

УДК 65.9

**FACHHOCHSCHULE SÜDWESTFALEN UNTERSUCHT ATTRAKTIVITÄT DER STÄDTE  
IM MITTLEREN RUHRGEBIET**

© 2008 г. G. Bamler

*Fachhochschule Südwestfalen, Hagen, Deutschland*

*Описаны результаты, полученные в Высшей технической школе земли Южная Вестфалия, при проведении исследований привлекательности для покупателей торговых центров городов средней части Рура.*

Ключевые слова: *торговля; покупательские предпочтения; маркетинговые исследования; опросы покупателей.*

*The results of the middle part of Rour towns market centers' affinity for customers research are presented in this article. The results got by researchers of Higher technical school of Southern Westfalia.*

Key words: *trade; buyers' preference; marketing researches; buyers' opinion poll.*

Im Abstand von drei Jahren führt der Fachbereich Technische Betriebswirtschaft der Fachhochschule Südwestfalen in Hagen eine Passantenbefragung über die Attraktivität der Städte des mittleren Ruhrgebiets bezüglich ihrer Rolle als Einkaufszentren durch.

Der hier gewählte Ansatz unterscheidet sich von Erhebungen der Kommunen zum Stadtmarketing in mehrfacher Hinsicht. Zum einen erlaubt er erstmals Vergleiche zwischen verschiedenen Städten. Zum anderen lassen sich durch den Langzeitcharakter der Studie Veränderungen bei den Bewertungen einzelner Städte feststellen. Der Hauptvorteil liegt allerdings in der Tatsache, dass Passanten nie zu ihrer Heimatstadt befragt werden.

«Umfragen, bei denen eigene Bürger über ihre Stadt interviewt werden, sind in unseren Augen nicht als repräsentativ anzusehen», so über Aufbau und Konzept der Untersuchung. «Zu Verfälschungen des Gesamteindrucks führen euphorische Betrachtungen auf der einen Seite oder sogenannte «Nestbeschmutzer» auf der anderen Seite». Nach Erfahrungen der Hochschulgruppe fließen auch oftmals lokalpolitische Ereignisse wie beispielsweise Baumaßnahmen oder die Abgabepolitik bei Beurteilungen über die eigene Stadt mit in die Bewertung ein.

Die Ergebnisse dieser Untersuchung bieten den Städten Ansatzpunkte, ihr eigenes Image zu verbessern, um somit Auswärtige «anzulocken» und, was oft vernachlässigt wird, eigene Bürger zu «halten». Die Städteimage-Befragung fand in der Vorweihnachtszeit 2001 in den Fußgängerzonen von ausgesuchten Städten statt.

Die Ergebnisse im Einzelnen:

Essen: Hektisch und langweilig. Verglichen wurde Essen mit den Städten Dortmund, Oberhausen, Köln, Düsseldorf, Duisburg und Münster. Essen schneidet bei der durchschnittlichen Zufriedenheit der Besucher alles andere als vorteilhaft ab. Die Besucher der Stadt beurteilen die Einkaufsatmosphäre als hektisch, aber auch als langweilig. In punkto Sauberkeit und Erreichbarkeit des Zentrums schneidet Essen durchschnittlich ab. Mittelmäßige Noten erhielt die Stadt auch bei Beurteilung des Einzelhandelsangebots, was die Auswahl betrifft. Bei der Bewertung der Exklusivität des Angebots liegt Essen auf dem vorletzten Platz und wird lediglich von Duisburg unterboten. Auch die gastronomischen Einrichtungen kamen bei der Befragung nicht gut weg. Sowohl in qualitativer als auch in quantitativer Hinsicht wurde die Essener Gastronomie negativ beurteilt und diese Bewertung sorgte dafür, dass Essen an vorletzter Stelle der untersuchten Städte liegt.

Oberhausen: Gutes Mittelmaß. Wegen der überregionalen Bedeutung des CentrOs wurde Oberhausen als Metropole eingestuft und daher mit den Städten Essen, Köln, Düsseldorf, Dortmund, Münster und Duisburg verglichen. Von den befragten Besuchern in Oberhausen reisten die meisten von außerhalb an; am Interviewtag betrug die Auswärtigenquote 83,9 Prozent. Oberhausen wird als ziemlich hektisch empfunden und liegt nach Dortmund an zweiter Stelle und somit auch weit über dem Durchschnitt. Was die Bewertung des Attributs «aufregend - langweilig» betrifft, so liegt Oberhausen auf dem vierten Platz nach

Köln, Düsseldorf und Münster und vor Dortmund, Essen und Duisburg. In punkto Sauberkeit nimmt Oberhausen einen vorderen Platz ein und wird lediglich von Münster überboten. Das Einzelhandelsangebot wird sowohl bei der Wertung der Quantität als auch bei der Exklusivität als durchschnittlich eingestuft. Die besten Noten erhielt Oberhausen für die Erreichbarkeit des Zentrums und bei der Bewertung der gastronomischen Einrichtungen. Oberhausen hat nach Meinung der Besucher das am leichtesten zu erreichende Zentrum. Dass das CentrO zahlreiche gastronomische Betriebe besitzt, ist bekannt und dies spiegelt sich auch in der Studie wider. Ein überraschendes Ergebnis ist jedoch, dass Oberhausen bei der Bewertung dieser Kategorie Düsseldorf und Köln in den Schatten stellt.

Recklinghausen: Durchschnitt. Verglichen wurde Recklinghausen mit den Städten Bochum, Gelsenkirchen, Mülheim an der Ruhr, Wuppertal und Herne. Von den befragten Besuchern in Recklinghausen reisten die meisten von außerhalb an. Am Interviewtag wurde eine Auswärtigenquote von 66,7 Prozent ermittelt. Das ist ein Spitzenwert und spricht für Recklinghausen. Die Stadt wird als ziemlich «hektisch» empfunden und liegt nach Bochum und Wuppertal an dritter Stelle und damit auch über dem Durchschnitt. In punkto Sauberkeit nimmt Recklinghausen einen hinteren Platz ein und wird lediglich von Wuppertal unterboten. Das Einzelhandelsangebot wird sowohl bei der Bewertung der Quantität als auch bei der Exklusivität als durchschnittlich eingestuft. In allen Bewertungsbereichen, nämlich Einkaufscharakter der Stadt, Erreichbarkeit des Zentrums, Auswahl und Exklusivität des Angebots sowie gastronomische Einrichtungen schneidet Recklinghausen durchschnittlich ab. Allerdings erhielt die Stadt im Vergleich zu der Befragung von vor fünf Jahren bessere Noten für die Erreichbarkeit des Zentrums und auch in der Bewertung der gastronomischen Einrichtungen schnitt sie diesmal besser ab.

Bochum: Exklusives Einkaufen. Verglichen wurde Bochum in der Untersuchung mit den Städten Gelsenkirchen, Recklinghausen, Mülheim an der Ruhr, Wuppertal und Herne. Von den Passanten, die in Bochum interviewt wurden, kamen 30,3 Prozent von außerhalb. Die meisten Auswärtigen kamen aus Herne. Bei der durchschnittlichen Zufriedenheit der befragten Besucher aus dem mittleren Ruhrgebiet schneidet Bochum nicht sehr vorteilhaft ab. Bochum wird als ziemlich «hektisch» empfunden und liegt vor Gelsenkirchen und Wuppertal an erster Stelle und somit auch weit über dem Durchschnitt. In Bezug auf die Sauberkeit liegt Bochum in etwa im Durchschnitt der verglichenen Großstädte. Die Befragten empfinden die Erreichbarkeit des Stadtzentrums als wenig optimal. In dieser Bewertungskategorie nimmt Bochum

vor Wuppertal den vorletzten Platz ein. Die besten Noten erhielt Bochum für das Einzelhandelsangebot und für die gastronomischen Einrichtungen. Besucher sind der Meinung, dass Bochum eine große Auswahl an Geschäften hat und dass diese auch ein exklusives Angebot vorhalten. Bei der Bewertung des gastronomischen Angebots liegt Bochum sowohl quantitativ als auch qualitativ an der Spitze der Vergleichsgroßstädte. Dies gilt allerdings nicht mehr, wenn man die Metropolen Köln, Düsseldorf oder auch Dortmund in den Vergleich mit einbezieht.

Mülheim an der Ruhr: Angenehmes Einkaufen in einer sauberen Stadt. Verglichen wurde Mülheim mit den als Oberzentren eingestuften Städten Bochum, Gelsenkirchen, Herne, Recklinghausen und Wuppertal. Die Befragung ergab, dass nur 20,4 Prozent der Befragten von außerhalb kamen. Die übrigen Interviewpartner waren Bürger Mülheims, die sich aber nicht zu ihrer eigenen Stadt äußern konnten. Die von den auswärtigen Befragten attestierte angenehme Einkaufsatmosphäre, ohne große Hektik, hat auch ihre Schattenseiten. Schnell paart sich zu so einem Attribut auch die Langeweile, und in der Tat, bei der Beurteilung des Wertepaares «aufregend - langweilig» gilt Mülheim eher als langweilige Einkaufsstadt. In punkto Sauberkeit belegt die Stadt im Vergleich der Oberzentren aber den Spitzenplatz. Keine guten Noten verteilten die befragten Besucher dagegen bei der Bewertung des Einzelhandelsangebots. In dieser Kategorie belegt Mülheim den vorletzten Platz und wird lediglich von Herne unterboten. Bei der Bewertung der Exklusivität des Angebots liegt Mülheim dagegen wieder vorn und belegt nach Bochum den zweiten Platz unter den genannten Städten.

Gelsenkirchen: Schlechte Noten für die Gastronomie. Behaupten musste sich Gelsenkirchen gegen die Städte Bochum, Recklinghausen, Mülheim, Wuppertal und Herne. Von den befragten Besuchern in Gelsenkirchen reisten die meisten aus Herne, Bottrop, Bochum, Gladbeck, Oberhausen und dem Münsterland an. In Hinblick auf die Häufigkeit der Einkaufsfahrten nimmt Gelsenkirchen hinter Recklinghausen, Bochum und Mülheim an der Ruhr einen mittleren Platz ein. Auch bei der durchschnittlichen Zufriedenheit der Besucher schneidet Gelsenkirchen nicht vorteilhaft ab. Gelsenkirchen wird als ziemlich «hektisch» empfunden und liegt nach Bochum und Wuppertal an dritter Stelle und somit auch über dem Durchschnitt. Bei der Sauberkeit nimmt Gelsenkirchen einen hinteren Platz ein und wird lediglich von Wuppertal unterboten. Auch das Angebot des Einzelhandels wird sowohl bei der Bewertung der Quantität als auch bei der Exklusivität durchschnittlich eingestuft. Am schlechtesten schneidet Gelsenkirchen jedoch bei der Bewertung des gastronomischen Angebots ab und zwar sowohl quantitativ als auch qualitativ. Lediglich

Herne hat in dieser Kategorie schlechtere Werte erhalten. Besucher in Gelsenkirchen nutzen meist Fast-food-Ketten und Restaurants, um ihren Hunger während des Shoppings zu stillen.

Herne: Angenehm aber langweilig. Verglichen wurde Herne mit den als Oberzentren eingestuften Städten Bochum, Gelsenkirchen, Mülheim an der Ruhr, Recklinghausen und Wuppertal. Die Befragung ergab, dass nur 14 Prozent der Befragten von außerhalb kamen. Die übrigen waren Bürger der Stadt Herne, die sich aber nicht zu ihrer eigenen Stadt äußern konnten. Das Zentrum Hernes ist zwar sehr leicht erreichbar, dennoch schneidet die Stadt bei der durchschnittlichen Zufriedenheit der Besucher nicht sehr vorteilhaft ab. Herne wird zwar als äußerst «angenehm», aber auch als «langweilig» empfunden. Bei der Sauberkeit nimmt Herne den zweiten Platz ein und wird lediglich von Mülheim überboten. Schlechte Noten erhielt die Stadt allerdings in Bezug auf die Auswahl des Einzelhandelsangebots. In dieser Bewertungskategorie nimmt Herne unter den vergleichbaren Städten den letzten Platz ein. Bei der Bewertung der Exklusivität des Angebots liegt Herne ebenfalls ganz hinten. Auch die gastronomischen Einrichtungen wurden schlecht beurteilt. Sowohl quantitativ als auch qualitativ bildet die Stadt das Schlusslicht unter den Oberzentren. Trotzdem müssen diese Ergebnisse relativiert werden; schließlich hat Herne in dieser Klasse starke Konkurrenten.

Dorsten: Exklusives Einkaufen. Verglichen wurde Dorsten mit den Städten Hattingen, Datteln, Velbert, Bottrop, Gladbeck, Herten und Marl. Von den befragten Besuchern in Dorsten reisten die meisten aus Bottrop, Gelsenkirchen, Hünxe und Dinslaken an. In Hinsicht auf die Häufigkeit der Einkaufsfahrten nimmt Dorsten vor Gladbeck lediglich den vorletzten Platz ein. In der durchschnittlichen Zufriedenheit der Besucher schneidet Dorsten dennoch recht gut ab. Das Zentrum von Dorsten ist nach Meinung auswärtiger Besucher besonders leicht zu erreichen. Gut schneidet die Stadt in punkto Auswahl und Exklusivität des Angebots ab. Beide Kategorien, besonders die Exklusivität, wurden seit der letzten Datenerhebung in 1996 erheblich besser bewertet. Das kann man bei der Beurteilung der Sauberkeit nicht sagen. Die Stadt wird weiterhin auch als relativ langweilig und als nicht besonders angenehm von Besuchern empfunden. Ein weiteres Bewertungskriterium war die Gastronomie. Was die Qualität betrifft, blieb Dorsten zwar auf der Strecke, in Hinblick auf die gastronomische Vielfalt liegt Dorsten jedoch deutlich über dem Durchschnitt.

Marl: Gewöhnlich. Behaupten musste sich Marl gegen die Regionalzentren Hattingen, Datteln, Velbert, Gladbeck, Dorsten, Bottrop und Herten. In der durchschnittlichen Zufriedenheit der Besucher schneidet Marl nicht sehr vorteilhaft ab. Marl ist leicht erre-

ichbar und wird nur von Velbert und Dorsten überboten. In Bezug auf die Sauberkeit nimmt die Stadt einen hinteren Platz ein und wird lediglich von Gladbeck unterboten. Marl wird von möglichen Besuchern als äußerst «hektisch» empfunden. Dennoch beurteilen die Befragten die Stadt auch als ziemlich langweilig. Das gastronomische Angebot liegt sowohl quantitativ als auch qualitativ im Durchschnitt der vergleichbaren Städte. Am schlechtesten schneidet Marl jedoch bei der Bewertung der Exklusivität des Einkaufsangebots ab. In dieser Kategorie bildet die Stadt das Schlusslicht der Regionalzentren.

Herten: Hat nicht viel zu bieten. Verglichen wurde Herten mit den als Regionalzentren eingestuften Städten Hattingen, Datteln, Velbert, Gladbeck, Dorsten, Bottrop und Marl. Die Befragung ergab, dass nur 16,7 Prozent der Befragten von außerhalb kamen. Die anderen waren Bürger Hertens, die sich aber nicht zu ihrer eigenen Stadt äußern konnten. Das Zentrum Hertens ist zwar sehr leicht zu erreichen, dennoch schneidet die Stadt bei der durchschnittlichen Zufriedenheit der Besucher nicht sehr vorteilhaft ab. Herten wird als ziemlich «hektisch» empfunden und liegt nach Marl an zweiter Stelle. Ob diese Eigenschaft nun positiv oder negativ zu sehen ist, bleibt jedem selbst überlassen. Dennoch sehen die Befragten Herten auch als langweilige Stadt an. Bei der Sauberkeit nimmt die Stadt einen hinteren Platz ein und wird lediglich von Gladbeck und Marl unterboten. Die Auswahl des Angebots in den Geschäften bietet im Vergleich zu den anderen Städten das Minimum, folgt man den Meinungen der befragten Passanten. Bei der Beurteilung der Exklusivität des Angebots liegt Herten allerdings im Durchschnitt. Am schlechtesten schnitt die Stadt jedoch bei der Bewertung der gastronomischen Einrichtungen ab. Sowohl qualitativ als auch quantitativ bildet die Stadt hier das Schlusslicht unter den Regionalzentren.

Hattingen: Angenehme Einlaufstadt. Verglichen wurde Hattingen mit den Städten Dorsten, Datteln, Velbert, Bottrop, Gladbeck, Herten und Marl. Von den befragten Besuchern in Hattingen reisten die meisten aus Dortmund, Bochum, Essen, Hagen, Sprockhövel und Umgebung an. In Hinblick auf die Häufigkeit der Einkaufsfahrten nimmt Hattingen hinter Datteln und Herten einen mittleren Platz ein. Auch bei der durchschnittlichen Zufriedenheit der Besucher schneidet Hattingen recht gut ab. Die Stadt wird als äußerst angenehm empfunden und bildet in dieser Bewertungskategorie die Spitze. Auch gilt Hattingen als aufregend. Bei der Sauberkeit ist Hattingen ebenfalls Spitzenreiter. Ein weiteres Highlight für die Stadt ist das gastronomische Angebot. Sowohl qualitativ als auch quantitativ liegt Hattingen weit über dem Durchschnitt. Am schlechtesten schnitt Hattingen jedoch bei der Bewertung des Einzelhandelsangebots ab und

zwar sowohl was die Quantität als auch was die Exklusivität anbelangt. Lediglich Herten bzw. Marl haben in dieser Kategorie schlechtere Bewertungen eingeholt. Im Vergleich zu der 1996 durchgeführten Studie hat die Exklusivität des Angebots in den Augen der Befragten stark abgenommen. Auch das Zentrum ist nach Meinung auswärtiger Besucher nicht leicht erreichbar. Hattingen bildet in diesem Punkt das Schlusslicht.

**Gladbeck: Schlechte Noten für Sauberkeit** Verglichen wurde Gladbeck mit den als Regionalzentren eingestuften Städten Hattingen, Datteln, Velbert, Herten, Dorsten, Bottrop und Marl. Die Befragung ergab, dass nur 25 Prozent der Befragten von außerhalb kamen. Die restlichen Passanten waren Bürger Gladbecks, die sich nicht zu ihrer eigenen Stadt äußern konnten. In allen Bewertungsbereichen, nämlich Einkaufscharakter der Stadt, Erreichbarkeit des Zentrums, Auswahl und Exklusivität des Einzelhandelsangebots sowie gastronomisches Angebot, schneidet Gladbeck zufriedenstellend, also durchschnittlich ab. Schlechteste Noten erhält die Stadt jedoch bei der Bewertung der Sauberkeit. Hier bildet Gladbeck das Schlusslicht unter den untersuchten Regionalzentren.

**Velbert: Aufregende Einkaufsstadt.** Verglichen wurde Velbert mit den als Regionalzentren eingestuften Städten Hattingen, Datteln, Marl, Gladbeck, Dorsten, Bottrop und Herten. Bei der Zufriedenheit der Besucher schneidet Velbert recht vorteilhaft ab. Viele der befragten Besucher beabsichtigen, wieder nach Velbert zu fahren, auch wenn sie nicht ganz so euphorische Urteile wie zu den Städten Datteln und Hattingen abgaben. Velbert ist sehr leicht erreichbar und belegt in

dieser Bewertungskategorie den Spitzenplatz. In punkto Sauberkeit liegt Velbert leicht unter dem Durchschnitt und überbietet lediglich Herten, Marl und Gladbeck. Die Stadt wird von Besuchern als recht «angenehm» empfunden und findet sich nach Hattingen und Datteln an dritter Position wieder. Platz Eins belegt Velbert dagegen in der Bewertungskategorie «aufregend». Schlechte Noten gab es allerdings in Hinblick auf das Einzelhandelsangebot und die Gastronomie. Velbert besitzt in qualitativer Hinsicht nur eine eher durchschnittliche Auswahl, die zudem nicht sehr exklusiv ist. Das gastronomische Angebot liegt quantitativ weit unter dem Durchschnitt und belegt vor Herten den vorletzten Platz. Qualitativ gesehen liegt die Gastronomie Velberts allerdings wieder im Durchschnitt der Vergleichsstädte.

**Datteln: Angenehmes und exklusives Einkaufen.** Verglichen wurde Datteln mit den Städten Dorsten, Hattingen, Velbert, Bottrop, Gladbeck, Herten und Marl. Was die Häufigkeit der Einkaufsfahrten auswärtiger Besucher betrifft, nimmt Datteln den ersten Platz unter den untersuchten Städten ein. Auch bei der durchschnittlichen Zufriedenheit der Besucher schneidet Datteln sehr gut ab. Die Stadt wird als äußerst «angenehm» empfunden und liegt nach Hattingen in dieser Bewertungskategorie an zweiter Stelle. In punkto Sauberkeit belegt Datteln ebenfalls den zweiten Platz. Highlights für die Stadt sind zweifellos Quantität und Qualität des Einkaufsangebots. In beiden Bewertungsbereichen belegt Datteln den Spitzenplatz. Auch bei der Bewertung der Gastronomie liegt Datteln über dem Durchschnitt.

*Поступила в редакцию*

*3 сентября 2008 г.*



**Гюнтер Бамлер** — профессор высшей технической школы земли Южная Вестфалия (Германия). Организатор и бессменный руководитель международного образовательного проекта «Work-shop». Почтный профессор ЮРГТУ(НПИ).

Автор работ по проблемам маркетинга, региональной экономики и методологии социологических и маркетинговых исследований.

**Gunther Bamler** — Ph.D., professor of Higher technical school of Southern Westfalia. Organizer and continuous leader of the international educational project «Workshop». Honorable professor of SRSTU (NPI).

Author's works describe the problems of marketing, regional economics, and methodology of sociologic and marketing researches.

Haldener Str. 182, 58095, Hagen, Deutschland.  
e-mail:bamler@fh-swf.de