

Brandmeyer Stadtmarken-Monitor 2020

Deutschlands Städte in der
Wahrnehmung der Bevölkerung

Wichtigste Ergebnisse 2020

Brandmeyer Markenberatung



PUBLIC MARKETING

Hintergrund des Stadtmarken-Monitors 2020

- Seit 2010, dem Jahr des ersten Brandmeyer Stadtmarken-Monitors, hat das Thema „**Stadt als Marke**“ eine ungeahnte Dynamik bekommen
- Seitdem haben zahlreiche Städte und Kommunen neue Markenprozesse aufgesetzt und zum Thema „Stadt als Marke“ wurde viel **geforscht, geschrieben und diskutiert**
- Die **Städte haben sich verändert** und gleichzeitig auch die **Wahrnehmung und Bedürfnisse der Bevölkerung**
- Was hat sich verändert? Was ist geblieben? Welche Städte haben in der Wahrnehmung der Bevölkerung aufgeholt? Und wie gut sind die Städte aus Sicht der deutschen Bevölkerung für **Themen der Zukunft** aufgestellt
- Im Gegensatz zu herkömmlichen, auf Kennzahlen basierenden Rankings interessierte uns dabei die **subjektive Wahrnehmung** der Menschen
- Dazu wurde eine **bevölkerungsrepräsentative Umfrage** mit **10.000 Befragten** durchgeführt, welche die **50 größten Städte** Deutschlands einbezogen hat
- Die **Platzierungen** im Stadtmarken-Monitor spiegeln ausdrücklich nicht wider, wie stark die Städte in den verschiedenen Bereichen „objektiv“ sind, sondern wie sie durch die Bevölkerung Deutschlands „**subjektiv**“ wahrgenommen werden

Auswahl der Städte

Die 49 größten Städte in Deutschland + Landeshauptstadt Schwerin wurden in die Befragung einbezogen:

Aachen	Gelsenkirchen	Mannheim
Augsburg	Hagen	Mönchengladbach
Berlin	Halle (Saale)	Mülheim an der Ruhr
Bielefeld	Hamburg	München
Bochum	Hamm	Münster
Bonn	Hannover	Nürnberg
Braunschweig	Karlsruhe	Oberhausen
Bremen	Kassel	Oldenburg
Chemnitz	Kiel	Osnabrück
Dortmund	Köln	Potsdam
Dresden	Krefeld	Rostock
Duisburg	Leipzig	Saarbrücken
Düsseldorf	Leverkusen	Schwerin
Erfurt	Lübeck	Stuttgart
Essen	Ludwigshafen am Rhein	Wiesbaden
Frankfurt am Main	Magdeburg	Wuppertal
Freiburg im Breisgau	Mainz	



Was mit dem Stadtmarken-Monitor ermittelt wurde

- **Markenstärke-Ranking**

Wie stark sind die größten deutschen Städte als Marken in der Wahrnehmung der Bevölkerung?
(in der Gesamtbevölkerung und in drei Altersklassen)

- **Rankings für neun Teildimensionen der Markenstärke**

Sympathie, gute Gründe zum Wohnen/Leben, Empfehlungsbereitschaft, guter Ruf, Einzigartigkeit, Zuzugsbereitschaft, Ziel als Städtereise, zukünftige Entwicklung, Gesamtattraktivität (Gesamt und in drei Altersklassen)

- **Rankings für acht spezifische Facetten der Attraktivität**

Klares Bild, Lebensqualität, wirtschaftliche Stärke, Attraktivität der Innenstadt, Schönheit des Stadtbildes, Attraktivität für junge Leute, Attraktivität für Ältere, Attraktivität für Familien (Gesamt und in drei Altersklassen)

- **Zusätzliche Fragen zu relevanten Zukunftsthemen**

Klima- und Umweltschutz, Mobilitätsangebote, Digitalisierung, bezahlbarer Wohnraum, Sicherheit (Gesamt und in drei Altersklassen)

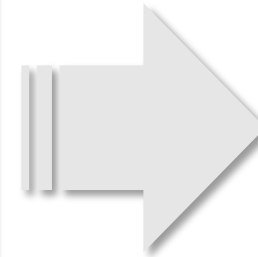
Eckdaten der Befragung

- Gesamt-Stichprobe: **10.000 Befragte**, repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung Deutschlands ab 18 Jahre (jeder Befragte bewertete 5 Städte, d.h. pro Stadt basieren die Werte auf den Antworten von ca. 1.000 Befragten)
- Methode: **Online-Befragung** auf Basis von Konsumenten-Panels durch **Kantar Deutschland**
- Methodik und Datenanalyse: **Brandmeyer Markenberatung / Konzept & Markt**
- Anlage der Befragung:
 - Skalierte Abfrage von Items zu den verschiedenen Befragungsdimensionen
 - Rankings für Markenstärke-Index gesamt sowie für alle abgefragten Einzel-Aspekte von Markenstärke und Attraktivität

Markenstärke-Ranking

Aus neun Dimensionen der Markenstärke wurde ein Index gebildet (mit gleicher Gewichtung):

- (...) finde ich rundum sympathisch
- Es gibt gute Gründe, in (...) zu wohnen und zu leben
- (...) hat einen sehr guten Ruf
- (...) ist einzigartig
- Ich könnte mir vorstellen, nach (...) zu ziehen
- Ich könnte mir vorstellen, einem guten Freund (...) zum Leben und Arbeiten zu empfehlen
- (...) ist ein tolles Ziel für eine Städtereise
- Ich glaube, (...) wird sich in der Zukunft sehr gut entwickeln
- (...) finde ich insgesamt sehr attraktiv

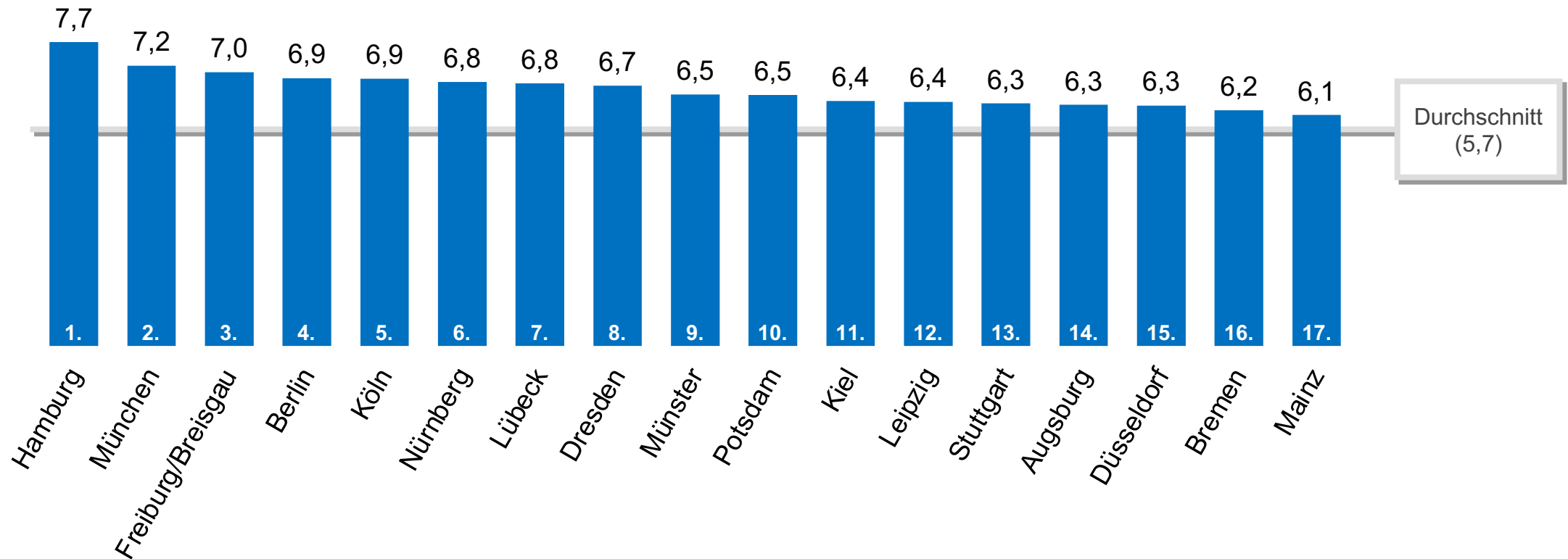


MARKENSTÄRKE

Brandmeyer Stadtmarken-Monitor 2020

RANKING
MARKENSTÄRKE
(SPITZENFELD)

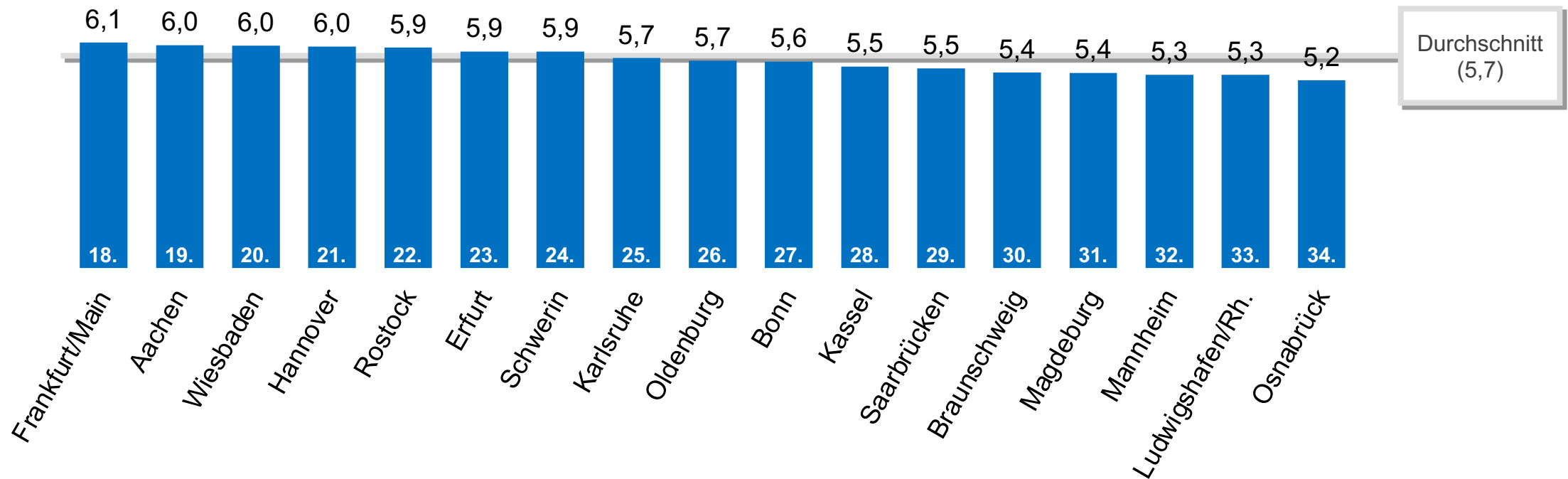
Hamburg ist unverändert zu 2015 die stärkste Stadtmarke Deutschlands; München und Freiburg folgen



Brandmeyer Stadtmarken-Monitor 2020

RANKING
MARKENSTÄRKE
(MITTELFELD)

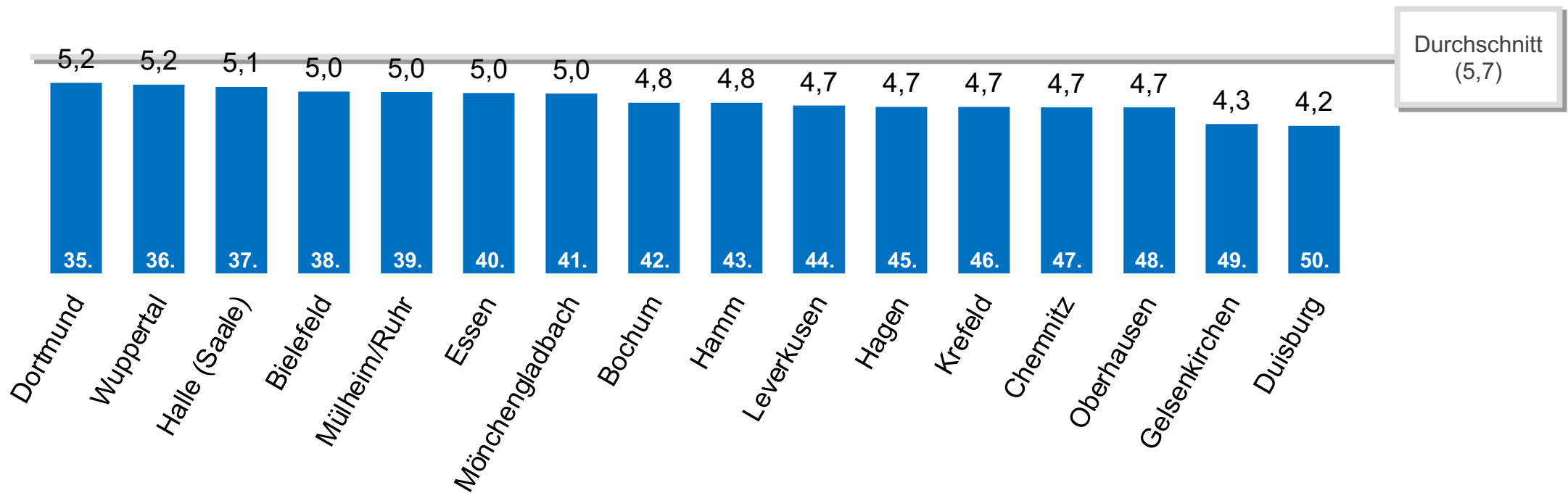
Markenstärke-Ranking: Das Mittelfeld



Brandmeyer Stadtmarken-Monitor 2020

RANKING
MARKENSTÄRKE
(SCHLUSSFELD)

Die Städte mit niedriger Markenstärke befinden sich vor allem in Nordrhein-Westfalen



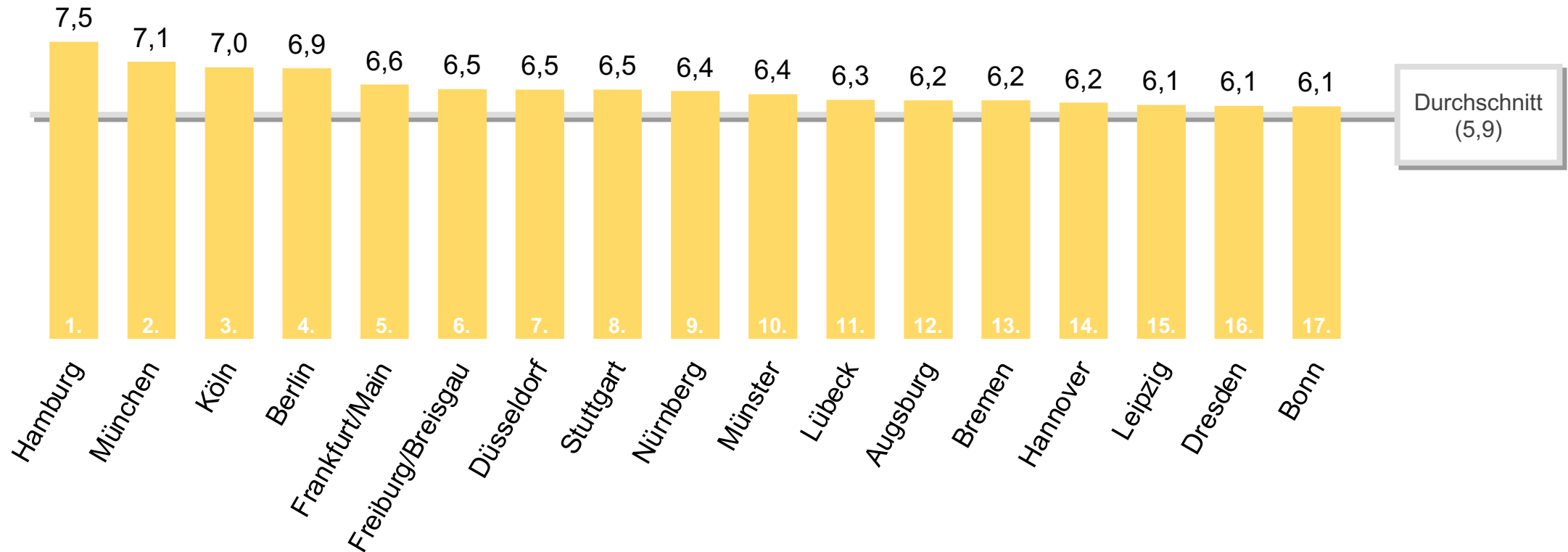
Markenstärke-Ranking nach Altersgruppen

Brandmeyer Stadtmarken-Monitor 2020

RANKING
MARKENSTÄRKE
(SPITZENFELD)

BEFRAGTE: BIS 29 JAHRE

Unter den jungen Menschen ist die stärkste Stadtmarke unverändert zu 2015 Hamburg; Frankfurt verbessert sich von Platz 11 in 2015 auf den fünften Rang

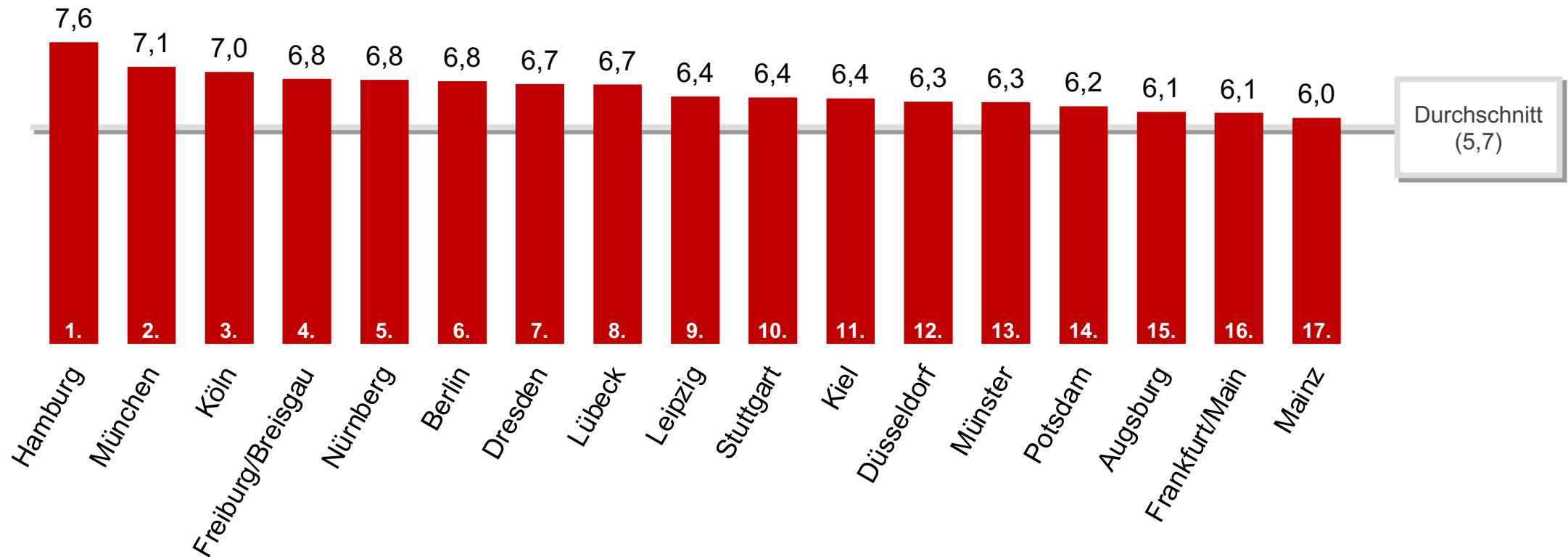


Brandmeyer Stadtmarken-Monitor 2020

RANKING
MARKENSTÄRKE
(SPITZENFELD)

BEFRAGTE: 30-49 JAHRE

Bei den 30- bis 49-Jährigen sind Hamburg und München die stärksten Stadtmarken; Köln folgt



Brandmeyer Stadtmarken-Monitor 2020

RANKING
MARKENSTÄRKE
(SPITZENFELD)

BEFRAGTE: AB 50 JAHRE

Bei den Deutschen ab 50 Jahren sind die stärksten Stadtmarken weiterhin wie auch in 2015 Hamburg, Freiburg und München

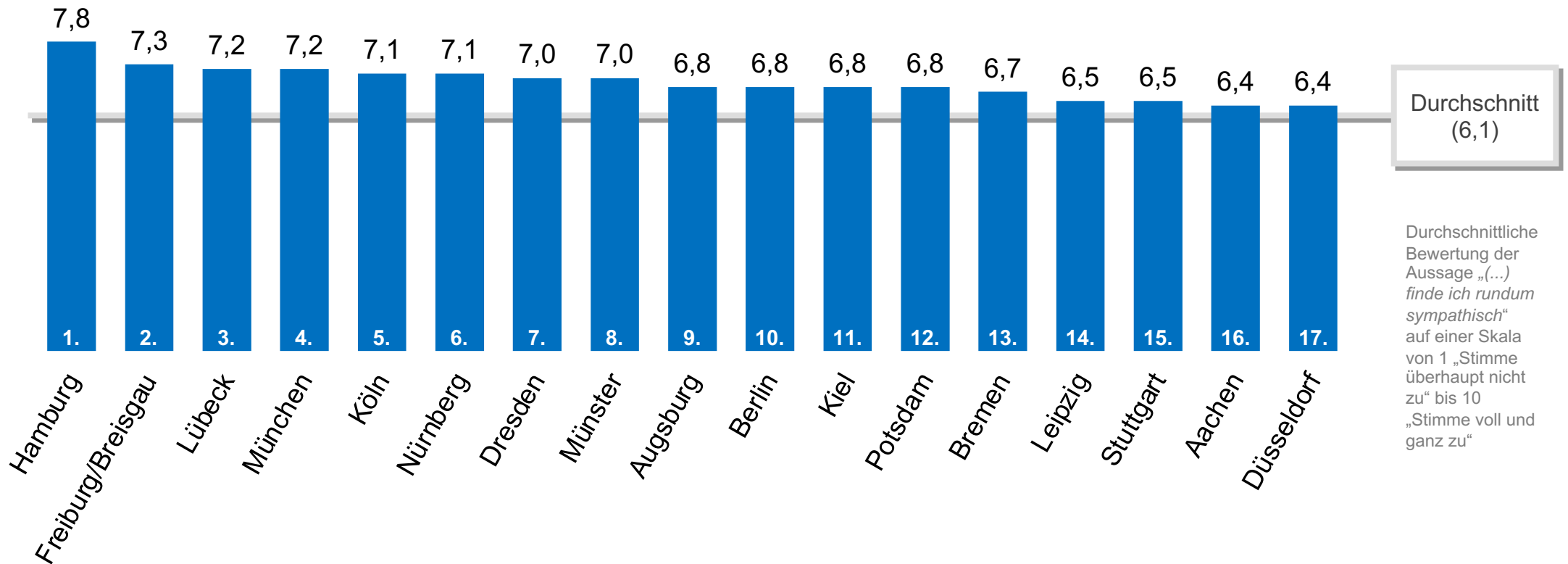


Einzelne Dimensionen der Markenstärke

Brandmeyer Stadtmarken-Monitor 2020

RANKING
SYMPATHIE
(SPITZENFELD)

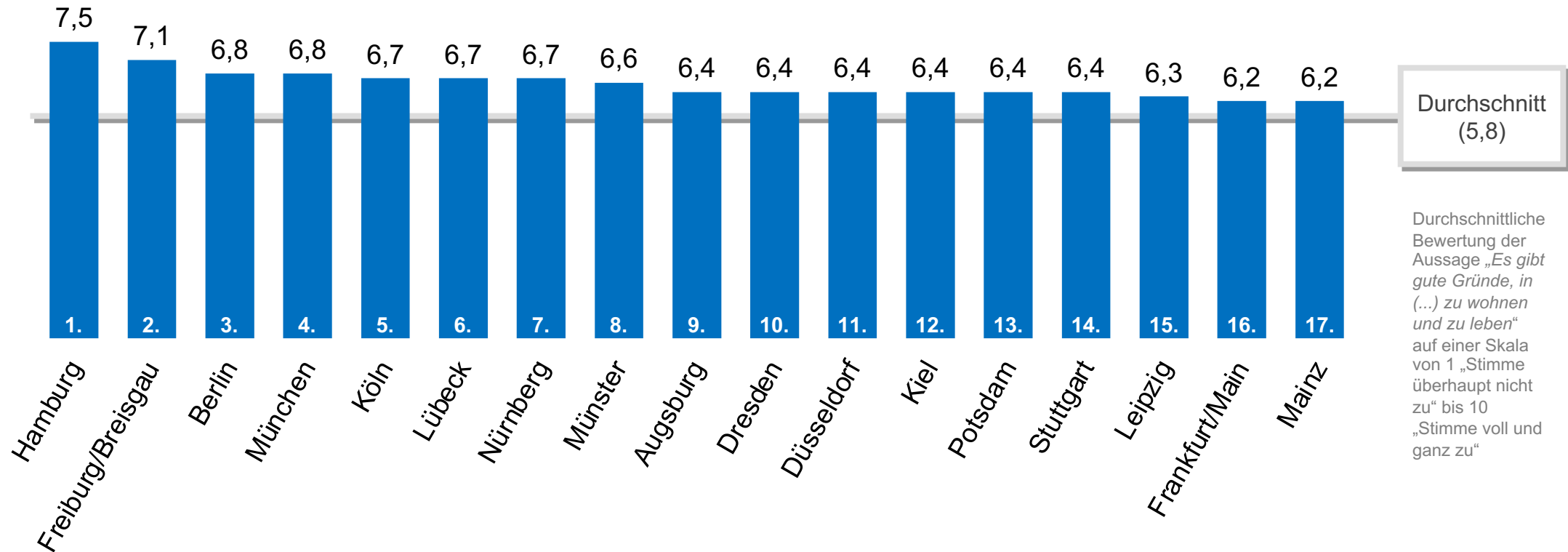
Die sympathischste Stadt Deutschlands ist Hamburg;
Freiburg, Lübeck und München folgen



Brandmeyer Stadtmarken-Monitor 2020

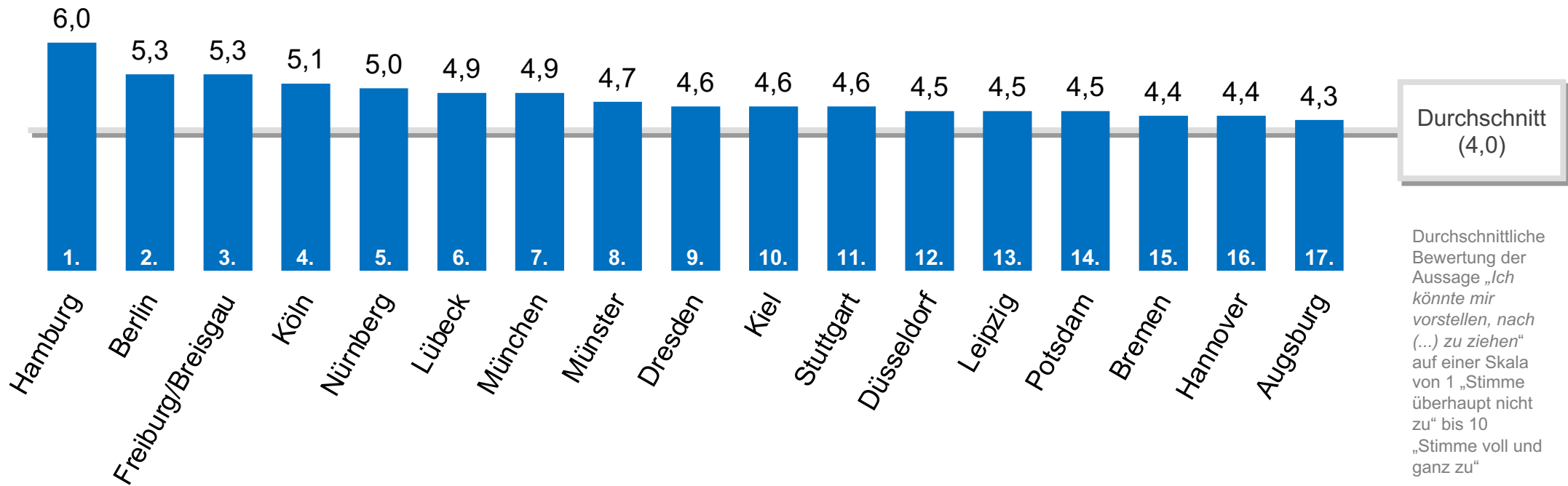
RANKING
GUTE GRÜNDE ZUM
WOHNEN / LEBEN
(SPITZENFELD)

Wenn es um gute Gründe zum Leben in der Stadt geht, liegen Hamburg, Freiburg, Berlin und München ganz vorne

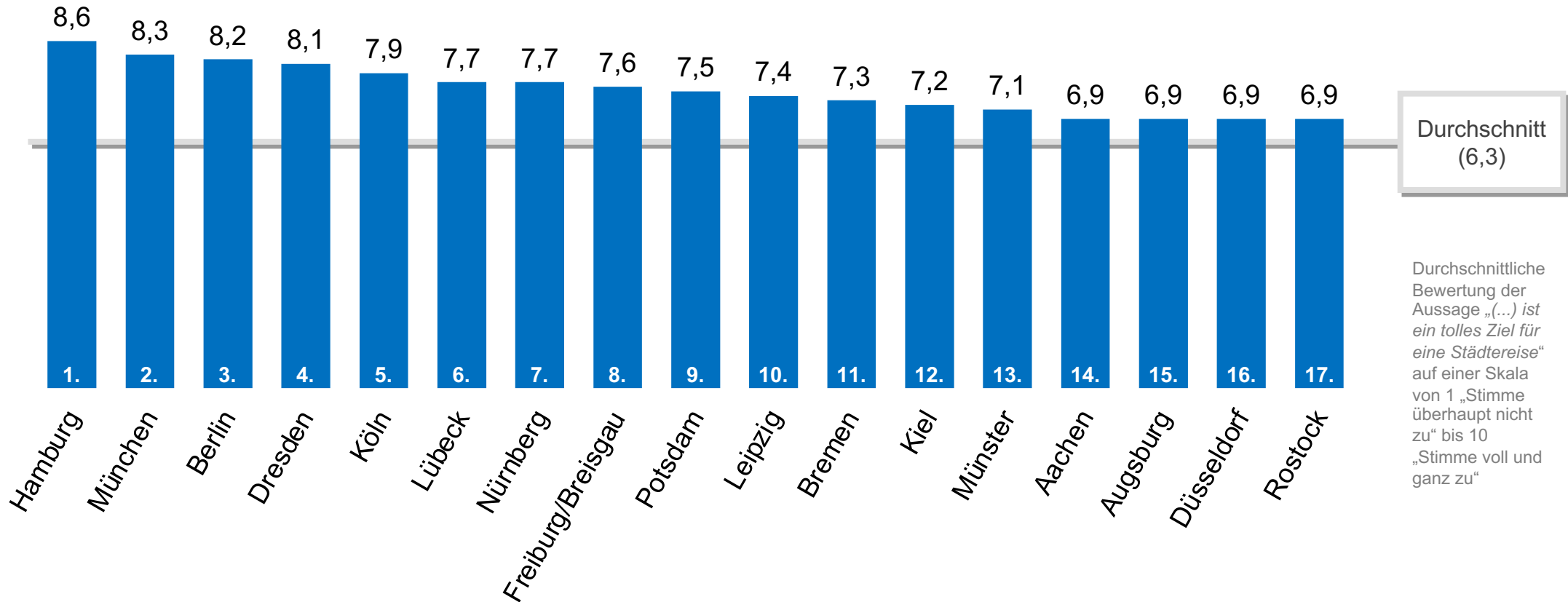


Zuzugsbereitschaft:

Die Befragten würden am ehesten nach Hamburg ziehen;
Berlin und Freiburg folgen



Hamburg ist das beliebteste Ziel für eine Städtereise –
München, Berlin und Dresden folgen



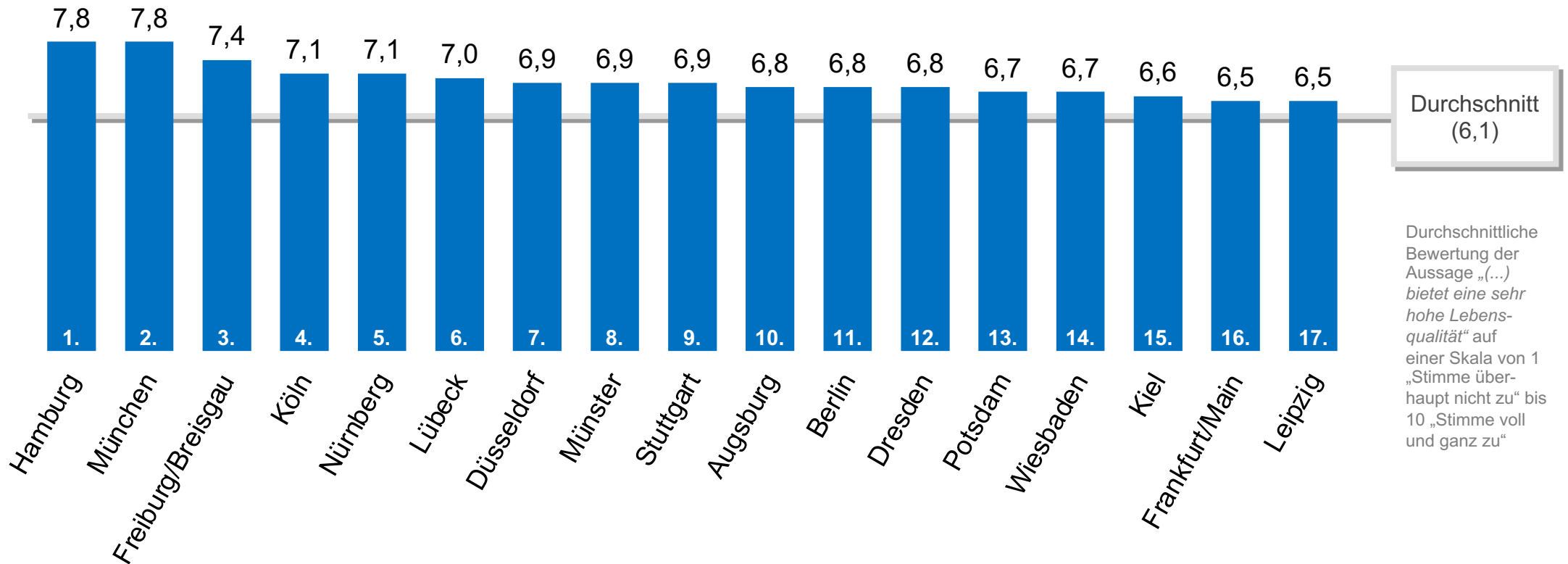
Facetten der Attraktivität

Folgende Facetten der Attraktivität wurden abgefragt :

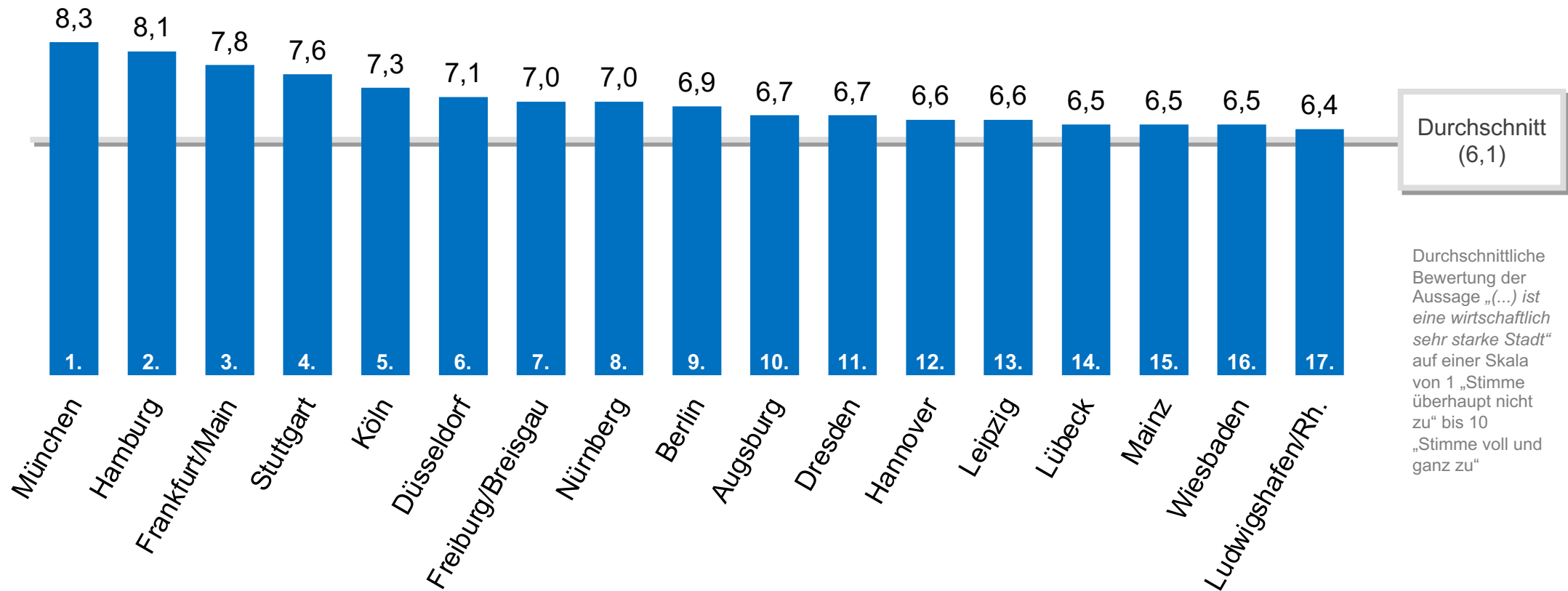
- Von (...) habe ich ein klares Bild vor Augen, also ganz konkrete Vorstellungen
- (...) bietet eine sehr hohe Lebensqualität
- (...) ist eine wirtschaftlich sehr starke Stadt
- (...) hat eine attraktive Innenstadt
- (...) ist eine sehr schöne Stadt
- (...) ist für junge Leute sehr attraktiv
- (...) ist für ältere Menschen sehr attraktiv
- (...) ist für Familien sehr attraktiv



Die höchste Lebensqualität schreiben die Befragten Hamburg und München zu; es folgen Freiburg und Köln



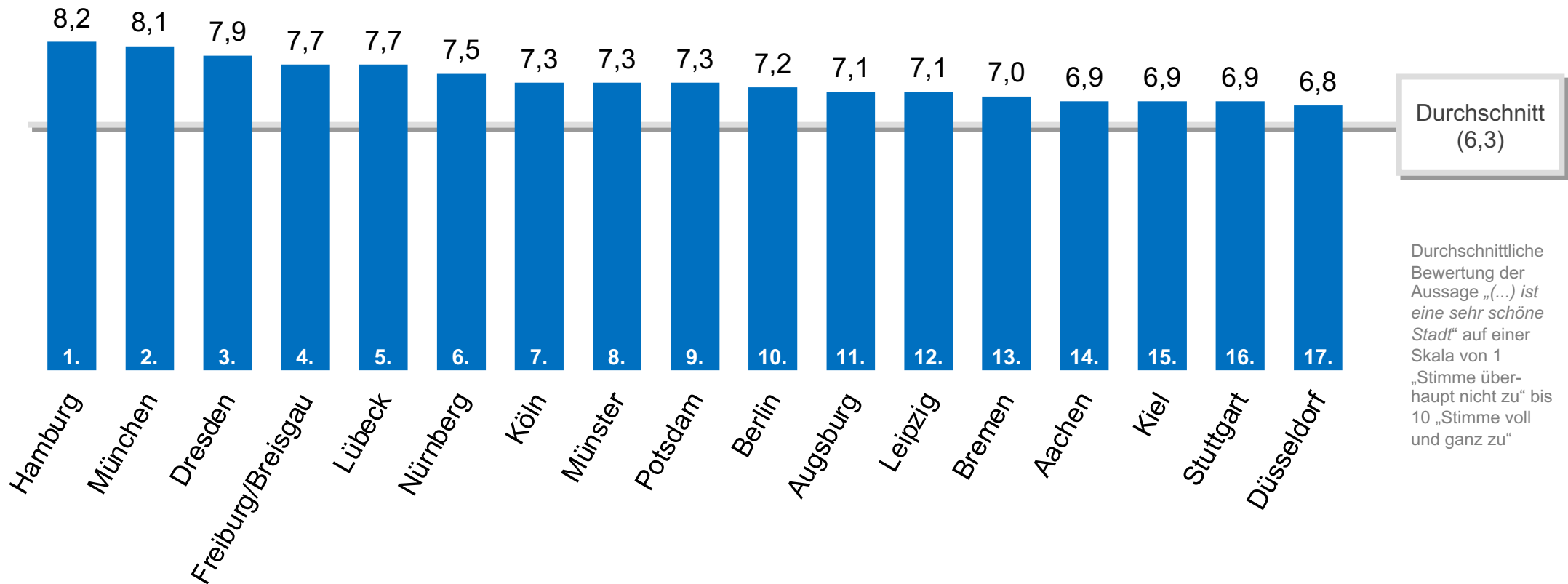
München, Hamburg und Frankfurt werden als die wirtschaftlich stärksten Städte wahrgenommen



Brandmeyer Stadtmarken-Monitor

RANKING
SCHÖNES STADTBILD
(SPITZENFELD)

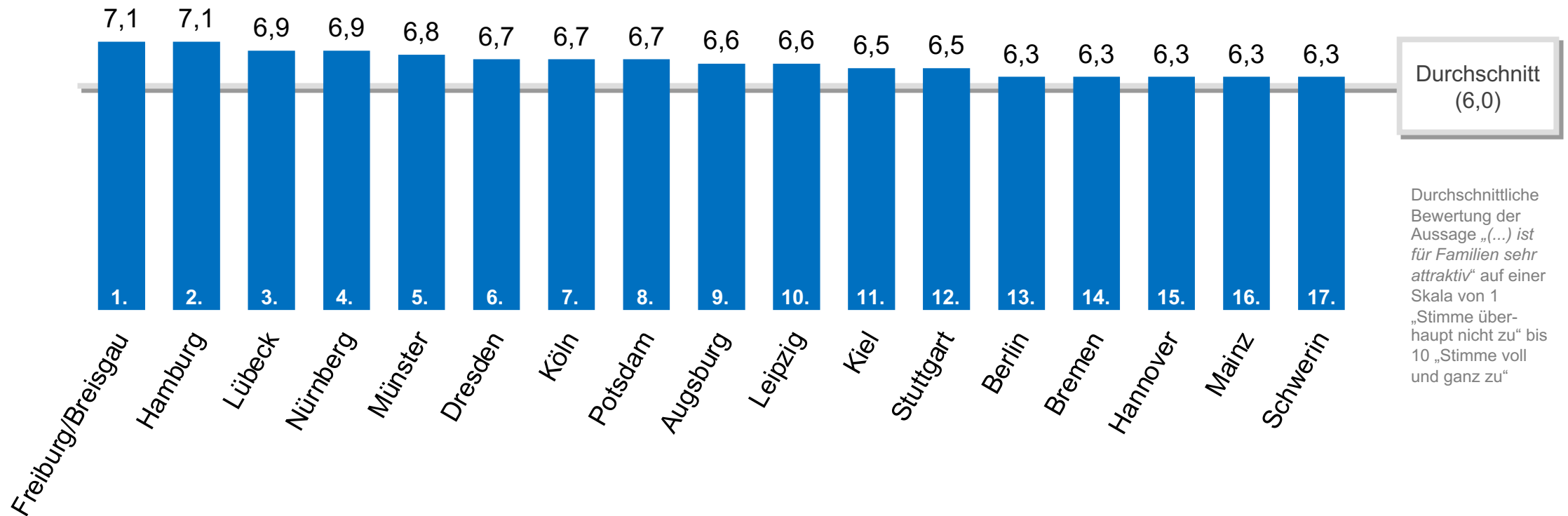
Für die Befragten hat Hamburg das schönste Stadtbild; München und Dresden folgen



Brandmeyer Stadtmarken-Monitor

RANKING
ATTRAKTIVITÄT FÜR FAMILIEN
(SPITZENFELD)

Für die Befragten sind Freiburg und Hamburg die attraktivsten Städte für Familien; Lübeck und Nürnberg folgen



Sie wollen mehr wissen?

Die **Vollversion** des **Brandmeyer-Stadtmarkenmonitors** mit allen Detailergebnissen umfasst **384 Seiten** und kann ab sofort exklusiv bei Konzept & Markt als PDF für **490€** bestellt werden.

Die Vollversion enthält umfangreiche Auswertungen und Vergleiche zu den Themen

- Markenstärke
- Facetten der Attraktivität
- Relevante Zukunftsthemen

insgesamt und jeweils im Altersvergleich der jungen, mittleren und älteren Befragten.

Kontakt für Ihre Bestellung:
Dr. Ottmar Franzen
franzen@konzept-und-markt.com
Tel.: 06722 750 34 - 11

Sie wollen mehr zum Thema „Städte als Marken“ wissen?

Städte als Marken 2

Herausforderungen und Horizonte



- Die neue Generation des Stadtmarketings: Integrierte Strategien, Bürger-Partizipation, Wege zur effizienten Kommunikation
- Fallbeispiele: Verantwortliche aus 13 Städten schildern ihre Markenprozesse und Erfahrungen (darunter Barcelona, Amsterdam, Dresden, Bielefeld und Ischgl)
- Horizonte: Von Stadtentwicklung bis zur Smart City
- Service: Literatur, wichtige Informationen

Impressum/Kontakt

Brandmeyer Markenberatung GmbH & Co. KG

Rothenbaumchaussee 26
20148 Hamburg

Peter Pirck

Telefon: 040 244 228 – 00

Telefax: 040 244 228 – 01

E-Mail: peter.pirck@brandmeyer-markenberatung.de

Inhalt: Peter Pirck, Brandmeyer Markenberatung GmbH & Co. KG
Dr. Ottmar Franzen, Konzept & Markt GmbH

© 2020 Brandmeyer Markenberatung / Konzept & Markt

Jegliche Verwendung – auch auszugsweise – nur mit Quellenangabe, für gewerbliche Zwecke und Nutzung nur mit schriftlicher Genehmigung von Brandmeyer Markenberatung und Konzept & Markt.