

Hilden

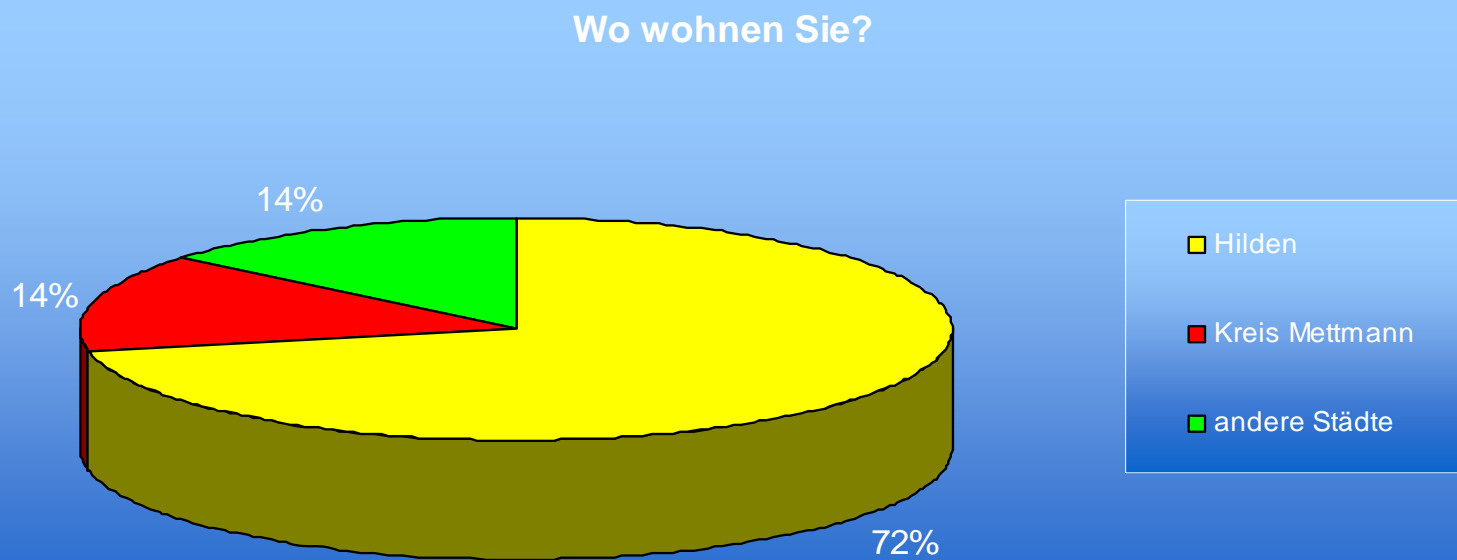
**Ergebnisse der Kundenbefragung vom
16. bis 21. April 2007**

Vortrag: Dr. Ulrich Hardt, IHK Düsseldorf

Ergebnisse

- 302 befragte Kunden
(40 % Männer, 60 % Frauen)

1. Frage: Wo wohnen Sie?



1. Frage: Wo wohnen Sie?

Fazit:

- Große Bindung an die Stadt Hilden

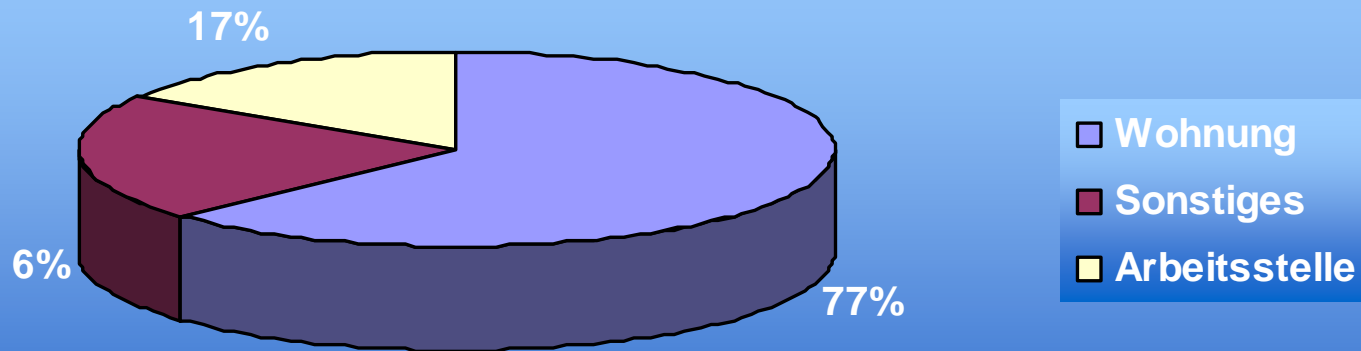
Hilden



Hilden



2. Frage: Von woher kommen Sie ins Hildener Zentrum?

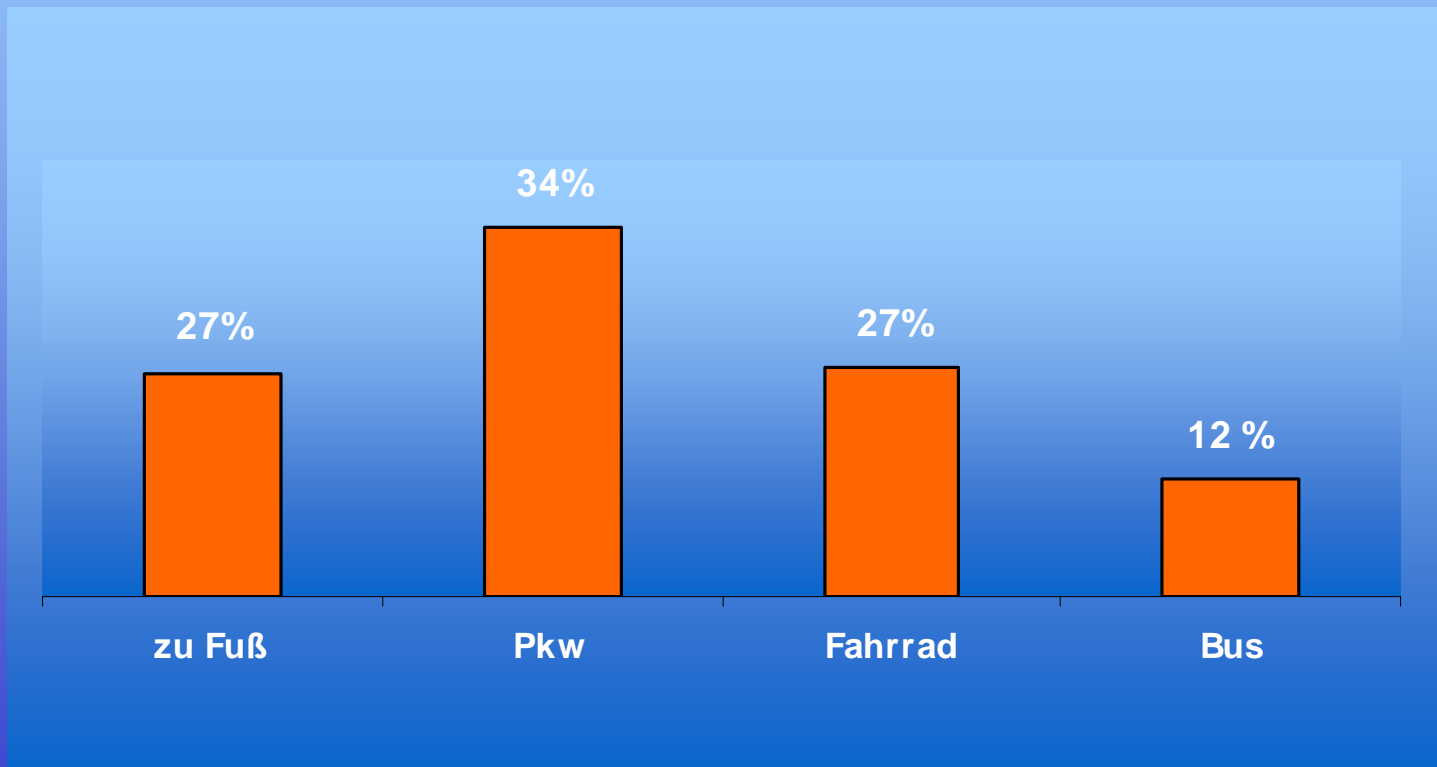


2. Frage: Von woher kommen Sie ins Hildener Zentrum?

Fazit:

- Kopplung von Wohnen und Versorgen überwiegt.

3. Frage: Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie von dort hierher gekommen?

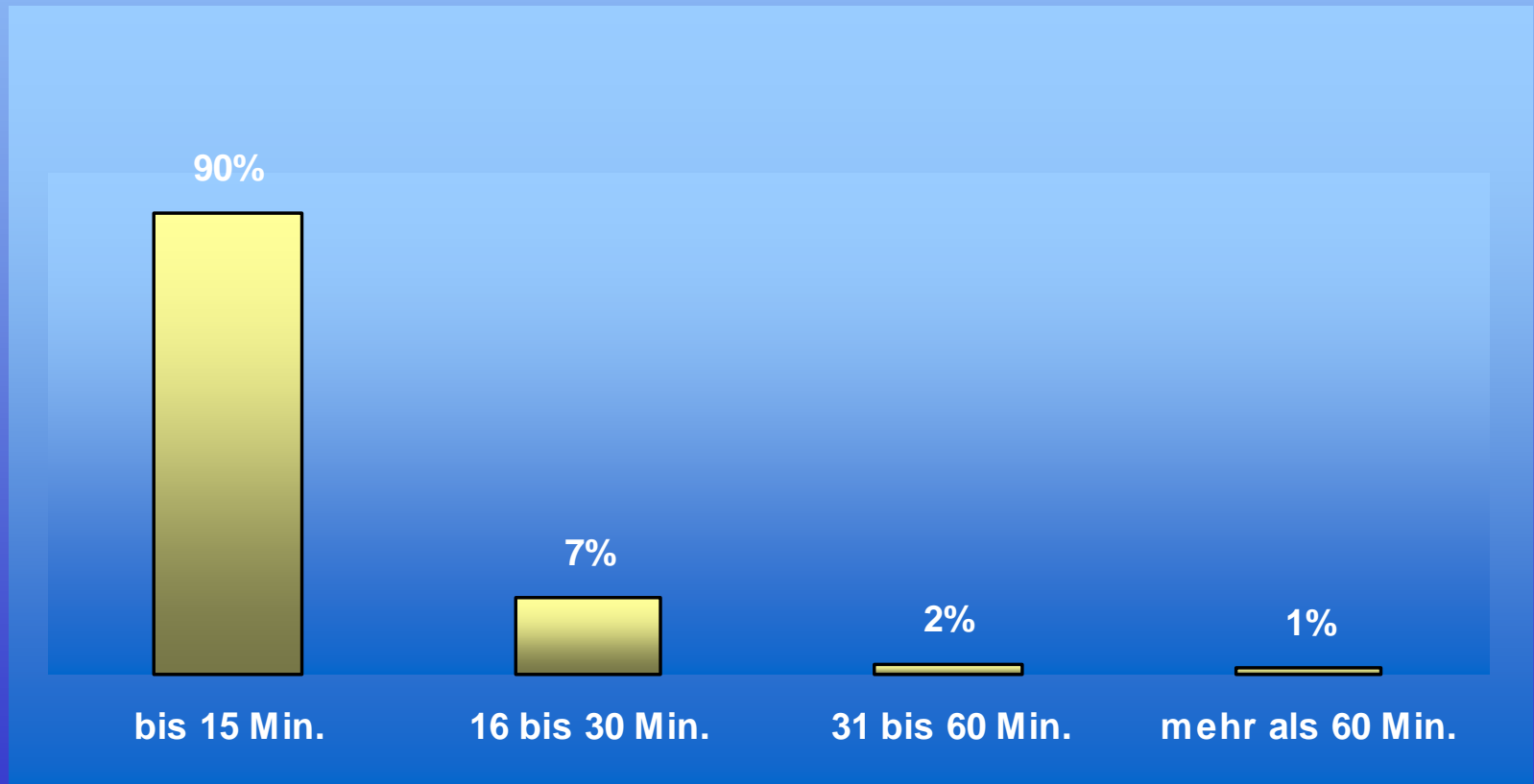


3. Frage: Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie von dort hierher gekommen?

Fazit:

- gut 1/3 der Kunden kommt mit dem Auto, 27 % zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad (ein hoher Anteil, zurückzuführen auf das sehr gute Wetter im Befragungszeitraum)

4. Frage: Wie lange haben Sie gebraucht, um von dort hierher zu kommen?

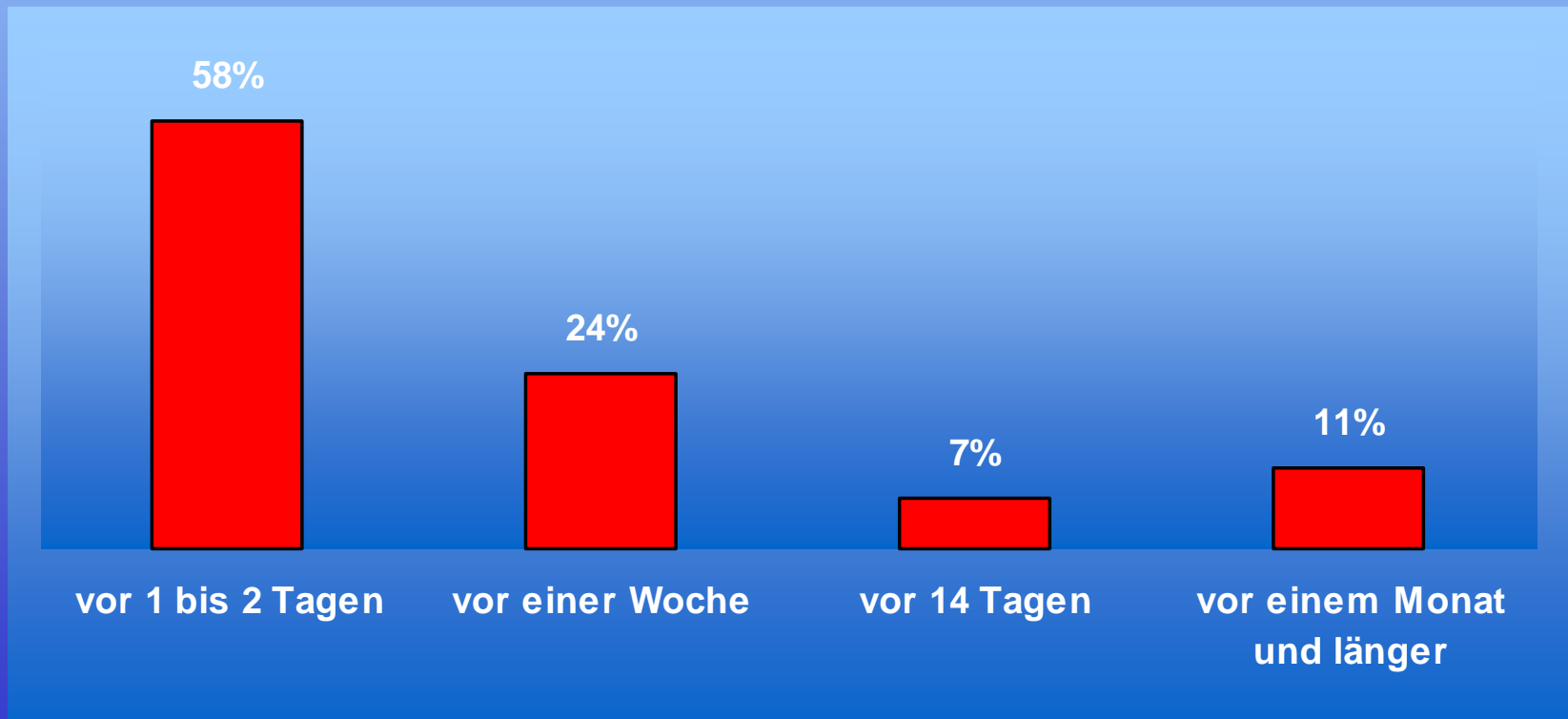


4. Frage: Wie lange haben Sie gebraucht, um von dort hierher zu kommen?

Fazit:

- Hilden: sehr kurze Wege und gute Erreichbarkeit für Kunden und Besucher

5. Frage: Wann waren Sie zuletzt im Hildener Zentrum zum einkaufen?



5. Frage: Wann waren Sie zuletzt im Hildener Zentrum zum einkaufen?

Fazit:

- 58 % aller Kunden kommen täglich ins Zentrum von Hilden

6. Frage: Haben Sie heute in Hilden eingekauft?

- 50 % der Hildener nutzen den Besuch des Zentrums täglich zum Einkauf.
- Die durchschnittlichen Ausgaben betragen hierbei 35,43 Euro (ein sehr hoher Wert).

6. Frage: Haben Sie heute in Hilden eingekauft?

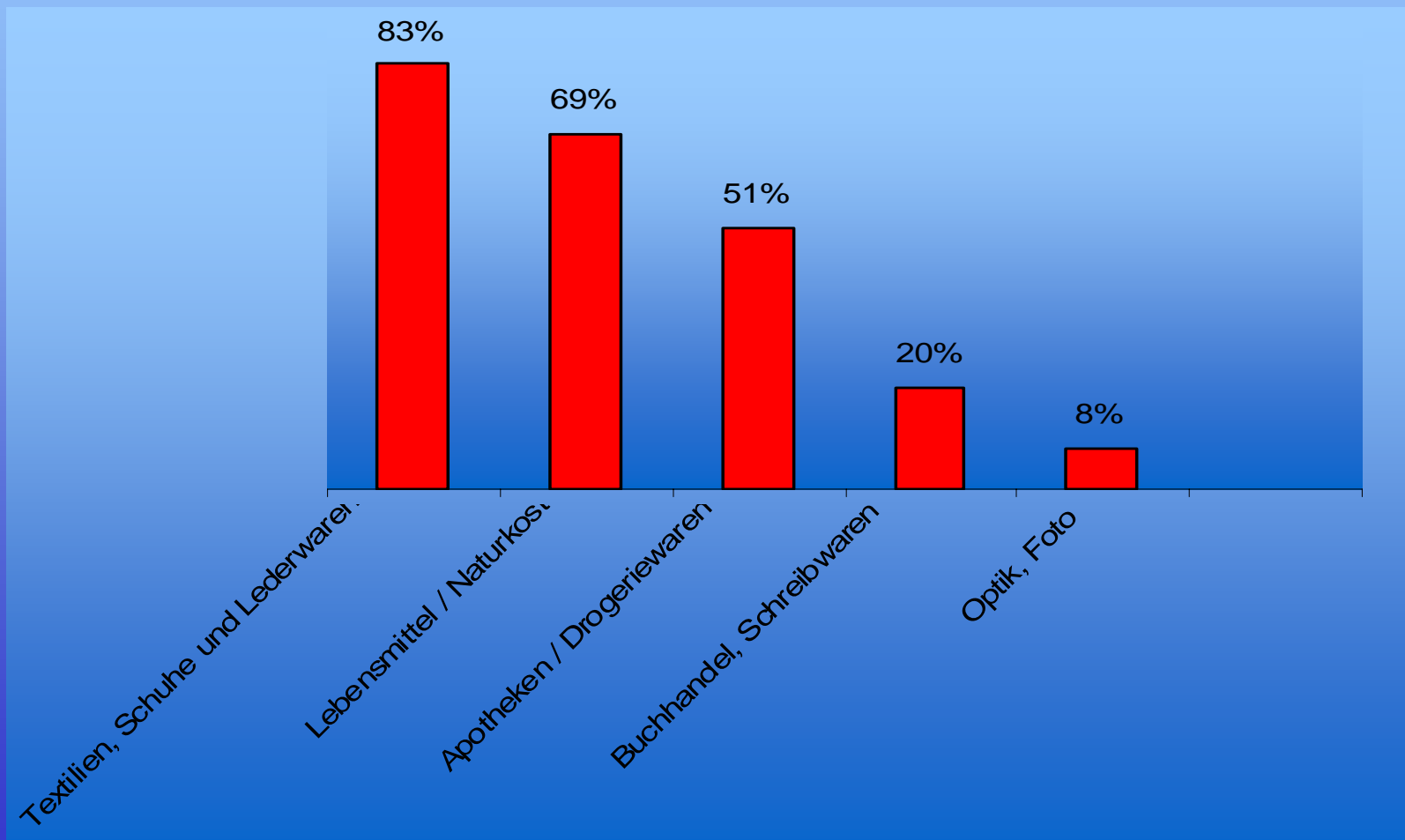
- Vergleichseinkaufsbeträge des so genannten Durchschnittsbons:
- SB-Geschäfte 8,27 Euro,
- Supermärkte: 11,03 Euro,
- Discounter: 10,16 Euro,
- Verbrauchermärkte: 17,54 Euro.

6. Frage: Haben Sie heute in Hilden eingekauft?

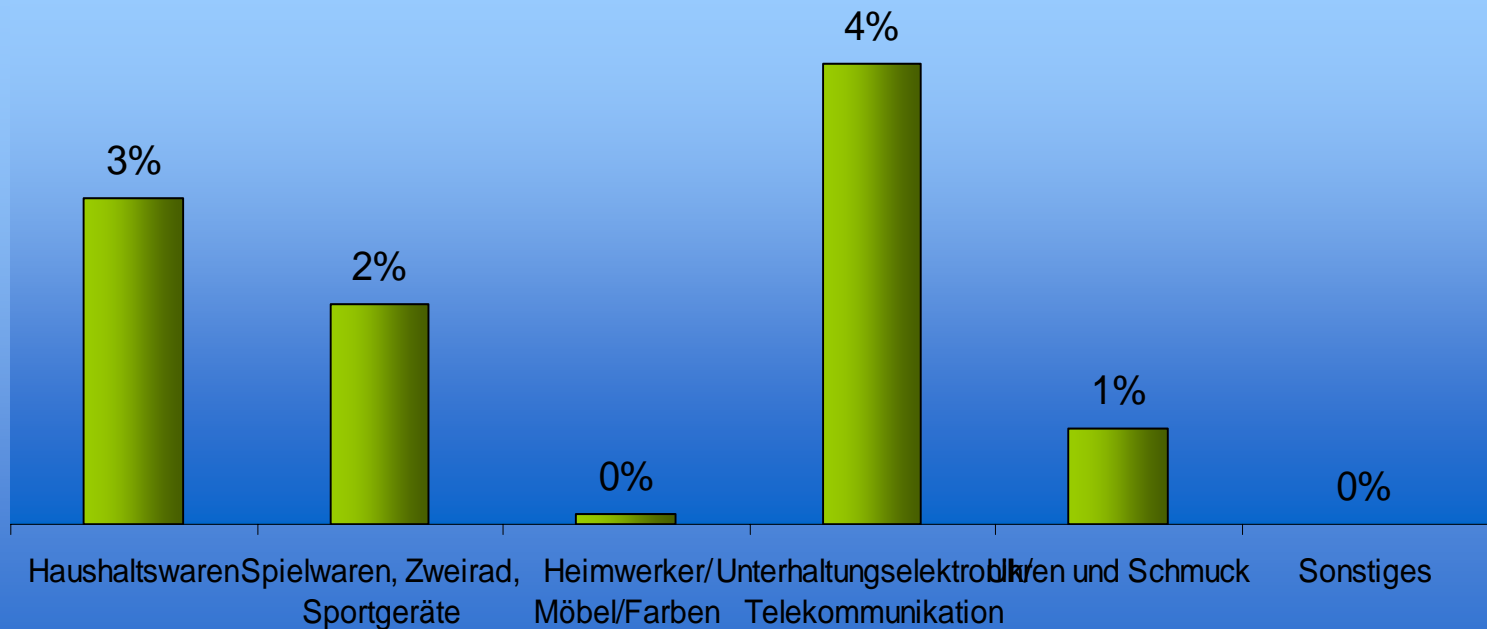
Vergleichseinkaufsbeträge zu Monheim, Hilden, Eller u. Garath:

- In Monheim am Rhein kauften 57 % der Besucher täglich ein und gaben hierbei 17,80 € aus.
- In Eller kauften zwei Drittel der Besucher täglich ein und gaben hierbei ca. 20 Euro aus.
- In Garath kauften die Hälfte der Besucher täglich ein und gaben hierbei ca. 18,40 € aus.
- In Heiligenhaus kauften 61 % der Besucher täglich ein und gaben hierbei ca. 19,06 € aus.

7. Frage: Welche Waren kaufen Sie in Hilden ein?



7. Frage: Welche Waren kaufen Sie in Hilden ein?



7. Frage: Welche Waren kaufen Sie in Hilden ein?

- Die Hildener decken ihren Bedarf an Textilien, Schuhen und Lederwaren zu 83 % ausschließlich in Hilden. Der Bedarf an Lebensmitteln wird zu 69 % im Wesentlichen in Hilden gedeckt.

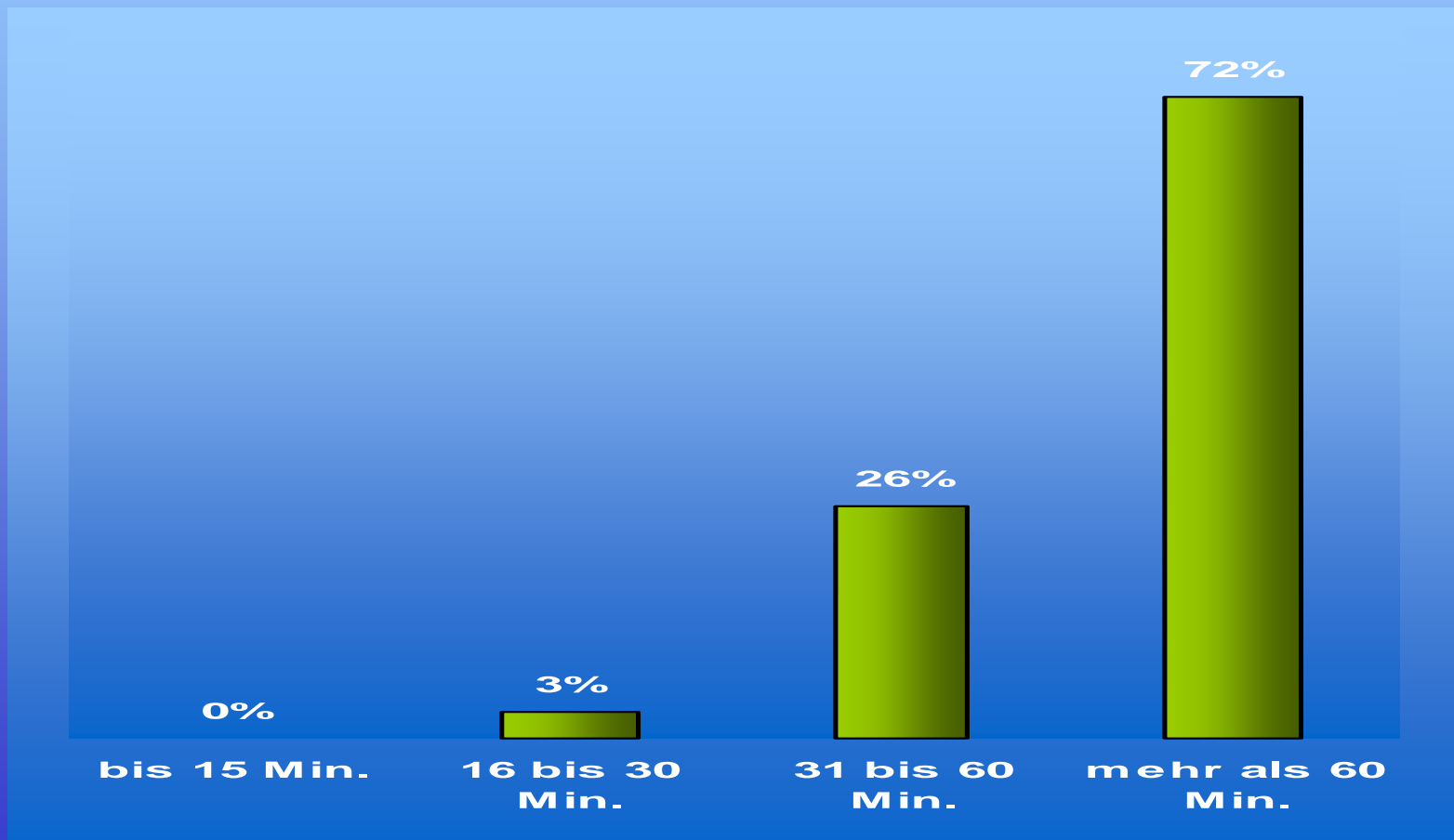
7. Frage: Welche Waren kaufen Sie in Hilden ein?

- Uhren, Schmuck, Unterhaltungselektronik und Telekommunikationsartikel, aber auch Elektrohausgeräte werden dagegen nur zu einem geringen Teil in Hilden konsumiert.

8. Frage: Welche Angebote vermissen Sie?

- Vermisst werden Angebote im Bereich Haushaltswaren, Elektronik und Computer.

9. Frage: Wie lange halten Sie sich im Hildener Zentrum auf?

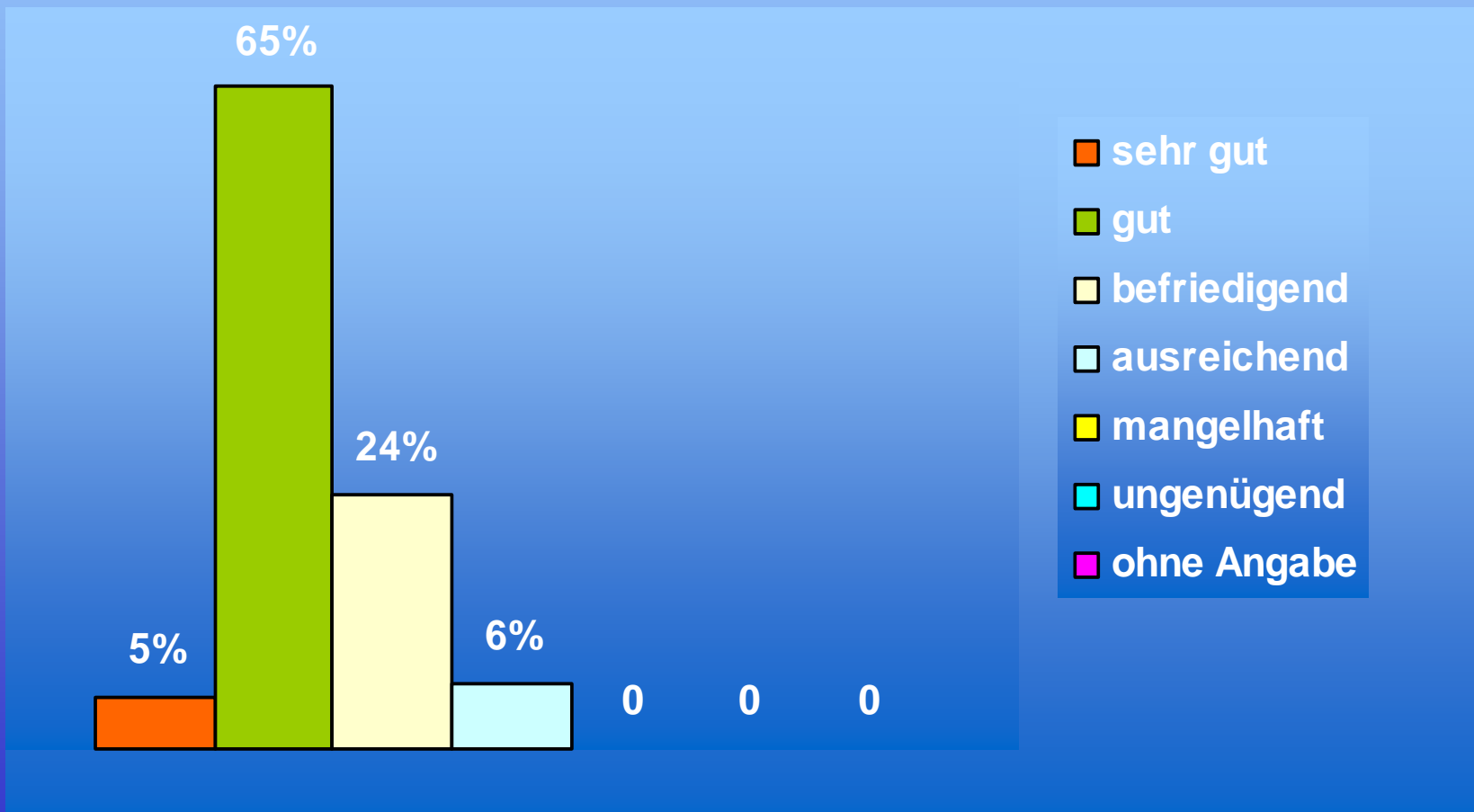


9. Frage: Wie lange halten Sie sich im Hildener Zentrum auf?

Fazit:

- Die Verweildauer in Hilden ist sehr hoch, fast $\frac{3}{4}$ der Hildener halten sich über eine Stunde im Zentrum auf. Das spricht für die Aufenthaltsqualität in Hilden. Im Vergleich hierzu halten sich über eine Stunde an den Standorten
- Monheim am Rhein 36 %,
- Heiligenhaus 27 %,
- Düsseldorf-Eller 26 %,
- Düsseldorf-Gerresheim 29 %,
- Düsseldorf-Garath 31 %, der Besucher mehr als eine Stunde im jeweiligen Zentrum auf.

10. Frage: Wie beurteilen Sie das Warenangebot in Hilden?



10. Frage: Wie beurteilen Sie das Warenangebot in Hilden?

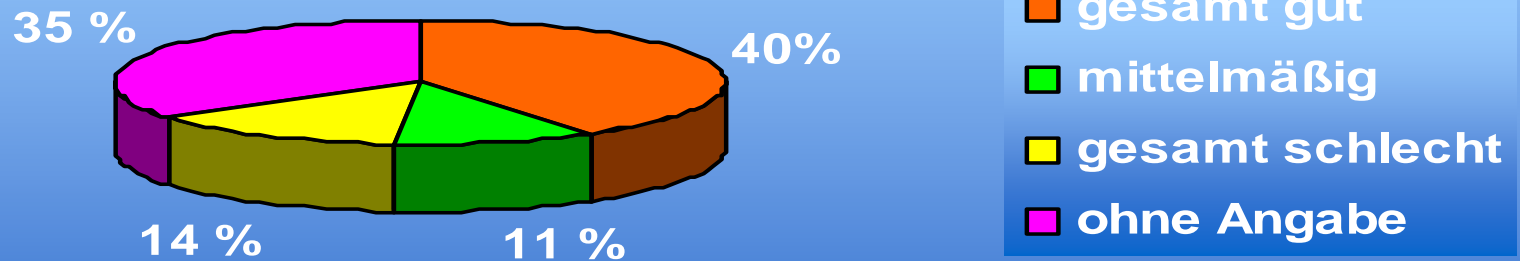
Fazit

- Das Warenangebot in Hilden hat sehr gute (5 %) bzw. gute (65 %) Noten bekommen. Der vergleichsweise beste Wert bisheriger IHK-Kundenbefragungen.

10. Frage: Wie beurteilen Sie das Warenangebot in Hilden?

	sehr gut	gut	gut + sehr gut
Monheim am Rhein	5 %	30 %	35 %
Heiligenhaus	2 %	39 %	41 %
Eller	2 %	61 %	63 %
Gerresheim	9 %	57 %	65 %
Garath	4 %	35 %	39 %
Hilden	5 %	65 %	70 %

11. Frage: Wie beurteilen Sie die Stellplatzsituation in Hilden?

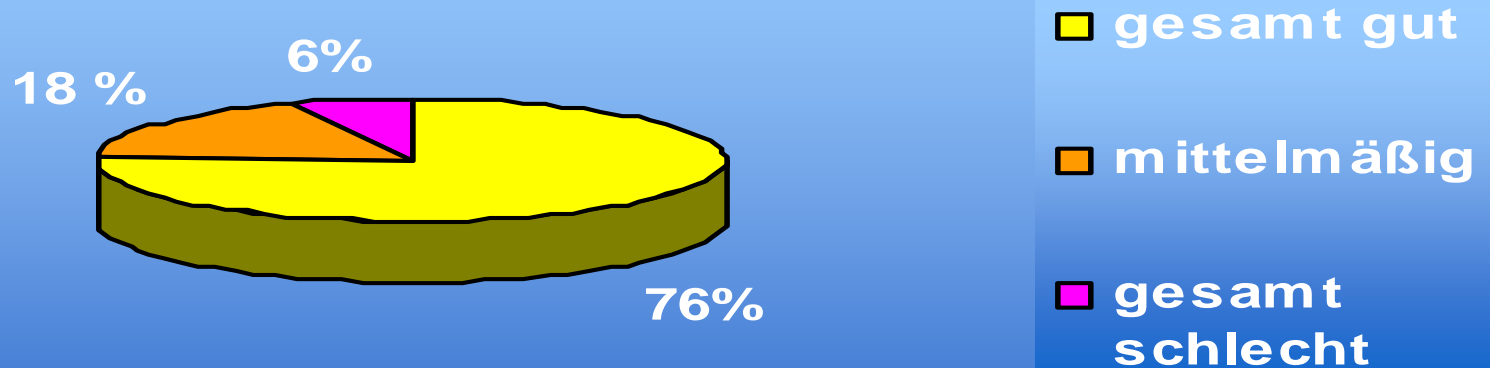


11. Frage: Wie beurteilen Sie die Stellplatzsituation in Hilden?

Fazit

- Eine insgesamt mittelmäßige bis gute Beurteilung beispielsweise im Vergleich zu Monheim am Rhein in der 56 % mit insgesamt gut und 12 % mit insgesamt schlecht die Stellplatzsituation beurteilten. Im Vergleich zu Heiligenhaus gab es eine ähnliche Beurteilung.

12. Frage: Wie beurteilen Sie die Sauberkeit in Hilden?

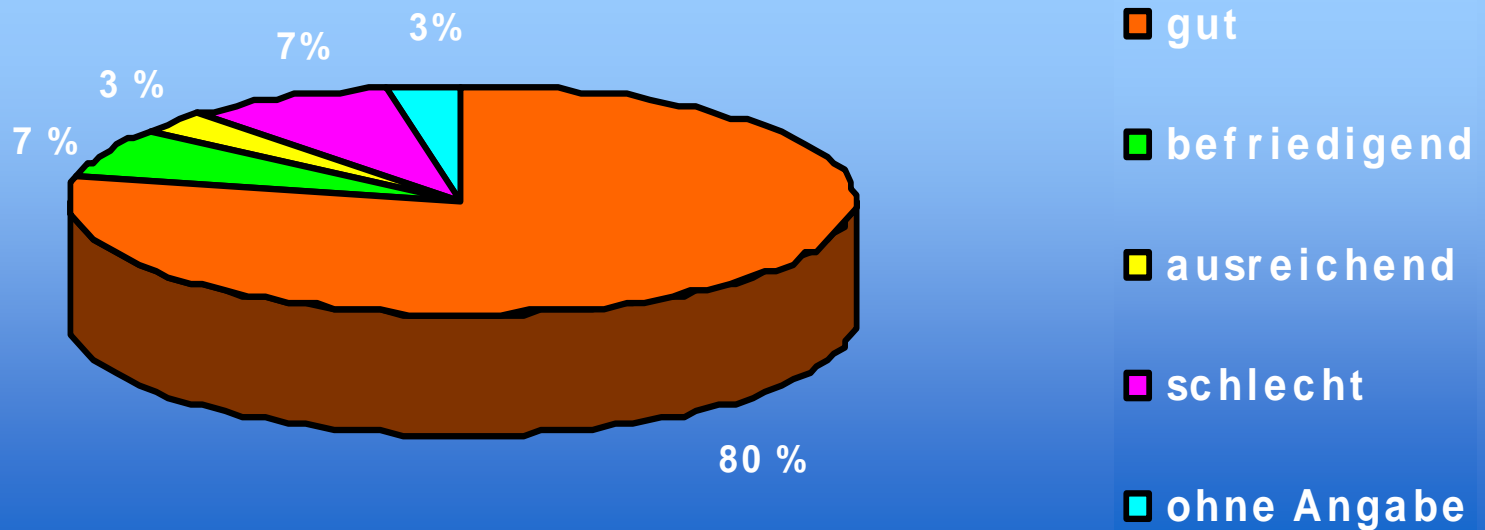


12. Frage: Wie beurteilen Sie die Sauberkeit in Hilden?

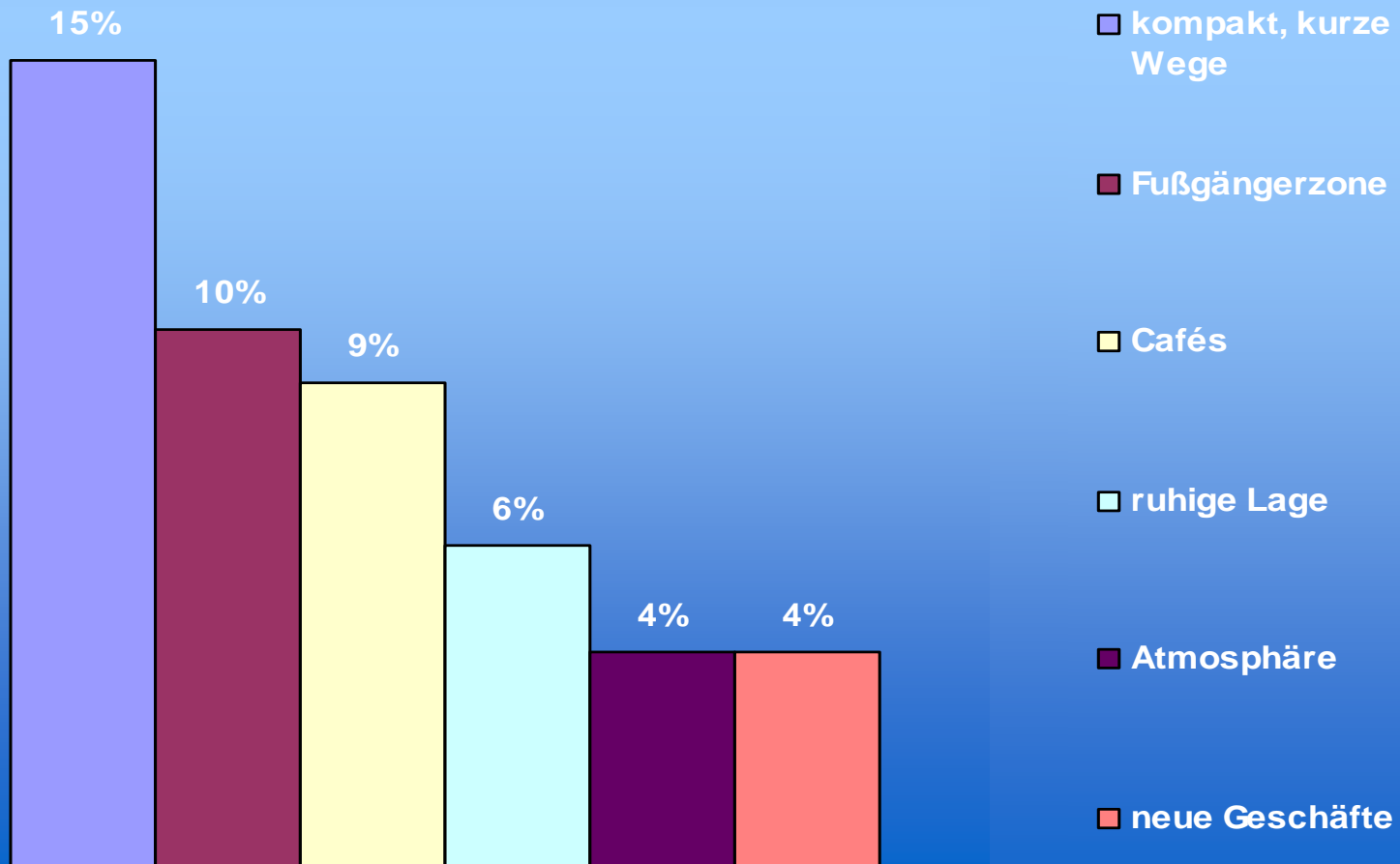
Fazit

- Eine sehr gute Beurteilung (76 %) des Kriteriums „Sauberkeit“, verglichen mit Standorten
- Monheim am Rhein (36 % gesamt gut),
- Heiligenhaus (29 % gesamt gut),
- Düsseldorf-Eller (45 % gesamt gut),
- Düsseldorf-Gerresheim (23 % gesamt gut) und
- Düsseldorf-Garath (16 % gesamt gut).

13. Frage: Wie beurteilen Sie die Sicherheit in Hilden?



14. Frage: Positiv in Hilden?



14. Frage: Positiv in Hilden?

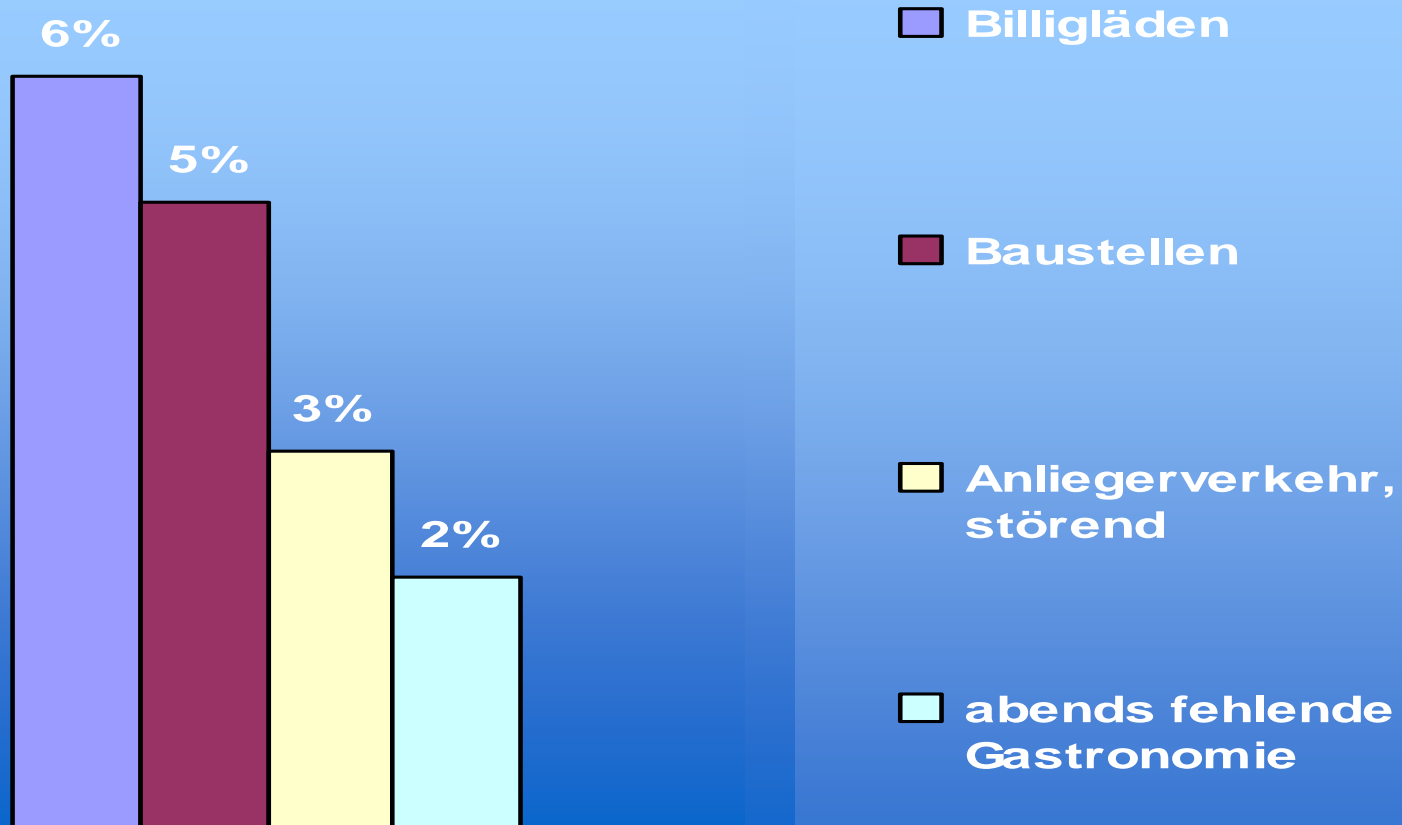
Fazit

- Hervorzuheben sind die kurzen Wege, Übersichtlichkeit, die Fußgängerzone
- die positive Atmosphäre sowie neue Geschäfte
- Die Freundlichkeit der Menschen sowie die stattfindenden Aktionen die wahrgenommen werden.

Atmosphäre in Hilden



14. Frage: Negativ in Hilden?



14. Frage: Negativ in Hilden?

Fazit

- Kritik gibt es kaum. Wenn Negativnennungen in Bezug auf Einkaufsmöglichkeiten, so sind sie nahezu zu vernachlässigen. Einige Kunden äußern sich allenfalls negativ zu Baustellen, zum Lieferverkehr, zu auch vorhandenen Billigläden. Zudem sprechen einige wenige Kunden die abends fehlende Gastronomie an.

Altersspezifische Auswertung

- Ältere (über 60-Jährige) kommen etwas häufiger (zu 81 %) von ihrer Wohnung ins Zentrum, als der Durchschnitt aller Befragten (77 %).
- Die Gruppe der 20- bis 30 Jährigen nutzt verhältnismäßig häufig (zu 46 %) den Pkw um ins Zentrum zu gelangen (alle Befragten 34 %).
- Die Gruppe der 30- bis 50 Jährigen gibt mit gut €50,-- den höchsten durchschnittlichen Einkaufsbetrag in Hilden aus (alle Befragten €35,41). Die bis 20-Jährigen den geringsten Betrag (€7,46).

Altersspezifische Auswertung

- Auch die Gruppe der über 60-Jährigen besucht vergleichsweise häufig täglich oder zumindest jeden 2. Tag das Zentrum (zu 68 %), alle Befragten: 58 %.
- Besonders lange halten sich die bis 20 Jährigen in Hilden auf. Auch 85 % mehr als eine Stunde (alle Befragten 72 %).
- Ältere Kunden vermissen häufig Haushalts- und Kurzwaren sowie Textilien. Jüngere Kunden dagegen Elektroartikel, Schuhe, das Kaufhaus C & A sowie ZARA. Auch Imbissmöglichkeiten werden von dieser Altersgruppe vermisst.

- .

Altersspezifische Auswertung

- Ältere Kunden beurteilen die Sauberkeit der Stadt kritischer als jüngere Kunden. Ebenso wird die Stellplatzsituation von älteren Kunden kritischer gesehen, als von den anderen Altersgruppen. Bei den anderen Antworten gibt es keine signifikanten Abweichungen verschiedener Altersgruppen zu den Antworten aller Befragten.

Tagesspezifische Auswertung

- Auffällig ist, dass samstags ein Zustrom aus anderen Nachbarstädten des Kreises zu verzeichnen ist, wohin gegen insbesondere freitags und dienstags die Hildener selbst ihr Einkaufszentrum in der Innenstadt nutzen. Samstags wird zudem der PKW am häufigsten genutzt und der höchste Betrag mit durchschnittlich €78,17 ausgegeben. Der zweithöchste Betrag am Montag mit €47,88, der geringste Betrag am Dienstag mit €17,69.

Tagesspezifische Auswertung

- Samstags und dienstags werden besonders gerne und häufig Textilien eingekauft. Samstag ist auch der Tag, an dem die längste Verweildauer der Besucher im Zentrum zu verzeichnen ist (92 % bleiben länger als eine Stunde im Hildener Zentrum).
- Durchschnitt aller Tage: 72 % bleiben länger als eine Stunde. Am Dienstag ist die Aufenthaltsdauer bei denjenigen, die mehr als eine Stunde sich im Hildener Zentrum aufhalten mit 57 % am vergleichsweise geringsten.

Tagesspezifische Auswertung

- Der Samstag ist auch der Tag an dem die längste Verweildauer der Besucher im Zentrum zu verzeichnen ist, gefolgt vom Mittwoch.
- Beim Vergleich anderer Kriterien gibt es keine signifikanten Abweichungen bezogen auf das Verhalten der Kunden an verschiedenen Wochentagen.