

**DüsselPanel 05/25 – Kurzbefragung zur Königsallee**

01.05 – 31.05.2025

# Düssel Panel

**:DÜSSELDORF**  
Marketing

# Die Teilnehmer\*innen haben Fragen zur Königsallee beantwortet.

## Hintergrund

Die Königsallee ist bekannt für ihre luxuriösen Boutiquen und den Kö-Graben. Sie gilt als eines der Wahrzeichen der Landeshauptstadt Düsseldorf. Nun soll die Königsallee als Aufenthaltsort auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten neu gedacht werden.

Wir haben unsere Community gefragt:

- Wie oft besuchen Sie die Königsallee **außerhalb der regulären Ladenöffnungszeiten?**
- Zu welchen Zwecken besuchen Sie die Königsallee hauptsächlich **außerhalb der Ladenöffnungszeiten?**
- Was fehlt Ihrer Meinung nach derzeit auf der Königsallee?



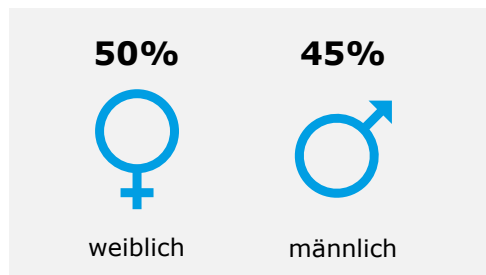
**216**

---

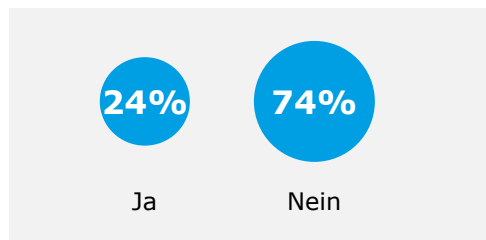
**Personen haben an  
der Befragung  
teilgenommen.**

# Die Stichprobe ist überwiegend 45 Jahre und älter, ohne Migrationshintergrund.

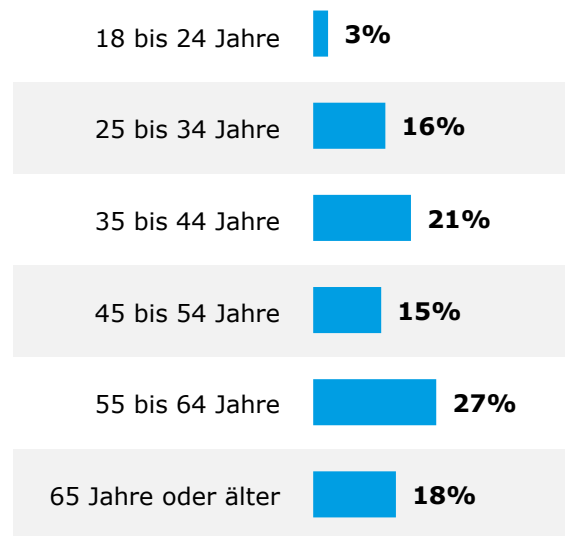
## Geschlecht\*



## Migrationshintergrund\*

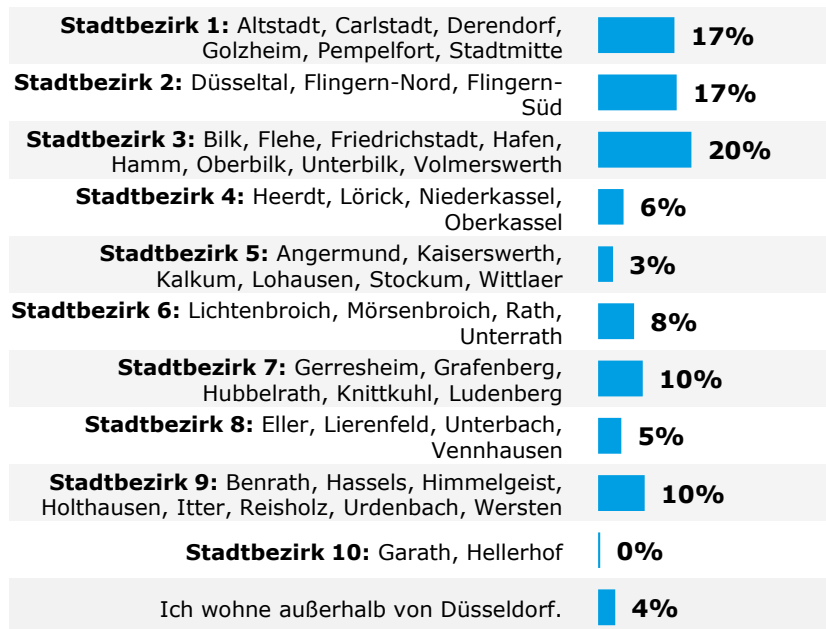


## Alter\*

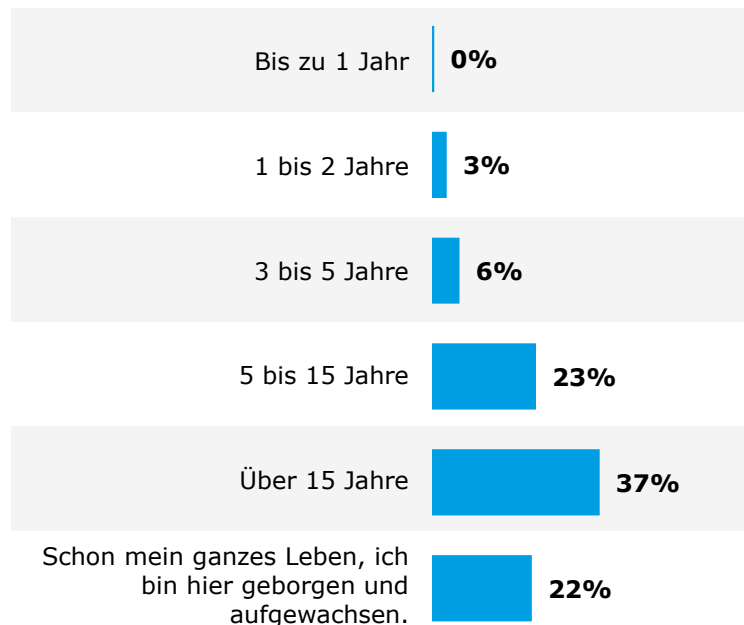


# Rund 80% der Befragten leben seit mehr als 15 Jahren in Düsseldorf.

## Wohnviertel\*

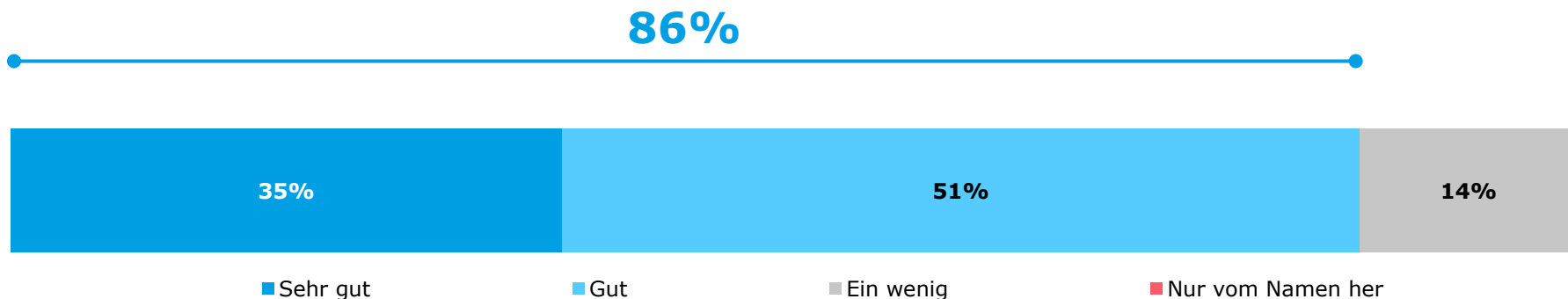


## Wohndauer\*



# Die Befragten kennen die Königsallee überwiegend gut oder sogar sehr gut.

## Bekanntheit der Königsallee



A photograph of three young women walking and laughing on a city street. They are dressed in casual, contemporary clothing. The woman on the left wears a white button-down shirt and dark trousers. The woman in the middle wears a light blue denim jacket over a white t-shirt and dark trousers. The woman on the right wears a dark sweater over a white collared shirt and light-colored trousers. They are walking on a paved sidewalk next to a cafe with outdoor seating on the left and a storefront with a large window on the right. The scene is bright and sunny, suggesting a pleasant day.

# Besuchs- verhalten

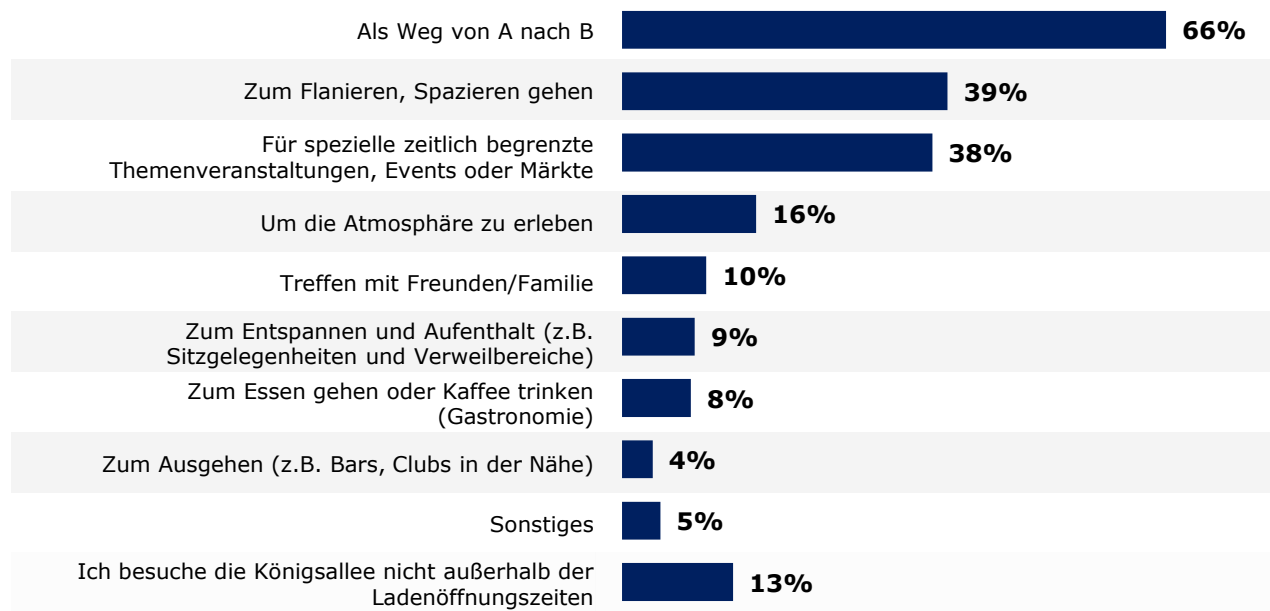
# Die Hälfte besucht die Königsallee mindestens monatlich während der Öffnungszeiten, außerhalb deutlich seltener.

## Besuche während der regulären Ladenöffnungszeiten vs. außerhalb



# Die Königsallee dient für viele als Weg von A nach B bzw. zum Flanieren. Auch spezielle Events werden besucht.

## Grund für Besuche außerhalb der Ladenöffnungszeiten

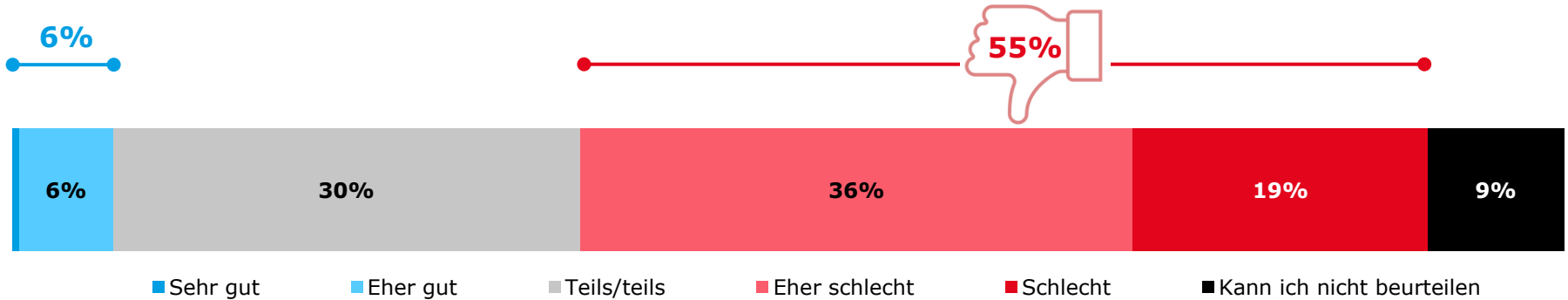


A woman with blonde hair and sunglasses is sitting at an outdoor cafe table on a city street. She is wearing a white shirt, a dark blue vest, and dark pants. She is holding a white coffee cup and looking towards the camera with a smile. The cafe has several tables and chairs, and there are other people walking in the background. The word "Bewertung" is overlaid in large, bold, red letters across the center of the image.

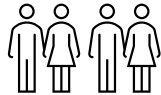
# Bewertung

# Der Königsallee gelingt es nicht, außerhalb der Öffnungszeiten ein belebter Treffpunkt und Aufenthaltsort zu sein.

## Bewertung der Königsallee als Treffpunkt außerhalb der Ladenöffnungszeiten



Die Königsallee wird vor allem bei Events und wegen ihrer Atmosphäre geschätzt.

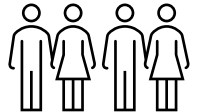


Außerhalb von Veranstaltungen mangle es an **Aufenthaltsqualität** und Gründen zum Verweilen. Die aktuelle Ausrichtung der Königsallee wird als **zu kommerziell, laut, exklusiv und wenig einladend** wahrgenommen. Es besteht der Wunsch nach einem attraktiveren, saubereren und zugänglicheren Raum für **alle Bevölkerungsgruppen**.

# Es gibt eine Vielzahl an Gründen, die Königsallee außerhalb der Ladenöffnungszeiten nicht häufiger zu besuchen.

## Gründe

- Am häufigsten wurde die **mangelnde Aufenthaltsqualität** kritisiert, insbesondere durch den starken **Autoverkehr, parkende Autos und Autoposer**, die als laut und störend empfunden werden.
- Viele bemängeln, dass es **zu wenig oder keine attraktive Gastronomie, Cafés oder Sitzmöglichkeiten** gibt. Die bestehenden Angebote werden oft als **zu teuer, exklusiv oder nicht ansprechend** empfunden.
- Viele empfinden **die Königsallee als zu voll, touristisch und wenig individuell**; das Publikum wird häufig als „Schicki-Micki“, snobistisch oder nicht einladend beschrieben.
- Es fehlt an **Vielfalt im Einzelhandel** – viele kritisieren die **Dominanz von Ketten und Luxusmarken** sowie das Verschwinden traditioneller Düsseldorfer Geschäfte.
- **Fehlende Freizeitangebote oder kulturelle Veranstaltungen** werden ebenfalls bemängelt.
- **Viele bevorzugen Alternativen** wie das Rheinufer, den Hofgarten oder Stadtteile wie Flingern und Bilk, die als attraktiver und entspannter wahrgenommen werden.
- Die Königsallee wird außerhalb der Ladenöffnungszeiten **als „tot“, ausgestorben oder langweilig** beschrieben.



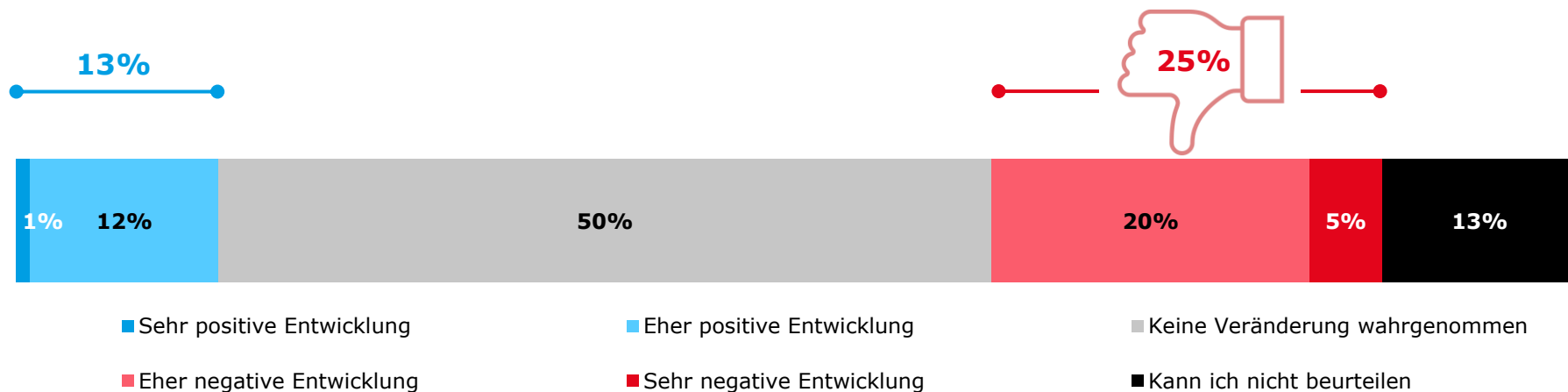
# Vielfältigere Gastronomieangebote und Sitzgelegenheiten sind am stärksten gefragt, gefolgt von kulturellen Angeboten.

## Wünsche für eine belebtere Königsallee



# Tendenziell negative wahrgenommene Entwicklung. Die Hälfte der Befragten kann keine Veränderung wahrnehmen.

## Entwicklung der Königsallee als Treffpunkt und Aufenthaltsort



# Düsseldorf

Nähe trifft Freiheit

Herausgegeben von:

**:DÜSSELDORF**  
Marketing

Düsseldorf Marketing GmbH  
Benrather Straße 9  
40213 Düsseldorf

Philipp Jahn  
Senior Manager Insights & Participation

[Jahn.p@duesseldorf-marketing.de](mailto:Jahn.p@duesseldorf-marketing.de)

Jasmin Ismail  
Insights & Participation

[Ismail.j@duesseldorf-marketing.de](mailto:Ismail.j@duesseldorf-marketing.de)