ZumMarkt

Aktive Mobilität als Erfolgsfaktor für Einzelhandelsstandorte

Projektvorstellung auf dem
Fußverkehrskongress 2026 in Bielefeld

30. September 2026

Jasmin Hiller und Nila Gengatharan

ZumMarkt

Gefördert durch:

Bundesministerium für Verkehr

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Geographisches Institut | ISB Lehrstuhl und Institut für Stadtbauwesen und Stadtverkehr | RWTH AACHEN UNIVERSITY

Agenda

- Ausgangslage und Projektziele
- Methodik
- Bisherige Ergebnisse
  - Einzugsgebiete
  - Rolle aktiver Mobilität für Innenstadt und Einzelhandel
  - Clustertypen
- Ausblick

Hintergrund

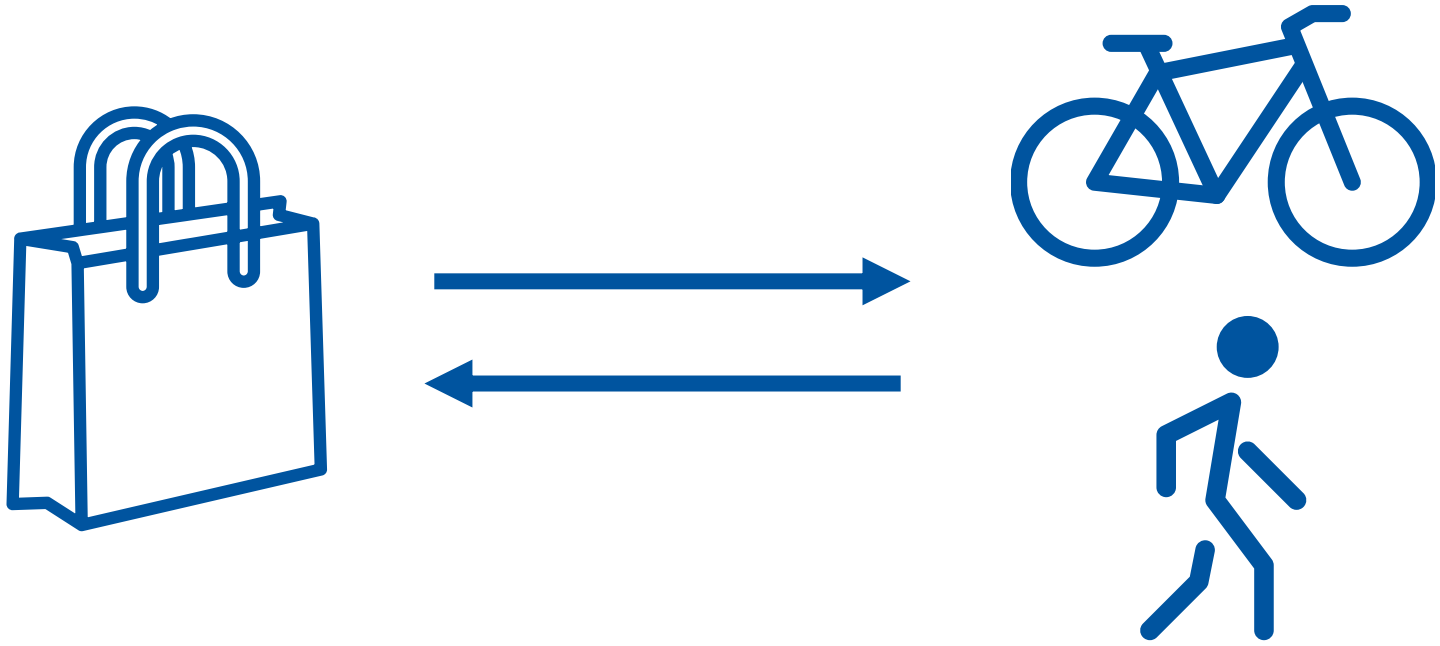


Abbildung 1: Nördlicher Teil der Friedrichsstraße in Prenzlau (Eigene Aufnahme 2025)



Abbildung 2: Bernauer Straße in Oranienburg (Eigenen Aufnahme 2025)

Hintergrund



Welche Rolle kann die aktive Mobilität im Rahmen der Innenstadtentwicklung einnehmen, um Städte zu stärken?

Agenda

- Ausgangslage und Projektziele
- Methodik
- Bisherige Ergebnisse
  - Einzugsgebiete
  - Rolle aktiver Mobilität für Innenstadt und Einzelhandel
  - Clustertypen
- Ausblick

Mixed-Methods-Ansatz

1 Einflussfaktoren

Qualitative & quantitative Studien

Vor-Ort-Begehung / Interviews und Passantenbefragungen

+

Quellenrecherche & Datenbankaufbau

2 Gemeindetypen

Identifikation und Clusterung Einzelhandelslagen

Clusteranalyse zur Identifikation von Stadttypen

3 Empfehlungen / interaktives Tool

Passanten-befragung in einer Stadt je Clustertyp

+

Statistische Analyse und Erstellung von **Empfehlungen und Maßnahmen**

Agenda

- Ausgangslage und Projektziele
- Methodik
- Bisherige Ergebnisse
  - Einzugsgebiete
  - Rolle aktiver Mobilität für Innenstadt und Einzelhandel
  - Clustertypen
- Ausblick

Das Einzugsgebiet entscheidet

Mittelstädte mit zentralörtlicher Funktion ziehen deutlich mehr Besuchende aus dem Umland an:

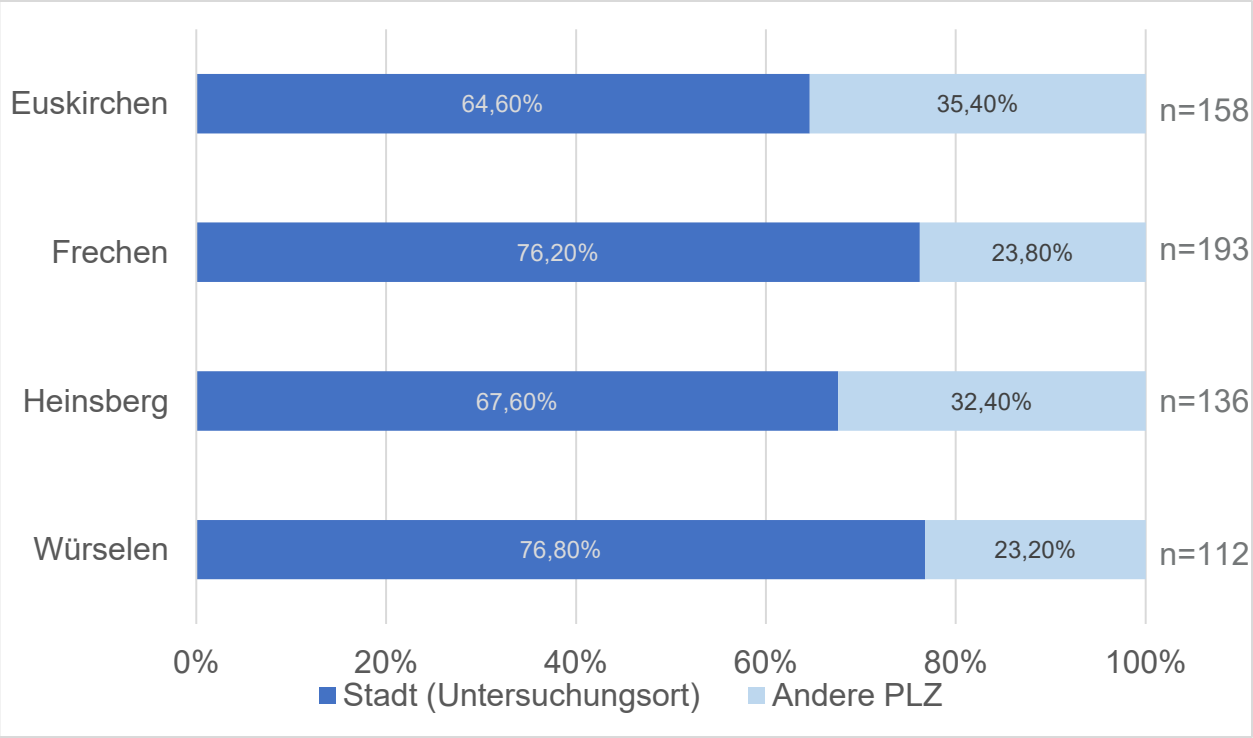


Abbildung 3: Herkunftsverteilung nach Städten (n = 599) (Eigene Darstellung 2025)

Euskirchen und Heinsberg = größere regionale Anziehungskraft

Frechen und Würselen = stärker im Einflussbereich von Köln/Aachen

Verkehrsmittel und Herkunft

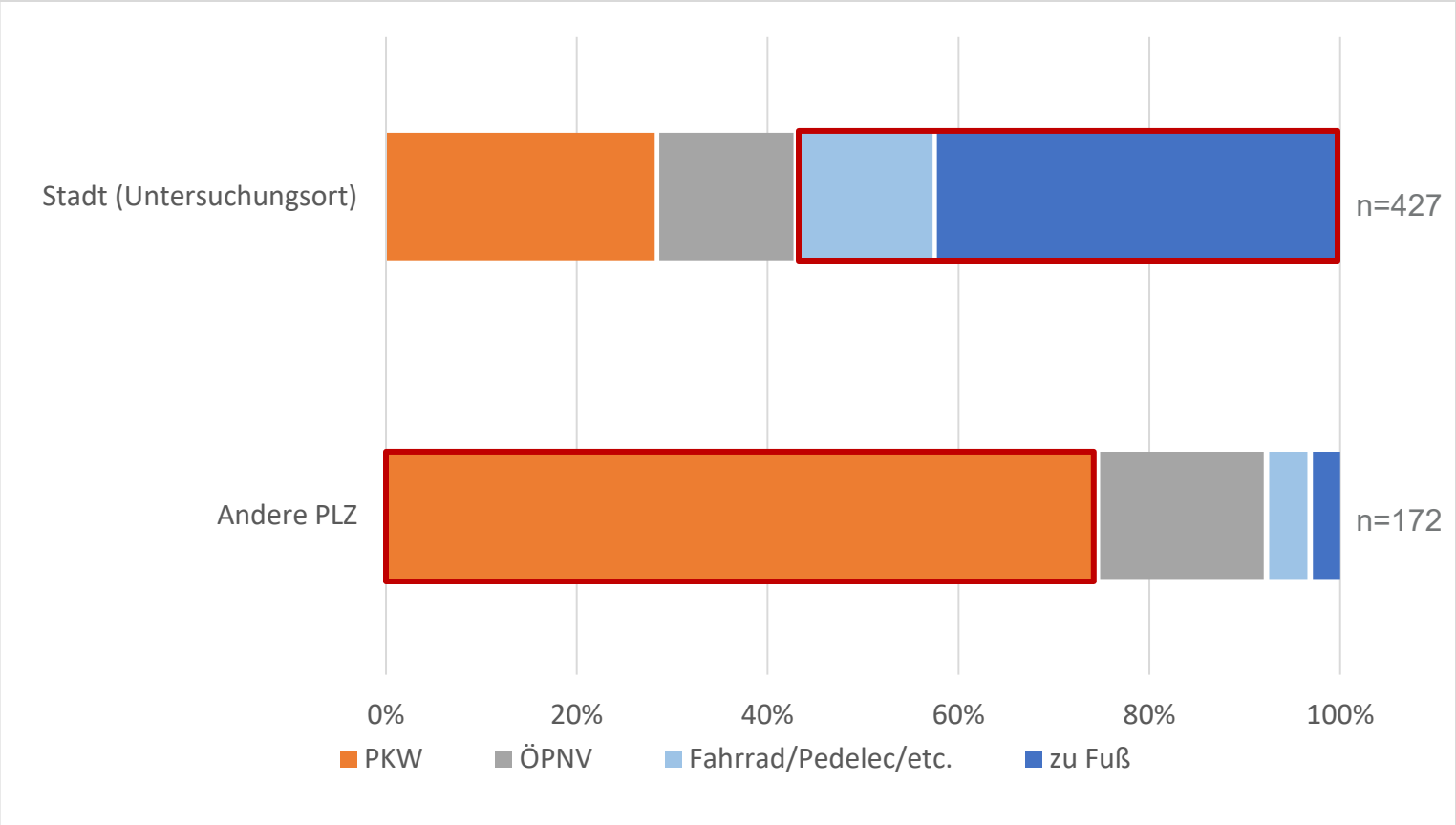


Abbildung 4: Hauptverkehrsmittel in Abhängigkeit vom Wohnort (n=599)

Einwohnende nutzen häufiger aktive Mobilität

Besuchende aus dem Umland nutzen häufiger das Auto oder den ÖPNV

Warum kommen Menschen in die Innenstadt?

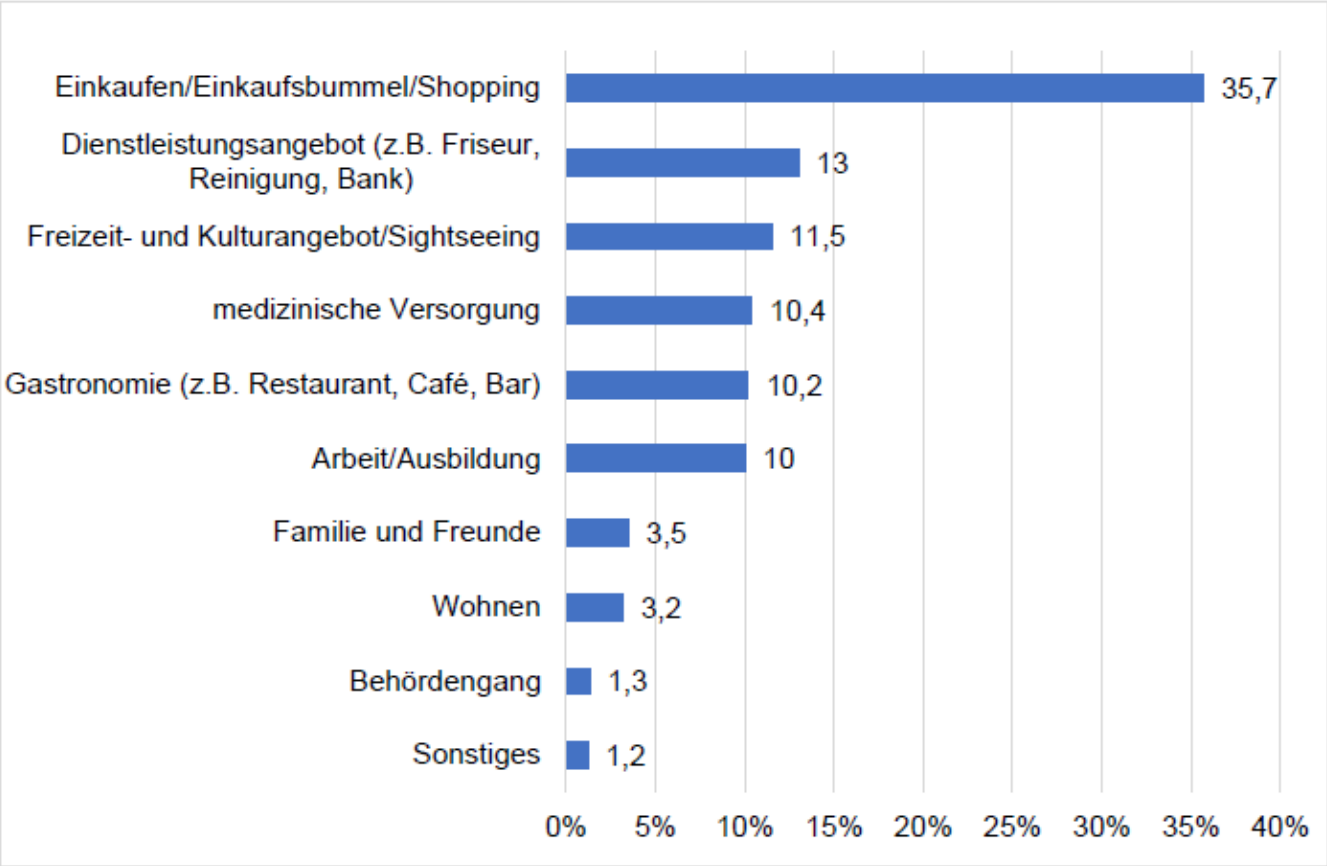


Abbildung 5: Hauptgrund für den Besuch der Innenstadt (n=599) (Eigene Darstellung 2025)

Einkaufen = wichtigster Hauptbesuchsgrund

Aktive Mobilität braucht Nutzungsmischung

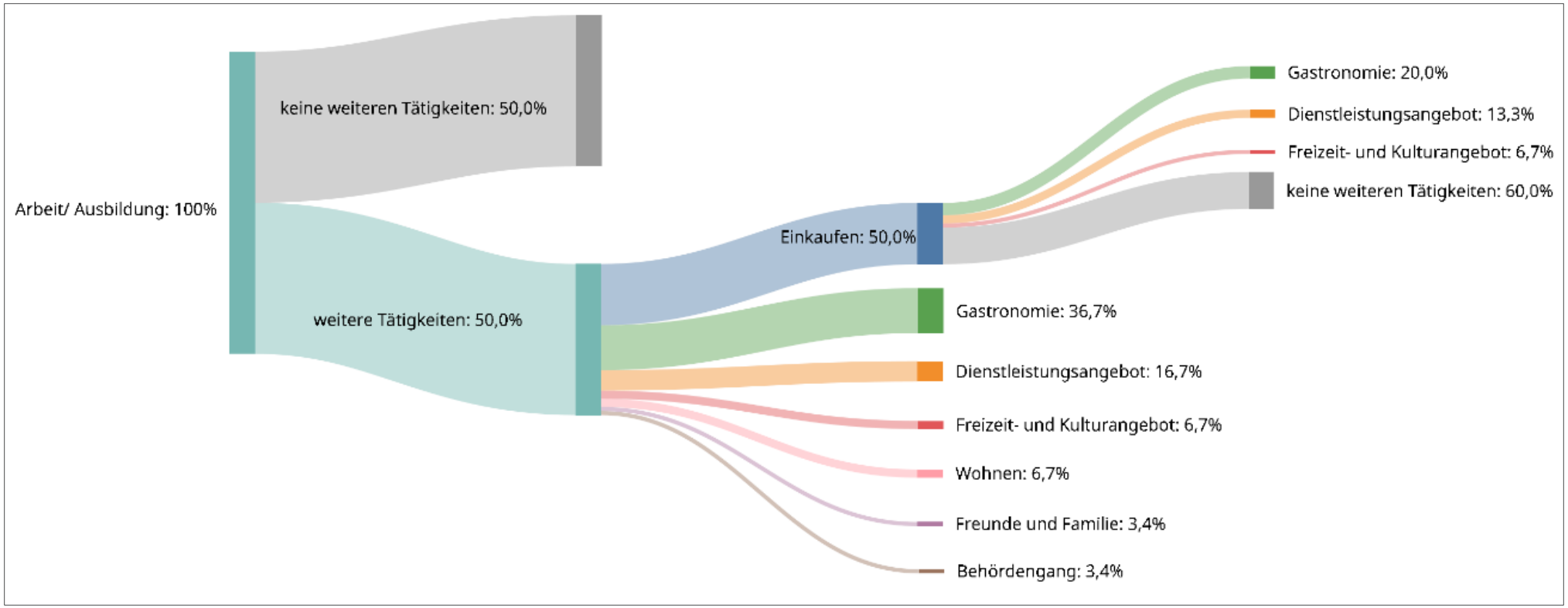


Abbildung 6: Kopplungsverhalten zum Hauptgrund Arbeit/Ausbildung (Eigene Darstellung 2025)

Verkehrsmittel und Grund für Innenstadtbesuch

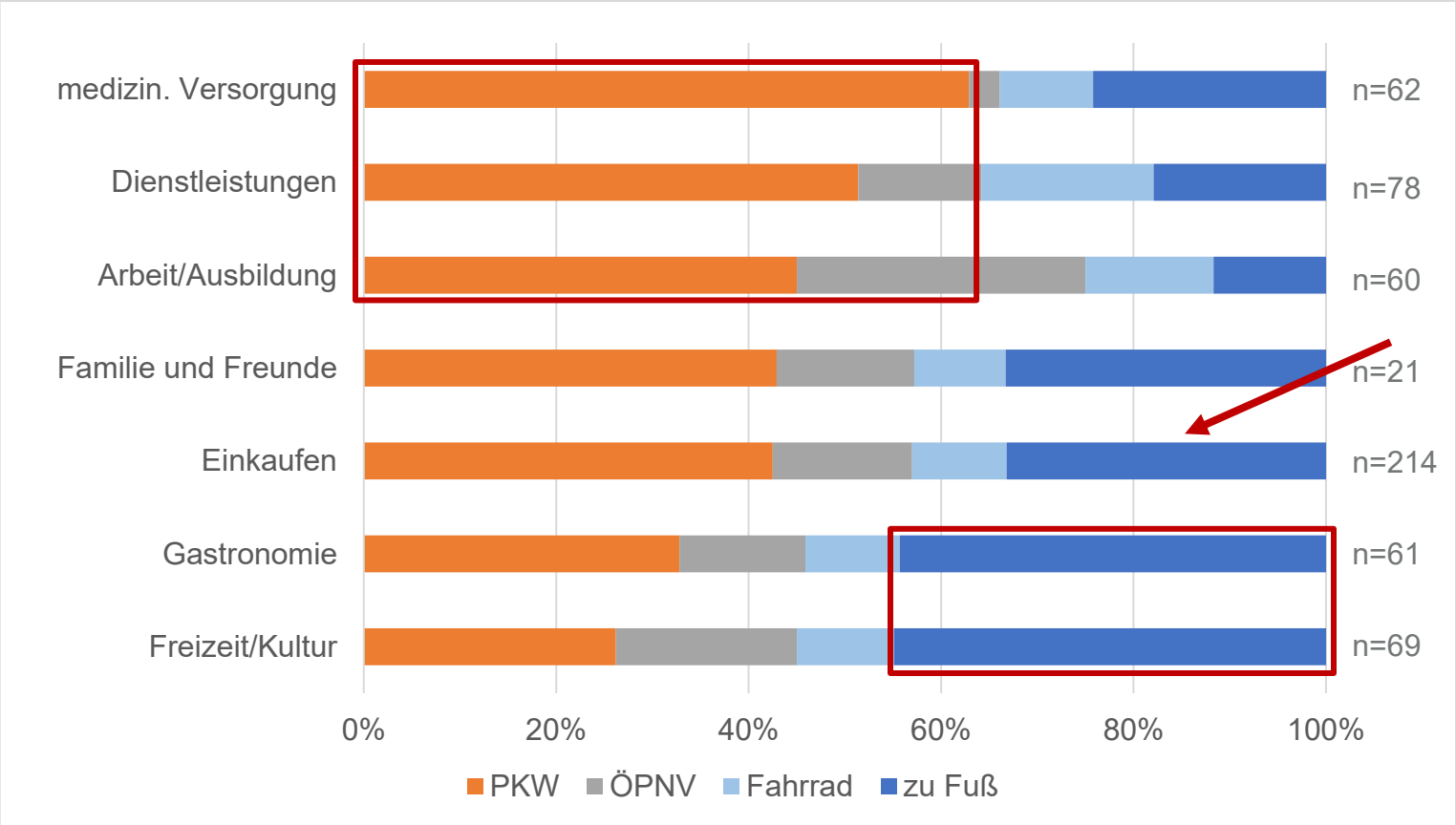
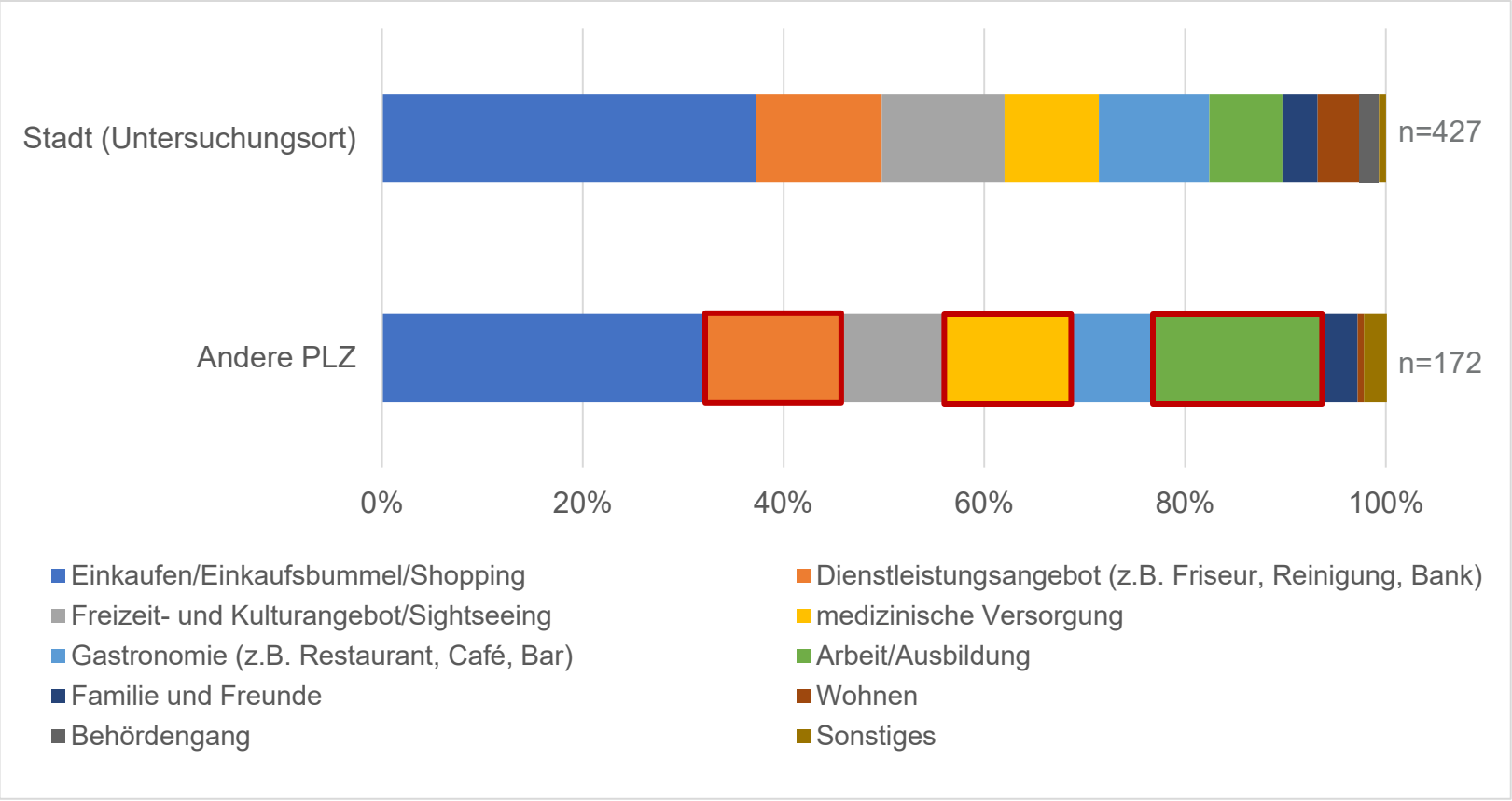


Abbildung 7: Genutztes Verkehrsmittel nach Hauptgrund für Innenstadtbesuch (n=573) (Eigene Darstellung 2025)

Auto:
Medizinische Versorgung, Dienstleistungen und Arbeit/Ausbildung ≠ Einkaufen

Zu Fuß:
Gastronomie und Freizeit/Kultur

Die besondere Rolle von Mittelstädten



Mittelstädte sind multifunktionale Versorgungszentren

Abbildung 8: Hauptgrund für den Besuch der Innenstadt nach der Besucherherkunft (n= 599) (Eigene Darstellung 2025)

25 ausgewählte Indikatoren für die Clusterung



Raum
Soziodemografie

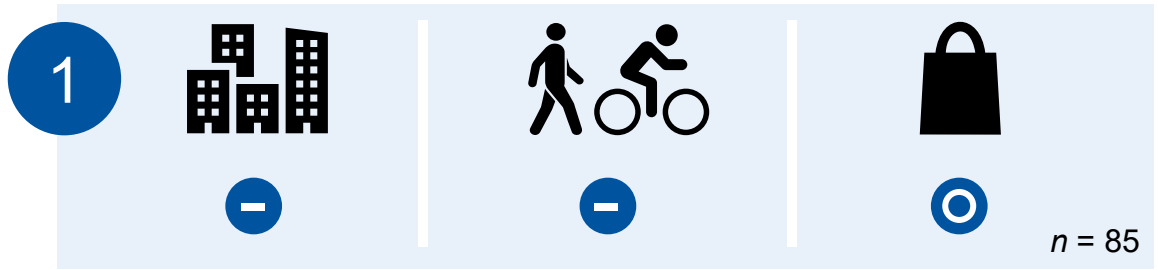


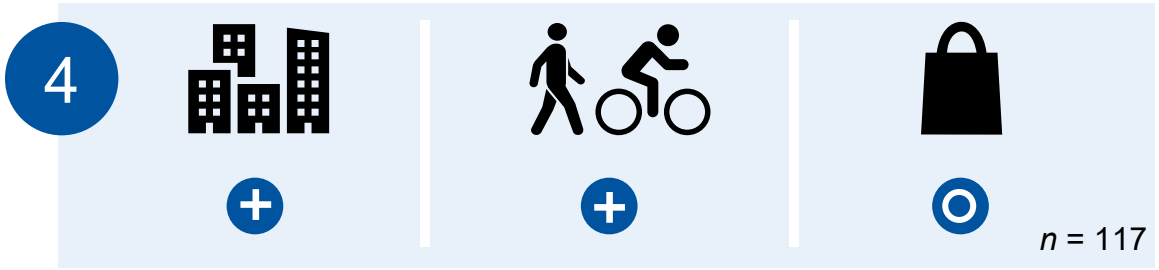
Erreichbarkeit
Mobilität



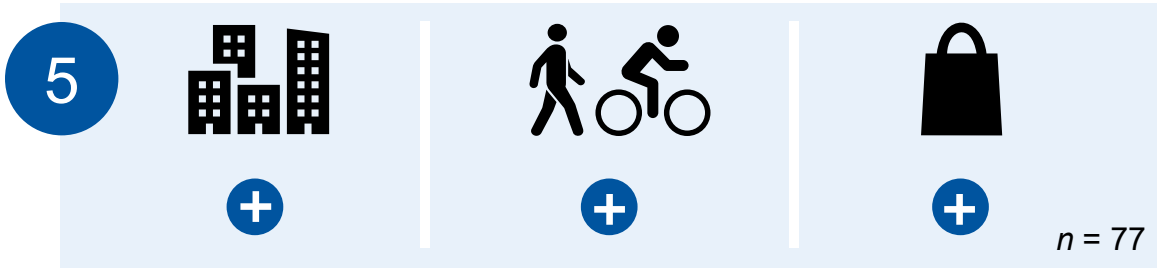
Versorgung
Einzelhandel

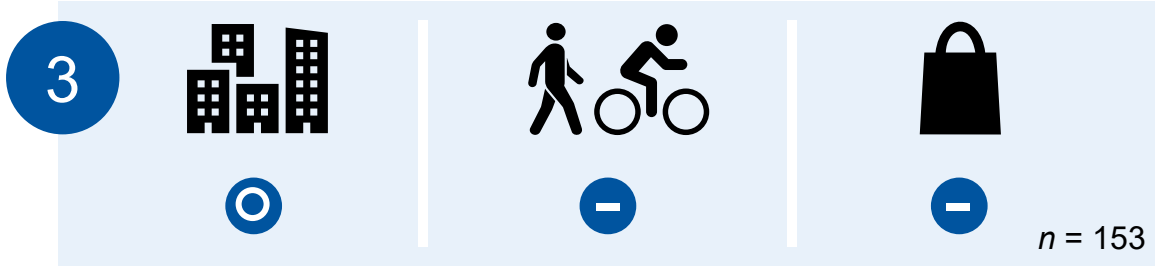
Sechs Clusterprofile (*N* = 669)





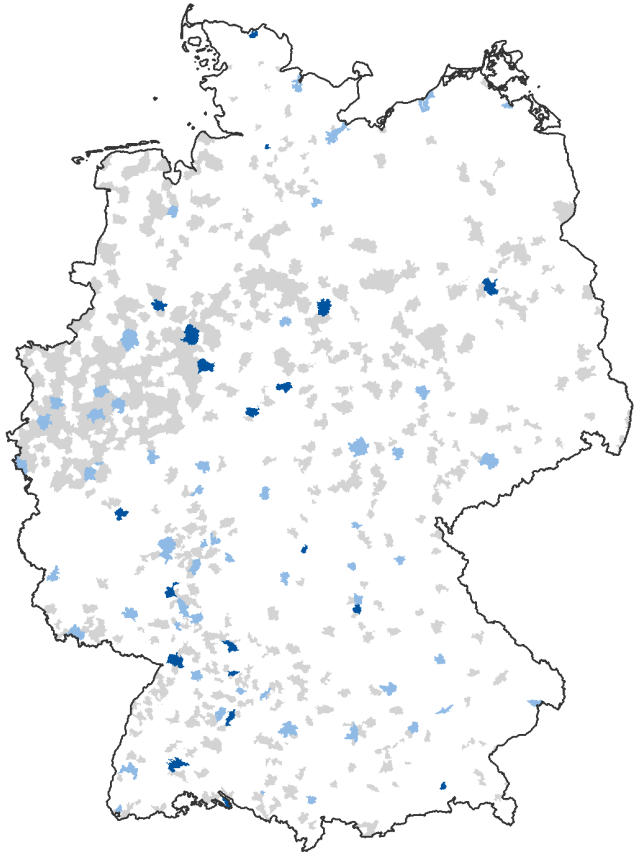








Fokus Cluster 5



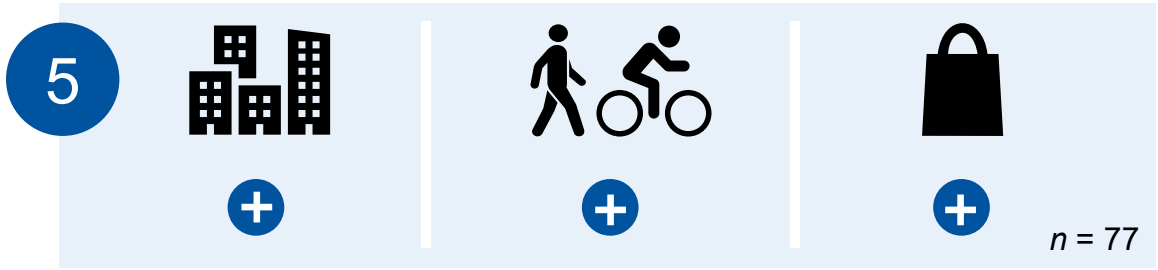
Cluster 5

20 repräsentative Gemeinden

Andere Analyse-Gemeinde

Geometrie: VG250, 31.12.2023
© Geobasis-DE/BKG

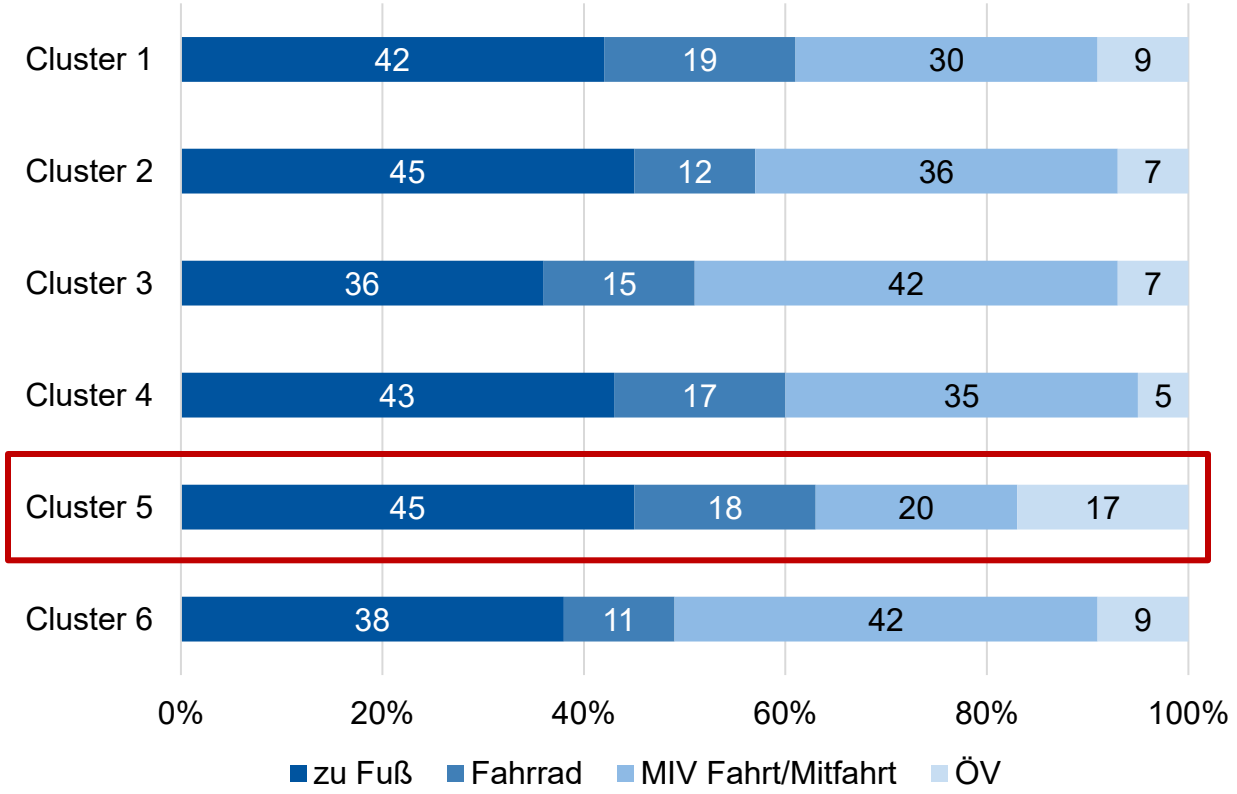
Abbildung 10: Gemeinden in Cluster 5 (Eigene Darstellung 2025)



Hochverdichtete, junge Zentren mit stark ausgeprägtem ÖPNV- und Fußverkehrsangebot und maximaler Versorgungsdichte

z. B. Braunschweig, Heilbronn, Koblenz, Osnabrück, Paderborn

Modal Split der Innenstadt-Zielwege nach Cluster

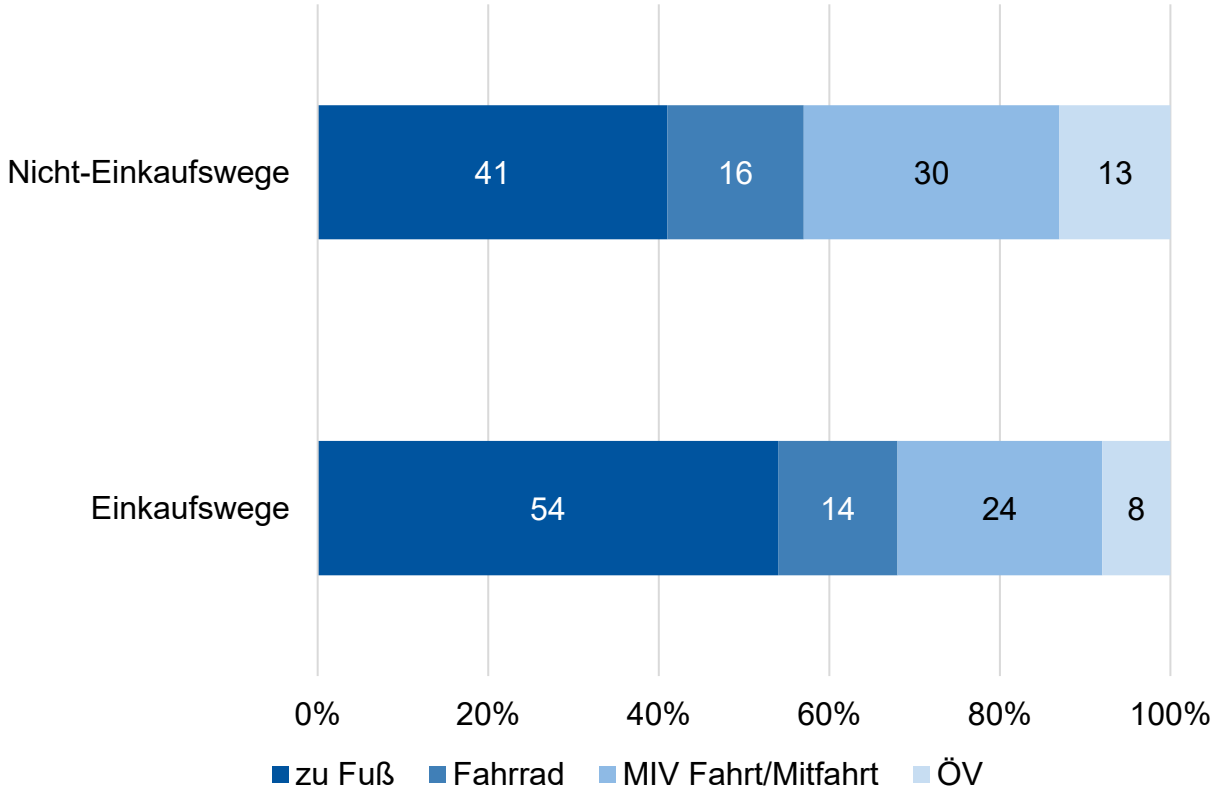


Unterschiedliche Standorttypen zeigen unterschiedliche Mobilitätsmuster

Fußverkehr als wichtiges Verkehrsmittel bei Wegen mit Zielen in Innenstädten

Abbildung 11: Modal Split der Innenstadt-Zielwege nach Cluster, Hauptverkehrsmittel, N=669 Städte, n=22.557 Wege, Angabe in Prozent, MiD2023 (Eigene Darstellung 2025)

Modal Split der Einkaufswege



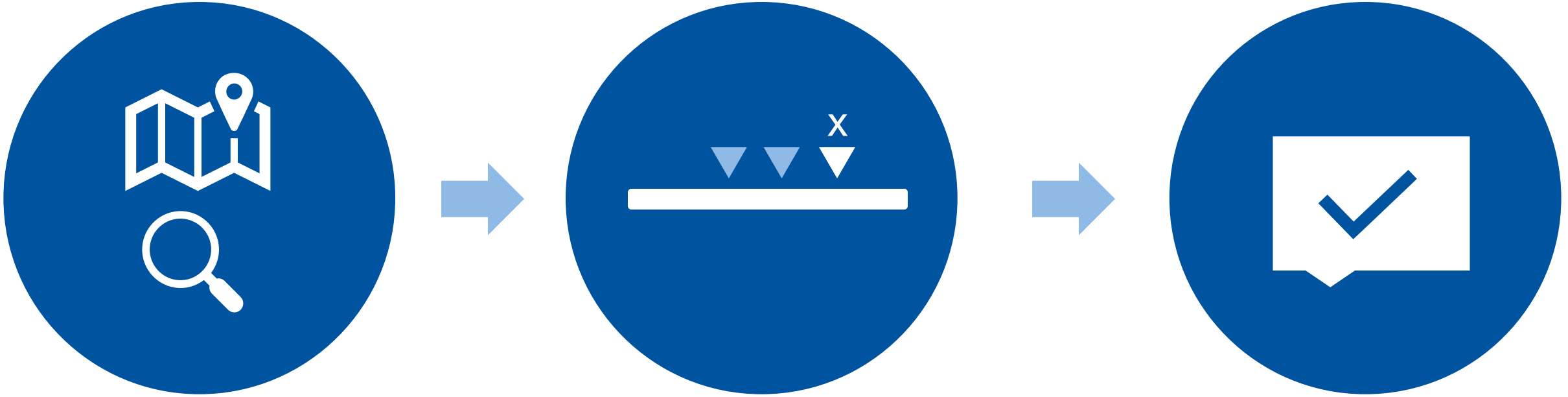
Einkaufen in der Innenstadt ist nicht automatisch autoabhängig

Abbildung 12: Modal Split der Innenstadt-Einkaufs- und Nicht-Einkaufs-Zielwege, Hauptverkehrsmittel, N=669 Gemeinden, n=22.557 Wege, Angabe in Prozent, MiD2023 (Eigene Darstellung 2025)

Agenda

- Ausgangslage und Projektziele
- Methodik
- Bisherige Ergebnisse
  - Einzugsgebiete
  - Rolle aktiver Mobilität für Innenstadt und Einzelhandel
  - Clustertypen
- Ausblick

Interaktives Online-Tool



Suche

Gemeindewerte Einordung

Empfehlungen

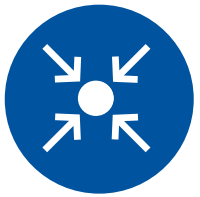
Kernaussagen



Multifunktionale Versorgungszentren



Einkaufswege werden oft zu Fuß zurückgelegt



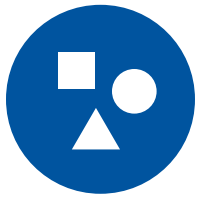
Mittelstädte mit zentralörtlicher Funktion



Einwohnende nutzen häufiger aktive Mobilität



Einkaufen = wichtigster Besuchsgrund



Mittelstadt ≠ Mittelstadt

Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit