

Wer oder was macht Hilden stark?

Hilden ist stark und hat starke Unternehmen, Vereine und Persönlichkeiten! Die Stadtmarketing Hilden GmbH lobt daher den Stadtmarketing-Preis Hilden aus.

Mit dem Stadtmarketing-Preis Hilden sollen Unternehmen, Verbände, Vereine, Institutionen oder Einzelpersonen ausgezeichnet werden, die herausragende unternehmerische oder gesellschaftliche Konzepte oder zukunftsweisende Strategien entwickelt haben, die den Standort Hilden nachhaltig stärken oder die Lebensqualität der hier lebenden Menschen verbessern.

Daher stellen wir unseren Mitgliedern und den Hildener Bürgerinnen und Bürgern die Frage: **Wer oder was macht Hilden stark?**



Bitte teilen Sie uns mit, wer aus Ihrer Sicht anhand der vorgenannten Kriterien Hilden stark macht (auch Eigenwerbung ist möglich).

Schicken Sie uns eine formlose Begründung (max. eine DIN A4 Seite), wer den Stadtmarketing-Preis 2007 bekommen soll.

Das Preisgeld beträgt - vor einem hohen Anspruchshintergrund - 5.000 €. Eine fünfköpfige Jury entscheidet, ob der Preis vergeben wird. Der Preis kann an einen oder mehrere Preisträger vergeben werden.

Bewerbungen bitte bis zum 28.09.2007 an:

Stadtmarketing Hilden GmbH
Bismarckpassage 4
40721 Hilden

info@stadtmarketing-hilden.de

Gute Noten für Hilden

In zwei verschiedenen Untersuchungen haben das ILS und die IHK Düsseldorf die Lebensbedingungen und die Situation im Einzelhandel in der Itterstadt untersucht.

Das ILS (Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und Bauwesen des Landes Nordrhein-Westfalen) ist eine Forschungs- und Beratungseinrichtung des Landes Nordrhein-Westfalen und hat in einer Studie den „Demografischen Wandel und Wanderungen in der Stadtregion“ untersucht.

Hierzu schrieb die RP: Hilden (ja) Der Mix macht's: Wer nach Hilden zieht, schätzt laut ILS-Studie die „Kombi-

nation städtischer und sub-urbaner Wohnstandortqualitäten“, das heißt den überschaubaren Lebensraum Kleinstadt mit Nähe zur Großstadt Düsseldorf. Und das zu einem angemessenen Preis fürs Wohnen. Die Anforderungen, die Auswärtige an ihren künftigen Wohnort stellen, sind vom Alter und der Lebenssituation abhängig.



Bei jungen Singles stehen die Kosten für Wohnraum, die vorhandenen Autostellplätze und die Anbindung durch Busse und Bahnen ganz oben. Familien mit Kindern suchen vor allem ein kindgerechtes Wohnumfeld.

An zweiter Stelle auf der Wünsche-Skala stehen niedrige Mieten oder Grundstückspreise; wichtig ist auch das Angebot an Betreuungsplätzen und Schulen.

Die so genannten „jungen Alten“ nannten bei der Befragung an erster Stelle die Einkaufsmöglichkeiten vor Ort und die Kosten fürs Wohnen.

Auf Platz drei folgt die Anbindung durch Busse und Bahnen. Entscheidend für diese Gruppe ist auch, dass Familie und Freunde am Ort wohnen. Dasselbe gilt auch für die Senioren.

Zwischen Wunsch und Wirklichkeit liegt offenbar keine große Diskrepanz.

„Die Bewertung der Stadt Hilden durch die zugewanderten Haushalte fällt bemerkenswert positiv aus“, ziehen die Autoren der Studie Bilanz. Insbesondere die städtebaulichen Qualitäten und das gute Einzelhandelsangebot erhielten gute Noten.

Gleichzeitig monierten die Befragten aber auch, es gebe keine Elektrogroßmärkte und nicht genügend Ausgehmöglichkeiten für junge Leute. Auch wurde bemängelt, dass nicht genügend kostenfreie Parkplätze in der Innenstadt vorhanden seien.

Insbesondere im Hinblick auf die zu erwartende Anzahl älterer Menschen empfehlen Andrea Dittrich-Westbuer und Frank Osterhage als ein Fazit ihrer Studie, in Hilden das Angebot an Wohnmöglichkeiten für unterschiedliche Zielgruppen noch stärker zu differenzieren.

Quelle: Rheinische Post (Hilden)
12.07.2007

Die IHK hat im April 2007 eine umfangreiche und repräsentative Befragung der Besucher in der Innenstadt und der Einzelhändler durchgeführt.

Hierzu schrieb ebenfalls die RP: Bei Kunden und Kaufleuten steht die Hildener City hoch im Kurs. Das zeigt eine aktuelle Umfrage, die Industrie- und Handelskammer, Stadtmarketing und städtische Wirtschaftsförderung gestern vorstellten.

Die Interviewer befragten im Frühjahr 300 Kunden, erläutert Ulrich Hardt, Leiter der IHK-Zweigstelle in Velbert.

58 % von ihnen kämen täglich in die Innenstadt, 50 % der Hildener kaufen dort täglich ein. Über zwei Drittel der Befragten hielten sich länger als eine Stunde im Zentrum auf und gebe dabei durchschnittlich 35,43 € aus. Ein Spitzenwert im Vergleich zu anderen untersuchten Städten der Region (Heiligenhaus: 19 €; Monheim: 17,80 €).

Die Kunden kaufen laut Studie in Hilden insbesondere Textilien, Schuhe und Lederwaren (83 %) sowie Lebensmittel (knapp 70 %).



Sie vermissen im Angebot vor allem Haushaltswaren, Elektronik und Computer. Das Warenangebot in der Itterstadt beurteilen 70 % der Konsumenten mit „gut“ bis „sehr gut“.

Hardt: „Das ist der vergleichsweise beste Wert bisheriger IHK-Kundenbefragungen.“

Gute Noten gab es auch für Sauberkeit (76%) und Sicherheit (80 %). Mit dem Parkangebot sind allerdings nur rund 40 % der Befragten zufrieden. 35 % beurteilen das Stellplatzangebot als „mittelmäßig“.

Positiv an Hilden finden die Kunden die kurzen Wege, die Übersichtlichkeit der Fußgängerzone, die positive Atmosphäre, die neuen Geschäfte sowie die Freundlichkeit der Menschen und die Aktionen in der Innenstadt. Negative Kritik gab es kaum, berichtet Hardt. Allerdings hätten einige Kunden die abends fehlende Gastronomie in der City bemängelt.

Auch bei den Kaufleuten bekam Hilden durchweg gute Noten. Befragt wurden 157 Einzelhändler und 63 Dienstleister im Stadtkern. Sie setzten auf 22.000 m² Verkaufsfläche knapp 100 Millionen Euro im Jahr um.

Mit einem Anteil von 30 % sind Textil- und Bekleidungsgeschäfte besonders stark vertreten. Aber auch die anderen Branchen sind in der Innenstadt gut positioniert.



Zwei Drittel der befragten Händler und Dienstleister beurteilen ihren Standort mit „sehr gut“ (23 %) oder „gut“ (43 %). Nur sechs Prozent sind unzufrieden.

Hilden zeichne sich durch einen attraktiven Mix aus kleinteiligen, alteingesessenen und neuen, modernen Geschäften aus, hob Hardt hervor. Die befragten Kaufleute wünschen sich unter anderem kostenfreie Parkplätze, einheitliche Öffnungszeiten und eine bessere Organisation der Baustellen in der Innenstadt.

Quelle: Rheinische Post (Hilden) 16.08.2007

Neu in der Stadt

In diesem Jahr gibt es zahlreiche neue attraktive Geschäfte in der Innenstadt: Für die Fläche des ehemaligen Markthauses fanden sich mit s'Oliver und Mexx zwei namen-

hafte Modeanbieter, die den Branchenmix Hildens sinnvoll ergänzen.

Nicht neu in der Stadt, aber in neuen Räumlichkeiten und im hochmodernen Design präsentiert sich die *Parfümerie Schnitker* seit dem 01. Juni 2007 in der Mittelstraße 14 in der früheren Buchhandlung Keymer.

Die ehemalige Schnitker Geschäftsfläche in der Mittelstraße 6 wird, bis zur Neunutzung des Immobilienareals „Reichshof“, von Frau Micha Skirl, die aus Haan in die Itterstadt gezogen ist, mit Ihrem *Brautmodeangebot* genutzt.



Ebenfalls in neuen Räumen (Bismarckstraße 11) befindet sich *Basteln und Werken Schumacher*, die neben dem angestammten Bastelsortiment den Betrieb des Fotostudios und der Galerie Klöcker weiterführen.

Foto Kammann hat die freigewordene Fläche von Basteln und Werken Schumacher bezogen.

In der Bismarckpassage gab es zwei Neuerungen: Der *Landhof Standl* mit süddeutschen und österreichischen Spezialitäten und die Wiedereröffnung von *Früchte Klein*.

Ausblick:

Am 27.09.2007 eröffnet auf 1.500 m² C&A seinen „family-store“ in Hilden, direkt daneben gibt es mit *Modonna* einen weiteren Young-Fashion Anbieter in der Stadt.

Ebenfalls für September geplant ist die Eröffnung des Cafés *extrablatt* im Meldeamt.

„Die zahlreichen Umzüge und Neueröffnungen und die nahtlosen Übergänge in der Nutzung der Ladenlokale sind ein Beweis für die Dynamik im Hildener Einzelhandel und die Attraktivität unserer Innenstadt“ freut sich Volker Hillebrand vom Stadtmarketing Hilden.

Auf Vermittlung des Stadtmarketings konnten zwei Hildener Unternehmen (und Mitglieder im Stadtmarketing) zusammengebracht werden:

Die *Sparkasse HRV* suchte für ihre kernsanierte und neu konzipierte Geschäftsstelle in der Gerresheimer Straße einen Partner, der ein Café-Bistro betreibt. Mit der *Bäckerei Schüren* wurde dieser gefunden.

Nach erfolgter Inbetriebnahme des Kundenbereichs der Sparkasse erfolgt die Eröffnung der Bäckerei mit Bistro Anfang September. Hier ist übrigens künftig auch sonntags geöffnet!

Die Bauarbeiten für den Neubau des Parkhauses an der Rober Gies Straße sind erfolgt. Hier entstehen ca. 100 Parkplätze, die das Parkplatzangebot in der unteren Mittelstraße stärken werden.

22.09.2007

Ein Samstag, an dem es wieder heißt „Fast alles aus Papier!“. Im Bereich der oberen Mittelstraße findet der 4. Hildener Büchermarkt statt.

Sonderöffnungszeiten

In Hilden sind an folgenden Terminen verlängerte Öffnungszeiten im Einzelhandel geplant:

16.09.2007

Einkaufssonntag in Verbindung mit der Autoschau

5.10.2007

Late Night Shopping bis 22:00 Uhr

04.11.2007

Vierter Einkaufssonntag in diesem Jahr.

IMPRESSUM

Stadtmarketing Hilden GmbH

**Bismarckpassage 4
40721 Hilden**

Telefon: 0 21 03 - 91 03 44

Fax: 0 21 03 - 91 03 45

eMail:

info@stadtmarketing-hilden.de

Weitere Infos unter:

www.stadtmarketing-hilden.de