse wie Einkaufen über Gastronomie bis hin zu Freizeit- und Kulturangeboten. Um die Nürnberger Innenstadt nachhaltig zu beleben und zukunftsfähig zu gestalten, setzt die Stadt mit der im vergangenen Jahr gestarteten Zukunftsinitiative Innenstadt und einem eigenen Team, sowie weiteren städtischen Dienststellen bereits zahlreiche Maßnahmen zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität und Stärkung der Nürnberger Innenstadt um. Die bereits ergriffenen Maßnahmen gehen dabei jetzt schon gezielt einige der im Rahmen der Studie genannten Kritikpunkte an. Weitere Maßnahmen sind in Planung.

Leerstände:

Durch gezielte Vermittlung bringt der Stab Innenstadt Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer mit interessierten Gewerbetreibenden zusammen. Über den neu eingeführten digitalen Leerstands- und Gesuchsmelder auf der Website des Stab Innenstadt, sind Meldungen über Leerstände oder Ansiedelungsgesuche jederzeit möglich. Zudem unterstützt die Stadt aktiv Zwischen- und Umnutzungen leerstehender Flächen. Dies führt immer wieder zu erfolgreichen kurz- und langfristigen Vermittlungen. Trotz dieser Fortschritte liegt die Leerstandsquote in der Innenstadt aktuell bei 7,1 %, wobei die Breite Gasse aktuell überdurchschnittlich betroffen ist. Mit der bereits gestarteten Umgestaltung der Breiten Gasse sowie gezielter Maßnahmen und Betreuung, wird eine Verbesserung der Situation erwartet.

Zudem ist der Stab im intensiven Dialog mit den Immobilieneigentümerinnen und -eigentümern gewerblicher Immobilien in den zentralen Nürnberger Einkaufsstraßen. Ziel des neu initiierten Austauschformats „Immobiliennetzwerk Innenstadt“ ist es, über aktuelle Herausforderungen und Perspektiven für das Stadtzentrum zu sprechen und gemeinsam Ansätze für eine attraktive und zukunftsfähige Innenstadt zu entwickeln. Neben städtischen Maßnahmen und Entwicklungen wurden bei der ersten Veranstaltung im Februar von Expertinnen und Experten zukunftsfähige Nutzungskonzepte für innerstädtische Immobilien sowie Praxisbeispiele aus den Nürnberger Einkaufsstraßen vorgestellt. Im Mittelpunkt des neuen Formats steht jedoch der enge Austausch zu aktuellen Herausforderungen und Ideen für die Innenstadt.

Ansiedelung neuer Marken:

Parallel dazu wird im Stab im Wirtschaftsreferat ein aktives Ansiedlungsmanagement auf und ausgebaut, um gezielt neue Marken für den Standort Nürnberg zu gewinnen. Derzeit laufen Gespräche mit Unternehmen wie Decathlon, TK Maxx und Peek & Cloppenburg sowie mit internationalen Marken wie IKEA und UNIQLO. Auch Gastronomieunternehmen werden gezielt angesprochen, um das kulinarische Angebot zu erweitern. Ein wichtiger Bestandteil dieser Strategie ist die Förderung von Mixed-Use-Konzepten, die zu einer diversifizierten Nutzung der Innenstadt beitragen.

Umgestaltungsmaßnahmen Innenstadt zur Steigerung der Attraktivität:

Ein weiterer Baustein zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt ist die Schaffung von Grün- und Erholungsflächen, um das Verweilen im öffentlichen Raum angenehmer zu gestalten. Hier setzt die Stadt geschäftsbereichsübergreifend zahlreiche Maßnahmen an unterschiedlichen Stellen im Zentrum um. Seit Januar 2024 läuft die Umgestaltung des Ludwigsplatzes mit

neuem Pflaster sowie durch Bäumen und zusätzlichen Verweilmöglichkeiten. bereits zwei neue Bäume gepflanzt. Weitere Maßnahmen umfassen die umfassende Umgestaltung der Lorenzer Passage (2024-2027) sowie die Neugestaltung des Obstmarkts (2025–2029). Auch am Lorenzer Platz und in den sogenannten Pocket Parks wie dem Peststadel oder dem Marientorgraben entstehen neue Aufenthaltsorte mit mehr Grünflächen.

Parken
Auf die Höhe der Gebühren in privaten Parkhäusern hat die Stadt Nürnberg keinen Einfluss. Grundsätzlich ist jedoch eine ausreichende Anzahl an Parkplätzen in den Pakhäusern der Innenstadt vorhanden. Mit der Eröffnung des Kaufhof-Parkhauses in der Breiten Gasse durch die Stadt Nürnberg im Novermber 2024, stehen den Besucherinnen und Besuchern zudem in zentraler Lage weitere 220 Stellplätzen zu erschwinglichen Preisen zur Verfügung.

Der Stab Innenstadt setzt sich in Hinblick auf die Studienergbnisse sowie Rückmeldungen aus dem Einzelhandel dafür ein, bestehende Parkflächen im öffentlichen Raum zu erhalten und deren Sichtbarkeit zu verbessern. Denn Parkmöglichkeiten sind nicht nur für Besucherinnen und Besucher der Innenstadt von Bedeutung, sondern spielen insbesondere für den inhabergeführten Handel und Handwerksbetriebe im Stadtzentrum eine entscheidende Rolle. Diese sind darauf angewiesen, dass ihre Kundschaft die Geschäfte für den Einkauf sowie für Liefer- oder Abholanliegen gut mit dem Auto erreichen kann.

Sauberkeit:
Die Stadt arbeitet zudem kontinuierlich an der Verbesserung der Sauberkeit in der Innenstadt. Hierzu gehören häufigere Reinigungen in der Fußgängerzone und Austausch des Bodenbelags in stark frequentierten Bereichen, um die Reinigung zu erleichtern. Zuletzt wurde mit dem Austausch neuer und moderner Abfallbehälter in der Innenstadt mit einem größeren Fassungsvermögen für die Verbesserung der Sauberkeit begonnen. Eine weitere Möglichkeit zur Verbesserung der Sauberkeit im Stadtzentrum bietet die Anschaffung einer neuen Nassreinigungsmaschine. Überlegungen hierzu laufen bereits seitens 3. BM/SÖR.

Sicherheit:
BDR, Ref.VII, Ref.V sowie weitere Geschäftsbereiche der Stadt Nürnberg stehen hierzu in engem Austausch mit der Polizei, um Maßnahmen zur Verbesserung der gefühlten Sicherheit zu erarbeiten. Dabei zeigt sich eine deutliche Diskrepanz zwischen der objektiven Sicherheitslage und dem subjektiven Empfinden vieler Bürgerinnen und Bürger. Besonderes Augenmerk legt die Stadt auf die Situation in der Königstraße, der Breiten Gasse und der Karolinenstraße. In diesem Zusammenhang wird auch verstärkt auf soziale Maßnahmen gesetzt, insbesondere im Umgang mit obdachlosen Menschen. So wurde ein neuer Unterstand im Stadtgraben eingerichtet, um alternative Aufenthaltsmöglichkeiten zu schaffen. Gleichzeitig werden ordnungspolitische Maßnahmen geprüft, um problematische Situationen gezielt zu entschärfen.

Anmerkung zur Diversity-Relevanz:
Es bestehen keine Anhaltspunkte, dass diese Maßnahme bestimmte Personengruppen, beispielsweise unterschiedlichen Geschlechts, verschiedener ethnischer Herkunft, mit Behinderungen, unterschiedlichen Alters, sozialer Lage bevorteilt oder benachteiligt. Das Vorhaben ist damit nicht Diversity-relevant. Die Maßnahme hat weder diskriminierende Auswirkungen noch erschließt sie Potenziale für Gleichberechtigung bzw. Gleichstellung und Chancengleichheit.

Referat VII