

# Stets mehr als 100 Prozent

Gut ist in Hilden nicht gut genug: Obwohl das Einzelhandelsangebot der Innenstadt seit Jahren Kunden aus der gesamten Region anzieht, arbeiten die Verantwortlichen permanent weiter an der Attraktivierung der City. Mit nachweislichem Erfolg: Aktuell attestierte die Gesellschaft für Konsumforschung der Innenstadt eine Zentralitätskennziffer von 133 Prozent.



Die Hildener Innenstadt zieht Kunden aus der gesamten Region an

**N**euester Mosaikstein im stimmigen Gesamtbild aus inhabergeführten Geschäften und namhaften Filialisten: Im Frühjahr 2015 wird die Drogeriemarktkette Müller in der ehemaligen Karstadt/Hertie-Immobilie an der oberen Mittelstraße eine Dependence eröffnen. Die Drogeriemarktkette aus Ulm hat das Gebäude Mittelstraße 17 gekauft, will es umfassend sanieren und eine neue Fassade zur Einkaufsstraße erstellen. Im Erd- und Untergeschoss sollen auf rund 3.500 Quadratmetern neben Drogerieartikeln und Parfüm, auch Schreib-, Spiel- und Haushaltswaren angeboten werden. Auf dem Dach sind rund 50 Parkplätze geplant. Müller bietet nach eigenen Angaben das größte Drogerie-Sortiment Deutschlands und ist im heimischen Markt mit 511 Filialen präsent. „Hilden ist für uns interessant, weil wir uns in Nordrhein-Westfalen breiter aufstellen wollen“, kommentiert eine Unternehmenssprecherin das Engagement in der Innenstadt.

## Erfolgreiche Nachnutzung

„Dieser neue Mosaikstein ist eine optimale Ergänzung des Warenangebots in der Innenstadt“, lobt Stadtmarketing-Geschäftsführer Volker Hillebrand, der sich von dem namhaften Anbieter eine weite-

re Belebung der oberen Mittelstraße verspricht. Die künftig von Müller genutzte Immobilie durchlief in den vergangenen 50 Jahren eine wechselvolle Geschichte: Nachdem sie in den 1960er Jahren das Kaufhaus Central beherbergte, übernahm 1972 Karstadt das Gebäude. In den 1990er Jahren erfolgte die Umfirmierung auf Hertie. Im Rahmen der Firmeninsolvenz schloss das Haus 2009. Nach einem kurzfristigen Leerstand zog 2011 das Einrichtungshaus Gooran als Übergangsmieter ins Erdgeschoss ein. „Mit dem Verkauf der Immobilie ist nun endlich eine langfristige Lösung gefunden“, freut sich Volker Hillebrand.

## Sogkraft durch stimmige Mischung

Auch beim Blick auf die aktuellen Zahlen der Gesellschaft für Konsumforschung kann der Stadtmarketing-Chef zufrieden sein: Die Nürnberger Einkaufsexperten haben für Hilden einen Wert von 133 Prozent errechnet. Selbst die benachbarte Landeshauptstadt kommt nur auf 120 Prozent. „Die Zahl ist ein deutlicher Beleg für die Attraktivität unserer Angebote. Immerhin stammen 33 Prozent der in Hilden erzielten Umsätze von Kunden, die aus umliegenden Städten zum Einkaufen zu uns kommen“, erläutert Volker Hillebrand. Mit für die-

se erfolgreiche Entwicklung verantwortlich sei auch der Umbau der ehemaligen P & C Immobilie am Warrington-Platz. Hier einstanden großzügige Verkaufsflächen für den Elektronikmarkt Saturn und die beliebte Modekette Adler. Auch Kaiser's zog 2013 mit einem großen Sortiment an Lebensmitteln und Convenience Produkten ein.

Zu den Neuansiedlungen zählen seit diesem Frühjahr auch die Grüne Apotheke an der oberen Mittelstraße und die Filiale von Fisch Schäle aus Solingen, die das Ladenlokal der insolventen Metzgerei Steinhaus bezogen hat. Vor kurzem ist zudem der Wäscheanbieter Hunkemöller an der Mittelstraße 29-33 eingezogen. Wer sich über die verschiedenen Angebote detailliert informieren möchte, wird dies künftig über die Internetseite [www.einkaufen-in-hilden.de](http://www.einkaufen-in-hilden.de) können. Das Team des Stadtmarketing bietet Händlern, Dienstleistern und Gastronomen mit dem kostenlosen Portal eine zusätzliche Chance sich potentiellen Kunden vorzustellen. ■

**Stadtmarketing Hilden GmbH**  
**Volker Hillebrand · Geschäftsführer**  
**Bismarckpassage 4 · 40721 Hilden**  
**Tel.: 021 03/ 91 0344**  
**info@stadtmarketing-hilden.de**  
**www.stadtmarketing-hilden.de**