

Neues Analysetool: Neun Städte erhalten wertvolle Standortdaten!

Neues Analysetool „cima.city.monitor“ unterstützt neun Städte bei Standortanalysen zur Stärkung des Stadtmarketings und des Handels.

Bischofshofen, Österreich - Am 27. März 2025 wurde die Einführung des neuen Tools „cima.city.monitor“ bekannt gegeben, das Städten dabei helfen soll, wertvolle Standortdaten zu erhalten. Dieses innovative Analysetool wird in neun Städten, darunter Bischofshofen, Braunau, Feldkirch, Hall in Tirol, Klagenfurt, Kufstein, Tulln, Villach und Weiz, kostenfrei zur Verfügung gestellt. Der Wettbewerb zwischen Online- und stationärem Handel nimmt stetig zu, weshalb fundierte Daten für die Stadtmarketingstrategien entscheidend sind. Grundlegend für die Analysen sind anonymisierte Transaktionsinformationen, die von 2019 bis 2023 gesammelt wurden. Diese Daten zeigen die Ausgabenverhalten sowohl der lokalen Bevölkerung als auch von Touristen auf und erlauben detaillierte Auswertungen über verschiedene Branchen wie Handel, Gastronomie und Freizeit.

Mag. Michael Gsaller, Präsident von Stadtmarketing Austria, betont, wie wichtig Professionalität im Stadtmarketing sei. „cima.city.monitor“ bietet Einblicke in die wirtschaftlichen Entwicklungen und berücksichtigt insbesondere tourismusrelevante Daten, wie die Herkunftsländer der Gäste und ihre Ausgaben. Mag. Roland Murauer, CEO von CIMA Österreich, hebt die Relevanz der Partnerschaft hervor, um diese datenbasierten Standortanalysen zu ermöglichen. Darüber hinaus äußerte Oliver Gabriel, Direktor Advisors Business

Development bei Mastercard, seine positive Einschätzung zur Verwendung solcher Daten für die Stadtentwicklung, da sie entscheidend für die zukünftige Gestaltung der Städte sein könnten, wie **OTS berichtet**.

Konsumverhalten unter Druck

Parallel zu dieser Entwicklung zeigt eine aktuelle Studie von AlixPartners, dass das wirtschaftliche Umfeld in Deutschland und der Schweiz das Konsumverhalten der Verbraucher stark beeinflusst. Die Studie, die 2.000 Verbraucher in Deutschland und 1.000 in der Schweiz befragte, belegt, dass die Verbraucher weiterhin zurückhaltend bei ihren Ausgaben sind. Dies ist bereits das dritte Jahr in Folge, in dem die Planungen für Ausgaben in Gastronomie, Unterhaltung und Non-Food-Bereichen zurückgehen. Insbesondere die Konsumbarometer in Deutschland zeigt den niedrigsten Wert seit Februar 2024, was Händler vor erhebliche Herausforderungen stellt, wie **AlixPartners aufzeigt**.

Die Umfrage „Consumer Priorities 2025“ ergab zudem, dass 35% der Befragten planen, im Non-Food-Bereich weniger auszugeben, während nur 11% eine Erhöhung einschätzen. Vor allem jüngere Verbraucher unter 34 Jahren zeigen eine andere Tendenz, indem sie in vielen Kategorien gleich viel oder mehr ausgeben möchten, während ältere Verbraucher (34+) weniger planen. Die wirtschaftliche Unsicherheit führt dazu, dass viele Verbraucher ihren Fokus verstärkt auf Angebote und Aktionen setzen und Impulskäufe vermeiden. Ein trendiger Aspekt hierbei ist die zunehmende Nutzung von Künstlicher Intelligenz, die den Verbrauchern hilft, beim Einkauf bessere Entscheidungen zu treffen, einschließlich Preisvergleichen und Produktempfehlungen, wie in der Umfrage hervorgehoben wird.

Strategische Anpassungen für Händler

Für Einzelhändler in der Schweiz wird ein stagnierendes Weihnachtsgeschäft 2024 vorausgesagt, was die Notwendigkeit

einer effizienten Kostenstruktur unterstreicht. „Differenzierung und Kundenengagement“ sind laut Experten zentrale Erfolgsfaktoren. Händler müssen ihre Preisstrategien nicht nur auf den niedrigsten Preis, sondern auch auf relevante und personalisierte Angebote ausrichten, um im Wettbewerb bestehen zu können. Die Herausforderung liegt darin, die Kundenbeziehungen zu verbessern und digitale Infrastrukturen anzupassen, um auf die laufende sinkende Nachfrage zu reagieren. Fest steht, dass auch 2025 die Unsicherheiten fortbestehen werden und Händler sich auf Veränderungen in den Konsumverhalten einstellen müssen, wie **AlixPartners ergänzt**

.

Details	
Ort	Bischofshofen, Österreich
Quellen	• www.ots.at • www.alixpartners.com • www.alixpartners.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at