



6 Neuss als Einzelhandelsstandort aus Kundensicht

6.1 Vorgehensweise bei Haushalts- und Passantenbefragung

Mit Haushalts- und Passantenbefragungen wird ein genaueres Bild des räumlichen und branchenspezifischen Einkaufsverhaltens gewonnen. Befragungen ermöglichen somit wichtige Erkenntnisse bezüglich der Kaufkraft-Umsatz-Verflechtungen innerhalb des Neusser Stadtgebiets, insbesondere zwischen Innenstadt, Stadtteilzentren und peripheren Standorten im Stadtgebiet sowie mit den umliegenden Städten.

Die Befragungen dienen auch zur Erfassung der Besuchs- und Einkaufsmotive, der Bewertung des örtlichen Einzelhandelsangebots sowie der Einschätzung der kulturellen, städtebaulichen und verkehrlichen Rahmenbedingungen an den Einkaufsstandorten.

Folgende Themen wurden in den Befragungsaktionen behandelt:

- Einkaufsverhalten der Neusser Bevölkerung und auswärtiger Kunden
- bevorzugte Einkaufsorte nach Hauptwarengruppen
- Einkaufsverhalten nach Betriebsformen in der Nahversorgung (Supermarkt, Discounter, SB-Warenhaus etc.)
- vermisste Angebote am Befragungsstandort bzw. in der Innenstadt/ im wohnortnahen Geschäftszentrum/ an anderen wichtigen Standorten
- Verbesserungsvorschläge
- Koppelung des Einkaufens mit anderen Aktivitäten/Erledigungen

Zusätzlich wurden bei der Haushaltsbefragung die Gründe für den Einkauf in der Neusser Innenstadt, im wohnortnahen Geschäftszentrum bzw. an anderen wichtigen Standorten erfasst.

In der Passantenbefragung wurden ergänzend

- die Einkaufshäufigkeit
- das für den Einkauf hauptsächlich genutzte Verkehrsmittel
- der Wohnort des Befragten

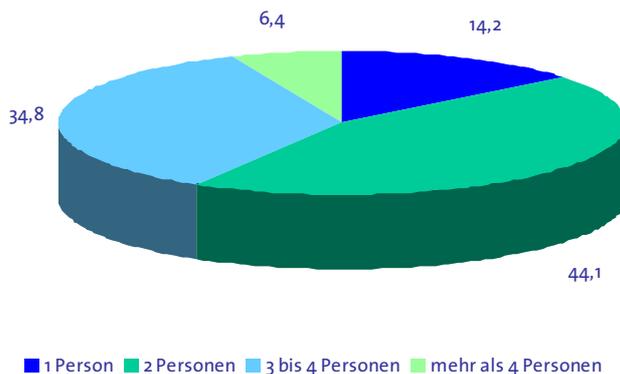
thematisiert.

Über eine schriftliche Haushaltsbefragung können auch die Bürger im Stadtgebiet erreicht werden, die Einzelhandelsstandorte in Neuss nicht bzw. sehr selten aufsuchen, und die bei einer Passantenbefragung an den Einkaufsplätzen nur selten erreicht werden. Zudem bietet eine schriftliche Haushaltsbefragung im Vergleich zur mündlichen Passantenbefragung auch die Möglichkeit, Fragen detaillierter zu stellen, da der Befragte i. d. R. bereit ist, mehr Zeit für die Beantwortung einzusetzen. Die Ergebnisse werden des Weiteren nicht durch äußere Umstände, z. B. die Wetterverhältnisse, beeinflusst.

Die Haushaltsbefragung dient dazu, ein repräsentatives Bild des Einkaufsverhaltens aller Neusser Bürger zu erhalten. Dazu wurden nach dem statistischen Zufallsprinzip generierte 4.500 Haushalte im April 2007 von der Stadt Neuss angeschrieben. Die Fragebögen sollten von den Haushaltsmitgliedern ausgefüllt werden, die die Einkäufe hauptsächlich tätigen. Insgesamt gab es einen Rücklauf von 1.212 Fragebögen,

dies entspricht einer Rücklaufquote von 26,9 %. Dieser Wert kann bei dieser Form der Befragung als zufriedenstellend eingestuft werden. Überdurchschnittliche Rücklaufquoten ergaben sich für Selikum, Grefrath und Hoisten, unterdurchschnittliche für Barbaraviertel, Weissenberg und Weckhoven.

Abbildung 9
Haushaltsgrößen der Befragten in %



Quelle: Haushaltsbefragung 2007, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH.

Durch die Passantenbefragungen werden die Kunden erfasst, die sich tatsächlich an den Befragungsstandorten aufhalten, darunter auch auswärtige Kunden, die durch eine schriftliche Haushaltsbefragung im Neusser Stadtgebiet nicht erreicht werden können. Damit werden über eine mündliche Passantenbefragung auch Erkenntnisse über die Stadtgrenzen hinausreichende Attraktivität und Zentralität von Standorten ermittelt.

Insgesamt wurden 1.446 Passanten an 11 Standorten in der Stadt Neuss von Donnerstag, 19. April 2007 bis Samstag, 21. April 2007 von Interviewern befragt. An diesen Tagen fanden keine besonderen Veranstaltungen statt. Bei der Festlegung des Befragungsumfanges wurde die Einzelhandelsbedeutung des jeweiligen Befragungsstandorts berücksichtigt.

Die Stadt Neuss hat in früheren Jahren regelmäßig solche Passantenbefragungen mit deutlich höheren Fallzahlen durchgeführt, deren Ergebnisse ergänzend heran gezogen werden.



6.2 Mobilitätsverhalten und Einkaufshäufigkeit der befragten Passanten

Das Mobilitätsverhalten ist je nach Befragungsstandort unterschiedlich. Bei der Verkehrsmittelwahl besonders hohe Anteile pkw- oder motorradorientierter Kunden (Motorisierter Individualverkehr= MIV) erreichen den Aussagen der befragten Passanten zufolge die Einkaufsziele Moselstraße, Allerheiligen, Hoisten sowie des ehemaligen HUMA-Einkaufsparks. Dagegen werden der Plus-Markt in Furth-Mitte und das Geschäftszentrum in Reuschenberg mit ca. 69 % bzw. ca. 64 % besonders häufig von den Befragten zu Fuß oder mit dem Fahrrad erreicht. Für ca. 29 % der befragten Passanten in der Innenstadt stellt der Öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV mit Bus/ Straßenbahn/ S-Bahn/ Deutsche Bahn) das hauptsächlich genutzte Verkehrsmittel dar.

Tabelle 13
Hauptsächlich genutztes Verkehrsmittel der befragten Passanten nach Standorten (in %)

	Ins- gesamt	Innen- stadt	Plus Furth	Furth, Berliner Platz bis Edeka	Reuschen- berg	HUMA	Römer- straße	Mosel- straße	Aller- heiligen	Hoisten	Norf- Schell- berg- str.
zu Fuß	18	17	43	13	32	15	22	7	13	6	24
Fahrrad	17	16	26	23	32	7	16	19	6	24	22
Bus	10	19	5	13	14	8	5	3	1	0	3
Straßen- bahn	2	6	-	-	4	2	-	-	-	-	-
S-Bahn, Deutsche Bahn	2	4	-	2	-	3	1	1	-	-	-
PKW, Motorrad	51	38	26	48	18	65	57	70	80	70	51

Quelle: Passantenbefragung April 2007, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH.

Besonders häufig werden die Innenstadt, die Nordstadt, Reuschenberg, Allerheiligen und Hoisten für den Einkauf bzw. Besorgungen genutzt. Hier tätigen mehr als ca. 55 % der Befragten täglich bis mehrmals wöchentlich ihre Besorgungen. Der hohe Anteil von Kunden, die die Innenstadt häufig aufsuchen, lässt auch eine Nahversorgungsfunktion dieses Standortbereichs erwarten. (Lebensmittel-)Wocheneinkäufe werden häufiger durchgeführt an den autoorientierten Standorten mit großflächigem (Lebensmittel-)Einzelhandel, also Römerstraße, Moselstraße und Norf-Schellbergstraße: ca. 40 % der Befragten frequentieren diese Standorte einmal wöchentlich. Der ehemalige HUMA-Einkaufspark wird aufgrund seiner Lage, Größe und Sortimentsstruktur von ca. 40 % der Befragten auch seltener als einmal die Woche als Einkaufsziel genannt.

Tabelle 14
Einkaufshäufigkeit der befragten Passanten nach Standorten (in %)

	Insgesamt	Innenstadt	Plus Furth	Furth, Berliner Platz bis Edeka	Reuschenberg	HUMA	Kaufpark Römerstraße	Moselstraße	Allerheiligen	Hoisten	Norfschellbergstr.
täglich	16	27	24	8	17	13	8	2	10	8	12
mehrmals wöchentlich	34	30	43	40	45	16	31	33	51	49	29
einmal wöchentlich	27	18	17	25	24	23	40	40	32	32	38
alle 14 Tage	8	9	2	8	3	14	11	13	3	1	8
einmal im Monat	5	6	0	11	2	12	2	5	1	0	3
seltener	6	5	8	4	3	14	7	5	2	7	7
eigentlich nie	4	5	5	6	6	8	1	1	1	4	2

Quelle: Passantenbefragung April 2007, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH.

6.3 Bewertung der Geschäftszentren und des Einzelhandels aus Kundensicht

Wesentliche Gründe für den Einkauf in der Innenstadt sind die dortige Angebotsvielfalt, die gute Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) und die Möglichkeit zur Verknüpfung des Einkaufs mit anderen Aktivitäten.

Den Einkauf im nächstgelegenen Geschäftszentrum präferieren die befragten Neusser Haushalte aufgrund der räumlichen Nähe zum Wohnort, aber auch wegen der dort vorhandenen Parkmöglichkeiten sowie eines guten Preis-Leistungs-Verhältnisses. Die Nähe zum Arbeitsplatz spielt bei der Entscheidung für den Einkauf in der Innenstadt, aber auch in den nächstgelegenen Geschäftszentren eine eher untergeordnete Rolle.

6.4 Einkaufsorientierungen der Neusser Bürger

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurden mit der Frage: „Wo kaufen Sie hauptsächlich folgende Produkte ein?“ die Einkaufsorientierungen der Neusser Bürger in wichtigen Branchen abgefragt.

Im Folgenden werden zunächst die Ergebnisse für zentrenrelevante Branchen dargestellt, um Informationen über die Bedeutung des Hauptzentrums und der Nebenzentren zu erhalten.

Besonders hohe Nennungen sind in den Hauptsortimenten Spielwaren vor allem für das Nebenzentrum Moselstraße und Unterhaltungselektronik für das Nebenzentrum Rheinpark-Center zu verzeichnen. Die Einkaufsorientierung für diese Standortbereiche liegt bei über ca. 70 %. Im Bereich Bücher und Uhren, Schmuck, Foto erreicht die Innenstadt mit über ca. 50 % die höchsten Nennungen der Neusser Haushalte. Allerdings suchen auch ca. 30 % der Befragten auswärtige Städte, insbesondere Düsseldorf, beim Einkauf dieser Sortimente bevorzugt auf.

In den Sortimenten Bekleidung, Schuhe und Gardinen, Teppiche, Raumausstattung ist die auswärtige Einkaufsorientierung Neusser Haushalte mit ca. 45 bis 50 % am höchsten. Bei Freizeit- und Sportartikeln geben ebenfalls ca. 39 % der befragten Haushalte an, ihre Einkäufe hauptsächlich in anderen Städten zu tätigen. Die hohe Orientierung auf auswärtige Einkaufsplätze ist bei Gardinen, Teppichen, Raumausstattung u. a. auf die beiden IKEA-Standorte in Kaarst und Düsseldorf zurückzuführen.

Tabelle 15
Einkaufsorientierung der Neusser Bürger bei zentrenrelevanten Sortimenten 2001/2007

Wohnort (statistischer Bezirk)	Nebenzentren					
	Innenstadt ²²	Ehemaliger HUMA-Einkaufspark	Moselstraße	Römerstraße	Furth-Mitte/-Süd	Reuschenberg
Innenstadt	70%	15%	10%		5%	
Dreikönigenviertel	50%	20%	30%			
Hafen	40%	60%				
Hammfeld	30%	70%				
Augustinusv., Meertal	35%	45%	20%			
Gnadenhal	35%	40%	10%			15%
Grimlinghausen	40%	40%	10%	10%		
Uedesheim	45%	30%	15%	10%		
Weckhoven	30%	20%	20%	10%		20%
Erfttal	40%	40%	15%			5%
Selikum	30%	20%	20%			30%
Reuschenberg	25%	10%	15%			50%
Pomona	25%	10%	65%			
Stadionviertel	40%	20%	25%	10%	5%	
Westfeld	45%	15%	35%	5%		
Morgensternsheide	40%	15%	5%	30%	10%	
Furth	20%	10%		30%	40%	
Weißenberg	25%	10%		50%	15%	
Vogelsang	35%	10%		45%	10%	
Barbaraviertel	35%	35%		30%		
Holzheim	30%	20%	35%			15%
Grefrath	35%	20%	35%			10%
Hoisten	35%	20%	15%	25%		5%
Speck/Wehl/Helpenstein	40%	10%	40%			10%
Norf/Derikum	40%	40%	15%			5%
Rosellen/Allerheiligen	40%	30%	20%	5%		5%
Zu versorgende Einwohner in Neuss	55.295	34.960	23.590	17.845	10.810	9.955
Anteile der Neusser Einwohner	36%	23%	15%	12%	7%	7%
Auswärtigenanteil	18%	49%	15%	11%	12%	4%

Quelle: Passantenbefragung 2001 und 2007, Haushaltsbefragung 2007 (Einkaufsorientierung bei zentrenrelevanten Sortimenten), Einwohnerstatistik Stand 31.7.2007 (eigene Bevölkerungsfortschreibung der Stadt Neuss), Berechnungen und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH.

²² Hauptzentrum mit nebenzentraler Versorgungsfunktion.

Im Neusser Stadtgebiet wird die besondere Bedeutung des ehemaligen HUMA-Einkaufsparks in Hammfeld bei den Einkaufsorientierungen in den zentrenrelevanten Sortimenten deutlich. Aufgrund des Einzelhandelsbesatzes erreicht dieser Einkaufsbereich z. B. im Bereich der Unterhaltungselektronik und bei Elektrokleingeräten mit ca. 32 bzw. ca. 23 % die höchste Bedeutung als Neusser Einkaufsplatz - noch vor der Innenstadt als Hauptzentrum.

Mit Ausnahme der Branchengruppe Gardinen, Teppiche, Raumausstattung bindet die Innenstadt in den übrigen Sortimentsgruppen die mit Abstand höchsten Kundenanteile in Neuss. In den Branchen Freizeit- und Sportartikel sowie Spielwaren haben neben der Innenstadt auch die Nebenzentren Rheinpark-Center (ehemaliger HUMA-Einkaufspark) und Moselstraße hohe Kundenanteile, die in erster Linie auf die Ausstrahlungskraft der großflächigen Einzelhandelsbetriebe Intersport Voswinkel und Toys''R''Us zurückzuführen sind.

In nahversorgungsrelevanten Branchengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege ist die wohnortnahe Orientierung auf den eigenen Ortsteil erfahrungsgemäß hoch - soweit ein adäquates Nahversorgungsangebot vorhanden ist. Die Einkaufsorientierungen der Befragten bei Nahrungs- und Genussmitteln auf den eigenen statistischen Bezirk erreicht dann Werte, die sich zwischen ca. 40 % und ca. 85 % bewegen. (vgl. Kapitel 7.6.4)

Im Vergleich zu anderen Städten hoch ist die primäre Einkaufsorientierung von ca. 17,5 % der befragten Haushalte im Bereich Möbel auf die Innenstadt. Dies ist durch den dort vorhandenen größten Möbelanbieter in Neuss, das Einrichtungshaus Knuffmann, zu begründen. Die Einkaufsorientierung der Neusser Haushalte bei Möbeln auf Anbieter im eigenen Stadtgebiet liegt allerdings insgesamt nur bei knapp 30 %. Wesentlich höher ist die Einkaufsorientierung auf Neusser Anbieter in den Branchengruppen Baumarkt- und Gartenbedarf, die bei ca. 85,4 % bzw. ca. 77,2 % liegt. Bei Baumarktbedarf konzentriert sich die Einkaufsorientierung der Neusser Haushalte auf die drei Baumarktstandorte in Neuss: mit ca. 36,3 % auf Meertal (OBI Baumarkt), mit ca. 10,4 % auf Norf (Praktiker Baumarkt) und mit ca. 7,7 % auf Weissenberg (Hagebaumarkt). Bei Gartenbedarf verteilt sich die Einkaufsorientierung vergleichsweise stark auf viele statistische Bezirke aufgrund der Vielzahl vorhandener Gartencenter und Gartenbaubetriebe mit Verkauf. Lediglich der statistische Bezirk Meertal erreicht mit dem OBI Gartencenter bei ca. 22,3 % der befragten Haushalte eine übergeordnete Bedeutung.