

Brandmeyer Stadtmarken-Monitor 2025

Stadtprofil Magdeburg im Auftrag der Magdeburg Marketing
Kongress und Touristik GmbH

Oktober 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
- › 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**

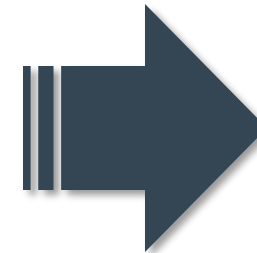
- › Online-Befragung mit **n=10.000 Interviews**
- › Die Befragung ist repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung Deutschlands zwischen 18 und 79 Jahren (jeder Befragte bewertete 5 Städte, d.h. pro Stadt basieren die Werte auf den Antworten von ca. 1.000 Befragten).
- › Die Befragung wurde vom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



MARKENSTÄRKE RANKING

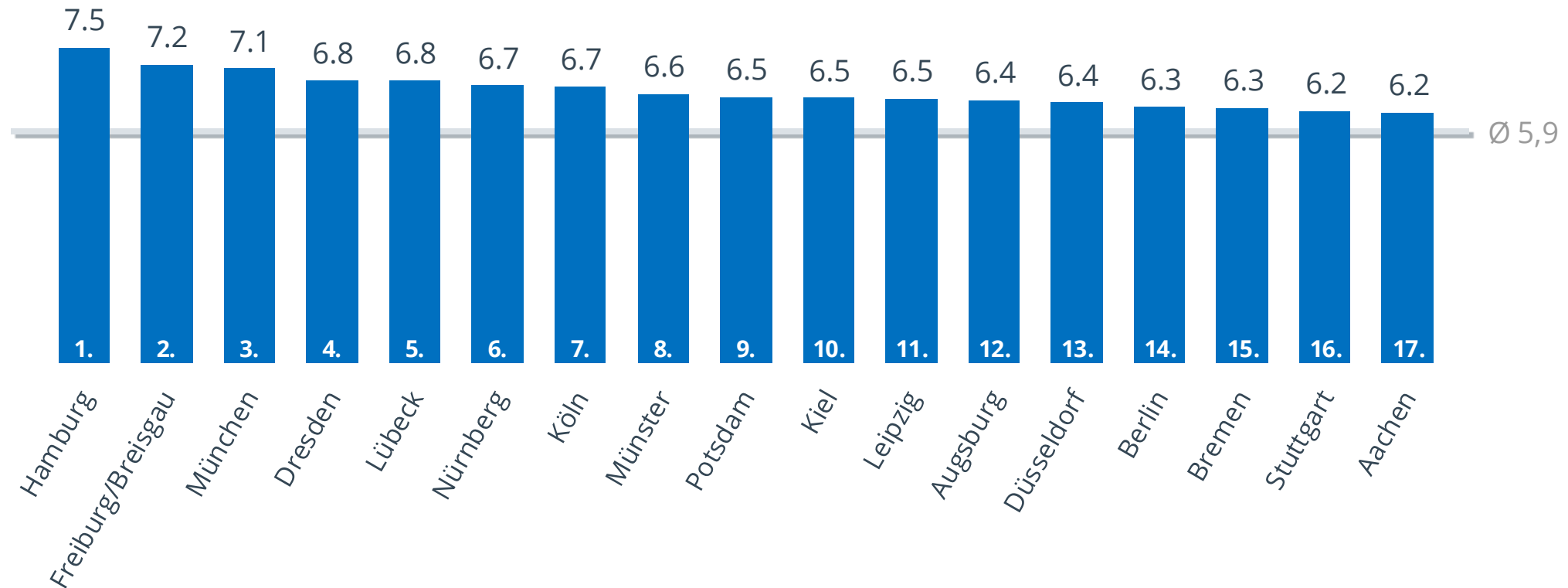
Aus neun Dimensionen der Markenstärke wurde ein Index gebildet (mit gleicher Gewichtung):

(...) 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

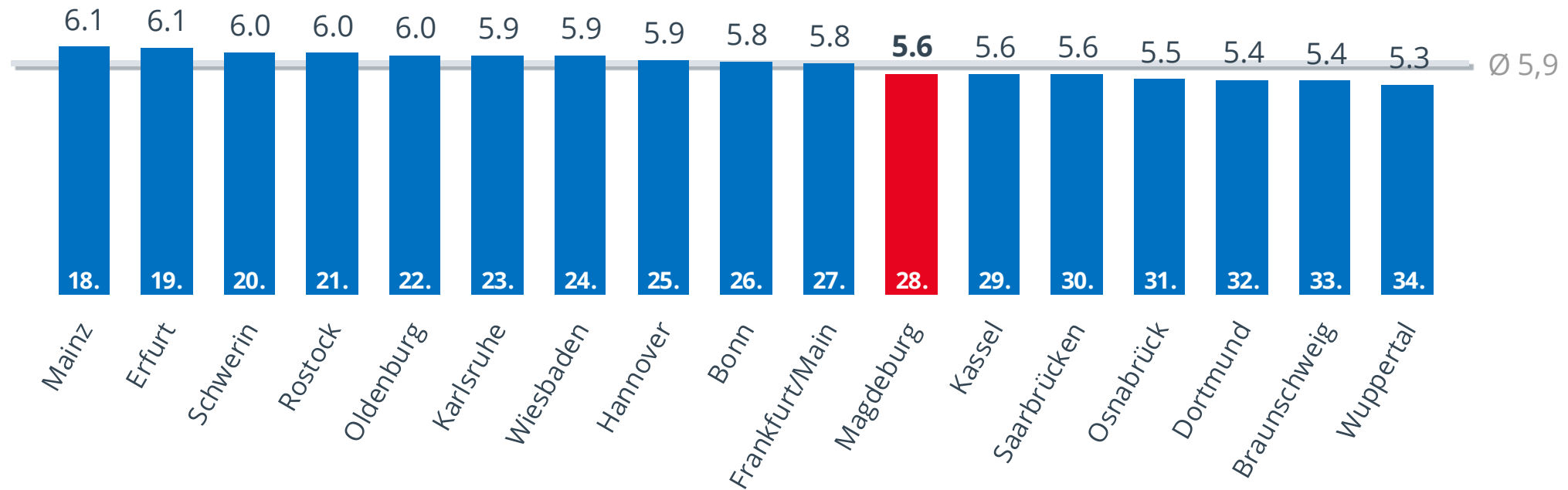


MARKENSTÄRKE

Markenstärke-Ranking: Hamburg ist unverändert zu 2020 die stärkste Stadtmarke Deutschlands – Freiburg und München folgen

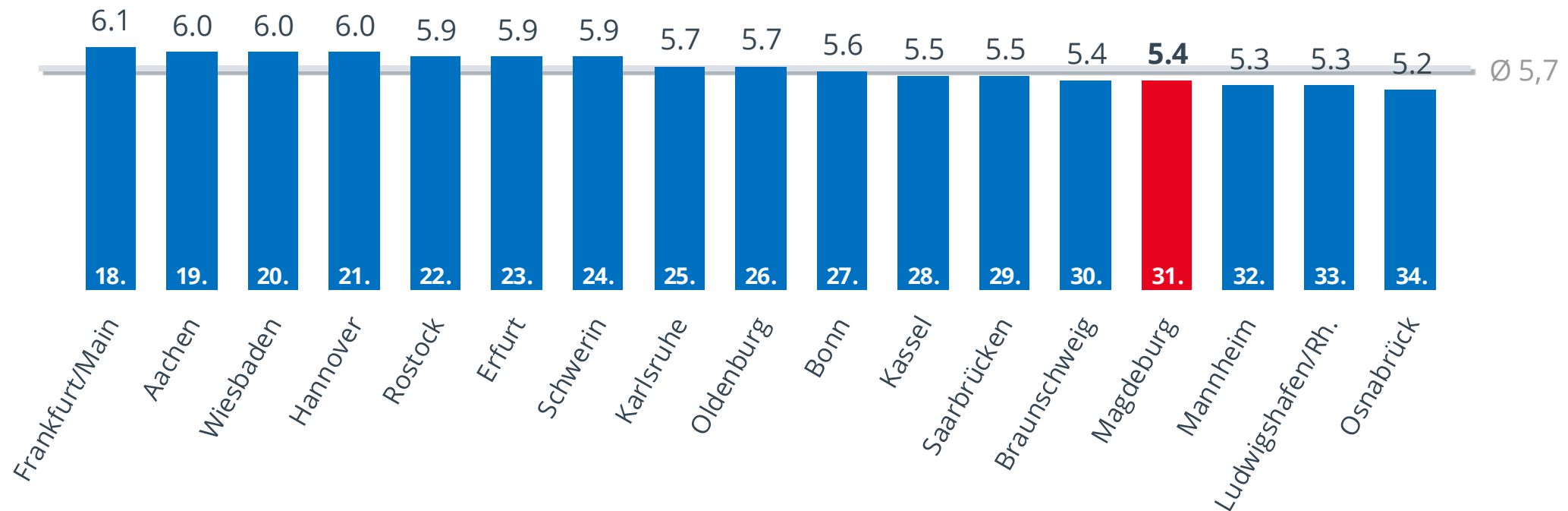


Markenstärke-Ranking: Magdeburg belegt den 28. Rang des Markenstärke- Rankings und verbessert sich damit im Vergleich zu 2020 um drei Ränge

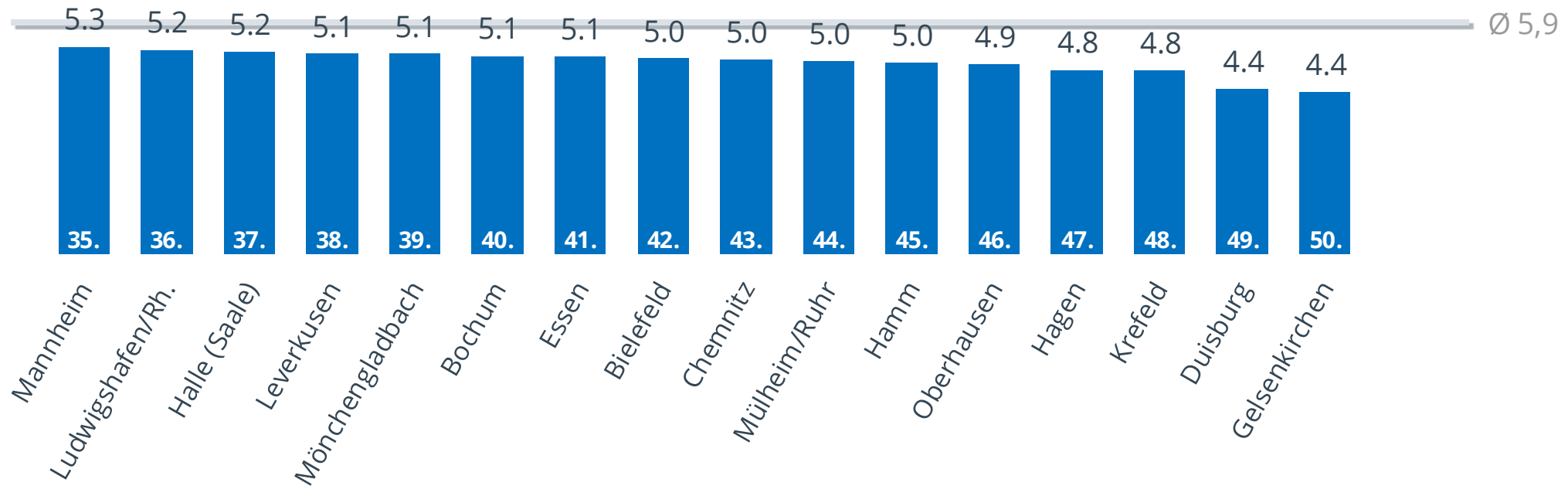


Markenstärke
2020

Markenstärke-Ranking:
2020 belegte Magdeburg den 31. Rang im Markenstärke-Ranking; der Durchschnitt der Städte lag damals mit 5,7 unter dem Wert von 2025 (5,9)



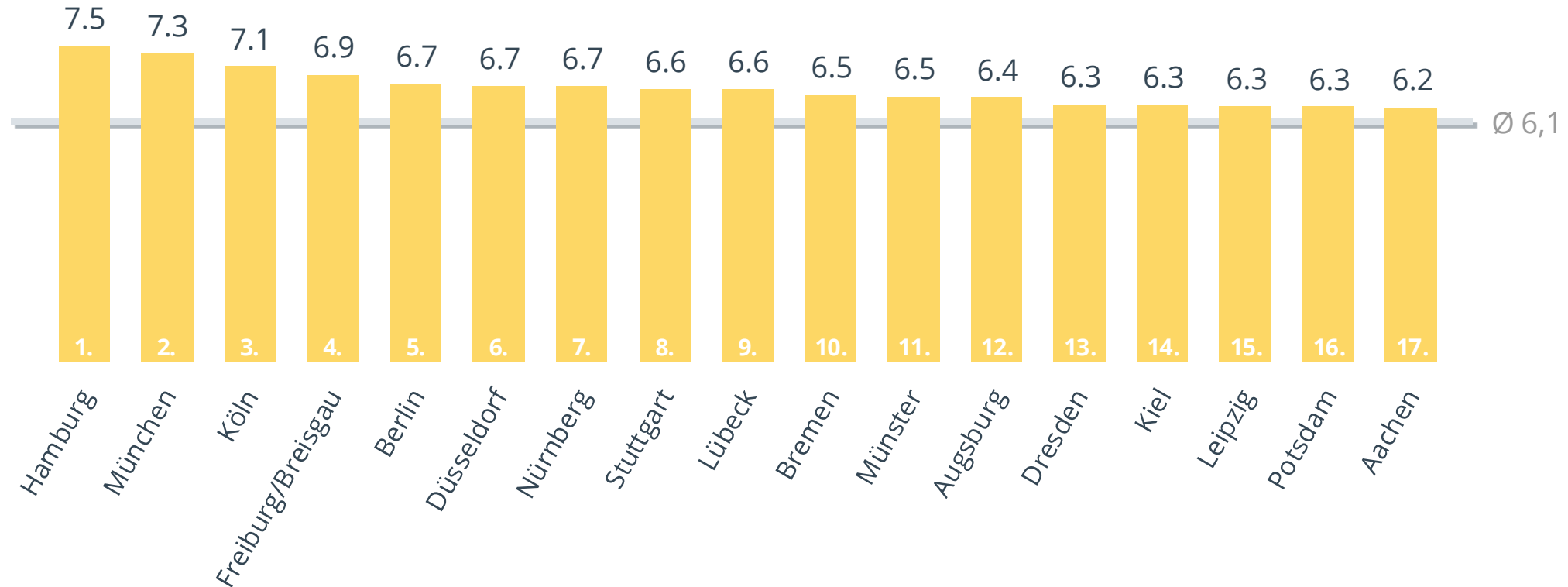
Markenstärke-Ranking: Städte mit niedriger Markenstärke befinden sich vor allem in Nordrhein-Westfalen



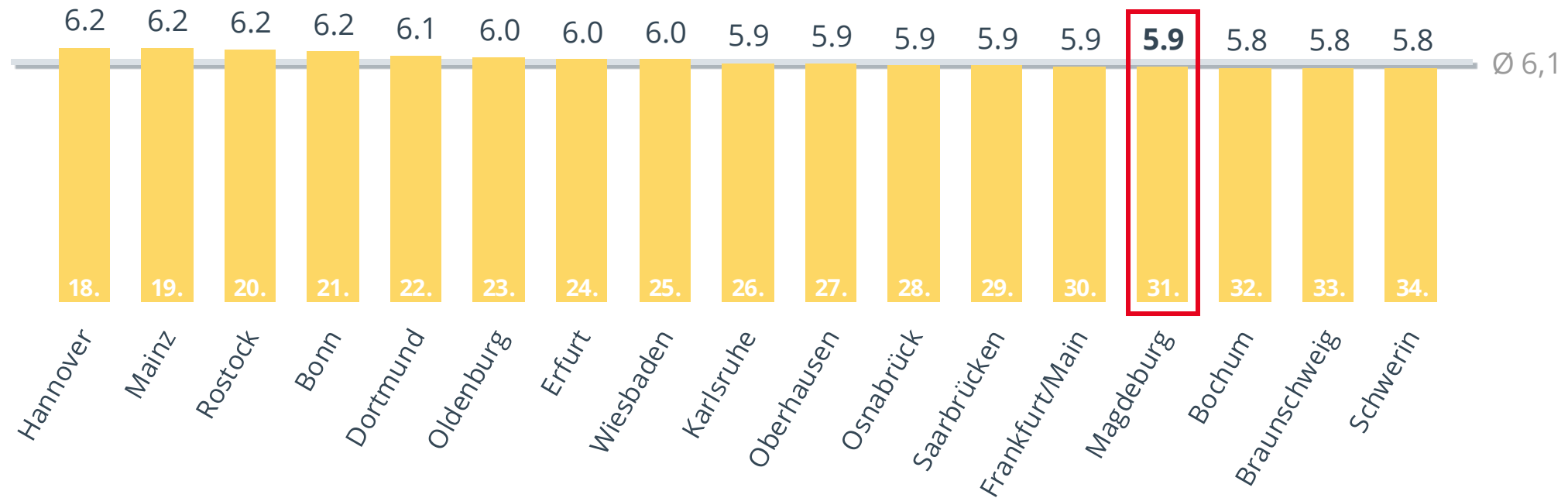
Markenstärke

nach Altersgruppen

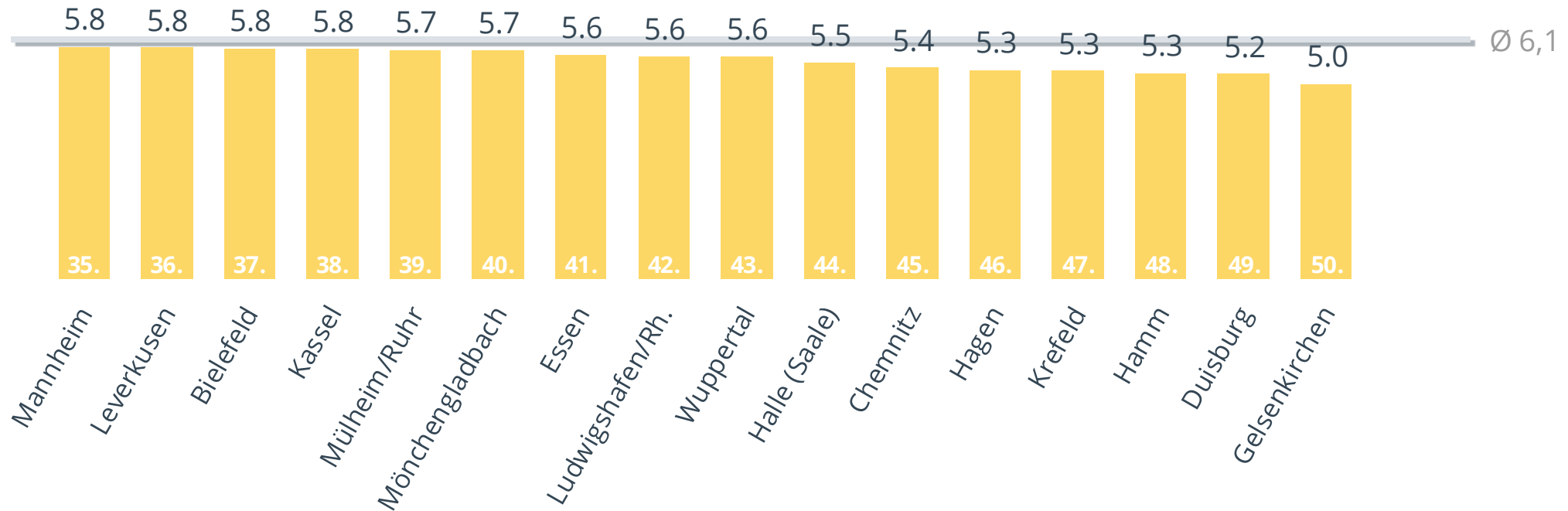
Markenstärke-Ranking: Bei den Befragten bis 29 Jahre belegt Hamburg den Spitzenplatz – gefolgt von München und Köln



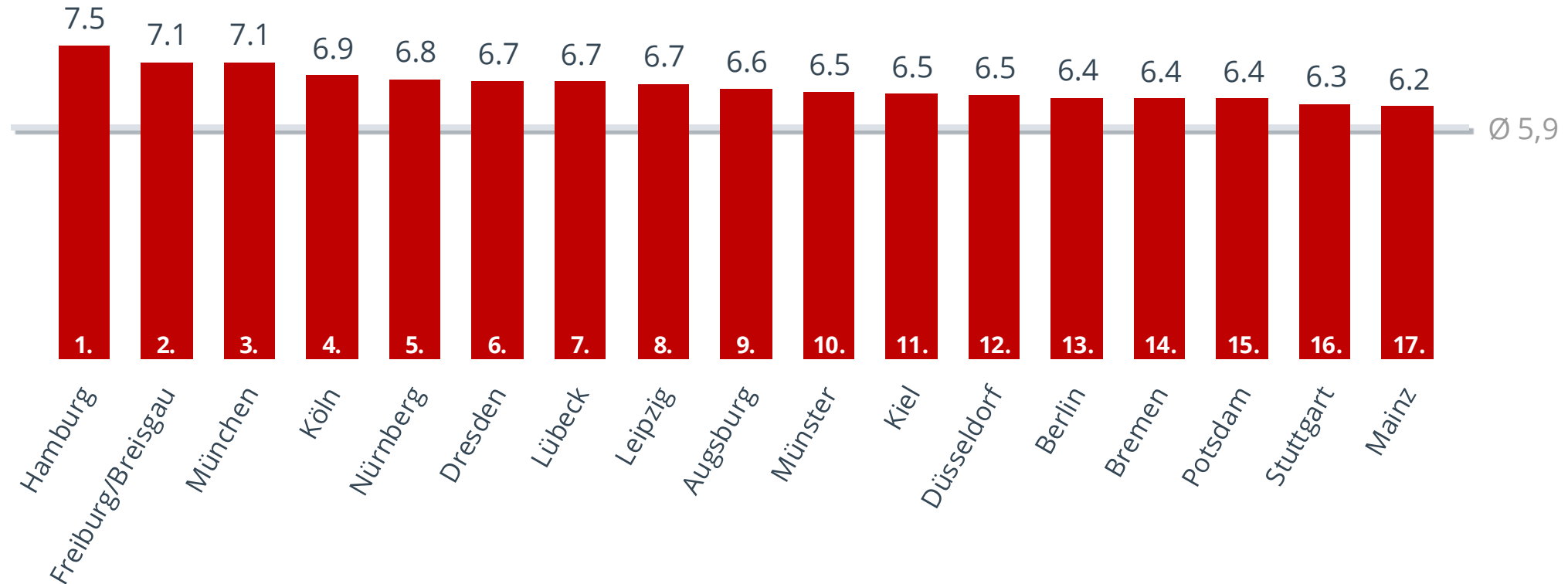
Markenstärke-Ranking:
Bei den Befragten bis 29 Jahre belegt Magdeburg den 31.
Rang mit einem Markenstärke-Index von 5,9



Markenstärke-Ranking: Auch bei den Befragten bis 29 Jahre befinden sich Städte mit niedriger Markenstärke vor allem in Nordrhein- Westfalen

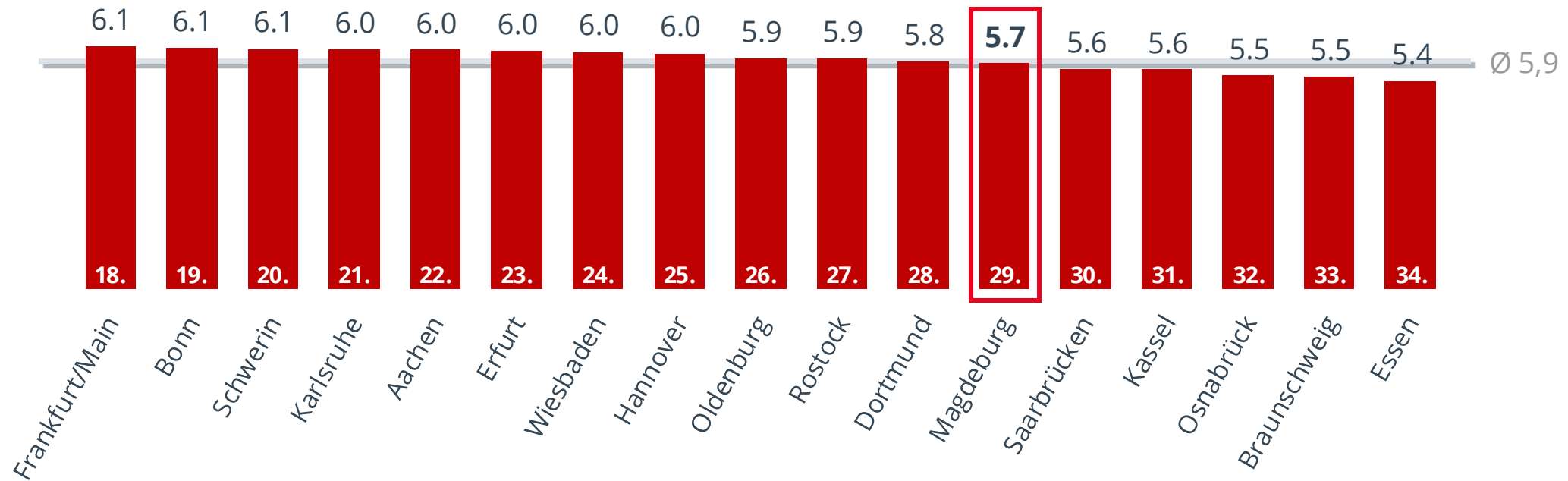


Markenstärke-Ranking: Bei den Befragten bis 49 Jahre belegt Hamburg den Spitzenplatz – gefolgt von Freiburg und München



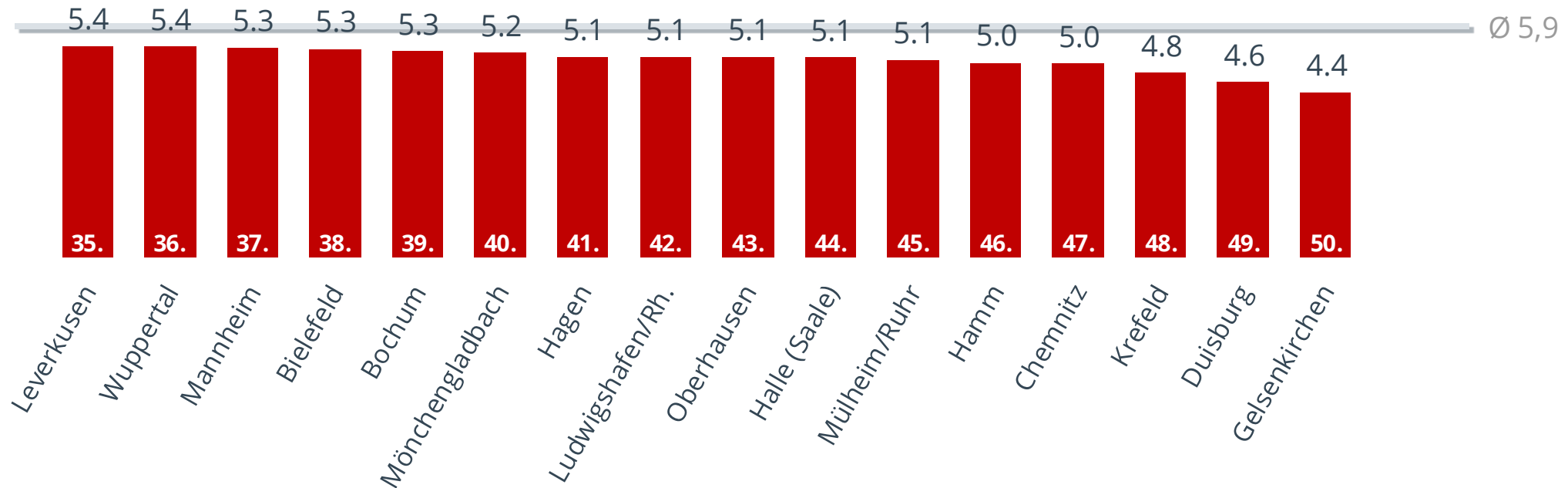
Markenstärke-Ranking:

Bei den Befragten bis 49 Jahre belegt Magdeburg den 29. Rang mit einem Markenstärke-Index von 5,7

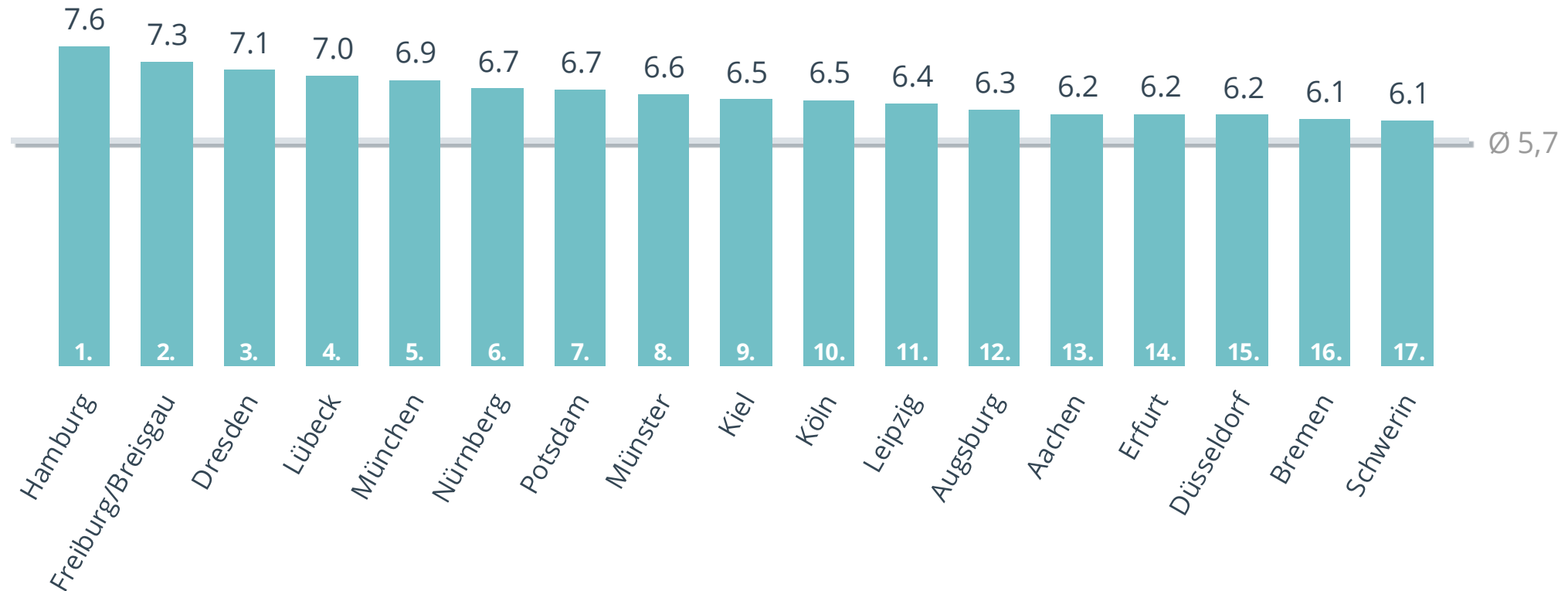


Markenstärke-Ranking:

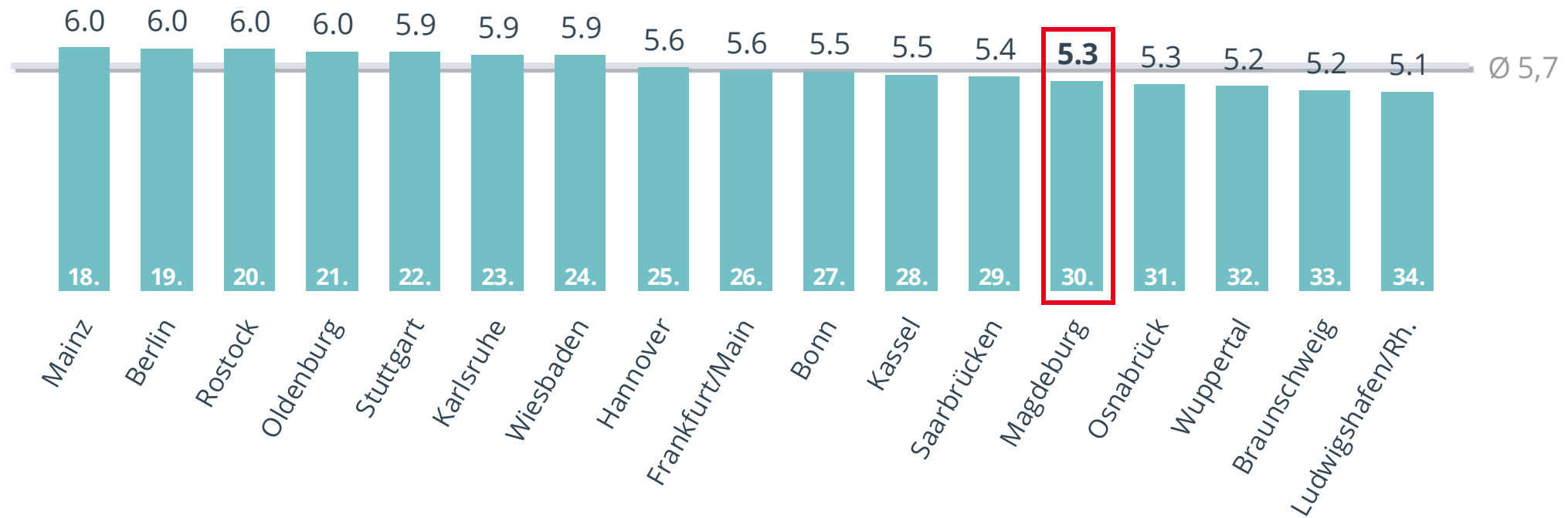
Auch bei den Befragten bis 49 Jahre befinden sich Städte mit niedriger Markenstärke vor allem in Nordrhein-Westfalen



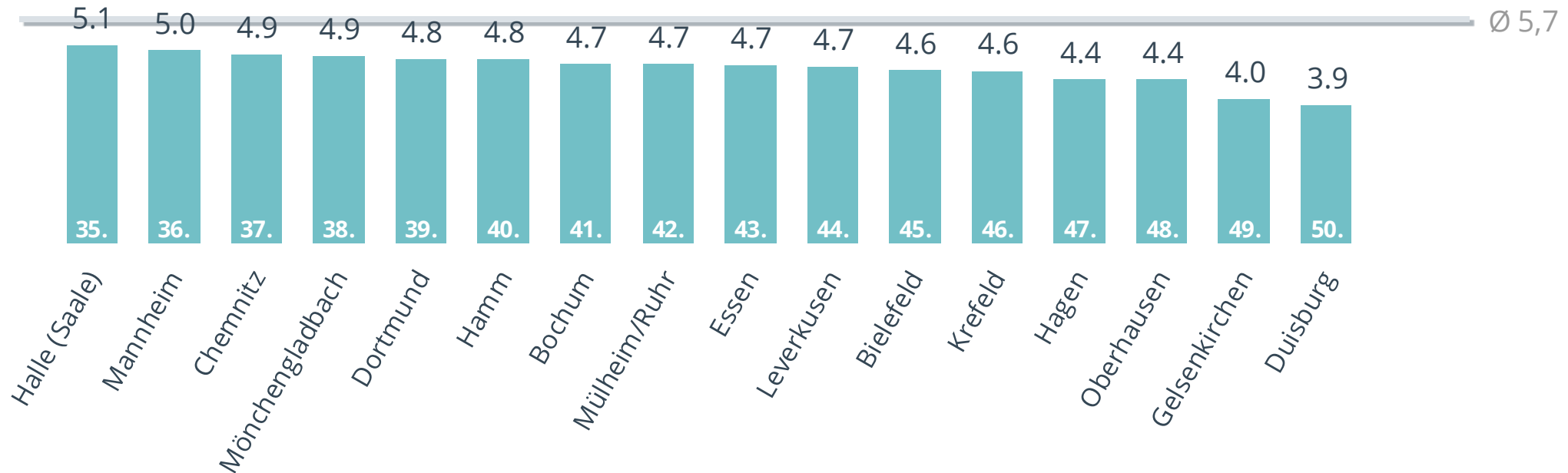
Markenstärke-Ranking: Bei den Befragten 50+ belegt Hamburg den Spitzenplatz – gefolgt von Freiburg und Dresden



Markenstärke-Ranking: Bei den Befragten 50+ belegt Magdeburg den 30. Rang mit einem Markenstärke-Index von 5,3



Markenstärke-Ranking: Städte mit niedriger Markenstärke befinden sich bei den Befragten 50+ ebenfalls vor allem in Nordrhein-Westfalen



MARKENBILD UND MARKENSTÄRKE

im Städtevergleich



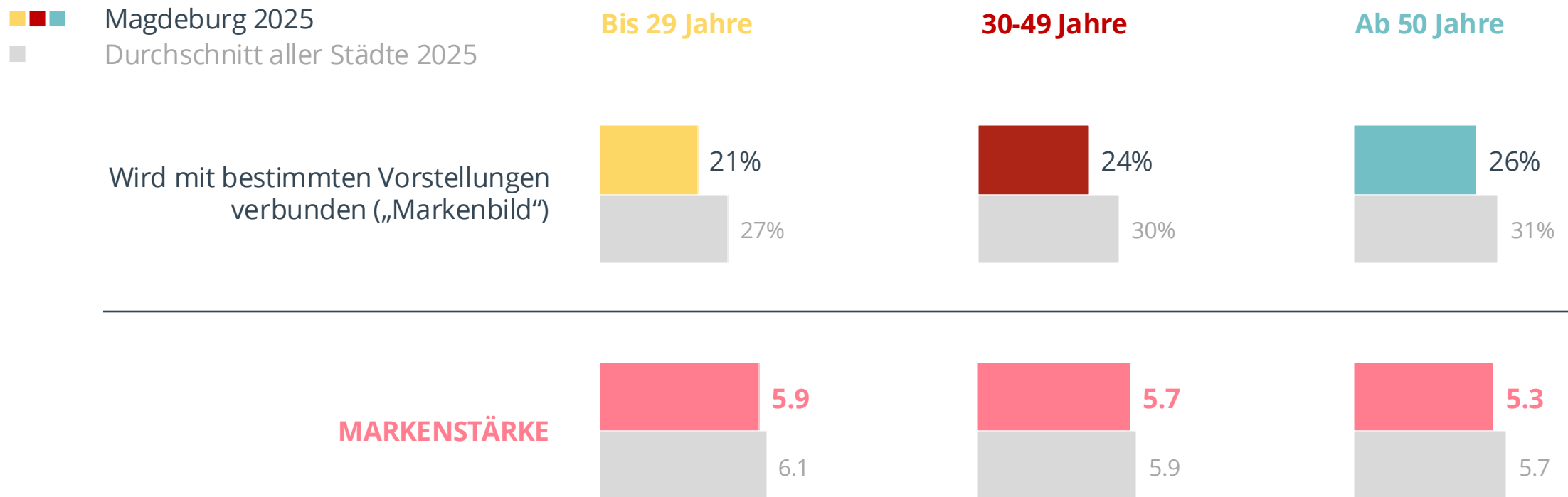
Das Markenbild und die Markenstärke von Magdeburg liegen unter dem Städte-Durchschnitt

- Magdeburg 2025
- Durchschnitt aller Städte 2025





Markenbild und Markenstärke von Magdeburg liegen in allen Altersgruppen unter dem Städte-Durchschnitt



MARKENBILD UND MARKENSTÄRKE

Vergleich 2025/2020

Im Vergleich zu 2020 verbinden signifikant* mehr Menschen bestimmte Vorstellungen mit Magdeburg – die Markenstärke hat sich ebenfalls signifikant* verbessert

- Magdeburg 2025
- Magdeburg 2020



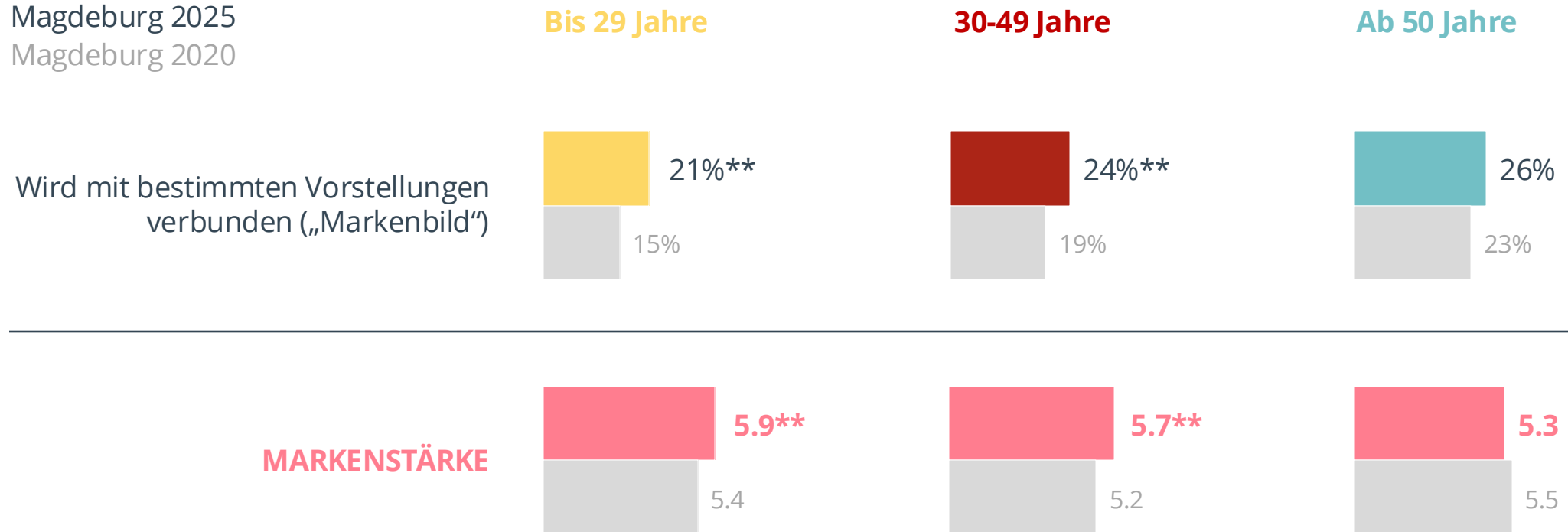
MARKENSTÄRKE



**Für den Zeitvergleich der aktuellen Ergebnisse mit dem Stadtmarken-Monitor 2020 gelten Mittelwerte der Zustimmung von 0,2 und Prozentanteile von 2% Minstdifferenz für die Gesamtstichprobe (bei einem Sicherheitsniveau von 90%) als signifikante Veränderung*

Bei der jungen und mittleren Altersgruppe hat sich die Markenstärke von Magdeburg gegenüber dem Jahr 2020 signifikant** verbessert

■ Magdeburg 2025
■ Magdeburg 2020



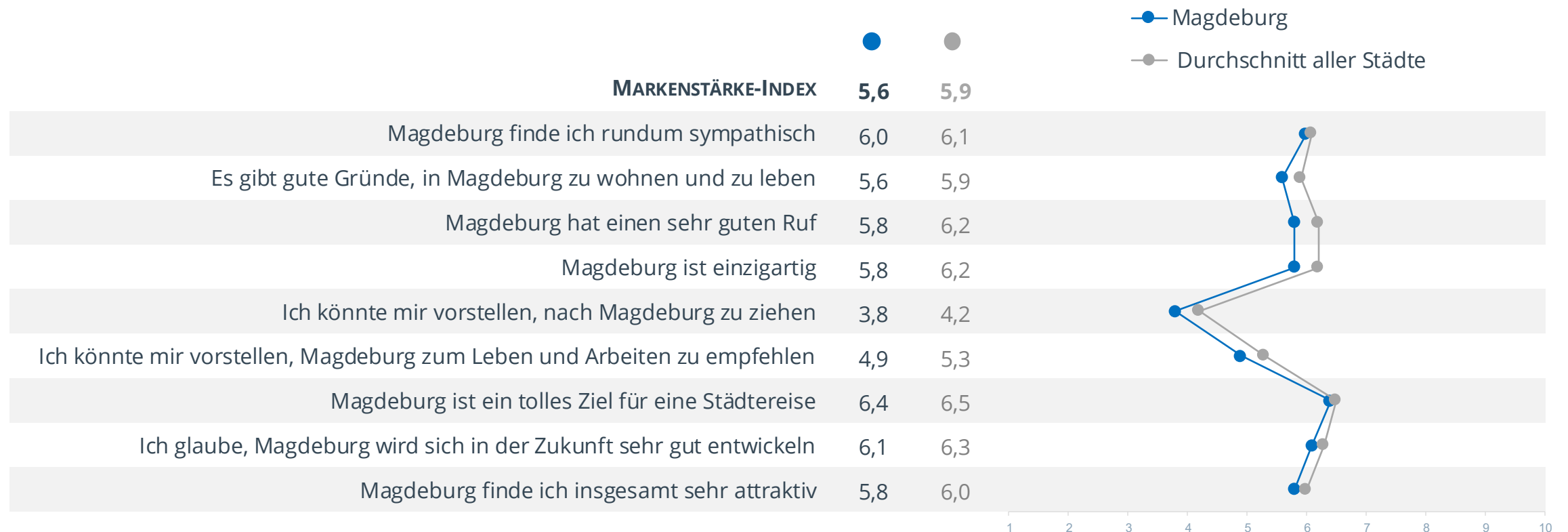
**Für den Zeitvergleich der aktuellen Ergebnisse mit dem Stadtmarken-Monitor 2020 gelten Mittelwerte der Zustimmung von 0,3 und Prozentanteile von 4% Minstdifferenz für die Altersgruppen (bei einem Sicherheitsniveau von 90%) als signifikante Veränderung

DIMENSIONEN DER MARKENSTÄRKE

im Städtevergleich



Magdeburg – Dimensionen der Markenstärke: In allen Dimensionen der Markenstärke liegt Magdeburg unter dem Durchschnitt aller Städte

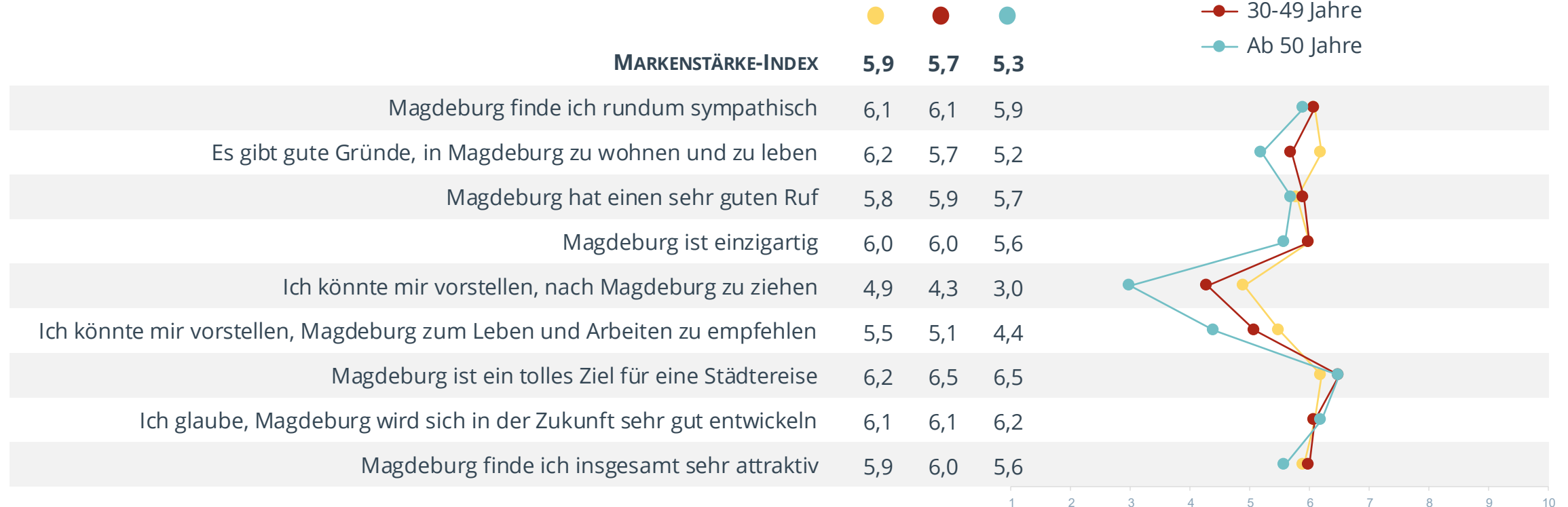


Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

DIMENSIONEN DER MARKENSTÄRKE

im Altersvergleich

Magdeburg – Dimensionen der Markenstärke: Die Wahrnehmung von Magdeburg ist zwischen den Altersgruppen uneinheitlich– überwiegend sind die Bewertungen der Altersgruppe 50+ am schwächsten



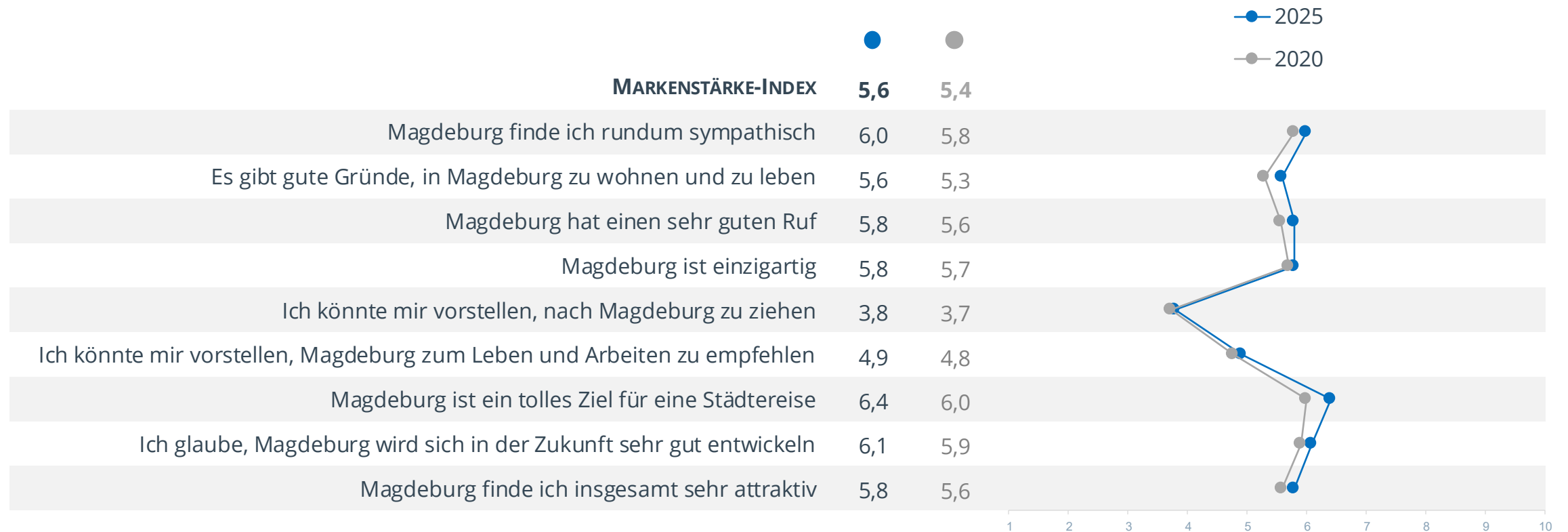
Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

DIMENSIONEN DER MARKENSTÄRKE

Vergleich 2025/2020



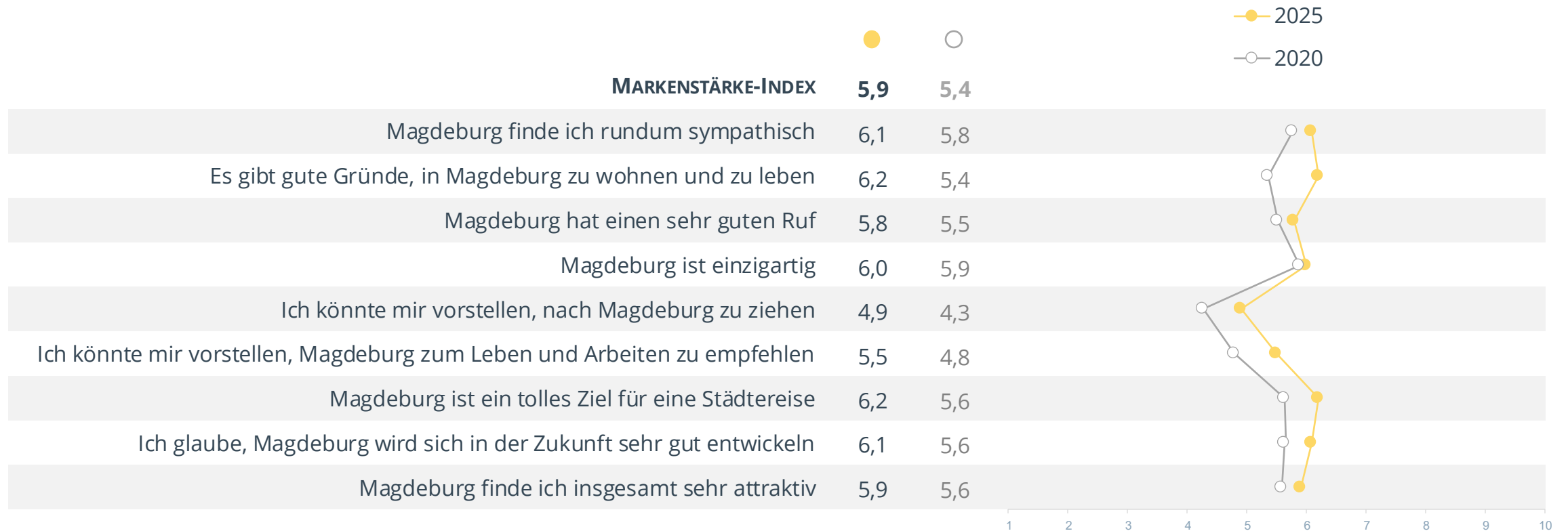
Magdeburg – Dimensionen der Markenstärke: Über alle Altersgruppen hinweg hat sich die „Stärke der Marke Magdeburg“ tendenziell verbessert



Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“



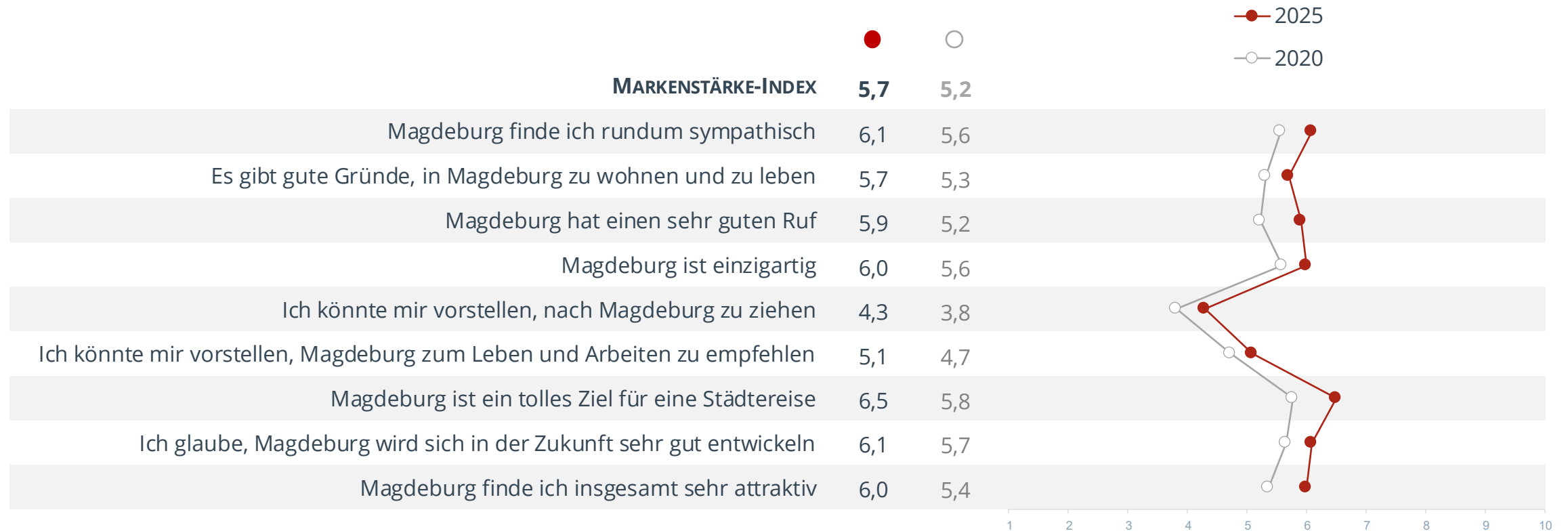
Magdeburg – Dimensionen der Markenstärke: In der jüngsten Befragungsgruppe sehen wir einen einheitlich positiven Trend



Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

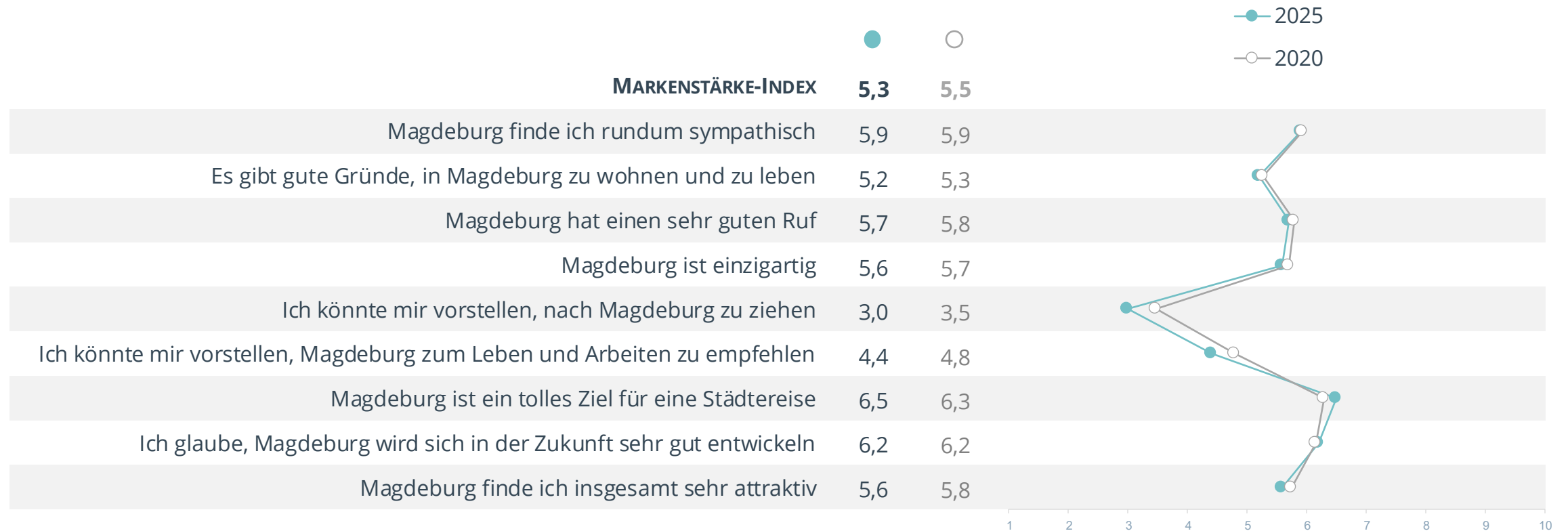


Magdeburg – Dimensionen der Markenstärke: Auch in der mittleren Befragungsgruppe sehen wir einen deutlichen positiven Trend



Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

Magdeburg – Dimensionen der Markenstärke: In der ältesten Befragungsgruppe sehen wir einen überwiegend negativen Trend im Vergleich zu 2020



Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

ATTRAKTIVITÄT

FACETTEN DER ATTRAKTIVITÄT

im Städtevergleich



Magdeburg – Facetten der Attraktivität: Die einzelnen Bewertungen der Facetten der Attraktivität von Magdeburg liegen größtenteils unter dem Durchschnitt aller Städte

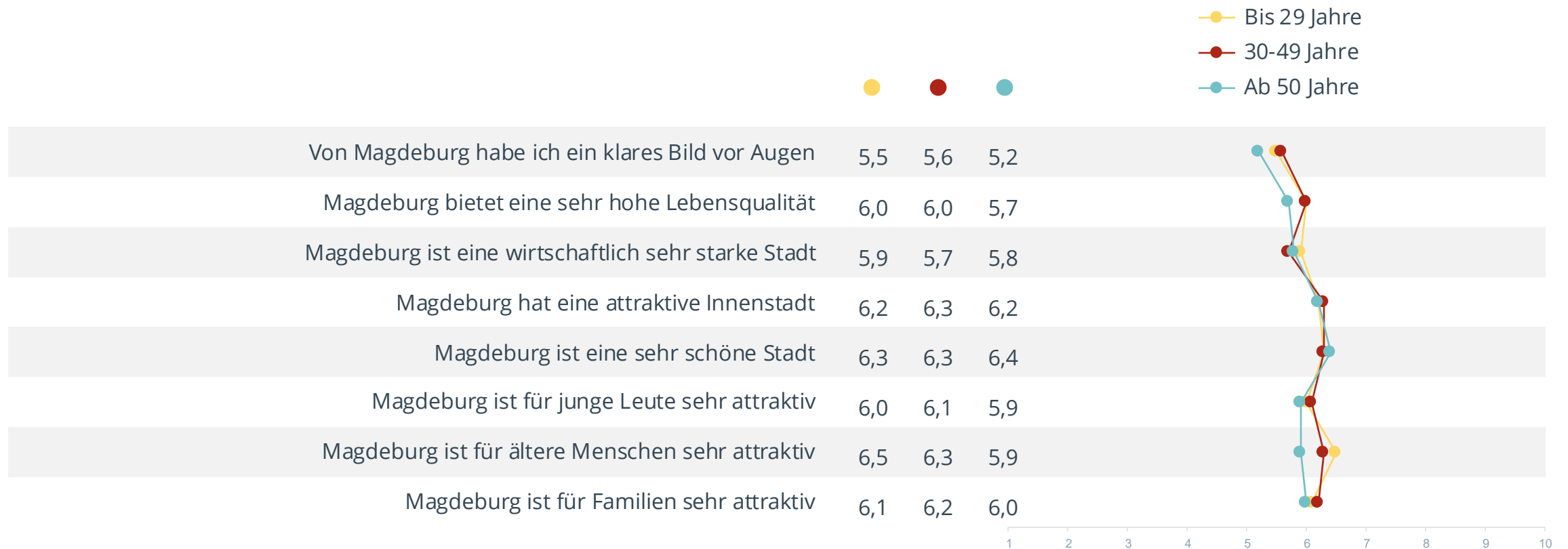


Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

FACETTEN DER ATTRAKTIVITÄT

im Altersvergleich

Magdeburg – Facetten der Attraktivität: Die Wahrnehmung von Magdeburgs Facetten der Attraktivität ist zwischen den Altersgruppen uneinheitlich



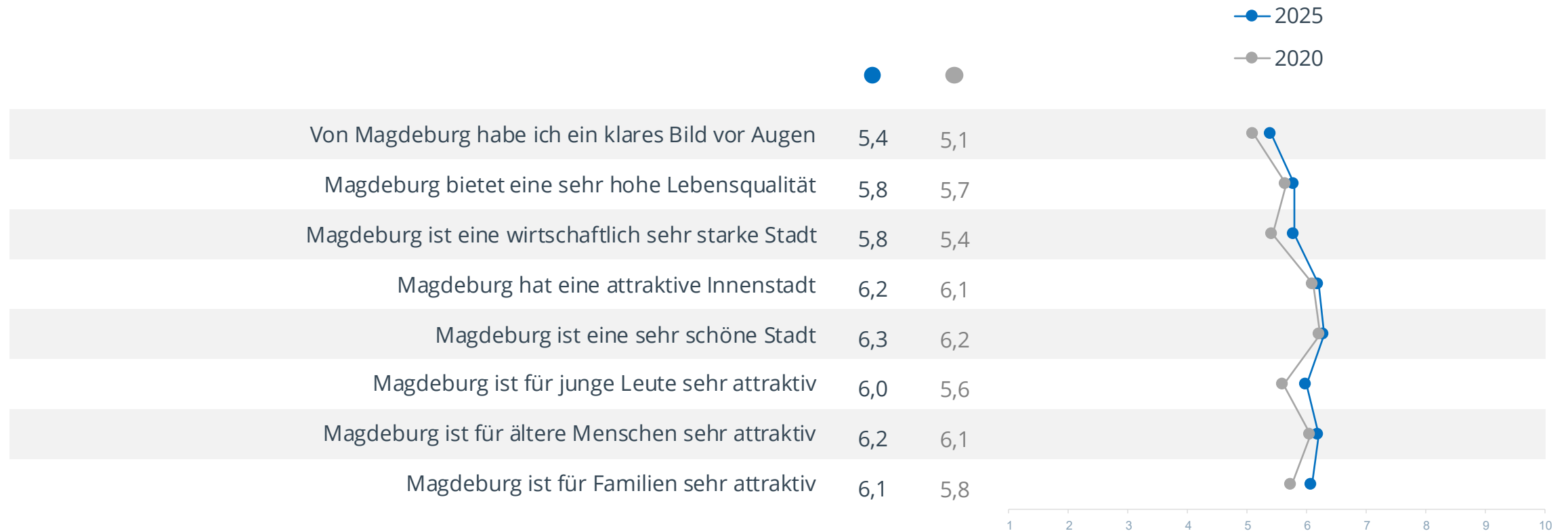
Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

FACETTEN DER ATTRAKTIVITÄT

Vergleich 2025/2020



Magdeburg – Facetten der Attraktivität: Tendenziell wird Magdeburg von den Befragten attraktiver wahrgenommen als noch vor 5 Jahren



Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

Magdeburg – Facetten der Attraktivität: Bei den Befragten bis 29 Jahre hat sich die wahrgenommene Attraktivität von Magdeburg verbessert



Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“



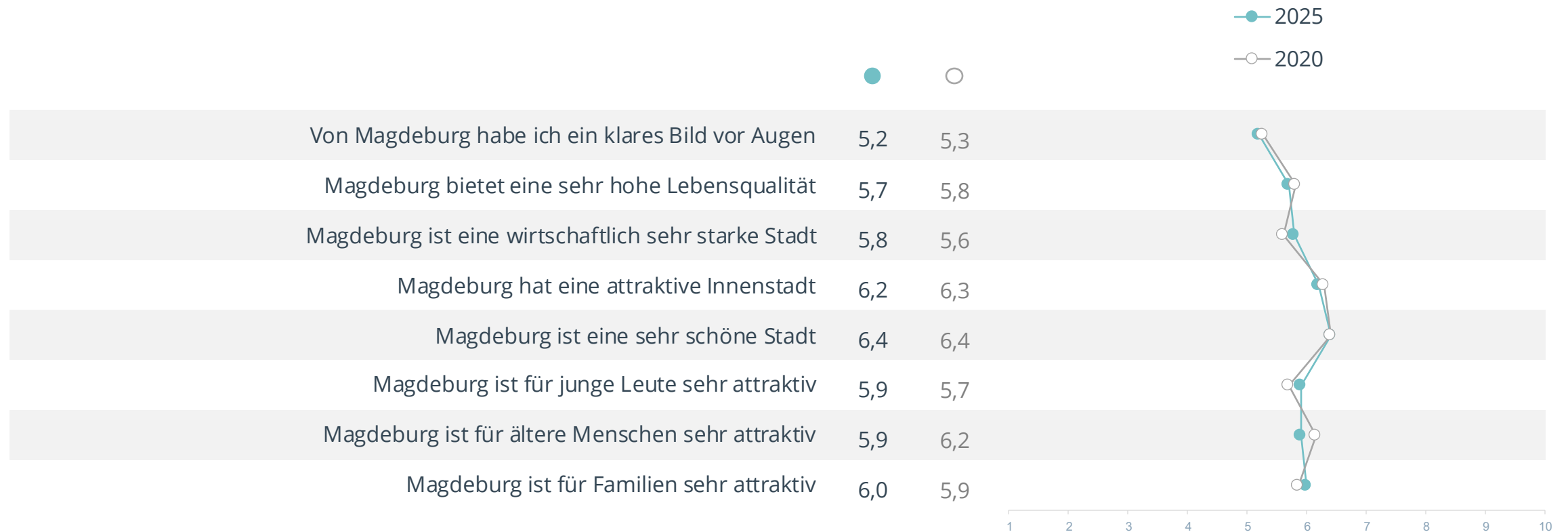
Magdeburg – Facetten der Attraktivität: Die wahrgenommene Attraktivität von Magdeburg hat sich auch bei den Menschen zwischen 30 und 49 Jahren verbessert



Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“



Magdeburg – Facetten der Attraktivität: Bei den Befragten 50+ ist die wahrgenommene Attraktivität von Magdeburg seit 2020 wenig verändert



Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

ZUKUNFTSTHEMEN

ZUKUNFTSTHEMEN

im Städtevergleich

Magdeburg – Zukunftsthemen: Bis auf bezahlbaren Wohnraum wird Magdeburg bzgl. Zukunftsthemen unterdurchschnittlich wahrgenommen

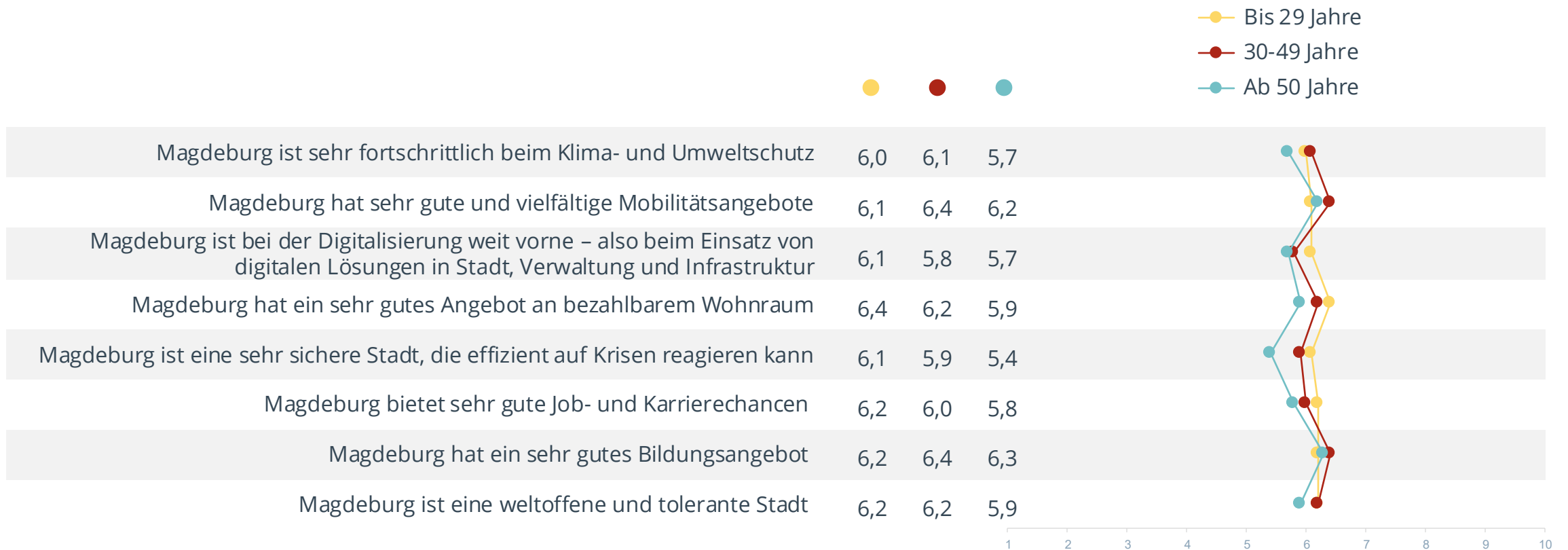


Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

ZUKUNFTSTHEMEN

im Altersvergleich

Magdeburg – Zukunftsthemen: Von der jungen und mittleren Altersgruppe wird Magdeburg bzgl. Zukunftsthemen besser wahrgenommen

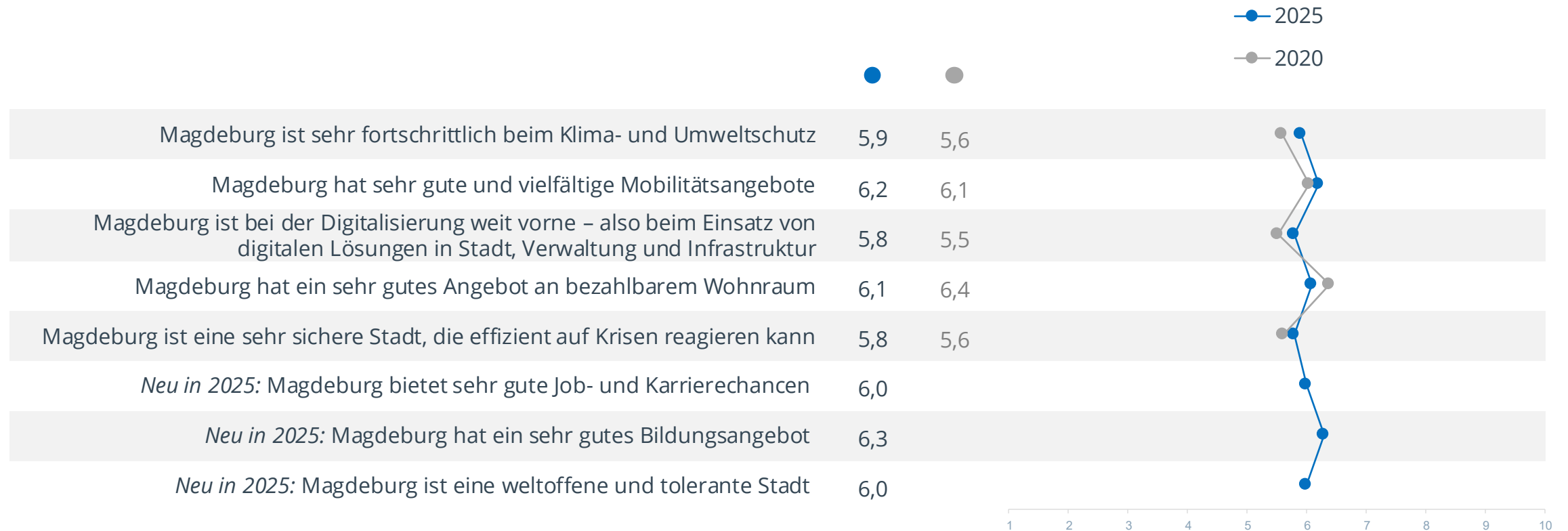


Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

ZUKUNFTSTHEMEN

Vergleich 2025/2020

Magdeburg – Zukunftsthemen: Die Wahrnehmung von Magdeburg hat sich in Bezug auf Zukunftsthemen im Vergleich zu 2020 überwiegend verbessert





Magdeburg – Zukunftsthemen: Die Bewertung von Magdeburg in Bezug auf Zukunftsthemen hat sich im Vergleich zu 2020 bei den Befragten bis 29 Jahre durchweg verbessert



Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“



Magdeburg – Zukunftsthemen:

Auch bei den Befragten zwischen 30 und 49 Jahren hat sich die Bewertung von Magdeburg in Bezug auf Zukunftsthemen im Vergleich zu 2020 überwiegend verbessert



Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“



Magdeburg – Zukunftsthemen: Die Befragten 50+ bewerten Magdeburg in Bezug auf Zukunftsthemen hingegen überwiegend schwächer, als noch im Jahr 2020



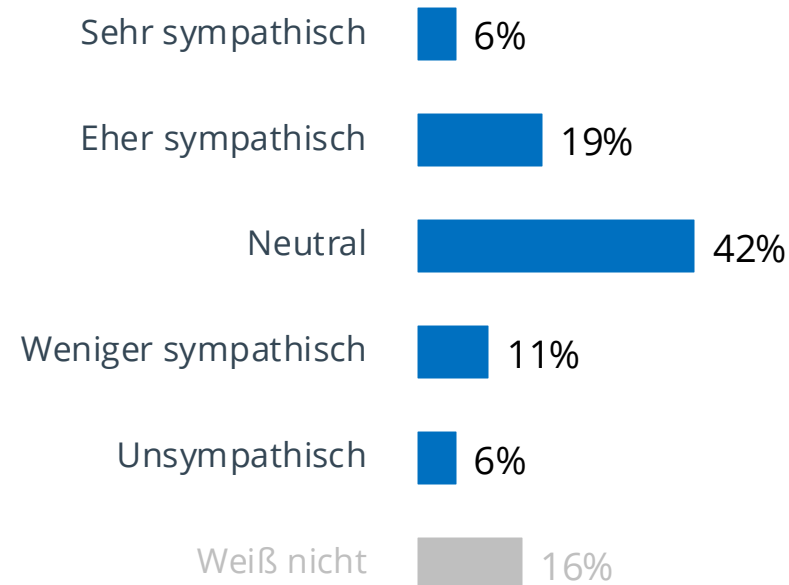
Durchschnittswerte einer Skala von „1=Stimme überhaupt nicht zu“ bis „10=Stimme voll und ganz zu“

INDIVIDUELLE FRAGEN ZUR STADT MAGDEBURG

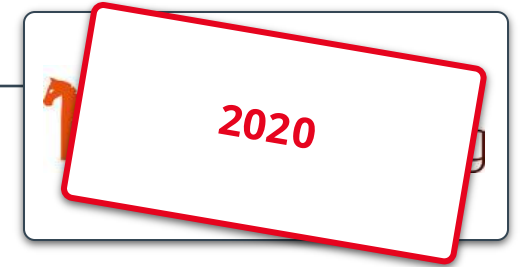


25 Prozent der Befragten bewerten Magdeburg als sehr bzw. eher sympathisch

Wie sympathisch ist Ihnen Magdeburg?

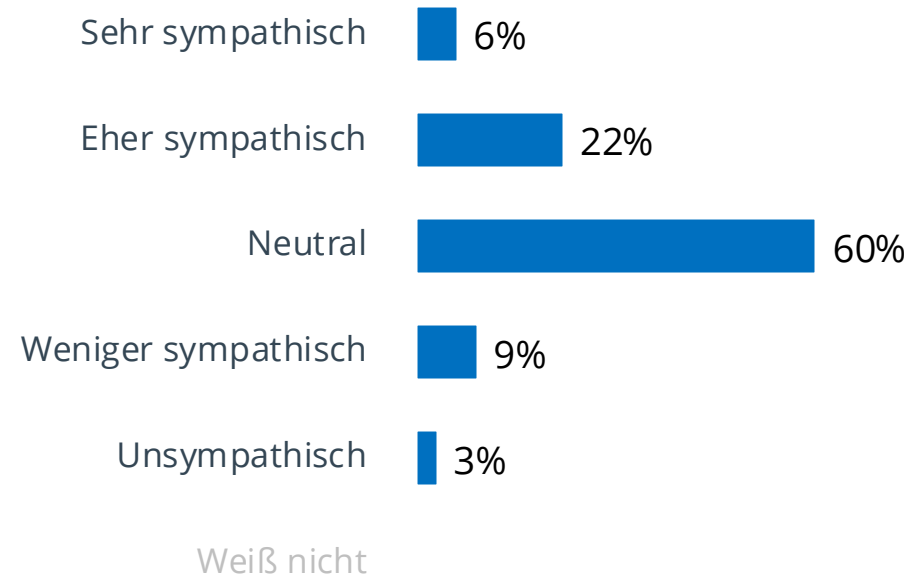


Geschlossene Frage mit Antwortvorgaben; nur eine Nennung möglich.



In 2020 haben 28 Prozent der Befragten Magdeburg als sehr bzw. eher sympathisch bewertet

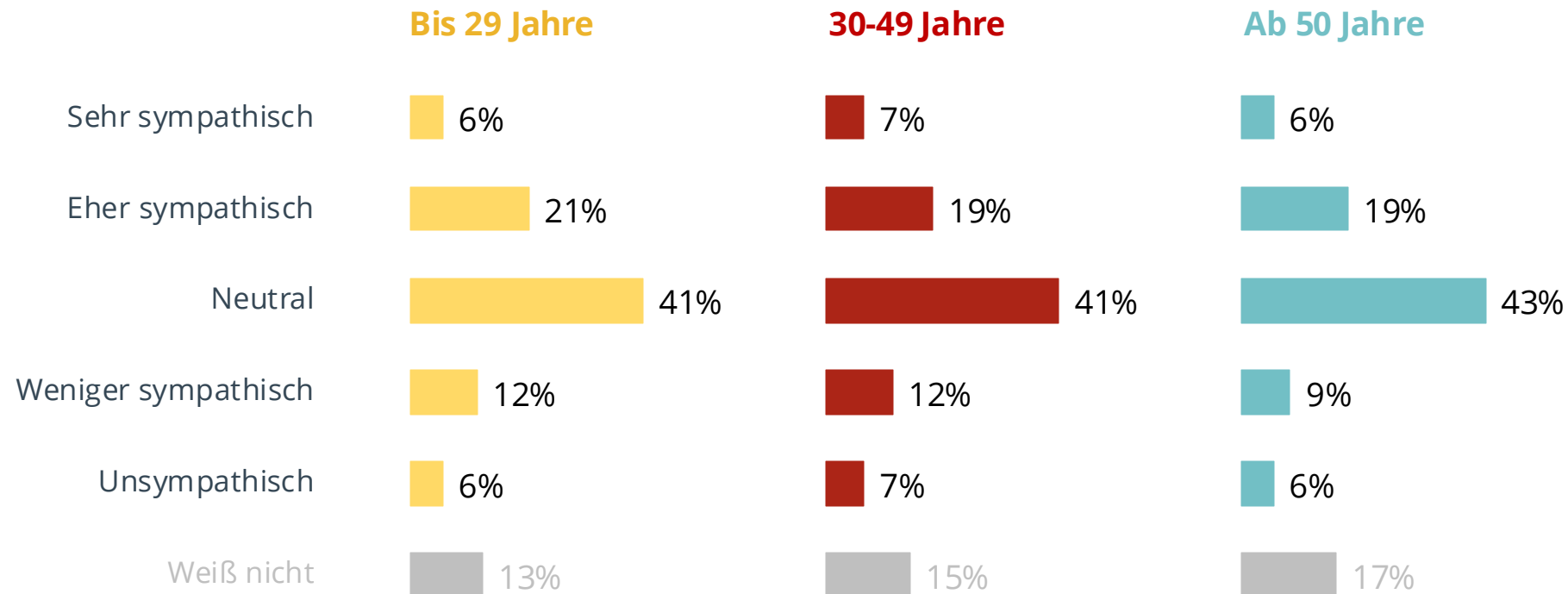
Wie sympathisch ist Ihnen Magdeburg?



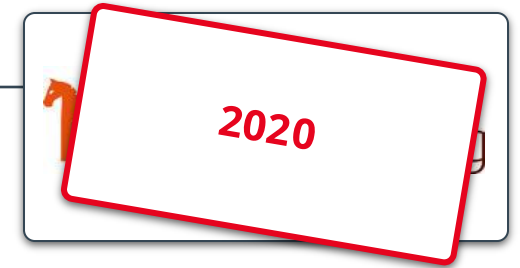
Geschlossene Frage mit Antwortvorgaben; nur eine Nennung möglich.

Die bewertete Sympathie von Magdeburg nach Altersgruppen

Wie sympathisch ist Ihnen Magdeburg?

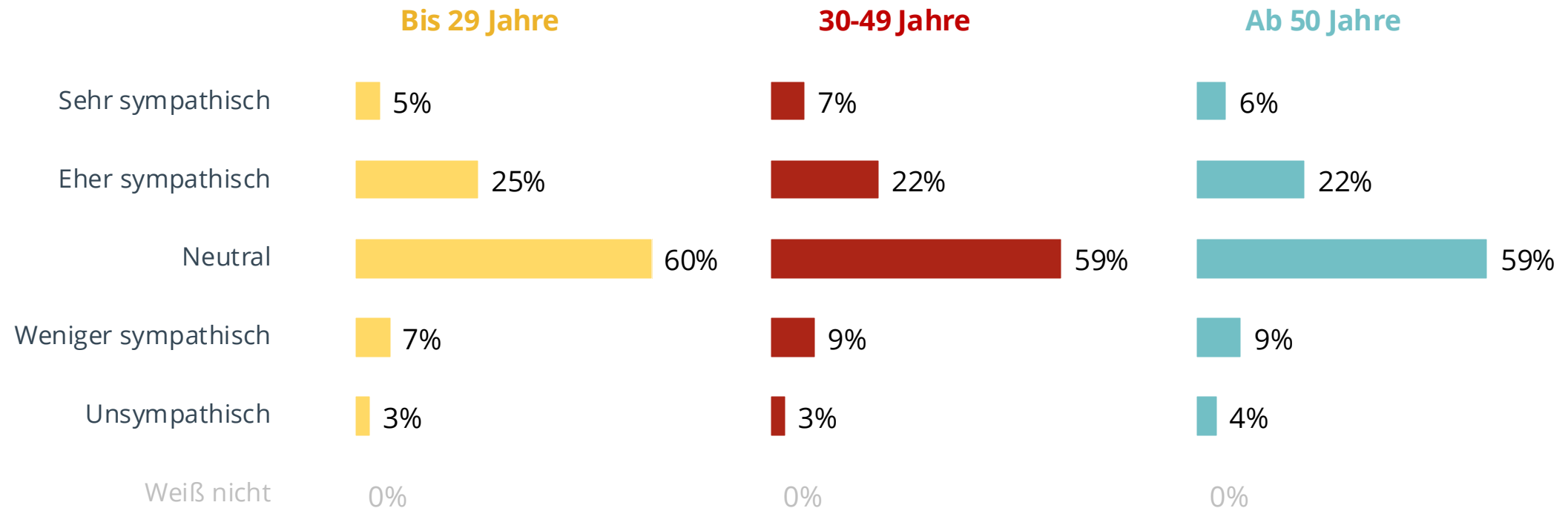


Geschlossene Frage mit Antwortvorgaben; nur eine Nennung möglich.



2020: Die bewertete Sympathie von Magdeburg nach Altersgruppen

Wie sympathisch ist Ihnen Magdeburg?



Geschlossene Frage mit Antwortvorgaben; nur eine Nennung möglich.

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