

4 NACHFRAGESITUATION FÜR DEN EINZELHANDEL IN DER STADT HILDEN

4.1 Einzugsgebiet der Stadt Hilden

siehe Karte 8, S. 58

Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes des Einzelhandels in der Stadt Hilden spielen mehrere Faktoren eine maßgebliche Rolle:

- die quantitative und qualitative Angebotssituation in Hilden
- die Angebotssituation in den umliegenden Städten und Gemeinden
- die verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit von Hilden
- die zentralörtliche Funktion der Stadt Hilden
- der vom Verbraucher für die Güter der einzelnen Bedarfs- und Fristigkeitsstufen akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand
- Barrierewirkung ausgehend von z.B. topografische Begebenheiten
- historisch gewachsene Einkaufsorientierungen

In Bezug auf die Abgrenzung des Einzugsgebietes der Stadt Hilden ist festzuhalten, dass die Stadt auf der einen Seite über ein ansprechendes Angebotsniveau in der Innenstadt verfügt sowie Standort einiger großflächiger Einzelhandelsbetriebe ist.

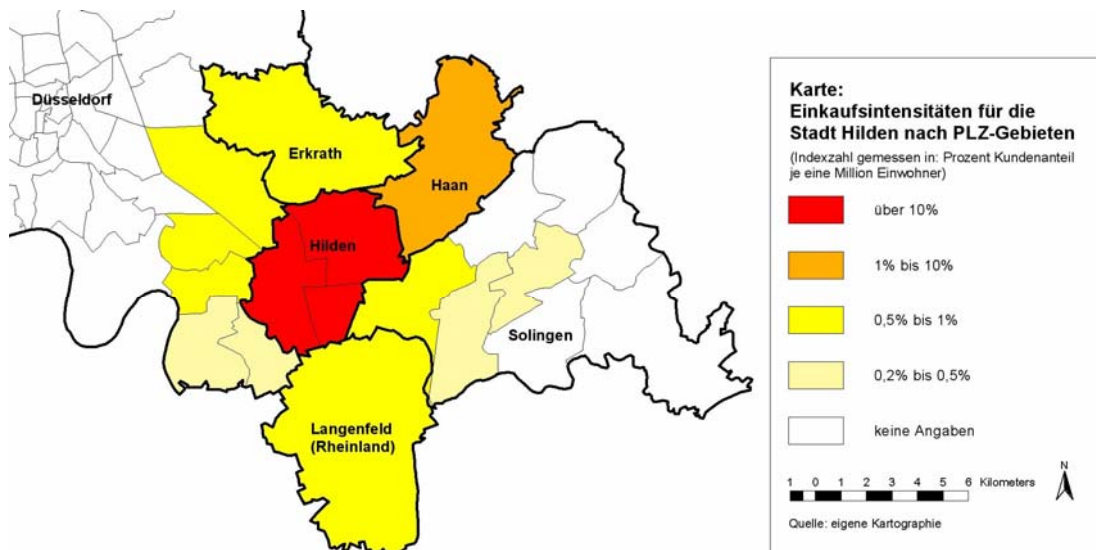
Auf der anderen Seite befindet sich im Umfeld der Stadt Hilden eine Reihe von zentralen Orten mit einer vergleichbaren bzw. höheren zentralörtlichen Bedeutung wie z.B. Düsseldorf, Solingen und Langenfeld, die unter quantitativen und qualitativen Gesichtspunkten über ein ähnliches bzw. umfangreicheres Sortimentsangebot verfügen. Hierdurch bedingt sind die Möglichkeiten für die Stadt Hilden, überörtliche Versorgungsfunktionen wahrzunehmen, nur begrenzt.¹⁸

¹⁸ Hiervon unberührt ist jedoch Tatsache, dass die Stadt Hilden in der einen oder anderen Einzelhandelsbranche in Folge der gegebenen Angebotssituation, wie z.B. im Möbelsortiment, zum Teil deutlich überörtliche Versorgungsfunktionen ausübt.

Das Einzugsgebiet der Stadt Hilden bezieht sich aus diesem Grund in erster Linie auf das eigene Stadtgebiet (rd. 57.000 Einwohner), wobei Verflechtungsbeziehungen mit den Städten und Gemeinden im näheren Umland, sprich Erkrath und Haan im Norden bzw. Nordosten, Solingen im Osten, Langenfeld im Süden und den südlichen Stadtteilen von Düsseldorf, bestehen.

In der nachstehenden Karte sind die Einkaufsintensitäten für die Stadt Hilden nach Postleitzahlgebieten dargestellt.¹⁹

Karte 8: Einzugsgebiet der Stadt Hilden



Grundsätzlich ist festzuhalten, dass Einzugsgebiete keine geschlossenen Größen darstellen. Das bedeutet, dass Einzelhandelsangebote einer Stadt auch von Kunden jenseits eines abgegrenzten Gebietes aufgesucht werden. Solche Kundenbeziehungen können z.B. durch Kopplung von Arbeits- und Einkaufsfahrten (Kopplungskäufe) oder Tourismus entstehen und werden den **diffusen Kaufkraftzuflüssen** zugerechnet.

¹⁹ Quelle: BAG-Untersuchung Kundenverkehr 2004

4.2 Nachfragevolumen der Stadt Hilden

Das Nachfragevolumen der Stadt Hilden ergibt sich aus der Multiplikation von der Einwohnerzahl im Stadtgebiet mit den - durch das sortimentspezifische Kaufkraftniveau der Stadt Hilden gewichteten - branchenspezifischen Pro-Kopf-Ausgaben pro Jahr.

Insgesamt verfügt die Stadt Hilden über ein Gesamtnachfragevolumen in Höhe von rd. 336 Mio. EUR. Hiervon entfallen auf die kurzfristigen Bedarfsgüter rd. 172 Mio. EUR, auf die mittelfristigen Bedarfsgüter rd. 91 Mio. EUR und auf die langfristigen Bedarfsgüter rd. 72 Mio. EUR.

Tabelle 22: Nachfragevolumen Stadt Hilden

Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer:	113,52	Stadt Hilden	
Bevölkerung Stadt Hilden 1):	56.651		
		gewichtete Pro-Kopf-Ausgaben	Nachfragevolumen insgesamt
		2005	2005
		[in EUR]	[in Mio. EUR]
Warengruppen			
Nahrungs- u. Genußmittel (inkl. Bäckerei / Metzgerei)	1.992	112,8	
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	269	15,2	
Pharmazeutische, medizinische u. orthopädische Artikel	476	27,0	
Blumen / Zoo	80	4,5	
Papier-, Büro-, Schreibwaren / Zeitschriften / Bücher	222	12,6	
überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.039	172,2	
Bekleidung, Wäsche, Meterware	589	33,4	
Schuhe, Lederwaren	127	7,2	
Bau- und Gartenmarktsortiment i.e.S. (u.a. Heimwerker-, Gartenbedarf, Autozubehör)	583	33,0	
GPK, Hausrat, Geschenkartikel	94	5,3	
Spielwaren, Hobbys	119	6,7	
Sport-, Campingartikel	101	5,7	
überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.613	91,4	
Teppiche / Gardinen / Deko / Sicht- u. Sonnenschutz	73	4,1	
Bettwaren / Haus-, Tisch-, Bettwäsche	72	4,1	
Möbel (inkl. Bad- /Garten-, Büromöbel)	348	19,7	
Elektrogeräte, Leuchten	155	8,8	
Unterhaltungselektronik, PC, Kommunikation	368	20,8	
Foto, Optik, Akustik	131	7,4	
Uhren / Schmuck	62	3,5	
sonstiges	69	3,9	
überwiegend langfristiger Bedarf	1.278	72,4	
Einzelhandel insgesamt	5.930	335,9	

1) Bevölkerung am Ort der Hauptwohnung; Stand 31.05.2004, Quelle: Stadt Hilden

Rundungsdifferenzen möglich

Mit einer nennenswerten Veränderung des Nachfragevolumens in der Stadt Hilden ist aus BBE-Sicht in der näheren Zukunft nicht zu rechnen.

Der Hintergrund für diese Einschätzung ist, dass der in den kommenden Jahren zu erwartende Bevölkerungsrückgang nicht so stark ausfällt, als dass hierdurch einzelhandelsrelevante Wirkungen zu erwarten sind.

Für den Einzelhandel in der Stadt Hilden hat dies zur Konsequenz, dass:

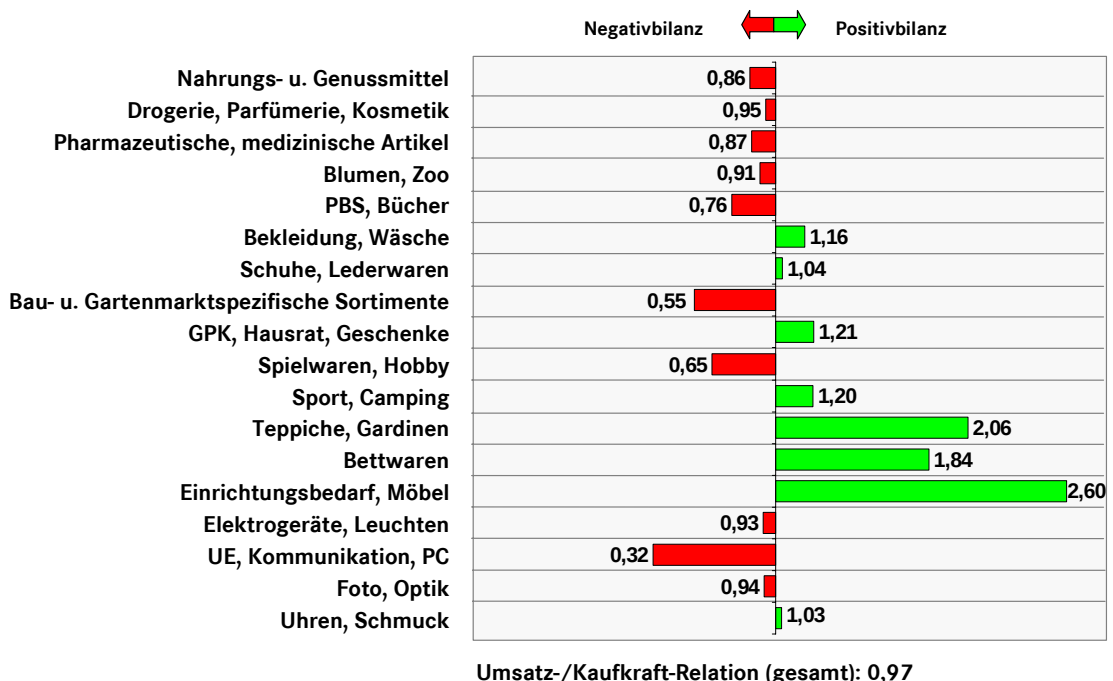
- im positiven Sinne das für den Einzelhandel zur Verfügung stehende Nachfragevolumen in den kommenden Jahren tendenziell stabil bleiben wird
- im negativen Sinne zumindest mittelfristig ‚der zu verteilende Kuchen‘ für den Einzelhandel sich nicht vergrößern wird.

4.3 Einzelhandelszentralität der Stadt Hilden

Wie durch die Bestandserhebungen ermittelt, erreicht der vom Einzelhandel in der Stadt Hilden im Jahre 2005 erwirtschaftete Einzelhandelsumsatz eine Größenordnung von 324 Mio. €. Dies entspricht rd. 96 % des in der Stadt Hilden verfügbaren Nachfragevolumens von 336 Mio. EUR.

Mittels dieser ‚Kaufkraftbindungsquote‘ oder Umsatz-Kaufkraft-Relation kann die Einzelhandelszentralität des Standortes beschrieben werden. Würde man bei der Gegenüberstellung von Einzelhandelsumsatz/Nachfragevolumen Messzahlen von exakt 100 erhalten, würde dies aussagen, dass der Gesamtumsatz genau dem vorhandenen Nachfragevolumen im Stadtgebiet entspricht und somit Kaufkraftabflüsse durch Zuflüsse von außerhalb ausgeglichen werden. Liegt die Messzahl über 100, so signalisiert dies per Saldo Kaufkraftzuflüsse; liegt sie unter 100, bedeutet dies per Saldo Kaufkraftabflüsse.

Abb. 1: Zentralität des Einzelhandelsstandortes Hilden
 (Stadt Hilden, Umsatz-Kaufkraft-Relation)



Wie die Abbildung zeigt, überdeckt die Gesamtbindungsquote von rd. 97 % starke Unterschiede zwischen den einzelnen Warengruppen.

So ergibt sich der höchste Wert mit rd. 260 % in der Warengruppe Einrichtungsbedarf/Möbel, in der eine Reihe von attraktiven und großflächigen Anbietern ansässig sind wie z.B. Möbelzentrum Vonnahme, Möbel Chic&Mit, Wohnen Eschenbach und Küchenland Plana. Der niedrigste Wert mit nur 32 % ist in der Warengruppe Unterhaltungselektronik/Kommunikation/Computer zu verzeichnen. In dieser Warengruppe ist kein größerer Fachmarkt in Hilden vertreten.

Nennenswerte **über dem Durchschnitt** von 97 % liegt die Einzelhandelszentralität der Stadt Hilden in den Warengruppen:

- Teppiche, Gardinen (rd. 206 %) sowie Bettwaren (rd. 184 %)
(maßgeblichen Anteil an diesen verhältnismäßig hohen Anteilen haben insbesondere die ortsansässigen Möbelhäuser)
- Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat, Geschenke (rd. 121 %)
(über verhältnismäßig große Angebote verfügen u.a. die ansässigen Möbelhäuser sowie das Karstadt Warenhaus in der Innenstadt)
- Bekleidung (rd. 116 %)
(zu den großen Bekleidungsanbietern in Hilden gehören v.a. P&C, H&M, Karstadt Warenhaus, Lindex und New Yorker)

Demgegenüber zeigen sich in anderen Warengruppen zum Teil deutliche **unterdurchschnittliche Werte**: Hierzu gehören insbesondere:

- Bau- und Gartenmarktsortiment (rd. 55 %),
(in Hilden ist derzeit nur ein Baumarkt ansässig, der zudem über eine verhältnismäßig kleine Verkaufsfläche verfügt)
- Spielwaren, Hobby (rd. 65 %)
(zu den größten Anbietern gehören ein Modellbahngeschäft mit d. 350 qm VKF, das Spielwarengeschäft Pinoccio sowie das Karstadt Warenhaus mit rd. 200 qm VKF)
- Nahrungs- und Genussmittel (rd. 86 %)
(die Verkaufsflächenangebote einzelner Anbieter sowie die Angebotssituation in einzelnen Stadtteilen fallen zum Teil unterdurchschnittlich aus)

4.4 Kaufkraftverflechtungen der Stadt Hilden

siehe Abbildung 3, S. 64

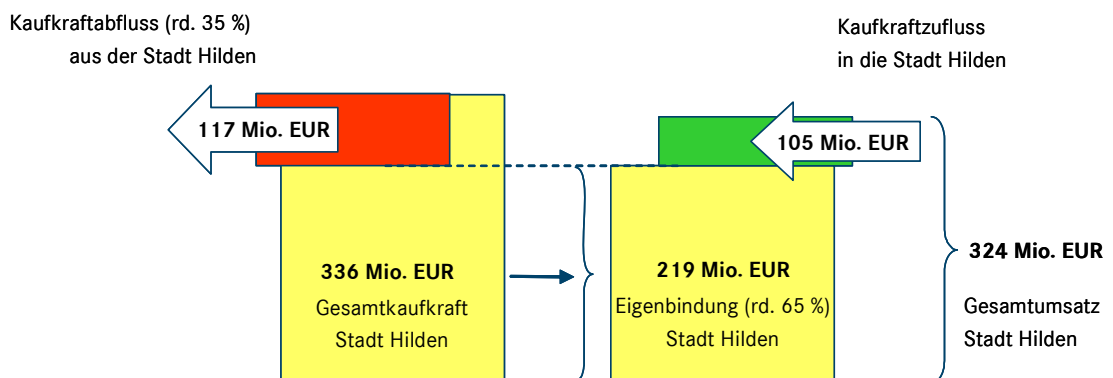
Auf Basis der Ergebnisse der durch die BAG im Jahr 2004 durchgeführten Passantenbefragung in der Innenstadt von Hilden lässt sich ableiten, wie hoch der Anteil desjenigen Umsatzes ist, den der ansässige Einzelhandel mit Kunden aus der Stadt Hilden tätigt (Eigenbindung).²⁰

Stellt man die Eigenbindung wiederum dem in der Stadt Hilden verfügbaren einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial gegenüber, lässt sich der Kaufkraftabfluss aus der Stadt Hilden errechnen.

Zieht man demgegenüber die Eigenbindung vom Gesamtumsatz ab, erhält man im Ergebnis die Kaufkraftzuflüsse in die Stadt Hilden.

Nach den auf dieser Basis durchgeführten Berechnungen bindet der Einzelhandel in der Stadt Hilden aktuell etwa 65 % (rd. 219 Mio. EUR) des ‚eigenen‘ Kaufkraftvolumens (rd. 336 Mio. EUR). Die verbleibenden rd. 35 % (rd. 117 Mio. EUR) fließen in Konkurrenzstandorte ab.

Abb. 2: Kaufkraftbilanz für die Stadt Hilden
(Stadt Hilden, Umsatz-Kaufkraft-Relation)



²⁰ Einschränkung ist allerdings anzumerken, dass Sondereffekte einzelner Betriebe, deren Einzugsbereich über das Stadtgebiet von Hilden hinausreicht, hierbei nicht berücksichtigt sind.

Zu großen Teilen ausgeglichen werden diese Kaufkraftabflüsse durch Umsätze in Höhe von rd. 105 Mio. EUR, die dem Umsatz des Einzelhandels in der Stadt Hilden durch Zuflüsse aus anderen Gemeinden zu Gute kommen. Daraus ergibt sich, dass die ansässigen Betriebe etwa ein Drittel ihres Umsatzes von insgesamt rd. 324 Mio. EUR mit Kunden von außerhalb der Stadt Hilden tätigen.

Eine differenzierte Betrachtung der Kaufkraftverflechtungen nach Herkunft und Zielrichtung zeigt, dass die Stadt Hilden vor allem mit Düsseldorf intensive Kaufkraftverflechtungen aufweist. So fließt auf der Seite zwar der größte Anteil der Kaufkraftabflüsse in Richtung Düsseldorf (rd. 65 Mio. EUR). Gleichzeitig fallen absolut betrachtet die Kaufkraftzuflüsse aus Düsseldorf mit rd. 23 Mio. EUR am höchsten aus. Stärkere Kaufkraftzu- als abflüsse hat die Stadt Hilden mit den umliegenden Städten Haan, Langenfeld, Solingen und Erkrath.

Abb. 3: Kaufkraftverflechtungen nach Orten
(Stadt Hilden, Zu- und Abflüsse)

