

Wer in Hilden einkauft, kommt erfahrungsgemäß gerne wieder. Die Mittelstadt ist seit Jahren regelmäßiger Anziehungspunkt für Käufer aus nah und fern. Warum dies so ist und was das Einkaufserlebnis in Hilden von dem in anderen Städten der Region abhebt – dies beleuchtete jetzt eine Standortumfrage der IHK.



**Freuen sich über belebte Straßen: Volker Hillebrand vom Stadtmarketing, Dr. Ulrich Hardt von der IHK und Ralf G. Kraemer vom Stadtmarketing-Verein.**

# Man sieht sich

Die Befragung ist für uns überaus wichtig, denn wir freuen uns nicht nur über Lob, sondern nehmen auch die Kritikpunkte sehr ernst“, hatte Volker Hillebrand, Geschäftsführer der Stadtmarketing GmbH, bereits im Vorfeld klargestellt. Zum zweiten Mal seit 2007 startete die Industrie- und Handelskammer Düsseldorf eine Umfrage in der Itterstadt. 111 Kaufleute und 300 Passanten wurden im April und Mai diesen Jahren nach Zufriedenheit und Kritikpunkten befragt. Und das Ergebnis kann sich sehen lassen.

## Gute Noten von den Kunden

„Unter dem Strich ergab die Auswertung der Fragebögen die Gesamtnote 2,2. Noch besser schnitten mit 1,9 das gastronomische Angebot und die Ladenöffnungszeiten, Umfeld und Atmosphäre mit 2,0 und das Warenangebot mit 2,1 ab“, erläutert Dr. Ulrich Hardt, Leiter der IHK-Zweigstelle in Velbert. 69 Prozent der befragten Kunden bewerteten den Standort mit „gut“ oder „sehr gut“.

Allerdings gab es auch Knackpunkte. So habe sich die Stellplatzsituation im Vergleich zur Befragung vor fünf Jahren verschlechtert, so die Kunden. Ein Punkt, den auch die Händler bemängelten. „Kurz vor der Befragung ist ein Parkhaus geschlossen worden, deshalb werte ich diese Aussage als subjektives Empfinden, zumal auch andere Parkplätze zeitweise

durch Umbauten und Stadtentwicklung nicht verfügbar waren. Objektiv haben wir kein Parkplatzproblem“, ordnete Norbert Danscheidt, Erster Beigeordneter der Stadt, das Ergebnis ein. Zudem werden durch die künftige Nutzung des ehemaligen P&C-Gebäudes am Warrington-Platz zusätzliche Parkplätze entstehen. Ein weiterer Pluspunkt: Mit Saturn ist ein von Kunden und Kaufleuten vermisster Elektronikhändler und zudem Nachnutzer für das Gebäude gefunden. Ab Frühjahr 2013 wird der Elektronikriese auf 2.900 Quadratmetern Fläche zum neuen Anziehungspunkt werden.

## Von der Arbeit in die Stadt

Knapp über die Hälfte der Befragten kommt direkt von zu Hause in die Innenstadt. 2007 lag dieser Wert noch bei 77 Prozent. „Dafür ist der Anteil der Passanten, die von der Arbeitsstelle aus in die Innenstadt gehen oder fahren, von 17 auf 40 Prozent gestiegen“, hat Dr. Hardt herausgefunden. Die meisten der Befragten kamen zu Fuß (35 Prozent) oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln (21 Prozent), 28 Prozent nutzten Auto oder Motorrad. Das zeige, so der IHK-Einzelhandelsexperte, dass die Verbindung vom Arbeitsplatz zur City und zurück engmaschiger geworden sei. Den Einkauf von Lebensmitteln (78 Prozent) sowie von Textilien, Schuhen, Sportbekleidung oder Lederwaren (76 Pro-

zent) nannte der weit überwiegende Teil der Befragten als Hauptgrund für ihren Besuch der Innenstadt. 70 Prozent haben Gastronomiebetriebe zum Ziel.

Besonders erfreulich für die Verantwortlichen vom Stadtmarketing: Ihre Aktionen werden vom Kunden insgesamt mit 2,4 bewertet und vor allem die verkaufsoffenen Sonntage und der Weihnachtsmarkt bleiben nachhaltig im Gedächtnis.

## Magnet für die Nebenstraßen

Auch die Kaufleute erteilen der Stadt eine gute Gesamtnote: 2,26 (2007: 2,21). In der Befragung gaben 94 Prozent der Händler, Dienstleister und Gastronomen an, weiterhin am Standort bleiben zu wollen. Aber auch ein Verbesserungsvorschlag richtete sich direkt an das Stadtmarketing: 34 Prozent der Händler in den Nebenstraßen wünschen sich eine stärkere Berücksichtigung bei den Marketingaktionen. „Mit der Belegung des Warringtonplatzes wird sich sicherlich auch die Situation in den Nebenstraßen verbessern, schon alleine, wenn der Saturn-Markt seine Magnetwirkung entfaltet“, ist sich Volker Hillebrand sicher.

**Stadtmarketing Hilden GmbH**  
**Bismarckpassage 4 · 40721 Hilden**  
**Tel.: 021 03 / 91 03 44**  
**info@stadtmarketing-hilden.de**  
**www.stadtmarketing-hilden.de**