

14 Anhang

14.1 Glossar

Betriebsform / -typ

Betriebsformen/-typen des Einzelhandels werden im institutionellen Sinne mit Bezug auf die von ihnen eingesetzten absatzpolitischen Instrumente (z. B. Bedienungsform), Branche, Fläche und Standort definiert. So gibt es deutliche Ähnlichkeiten der Betriebe innerhalb einer Betriebsform, während sich Betriebsformen in einem oder mehreren Merkmalen stark voneinander unterscheiden. Durch eine Dynamik in den Betriebsformen entstehen neue Betriebsformen während alte auscheiden. Zu den Betriebsformen im Einzelhandel zählen z. B. das Fachgeschäft, das Spezialgeschäft, der Fachmarkt, das Warenhaus, das Kaufhaus, der Discounter, der Supermarkt, der Verbrauchermarkt und das SB-Warenhaus.

Einkaufslagen

Einkaufslagen werden u. a. nach folgenden Kriterien abgegrenzt:

- Passantenfrequenz
- Besatzdichte
- Attraktivität des Besatzes
- Branchen- und Betriebstypenmix
- Ladenleerstandsquote, nichtadäquate Nutzungen u. Ä.

Einzelhandel

Im funktionalen Sinne liegt Einzelhandel vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie i. d. R. nicht selbst be- oder verarbeiten von anderen Marktteilnehmern beschaffen und an private Haushalte absetzen.

Im institutionellen Sinne umfasst der Einzelhandel jene Institutionen, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzurechnen sind. Ein Betrieb wird dem Einzelhandel zugerechnet, wenn die Wertschöpfung der Einzelhandelstätigkeit größer ist als aus sonstigen Tätigkeiten.

Fachgeschäft

Das Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches oder bedarfsspezifisches Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen anbietet. Entscheidender Unterschied zu Fachmärkten sind die hier angebotenen ergänzenden Serviceleistungen (z. B. Kundendienst). Die Verkaufsfläche liegt i. d. R. deutlich unter 800 qm.

Fachmarkt

Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger und im allgemeinen ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortimentsangebot aus einem Warenbereich (z. B. Bekleidungsfachmarkt, Elektrofachmarkt), einem Bedarfsbereich (z. B. Sportfachmarkt, Baufachmarkt) oder einem Zielgruppenbereich (z. B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für designorientierte Kunden) in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigen bis mittlerem Preisniveau anbietet.



Die Standorte sind meist autokundenorientiert, davon einige Sortimente innenstadtnah (Drogeriewaren), andere isoliert in gewachsenen oder geplanten Zentren. Die Größenordnung variiert je nach Fachmarkttyp (z. B. Drogeriefachmärkte ca. 800 qm, Elektrofachmärkte 1.500 bis 4.000 qm, Möbelmarkt bis zu 50.000 qm).

Filialunternehmen

Ein Filialunternehmen (Filialbetrieb) verfügt über (mindestens fünf) unter einheitlicher Leitung stehenden Verkaufsfilialen an unterschiedlichen Standorten. Bei 10 und mehr Filialen gilt das Unternehmen als Großbetriebsform des Einzelhandels.

Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben

Der Begriff der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben orientiert sich am § 11 Abs. 3, Satz 3, BauNVO 1990. Bei einer Geschossfläche von mehr als 1.200 qm werden in der hierin enthaltenen Vermutungsregel Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung unterstellt. Nach einem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 ist die Großflächigkeit eines Handelsbetriebes über 800 qm Verkaufsfläche gegeben.

Kaufhaus

Ein Kaufhaus ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon wenigstens eine Branche in tiefer Gliederung, anbietet. Am stärksten verbreitet sind Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Bedarfseinrichtungen. Im Vergleich zum Warenhaus erfolgt eine stärkere Konzentration auf ausgewählte Warengruppen, wobei ein größeres Lebensmittelangebot i. d. R. nicht vorhanden ist. Die Verkaufsfläche liegt bei mehr als 1.000 qm.

Kaufkraft

Die Geldmenge, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird die Kaufkraft aus den Nettoeinnahmen zuzüglich der Entnahmen aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Kaufkraftbindung

Der Teil der Kaufkraft einer Region, der in dieser Region im hier ansässigen Einzelhandel ausgegeben wird. Ein Kaufkraftzufluss liegt vor, wenn Kaufkraftanteile von außerhalb der Region zufließen; ein Kaufkraftabfluss liegt vor, wenn ein Teil der regionalen Kaufkraft außerhalb ausgegeben wird.

Kaufkraftkennziffer

Die Kaufkraftkennziffer stellt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotential einer Kommune im Vergleich zum Bundesdurchschnitt dar. Übersteigt die örtliche Kaufkraftkennziffer den Bundesdurchschnitt

von 100, verfügt die Kommune über ein um den entsprechenden Prozentsatz höheres Kaufkraftniveau und umgekehrt.

Ladenhandel

Der Ladenhandel umfasst alle Ladengeschäfte des institutionellen Einzelhandels ohne Berücksichtigung der Branchen „Kraftstoffe, Fahrzeuge und Brennstoffe“; hinzu kommen Geschäfte des Ladenhandwerks wie Bäcker, Fleischer, Optiker/Akustiker (hier nur die reine Verkaufsfläche ohne Café oder Werkstatt) und Apotheken und Sanitätshäuser/Orthopädietechnik, Tankstellenshops, Kioske und Hofläden.

Lebensmitteldiscounter

Lebensmitteldiscounter bieten ein spezialisiertes, auf raschen Umschlag ausgerichtetes Sortiment zu niedrigen Preisen an. Bei hoher Werbeintensität ähnelt die Angebotsstrategie einer permanenten Sonderangebotsstrategie. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, funktionale Ladenausstattung und aggressive Marketingstrategien. Die Verkaufsfläche liegt pro Betrieb in der Regel bei 500-800 qm mit steigender Tendenz. Der Umsatzanteil mit Nonfood-Artikeln liegt zwischen 10 und 15 %.

SB-Warenhaus

Das SB-Warenhaus ist ein großflächiger und meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb. Das Sortiment ist umfassend und bietet im Bereich des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf bis zu 100.000 Artikel an. Der Umsatzschwerpunkt liegt mit mindestens 50 % im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel. Der Nonfood-Anteil beim Umsatz liegt bei ca. 35-50 %, bei der Verkaufsfläche bei ca. 60-75 %. Das SB-Warenhaus bietet seine Waren ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst mit hoher Werbeaktivität in Sonderangebotspreispolitik an. Der Standort ist grundsätzlich autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 3.000 qm.¹

Supermarkt

Der Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren (z. B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen und des kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbietet. Nach der amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsfläche von 1.000 qm, wobei hinsichtlich der Verkaufsflächenobergrenze in der Handelsfachliteratur divergierende Auffassungen erkennbar sind.²

¹ Laut Definition des EHI, Handel aktuell 2007/08, liegt die Verkaufsfläche eines SB-Warenhauses bei mindestens 5.000 qm.

² Laut Definition des EHI, Handel aktuell 2007/08, liegt die Verkaufsflächenobergrenze eines Supermarktes bei mindestens 1.500 qm.

Trading-Down

Beim Trading-Down handelt es sich um Maßnahmen, durch die sich ein Handelsbetrieb geänderten Präferenzen der Konsumenten (z. B. aufgrund eines konjunkturellen Nachfragerückgangs) anpassen kann. Zu den Maßnahmen zählen u. a. Senkung des Qualitäts- und Preisniveaus, Reduzierung der Auswahl und Dienstleistungen, Verminderung der Mitarbeiterzahl als Voraussetzung für niedrigere Kosten und möglicherweise eine niedrigere Handelsspanne.

Weiterhin ist der Begriff im Zusammenhang mit der Beschreibung der Entwicklung von Einkaufslagen zu gebrauchen. Hier bezeichnet Trading-Down den Trend zum Ersatz hoch- bzw. höherwertiger und durch niedrigpreisige Anbieter. Damit verbunden ist die Verflachung des Angebots, der Warenpräsentation, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten und der Außenwirkung im Hinblick auf die Werbung.

Verbrauchermarkt

Der Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet; häufig wird entweder auf eine Dauerniedrigpreispolitik oder auf eine Sonderangebotspolitik abgestellt. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 1.000 qm.¹ Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.

Verkaufsfläche

Das Bundesverwaltungsgericht hat den Begriff *Verkaufsfläche* für diejenigen Fälle präzisiert, in denen in der verbindlichen Bauleitplanung keine Begriffsbestimmung erfolgte. Nach dem Urteil des BVerwG (4 C 10.04 vom 24. November 2005) umfasst die Verkaufsfläche die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf. Zusätzlich zu der durch die Kunden zu betretenden reinen Flächen umfasst die Verkaufsfläche die Flächen für Warenpräsentation, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (z. B. Thekenbereiche). Zudem sind der Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und der Windfang zur Verkaufsfläche zu zählen. Nicht dazu gehören reine Lagerflächen und Flächen, die der Vorbereitung/Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc.

Warenhaus

Das Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der in der Regel auf mehreren Etagen breite und überwiegend tiefe Sortimente mehrerer Branchen mit tendenziell hoher Serviceintensität und eher hohem Preisniveau an Standorten in der Innenstadt oder in Einkaufszentren anbietet. Die Warensortimente umfassen überwiegend Nicht-

¹ Laut Definition des EHI, Handel aktuell 2007/08, liegt die Verkaufsfläche eines Verbrauchermarktes bei mindestens 1.500 qm.

lebensmittel der Bereiche Bekleidung, Heimtextilien, Sport, Hausrat, Möbel, Einrichtung, Kosmetik, Drogeriewaren, Schmuck, Unterhaltung sowie oft auch Lebensmittel. Dazu kommen Dienstleistungssortimente der Bereiche Gastronomie, Reisevermittlung und Finanzdienstleistungen.

Zentrale Versorgungsbereiche

In Anlehnung an die Rechtsprechung (z. B. § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO) sind zentrale Versorgungsbereiche gesetzlich begründeter Gegenstand der Bauleitplanung. Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen die Innenstadt-, Neben-, Stadtteil- oder Ortsteilzentren und die Nahversorgungszentren.

Zentralität

Verhältnis zwischen Umsatzleistung und Kaufkraftpotential in einem Gebiet, z. B. einer Kommune. Werte über 100 % weisen auf eine gebietsübergreifende Anziehungskraft; es fließt mehr Kaufkraft in das Gebiet hinein als aus dem Gebiet heraus. Die Kaufkraft wird dabei errechnet durch Multiplikation von Einwohnerzahl, durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben und regionaler Kaufkraft, bezüglich der Umsatzermittlung bestehen unterschiedliche Vorgehensweisen. Während die GfK GeoMarketing GmbH die Umsatzermittlung auf der Grundlage einer Auswertung der Umsatzsteuerstatistik- ergänzt um eigene vor-Ort-Recherchen, Hochrechnungen zu nicht in der Umsatzsteuerstatistik erfassten Branchen (z.B. Bäcker, Metzger) und Umsatzmeldungen größerer Filialisten – vornimmt und so eine Übersicht über die Zentralität vieler Kommunen und Regionen im Bundesgebiet bereitstellen kann, wird in kommunalen Einzelhandelskonzepten jeder Einzelhandelsbetrieb in Augenschein genommen und im Hinblick auf seine spezifische Leistungsfähigkeit eingestuft¹.

¹ Die GfK GeoMarketing GmbH führt hierzu aus: „POS-Umsätze werden im Hinblick auf einen flächendeckenden regionalen Vergleich unter Nutzung überregional vergleichbarer Datenquellen im Rahmen des Desk Research erstellt. Sie können jedoch nicht die optimalen Ergebnisse für einzelne Städte oder Stadtteile ersetzen, die in Standortgutachten bzw. Standortuntersuchungen erhoben werden, da diese auf vor-Ort-Erhebungen basieren und in räumlich abgegrenzten Erhebungsgebieten durchgeführt werden.“



14.2 „Neusser Liste“ der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente

Sortiment	Nr. nach WZ	
	2003	Bezeichnung nach WZ 2003
Nahversorgungsrelevante Sortimente		
Nahrungs- und Genussmittel	52.11.1	
	52.2	
Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel	52.49.9	hier nur Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Bürstenwaren
Parfümerieartikel und Körperpflegeartikel	52.33	
Pharmazeutische Artikel	52.31	
Schnittblumen und -grün	52.49.1	hier nur Schnittblumen und -grün
Zentrenrelevante Sortimente		
Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren	52.47	
	52.49.9	hier nur Einzelhandel mit Organisationsmitteln für Büro Zwecke
Bekleidung, Lederwaren, Schuhe	52.42	
	52.43	
	52.41.2	
	52.50.3	hier nur Bekleidung
Unterhaltung-/ Kommunikations-elektronik, Foto, Computer, Elektrohaushaltsgeräte	52.45	hier Musikinstrumente
	52.49.6	
	52.49.5	
	52.49.4	hier ohne Augenoptiker
Haus- und Heimtextilien, Hauswaren, Einrichtungszubehör	52.41.1	
	52.44.7	
	52.44.3	hier ohne Einzelhandel mit Bedarfsartikeln für den Garten, Möbeln u. Grillgeräten für Garten u. Camping, Kohle-, Gas- u. Ölöfen
	52.44.4	
	52.48.2	
	52.44.6	hier kleinteilig, ohne Möbel aus Holz, Kork, Flechtwerk oder Korbwaren
Uhren/Schmuck	52.48.5	
Spielwaren, Sportartikel	52.48.6	

Sortiment	Nr. nach WZ	Bezeichnung nach WZ 2003
Sportartikel	52.49.8	hier ohne großformatige Sportartikel, Campingartikel u. -möbel
Leuchten	52.44.2	
abgepasste Teppiche und Läufer	52.48.1	hier nur Einzelhandel mit abgepasste Teppiche und Läufer
	52.50.1	hier nur Teppiche)
Augenoptik, Akustik	52.49.3	zzgl. Akustiker
Musikinstrumente	52.45.3	
Jagdartikel und Waffen	52.49.9	hier nur Einzelhandel mit Handelswaffen, Munition, Jagd- u. Angelbedarf
Sanitätswaren/ orthopädische Artikel	52.32	
	52.49.4	hier ohne Augenoptiker
Kinderwagen	52.44.3	hier nur Garten- u. Campingmöbel
Zoobedarf	52.49.2	
Fahrräder und Fahrradzubehör	52.49.7	

14.3 Beispiel-Liste für in Neuss nicht zentrenrelevante Sortimente

Nicht zentrenrelevante Sortimente		
Bau- und Gartenmarktsortimente (Bad- und Sanitäreinrichtungen, Bauelemente/ Baustoffe, Beschlä- ge/ Eisenwaren, Bodenbeläge/ Tapeten, Elektrotechnische Er- zeugnisse (z. B. Fassungen, Ab- zweigdosen, Elektromotoren, Kabel, Leitungen), Erde/ Torf, Far- ben/ Lacke, Fliesen, Gartenhäuser/ -geräte, Herde/ Öfen, Holz, Instal- lationsmaterial, Pflanzen und - gefäße, Rollläden/ Markisen, Werkzeuge, Zäune	52.46 52.48.1 52.44.3 52.49.1	Einzelhandel mit Metallwaren, An- strichmitteln, Bau- und Heimwerkerbe- darf Einzelhandel mit Tapeten und Bodenbe- lägen (hier ohne Teppiche) Einzelhandel mit Haushaltsgegenstän- den (hier nur Einzelhandel mit Bedarfs- artikeln für den Garten, Möbeln u. Grill- geräten für Garten u. Camping, Kohle-, Gas- u. Ölöfen) Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen und Saatgut (hier nur Pflanzen und Saatgut)
Kfz-Zubehör	50.30.3	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und - zubehör
Sportgroßgeräte	52.49.8	Einzelhandel mit Sport- u. Campingarti- keln (hier nur Sport- u. Campinggroßge- räte ohne kleinteilige Sportartikel u. Sportmöbel)
Elektrogroßgeräte	52.45.1	Einzelhandel mit elektrischen Haus- haltsgeräten u. elektrotechnischen Er- zeugnissen, anderweitig nicht genannt (hier nur Elektrogroßgeräte)
Möbel (inkl. Matratzen)	52.44.1 52.44.3 52.49.9 52.50 52.44.6	Einzelhandel mit Wohnmöbeln mit Kü- chen Einzelhandel mit Haushaltsgegenstän- den (hier nur Garten- u. Campingmöbel) sonstiger Facheinzelhandel anderweitig nicht genannt (hier nur Büromöbel) Einzelhandel mit Antiquitäten und Ge- brauchtwaren (hier nur Möbel) Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren (hier nur Möbel)

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH, November 2008.

14.4 Bebauungspläne mit GE-Festsetzungen und BauNVO vor 1990 mit potentielltem Ansiedlungsdruck durch Einzelhandel

B-Plan Nr.	Lage	gültige BauNVO	Gebietstyp	Anmerkungen
114	Bataverstraße	1962	GE	Großes Gebiet ohne Baugrenzen/Bauflächen; zum großen Teil durch verschiedene Betriebe genutzt
161	Gladbacherstraße	1962	GE und GI	Großes Gebiet mit vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten ;im westlichen Bereich überplant durch B-Plan 427 (2004)
57	Bockholtstraße/ Osterather Str./ Normannenstraße	Baupolizeiverordnung	E (Gewerbe, Großgewerbe)	Plan vor der ersten BauNVO, Großes Gebiet ohne Baugrenzen, im Bereich der Normannenstraße diverse Handelsbetriebe vorhanden
205	Gleisdreieck	1968	GE	Fläche z. T. durch Umspannwerk beansprucht; unzureichende Erschließung; isolierte Lage; geringes Gefährdungspotenzial
149 u. 149/2	Barbaraviertel	1968	GE und GI	
139	Rheintorstraße	1968	GE (und MK)	Östlich der Rheintorstraße schmales Grundstück; zur Zeit Aufstellungsverfahren für B-Plan Nr. 456
131	Hammfelddamm/ Alexianerplatz	1968	GE	Kleines Gewerbegebiet im südwestlichen Teil des Geltungsbereiches des B-Planes Nr. 131; vollständig eingenommen durch Sauerkrautfabrik
3 Holzheim	Maximilianstr./ Eisenstr.	1962	GE (und MI)	
7 Holzheim	Ziegeleistr.	1962	GE	
17 Neukirchen	Gewerbegebiet Hoisten	1968	GE	Edeka-Center, Lidl und Plus vorhanden; Bestreben, diesen Plan umzustellen politisch bislang nicht mitgetragen
179	Schellbergstraße	1968	GE	Edeka-Center und Baumarkt vorhanden
3 b Norf	Mainstraße	1968	GE (und MI)	
194	Jagenbergstraße	1968	GE	
269	Koblenzer St. Fluggerstr.	1977	GE	Einzelhandelsgroßbetriebe i.S. des § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen, Vermutungsregel 1500 qm Geschossfläche



14.5 Größere gewerblich genutzte Flächen gemäß § 34 BauGB

Lage	FNP	Regionalplan
Nordstadt - Bataver Straße	SO (Verbrauchermarkt) & GE	GIB
Nordstadt - Teilflächen Gewerbegebiete Gladbacher Straße / Bockholtstraße, Bändericher Straße	GI	GIB
Nordstadt - Teilflächen Gewerbegebiet nördliche Düsseldorfer Straße	GI	GIB
Gewerbliche Flächen südliche Further Straße - Bereich Zufuhrstraße/ Weißenberger Weg	GE & GI	GIB
Hafen	GI	GIB
Teilflächen (nördlich) im Gewerbegebiet der Hammer Landstraße	GE	GIB
Teilfläche zwischen Berghäuschensweg und Kölnerstraße (benachbart: SO-Gebiet (Bau und Gartencenter))	GI	GIB
Rosellerheide - Ückerather Straße	GE	ASB
Allerheiligen (südöstlicher Ortsrand)	GE	ASB
nördliche Innenstadt (Bereich Collingstraße)	M	ASB

14.6 Übersicht zu Befragungsstandorten, -zeiten und -umfang bei der Passantenbefragung im April 2007

Befragungsstandort		Donnerstag, 15.00 bis 18.00 Uhr	Donnerstag, 15.00 bis 19.00 Uhr	Freitag, 10.00 bis 13.00 Uhr	Samstag, 9.00 bis 13.00 Uhr	Samstag, 10.00 bis 14.00 Uhr	Befragungsumfang
Innenstadt am Markt		X			X		205
Innenstadt vor Galeria Kaufhof und Umgebung		X			X		227
Rheinpark-Center (HUMA Einkaufspark auf allen Ebenen)		X			X		154
Moselstraße (vor dem Haupteingang des EKZ)	X		X		X		148
Römerstraße (vor HIT)	X		X		X		169
Nordstadt (Berliner Platz einschließlich Norma bis Edeka, Venloer Str. 40)	X		X	X			50
Nordstadt (vor dem Plus-Markt, Venloer Str. 2)	X		X	X			93
Reuschenberg (vor Kaiser's und Umgebung)	X		X	X			102
Allerheiligen (vor Rewe und Aldi)	X		X	X			104
Hoisten (vor dem Edeka-Center, Lidl und Plus)	X		X	X			105
Norf/Derikum Schellbergstraße (vor dem Edeka-Center)	X		X	X			89

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



14.7 Erhebungsbogen Betriebsstätten

Bogen-Nr.: 4. __. __. __

Firmenname		Ortsteil	
Straße u. Hausnummer		Stadtbezirk	
Betriebsform		Erscheinungsbild (1-3)	
Öffnungszeiten		Warenangebot (1-4)	
Verkaufsfläche insg.	qm		
Sortiment (Kurzbezeichnung)	qm	Sortiment (Kurzbezeichnung)	qm
1. 1. Nahrung- und Genussmittel		7. 31. Lederwaren	
2. 2. Obst, Gemüse und Kartoffeln		8. 32. Foto	
3. 3. Metzger		33. Uhren/Schmuck	
4. 4. Fisch und Fischerzeugnisse		9. 34. Haushaltsgegenstände aus Metall und Kunststoff	
5. 5. Bäcker		35. Porzellan/Keramik/Glas	
6. 6. Getränke		36. Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel	
7. 7. Tabakwaren		37. Leuchten/ Beleuchtungsartikel	
8. 8. Café (Verkauf von Konditoreierzeugnissen)		38. elektrische Haushaltsgeräte	
9. 9. Reformhaus/Bioladen		10. 39. Fahrräder	
10. 10. Pharmazeutische Artikel		40. Kinderwagen	
11. 11. Sanitätshaus		41. Sport/Camping	
12. 12. kosmetische Artikel und Körperpflegemittel		42. Angelgeräte, Waffen	
13. 13. Augenoptiker/Akustiker		43. Musikinstrumente	
14. 14. Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel		11. 44. Spielwaren	
15. 15. Zeitungen, Zeitschriften		12. 45. Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnische Geräte, CDs	
16. 16. Schreibwaren und Bürobedarf		13. 46. Computer/Software/Telefon	
17. 17. Antiquariat		47. Wohnmöbel	
18. 18. Bücher		48. Gartenmöbel	
19. 19. Schnittblumen und -grün		49. Büromöbel	
20. 20. Topfpflanzen, Sämereien, Blumenerde, Übertöpfe		14. 50. Bad- und Küchenmöbel-	
21. 21. Zoogeschäft			

5.	22. Herrenbekleidung			51. Antiquitäten und antike Teppiche	
	23. Damenbekleidung		15.	52. Heimtextilien	
	24. Kinderbekleidung			53. abgepasste Teppiche und Läufer	
	25. Pelze			54. Tapeten und Bodenbeläge	
	26. sonstige Textilien (z.B. Kurzwaren/Handarbeiten)		16.	55. Metallwaren, Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf	
	27. Bettwaren, Bett- und Hauswäsche		17.	56. Kfz-Zubehör	
	28. Sportbekleidung		18.	57. Sonstiges, Aktionsflächen	
6.	29. Schuhe		20.	Nonfood II	
	30. Schuster				
	Kneipe/Restaurant			Arzt/ Gesundheit	
	Imbiss			Bank	
	Kiosk			Versicherung/ Makler	
	Lotto/ Tutto			Rechtsanwalt/ Notar	
	Post			Reisebüro	
	Friseur/ Schönheitssalon			Fahrschule	
	Sonnenstudio			Kiosk	
	Reinigung/ Wäscherei/ Schneiderei			Internetcafé	
	Schlüsseldienst/ Schuster			Videothek	
	Quelle-Shop			Spielothek	
	Tchibo			Bestattung	
	Galerie			Leerstand	



14.9 Fragebogen Haushaltsbefragung

Stadt Neuss

Haushaltsbefragung zum Einkaufsverhalten

Der Fragebogen richtet sich an das Haushaltsmitglied, das die Einkäufe hauptsächlich tätigt.
 Den ausgefüllten Fragebogen senden Sie bitte innerhalb von 2 Wochen mit dem beigefügten Rückumschlag zurück. Die Teilnahme an dieser Befragung ist für Sie freiwillig. Um aber repräsentative Aussagen zu erhalten, sind wir auch auf Ihre Antwort angewiesen. Bei Ihren Angaben werden alle Datenschutzbestimmungen eingehalten.

Vielen Dank im Voraus für Ihre Teilnahme!

Datum: 2007
Tag Monat

1. In welchem Ortsteil /welcher Straße wohnen Sie?

.....

2. Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt?

_____ Person(en)

3. Wenn Sie berufstätig sind, in welchem Ort (Ortsteil) arbeiten Sie?

.....

4a. In welchen Orten/Ortsteilen kaufen Sie normalerweise Lebensmittel ein?

.....

4b. Nennen Sie bitte zusätzlich Standort und Art des Geschäfts, wo sie normalerweise Lebensmittel einkaufen, z.B. ABC-Markt , X- Straße im Ortsteil Y.

Mehrfachnennungen möglich

- Supermarkt? (Rewe, Edeka, Kaiser's etc.)
.....
- Aldi- oder Lidl- Lebensmitteldiscounter?
.....
- andere Lebensmitteldiscounter?
(Plus, Penny, Norma etc.)
.....
- Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus?
(Hit, Real, Edeka Center bzw. ehem. Eurospar etc.)
.....
- Sonstiger Lebensmittelhandel?
(Feinkost, Obst- und Gemüseladen, ausländischer Lebensmittelmarkt etc.)
.....

Bei Frage 5 sollen bitte die Haushaltsmitglieder, die die Einkäufe in der jeweiligen Warengruppe hauptsächlich tätigen, die unterschiedliche Sortimentssparten ausfüllen.

5. Wo in Neuss oder in welcher anderen Stadt kaufen Sie folgende Warengruppen hauptsächlich ein?

Ist der Einkaufsort Neuss, bitte für jede Warengruppe den Namen des Ortsteils oder die Straße angeben !

→ Gesundheits- und Körperpflegeprodukte

→ Bücher

→ Uhren, Schmuck, Optik

→ Bekleidung und Textilien

→ Schuhe

→ Freizeit- und Sportartikel

→ Spielwaren

→ Unterhaltungselektronik

→ Elektrohaushaltskleingeräte

→ Möbel

→ Gardinen, Teppiche, Raumausstattung

→ Baumarktbedarf

→ Gartenbedarf



Haushaltsbefragung zum Einkaufsverhalten

- 6a. Wo ist Ihre nächste Einkaufsmöglichkeit? (Bitte Ortsteil oder Straße eintragen)
- 6b. Würden Sie diese Einkaufsmöglichkeit auch als Ihr nächstgelegenes Geschäftszentrum/Geschäftsbereich (Lebensmitteleinkauf, Geldinstitut, Friseur, Arzt etc.) bezeichnen?
 Ja Nein, mein nächstgelegenes Geschäftszentrum/Geschäftsbereich ist: (Bitte Ortsteil oder Straße eintragen)

6c. Aus welchen Gründen kaufen Sie an folgenden Standorten in Neuss ein? (Mehrfachnennungen möglich)

	a) Neusser Innenstadt	b) Ihrem nächstgelegenen Geschäftszentrum	c) an einem anderen Standort in Neuss, an dem Einkäufe hauptsächlich getätigt werden (bitte Ortsteil oder Straße eintragen)	d) an einem weiteren Standort in Neuss, an dem Einkäufe hauptsächlich getätigt werden (bitte Ortsteil oder Straße eintragen)
Angebotsvielfalt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
preisgünstiger Einkauf möglich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gute Qualität des Angebots	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ansprechende Gestaltung Geschäftsbereichs/ gute Einkaufsatmosphäre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Individualität/ Originalität	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vertrautes Bedienungs-personal/ gute Beratung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gute Erreichbarkeit mit ÖPNV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gute Parkmöglichkeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nähe zur Wohnung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nähe zum Arbeitsplatz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kombination mit anderen Aktivitäten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges (Bitte eintragen)				
Ich kaufe hier nie ein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Stadt  Neuss

Haushaltsbefragung zum Einkaufsverhalten

7. Wo in Neuss / in welchen Ortsteilen oder in welcher anderen Stadt gehen Sie in der Regel (z.B. Innenstadt, Ortsteil oder andere Stadt bitte benennen)

→ zum Arzt, Facharzt?

.....

→ in Gastronomiebetriebe?

.....

→ ins Kino?

.....

→ zur Bank, Sparkasse?

.....

→ ins Konzert, Theater?

.....

8. Kombinieren Sie Ihren Einkaufsbesuch an den folgenden Standorten dort mit anderen Aktivitäten/ Erledigungen?

a) in der Neusser Innenstadt?

ja, und zwar mit folgender Aktivität/Erledigung:

.....

nein

b) in Ihrem nächstgelegene Geschäftszentrum?

ja, und zwar mit folgender Aktivität/Erledigung:

.....

nein

c) an einem weiteren Standort/Ortsteil, an dem Einkäufe hauptsächlich getätigt werden (Ortsteil bitte benennen)?

.....

ja, und zwar mit folgender Aktivität/Erledigung:

.....

d) an einem weiteren Standort/Ortsteil, an dem Einkäufe hauptsächlich getätigt werden (Ortsteil bitte eintragen)?

.....

ja, und zwar mit folgender Aktivität/Erledigung:

.....

9. Welche Geschäfte vermissen Sie...

a) in der Neusser Innenstadt?

.....

.....

b) in Ihrem wohnortnahen Geschäftszentrum/ Geschäftsbereich?

.....

.....

c) in der Stadt Neuss insgesamt?

.....

.....

10. Haben Sie Verbesserungsvorschläge für ...

a) die Neusser Innenstadt?

.....

.....

b) Ihr nächstgelegenes Geschäftszentrum/ Geschäftsbereich?

.....

.....

c) die Stadt Neuss insgesamt?

.....

.....

11. Altersgruppe

16 bis 24 Jahre

25 bis 44 Jahre

45 bis 60 Jahre

älter

12. Geschlecht

männlich

weiblich

Wir bedanken uns ganz herzlich, dass Sie sich die Zeit genommen haben, den Fragebogen auszufüllen.
Falls Sie daran interessiert sind, regelmäßig städtische Neuigkeiten zu erhalten, geben Sie bitte hier Ihre E-Mail-Adresse an:

.....



14.10 Fragebogen Passantenbefragung

Stadt Neuss Passantenbefragung

Guten Tag! Die Stadt Neuss führt eine Passantenbefragung zum Thema Einzelhandel durch. Datum Standort
 Würden Sie mir freundlicherweise bitte einige Fragen beantworten: 1 2 3 4 2007 5 6
Tag Monat Nummer

Bei Ihren Angaben werden alle Datenschutzbestimmungen eingehalten.

Befrager

1. In welchem Ort/Ortsteil wohnen Sie? □ □ □
.....
 2. Wie sind Sie heute hierher gekommen?
(hauptsächlich genutztes Verkehrsmittel)
 zu Fuß (1)
 Pkw – Motorrad (2) □
 Bus (3)
 Fahrrad (4)
 Straßenbahn (5)
 S-Bahn/Deutsche Bahn (6)
 3. Von wo kommen Sie gerade?
 Wohnung (1) □
 Arbeitsstätte/Schule (2)
 sonstiges
 4. Sind Sie heute hier um einzukaufen?
 ja (1) □
 wenn nein, dürfen wir fragen, warum sind Sie heute hier? (2)
 □ □
- Falls Frage 4. mit „ja“ beantwortet, sonst weiter mit Frage 6*
5. Kombinieren Sie Ihren Einkaufsbesuch heute hier mit anderen Aktivitäten/Erledigungen?
 ja (1), und zwar mit □

 nein (2) □ □
 6. Wie oft kommen Sie normalerweise hierher, um einzukaufen oder Besorgungen zu machen?
 täglich (1) □
 mehrmals wöchentlich (2)
 einmal wöchentlich (3)
 alle 14 Tage (4)
 einmal im Monat (5)
 seltener (6)
 eigentlich nie (7)
 7. Welche Geschäfte vermissen Sie hier (am Befragungsort)? □ □
 □ □
 □ □
 □ □

8. Haben Sie weitere Verbesserungsvorschläge für diesen Standort? □ □
 □ □
 □ □
 □ □
 - 9a. In welchen Orten/Ortsteilen kaufen Sie normalerweise Lebensmittel ein?
 □ □ □
 □ □ □
 □ □ □
 - 9b. Nennen Sie uns bitte dazu Ort und Art des Geschäfts, wo sie normalerweise Lebensmittel einkaufen, z.B. ABC-Markt, X- Straße im Ortsteil Y
- Supermarkt?** (Rewe, Edeka, Kaiser's etc.) □ □ □
 □ □ □

- Aldi- oder Lidl- Lebensmitteldiscounter?** □ □ □
 □ □ □

- andere Lebensmitteldiscounter?** (Plus, Penny, Norma etc.) □ □ □
 □ □ □

- Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus?** (HIT, Real, Edeka Center bzw. ehem. Eurospar etc.) □ □ □
 □ □ □

- Sonstiger Lebensmittelhandel?** (Feinkost, Obst- und Gemüseladen, ausländischer Lebensmittelmarkt etc.) □ □ □
 □ □ □
 □ □ □



Stadt  Neuss
Passantenbefragung

10. In welchen Orten (Ortsteilen) kaufen Sie folgende Waren hauptsächlich ein?

- Gesundheit und Körperpflege
-
- Bücher
-
- Uhren, Schmuck, Optik
-
- Bekleidung und Textilien
-
- Schuhe
-
- Freizeit- und Sportartikel
-
- Spielwaren
-
- Unterhaltungselektronik
-
- Elektrohaushaltskleingeräte
-
- Möbel
-
- Gardinen, Teppiche, Raumausstattung
-
- Baumarktbedarf
-
- Gartenbedarf
-

11. Wo gehen Sie in der Regel

- zum Facharzt
-
- in Gastronomiebetriebe
-
- ins Kino
-
- zur Bank, Sparkasse
-
- ins Konzert, Theater
-

12. Altersgruppe

- 16 bis 24 Jahre ⁽¹⁾
- 25 bis 44 Jahre ⁽²⁾
- 45 bis 60 Jahre ⁽³⁾
- älter ⁽⁴⁾

13. Geschlecht

- männlich ⁽¹⁾
- weiblich ⁽²⁾

Vielen Dank für Ihre Zeit!