Julia Meier
Unternehmenskommunikation

0221 94 36 07-831
presse@ifhkoeln.de
www.ifhkoeln.de

IFH KÖLN
METRO

PRESSEMITTEILUNG

STUDIE ZEIGT: GASTRONOMIE IST ELEMENTARER FAKTOR FÜR DIE BELEBUNG DEUTSCHER INNENSTÄDTE

Studie von IFH KÖLN und METRO befragt Gastronom:innen zur aktuellen Situation und zum Standort Innenstadt. Gastrobranche hat trotz bedrängter Lage die Zukunft fest im Blick. Vitale Innenstädte und vielfältig, inhabergeführte Gastronomie bedingen sich gegenseitig. Politik muss Rahmen schaffen, um ausbleibenden Umsätzen, Fachkräftemangel und Standortanforderungen der Branche zu begegnen.

Düsseldorf/Köln, 18. August 2021 – Die Debatte um die Zukunftsfähigkeit deutscher Innenstädte hat im Zuge der Monate des Lockdowns weiter an Fahrt aufgenommen. Bestehende strukturelle Herausforderungen wie ein monotones Angebot, sinkende Besucherzahlen und steigende Leerstände wurden durch die Schließungen massiv verschärft. Das IFH KÖLN und die METRO AG widmen sich in ihrer aktuellen Studie „#Innenstadtinitiative" den Bedürfnissen kleiner und mittelständischer Gastronomiebetriebe. 250 Gastronom:innen wurden im Juli 2021 zu aktuellen Herausforderungen, ihrer Zukunftsplanung sowie Anforderungen an den Standort Innenstadt befragt. Ziel der Studie ist es, erste Ansätze zu politischem Handeln in der Stadt- und Quartiersentwicklung aufzuzeigen.

> *„Nach den umfänglichen Analysen ist nun die Zeit des Handelns. Das Gebot der Stunde für alle lokal handelnden Akteur:innen: Gemeinsam die Attraktivität der Städte steigern und neue Funktionen bedienen. Im Schulterschluss mit Kommune, Handel aber auch mit neuen Partnern wie Kultur, Handwerk und Bildung gilt es für Gastronom:innen, jetzt aktiv mitzuwirken, um neue Innenstadtkonzepte zu realisieren," so Boris Hedde, Innenstadtexperte und Geschäftsführer des IFH KÖLN.*

Ergebnis: Gastronomie als Wegbereiter für Innenstadtbelebung
Orte zum Ausgehen sind ein zentraler Faktor für die Innenstadtentwicklung, denn sie haben einen positiven Effekt auf die Atmosphäre des Standortes und steigern die Verweildauer von Besucher:innen. Altersübergreifend sind die Motive für einen Besuch in den Innenstädten weiterhin das kulinarische Erlebnis, das Ausgehen und der Einkaufsbummel. Um Innenstädte zukunftsfähig zu machen, müssen Gastronomieunternehmen in der Stadtentwicklung deshalb stärker mitgedacht werden.

> *„Die Ergebnisse der Studie zeigen, lebendige Innenstädte sind ohne Gastronomie nicht zu machen. Dafür muss die Politik Wegbereiter sein. Die klaren Anforderungen in den Standortfaktoren, wie unter anderem der Vergabe von Mietstandorten an die Unternehmer müssen vereinfacht werden, um so den kleinen Unternehmen eine Chance zu geben. Die Branche hat die Zukunft fest im Blick und dies ist eine Chance für alle Akteure," so Ivonne Julitta Bollow, Global Director Public Policy der METRO AG.*

Standortvergabe und Fachkräftemangel als größte Herausforderungen der Innenstadtgastronomie
Aktuell beurteilen rund 60 Prozent der Gastronom:innen die Lage mittelmäßig bis sehr schlecht. Dennoch schaut die Branche motiviert in die Zukunft. Erschwert werden die Zukunftsplanungen durch die Suche nach geeignetem und qualifiziertem Personal (71 %) und den Umgang mit Behörden (52 %).

Ein weiteres Problem in den Augen vieler Gastronom:innen ist die Vergabe von Standorten. Ein Großteil der Befragten kritisiert, dass die Mieten für attraktive Standorte zu hoch sind (46 %). Auch die intransparente Vergabe „unter der Hand" ist ein Problem für Gastronom:innen (43 %). Eine aktive Förderung der Politik von gezielter Nutzungsmischung und Umnutzung auf Seiten der Mieter:innen kann Abhilfe schaffen, um auch kleinen Gastronomiebetrieben attraktive Standorte zu bieten. Es sind gerade die inhabergeführten, kleinen Restaurants und Cafés, die eine Innenstadt zum Leben erwecken. Ebenso kann eine städtische Vergabeplattform von Gastroflächen Transparenz über den lokalen Immobilienmarkt bieten.

Standort- und Quartiersentwicklung als wichtige Faktoren für die Zukunft
Sauberkeit und Ambiente (69 %), Anzahl potenzieller Kundschaft im Einzugsgebiet (68 %) sowie ÖPNV-Anbindung (66 %) und gute Erreichbarkeit für Zulieferer (63 %) – die Rahmenbedingungen der Umgebung spielen bei der Standortwahl eine wichtige Rolle. Hier ist die Politik gefordert, vielfältige Mobilitätskonzepte für Besucher:innen zu schaffen und das städtische Ambiente zu fördern. Dazu braucht es saubere Fußgängerzonen, intakte Gebäude und Fassaden, ausreichend Grünflächen und mehr Lebendigkeit in den Innenstädten.

Um besonders jungen und innovativen Projekten eine Chance in Innenstädten zu bieten, aber auch den Austausch zwischen Betrieben und Bürokratie zu unterstützen, kann ein:e städtische:r Gastrobeauftragte:r Abhilfe leisten. Für 61 Prozent der Befragten sind einfache gesetzliche Rahmenbedingungen und Genehmigungsverfahren sehr wichtig. Als Schnittstelle zwischen Gastronomie und Politik wird der konstante Dialog sichergestellt, Verwaltung und Behörden unterstützt und zeitgleich bei Neugründung und Vernetzung innerhalb der Stadtgesellschaft vermittelt.

Wörter der Meldung: 647
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 4.942

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie
Die „#Innenstadtinitiative" von IFH KÖLN und der METRO AG untersucht den Status quo der deutschen Gastronomiebranche und stellt aktuelle Herausforderungen wie Fachkräftemangel, hohe Mieten und wirtschaftliche Entwicklungen mit Fokus auf den politischen Rahmen in den Mittelpunkt. Hierfür wurden 250 Gastronom:innen in 20 ausgewählten Großstädten in Deutschland im Juli 2021 telefonisch befragt. Ergänzend wurde auf Daten der IFH KÖLN Studien „Vitale Innenstädte 2020" (2021), „Zukunft des Handels – Zukunft der Städte" (2021) sowie „Corona Consumer Check" (2021) zurückgegriffen.

Die ausführlichen Ergebnisse können hier heruntergeladen werden.

Über das IFH KÖLN
Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und

zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH KÖLN einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Knowhow-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

Mehr unter: www.ifhkoeln.de

Über die Metro

METRO ist ein führender internationaler Großhändler mit Food- und Non-Food-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern (HoReCa) sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Die weltweit über 16 Millionen METRO Kunden können wahlweise in einem der großflächigen Märkte einkaufen, online bestellte Ware dort abholen oder sich beliefern lassen. Mit digitalen Lösungen unterstützt METRO zudem die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmern und Selbstständigen und trägt damit zur kulturellen Vielfalt in Handel und Gastronomie bei. Nachhaltigkeit ist für METRO ein wesentlicher Pfeiler sämtlicher Aktivitäten, seit 7 Jahren ist METRO im Dow Jones Sustainability Index gelistet. Das Unternehmen ist in 34 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 97.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2019/20 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von 25,6 Mrd. €. Mehr Informationen unter www.metroag.de. Zudem berichten wir in unserem Onlinemagazin www.mpulse.de über das, was unsere Kunden, Mitarbeiter, Partner und Lieferanten bewegt – und was wir für sie bewegen.