

Befragung von Sollner Bürgerinnen und Bürgern Dezember 1995 und März 2003 Ca. 400 bzw. 500 Personen

Ablauf:

Es gefällt in Solln ...

Es gefällt nicht in Solln ...

Beurteilung als Einkaufsgebiet, Wohngebiet, Freizeit-/Erholungsgebiet

Warenangebot

Einkaufen

Kaufkraft

Innenstadt

„Wenn Sie einmal alles in allem nehmen: Was gefällt Ihnen in Solln besonders gut?“

	1995	2003
Grün/Natur/Gartenstadt	29 %	27 %
Dörflicher Charakter/Dorfidylle	22 %	27 %
Lage/Stadtrand/Stadtnähe	8 %	24 %
Leute (man kennt sich), Sozialstruktur	17 %	21 %
Bauten/Architektur (alte Villen)	27 %	20 %
Naherholungsmöglichkeiten (Isar, Starnberger See, Forstenrieder Park)	18 %	20 %

„Und was gefällt Ihnen in Solln weniger gut?“

	1995	2003
(Durchgangs-)Verkehr	27 %	21 %
Bebauung/Zersiedelung/Abriss alter Häuser/ Nachverdichtung	36 %	31 %
(Arrogante)Bewohner/die Leute/Schicki Micki	10 %	9 %
Sauberkeit der Straßen/Hundedreck/ Straßenreinigung	4 %	5 %
Weite Wege, zersplitterte Einkaufsmöglichkeiten	24 %	9 %

„Was vermissen Sie in Solln?“

	1995	2003
(Straßen-)/(Eis-)Cafe	0 %	13 %
Gaststätten (bayerische), zu viele Italiener	25 %	7 %
Stadtteilbibliothek (in Alt-Solln)	0 %	5 %
Badegelegenheit/Schwimmbad	0 %	5 %
Weinstüberl	0 %	4 %
Postamt	6 %	4 %
Ortskern/zentrale „Piazza“/„Marktplatz“	0 %	4 %

„Wenn Sie Solln – wie in der Schule von 1 (= sehr gut) bis 6 (= sehr schlecht) – benoten: Welche Note bekommt Solln?“

... als Einkaufsgebiet

	1995	2003
Note 1	4 %	7 %
Note 2	15 %	53 %
Note 3	49 %	24 %
Note 4	15 %	9 %
Note 5	17 %	4 %
Note 6	0 %	3 %
Durchschnitt	3,3	2,6

... als Wohngebiet

	1995	2003
Note 1	40 %	55 %
Note 2	49 %	37 %
Note 3	11 %	5 %
Note 4	0 %	0 %
Note 5	0 %	0 %
Note 6	0 %	3 %
Durchschnitt	1,7	2,0

... als Freizeit-/Erholungsgebiet

	1995	2003
Note 1	29 %	33 %
Note 2	42 %	36 %
Note 3	23 %	22 %
Note 4	6 %	3 %
Note 5	0 %	0 %
Note 6	0 %	6 %
Durchschnitt	2,1	2,2

„Wie beurteilen Sie das Warenangebot in Solln?“

	1995	2003
Vollständig	6 %	7 %
Umfangreich	23 %	30 %
Ausreichend	28 %	35 %
Lückenhaft	43 %	28 %

„Welche Angebote/Produkte bekommt man in Solln weniger gut?“

	1995	2003
Kleidung (Damen+Herren, preiswerte junge Mode)	46 %	27 %
Lebensmittel (günstige), Feinkost	5 %	20 %
Kurzwaren	24 %	12 %
Haushaltswaren	17 %	11 %
Schuhe/Schuster	16 %	9 %
Bastelbedarf/Farben/Künstlerbedarf	0 %	8 %
Sportartikel	1 %	8 %
Möbel/Einrichtung/Wohnaccessoires	1 %	7 %

„Welche der nachstehenden Waren besorgen Sie üblicherweise wo?“

	Solln [%]		Münchner Süden [%]		Innenstadt [%]		Anderswo [%]	
	1995	2003	1995	2003	1995	2003	1995	2003
Lebensmittel?	87	75	42	33	11	8	8	4
Feinkost?	62	44	19	15	24	49	5	3
Fleisch/Wurst?	74	72	33	19	10	8	8	8
Backwaren?	95	84	16	12	9	5	4	1
Damenoberbekleidung, Mode?	20	23	7	11	75	67	19	19
Herrenoberbekleidung?	11	5	2	3	73	78	22	15
(Unter-)Wäsche?	16	15	21	12	73	72	11	13
Kurzwaren?	20	23	12	16	59	65	10	7
Haushaltswaren?	27	24	22	64	63	69	4	9
Schuhe?	35	52	10	12	73	65	16	15
Sport- und Freizeitartikel?	6	4	19	13	73	64	12	17

„Welche der nachstehenden Waren besorgen Sie üblicherweise wo?“ (Fortsetzung)

	Solln [%]		Münchner Süden [%]		Innenstadt [%]		Anderswo [%]	
	1995	2003	1995	2003	1995	2003	1995	2003
Unterhaltungselektronik?	2	15	36	44	51	28	8	12
Spielwaren?	30	37	7	15	43	40	9	3
Schreibwaren?	81	72	6	15	32	28	0	3
Tabakwaren?	30	27	7	5	6	8	7	0
Bilder/-Rahmen?	25	19	14	23	27	27	12	21
Foto?	62	60	17	20	21	16	2	7
Bücher?	69	51	6	16	55	29	6	8
Arzneimittel?	86	80	9	8	6	0	6	1
Drogeriewaren?	90	72	11	20	10	4	4	0
Blumen, Pflanzen?	79	55	20	39	2	1	7	5
Auto/-Autozubehör?	18	16	35	28	12	1	28	32

Kaufkraft: Verbleib der Kaufkraft unter der Voraussetzung, dass bei jedem Einkauf gleich viel Geld ausgegeben wird

	Solln [%]		Münchner Süden [%]		Innenstadt [%]		Anderswo [%]	
	1995	2003	1995	2003	1995	2003	1995	2003
Lebensmittel?	58	63	28	27	8	7	6	3
Feinkost?	56	39	17	14	22	44	5	3
Fleisch/Wurst?	60	68	26	18	8	7	6	7
Backwaren?	77	82	13	12	7	5	3	1
Damenoberbekleidung, Mode?	17	19	5	9	61	56	16	16
Herrenoberbekleidung?	11	5	2	3	67	77	20	15
(Unter-)Wäsche?	15	13	14	11	61	64	10	12
Kurzwaren?	21	21	12	14	57	59	10	6
Haushaltswaren?	24	14	19	39	54	42	3	5
Schuhe?	27	36	7	8	54	46	12	10
Sport-/Freizeitartikel?	6	4	17	13	66	66	11	17

Kaufkraft: Verbleib der Kaufkraft unter der Voraussetzung, dass bei jedem Einkauf gleich viel Geld ausgegeben wird (Fortsetzung)

	Solln [%]		Münchner Süden [%]		Innenstadt [%]		Anderswo [%]	
	1995	2003	1995	2003	1995	2003	1995	2003
Unterhaltungselektronik?	3	15	37	45	52	28	8	12
Spielwaren?	35	39	8	16	47	42	10	3
Schreibwaren?	68	60	5	13	27	24	0	3
Tabakwaren?	60	67	14	13	12	20	14	0
Bilder/-Rahmen?	33	21	18	26	34	30	15	23
Foto?	60	57	17	19	21	16	2	8
Bücher?	52	49	4	15	40	28	4	8
Arzneimittel?	80	90	8	9	6	0	6	1
Drogeriewaren?	78	75	10	21	9	4	3	0
Blumen, Pflanzen?	73	55	19	39	2	1	6	5
Auto/-Autozubehör?	20	21	37	36	13	1	30	42

„In den meisten Sollner Geschäften genießen Sie einen Fachberater-Service. Wie wichtig ist das für Sie?“

	1995	2003
Sehr wichtig	65 %	71 %
Weniger wichtig	24 %	24 %
Unwichtig	11 %	5 %

„Wenn Sie zum Einkaufen in die Innenstadt fahren, welches Verkehrsmittel benutzen Sie?“

	1995	2003
Pkw	27 %	36 %
Bus	46 %	28 %
S-Bahn	61 %	58 %
U-Bahn	67 %	56 %
Fahrrad	5 %	*

* Nicht erhoben

„Wie oft fahren Sie zum Einkaufen in die Innenstadt?“

	1995	2003
Mehrmals in der Woche	4 %	5 %
Einmal pro Woche	15 %	12 %
Mehrmals im Monat	17 %	17 %
Einmal im Monat	33 %	43 %
Seltener	31 %	16 %

„Welche Dienstleistung nehmen Sie üblicherweise wo in Anspruch?“

	Solln [%]		Münchner Süden [%]		Innenstadt [%]		Anderswo [%]	
	1995	2003	1995	2003	1995	2003	1995	2003
Arzt/Zahnarzt?	80	67	27	32	12	17	12	13
Friseur?	51	48	18	23	14	29	19	17
Essen/Gastronomie?	70	69	41	43	44	47	39	68
Textilreinigung?	76	63	21	23	2	3	2	9
Finanzdienstleistung?	62	56	10	13	11	19	12	12
Gartenpflege?	30	20	8	29	0	0	8	5
Sport?	31	17	20	49	6	5	21	12
Reisen?	34	40	12	9	25	25	21	17

„Welche Dienstleistung nehmen Sie üblicherweise wo in Anspruch?“ (Fortsetzung)

	Solln [%]		Münchner Süden [%]		Innenstadt [%]		Anderswo [%]	
	1995	2003	1995	2003	1995	2003	1995	2003
Häusl. Alten-/Krankenpflege?	14	13	1	4	0	0	0	0
Schreinerei?	52	40	9	11	4	0	14	17
Malen/Renovieren?	35	19	14	19	7	3	12	32
Elektroinstallation?	44	56	15	24	4	0	14	21
Sanitär-/Wasserinstallation?	34	40	19	25	6	0	14	20

Kaufkraft

	Solln		Münchner		Innenstadt		Anderswo	
	[%]		Süden [%]		[%]		[%]	
	1995	2003	1995	2003	1995	2003	1995	2003
Arzt/Zahnarzt?	61	52	21	25	9	13	9	10
Friseur?	49	41	18	20	14	25	19	14
Essen/Gastronomie?	36	30	21	19	23	21	20	30
Textilreinigung?	75	65	21	23	2	3	2	9
Finanzdienstleistung?	64	56	11	13	12	19	13	12
Gartenpflege?	66	37	17	54	0	0	17	9
Sport?	39	21	26	59	8	6	27	14
Reisen?	37	43	13	10	27	28	23	19
Häusl. Alten-/Krankenpflege?	93	76	7	24	0	0	0	0
Schreinerei?	66	59	11	16	5	0	18	25
Malen/Renovieren?	51	26	21	26	10	4	18	44
Elektroinstallation?	58	55	19	24	5	0	18	21
Sanitär-/Wasserinstallation?	47	48	26	29	8	0	19	23

„Wie beurteilen Sie die Parksituation in der Innenstadt?“

	1995	2003
Sehr gut	0 %	1 %
Gut	2 %	5 %
Ausreichend	15 %	17 %
Schlecht	83 %	77 %

„An welchem Wochentag waren Sie zuletzt zum Einkaufen in der Innenstadt?“

	1995	2003
Montag	11 %	11 %
Dienstag	22 %	15 %
Mittwoch	6 %	13 %
Donnerstag	23 %	28 %
Langer Donnerstag	18 %	*
Freitag	6 %	17 %
Samstag	8 %	16 %
Langer Samstag	6 %	*

* Nicht erhoben

**„Wenn Sie zum Einkaufen in die Innenstadt fahren:
Was kaufen Sie in der Innenstadt?“**

	1995	2003
Kleidung/Bekleidung/Mode/Textilien/(Damen+Herren)	70 %	65 %
Haushaltswaren/Töpfe	39 %	27 %
Schuhe/Schuhreparaturen	26 %	19 %
Kurzwaren/Handarbeiten	18 %	15 %
Bücher/Literatur/Zeitschriften	13 %	11 %
Wäsche/Unterwäsche/Tischwäsche/Haushaltswäsche	11 %	9 %
CD's	0 %	8 %
Lebensmittel	13 %	8 %
Schreibwaren/Bürowaren	4 %	8 %
Sportartikel/-mode		8 %
Kindersachen, Kinder-kleidung, Spielwaren	11 %	5 %
Geschenkartikel	9 %	4 %
Stoffe	5 %	4 %

„Aus welchen Gründen kaufen Sie diesen Artikel in der Innenstadt?“

	1995	2003
Auswahl	77 %	77 %
Preis	43 %	28 %
In Solln nicht zu haben	5 %	19 %
Sonderangebote	8 %	12 %
Stadtbummel	0 %	9 %
Kurze Wege in der Stadt	0 %	8 %
Besondere/Außergewöhnliche Dinge	0 %	4 %
Vergleichsmöglichkeiten	0 %	4 %
Bessere Qualität	0 %	3 %
Gewohnheit	0 %	1 %
Verschiedenes	6 %	1 %

„Welche der nachstehenden Aussagen treffen Ihrer Meinung nach auf die Sollner Geschäfte zu?“

	1995	2003
In Solln bekommt man alles, was man zum täglichen Leben braucht	76 %	79 %
Manche Geschäfte sind zu teuer	81 %	77 %
Bei manchen Produkten gibt es zu wenig Auswahl	74 %	68 %
Führen gute Qualität	69 %	68 %
Die Geschäfte liegen weit auseinander	37 %	36 %
Man bekommt auch preiswerte Waren	30 %	33 %
Es gibt zu wenig Sonderangebote	37 %	28 %
Man braucht viel Zeit zum Einkaufen	32 %	25 %
Man wird in den Geschäften zu schnell angesprochen	*	13 %

* Nicht erhoben

„In Solln finden ja seit einigen Jahren verschiedene Feste statt. Wie beurteilen Sie diese Feste?“

2003	Besuche ich meist	Finde ich gut	Interessiert mich nicht
Sollner Christkindlmarkt	43 %	43 %	11 %
Sollner Wildsaufest	32 %	39 %	19 %
Sollner Weinfest	17 %	27 %	23 %

Zusammenfassung

- Solln besticht durch Grün - Architektur – Lage.
- Solln hat Probleme durch Durchgangsverkehr – Zersiedelung.
- Solln wird als Wohn- und Freizeit- Erholungsgebiet positiv beurteilt, hat Schwächen als Einkaufsgebiet. Andererseits bekommt man in Solln alles, was man zum täglichen Einkaufen braucht.
- Für viele ist das Warenangebot lückenhaft, insbesondere im Bereich Kleidung und Lebensmittel.
- Nur Backwaren, Arzneimittel, Lebensmittel, Fleisch/Wurst, Drogeriewaren, Schreibwaren, Fotoartikel, Blumen/Pflanzen, Schuhe werden überwiegend (von mehr als 50 % der Bevölkerung) in Solln gekauft. Alle anderen Bereiche werden meist außerhalb Sollns besorgt.
- Dies sind auch die Bereiche, bei denen die Kaufkraft überwiegend in Solln bleibt (Ausnahme: Schuhe). Innerhalb der letzten Jahre ging aus Solln eher etwas Kaufkraft verloren.
- Die Inanspruchnahme von Dienstleistungen erfolgt zwar überwiegend in Solln, doch gibt es deutliche Ausnahmen, so z.B. in der Gartenpflege, beim Sport, beim Malen/Renovieren.
- Gerade bei Dienstleistungen wurde in den letzten Jahren hohe Kaufkraft verloren.
- Der Fachberater-Service in den (meisten) Sollner Geschäften und deren gute Qualität wird sehr geschätzt.
- Im Schnitt fährt man einmal im Monat zum Einkaufen in die Innenstadt, Haupteinkaufstag ist der Donnerstag.
- Verkehrsmittel in die Innenstadt sind S- und U-Bahn, aber auch das Auto, obwohl die Parksituation überwiegend als schlecht beurteilt wird.
- In der Innenstadt werden vorrangig Kleidung, Haushaltswaren, Schuhe und Kurzwaren gekauft.
- Hauptgründe für das Einkaufen in der Innenstadt sind: Auswahl weit an erster Stelle, dann erst Preis, obwohl die meisten Sollner der Meinung sind, manche Geschäfte (in Solln) seien zu teuer.

Erstellung/Auswertung

Sollner Hefte
inma Marketing GmbH
Dr. Hermann Sand
Stridbeckstr. 35
81479 München
www.sollner-hefte.de