

# Brandmeyer Stadtmarken-Monitor

Kurzfassung

Deutschlands Städte in der  
Wahrnehmung der Bevölkerung

*Hamburg im September 2015*

### Hintergrund des Stadtmarken-Monitors

- So wie Konsumgüter um Konsumenten konkurrieren, stehen Städte im Wettbewerb um Bewohner, Touristen, Arbeitskräfte und Unternehmen/Investoren
- Vor diesem Hintergrund entdeckt das Stadtmarketing zunehmend ein Wettbewerbsinstrument für sich, das aus dem Bereich der Konsumgüter stammt: Die Marke
- Aber wie stark sind die großen deutschen Städte als Marke? Welche Städte haben den besten Ruf und die höchste Anziehungskraft? Welche ist für junge Leute am attraktivsten?
- Auf diese Fragen gab es in der Vergangenheit keine verlässliche Antworten (lediglich auf Indikatoren basierende Rankings zu einzelnen Aspekten wie z.B. Lebensqualität)
- 2010 wurde diese Lücke mit dem Brandmeyer Stadtmarken-Monitor erstmals geschlossen – er war das erste, auf einer repräsentativen Befragung von Privatpersonen basierende, Stadtmarken-Ranking in Deutschland (34 Städten wurden einbezogen)
- Fünf Jahre später haben wir erneut ermittelt, wie die deutschen Städte durch die Bevölkerung wahrgenommen werden; dabei wurde die Befragung auf 50 Städte ausgeweitet
- **Die Platzierungen im Stadtmarken-Monitor spiegeln ausdrücklich nicht wider, wie stark die Städte in den verschiedenen Bereiche „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	Kiel
Augsburg	Köln
Berlin	Krefeld
Bielefeld	Leipzig
Bochum	Leverkusen
Bonn	Lübeck
Braunschweig	Ludwigshafen am Rhein
Bremen	Magdeburg
Chemnitz	Mainz
Dortmund	Mannheim
Dresden	Mönchengladbach
Duisburg	Mülheim an der Ruhr
Düsseldorf	München
Erfurt	Münster
Essen	Nürnberg
Frankfurt am Main	Oberhausen
Freiburg im Breisgau	Oldenburg
Gelsenkirchen	Osnabrück
Hagen	Potsdam
Halle (Saale)	Rostock
Hamburg	Saarbrücken
Hamm	Schwerin
Hannover	Stuttgart
Karlsruhe	Wiesbaden
Kassel	Wuppertal



### Eckdaten der Befragung

Stichprobe:	5.003 Befragte, repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung Deutschlands ab 18 Jahren; ADM Mastersample
Befragung:	Onlinebefragung durch Social and Market Research, Frankfurt am Main
Konzeption und Analyse:	Brandmeyer Markenberatung, Hamburg Konzept & Markt, Geisenheim/Wiesbaden

### Einige ausgewählte Ergebnisse:

- Während 2010 noch München als Sieger hervorging, ist heute Hamburg in allen Altersklassen die stärkste Stadtmarke; ebenfalls verbessert: Köln rückt vom fünften auf den dritten Platz vor
- München und Berlin fallen in der Gunst der Deutschen zurück (im Vorjahr noch auf den Plätzen 1 bzw. 3); beide Städte haben insbesondere an Sympathie verloren
- Top ist München jedoch weiterhin in der Wahrnehmung von Lebensqualität, wirtschaftlicher Stärke und der Attraktivität der Innenstadt
- Nicht nur die Größe zählt: Mit Freiburg (Platz 5) und Lübeck (Platz 8) sind zwei Städte mit weniger als 250.000 Einwohnern unter den Top 10; im Sympathie-Ranking liegt Freiburg bundesweit sogar an zweiter Stelle, bei der Attraktivität für Familien an Platz 1
- Trotz des jungen Images der Hauptstadt: Berlin liegt in der Gunst der jungen Deutschen nur auf Rang 5, deutlich hinter Hamburg und München
- Münster und Leipzig haben ihre Anziehungskraft auf junge Menschen weiter gesteigert
- Metropolen wie Frankfurt und Düsseldorf schneiden in Rankings, die auf Kennzahlen basieren oft sehr gut ab – in der subjektiven Wahrnehmung der Bevölkerung sind beiden Städte jedoch relativ schwach (Frankfurt auf Platz 21, Düsseldorf Platz 14)
- Trotz Kulturhauptstadt Europas: Die Wahrnehmung der Ruhrgebietsstädte hat sich tendenziell weiter verschlechtert

# Ranking Markenstärke

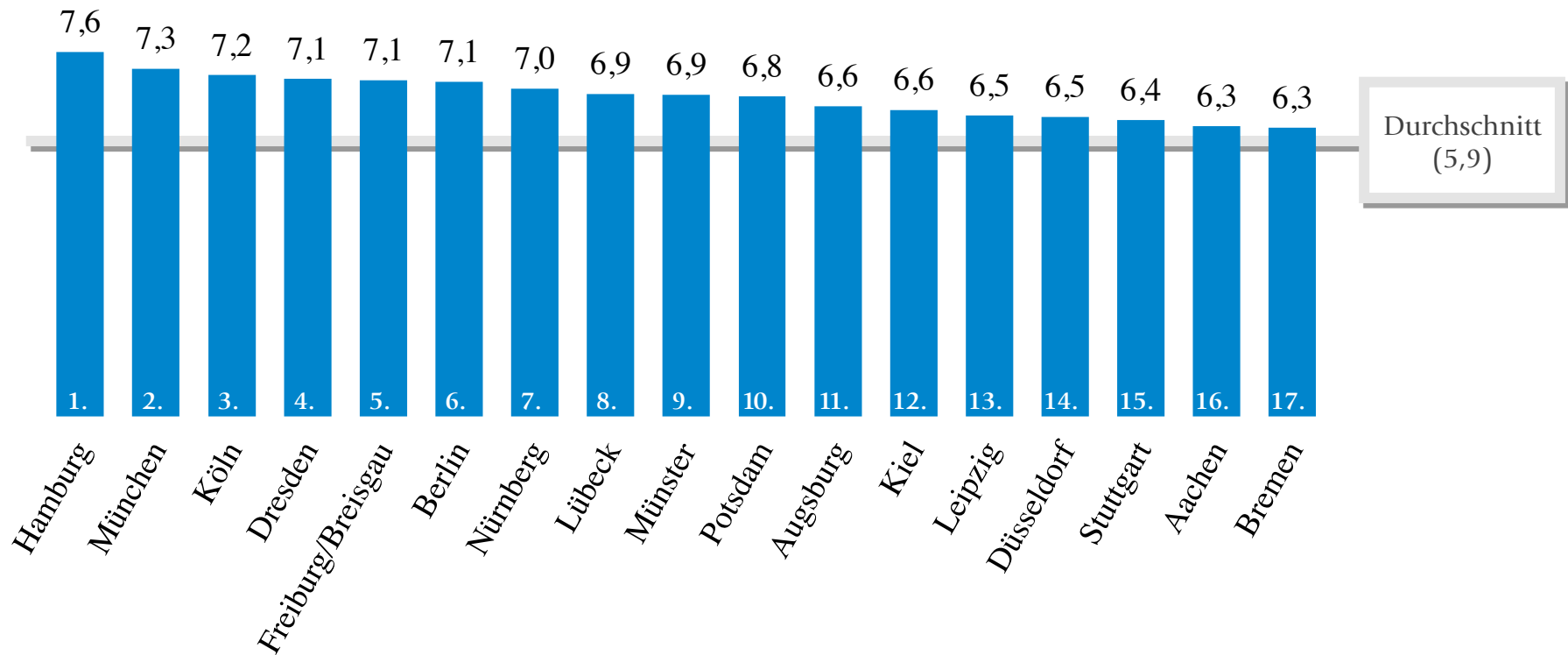
### Aus neun Dimensionen der Markenstärke wurde ein Index gebildet (mit gleicher Gewichtung):

#### MARKENSTÄRKE

- (...) 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

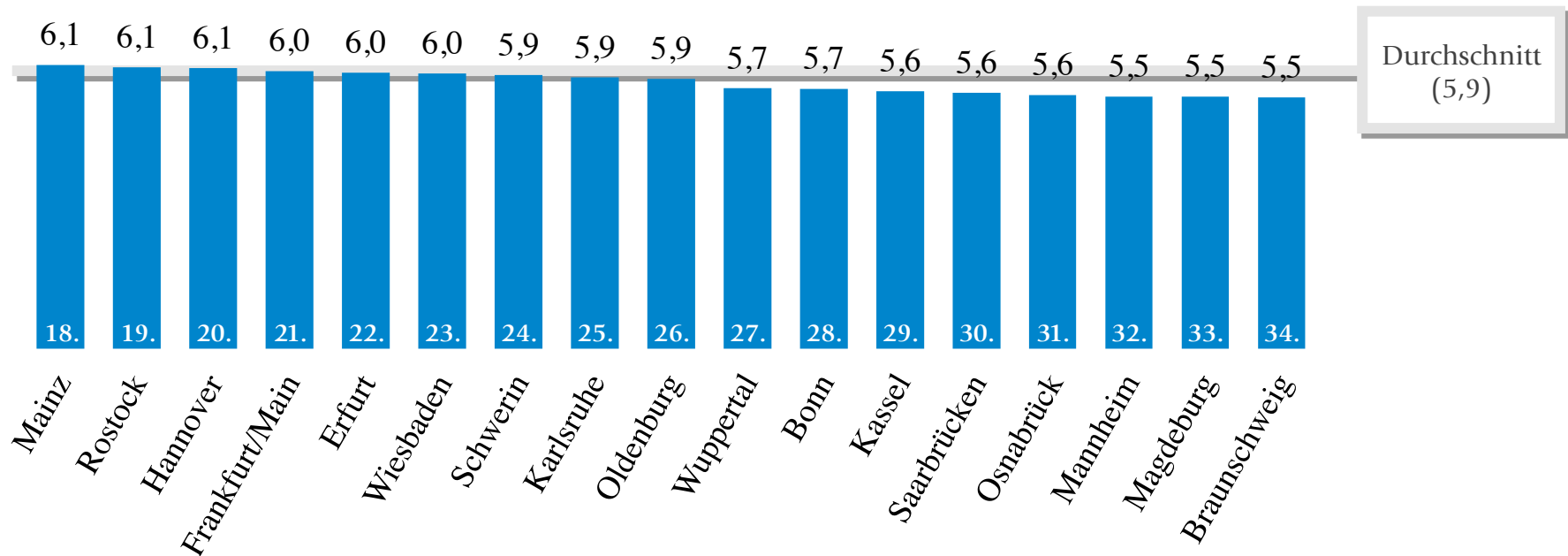
RANKING  
MARKENSTÄRKE  
(SPITZENFELD)

Hamburg (in 2010 noch auf Platz 2) ist vor München und Köln die stärkste Stadtmarke



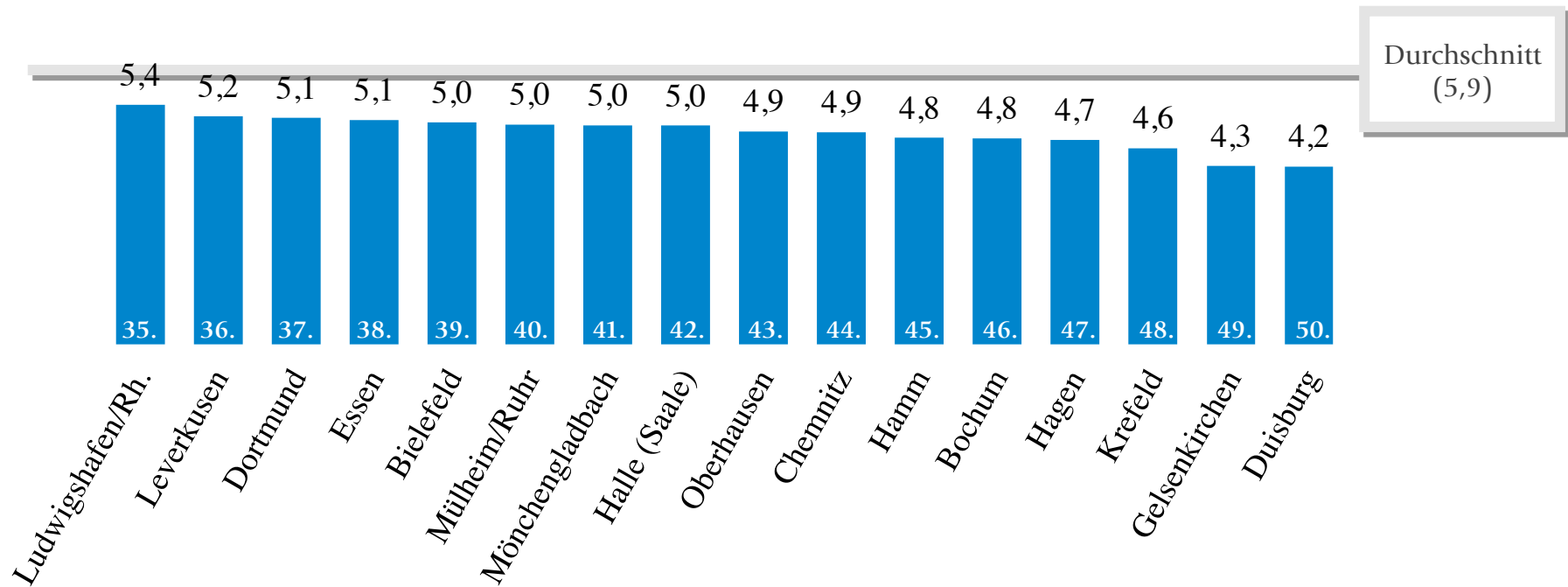


## Markenstärke-Ranking: Das Mittelfeld



RANKING  
MARKENSTÄRKE  
(SCHLUSSFELD)

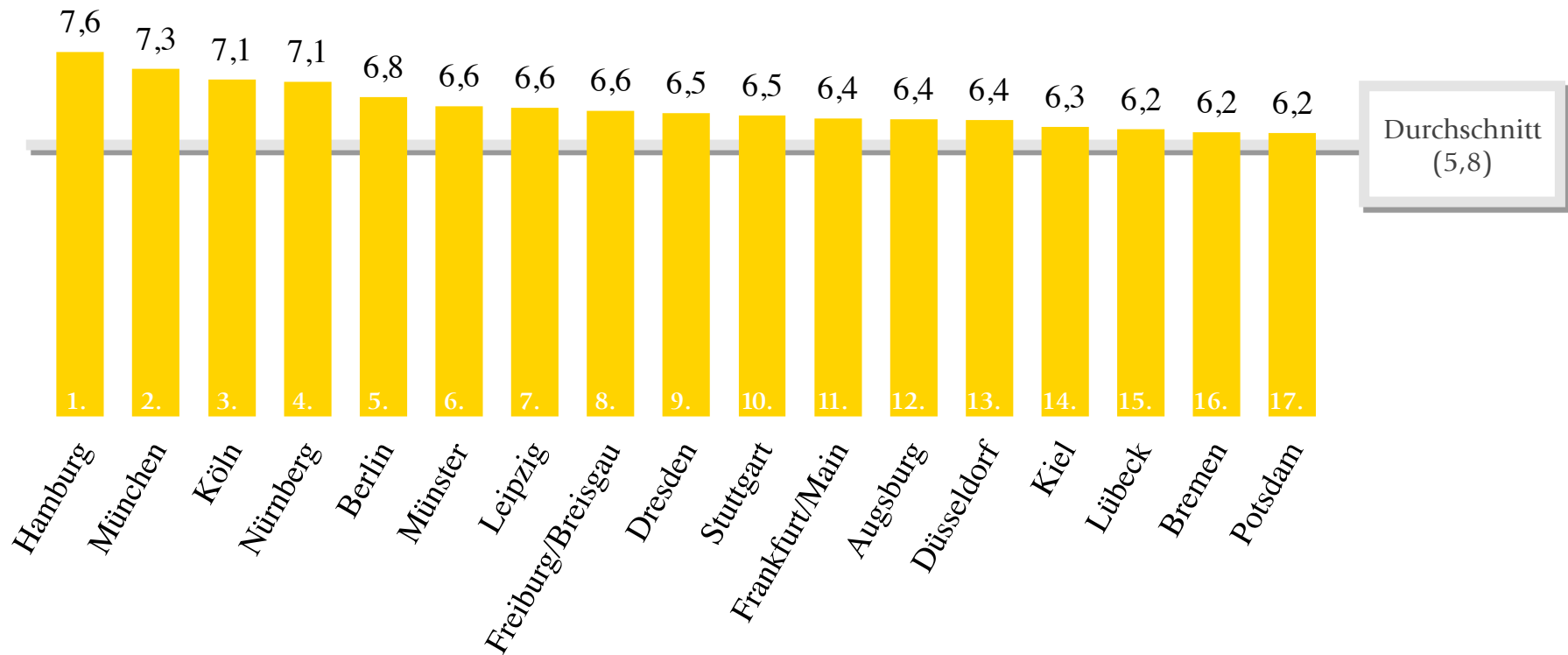
## Im Markenstärke-Ranking ganz hinten liegen Städte aus Nordrhein-Westfalen



Ranking:  
Markenstärke  
nach Altersgruppen

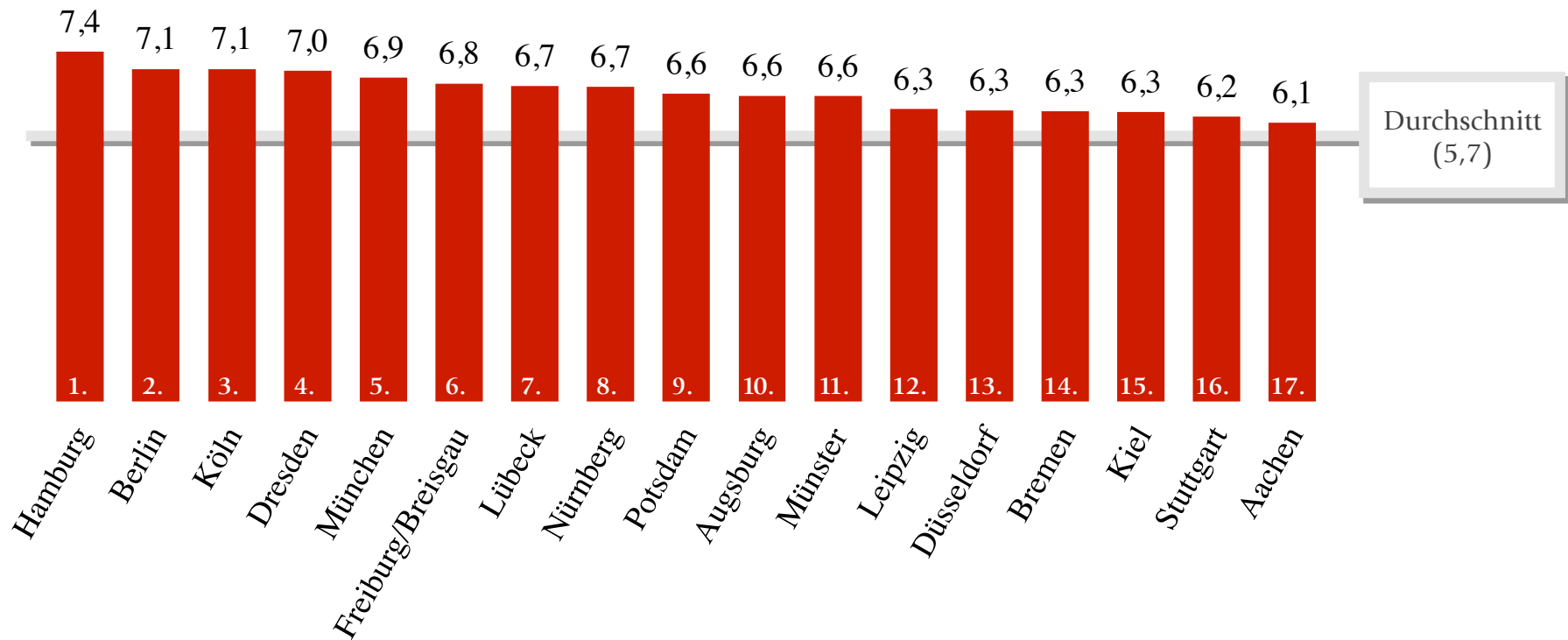
RANKING  
MARKENSTÄRKE  
(SPITZENFELD)  
BEFRAGTE: BIS 29 JAHRE

Hamburg ist auch bei jungen Menschen die stärkste Stadtmarke; Berlin erst auf Rang 5, Leipzig stark verbessert auf Platz 7



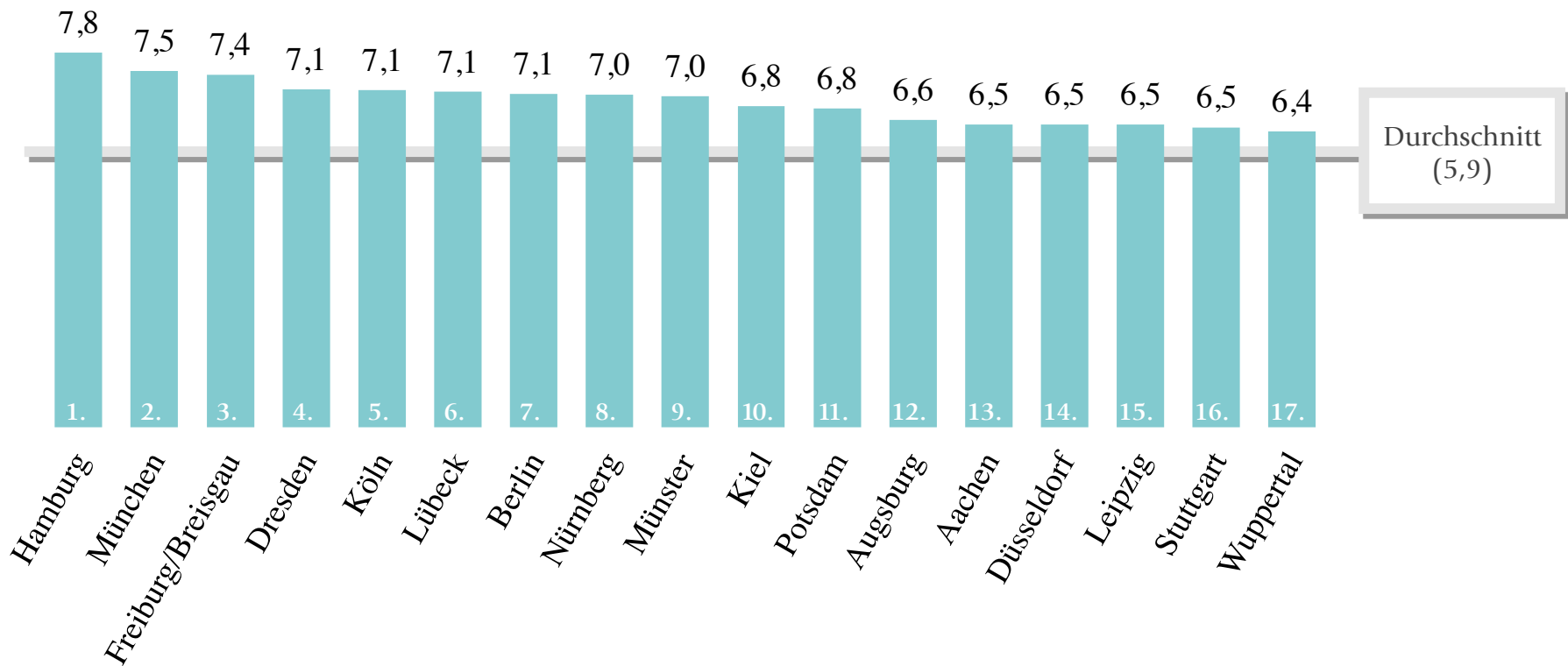
RANKING  
MARKENSTÄRKE  
(SPITZENFELD)  
BEFRAGTE: 30-49 JAHRE

## Bei den 30-49-Jährigen sind Hamburg, Berlin und Köln die stärksten Stadtmarken



RANKING  
MARKENSTÄRKE  
(SPITZENFELD)  
BEFRAGTE: AB 50 JAHRE

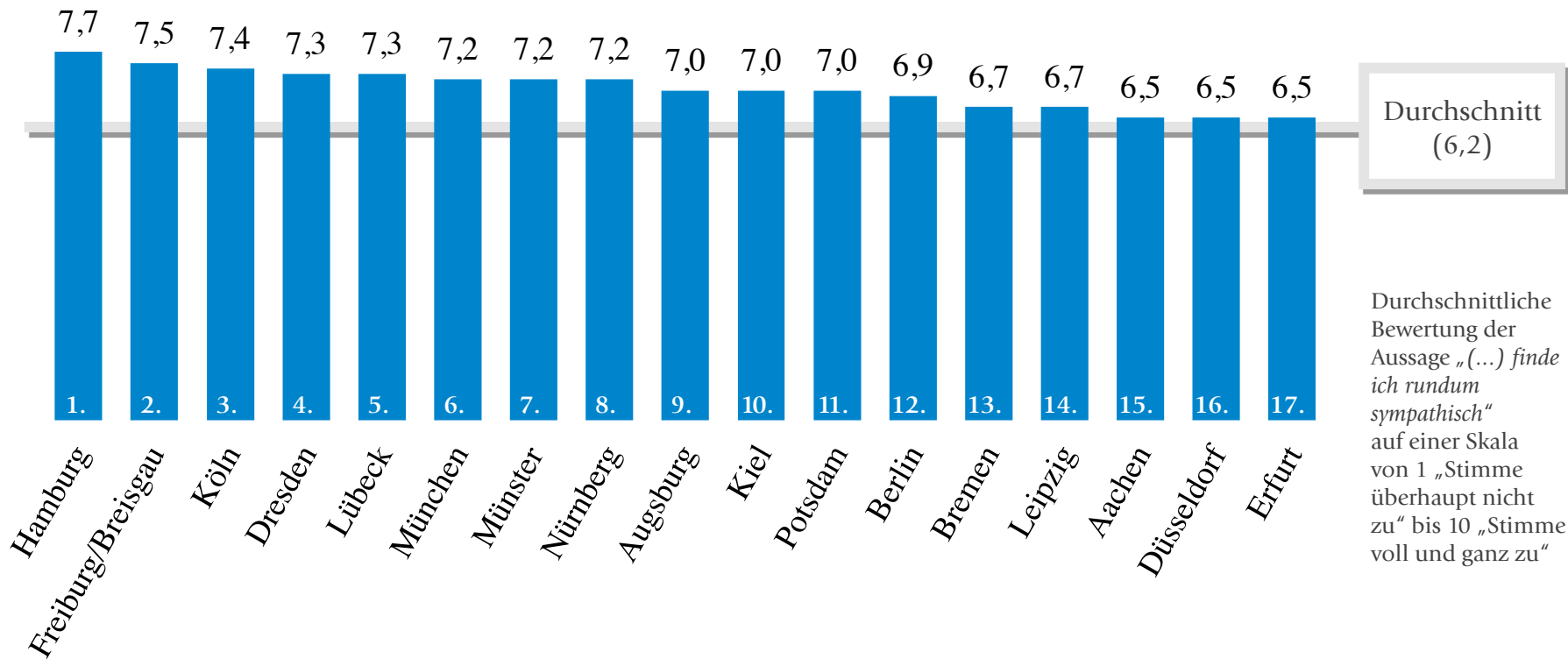
# Die stärksten Stadtmarken bei den Deutschen ab 50 Jahren: Hamburg, München und Freiburg



# Ausgewählte Dimensionen der Markenstärke

RANKING  
SYMPATHIE  
(SPITZENFELD)

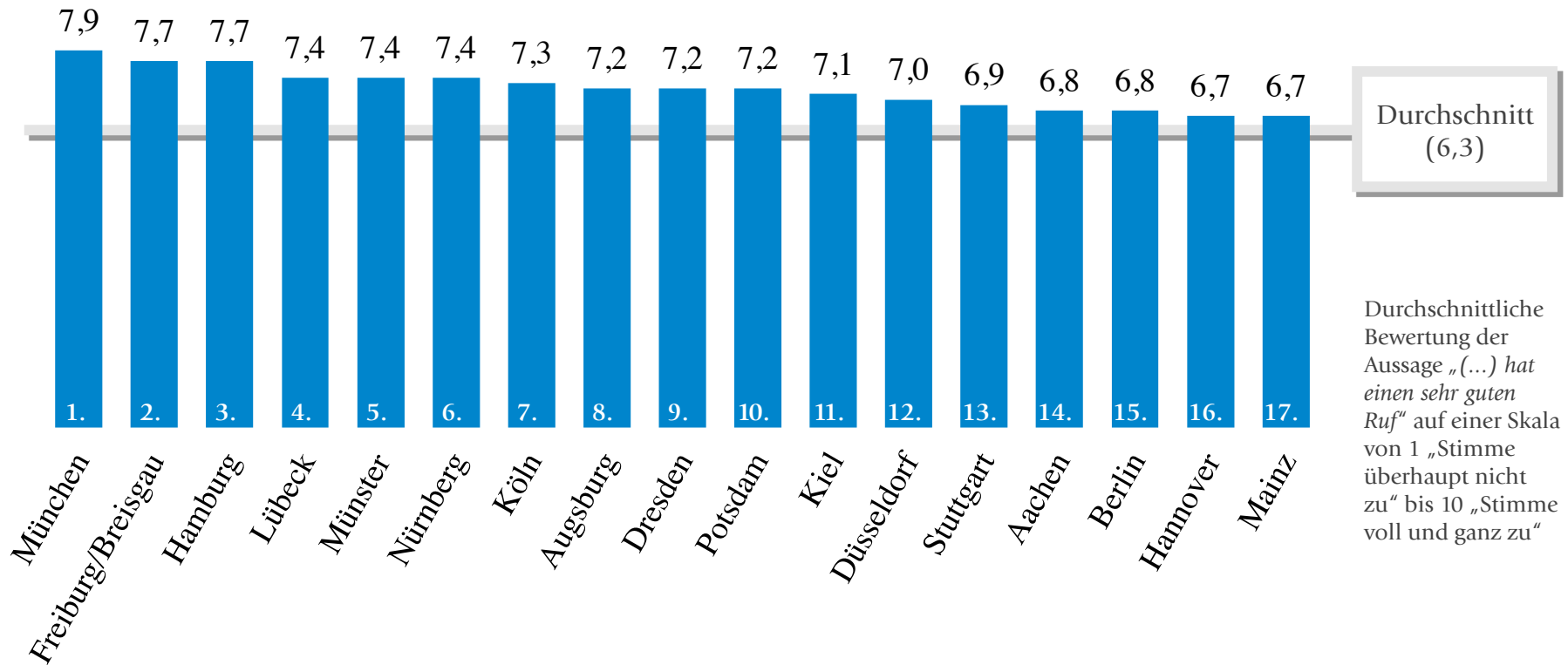
Die sympathischsten Städte Deutschlands:  
Hamburg, Freiburg und Köln; München auf  
Platz 6, Hauptstadt Berlin nur 12.





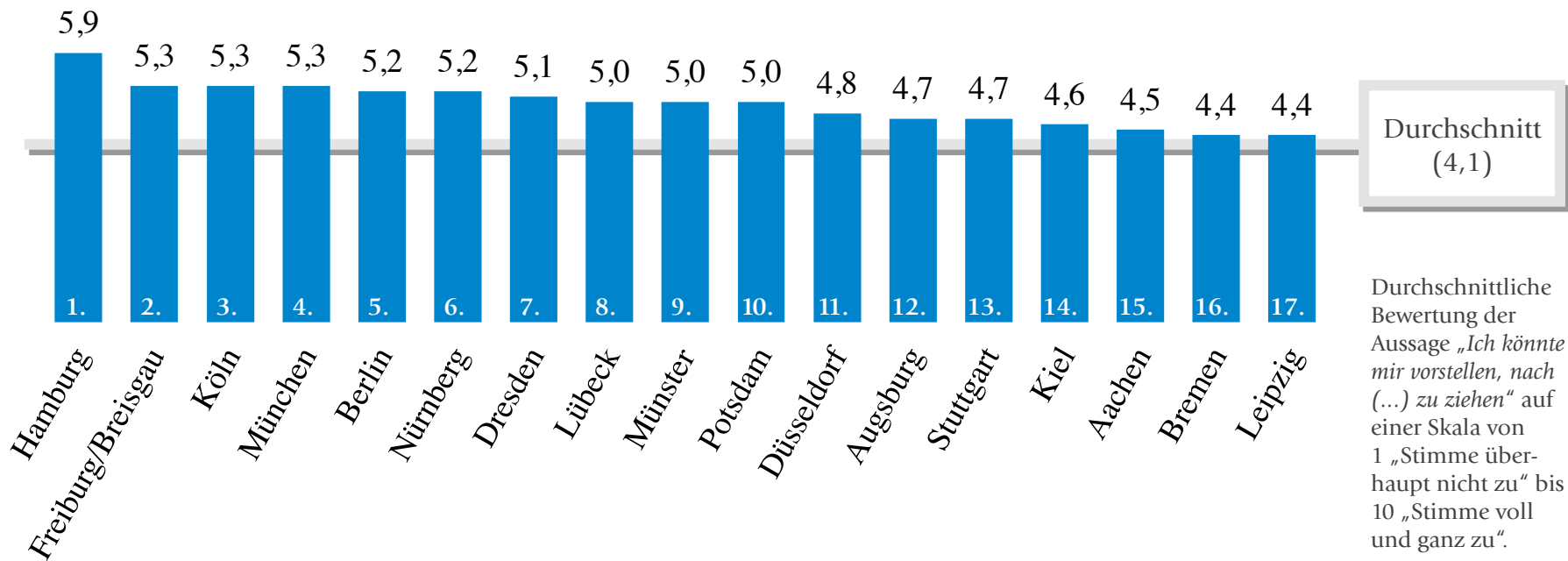
RANKING  
GUTER RUF  
(SPITZENFELD)

München genießt den besten Ruf, knapp vor Freiburg und Hamburg; Dresden rutscht im Vergleich zu 2010 ab



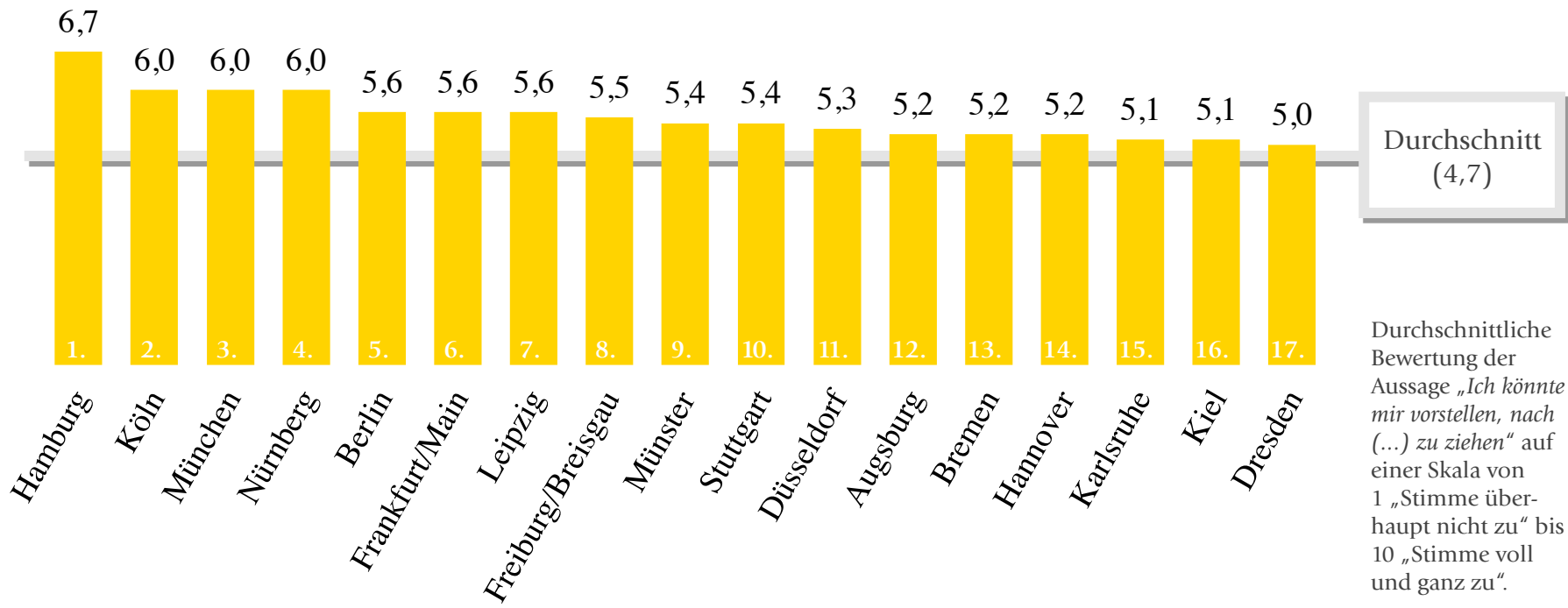
RANKING  
ZUZUGS-  
BEREITSCHAFT  
(SPITZENFELD)

## In der Zuzugsbereitschaft liegt Hamburg klar an erster Stelle



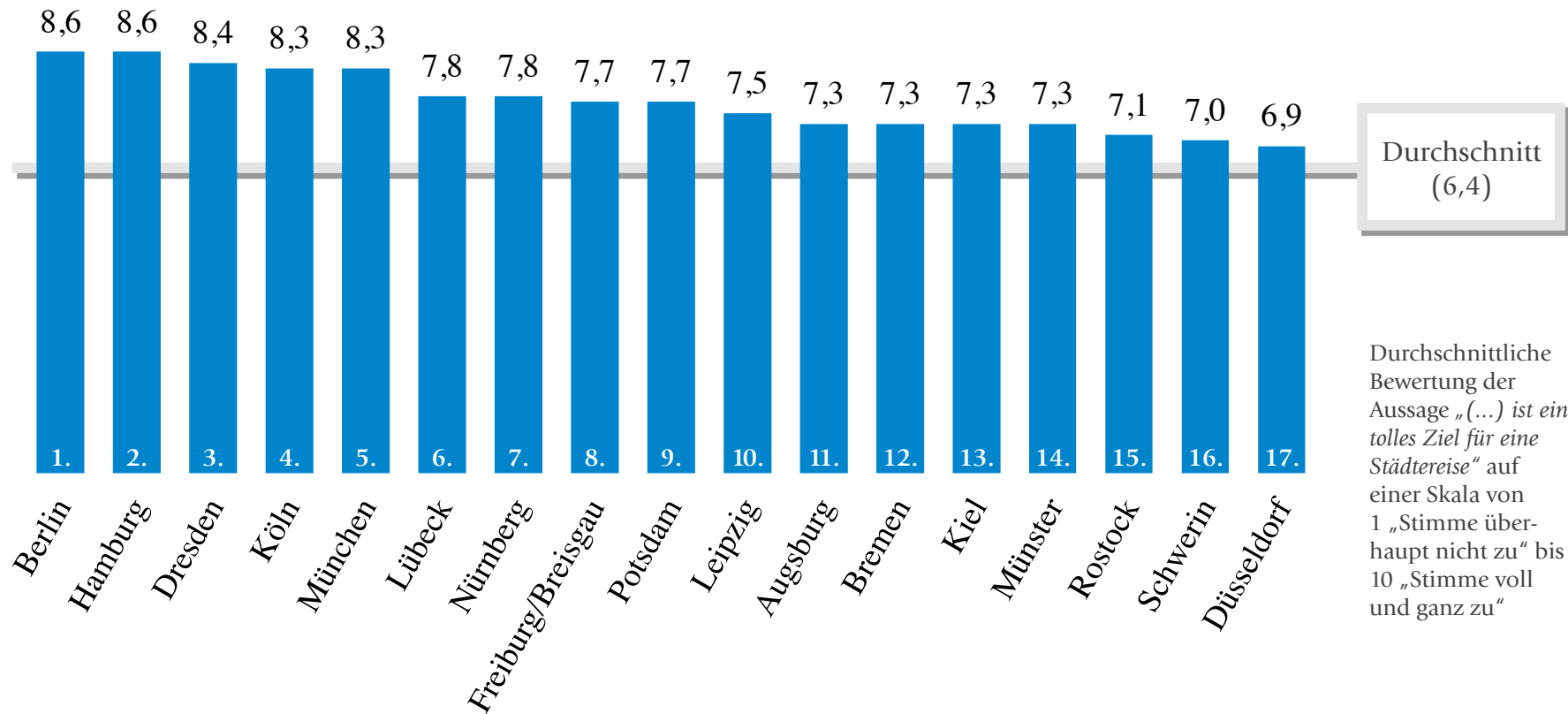
RANKING  
ZUZUGSBEREITSCHAFT  
(SPITZENFELD)  
BEFRAGTE: BIS 29 JAHRE

## Auch junge Leute würden am liebsten nach Hamburg ziehen; Köln, München und Nürnberg folgen



RANKING  
ZIEL FÜR  
STÄDTEREISE  
(SPITZENFELD)

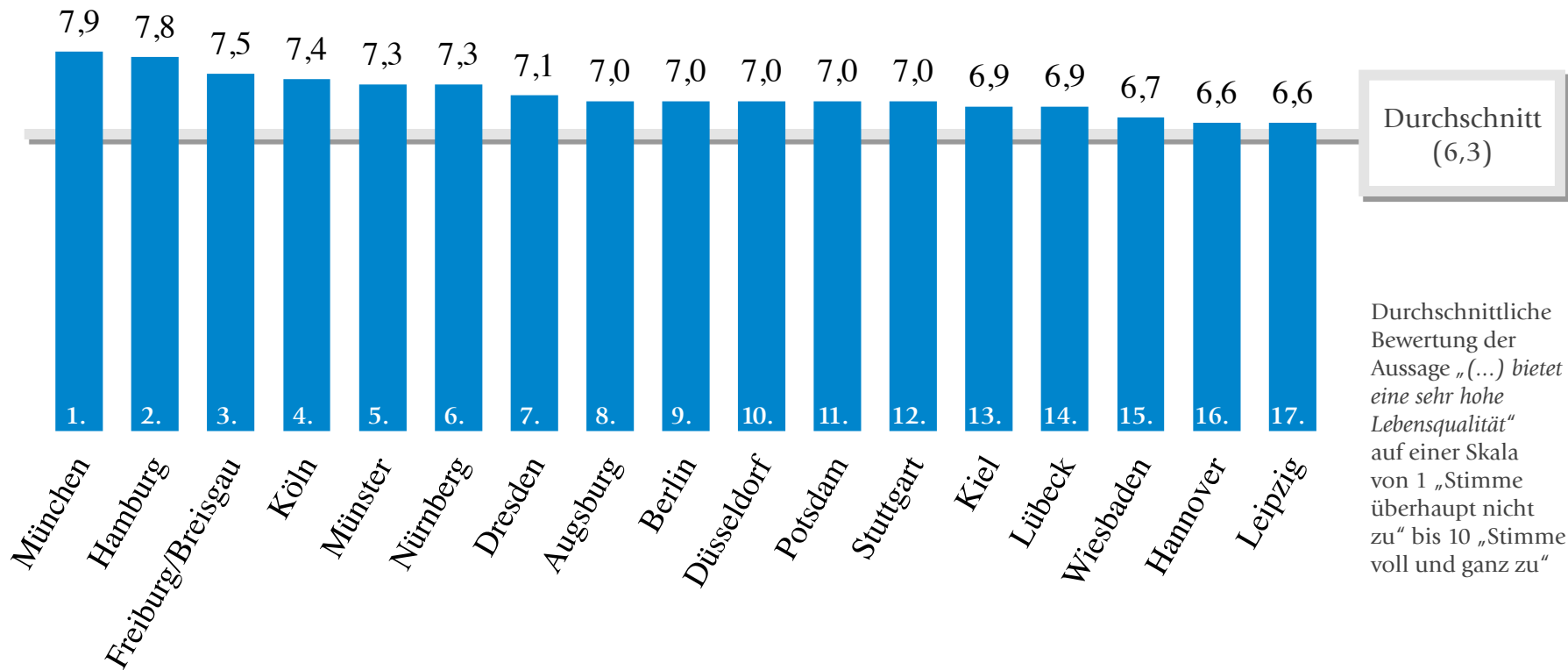
# Die attraktiven Ziele für eine Städtereise: Berlin, Hamburg und Dresden; auch Lübeck und Nürnberg weit vorne



# Facetten der Attraktivität

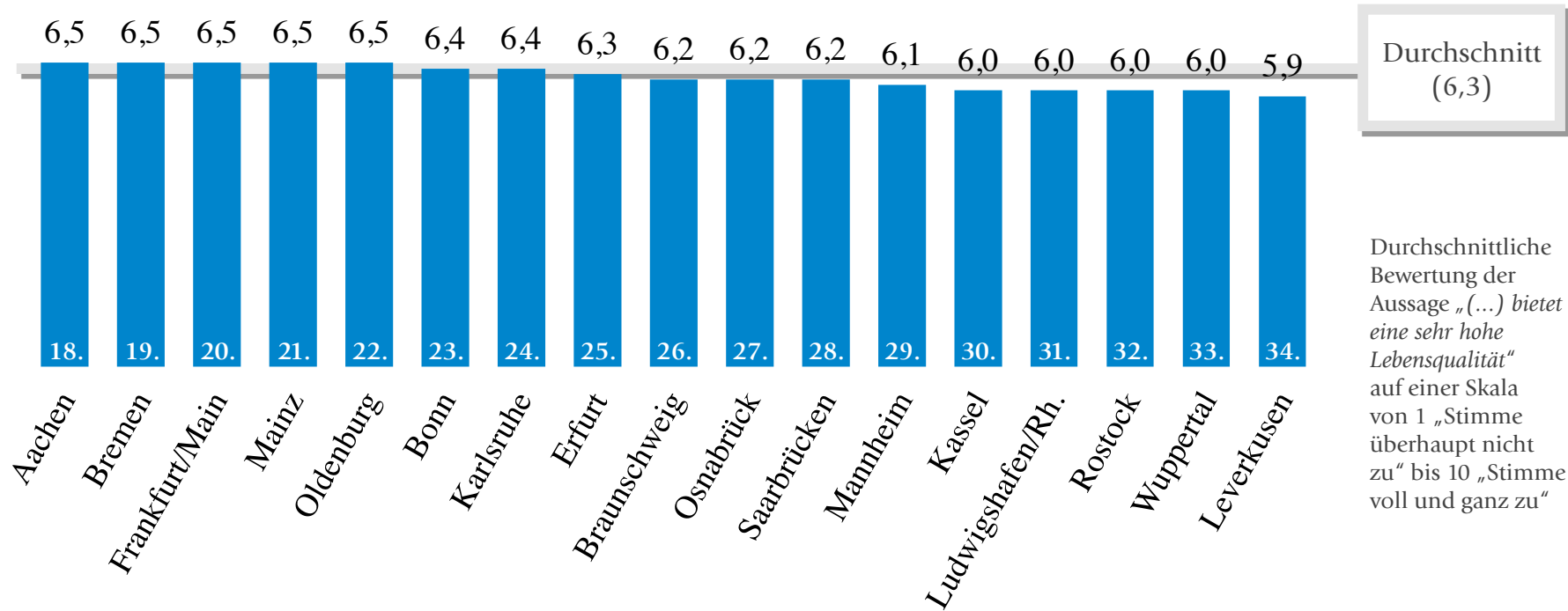
RANKING  
LEBENSQUALITÄT  
(SPITZENFELD)

Die höchste Lebensqualität schreiben die Deutschen München und Hamburg zu; Freiburg, Köln, Münster und Nürnberg folgen im Ranking



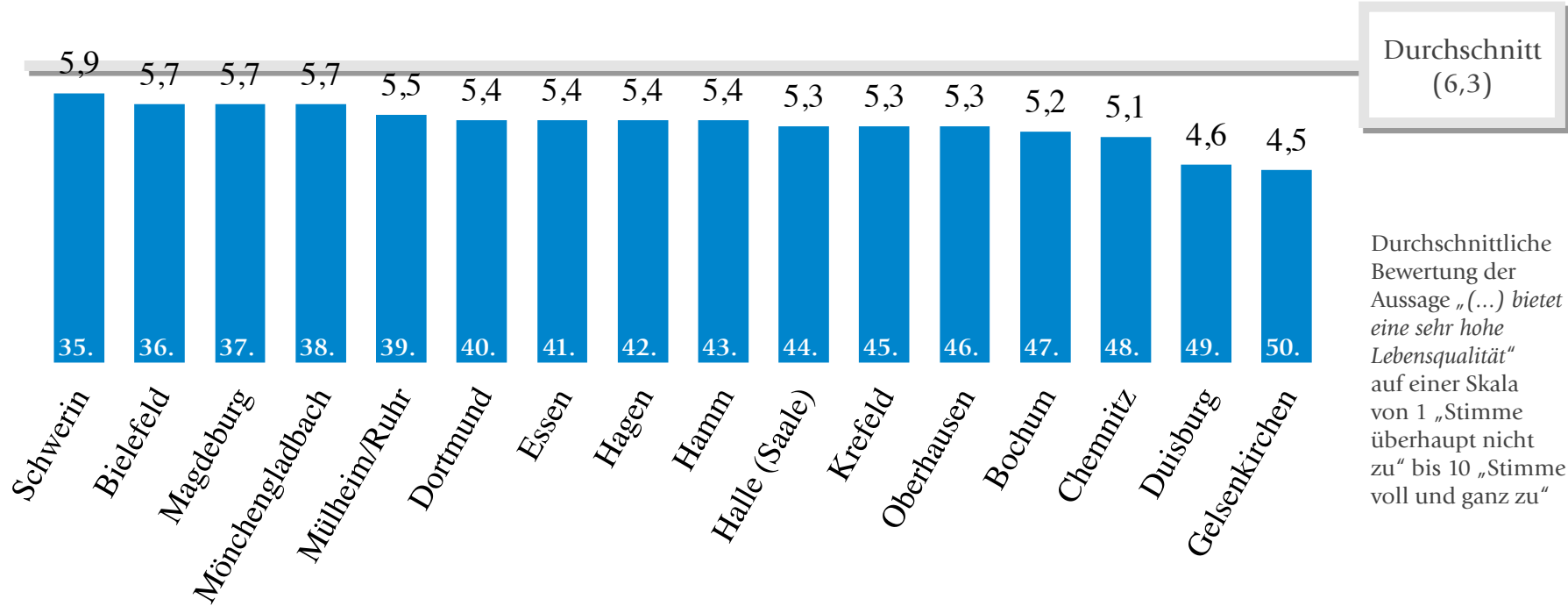
RANKING  
LEBENSQUALITÄT  
(MITTELFELD)

## Wahrnehmung der Lebensqualität: Das Mittelfeld



RANKING  
LEBENSQUALITÄT  
(SCHLUSSFELD)

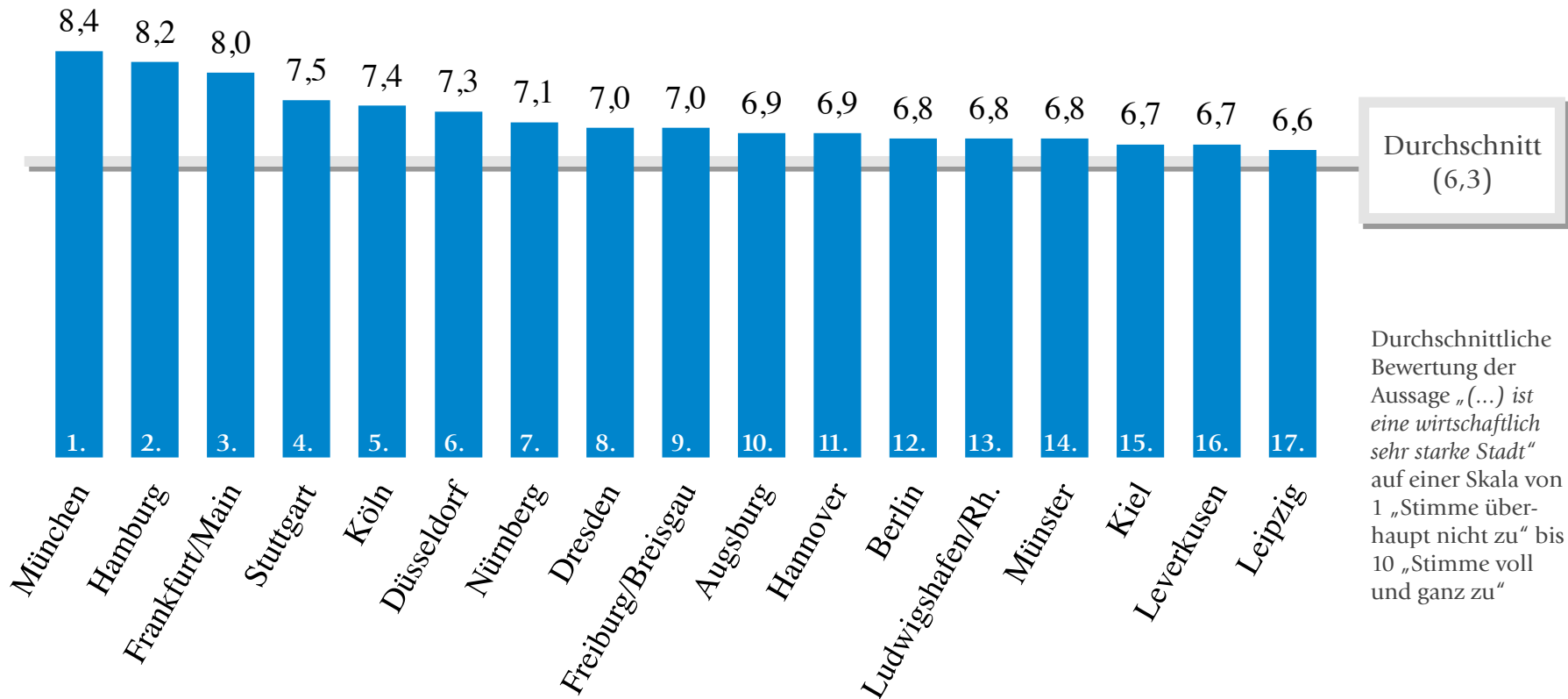
# Den Städten des Ruhrgebiets wird die niedrigste Lebensqualität zugeschrieben





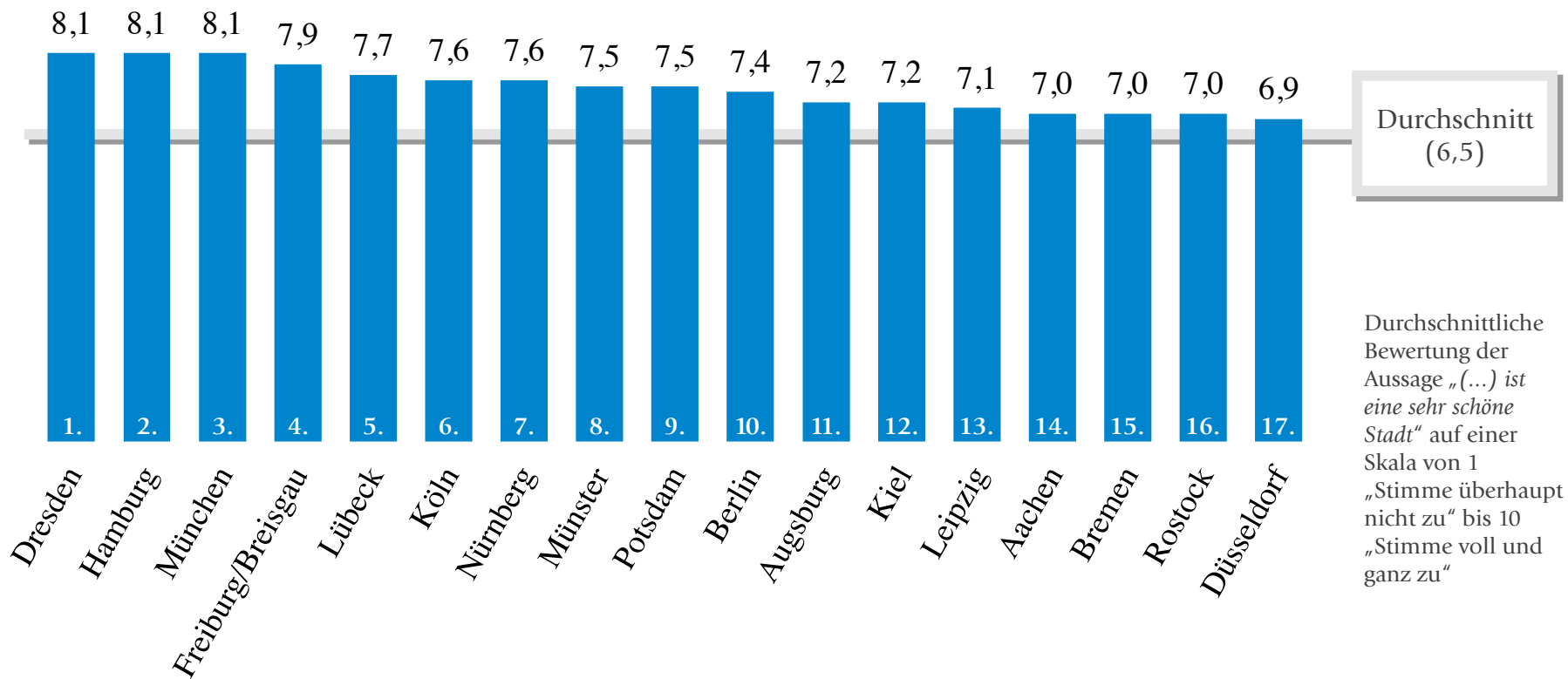
RANKING  
WIRTSCHAFTLICHE  
STÄRKE  
(SPITZENFELD)

Bei der Wahrnehmung der wirtschaftlichen Stärke liegen München, Hamburg, Frankfurt/Main und Stuttgart ganz vorne



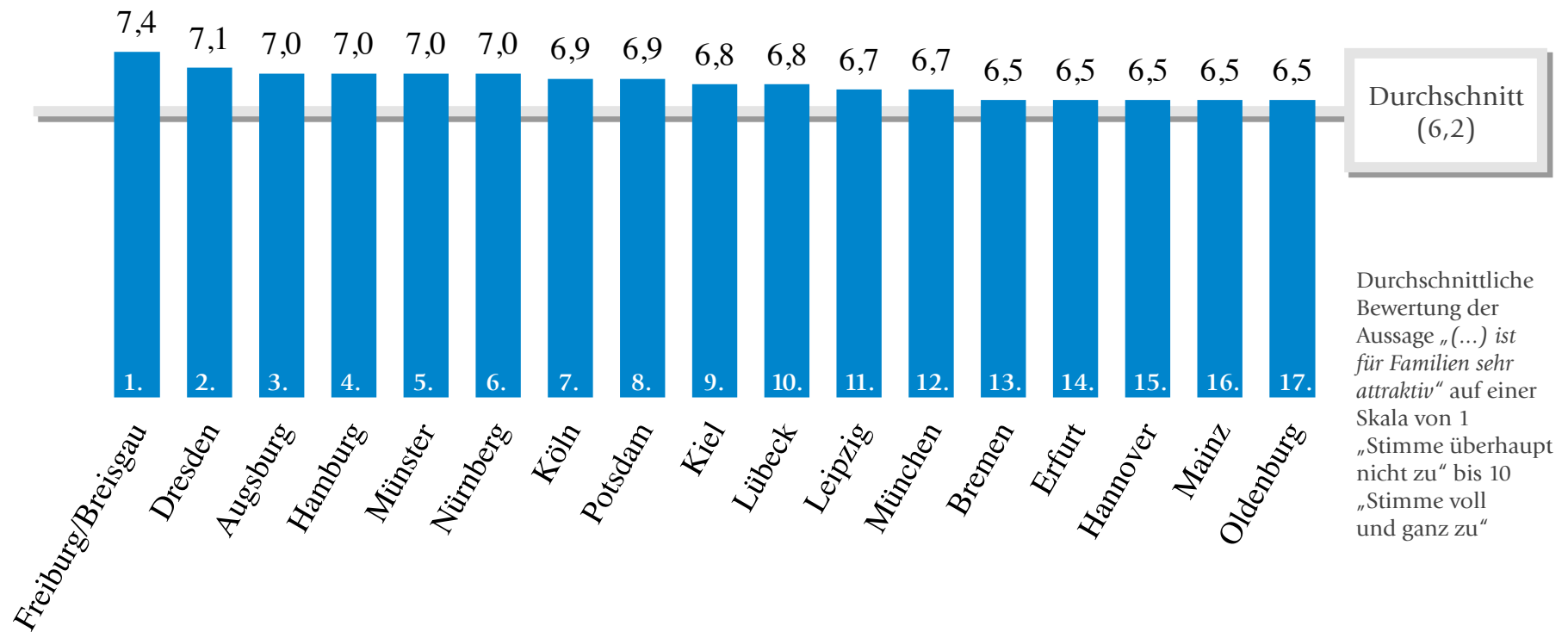
RANKING  
SCHÖNE STADT  
(SPITZENFELD)

# Die schönsten Städte sind aus Sicht der deutschen Bevölkerung Dresden, Hamburg und München; Freiburg und Lübeck folgen



RANKING  
ATTRAKTIV FÜR  
FAMILIEN  
(SPITZENFELD)

# Freiburg gilt in der Bevölkerung Deutschlands als die für Familien attraktivste Stadt; Dresden auf dem zweiten Platz



# Die Initiatoren des Stadtmarken-Monitors Deutschlands

### Brandmeyer Markenberatung

Brandmeyer hat die längste Beratungserfahrung in Sachen Marke im deutschsprachigen Raum. Seit 2003 unterstützen wir Unternehmen und Organisationen von der Analyse über die Markenstrategie bis zur kommunikativen Umsetzung. Seit 2004 ist die Brandmeyer Markenberatung im Bereich der Stadtmarken führend. Das Unternehmen hat beispielsweise den als internationale Benchmark geltenden Weg der Marke Hamburg entscheidend mitgeprägt und u.a. die Städte Dresden, Köln, Lübeck und Wien beraten. Peter Pirck ist Autor zahlreicher Artikel zum Thema Markenführung von Städten und Mit-Herausgeber des Fachbuches „Städte als Marken. Strategie und Management“.

Infos: [www.brandmeyer-markenberatung.de](http://www.brandmeyer-markenberatung.de)

### Konzept & Markt

Konzept & Markt, Geisenheim bei Wiesbaden, ist seit 1996 auf die Entwicklung und Umsetzung innovativer Konzepte für die Marktforschung spezialisiert. Hauptarbeitsgebiete sind Analysen und Studien zum monetären Markenwert und zur Markenführung, zur Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit sowie zum POS-Auftritt. Konzept & Markt arbeitet für namhafte Unternehmen in den Branchen stationärer Handel, Distanzhandel, Finanzdienstleistungen und Markenartikel sowie für Non-Profit-Organisationen.

Infos: [www.konzept-und-markt.com](http://www.konzept-und-markt.com)

## 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](mailto:peter.pirck@brandmeyer-markenberatung.de)

**Konzept & Markt GmbH**  
Bischof-Blum-Platz 2  
65366 Geisenheim / Rheingau

Dr. Ottmar Franzen  
Telefon: 06722 750 34 -11  
Telefax: 06722 750 34 -19  
E-Mail: [franzen@konzept-und-markt.com](mailto:franzen@konzept-und-markt.com)

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

© 2015 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.

Wenn Sie mehr zum Thema „Städte als Marken“ wissen möchten:

# STÄDTE ALS MARKEN

## Strategie und Management



### Der Inhalt

- Grundlagen: Analyse, Strategie, Strukturen, Kommunikation, Evaluation
- Fallbeispiele: Verantwortliche aus 13 Städten schildern ihre Markenprozesse und Erfahrungen (darunter Hamburg, Berlin, Wien, Zürich, Münster, Fulda)
- Essenz: Neun Schritte zur starken Stadtmarke
- Service: Literatur, wichtige Institutionen

*Thorsten Kausch, Peter Pirck und  
Peter Strahlendorf (Hrsg.)  
Städte als Marken. Strategie und Management  
220 Seiten, vierfarbig, 39,80 Euro  
New Business Verlag, Hamburg  
ISBN: 978-3-936182-45-3*

Mit diesem Buch wird erstmals eine umfassende Praxis-Grundlage für die Markenführung bei Städten gelegt. Autoren aus Stadtmarketing, Beratung, Wissenschaft und Politik liefern nicht nur Ideen und Erfahrungen, sondern ein konsistentes Programm für das Management. Es richtet sich vor allem an Praktiker aus dem Stadtmarketing sowie Verantwortliche aus Politik und Verwaltung.