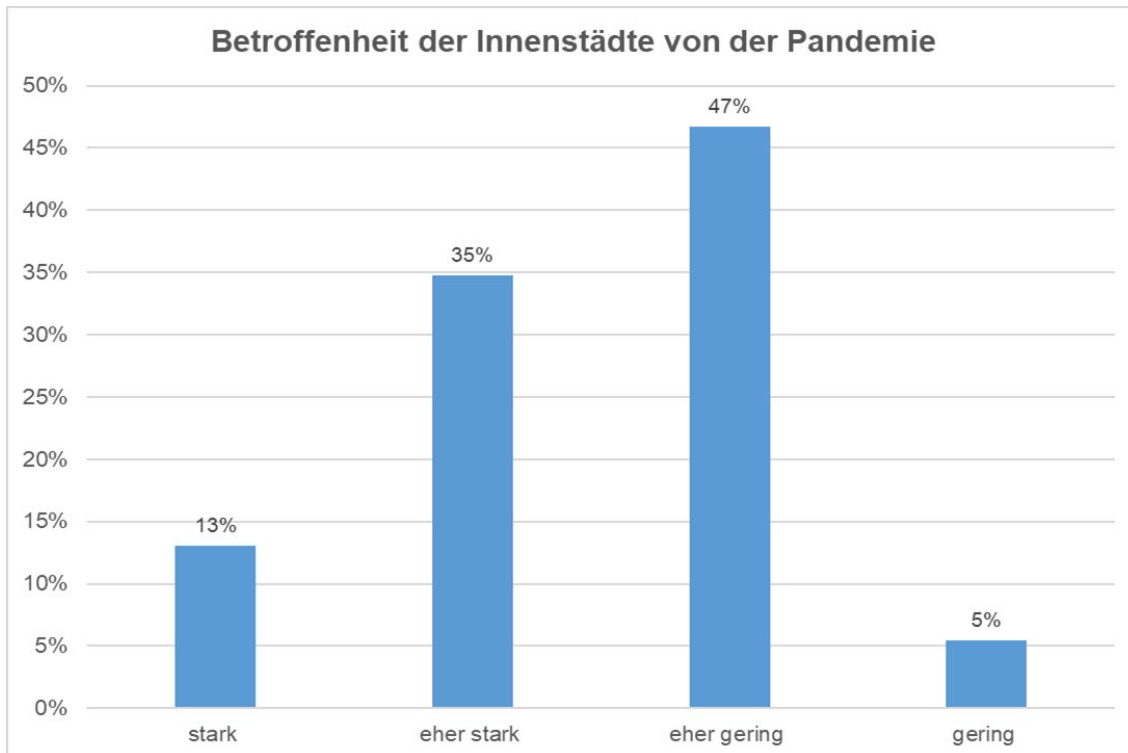




## Ergebnisse der Befragung der bayerischen Städte zur Situation der Innenstädte nach dem Ende der Corona-Maßnahmen (Stand April 2022)

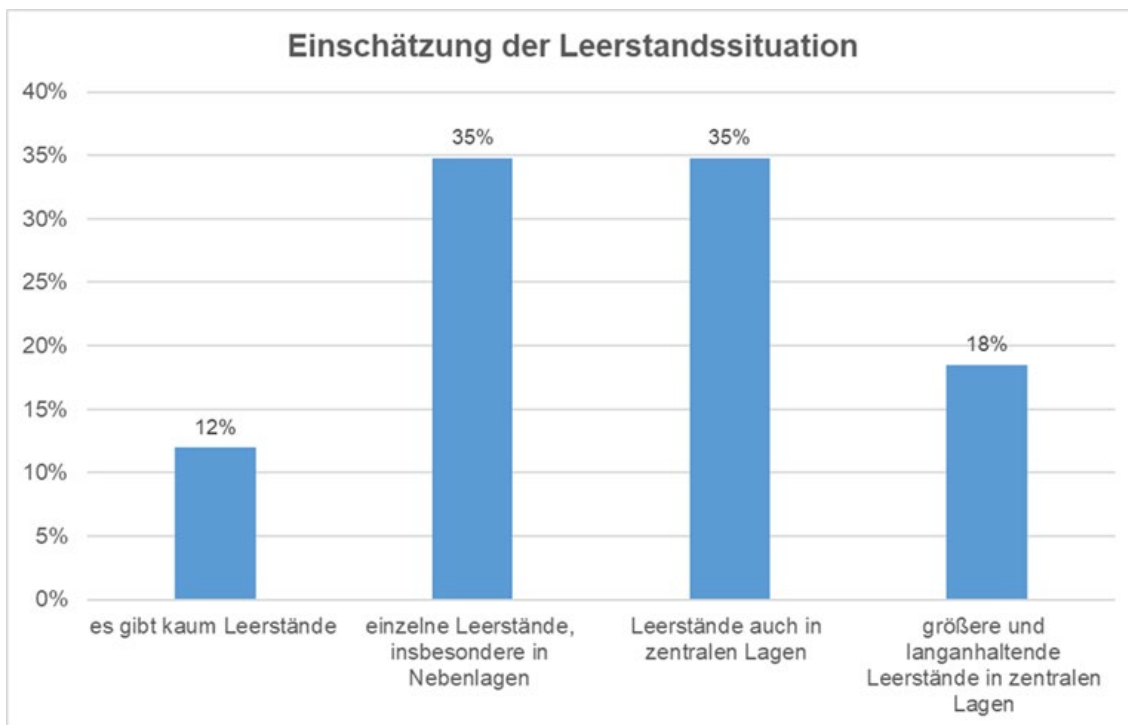
Zur Bewertung der Situation in den Innenstädten nach Corona wurde vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie erstmals eine Befragung der 271 bayerischen Städte vorgenommen. An der im Zeitraum 24.03.2022 bis 14.04.2022 durchgeführten Befragung nahmen 92 Städte teil. Rund 70 % der Teilnehmer verfügen über weniger als 20.000 Einwohner. 14 Teilnehmer haben mehr als 70.000 Einwohner.

### A. Auswirkungen der Pandemie

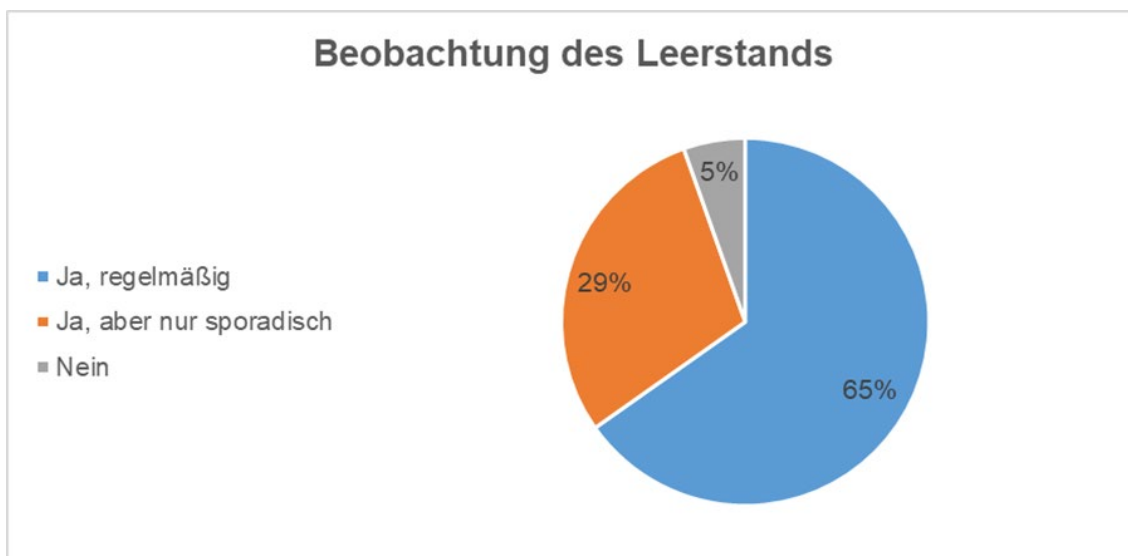


Die Hälfte der Städte schätzt die Auswirkungen der Pandemie auf das Innenstadtdgeschehen als stark oder eher stark ein, während die andere Hälfte der Befragten die Auswirkungen als eher gering oder gering werten. Ein Zusammenhang zwischen der Größe der befragten Städte und der Betroffenheit ihrer Innenstädte konnte nicht ermittelt werden. Zur Unterstützung des Handels

und Gewerbes in der Corona-Krise ermöglichten die Städte eine kostenlose und erweiterte Nutzung des öffentlichen Raums für Händler und Gewerbetreibende (79 %), veröffentlichten Informationen über die aktuellen Corona-Regeln (74 %) und erließen Sondernutzungsgebühren (65 %).

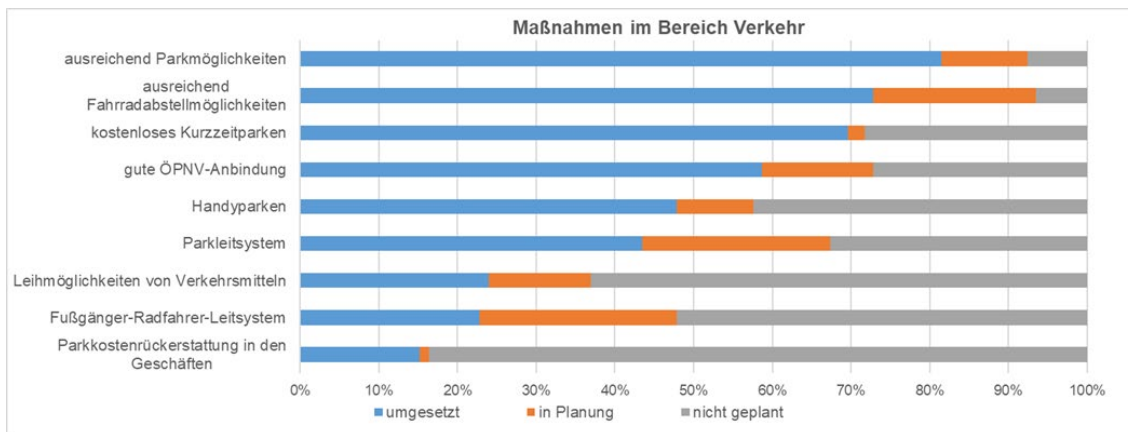


Rund 50 % der Befragten melden Leerstände in zentralen Lagen und haben z.T. mit größeren und langanhaltenden Leerständen zu kämpfen. Ein weiteres Drittel der Befragten gab an, einzelne Leerstände in Nebenlagen zu haben. Vor allem kleinere Städte kämpfen mit Leerständen. Gespräche mit den Eigentümern (89 %) und das Nutzen von Förderprogrammen (62 %) sind die häufigsten Maßnahmen zur Bekämpfung von Leerständen.

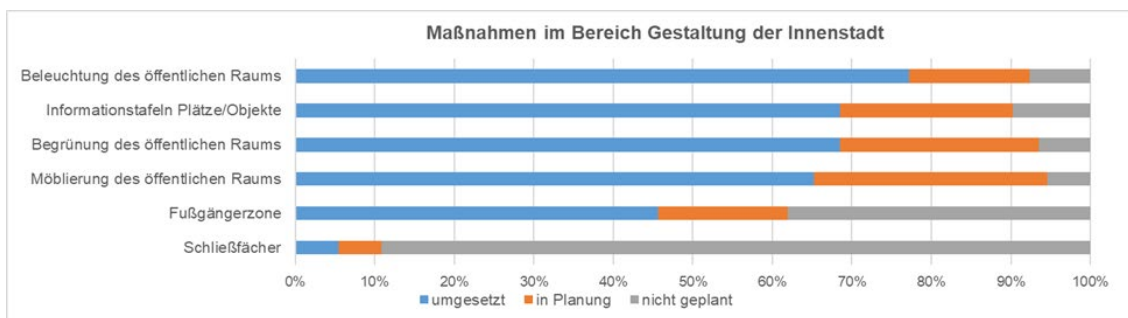


65 % der Städte beobachten den Leerstand regelmäßig. Insbesondere größere Städte beobachten den Leerstand genau. Weitere 29 % erfassen den Leerstand sporadisch.

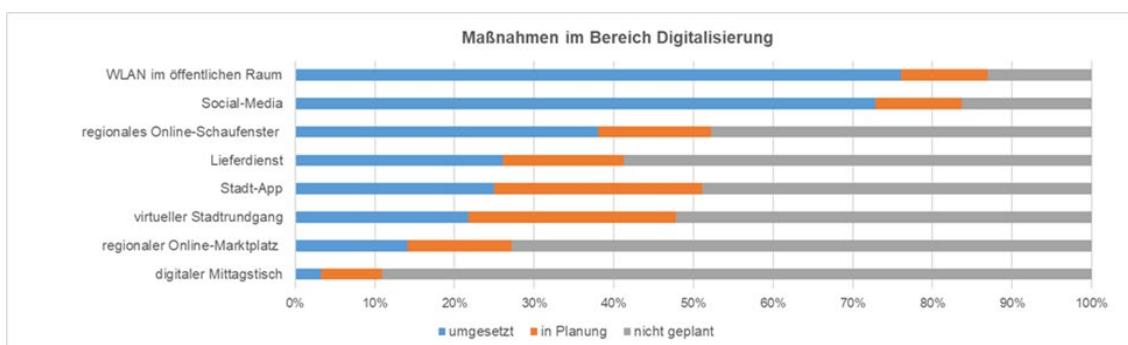
## B. Ergriffene Maßnahmen zur Unterstützung des innerstädtischen Handel



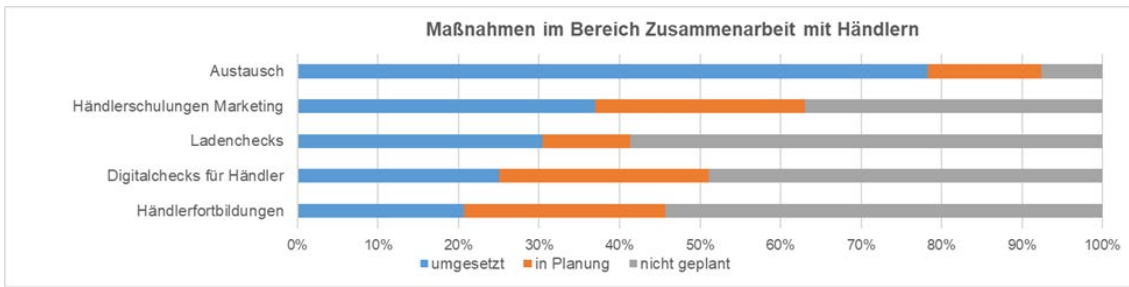
Besonders häufig werden von den Städten ausreichend Parkmöglichkeiten (82 %) und Fahrradabstellmöglichkeiten (73 %) als Maßnahmen für den Handel genannt. Die Erreichbarkeit der Innenstadt mit dem eigenen Verkehrsmittel spielt vor allem in kleinen Städten weiterhin eine große Rolle. Die Schaffung weiterer Fahrradabstellmöglichkeiten, Parkleitsysteme sowie Fußgänger-Fahrrad-Leitsysteme sind besonders häufig genannte geplante Maßnahmen.



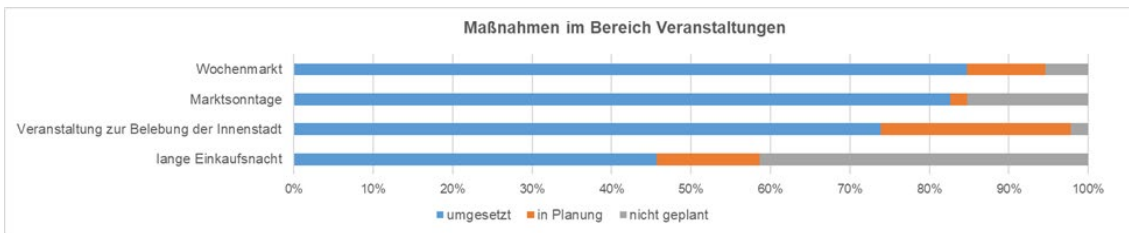
Die bewusste Gestaltung des öffentlichen Raums durch Beleuchtung (77 %), Begrünung (68 %) und Möblierung (65 %) wird von vielen Städten bereits durchgeführt und ist von vielen weiteren zumindest geplant. 46 % der befragten Städte verfügen über eine Fußgängerzone und weitere 16 % der Städte planen dies.



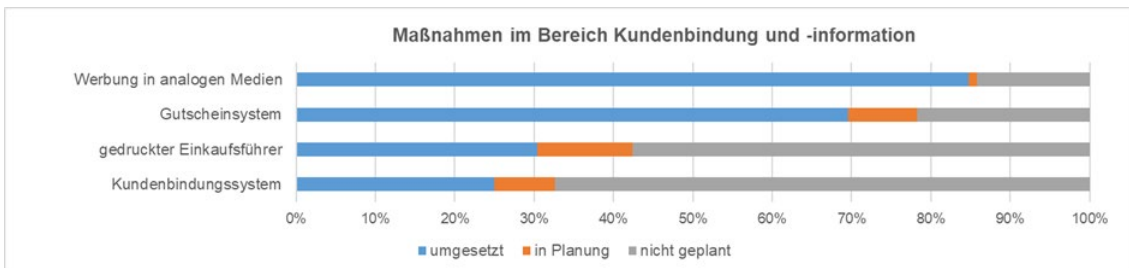
Das Einrichten von WLAN-Hotspots im öffentlichen Raum (76 %) und regelmäßige Social-Media-Posts (73 %) waren bei den teilnehmenden Städten beliebte Maßnahmen zur Belebung der Innenstadt. Stadt-App und virtuelle Stadtrundgänge werden besonders häufig geplant.



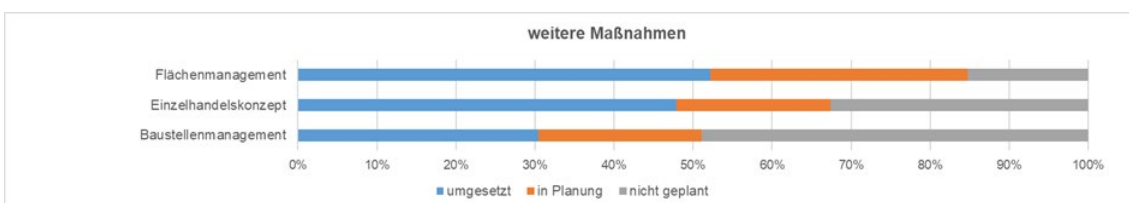
Bei 78 % der befragten Städte findet ein regelmäßiger Austausch zwischen Stadt und Händlern statt. Circa ein Viertel der Teilnehmer plant in Zukunft die Händler bei Fortbildungen, beispielsweise in den Bereichen Marketing und Digitalisierung, zu unterstützen.



85 % bzw. 83 % der Teilnehmer veranstalten einen Wochenmarkt bzw. Marktsonntage. Weitere Veranstaltungen zur Belebung der Innenstädte führen drei Viertel der Befragten durch und fast alle planen dies.



Werbung in analogen Medien wie Printmedien ist bei den Städten sehr beliebt. 85 % der Städte setzen auf diese Maßnahme zur Unterstützung des Handels. 70 % der Städte haben ebenfalls ein Gutscheinsystem umgesetzt.



Circa die Hälfte der befragten Städte verfügt über ein Flächenmanagement. Ein Drittel der Städte plant dies. Ein Einzelhandelskonzept haben 48 % der Städte erarbeitet.

Folgende Tabelle zeigt alle abgefragten Maßnahmen:

<b>Verkehr</b>	<b>umgesetzt</b>	<b>in Planung</b>	<b>nicht geplant</b>
ausreichend Parkmöglichkeiten	82%	11%	8%
ausreichend Fahrradabstellmöglichkeiten	73%	21%	7%
kostenloses Kurzzeitparken	70%	2%	28%
gute ÖPNV-Anbindung	59%	14%	27%
Handyparken	48%	10%	42%
Parkleitsystem	43%	24%	33%
Leihmöglichkeiten von Verkehrsmitteln	24%	13%	63%
Fußgänger-Radfahrer-Leitsystem	23%	25%	52%
Parkkostenrückerstattung in den Geschäften	15%	1%	84%
<b>Gestaltung der Innenstadt</b>	<b>umgesetzt</b>	<b>in Planung</b>	<b>nicht geplant</b>
Beleuchtung des öffentlichen Raums	77%	15%	8%
Informationstafeln Plätze/Objekte	68%	22%	10%
Begrünung des öffentlichen Raums	68%	25%	7%
Möblierung des öffentlichen Raums	65%	29%	5%
Fußgängerzone	46%	16%	38%
Schließfächer	5%	5%	89%
<b>Digitalisierung</b>	<b>umgesetzt</b>	<b>in Planung</b>	<b>nicht geplant</b>
WLAN im öffentlichen Raum	76%	11%	13%
Social-Media	73%	11%	16%
regionales Online-Schaufenster	38%	14%	48%
Liefersdienst	26%	15%	59%
Stadt-App	25%	26%	49%
virtueller Stadtrundgang	22%	26%	52%
regionaler Online-Marktplatz	14%	13%	73%
digitaler Mittagstisch	3%	8%	89%
<b>Kundenbindung und -information</b>	<b>umgesetzt</b>	<b>in Planung</b>	<b>nicht geplant</b>
Werbung in analogen Medien	85%	1%	14%
Gutscheinsystem	70%	9%	22%
gedruckter Einkaufsführer	30%	12%	58%
Kundenbindungssystem	25%	8%	67%
<b>Zusammenarbeit mit Händlern</b>	<b>umgesetzt</b>	<b>in Planung</b>	<b>nicht geplant</b>
Austausch	78%	14%	8%
Händlerschulungen Marketing	37%	26%	37%
Ladenchecks	30%	11%	59%
Digitalchecks für Händler	25%	26%	49%
Händlerfortbildungen	21%	25%	54%
<b>Veranstaltungen</b>	<b>umgesetzt</b>	<b>in Planung</b>	<b>nicht geplant</b>
Wochenmarkt	85%	10%	5%
Marktsontage	83%	2%	15%
Veranstaltung zur Belebung der Innenstadt	74%	24%	2%
lange Einkaufsnacht	46%	13%	41%
<b>Sonstiges</b>	<b>umgesetzt</b>	<b>in Planung</b>	<b>nicht geplant</b>
Flächenmanagement	52%	33%	15%
Einzelhandelskonzept	48%	20%	33%
Baustellenmanagement	30%	21%	49%

## C. Rolle des Citymanagements

74 % der befragten Städte bezeichnen das Citymanagement als wichtig oder sehr wichtig. Überwiegend die größeren Städte erachten das Citymanagement als wichtig. Trotzdem liegt bei 60 % der Befragten das Budget für das Citymanagement niedriger als 50.000 Euro. Circa ein Drittel dieser Gruppe wendet keinerlei finanzielle Mittel für das Citymanagement auf.

## D. Staatliche Fördermaßnahmen zugunsten der Innenstädte

85 % der Teilnehmer haben sich auf eine Förderung im Bereich Innenstadtentwicklung beworben. Davon waren neun von zehn Städten erfolgreich.