



Kiel.Sailing.City gehört zu den stärksten Stadtmarken Deutschlands – Kiel punktet unter anderem bei Familien und in der Kategorie Sympathie

Kiel ist bei den Einheimischen und Gästen beliebt und auch in der bundesweiten Städtewahrnehmung erhält die Landeshauptstadt überdurchschnittlich gute Noten. Das ist ein Ergebnis der repräsentativen Meinungsumfrage des neuen Brandmeyer Stadtmarken-Monitors 2020, die wie zuletzt 2015 erneut in 50 Großstädten durchgeführt wurde. Diese regelmäßige Befragung liefert wichtige Erkenntnisse in Sachen Kommunikation, Markenführung und Stadtentwicklung, die es gilt, in Planungen und Handeln zu integrieren.

Nochmals konnte sich die Landeshauptstadt in der Gesamtbewertung verbessern beziehungsweise die guten Platzierungen in Einzelwertungen halten. So ist Kiel in der Rangliste der 50 attraktivsten Städte Deutschlands in der Gesamtwertung auf Rang 11 vorgerutscht (2015: Rang 12) und liegt damit deutlich vor anderen beliebten Städten im Norden wie Bremen (16. Platz), Rostock (22. Platz) oder Schwerin (24. Platz). Die Spitzenplätze belegen erwartungsgemäß die Großstadtmetropolen Hamburg, Berlin und München. Auch die Stadt Freiburg im Breisgau ist in vielen Bereichen vorne zu finden.

In vielen Einzelbewertungen schneidet Kiel überdurchschnittlich gut ab. Es gibt aber auch Verbesserungsbedarf, etwa bei der Digitalisierung, der wirtschaftlichen Bedeutung oder beim bezahlbaren Wohnraumangebot.

In der Gesamtbewertung punktet die Stadt vor allem bei den „Älteren“ mit Rang 8 und den Familien mit Rang 11. Bei der Attraktivität für „Jüngere“ hat Kiel mit Platz 16 noch Luft nach oben. Mit Blick auf die Einzelbewertungen erfährt Kiel eine besonders positive Entwicklung in der Wahrnehmung der mittleren Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen.

Im Bereich Sympathie belegt die Stadt den 11. Platz, in der Kategorie „Gute Gründe, hier zu wohnen und zu leben“ Platz 12. Ebenso Platz 12 erreicht Kiel bei der Frage nach dem guten Ruf, für die Einzigartigkeit gibt es sogar Platz 11. Bei der konkreten Frage nach der Zukunftsbereitschaft belegt Kiel einen hervorragenden 10. Platz und selbst bei der Weiterempfehlung an gute Freund*innen ist die Stadt mit Rang 13 überdurchschnittlich gut aufgestellt.

„Aus touristischer Sicht sind die Ergebnisse im Ranking Sympathie, guter Ruf und Attraktivität besonders wertvoll. Dass Kiel sich als gefragtes Städtereiseziel auf Rang 12 (2015: Rang 13) verbessert



Kiel-Marketing

hat, als sehr attraktiv eingestuft wird und eine Reise wert ist, bestätigt unsere Bemühungen im Tourismusmarketing“, freut sich Uwe Wanger, Geschäftsführer von Kiel-Marketing über das hervorragende Abschneiden der Stadt im Tourismus. Bei der Frage nach einem „klaren Bild vor Augen“ sei Kiel mit Rang 15 zwar immer noch überdurchschnittlich gut, die Marke Kiel.Sailing.City könne jedoch deutlich mehr.

Einen kritischeren Blick auf die Stadt am Meer gibt es laut Studie bei den Befragten für Kiel als Wohnort und Lebensmittelpunkt. So landet die Landeshauptstadt bei der Beurteilung der „wirtschaftlichen Stärke“ (Rang 21), den „Mobilitätsangeboten“ (Rang 24), bei „Bezahlbaren Wohnraum“ (Rang 20) und auch im Bereich der „Digitalisierung“ (Rang 20) nur im Durchschnitt, wenn auch im oberen Mittelfeld.

Kiels Oberbürgermeister Ulf Kämpfer betont: „Bezahlbarer Wohnraum und attraktive Mobilitätsangebote für alle Kieler*innen – das sind zwei der wichtigsten Aufgaben, die sich die Stadtverwaltung auf die Fahnen geschrieben hat. Das gleiche gilt für die Digitalisierung: Kiel ist auf dem Weg zur ‚Smart City‘, die den digitalen Wandel gestaltet.“ Die Umfrage zeigt für ihn: „Wir sind schon sehr gut, aber besser geht immer. Darum sind die Ergebnisse für uns auch ein Ansporn. Wir wollen den Menschen zeigen: Kiel.Sailing.City steht für Dynamik, Nachhaltigkeit und moderne Verwaltung.“

Es bleibt ebenfalls abzuwarten, wie sich Kiel in künftigen Umfragen im Feld „Attraktivität der Innenstadt“ entwickelt. Hier landet Kiel.Sailing.City in der aktuellen Studie 2020 lediglich auf Rang 24 von 50 Großstädten. In diesem Bereich tut sich jedoch viel: Mit dem Kleinen-Kiel-Kanal als neue Mitte und der damit verbundenen Innenstadt-Belebung will die Landeshauptstadt künftig in dieser Kategorie deutlich punkten.

[Der Kurzbericht zum Brandmeyer Stadtmarken-Monitor 2020 kann hier eingesehen werden.](#)

Pressekontakt: Eva-Maria Zeiske, Tel.: 0431 – 679 10 26, E-mail: e.zeiske@kiel-marketing.de
Kiel-Marketing e.V., Andreas-Gayk-Str. 31, 24103 Kiel, Newsroom: <http://presse.kiel-marketing.de/>