

16. MÄRZ 2023

Presseinformation

„Vitale Innenstädte 2022“: Besucher bleiben Berlins City West treu

Trotz Pandemie und wachsendem Onlinehandel ist es gelungen, Berlins City West als Shoppingort attraktiver zu machen. Im Rahmen einer bundesweiten Vergleichsstudie des Instituts für Handelsforschung Köln (IFH) gaben knapp 35 Prozent der Befragten an, die Attraktivität von Ku'damm und Tauentzien habe sich verbessert. Knapp 45 Prozent attestierten eine gleichbleibende Attraktivität. Die meisten Befragten kommen zum Einkaufen in die City West, überwiegend mit Bus oder Bahn. Damit liegt Berlin auf Platz eins der teilnehmenden Städte. Das mit Abstand meiste Geld geben im Schnitt allerdings die Besucher aus, die mit dem Auto zum Shoppen fahren. Die Umfrage wurde im Auftrag der IHK Berlin, der AG City und dem Handelsverband Berlin-Brandenburg (HBB) durchgeführt. Für die Initiatoren zeigen die Ergebnisse, dass die städtischen Zentren Zukunft haben, vorausgesetzt, Erreichbarkeit, Angebotsmix und Erlebnisse sind gegeben. Die Berliner Landespolitik ist daher aufgefordert, jetzt zügig die Rahmenbedingungen für Berlins Zentren zu verbessern.

Rund 1000 Passanten wurden für die Studie in Berlin befragt. Zwei Drittel der Besucherinnen und Besucher kommt aus Berlin. Fast 40 Prozent von ihnen fahren demnach wöchentlich in die Innenstadt, gehen in zwei oder mehr Geschäfte und bleiben länger als zwei Stunden vor Ort. Insgesamt vergaben die Befragten der City West die Note 2,5 (Bundesschnitt 2,4). Bemängelt werden vor allem die unzureichende Sauberkeit und fehlende Parkmöglichkeiten. Zudem wünschen sich die Besucher mehr Außengastronomie, Kunst- und Kulturangebote sowie mehr Geschäfte für den täglichen Bedarf. Fast 70 Prozent nutzen zwar auch den Onlinehandel, besuchen dennoch die City West unverändert häufig zum Einkaufen (Bundesschnitt 48,6 %).

Robert Rückel, Vizepräsident der IHK Berlin: „Innenstädte sind nicht tot. Das digitale Erlebnis kann das analoge Erlebnis nicht ersetzen. Umso wichtiger ist es deshalb aktiv für attraktive Zentren zu sorgen. Der Angebotsmix aus Shopping, Gastronomie und Entertainment muss stimmen. Wir sehen zum Beispiel bei der Außengastronomie noch erheblichen Bedarf. Mehr Flexibilität bei der Genehmigungspraxis und neue Raumkonzepte für die Nutzung von öffentlichem Straßenland würden der City West guttun. Ebenso wichtig ist es, Perspektiven für den Umgang mit Leerständen zu entwickeln. Hier sind sinnvolle Zwischennutzungen gefragt. Das ist nicht allein Aufgabe der Politik, alle Akteure vor Ort müssen sich ebenfalls engagieren.“

Uwe Timm, Vorstandsmitglied AG City e.V.: „Über die im Bundesvergleich guten Bewertungen der City West freuen wir uns sehr. Nach Corona und in wirtschaftlich schwierigen Zeiten mit hoher Inflation ist dies keine Selbstverständlichkeit. Es zeigt sich, die Innenstadt ist attraktiv, wenn Shopping zum Erlebnis und die City West damit zum wichtigen Ort der Freizeitgestaltung wird. In den letzten fünf Jahren konnten wir diesen Wandel aktiv durch konkrete Projekte mitgestalten. Die Aufenthaltsqualität steigerte sich gezielt durch die Maßnahmen des BID Ku'damm Tauentzien. Dieses Engagement zahlt sich nun aus. Die Menschen kommen zum entspannten Shoppen und Flanieren, für Kultur- und Gastronomiebesuche, um Neues zu entdecken und Freunde zu treffen. Die Aktivitäten des BID Ku'damm Tauentzien werden durch die Anlieger bezahlt. Damit die bisherigen Maßnahmen weitergeführt



und künftige möglich werden, muss die Politik Weichen stellen. Es bedarf dringend einer Novellierung der rechtlichen Grundlage (BIG) durch die verantwortlichen Senatsverwaltungen und das Abgeordnetenhaus.“

Nils Busch-Petersen, Hauptgeschäftsführer des Handelsverbands Berlin-Brandenburg: „Wir freuen uns, dass die City West erneut sehr gut bewertet wird. Eine wertvolle Nachricht für den stationären Handel in bewegten Zeiten. Bei allen positiven Bewertungen zeigt sich aber auch, dass die Erreichbarkeit ein ganz wesentlicher Faktor für die Standortattraktivität bleibt. Insbesondere die kaufkräftigen Kundinnen und Kunden bevorzugen den eigenen PKW zum Einkaufen in der City West. Fast 50 Prozent dieser Gruppe geben pro Besuch über 100 Euro im stationären Handel aus. Bei Radfahrerinnen und Radfahrern sind es nur sechs Prozent. Doch gerade für PKW sind die Bedingungen oft unzureichend. Um die Erreichbarkeit zu verbessern, braucht es ein strukturiertes Parkleitsystem. Wir setzen uns für ein Mobilitätskonzept ein, welches alle Verkehrsteilnehmerinnen und Verkehrsteilnehmer fair berücksichtigt.“