

Brandmeyer Stadtmarken-Monitor 2025

Ausschnitt aus dem 427 Seiten umfassenden Berichtsband

Wichtigste Ergebnisse 2025

Hintergrund des **Brandmeyer Stadtmarken-Monitors 2025**

- › 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, zum Thema wurde viel **geforscht, geschrieben** und **diskutiert**
- › Vor allem aber haben sich die **Städte selbst verändert** – und mit ihnen die **Wahrnehmung** durch die Bevölkerung des Landes
- › Was hat sich verändert? Was ist geblieben? Welche Städte haben in der Wahrnehmung der Menschen aufgeholt? Und wie gut sind die Städte aus Sicht der deutschen Bevölkerung für die Themen der Zukunft aufgestellt?
- › Im Gegensatz zu herkömmlichen, auf Kennzahlen basierenden Rankings, interessiert uns dabei die **subjektive Wahrnehmung** der Menschen
- › Dazu haben wir – Brandmeyer Markenberatung, Innofact und Public Marketing – im Sommer 2025 eine **bevölkerungsrepräsentative Umfrage** durchgeführt (nun schon in vierter Auflage der Befragung nach 2010, 2015 und 2020)
- › 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 nach Bevölkerung größten Städte Deutschlands + die Landeshauptstadt Schwerin wurden 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



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 Altersgruppen)

- **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 Altersgruppen)

- **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 Leute, Attraktivität für Familien
(Gesamt und in drei Altersgruppen)

- **Zusätzliche Fragen zu relevanten Zukunftsthemen**

Klima- und Umweltschutz, Mobilitätsangebote, Digitalisierung, bezahlbarer Wohnraum, Sicherheit, Bildungsangebot, Job- und Karrierechancen, Weltoffenheit und Toleranz
(Gesamt und in drei Altersgruppen)

Eckdaten der **Befragung**

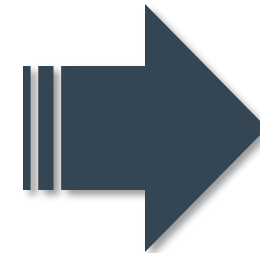
- › Online-Befragung mit **n=10.000 Interviews**
- › Die Befragung ist repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung Deutschlands zwischen 18 und 79 Jahren (jeder Befragte bewertete 5 Städte, d.h. pro Stadt basieren die Werte auf den Antworten von ca. 1.000 Befragten).
- › Die Befragung wurde vom 23.07. bis 25.08.2025 durch die INNOFACT AG (Düsseldorf) durchgeführt
- › Datenanalyse: Brandmeyer Markenberatung in Kooperation mit INNOFACT AG



Markenstärke Ranking

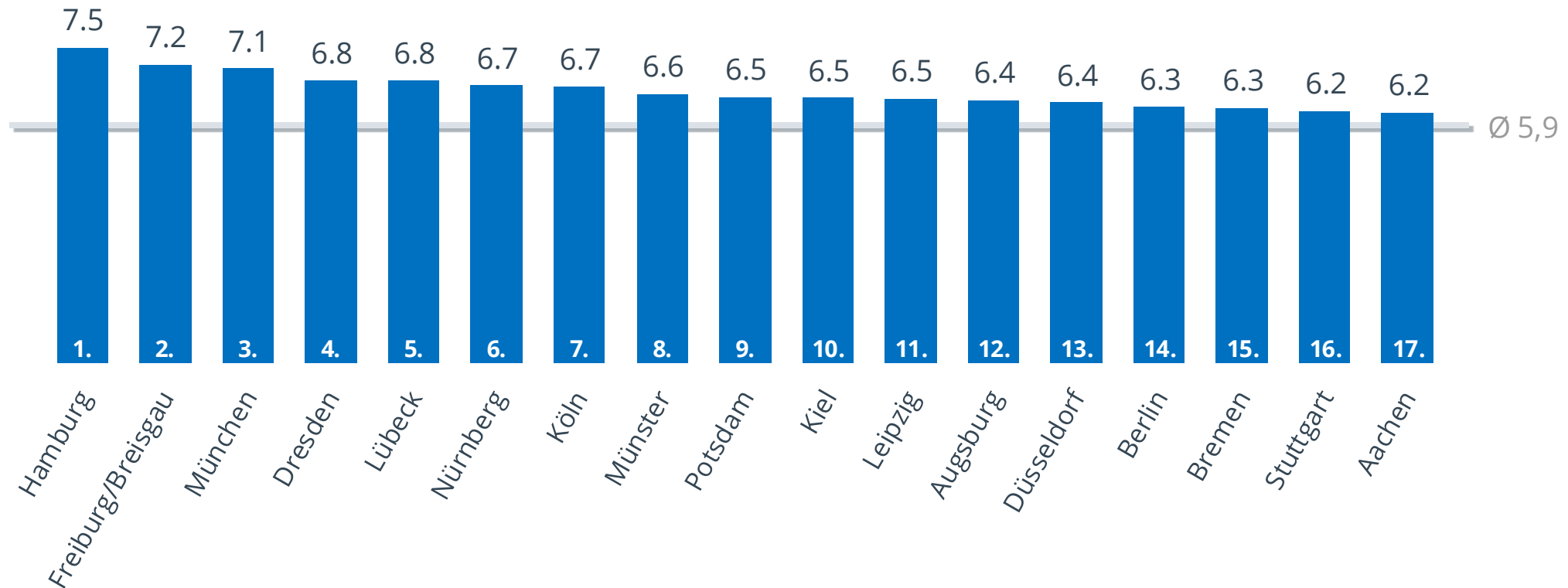
Aus neun Dimensionen der Markenstärke wurde ein Index gebildet (mit gleicher Gewichtung):

(...) 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

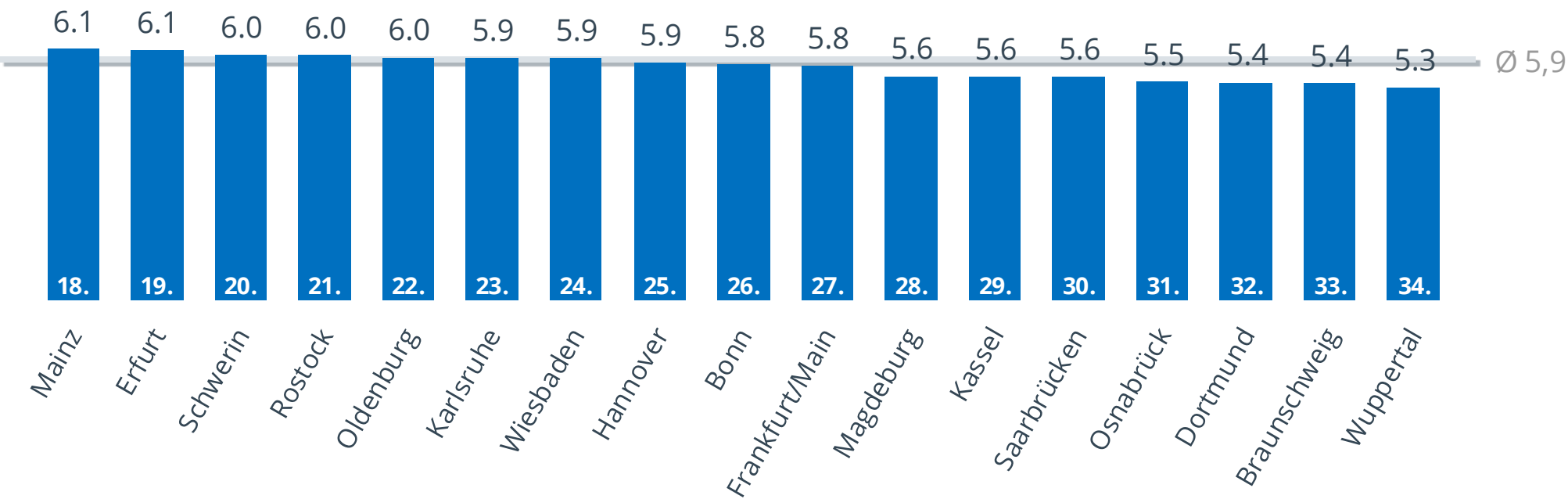


MARKENSTÄRKE

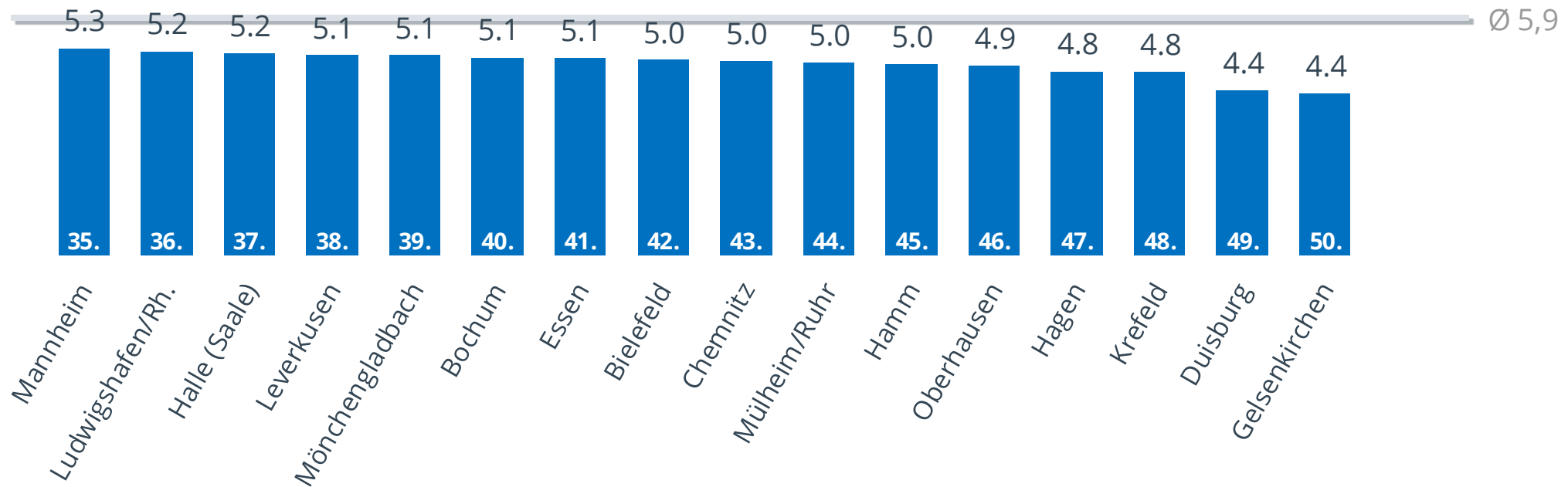
Markenstärke-Ranking: Hamburg ist weiterhin die stärkste Stadtmarke Deutschlands – Freiburg und München folgen



Markenstärke-Ranking:
Das Mittelfeld von Mainz bis Wuppertal



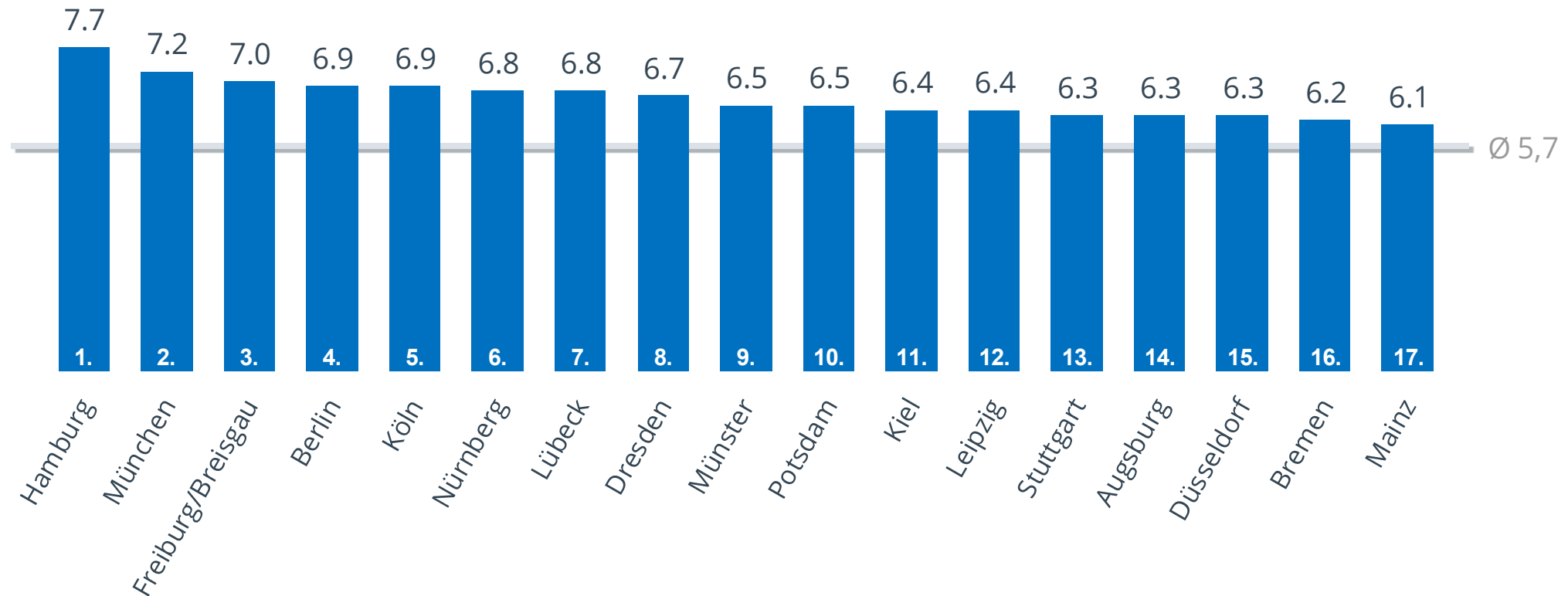
Markenstärke-Ranking: Das Schlussfeld mit vielen Städten aus Nordrhein- Westfalen – Duisburg und Gelsenkirchen auf den letzten Rängen



Markenstärke Ranking

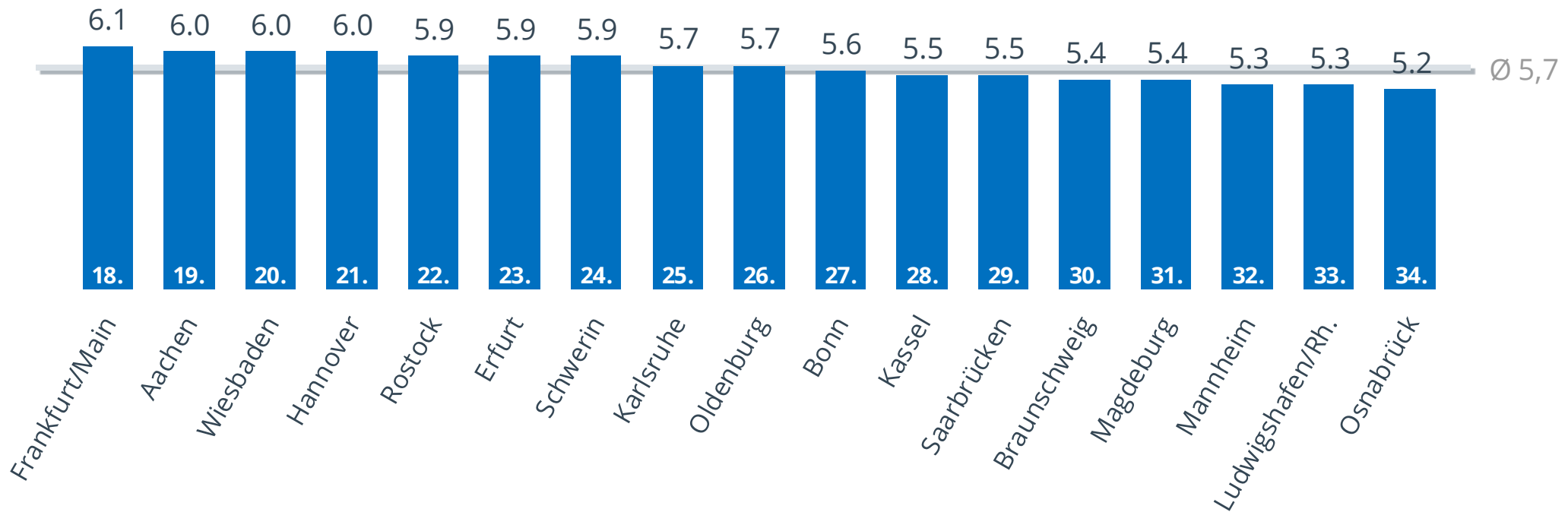
Rückblick auf die Ergebnisse 2020

Markenstärke-Ranking: Auch 2020 belegte Hamburg den ersten Platz – damals lag München noch auf dem zweiten Platz, Freiburg folgte

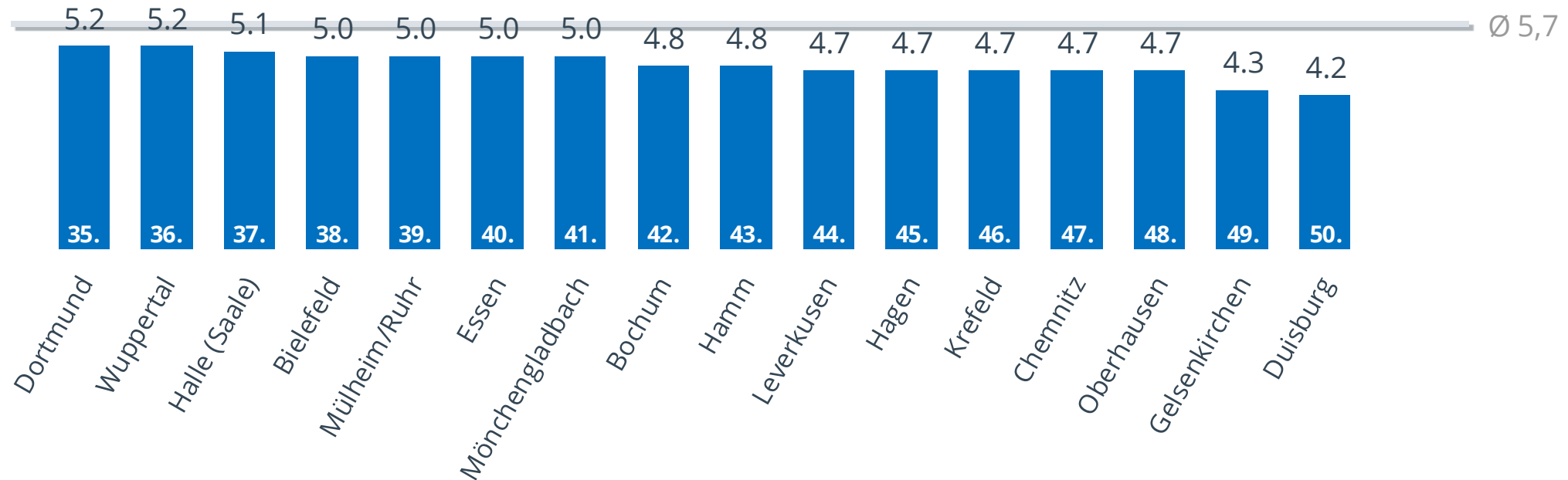


Markenstärke
2020

Markenstärke-Ranking: Das Mittelfeld der Städte aus dem Jahr 2020 von Frankfurt am Main bis Osnabrück



Markenstärke-Ranking: Das Schlussfeld im Jahr 2020 – Chemnitz damals noch auf dem 47. Rang; Gelsenkirchen und Duisburg auch damals auf den Schlussrängen

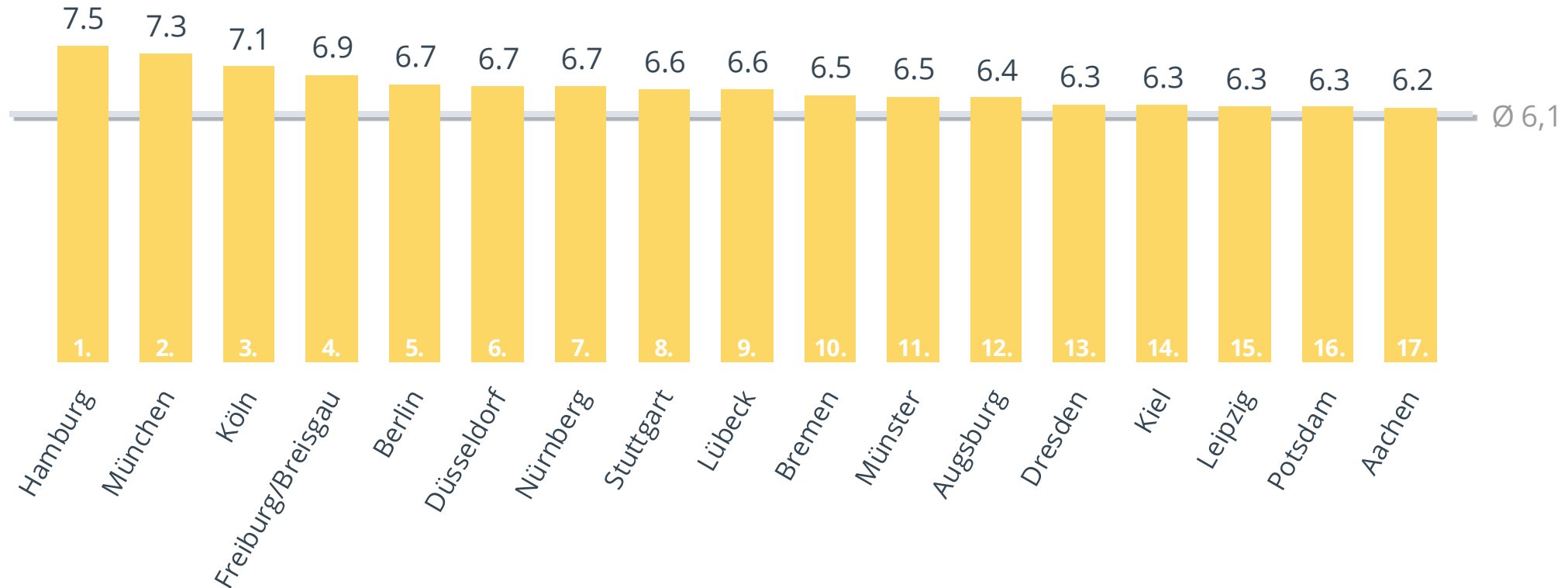


Markenstärke Ranking

Das Spitzenfeld nach Altersgruppen

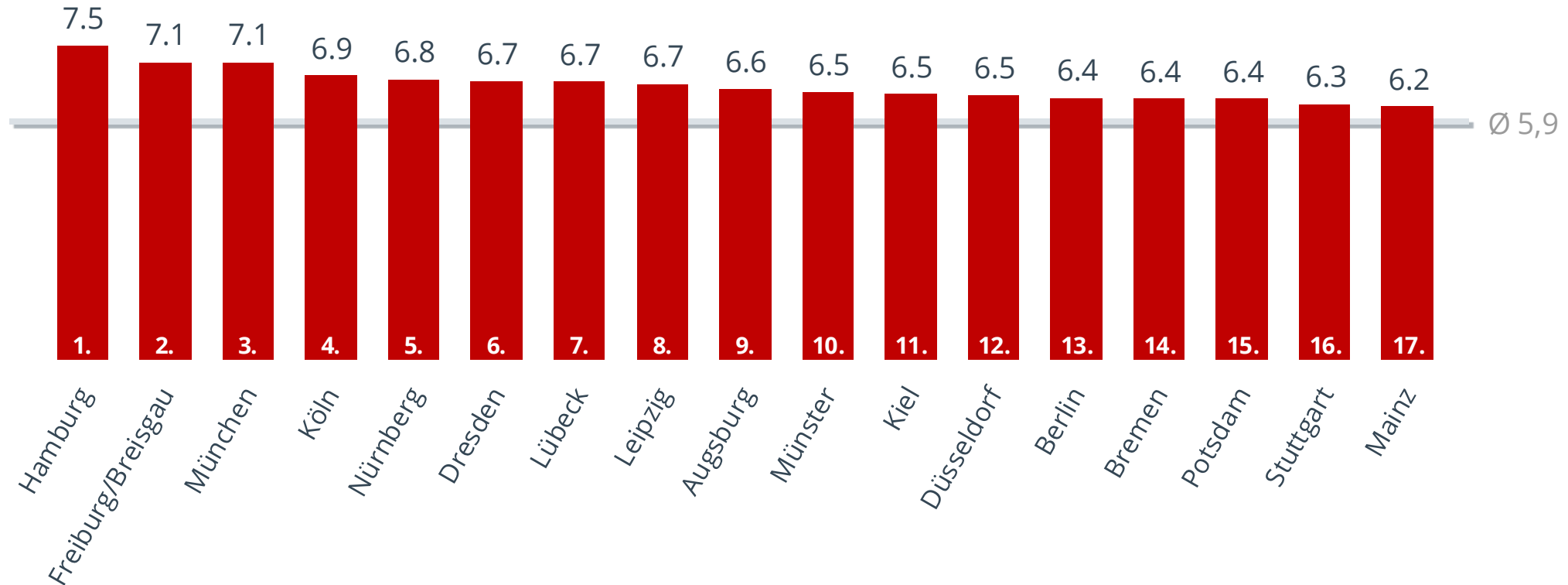
Markenstärke-Ranking (18–29 J.):

Hamburg an der Spitze, gefolgt von München und Köln –
Berlin auf dem fünften Platz

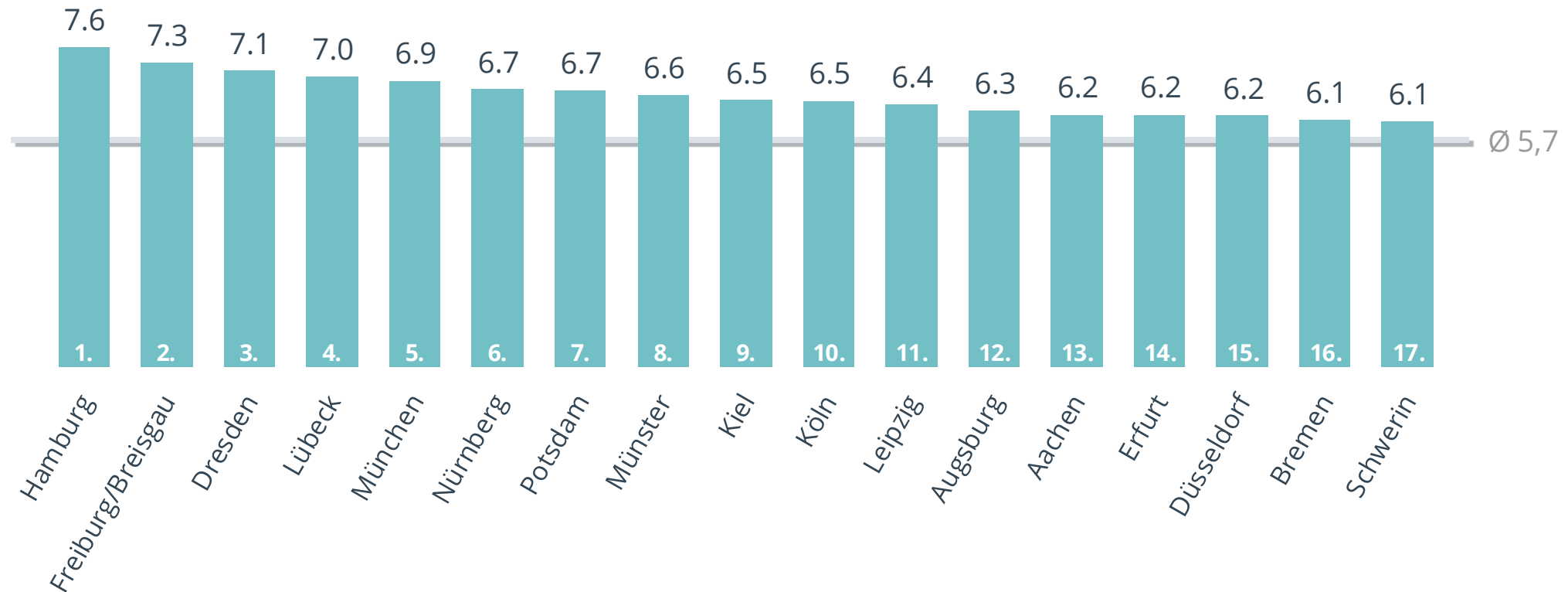


Markenstärke-Ranking (30-49 J.):

Hamburg belegt auch in der mittleren Altersgruppe den Spitzenplatz – gefolgt von Freiburg und München



Markenstärke-Ranking (50+): Top-Bewertung für Hamburg bei der Altersgruppe 50+; Freiburg und Dresden folgen

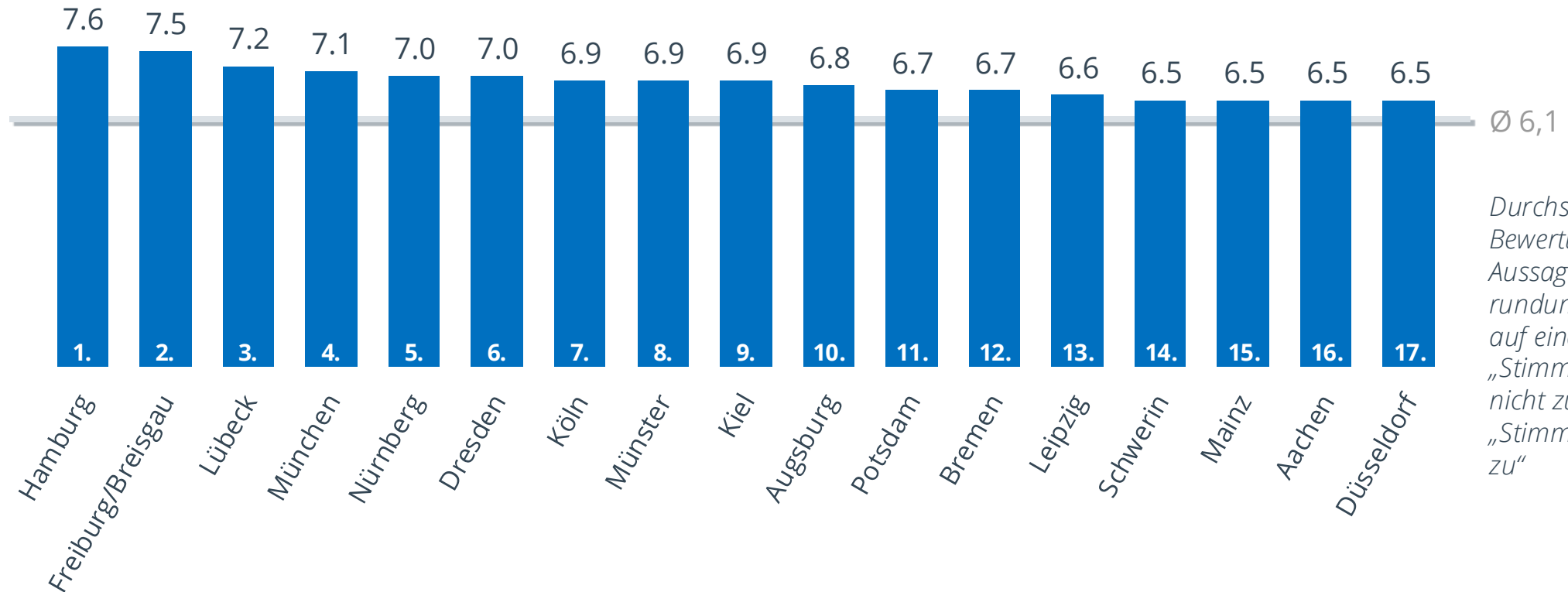


Einzelne Dimensionen der Markenstärke

Auszug

Sympathie-Ranking:

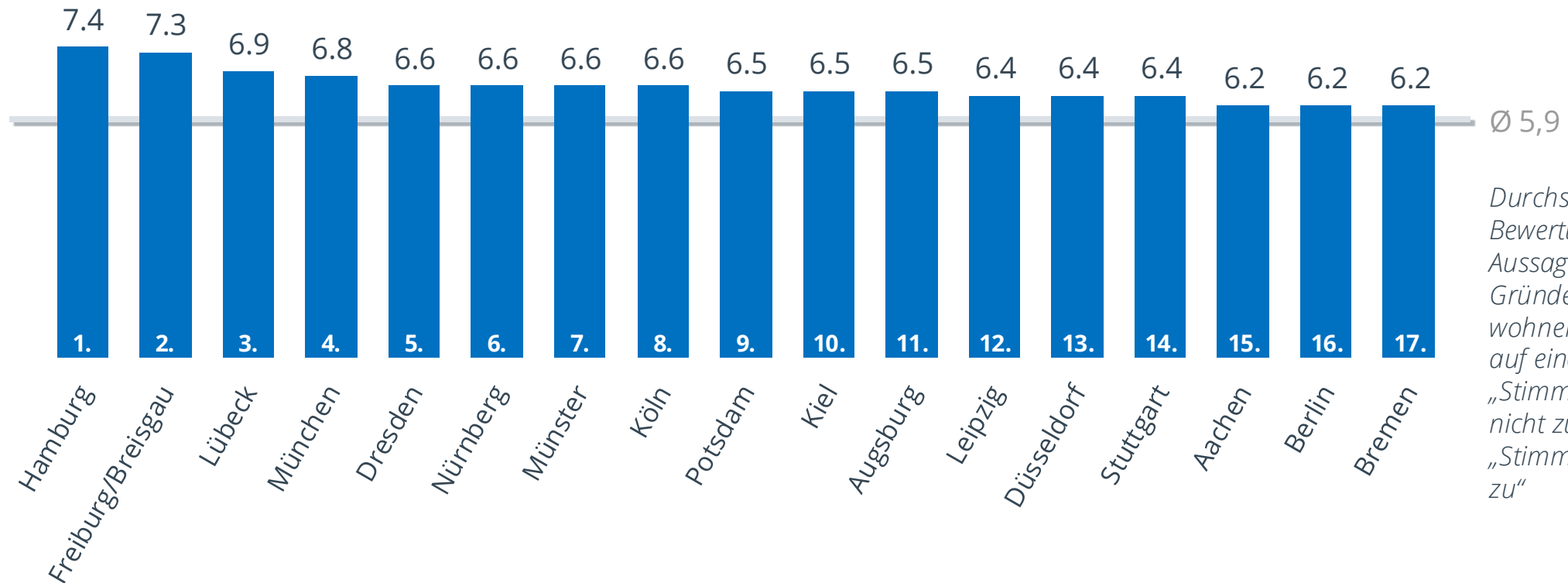
In Sachen Sympathie liegt Hamburg vorn; Freiburg, Lübeck und München folgen



Durchschnittliche
Bewertung der
Aussage „(...) finde ich
rundum sympathisch“
auf einer Skala von 1
„Stimme überhaupt
nicht zu“ bis 10
„Stimme voll und ganz
zu“

Gute Gründe zum Wohnen/Leben:

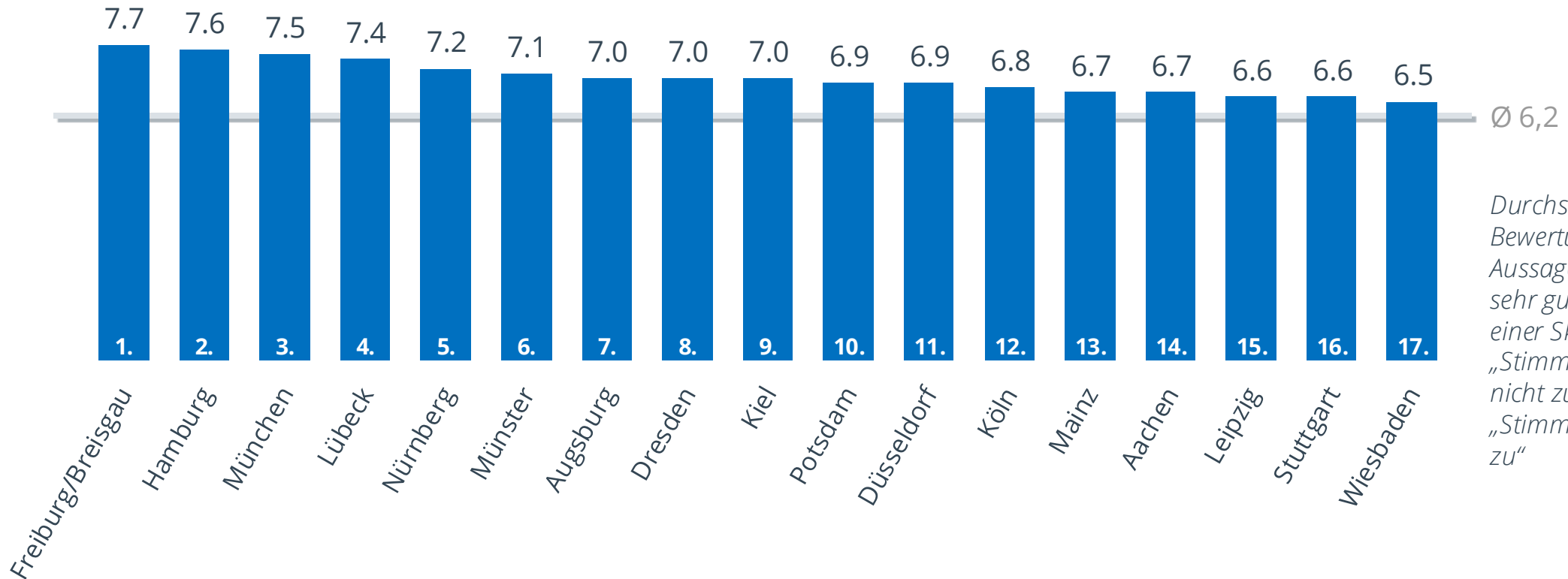
Hamburg im Ranking an erster Stelle vor Freiburg und Lübeck; München und Dresden folgen



Durchschnittliche
Bewertung der
Aussage „Es gibt gute
Gründe, in (...) zu
wohnen und zu leben“
auf einer Skala von 1
„Stimme überhaupt
nicht zu“ bis 10
„Stimme voll und ganz
zu“

Guter Ruf:

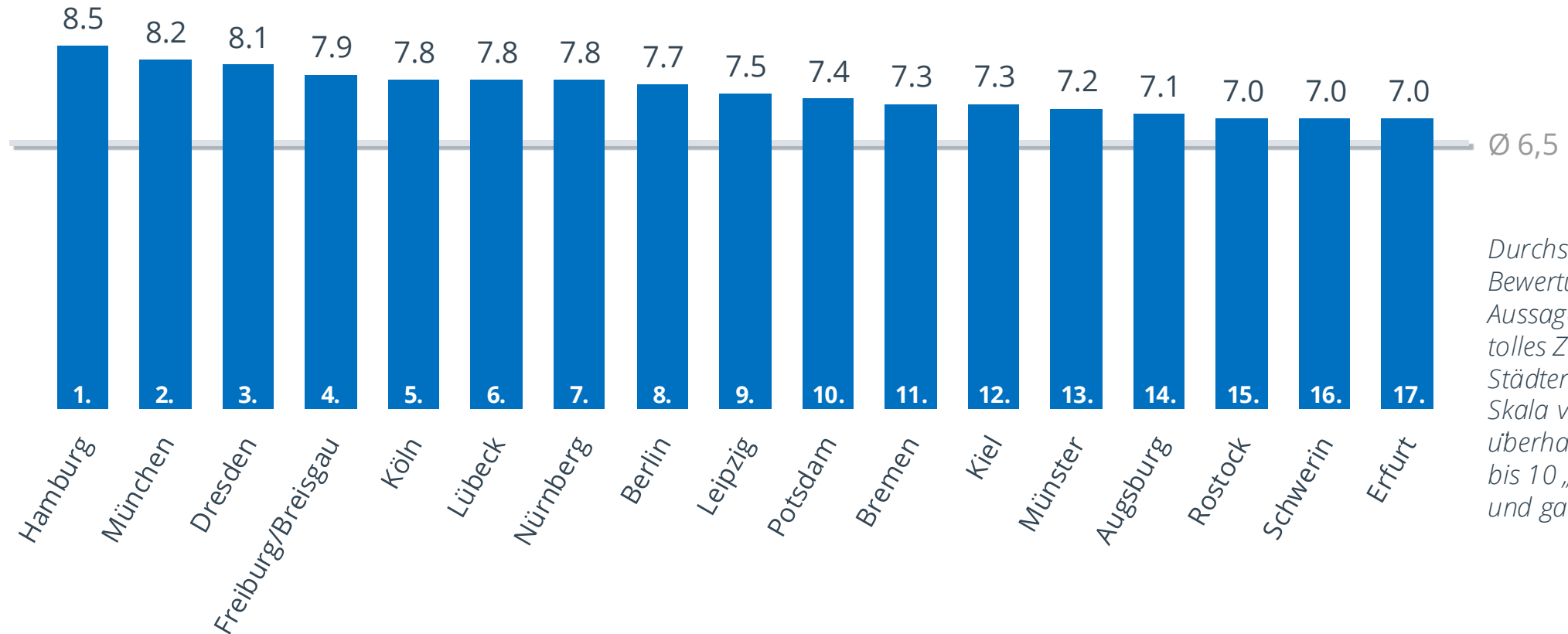
Freiburg hat laut den Befragten den besten Ruf der Städte - Hamburg und München folgen



Durchschnittliche Bewertung der Aussage „(...) hat einen sehr guten Ruf“ auf einer Skala von 1 „Stimme überhaupt nicht zu“ bis 10 „Stimme voll und ganz zu“

Ziel für Städtereise:

Hamburg liegt als Ziel für Städtereisen ganz vorne – München und Dresden folgen



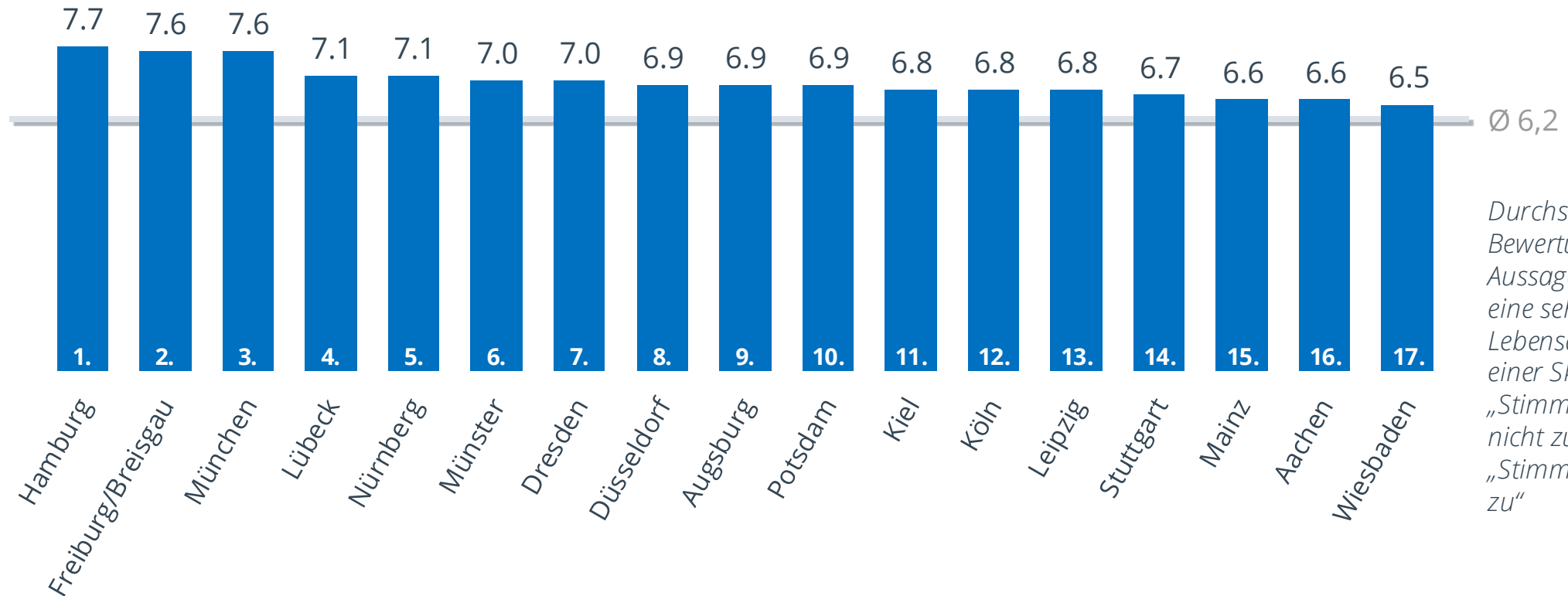
Durchschnittliche Bewertung der Aussage „(...) ist ein tolles Ziel für eine Städtereise“ auf einer Skala von 1 „Stimme überhaupt nicht zu“ bis 10 „Stimme voll und ganz zu“

Weitere Frage- Dimensionen

Auszug

Lebensqualität:

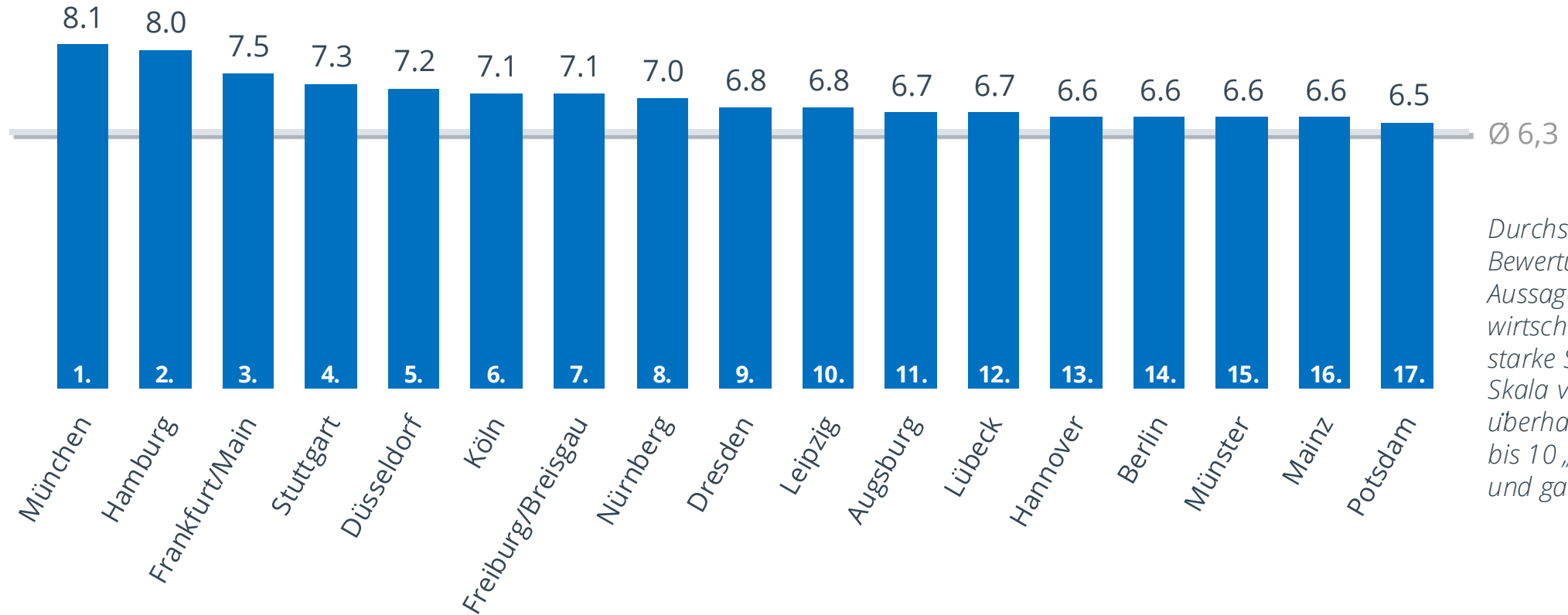
Hamburg, Freiburg und München werden als besonders lebenswert bewertet



Durchschnittliche Bewertung der Aussage „(...) bietet eine sehr hohe Lebensqualität“ auf einer Skala von 1 „Stimme überhaupt nicht zu“ bis 10 „Stimme voll und ganz zu“

Wirtschaftliche Stärke:

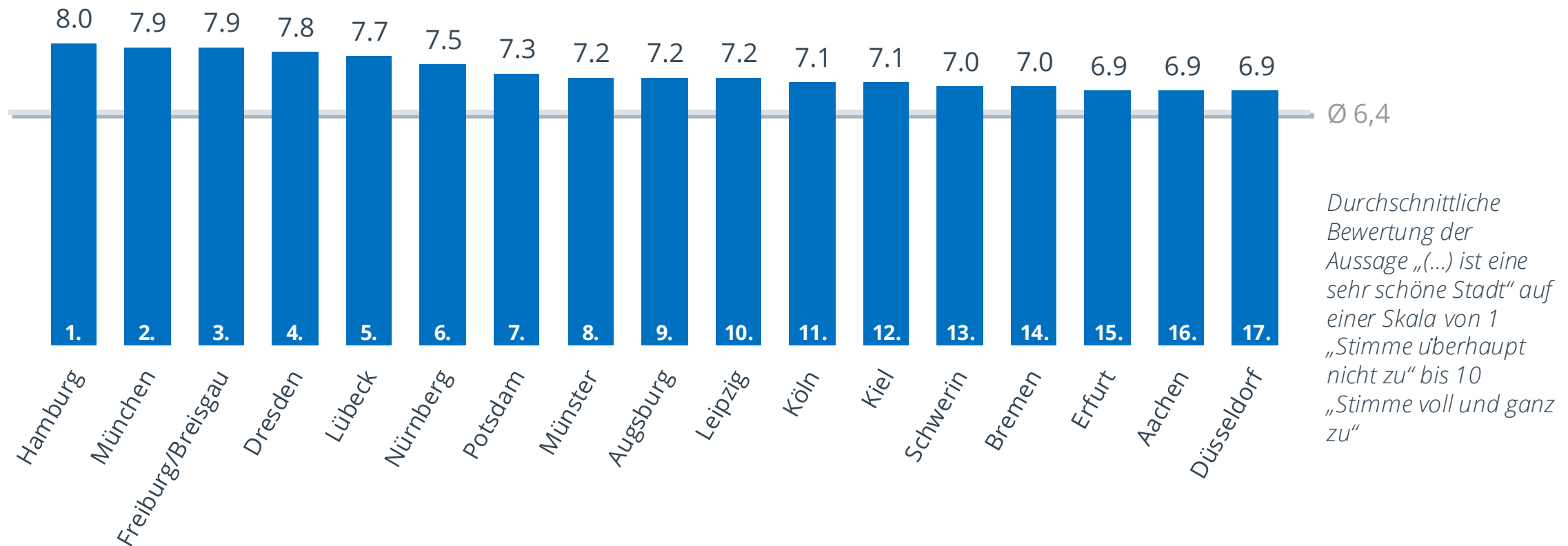
München auf Platz 1 – Hamburg und Frankfurt am Main folgen



Durchschnittliche Bewertung der Aussage „(...) ist eine wirtschaftlich sehr starke Stadt“ auf einer Skala von 1 „Stimme überhaupt nicht zu“ bis 10 „Stimme voll und ganz zu“

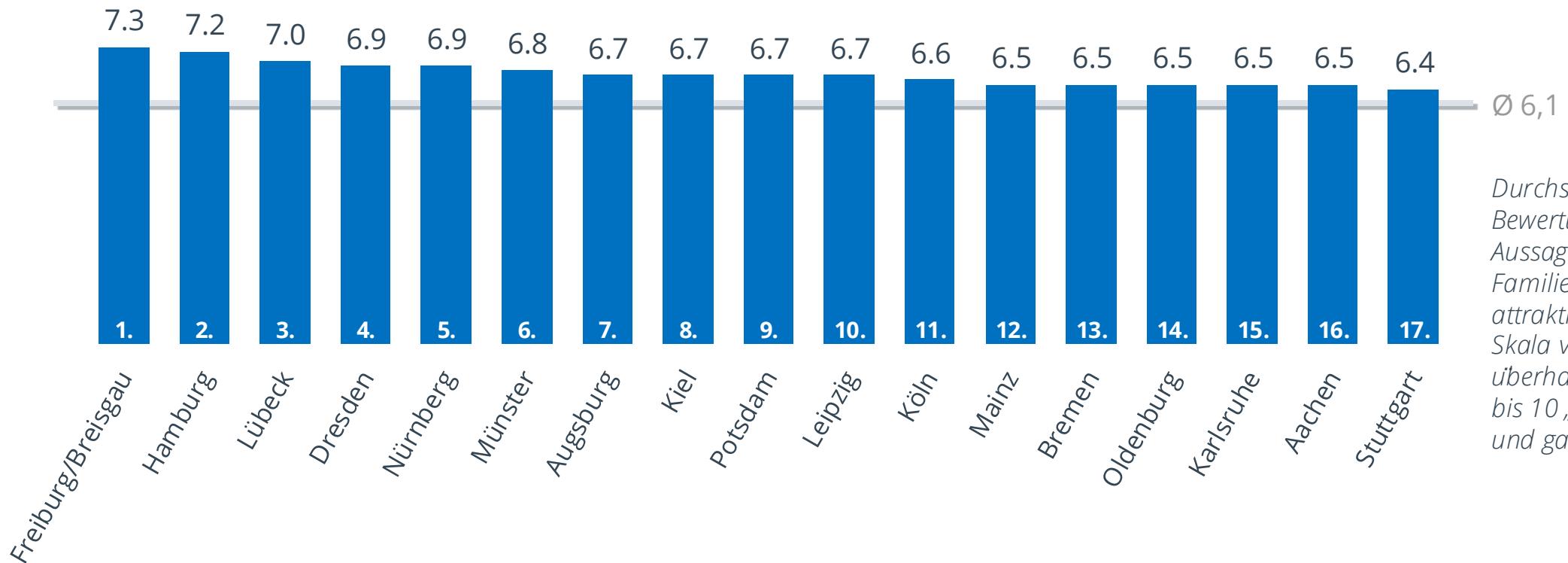
Schönes Stadtbild:

Hamburgs Stadtbild ist auf dem ersten Platz – München und Freiburg folgen



Attraktivität für Familien:

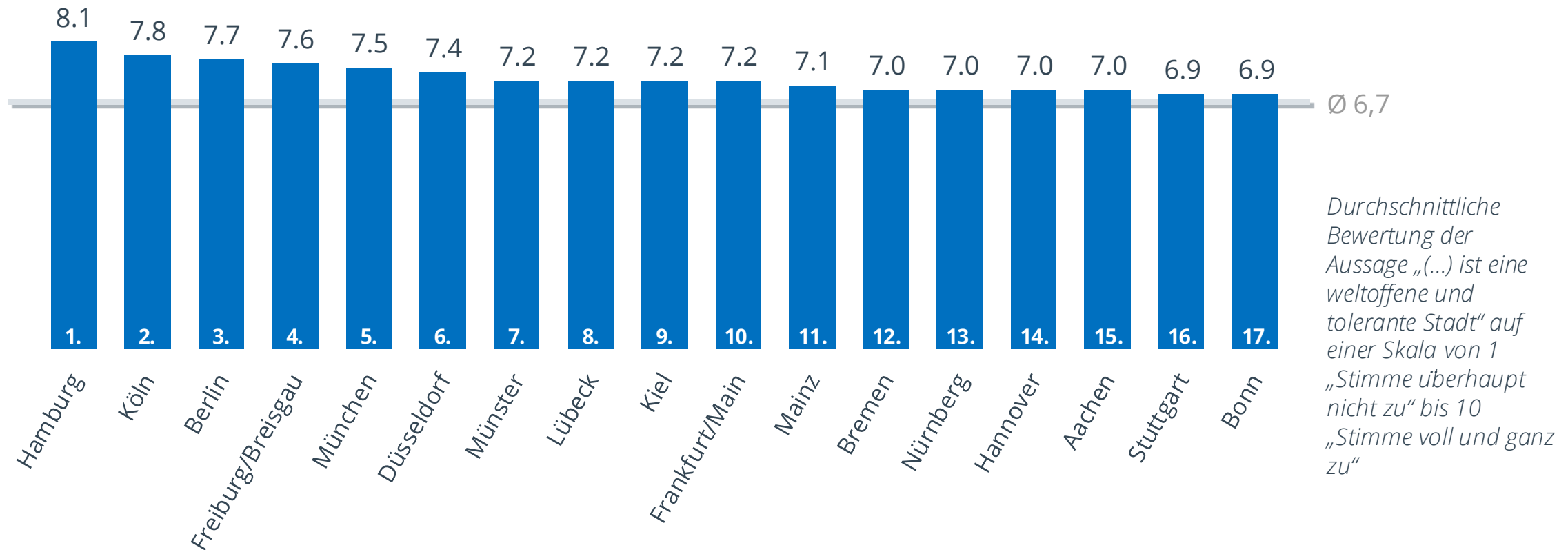
Freiburg wird am besten bewertet – Hamburg und Lübeck folgen



Durchschnittliche Bewertung der Aussage „(...) ist für Familien sehr attraktiv“ auf einer Skala von 1 „Stimme überhaupt nicht zu“ bis 10 „Stimme voll und ganz zu“

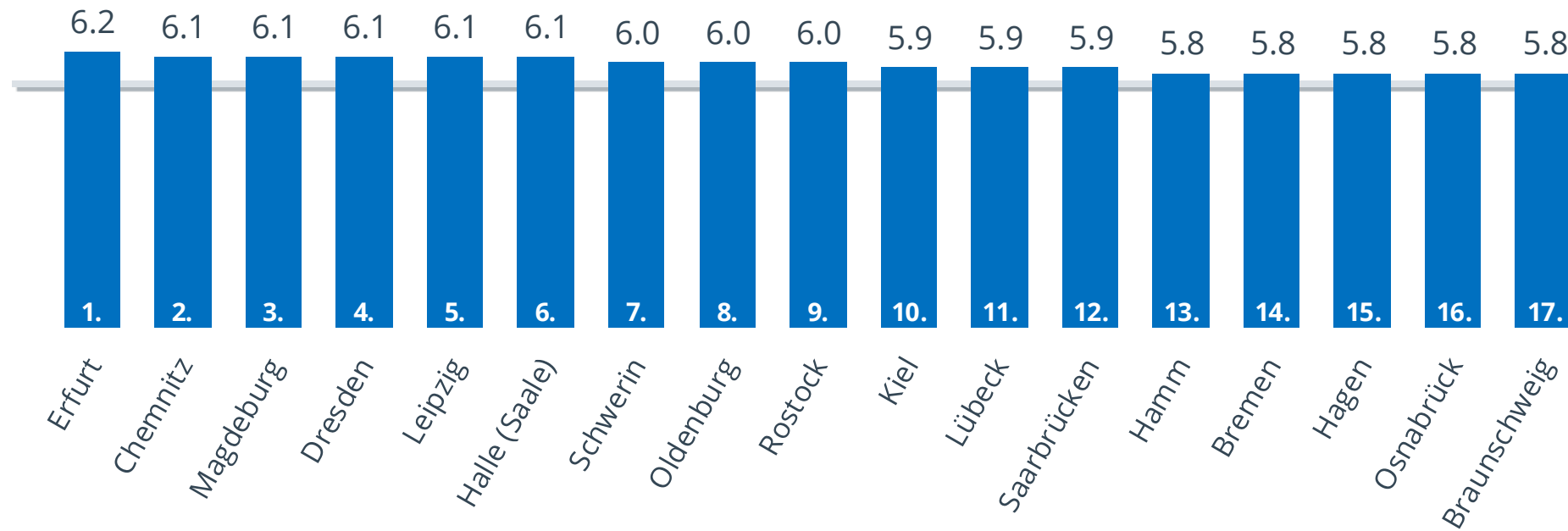
Weltoffenheit und Toleranz:

Hamburg wird als besonders weltoffene Stadt wahrgenommen – Köln und Berlin folgen



Bezahlbarer Wohnraum:

Erfurt auf dem ersten Platz – Chemnitz, Magdeburg, Dresden, Leipzig und Halle an der Saale folgen



Ø 5,6

Durchschnittliche Bewertung der Aussage „(...) hat ein sehr gutes Angebot an bezahlbarem Wohnraum“ auf einer Skala von 1 „Stimme überhaupt nicht zu“ bis 10 „Stimme voll und ganz zu“

Sie wollen **mehr** erfahren?

- › Die **Vollversion** des **Brandmeyer Stadtmarken-Monitors** mit allen Detailergebnissen umfasst **427 Seiten** und kann ab sofort exklusiv bei Innofact als PDF für **790€** 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:

Christian Thunig

Managing Partner Innofact AG

0211-862029-268

c.thunig@innofact.com

Wer steht hinter dem Stadtmarken- Monitor?

Experten in Sachen **Stadtmarke**

- › Die **Brandmeyer Markenberatung GmbH & Co. KG** unterstützt seit 20 Jahren Unternehmen, Institutionen und Städte dabei, Marken noch erfolgreicher zu machen und gibt Kunden konkrete Empfehlungen für mehr Alleinstellung und Markterfolg mit auf den Weg.
- › Im Bereich Stadtmarken verfügt das Unternehmen über Erfahrung in zahlreichen Analyse- und Strategieprojekten (z.B. Hamburg, Greater Copenhagen, Lübeck, Dresden, Bielefeld, Osnabrück).
- › Die Brandmeyer Markenberatung verfügt über ein Netzwerk führender Stadtmarken-Experten – von Wissenschaft über Beratung bis zur Umsetzung durch systematisches Touchpoint-Management gemeinsam mit der Stadtmanufaktur Hamburg.

Brandmeyer
MARKENBERATUNG



Brandmeyer Markenberatung – von brand eins ausgezeichnet als **Beste Unternehmensberater** in der Kategorie Marketing, Marke, Pricing.

Peter Pirck

Geschäftsführender Gesellschafter

040-224 228-55

peter.pirck@brandmeyer-markenberatung.de

Brandmeyer Markenberatung GmbH & Co. KG

Grimm 8

20457 Hamburg

www.brandmeyer-markenberatung.de

Experten in Sachen **Marktforschung**

- › Die **INNOFACT AG** ist mit rund 120 festen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein inhabergeführtes Full-Service-Marktforschungsinstitut mit Sitz in Düsseldorf. Pro Jahr führt das Institut über 1.400 Marktforschungs-Projekte für rund 300 Kunden/Auftraggeber durch.
- › Zu den Kunden zählen große Handelskonzerne und Markenartikelhersteller, Telekommunikations- oder Digitalanbieter, aber auch Unternehmensberatungen, Universitäten und Medienkonzerne.
- › Die INNOFACT AG hat einen Schwerpunkt in der Online-Marktforschung sowie bei innovativen Erhebungsmethoden und versteht sich als einer der Qualitäts- und Marktführer in diesem Bereich.



Christian Thunig
Managing Partner
0211-862029-268
c.thunig@innofact.com

INNOFACT AG
Neuer Zollhof 3
40221 Düsseldorf
www.innofact-marktforschung.de

Das **Kommunikationsmedium** für die öffentliche Hand

- › **PUBLIC MARKETING** ist das führende Fachmagazin für Marketing und Kommunikation im öffentlichen Sektor. Es richtet sich an Expert:innen aus Bereichen wie Stadt- und Standortmarketing, Wirtschaftsförderung, Destinationsmanagement, Bürgerkommunikation und -beteiligung, Kultur- sowie Hochschulmarketing und politischer Kommunikation.
- › Die Medienmarke bereitet Marketingwissen verständlich, umfassend und anwendbar auf, indem sie aktuelle Praxisbeispiele präsentiert und relevante Akteure zu Wort kommen lässt.
- › Neben der Printausgabe und Sonderpublikationen umfasst PUBLIC MARKETING eine Website, einen Newsletter sowie eine Präsenz auf LinkedIn.

PUBLIC MARKETING



Anja Lüth

Chefredakteurin

040-609 009-89

lueth@publicmarketing.eu

New Business Verlag GmbH & Co. KG

Nebendahlstraße 16

22041 Hamburg

www.publicmarketing.eu

Impressum/Kontakt

Brandmeyer Markenberatung GmbH & Co. KG

Grimm 8
20457 Hamburg

Peter Pirck
Telefon: 040 244 228 – 00
E-Mail: peter.pirck@brandmeyer-markenberatung.de

Inhalt: Peter Pirck, Brandmeyer Markenberatung GmbH & Co. KG
Christian Thunig, Innofact AG

© 2025 Brandmeyer Markenberatung / Innofact AG

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