

## PRESSEINFORMATION

### **JC Real Estate präsentiert Studie zur Transformation deutscher Innenstädte: Dem Kölner Einzelhandel fehlen kaufkräftige Besucher**

- Nach der Covid-19-Pandemie kehren die Menschen in die Innenstädte zurück, Einzugsgebiete und Besucherstruktur haben sich jedoch gravierend verändert.
- Gutsausgebildete, finanzstärkere junge Menschen bleiben den Stadtzentren zunehmen fern.
- In der Folge kommt es zu einem Kaufkraftverlust in nahezu allen betrachteten Städten.
- Am Beispiel Kölns werden die Chancen für die strategische Wiederbelebung der Innenstadt deutlich.

**Köln/Düsseldorf, 04. Dezember 2023.** Die James Cloppenburg Real Estate Holding KG hat in Zusammenarbeit mit der EBS Universität für Wirtschaft und Recht eine Studie zur gesellschaftlichen Transformation der Innenstadt durchgeführt. In der gleichnamigen Untersuchung wurden insgesamt 20 Innenstadtlagen in neun deutschen Großstädten analysiert und aufgezeigt, wie diese sich in ihrem Nutzungsverhalten verändert haben. Großzügige Unterstützung erhielt die Kooperation durch die CBRE Deutschland GmbH, sowohl im Rahmen der Analysen als auch durch die kritische und konstruktive Reflektion der Ergebnisse.

Für die Studie wurden spezielle Strategien zur Datennutzung und Analyse von Innenstädten entwickelt, die über die bisherigen Analysewerkzeuge der Stadtforschung hinausgehen. Erhoben wurde die Studie mit Hilfe von GPS-Mobilfunkdaten. Erstmals konnten mit den Informationen Rückschlüsse für die Standortanalyse urbaner Gebiete gezogen werden. Unter anderem ließ sich erkennen, welche, wie häufig und wie lange Menschen bestimmte Standorte besuchen. In der Stadt Köln hat die Untersuchung den Fokus auf die Lagen um die Schildergasse und Hohe Straße gesetzt.

#### **Der stationäre Einzelhandel bleibt ein wichtiger Besuchermagnet in der Innenstadt**

Die Studie stellt insgesamt fest, dass nach der Corona-Pandemie die Menschen wieder in

die Innenstädte zurückkehren. In allen betrachteten Lagen sind die Passantenfrequenzen im Jahr 2022/23 deutlich höher als im Lockdown, in vielen Fällen aber noch nicht wieder auf dem Niveau des Jahres 2019. Das gilt auch für die betrachteten Kölner Innenstadtlagen.

Auch die Verweildauer in der Innenstadt hat sich verändert. *„Insbesondere Standorte, die schon heute eine Mischung verschiedener Nutzungsformen und Angebote aufweisen, werden von Besuchern als attraktiv wahrgenommen“*, erläutert Dr. Kevin Meyer, Mitglied der Unternehmensleitung der James Cloppenburg Real Estate Holding KG. In Köln sind dies vor allem Orte mit Gastronomiebetrieben, aber auch Parkanlagen. Die Frequenzen der räumlichen Nutzung haben sich im Bereich der Innenstadt nicht maßgeblich verändert. Der stationäre Einzelhandel bleibt trotz bedeutender Herausforderungen ein Besuchermagnet. Die Schildergasse und Hohe Straße sind neben dem Heumarkt / Alter Markt weiterhin die Hochfrequenzachsen in der Kölner Innenstadt.

### **Änderung der Besucherstruktur: Gut ausgebildete Singles meiden Einkaufsstraßen**

Die Einzugsgebiete und damit auch die Besucherstruktur der Innenstadt haben sich während der Pandemie neu strukturiert. Insbesondere gut ausgebildete, finanzstärkere junge Menschen frequentieren Deutschlands Innenstädte deutlich weniger als vor der Pandemie. Der Rückgang liegt zwischen 2 und 30 Prozentpunkten, abhängig vom Standort. In Köln gilt dies für den Bereich der Schildergasse (-12,9 Prozentpunkte seit 2019). In der Hohe Straße ist die soziale Zusammensetzung der Besucher zwischen 2019 und 2022 hingegen relativ stabil geblieben, was im Vergleich der betrachteten Städte eine Ausnahme darstellt.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Herkunft der Besucher ist im betrachteten Zeitraum in allen Städten gesunken –in Köln um knapp 2 Prozentpunkte. Die Studie warnt vor weiteren Kaufkräfteinbußen, falls gutausgebildete Singles der Innenstadt längerfristig fernbleiben. Dann könnte auch die nächste Generation das Einkaufen in der Innenstadt seltener kennen und schätzen lernen – eine ernstzunehmende Gefahr für eine auf den Erfolg des Einzelhandels ausgerichtete Innenstadtentwicklung.

*„Wir sehen zwar, dass der Einzelhandel noch immer maßgeblicher Magnet ist, um die Menschen in die Innenstädte zu bringen. Gleichzeitig hat sich allerdings gezeigt, dass immer weniger junge und gut ausgebildete Menschen Einkaufsstraßen um die Ecke aufsuchen. Langfristig ist das ein Problem, weil damit ein riesiger Kaufkraftverlust einhergeht und*

*Heterogenität als DNA der Innenstadt verloren geht*“, kommentiert Nikolas Müller, Studienautor und Leiter des Real Estate Management Instituts der EBS Universität für Wirtschaft und Recht.

Der Studie zufolge ist auch ein zeitlicher Faktor festgestellt worden. Vor allem in den Abendstunden und an Sonntagen ist weniger auf den Straßen los als noch vor der Pandemie. Auf der Kölner Schildergasse fanden 2022 nur noch rund 3,8 % der Besuche an einem Sonntag statt, 45 % verteilten sich hingegen auf Freitage und Samstage.

### **Verdichtung und Durchmischung bieten Chance zur Wiederbelebung der Innenstadt**

Während der Pandemie haben sich die Einzugsgebiete in allen Standorten individuell neu strukturiert. Es gibt deutliche Unterschiede zwischen Volumen- und Premium-Einkaufsstraßen. Überall gilt: Gemischt genutzte Gebäude beleben die Umgebung über den Tagesverlauf hinweg mehr als einseitig genutzte Gebäude. In Köln wirken insbesondere die die Neumarktgalerie und der Peek & Cloppenburg\* als Besuchermagneten.

Dr. Kevin Meyer von der James Cloppenburg Real Estate Holding KG ergänzt: *„Die Innenstadt hat sich im Zuge der Pandemie verändert. Um die Attraktivität für verschiedene Nutzergruppen wieder zu steigern, muss in neue, innovative Flächen mit neuen Nutzungskonzepten investiert werden. Wir brauchen eine nachhaltige Verdichtung in der Innenstadt.“* In diesem Zusammenhang wünscht sich der Projektentwickler eine stärkere Kooperation zwischen Kommunen, Gewerbetreibenden und Immobilieneigentümern.

*„Viele Kommunen sagen: ‚Um Konsum und Leben wieder in die Innenstädte zu bringen, müssen wir die Eigentümer erreichen.‘ Ich kann nur sagen: Wir sind die Eigentümer. Und als solche sind wir Partner der Gemeinden und Städte bei der Transformation der Innenstädte. Wir wollen den Puls der Innenstädte wieder zum Schlagen bringen“*, resümiert Meyer.

### **Hinweis:**

Auf Anfrage stellen wir Ihnen die Studie zur individuellen Nutzung gerne kostenlos zur Verfügung.

\* Es gibt zwei unabhängige Unternehmen Peek & Cloppenburg mit Hauptsitzen in Düsseldorf und Hamburg. Diese Information bezieht sich auf die Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf, deren Häuserstandorte Sie unter [www.peek-cloppenburg.de/stores](http://www.peek-cloppenburg.de/stores) finden.

## **Über James Cloppenburg Real Estate Holding KG**

Die James Cloppenburg Real Estate Holding KG verfügt über eine mehr als achtzigjährige Erfahrung in der Entwicklung und dem Management von stadtprägenden Immobilien mit innovativer Veränderung. Unsere Kernkompetenz liegt insbesondere in der Transformation von Bestandsgebäuden in zukunftsorientierte Multi-Use-Gebäude. Darum vereinen wir alle wertsteigernden Funktionen in einem Unternehmen: Development, Asset Management, Property Management und Quartiersmanagement.

Wir verstehen uns als Treiber der innerstädtischen Transformation. Ein 360-Grad-Neudenken zeichnet unseren Ansatz aus. Wir denken strategisch, revitalisieren und entwickeln widerstandsfähige Immobilien und sorgen so für eine positive Transformation der Innenstädte. Dabei steht der Mensch stets im Mittelpunkt. Ein tiefes Verständnis für die Wirkungsbeziehungen der Stadtmitte und ihrer Menschen ist dabei elementar. Nur so können Projekte entstehen, die zu Lieblingsorten werden und gleichzeitig werthaltig sind.

## **Pressekontakt**

James Cloppenburg Real Estate Holding KG  
Bea Steindor | Head of Marketing & Communications  
Klosterstr. 30 | D-40211 Düsseldorf

Büro Frankfurt am Main  
Windmühlstraße 1 | 60329 Frankfurt am Main

T +49 (0) 211 542 534 25  
F +49 (0) 211 909 940 09  
M +49 (0) 177 54 82 09 7  
E [bea.steindor@jc-realestate.com](mailto:bea.steindor@jc-realestate.com)