

**STATUS QUO: LOKALE
WIRTSCHAFT IN KÖLN
GEFÄHRDET**



IFH KÖLN

Fazit

- 2/3 der Befragten stehen wirtschaftlich schlechter dar als 2019
- 4 von 10 Personen sehen sich in ihrer Existenz bedroht
- Unterstützungshilfen im 2. Lockdown lediglich in 3 von 10 Fällen vollständig ausgezahlt
- Digitalisierung in Vertrieb und Marketing mit starkem Fokus auf Homepage und Social Media
- lokale Vernetzung und Vernetzung mit eigener IG wird positiv betrachtet
- Frequenzverlust und fehlende Sauberkeit prägen das Erscheinungsbild der Veedel
- es herrscht Unzufriedenheit mit den politischen Entscheidungen im Land und der/dem Stadt/Veedel

Umfrageergebnisse der Händlerbefragung zur aktuellen Situation in Köln

- Einführung
- Wirtschaftliche Lage
- Hilfen im 1. Lockdown
- Hilfen im 2. Lockdown
- Probleme
- Persönliche Maßnahmen
- Maßnahmen von außen
- Aktuelle Stimmungslage
- Strukturdaten

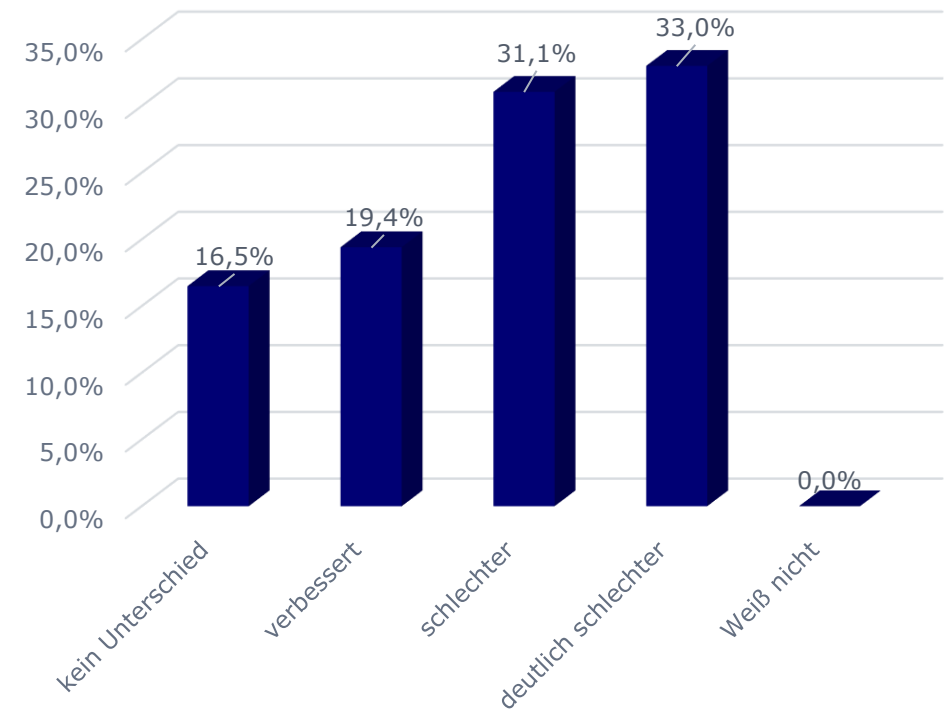
Einführung

- Coronapandemie und Maßnahmen der Regierung führen zu außergewöhnlicher Situation der Wirtschaft
- Notwendigkeit einer Umfrage zur Beurteilung der Situation in den Veedeln
- Gemeinsame Erstellung der Umfrage durch die Interessengemeinschaften des Dachverbands Veedell(i)eben e.V. und des Instituts für Handelsforschung Köln (IFH)
- Durchführung der Umfrage im Zeitraum vom 23.3-9.4.2021
- Teilnehmer der Umfrage aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung und Handwerk

Wirtschaftliche Lage

- etwa 2/3 der Händler stehen wirtschaftlich schlechter dar, als zum Vergleichsjahr 2019
- lediglich 1/5 der Händler hat Zuwächse erfahren
- knapp 17% merken keine Unterschiede

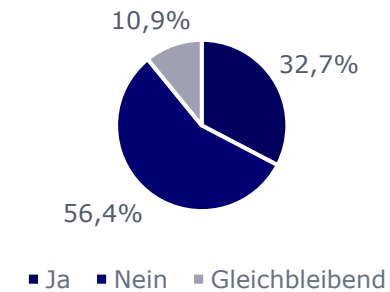
Wirtschaftliche Lage im Vergleich zu 2019



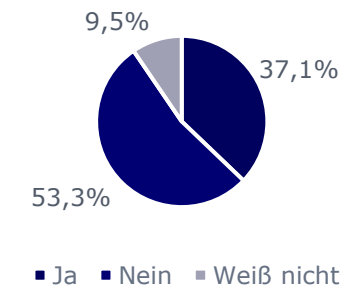
Wirtschaftliche Lage

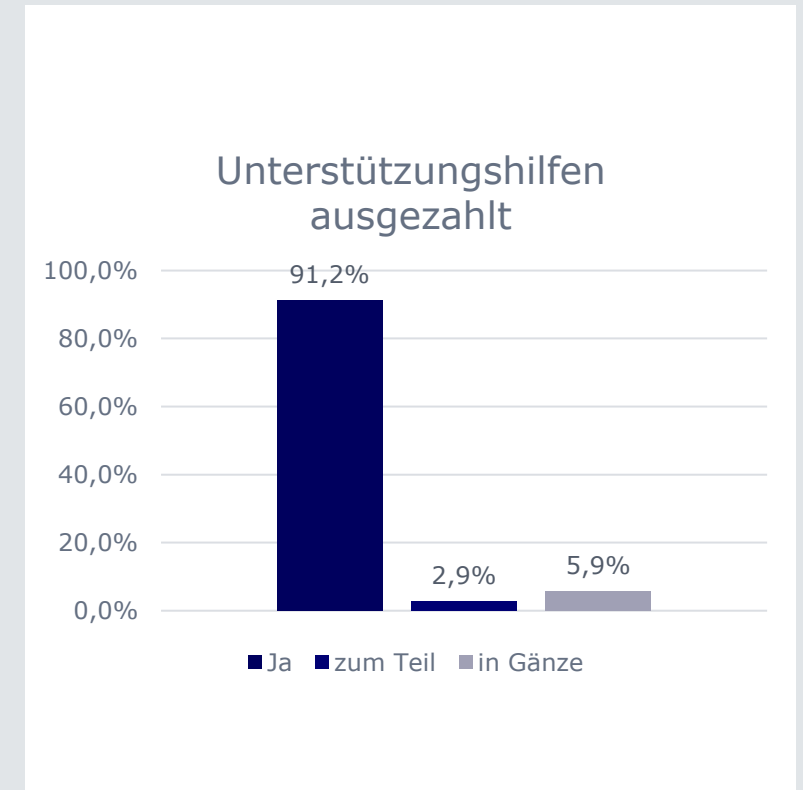
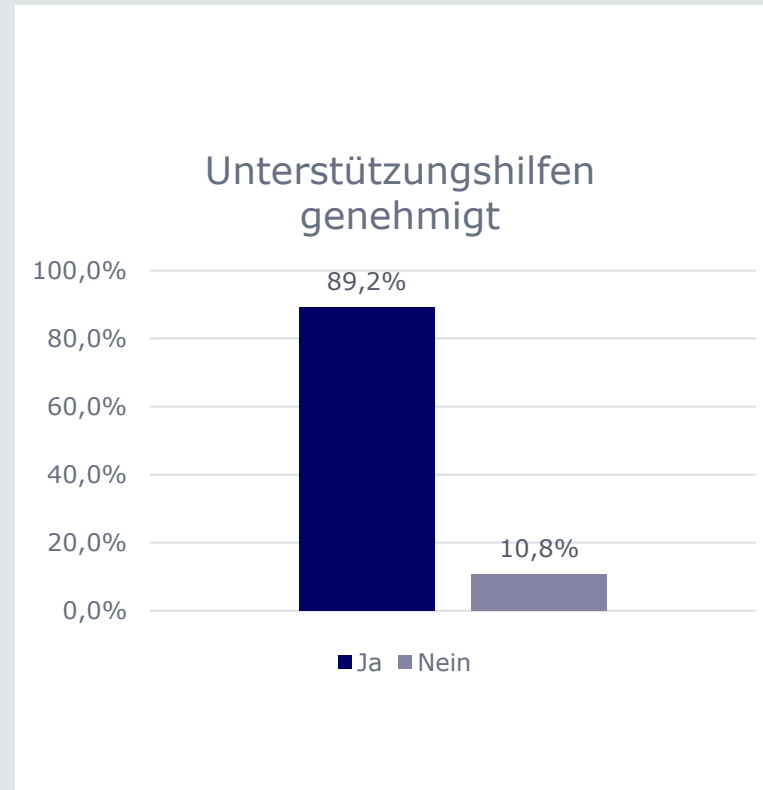
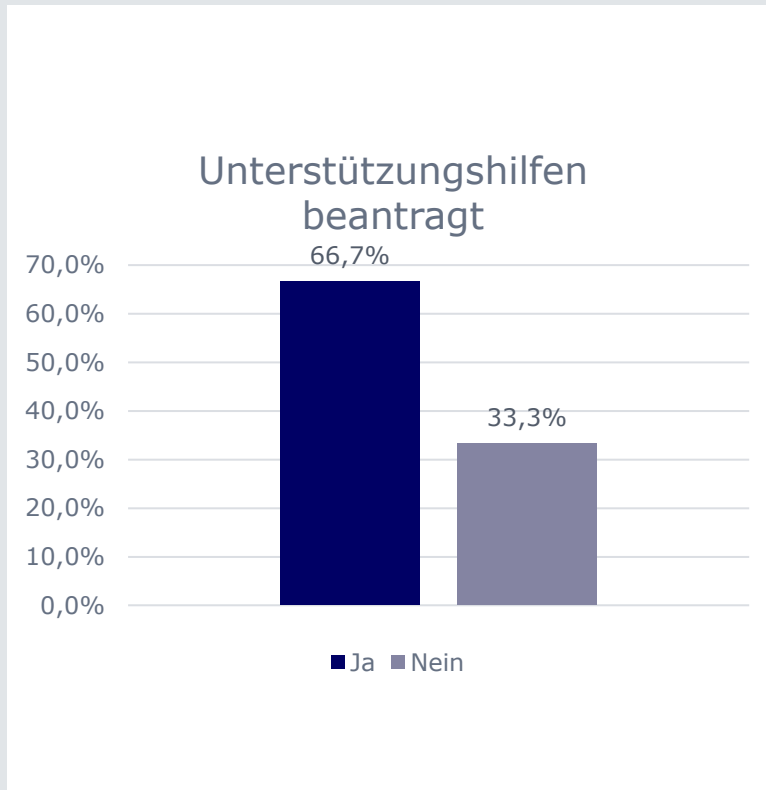
- 2/3 der Händler haben ohne Umsatzplus abgeschlossen
- 37% der Befragten fühlen sich, zum jetzigen Zeitpunkt in Ihrer Existenz bedroht

Haben Sie 2020 mit einem Umsatzplus abgeschlossen?

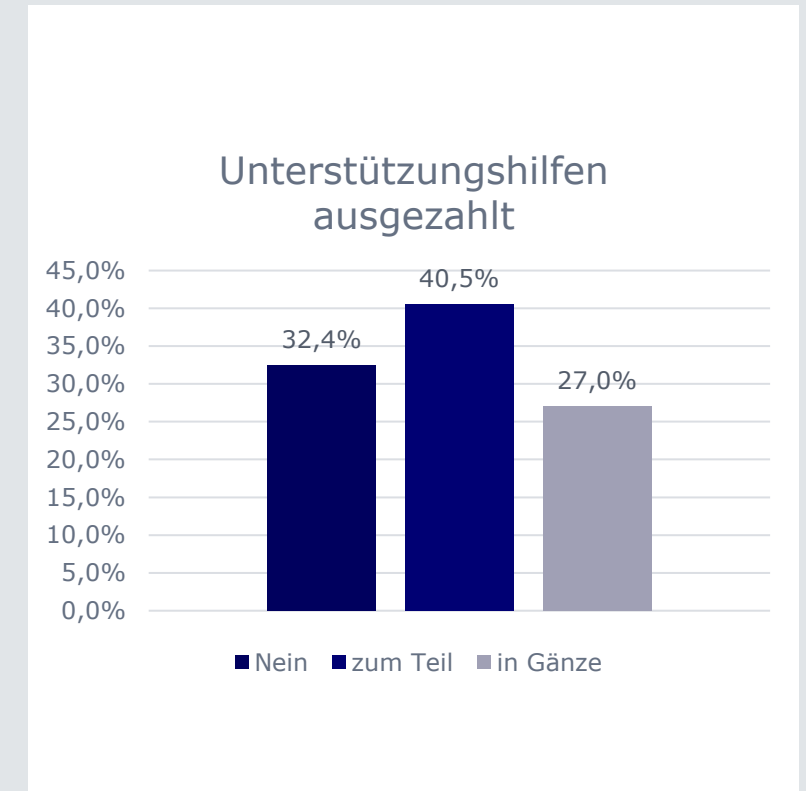
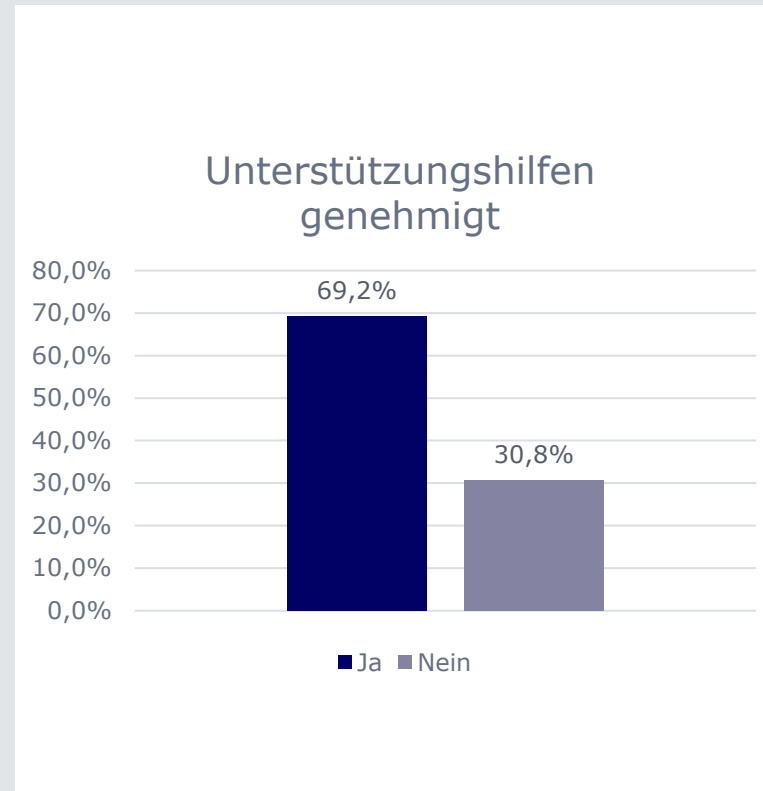
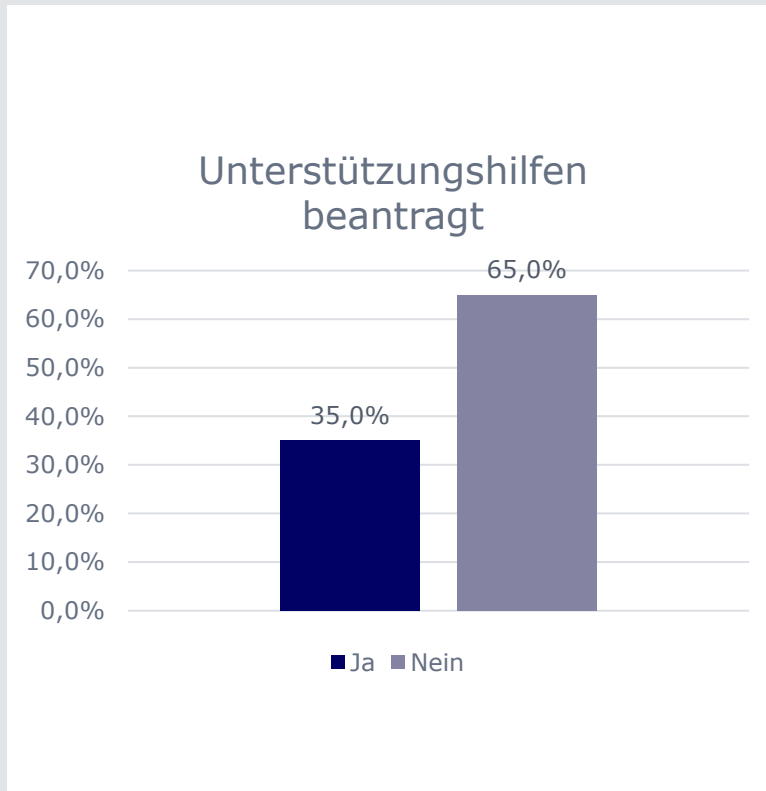


Fühlen Sie sich in Ihrer Existenz bedroht?





- 2/3 Drittel der Händler stellten im ersten Lockdown Anträge für Unterstützungshilfen
- In 9 von 10 Fällen wurden die Anträge genehmigt
- in mehr als 90% der Fälle wurden die Hilfen in vollem Umfang ausgezahlt

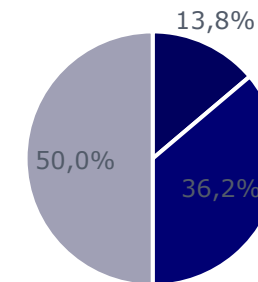


- fast 2/3 Drittel der Händler stellten im 2. Lockdown keine Anträge für Unterstützungshilfen
- bei 70% der Befragten, die Anträge stellten, wurden die Anträge genehmigt
- in 3 von 10 Fällen wurden die Hilfen in vollem Umfang, in 4 von 10 Fällen in Teilen ausgezahlt

Probleme

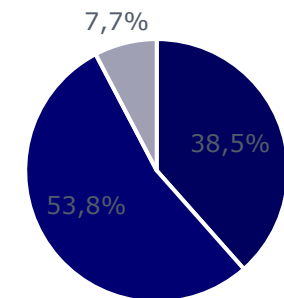
- Die Beschaffung von Produkten führte bei jeder zweiten Befragten Person zu Problemen
- in fast jedem vierten Betrieb erhöhten sich die Verpackungsmaterialien

Beschaffung von Produkten



- starke Probleme
- schwache Probleme
- keine Probleme

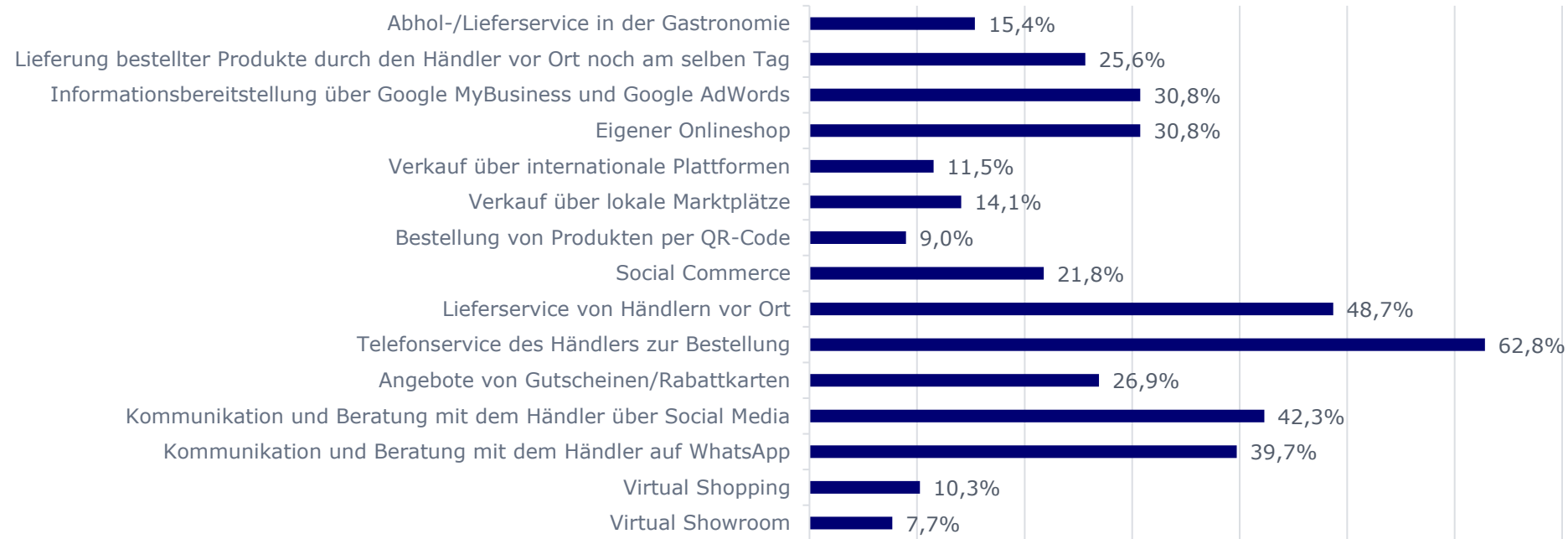
Anteil Verpackungsmaterialien erhöht?



- Ja
- Nein
- Weiß nicht

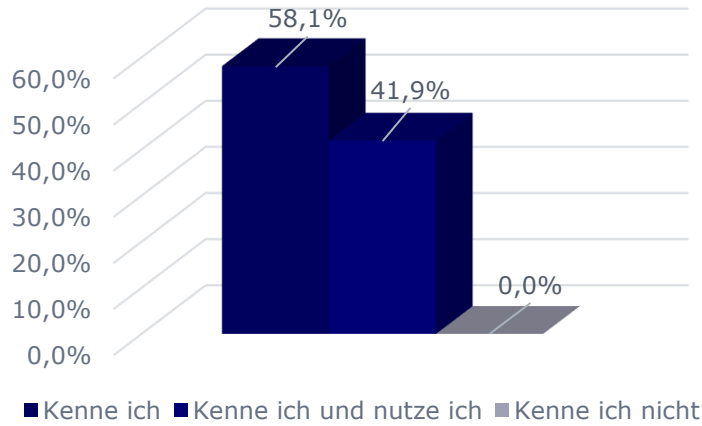
Persönliche Maßnahmen

Online-Vertriebsmöglichkeiten

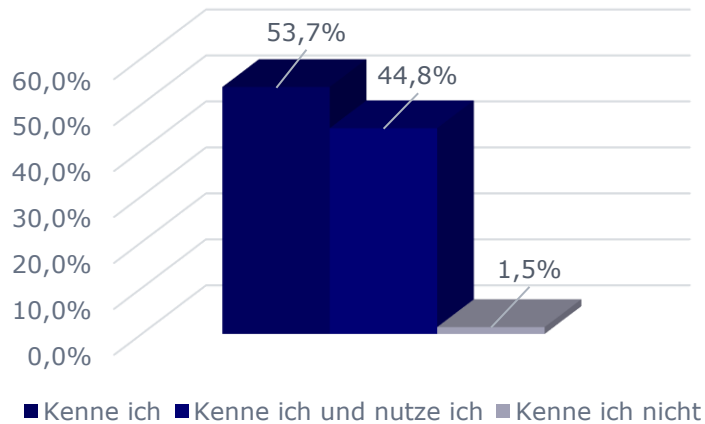


meistgenutzte Vertriebsmöglichkeit der Händler sind der **Telefonservice**, eigene **Lieferservices**, die Kommunikation und Beratung über **Social Media** und **WhatsApp** sowie ein eigener **Onlineshop** und die Nutzung von **Google**-Konten wie MyBusiness und AdWords

Newsletter

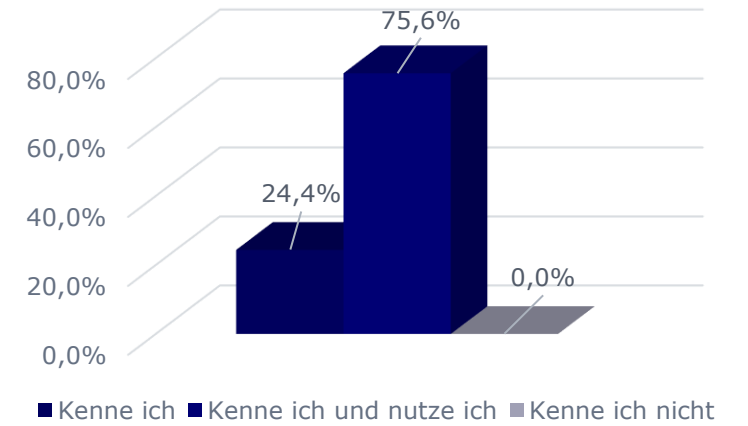


Lokale Printmedien

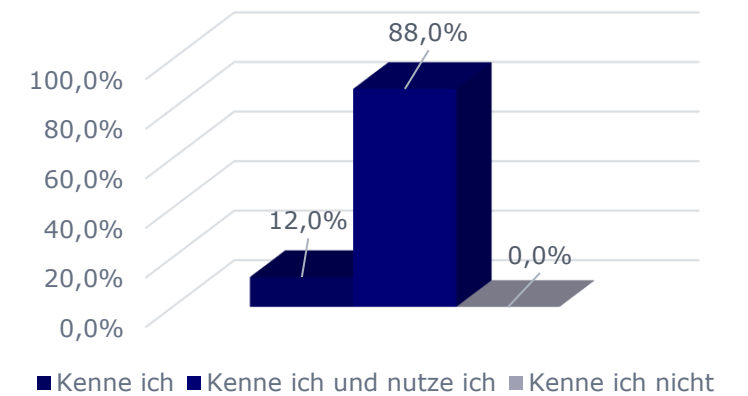


- lokale Marketingstrategien sind bekannt
- Newsletter und Printmedien werden weniger genutzt
- Vielzahl der Betriebe setzt auf eine eigene Homepage und die Vermarktung in sozialen Medien wie Facebook oder Instagram
- Digitalisierung von großer Bedeutung

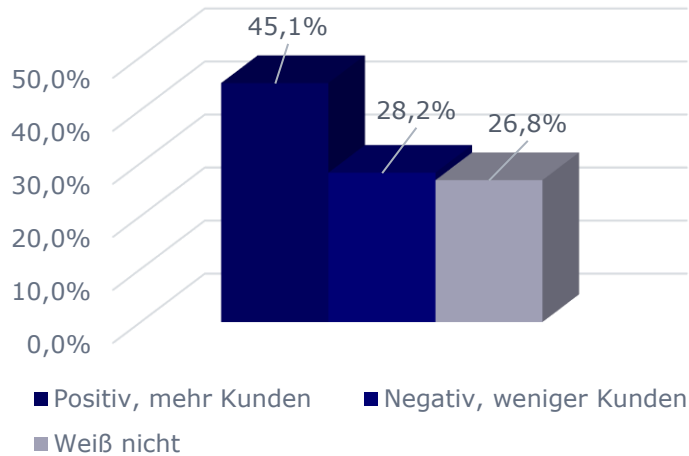
Social Media



Homepage

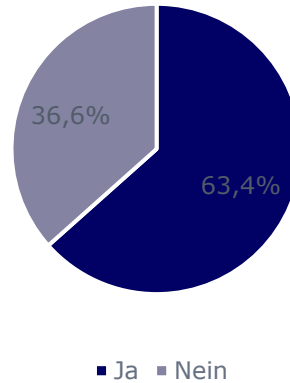


Resonanz der Kunden auf Marketingaktionen



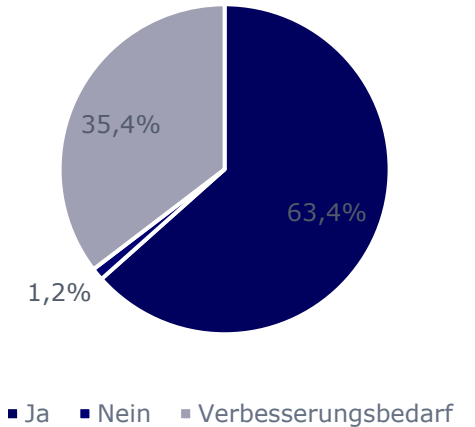
- Marketingaktionen führen bei 45% der Befragten zu mehr Kunden
- 28% haben weniger Kunden, Gründe müssen nicht bei Marketingaktionen liegen

Nutzen Sie die lokale Vernetzung Ihrer Interessengemeinschaft?



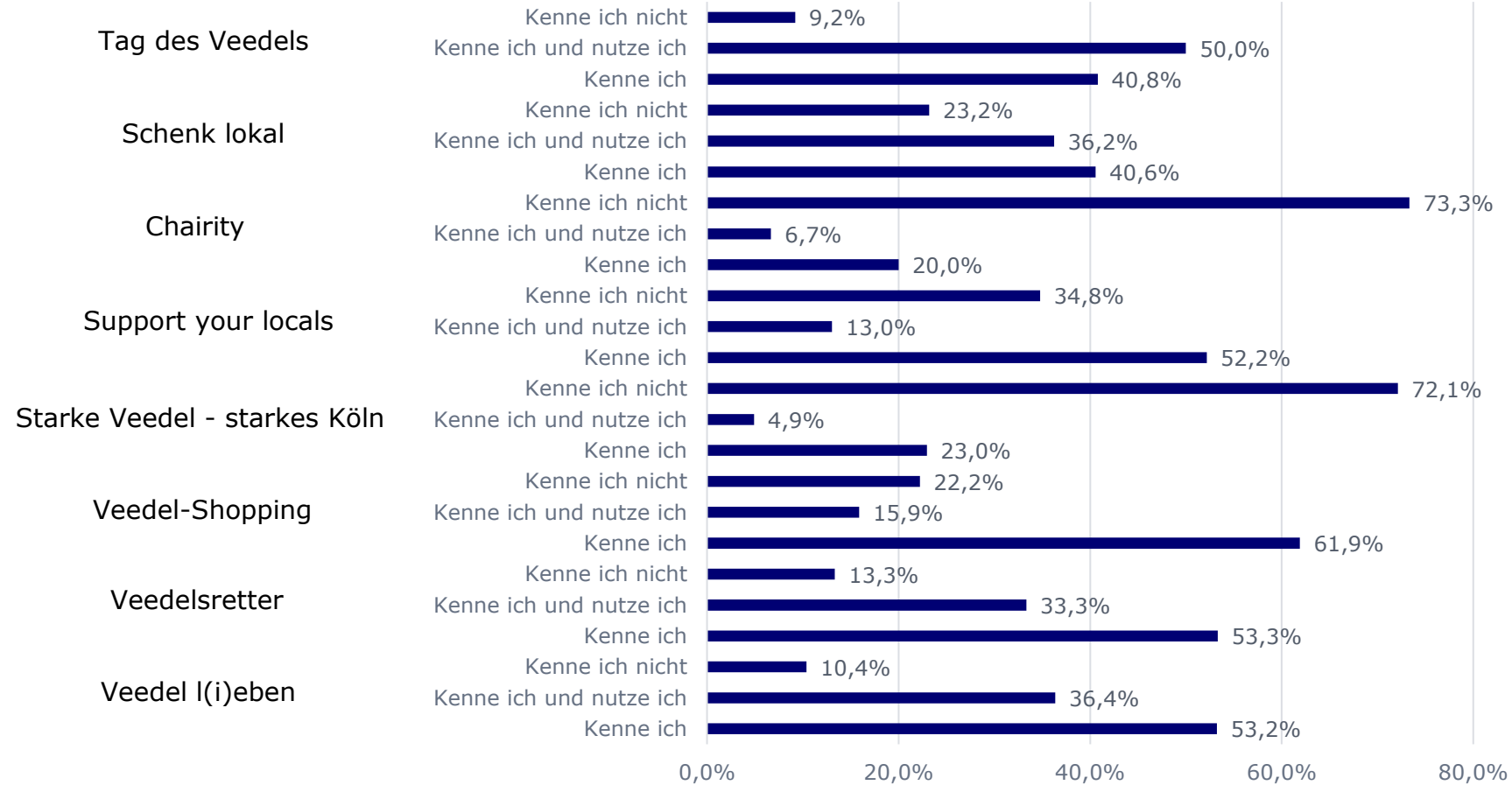
- fast 2/3 der Händler nutzen lokale Vernetzung der Interessengemeinschaften
- fördert Zusammenhalt und kann zu Kooperationen führen

Fühlen Sie sich gut vernetzt?

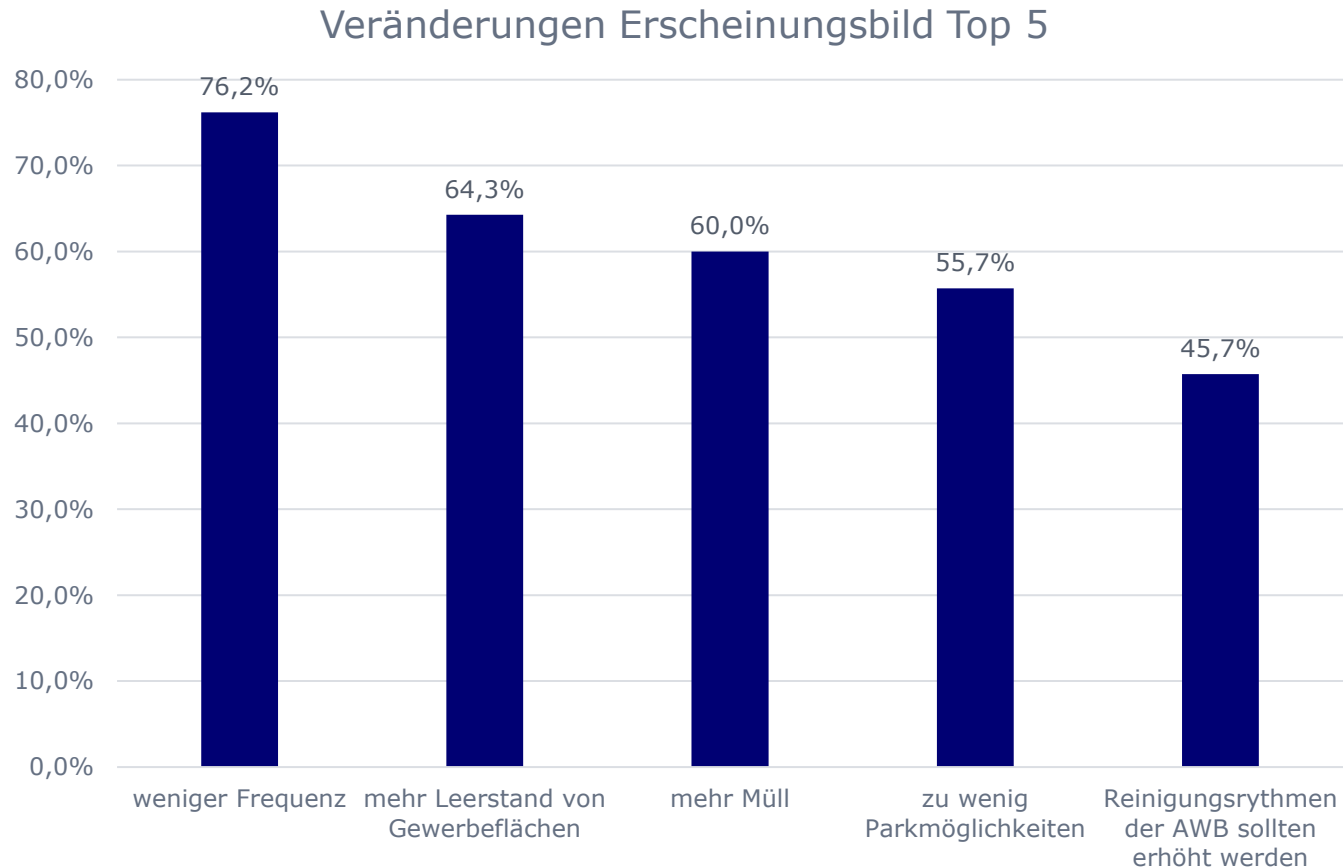


- 2/3 der Händler fühlen sich bereits gut vernetzt
- lediglich 1% fühlt sich schlecht vernetzt
- 35% sehen noch Verbesserungsbedarf

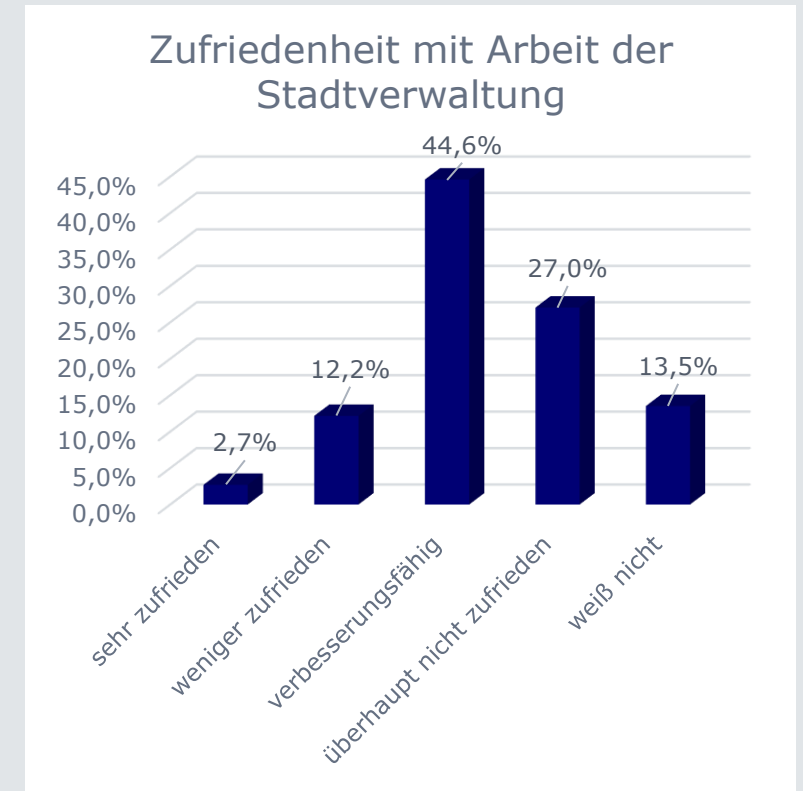
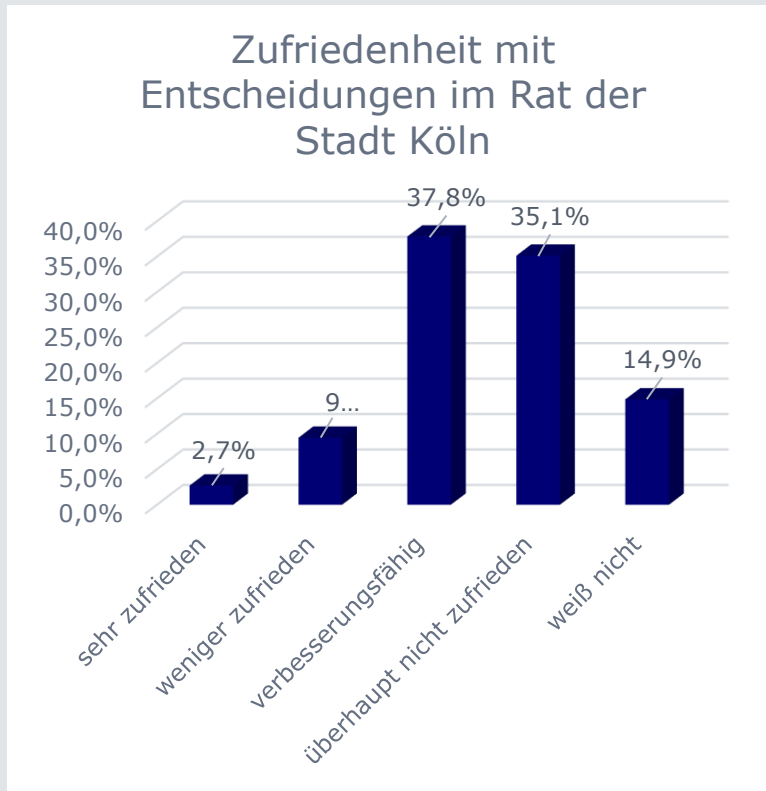
Welche Initiativen werden genutzt?



Maßnahmen von außen



- Veränderungen in der Wahrnehmung der Veedel werden vor allem in den Frequenzeinbrüchen deutlich (>75%)
- Leerstände werden vermehrt wahrgenommen
- Sauberkeit als wichtiger Aspekt, für das Image der Veedel
- Parkmöglichkeiten stehen nur begrenzt zur Verfügung



- Unzufriedenheiten in allen Bereichen der Verwaltungsebene über den Rat und die Stadtverwaltung bis in die Veedel
- es wird viel Verbesserungsbedarf gefordert
- die Minderheit der Befragten ist mit der Arbeit und den Entscheidungen zufrieden

Forderungen an die Kölner Politik

Bürokratie-Abbau

Kreativität

Identifikation mit Gewerbetreibenden

Unterstützung

Sauberkeit

Öffnung des Einzelhandels

kurzer, harter Lockdown

Entschlossenheit

Einbindung des Dachverbands bei politischen Entscheidungen

Umsetzungskraft

Gradlinigkeit

Ordnung

Fahrzeugwahl nicht einschränken

klare Entscheidungen

Transparenz

Wünsche an die Politik für die Veedel

Bürgergespräche

Sonntagsöffnungen

Unterstützung

Kommunikation

Vertrauen

Vernetzung

Entscheidungsfreiheit

Parkplätze

Sauberkeit

Pflege

Grünanlagen

Fußgängerzonen

Wünsche an die Stadtverwaltung

Beschaffung Impfdosen

Mehr verkaufsoffene Sonntage

Öffnung aller Geschäfte

Kreativität

schnelle Hilfen

Gerechtigkeit

CO2-Steuer

Zuschüsse

Durchsetzungskraft

einheitliche Beschlüsse

geregelte Öffnungszeiten

klare Struktur

Steuersenkungen

Zusatzsteuern Versandhandel

Maßnahmenwünsche an die Länder zur Belebung der Veedel

Änderung Impfstrategie

Gerechtigkeit

einheitliche Beschlüsse

Öffnung Geschäfte

weniger Bürokratie

Entscheidungsmacht für IG

Vertrauen

klare Struktur

Steuersenkungen

verkaufsoffene Sonntage

Unterstützung

Maßnahmenwünsche an die Interessengemeinschaften zur Belebung der Veedel

Durchhaltevermögen

Aktionen

Unterstützung

aktivere Mitglieder

Zuschüsse

Kommunikation mit Politik

Leerstandsmanagement

Vernetzung

Werbung

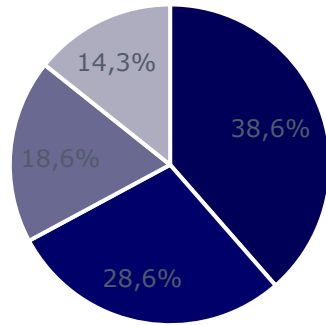
Halt- und Rückendeckung

Präsenz im Veedel

Gemütslage der Händler

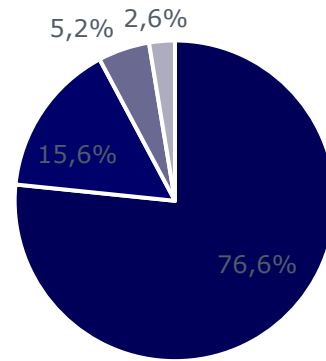
überfordert belastet ratlos ausgelaugt „mütend“
bevormundet mürbe positiv Corona-müde
desillusioniert demotiviert genervt bescheiden
leer Existenzängste schwerfällig erschöpft traurig
sauer gut optimistisch frustriert hoffnungslos
beteiligungslos hilflos schlecht

Umsatzgrößenklasse



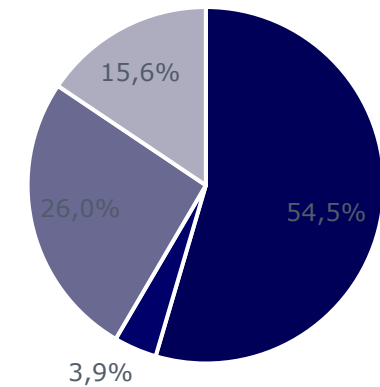
- Unter 200.000 €
- 200.000 bis 500.000 €
- 500.000 - 1,5 Mio. €
- über 1,5 Mio. €

Betriebsgröße



- 0 - 9 Mitarbeiter
- 10 - 30 Mitarbeiter
- 31 - 50 Mitarbeiter
- 50 Mitarbeiter und mehr

Branchenzugehörigkeit



- Einzelhandel
- Gastronomie
- Dienstleister
- Handwerk

WENN SIE FRAGEN HABEN ...



Boris Hedde

Geschäftsführer

+49 (0) 221 943607-11
b.hedde@ifhkoeln.de



Hans-Günter Grawe

Geschäftsführer/Handelskümmerer

+49 (0) 151-12532330
hg.grawe@veedellieben.de



Veedell(i)eben e.V.

Dachverband der Kölner
Interessengemeinschaften



info@veedellieben.de

IFH KÖLN
Erfolgreich im Handeln

IFH Köln GmbH

Dürener Str. 401 b
50858 Köln

+49 (0) 221 943607-10
www.ifhkoeln.de

 @ifhkoeln
 /company/ifh-koeln-gmbh