

KURZBERICHTE AUS PRAXIS UND FORSCHUNG

Einzugsbereiche, Kundenstruktur und Warennachfrage in Geschäftszentren des Ruhrgebietes

Im Herbst 1965 wurde in 39 Städten im Gebiet des Siedlungsverbandes Ruhrkohlen-Bezirk in dessen Auftrag eine Befragung der Kunden in insgesamt 45 Hauptgeschäftszentren dieser Städte durchgeführt. Teilergebnisse wurden seinerzeit für die Analyse der zentralörtlichen Gliederung des Ruhrgebietes verwendet. Die über den Auftragszweck hinaus breiter angelegte Untersuchung ist bisher nur teilweise veröffentlicht worden¹. Da die Ergebnisse für vergleichende Untersuchungen noch immer Bedeutung haben, werden sie hiermit der Öffentlichkeit zugänglich gemacht².

1 Untersuchung über die Kundeneinzugsbereiche von 45 Hauptzentren im Verbandsgebiet des Siedlungsverbandes Ruhrkohlenbezirk (4 Bde.). (Bearb. im) Institut Gewerbebetriebe im Städtebau von *Gerhard Curdes*. – Köln 1966. / Untersuchung zur Förderung von Nebenzentren im Ruhrgebiet (2 Bde.). (Bearb. im) Institut für Gewerbebetriebe im Städtebau von *Gerhard Curdes*, *Jürgen Müller-Trudrung*. – Köln 1966. / *Curdes, Gerhard*: Die Kundenstruktur in den Hauptgeschäftszentren des Ruhrgebietes. In: *Ingesta-Report*. 2. Jg. (1966) Nr. 6 / *Derselbe*: Haupt- und Nebenzentren als Konzentrationen des Handels und Grundelemente der Stadtstruktur. In: *Raum und Siedlung*. (1968) Nr. 6, S. 145–150.

Methode

Es mußten innerhalb kurzer Zeit die Kundeneinzugsbereiche der Hauptgeschäftszentren von 39 Gemeinden untersucht werden. In Gemeinden mit ausgeprägt polyzentrischer Struktur sollten außer dem Hauptzentrum die größeren Nebenzentren (insgesamt 6) einbezogen werden. Auf Grund der kurzen Zeit, fehlender Datengrundlagen und Mittel schied eine Flächenstichprobe als Methode aus. Es wurde deshalb die Methode der Besucherbefragung in den Geschäftszentren angewandt, die wesentlich weniger zeitaufwendig ist und Ergebnisse hinreichender Genauigkeit verspricht. Die Befragungen wurden, um jeweils den maximalen Einzugsbereich der Zentren zu ermitteln, freitags und samstags durchgeführt. (In den Befragungszeitraum

2 Für die Genehmigung der Publikation der noch unveröffentlichten Tabelle der Einzelergebnisse der 45 Zentren danke ich dem Institut für Gebietsplanung und Stadtentwicklung in Köln.

Ergebnisse der Kundenbefragung

EE	EM	HN	HT	K	KE	KL	L	M	ML	MO	O	R	RE	RH	SE	SM	U	WA	WE	WI	WT	X	Ø
3,8	70,4	83,5	72,1	84,4	70,8	62,6	70,9	74,2	79,8	68,8	77,1	73,3	76,1	77,4	77,9	72,0	72,0	73,0	77,3	78,3	81,7	80,7	75,1
6,2	40,0	24,3	5,2	19,9	13,0	15,2	23,3	7,4	5,4	41,8	16,9	9,2	29,7	21,3	28,3	10,4	27,6	5,6	30,5	12,8	6,3	18,9	18,8
6,2	65,9	80,8	43,5	72,3	56,8	61,3	72,4	58,8	43,5	60,7	73,9	44,4	75,3	44,9	75,7	57,9	64,3	39,2	70,8	76,4	61,4	67,4	-
3,3	69,3	26,1	31,8	33,4	54,8	30,2	25,7	43,5	40,2	40,3	50,4	28,1	47,1	9,9	29,5	29,8	30,2	25,8	55,1	44,3	42,1	36,9	-
3,6	8,0	6,2	9,5	10,9	11,1	5,4	7,9	3,0	-	17,4	21,7	8,2	4,3	4,2	5,8	13,2	9,9	10,0	10,4	3,8	16,4	6,5	4,0
3,6	25,4	11,5	22,5	15,4	18,0	26,5	23,3	24,0	20,3	24,1	22,9	23,8	17,3	19,1	24,9	21,4	29,1	21,3	19,3	31,0	15,9	16,4	23,2
4,2	62,3	79,4	69,4	70,9	72,2	64,4	63,5	56,8	65,1	63,2	59,8	66,0	63,4	73,0	64,8	64,3	62,4	62,9	64,8	58,1	73,9	72,1	59,7
4,1	12,3	9,1	8,1	13,7	9,9	9,1	15,2	19,2	14,6	12,7	17,3	10,2	19,2	7,8	10,4	14,3	8,5	15,8	15,9	10,9	10,3	11,5	16,5
3,4	34,8	55,8	81,6	67,0	71,1	67,4	50,9	41,2	51,1	42,5	54,1	61,5	41,0	49,6	63,0	79,1	56,2	73,3	55,2	56,3	76,0	70,1	47,2
1,7	4,0	19,2	1,7	8,1	14,1	7,5	6,2	0,6	15,2	2,6	1,8	6,8	2,4	15,7	1,3	-	2,6	2,0	8,3	0,6	0,7	15,2	3,2
3,3	24,1	20,9	6,0	16,6	8,5	13,4	20,0	21,2	19,1	18,7	19,0	12,6	23,6	17,4	16,3	14,6	16,9	9,9	18,9	20,0	8,9	7,0	20,3
3,0	31,1	3,9	10,1	7,0	2,1	10,7	22,2	36,4	13,3	34,7	22,5	18,4	30,8	16,1	17,5	4,7	19,0	13,1	14,8	21,5	14,2	4,5	25,7
2,6	5,6	0,2	0,2	0,7	2,5	0,2	0,6	0,7	0,4	1,7	2,6	0,5	2,7	0,9	1,8	1,6	4,6	1,6	2,4	1,2	0,9	2,5	3,3
4,1	0,4	-	0,5	0,6	1,8	0,8	0,3	0,2	1,1	-	0,2	0,4	0,8	0,4	0,3	-	0,6	0,6	0,6	0,4	0,1	1,2	0,2
4,4	41,3	61,7	49,9	56,8	65,1	55,7	46,6	46,2	55,0	50,0	46,4	62,6	37,6	64,8	57,5	55,8	43,9	54,2	58,8	54,9	53,3	68,9	46,3
3,5	38,8	28,0	32,8	33,3	28,5	30,8	36,1	38,7	33,4	34,8	35,4	28,2	39,5	27,8	29,0	29,7	37,5	30,7	27,9	31,4	33,2	21,7	34,7
3,3	14,6	8,6	14,7	7,8	5,6	12,1	14,2	12,3	9,3	10,9	13,2	7,2	15,3	6,1	11,1	9,1	14,5	10,1	8,9	10,6	11,1	6,6	12,7
3,5	3,4	0,5	1,7	1,7	0,7	1,0	1,7	1,6	1,3	2,6	3,4	1,0	3,5	-	1,6	4,4	2,2	2,8	2,5	2,1	1,7	0,8	3,4
3,6	1,3	1,0	0,5	0,1	-	-	1,0	0,7	0,6	1,3	1,3	0,6	2,1	0,4	0,6	1,1	1,6	1,2	0,8	0,9	0,7	1,6	1,8
4,3	0,4	0,2	0,1	-	-	0,2	0,1	0,1	0,4	0,2	0,2	0,1	0,2	0,4	0,1	-	0,4	-	0,7	-	0,1	-	0,5
3,3	0,2	-	0,3	0,1	-	0,2	0,1	0,3	-	-	-	0,1	1,0	0,4	-	-	-	-	0,2	0,1	-	0,4	0,3
3,5	20,9	35,4	38,3	39,5	45,4	34,8	24,5	25,9	29,6	28,8	30,5	36,8	24,5	45,2	30,8	41,2	28,8	36,6	37,0	32,2	44,8	31,0	26,9
4,9	30,8	34,6	38,5	33,9	28,2	36,2	37,4	35,1	37,3	28,2	32,2	38,9	30,3	31,7	42,0	32,4	36,9	29,2	32,6	31,9	33,1	31,1	30,6
4,9	28,1	24,6	16,3	18,5	19,4	17,8	25,9	25,0	23,1	21,5	22,3	18,0	20,4	12,6	20,3	18,4	24,2	24,5	19,9	27,7	16,6	16,4	23,5
4,4	6,3	2,7	1,8	4,9	2,5	2,2	4,1	5,7	2,7	6,8	5,4	1,7	7,6	0,4	2,8	1,6	2,8	4,8	3,3	2,9	1,8	2,9	6,2
3,5	4,6	1,0	1,9	1,2	1,1	3,6	3,0	4,3	2,9	5,0	5,4	1,4	9,2	1,3	1,4	1,4	2,5	1,3	2,7	1,1	1,8	2,5	6,3
4,5	1,9	-	0,7	-	0,4	0,2	0,8	0,6	0,6	0,9	1,1	0,3	1,7	-	0,1	0,5	0,6	0,1	0,9	0,4	0,3	-	1,3
4,1	1,4	0,5	0,5	0,1	-	1,2	0,3	0,9	0,5	1,4	1,2	0,1	3,0	-	0,3	0,3	0,3	0,1	1,2	0,3	-	0,8	1,6
4,0	5,5	1,0	1,6	1,6	2,8	3,2	4,0	2,3	2,7	6,4	1,6	2,7	1,8	7,8	2,5	4,1	3,0	2,3	1,5	2,7	1,4	3,7	3,1
3,0	595	525	458	493	512	493	512	644	559	520	652	531	617	368	506	513	456	483	618	533	512	532	
2,7	79,4	44,7	31,1	31,5	52,8	36,0	44,3	74,8	63,0	63,5	76,3	38,1	78,3	28,7	45,1	39,3	34,6	35,3	63,8	61,6	47,6	56,6	
2,9	80,0	82,6	71,9	75,4	83,1	74,9	78,1	88,4	79,0	77,4	86,3	75,6	84,8	60,0	74,1	75,0	73,0	66,3	82,2	80,9	74,3	79,9	
3,4	54,4	43,5	36,0	43,2	41,5	41,3	43,0	61,2	43,8	44,0	58,3	45,1	55,4	23,5	39,4	43,1	35,2	33,4	52,3	45,3	41,2	45,5	
2,5	23,7	17,2	10,2	17,3	18,7	13,0	19,2	21,9	22,4	16,7	24,1	14,0	27,7	9,1	17,8	8,5	15,5	19,2	22,4	16,0	12,6	20,1	
3,1	30,7	31,2	26,4	26,7	23,6	25,1	29,8	32,2	29,0	26,8	34,2	30,6	30,8	13,5	30,5	22,3	19,4	16,8	30,7	25,1	29,5	35,7	
3,8	14,4	11,5	14,7	12,1	9,9	12,8	8,6	17,1	12,4	12,1	21,3	15,8	17,0	4,8	11,0	10,2	10,3	11,5	19,8	11,4	11,5	12,3	
3,0	31,9	34,6	31,3	41,1	30,6	31,2	28,4	41,2	40,7	31,1	43,2	36,0	40,5	25,7	30,4	32,1	26,9	33,2	39,7	28,2	31,1	29,1	
3,5	79,2	75,9	63,7	81,7	69,4	71,5	75,8	81,6	77,6	71,7	84,0	73,5	74,8	47,4	77,5	75,8	73,0	68,9	79,1	78,3	70,9	77,0	
3,3	11,5	9,6	7,1	9,6	10,6	12,3	9,8	11,4	10,0	8,7	13,7	13,1	12,4	5,2	6,3	12,4	8,0	10,7	13,3	10,1	13,5	11,5	
3,9	5,1	2,9	1,7	2,5	4,6	5,1	3,0	5,7	4,8	2,7	6,2	4,7	5,4	3,0	2,6	3,8	2,2	4,9	5,8	4,7	4,1	4,0	
3,5	4,7	2,9	3,5	2,6	4,9	3,8	4,8	5,9	2,8	3,7	6,2	4,1	3,9	2,6	4,0	4,7	4,2	5,0	7,0	4,9	4,0	4,5	
3,5	16,6	11,3	8,1	10,2	21,5	10,1	11,7	19,4	17,6	16,6	14,3	14,4	18,4	11,3	15,5	16,2	9,4	13,4	21,4	11,6	10,8	14,3	
3,4	17,8	12,0	10,4	12,6	12,3	13,8	14,0	24,4	17,2	15,5	22,5	14,7	18,5	16,1	14,5	19,2	11,6	14,2	18,3	13,3	10,8	17,2	
3,4	24,8	18,4	16,0	15,1	11,6	18,0	17,4	34,8	20,2	22,2	28,2	19,9	28,6	11,7	16,8	22,8	12,6	18,2	23,8	14,9	21,4	8,6	
3,4	11,1	8,4	9,2	3,8	9,2	9,7	8,8	11,6	10,8	9,4	14,6	11,9	12,4	3,5	7,4	9,3	6,6	30,2	15,7	8,0	11,1	4,0	
3,6	18,6	17,9	18,4	11,6	9,2	16,6	15,3	18,9	16,3	11,6	21,2	18,7	19,7	7,8	11,3	15,1	13,1	16,4	24,1	16,1	16,4	16,8	
3,6	84,4	95,1	93,8	91,7	92,6	91,1	93,3	85,5	85,8	80,7	87,2	92,6	81,1	85,2	95,4	95,3	93,7	96,0	91,7	95,0	93,9	93,0	
3,1	6,6	5,4	4,9	3,8	6,3	7,3	7,2	7,9	5,8	6,0	10,5	8,1	7,5	9,1	7,0	7,4	6,6	8,4	6,6	7,4	7,6	1,2	

fiel der Sommerschlußverkauf.) In jeder Stadt wurde an zwei etwa 4 Wochen auseinanderliegenden Wochenenden, in größeren Städten dreimal befragt. Die Befragungen begannen am 13. 8. und waren am 22. 10. 1965 beendet. Es wurden insgesamt 45 000 Personen befragt.

Hauptergebnisse

Die Ergebnisse setzen sich aus folgenden Städten und Zentren zusammen:

Bochum	Hattingen
Bottrop	Herne
Castrop-Mitte	Herten
Castrop-Habinghorst*	Kamen
Castrop-Ickern*	Kamp-Lintfort
Datteln	Kvelaer
Dinslaken	Lünen
Dorsten	Marl
Dortmund	Moers
Duisburg	Mülheim
Duisburg-Hamborn*	Oberhausen
Duisburg-Marxloh*	Recklinghausen
Ennepetal-Milspe	Rheinberg
Ennepetal-Voerde*	Rheinhausen
Essen	Schwelm
Gelsenkirchen-Altstadt	Schwerte
Gelsenkirchen-Buer*	Unna
Geldern	Wanne-Eickel
Gevelsberg	Wattenscheid
Gladbeck	Wesel
Hagen	Witten
Hamm	Xanten
Haltern	

* Bei Gemeinden, die neben dem Hauptzentrum auch noch bedeutende Sekundärzentren aufwiesen, wurden neben dem Hauptzentrum in den mit * bezeichneten Sekundärzentren zusätzlich Kundenbefragungen durchgeführt.

Es wurden nur Personen befragt, die 1965 am Befragungsort schon eingekauft hatten. 75 % der Befragten kamen extra zum Einkaufen in das jeweilige Zentrum. 25 % hatten zwar schon im Laufe des Jahres dort eingekauft, waren aber zum Befragungszeitpunkt primär aus anderen Gründen (Beruf, Arzt usw.) unterwegs. 81,2 % aller Befragten kamen aus der Gemeinde selbst, 18,8 % kamen von außerhalb.

Das heißt, daß im Durchschnitt jedes Zentrum ca. 19 % auswärtige Kunden hatte. Der Anteil schwankt jedoch je nach Lage und Größe der Gemeinde beträchtlich, von 5 % (Marl, Herten) bis 41 % (Moers). Auf die Frage, in welchen anderen Zentren außerdem noch Einkäufe getätigt wurden, gaben 37,2 % aller Befragten an, im Jahre 1965 noch in keinem anderen Ort als dem Befragungsort eingekauft zu haben. Erwartungsgemäß besteht der größte Anteil (96 %) dieser Kunden aus Bewohnern des jeweiligen Befragungsortes. Nur 4 % der von auswärts Kommenden machten die gleiche Aussage. Den höchsten Wert hat Moers mit 17,4 %, den niedrigsten Marl mit 0 %. Es handelt sich

hier vorwiegend um die unmittelbar außerhalb der Gemeindegrenzen ansässigen Bewohner, für die kein anderer Einkaufsort gleich günstig ist. Insgesamt wurde festgestellt, daß die Zahl der genannten Einkaufsorte mit zunehmendem Alter der Befragten abnimmt. Die unter 30 Jahre alten Personen gaben die höchste Zahl von Einkaufsorten an. Die Verteilung der Befragten nach dem Geschlecht ergibt folgendes Bild:

23,2 % der Befragten waren Männer
59,7 % der Befragten waren Frauen
16,5 % der Befragten waren Ehepaare.

Den höchsten Anteil an Ehepaaren weist Dortmund (29 %), den niedrigsten (4,7 %) Castrop-Ickern auf.

Das Alter der Befragten wurde geschätzt:

18–30 Jahre waren 31,5 %
30–50 Jahre waren 47,9 %
über 50 Jahre waren 20,6 %.

Befragt nach der Häufigkeit, mit der sie das jeweilige Zentrum aufsuchen, antworten mit

täglich	26,9 %
zwei- bis fünfmal wöchentlich	30,6 %
wöchentlich	23,5 %
vierzehntägig	6,2 %
vierwöchentlich	6,3 %
achtwöchentlich	1,3 %
vierteljährlich	1,6 %
seltener	3,1 %.

81 % aller Befragten kauften danach mindestens in der Woche einmal ein. Die Anteile variieren auch hier je nach der Bedeutung des Zentrums beträchtlich. So hatte beispielsweise Essen mit 12,5 % täglich einkaufender Kunden den niedrigsten Wert, Ennepetal-Voerde mit 46,2 % den höchsten.

Der Zeitaufwand aller Befragten von ihrer Wohnung bis zum Erreichen des Geschäftszentrums betrug im Durchschnitt

bis 10 Minuten	46,3 %
bis 20 Minuten	34,7 %
bis 30 Minuten	12,7 %
bis 45 Minuten	3,4 %
bis 60 Minuten	1,8 %
bis 90 Minuten	0,5 %
länger	0,3 %.

Den niedrigsten Anteil im 10-Minuten-Bereich hatte Dortmund mit 21,4 %, den höchsten mit rund 70 % wieder Ennepetal-Voerde.

Die ökonomische Basis der Zentren wird danach eindeutig durch diejenigen Bevölkerungsgruppen bestimmt, die täglich-wöchentlich einkaufen und die nicht mehr als 30 Minuten Geh- bzw. Fahrzeit aufzuwenden haben.

Von den Befragten kamen

- 47,2 % zu Fuß
- 25,7 % mit der Straßenbahn oder dem Omnibus
- 20,3 % mit dem eigenen PKW
- 3,3 % mit der Bundesbahn
- 3,2 % mit dem Fahrrad oder Moped
- 0,2 % mit dem Motorrad oder -roller.

Aus dem hohen Anteil der Fußgänger geht die Bedeutung citynaher Wohnbevölkerung für die Geschäftszentren hervor. Er wird vor allem durch die zahlreichen in die Untersuchung einbezogenen mittleren und kleineren Städte gebildet. In den Großstädten, beispielsweise Essen, geht dieser Anteil bis auf 17 % zurück, in Kleinstädten (Ennepetal-Voerde) steigt er bis auf 88,4 %.

Ergebnisse für die 45 Zentren

Die Hauptergebnisse für die 45 Zentren sind in der beigegebenen Übersicht zusammengefaßt. Außer den aufgeführten Zahlen sind für jedes Zentrum noch verfügbar:

1. Die Verteilung der Befragten über die Tageszeit, deren Alter und Geschlecht.
2. Der Zeitaufwand der Besucher nach Verkehrsmitteln.
3. Die Struktur der Nachfrage, die Besuchshäufigkeit im Zentrum, die Verkehrsmittelwahl und der Zeitaufwand nach den Herkunftsorten.

Erläuterungen zur Tabelle:

Auswärtige, davon »extra Gekommene« bedeutet, daß von 100 % Auswärtigen X % extra zum Einkaufen in das jeweilige Zentrum gekommen sind.

»Käufer nur Befragungsort – innerhalb/außerhalb« bedeutet, daß im laufenden Jahr nur im Befragungsort eingekauft worden war.

Die Zahlen in der Zeile »Nennungen« bedeuten, daß von 18 vorgegebenen Artikelgruppen im Durchschnitt z. B. bei BO (Bochum) 5,98 Artikelgruppen angegeben wurden.

Im Durchschnitt wurden über alle Städte von den 18 vorgegebenen Artikelgruppen 7,6 genannt, die im zurückliegenden Jahreszeitraum mindestens einmal gekauft worden waren. Da die Häufigkeit der Artikelkäufe durch das begrenzte menschliche Erinnerungsvermögen nicht exakt erfaßt werden kann, beschränkte sich die Befragung darauf, festzustellen, in welcher der vorgegebenen Artikelgruppen überhaupt ein Kauf getätigt worden war.

Da für jedes Zentrum die genannten Artikel summiert wurden, zeigt sich an der Höhe der genannten Artikelgruppen – bezogen auf die Zahl der Befragten – die Angebotsvielfalt der Zentren. So gab jeder Kunde in Ennepetal-Voerde durchschnittlich nur 2,7 Artikelgruppen an, während es in Essen und Dortmund je 6,3 Artikelgruppen waren.

Von den vorgegebenen Artikelgruppen dominieren in den größeren Städten Oberbekleidung, Wäsche, Schuhe und Lebensmittel. Während der Anteil derer, die Ober-

bekleidung kauften, mit zunehmender Zentralität und Größe der Stadt kontinuierlich wächst, zeigt sich bei Schuhen eine fast gleichartige Verteilung über alle Städte. Zum Teil weisen hier die mittleren Städte die höchsten Anteile auf. Ähnlich verhält es sich mit Lebensmitteln. Es scheint, daß Lebensmittel auch von Auswärtigen relativ häufig aus der Großstadtcity mitgebracht werden. Die höchsten Anteile weisen jedoch auch hier erwartungsgemäß die kleineren Städte auf.

Gerhard Curdes