



**Stadtteilprojekt Eupen Unterstadt**  
**Aktion 3 des SUN-Projekts „Stärkung der Wirtschaft“**

**„Erstellung eines nachhaltigen wirtschaftlichen Konzepts für den Einzelhandelsstandort Eupen-Unterstadt“**

**NACHFRAGEANALYSE:**

Schriftliche Befragung von Bürgerinnen und Bürgern am **21. Mai 2011** (Haasstraße und Schilsweg) und am **15. Juni 2011** (Haasstraße/Frankendelle vor dem Wochenmarkt) zum Thema Einzelhandel, Nahversorgung, wirtschaftliche Merkmale und Ergänzungswünsche

**Auswertung und Ergebnisbericht**

Diese Publikation zum Thema „Nachfrageanalyse“ im Rahmen des „nachhaltigen wirtschaftlichen Konzeptes für den Einzelhandelsstandort Eupen Unterstadt“ ist Bestandteil der Projektarbeiten im Aktionsfeld 3 „Stärkung der Wirtschaft“ des euregionalen Interreg IV-A-Projekts „SUN“ Sustainable Urban Neighbourhoods.

Kopien und Vervielfältigungen sind nur mit Zustimmung des Herausgebers und mit Quellenangabe erlaubt:

© Herausgeber: PROJEKTPLAN – Wirtschafts- und Regionalberatung, Aachen 2011

Autoren: Johannes Burggraef M.A. und Thomas Philipp M.A.

Adresse: Elsenborn 51, 52072 Aachen

Tel.: +49(0)241-406111 / Fax: +49(0)241-406118

Mail: [info@projektplan-consulting.de](mailto:info@projektplan-consulting.de)

[www.projektplan-consulting.de](http://www.projektplan-consulting.de)

## 1) Ziel und Methode der Befragung

Ziel der Befragung war es zum einen, die **Bürgerwünsche und -vorstellungen** zum Thema Einzelhandel und Nahversorgung in der Eupener Unterstadt mittels standardisiertem Fragebogen und in Form von Interviews im Kernbereich der Unterstadt zu ermitteln.

Zum anderen zielte die Befragung darauf ab, die bereits vorhandenen und ausgewerteten Datensätze zu erweitern, um auf diese Weise bereits ermittelte Erkenntnisse zu untermauern, evtl. auch zu relativieren und damit den Erkenntnisgewinn noch weiter zu erhöhen. Schließlich diente die Befragung auch dazu, im Rahmen der Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes die Nachfrageanalyse zu fundieren, indem neben Herkunft, Einkaufswünschen eben auch die Veränderungspotenziale mittels einer Befragung der Konsumenten ermittelt werden sollten.

Innerhalb des SUN-Projektes war dies bereits die dritte bzw. vierte Befragung. Sie ergänzen die beiden Befragungen vom:

- ◆ 20. März 2010, an der sich 48 Bürgerinnen und Bürger im Anschluss an die Stadtteilbegehung beteiligten (siehe hierzu den Bericht „Auswertung und Ergebnisbericht“, herausgegeben vom SUN-Infobüro, Eupen Unterstadt, April 2010; download unter [www.projektplan-consulting.de](http://www.projektplan-consulting.de)), und vom
- ◆ 16. Juni 2010, hier wurden Besucherinnen und Besucher des Wochenmarktes der Unterstadt direkt vor Ort befragt. Die Interviews auf dem Wochenmarkt wurden sowohl auf dem eigens zu diesem Zweck von der Stadt zur Verfügung gestellten Marktstand sowie auf dem Platz selbst geführt. Die überwiegende Anzahl der Befragten wurde auf dem Wochenmarkt direkt angesprochen, nur wenige kamen selbstständig an den Infostand, um sich zu informieren.

### **Bei der nun vorliegenden Auswertung der Befragung vom 21. Mai und 15. Juni 2011 haben sich insgesamt 72 Bürgerinnen und Bürger beteiligt.**

- ◆ Die erste Befragung konzentrierte sich auf die beiden Kernbereiche mit Geschäften in der Haasstraße bzw. Schilsweg.
- ◆ Bei der zweiten Befragung wurden die Besucher des Wochenmarktes interviewt, wobei bewusst der Eingangsbereich des Marktes Haasstraße/Frankendelle gewählt wurde, um primär Menschen aus der Unterstadt zu befragen.

Bei Befragungen auf dem Wochenmarkt selber trifft man auch auf viele Einkäufer/-innen aus den Nachbargemeinden. Diese sollten bei der vierten Befragung vom 15. Juni 2011 nicht mehr primär interviewt werden, da sie bereits bei der zweiten Befragung berücksichtigt worden und das Gesamtergebnis sonst verzerren könnten.

Die im Folgenden wiedergegebene Auswertung der Befragung orientiert sich an der Reihenfolge der gestellten Fragen, die zum besseren Verständnis immer erst im Wortlaut angegeben werden.

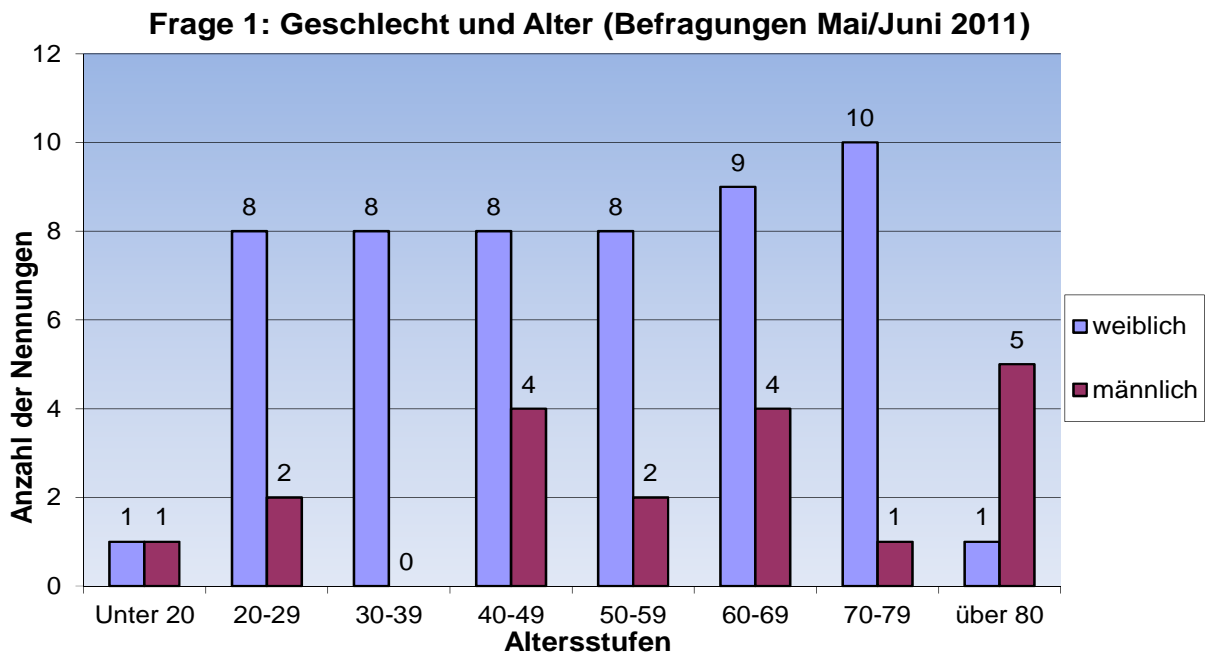


## 2) Auswertung

### a) Frage 1: Wie ist ihr Geschlecht: m/w, und das Alter: \_\_ Jahre

Frage 1 Geschlecht und Alter				
Alter	weiblich	männlich	o. G.	Summe
Unter 20	1	1		2
20-29	8	2		10
30-39	8	0		8
40-49	8	4		12
50-59	8	2		10
60-69	9	4		13
70-79	10	1		11
über 80	1	5		6
o. A. = ohne Altersangabe				
o. G. = ohne Geschlechtsangabe				
<b>Summe</b>	<b>53</b>	<b>19</b>		<b>72</b>

Es zeigt sich, dass der Einkauf – wie auch bei den anderen beiden Befragungen bereits festgestellt wurde – **überwiegend von Frauen** übernommen wird. Lediglich bei den über 80-jährigen ist bei den Befragten der Anteil von Männern gegenüber Frauen bei dieser Befragung höher. Dies kann natürlich Zufall sein, interessant ist aber doch, dass sich ältere Männer, vielleicht weil sie bereits verwitwet sind, auch selber um den Einkauf kümmern (müssen). Bemerkenswert ist zudem, dass sich bei den weiblichen Befragten bis auf zwei Rangstufen (unter 20 und über 80), nahezu eine Gleichverteilung ergibt. Dies zeugt davon, dass sich die **Einkaufspotenziale nicht auf eine einzige oder wenige Altersstufen konzentrieren**, sondern vielmehr Bürgerinnen jeden Alters in der Unterstadt einkaufen gehen.



**b) Frage 2: Wie ist ihre Verbindung zur Unterstadt?**

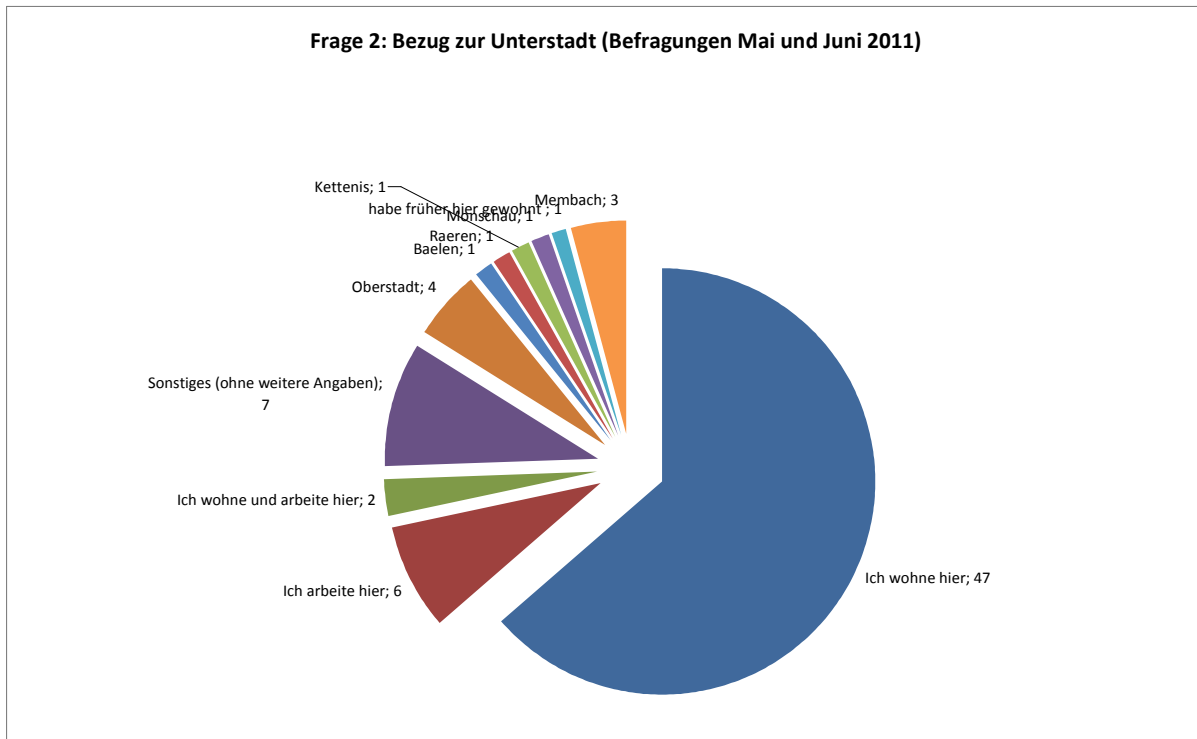
<b>Frage 2: Verbindung zur Unterstadt (sortiert)</b>	
Ich wohne hier	47
Ich arbeite hier	6
Ich wohne und arbeite hier	2
Sonstiges (ohne weitere Angaben)	7
Sonstiges (mit weiteren Angaben)	
Oberstadt	4
Baelen	1
Raeren	1
Kettenis	1
Monschau	1
habe früher hier gewohnt	1
Membach	3
	74
Doppelnennung	-2
Summe	72

Es zeigt sich, dass die Mehrheit in dieser Umfrage zur **Wohnbevölkerung** gehörte. Eine geringe Zahl der Befragten arbeitet bzw. arbeitet und wohnt in der Unterstadt.

Weiterhin ist anzumerken bzw. herauszustellen, dass bei jeder Befragung Menschen aus anderen Stadtteilen bzw. angrenzenden Gemeinden in der Unterstadt – vor allem am Markttag - einkaufen gehen.

Bei der Befragung vor Ort ist zudem aufgefallen, dass eine Reihe von Geschäften (z. B. Metzgerei, Blumengeschäft) per PKW, angefahren werden. Auch nicht ausführlich interviewte Personen (die etwa aus Zeitgründen an der Befragung nicht teilnehmen konnten) gaben an, dass Sie einen Standortvorteil der Unterstadt in der **günstigen Parkplatzsituation** sehen (Vgl. auch Frage 7)

**Die Unterstadt ist derzeit vor allem wegen des Wochenmarktes für Kunden aus an anderen Stadtteilen bzw. Gemeinden attraktiv.**



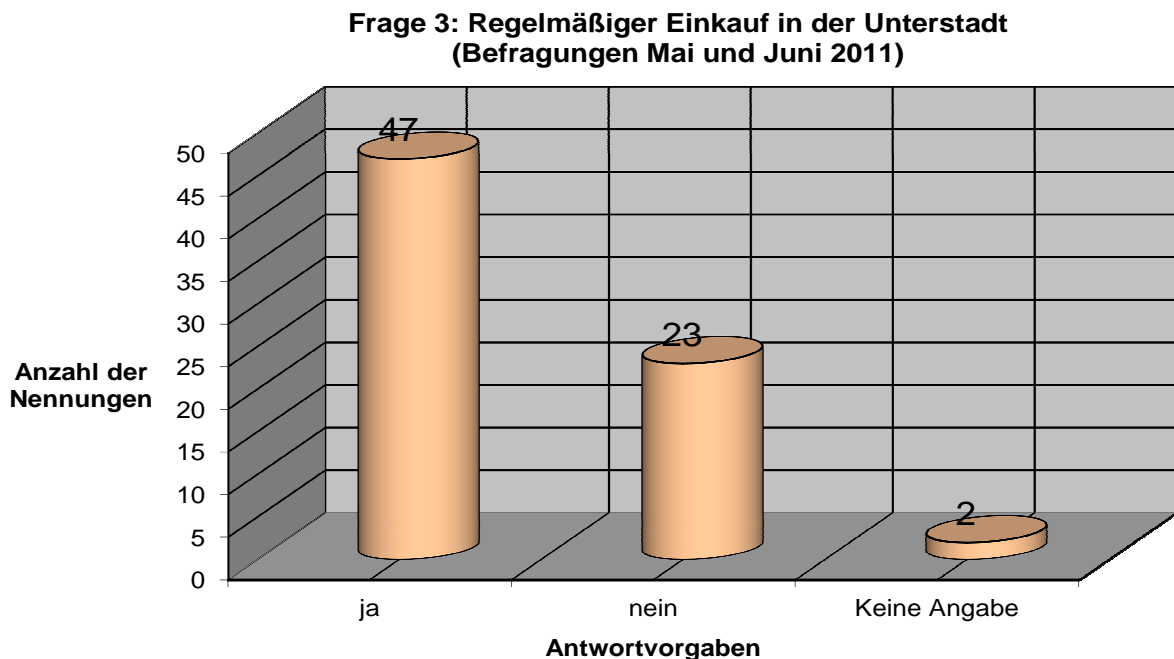
**c) Frage 3: Kaufen Sie regelmäßig in der Unterstadt ein?**

Frage 3: Regelmäßiger Einkauf in der Unterstadt			
	ja	nein	Keine Angabe
Anzahl der Nennungen	47	23	2

Die Frage nach einem regelmäßigen Einkauf in der Unterstadt wurde von der Mehrheit bejaht, wobei an dieser Stelle noch nicht nach der Art des Einkaufs gefragt wurde. Viele der Befragten wiesen in diesem Zusammenhang darauf hin, dass Sie zum einen gerne in der Unterstadt einkaufen und zum anderen auch noch mehr hier ein einkaufen würden, wenn das Angebot größer wäre.

Dass **rund 2/3 der Befragten** angaben, in der Unterstadt regelmäßig einzukaufen, legt eine gewisse Verbundenheit mit dem Standort nahe. Wenn man zudem die geringe Zahl von Geschäften berücksichtigt, die eine fußläufige Nahversorgung in der Unterstadt nicht möglich machen, ist die positive Beantwortung der Frage 3 umso erfreulicher.

Auch wenn sich aus dem Faktum der Regelmäßigkeit selbst keine validen Einkaufsgewohnheiten ableiten lassen, so haben doch alle Befragungen gezeigt, dass dieser Wert relativ hoch und stabil ist. Auch bei der Befragung im letzten Jahr gaben rund 60% der Befragten an, in der Unterstadt regelmäßig einzukaufen. Dass hier auch solche Einkäufer mitgezählt werden, die aus anderen Gemeinden kommen, ist in diesem Zusammenhang keine Verzerrung der Daten. Im Gegenteil, **es ist zu vermuten, dass bei einer höheren Geschäftsdichte, die Unterstadt noch mehr Kunden aus der Oberstadt oder anderen Stadtteilen anlocken könnte.**



**Frage 4: Was und wo (im Geschäft und/oder auf dem Wochenmarkt) kaufen Sie hier in der Hauptsache ein? Mehrfachnennungen möglich:**

Frage 4: Was kaufen Sie in der Hauptsache ein? (sortiert, <b>Mai 2011</b> )			
Wareneinkauf: Geschäfte		Wareneinkauf: Markt	
Brot / Kuchen	21	Gemüse/Obst	9
Wurst/Fleisch	17	Brot / Kuchen	4
Blumen	13	Zeitungen	4
Apotheke	9	Wurst/Fleisch	4
Lebensmittel	6	Blumen	3
Friseur	2	Lebensmittel	3
Gemüse/Obst	2	Fisch	2
Friseur	2		
Fisch	2		

Frage 4: Was kaufen Sie in der Hauptsache ein? (sortiert, <b>Juni 2011</b> )			
Wareneinkauf: Geschäfte		Wareneinkauf: Markt	
Brot / Kuchen	16	Gemüse	31
Blumen	11	Wurst/Fleisch	25
Wurst/Fleisch	5	Brot/Kuchen	23
Zeitung	5	Blumen	16
Apotheke	2	Lebensmittel	9
Gemüse	1	Fisch	7
Eisdiele	1	Drogeriewaren	1
Friseur	1		

Die beiden Tabellen geben an, in welchen Geschäften der Unterstadt die Bürgerinnen und Bürger hauptsächlich einkaufen und für welche Waren sie den Wochenmarkt aufsuchen.

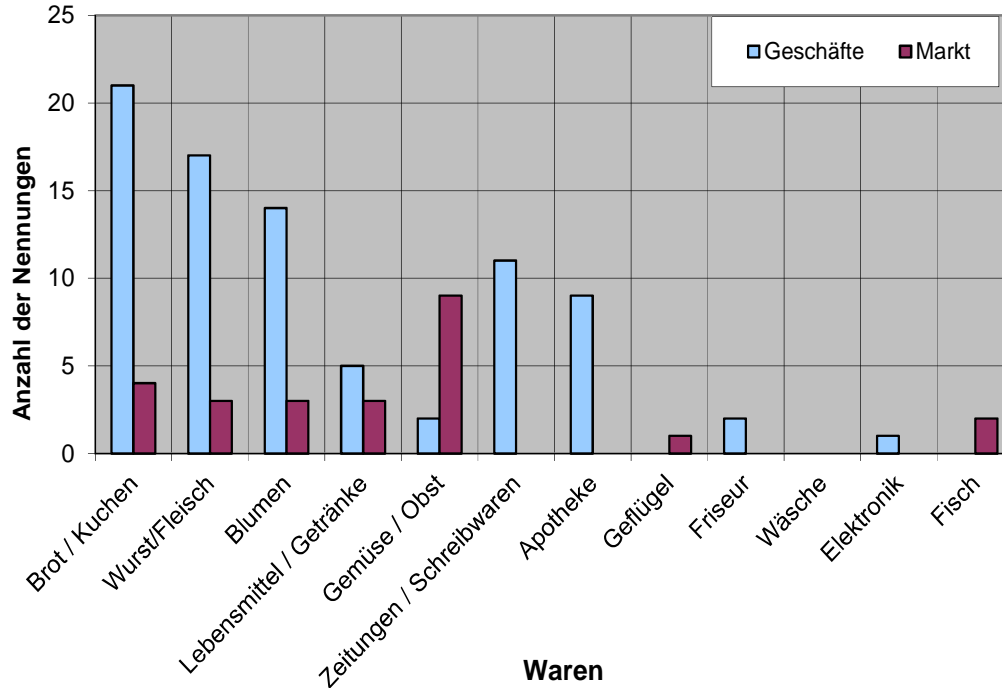
Bei dem Vergleich der beiden Befragungen (Wareneinkäufe Geschäfte) wird deutlich, dass Lebensmittel des täglichen Bedarfs (Brot und Fleischwaren) bei den Einkäufen im Vordergrund stehen. Das ist zwar an sich nicht sonderlich überraschend. Immerhin wird aber dadurch deutlich, dass die Fachgeschäfte etabliert sind und einen festen Platz in der Käufergunst haben.

Vergleicht man die beiden Umfragen (Mai/Juni 2011) wird ferner deutlich, dass bei Befragungen am Markttag die Menschen stärker an dem Warensortiment des Wochenmarktes orientiert sind. So sind die Werte für Gemüse, Fleisch Brot etc. insgesamt deutlich höher als bei der Befragung an einem Nicht-Markttag. Dies wird auch anhand der beiden nachfolgenden Schaubilder noch einmal deutlich. Während im Mai die hellblauen Farben überwiegen (Einkäufe in Geschäften, nach Häufigkeit sortiert), sind im Juni, als die Befragung im Zugangsbereich des Wochenmarktes durchgeführt wurde, die dunkelvioletten Balken (Einkäufe auf dem Markt, sortiert nach Häufigkeit) im Übergewicht. Dass die Werte für Gemüse, Wurst/Fleisch und Brot/Kuchen bei Einkauf auf dem Wochenmarkt stark erhöht sind, erklärt sich zum einen daraus, dass es – außer im Geschäft ‚Tante Emma‘ – kein Gemüse in der Unterstadt einzukaufen gibt.

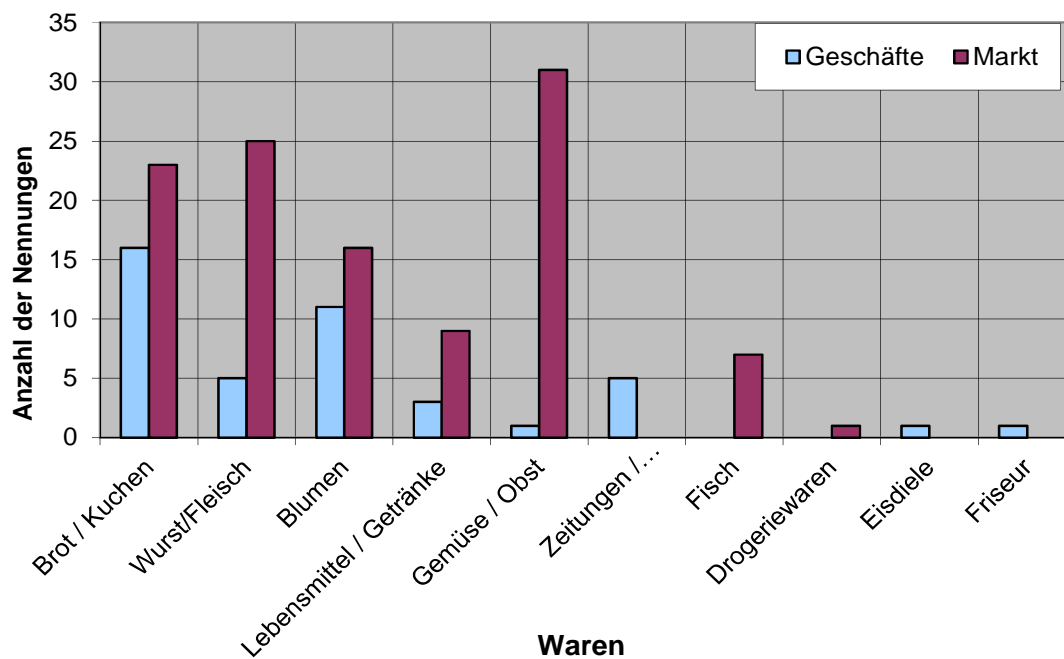
Bei Metzgerei- und Bäckereiprodukten schätzen die Kunden, wie alle Umfragen belegen (vgl. Frage 5), auch eine Vielfalt von Anbietern im gleichen Geschäftssegment bzw. Produktbereich. Die Kunden wünschen mit anderen Worten **Wahlmöglichkeiten** zwischen verschiedenen Metzgereien, Bäckereien etc. Nachfolgend die Graphiken zum Thema ‚Wareneinkauf im Vergleich‘.

## Wareneinkauf im Vergleich

Frage 4: Was kaufen Sie hauptsächlich ein? (Mai 2011)



Frage 4: Was kaufen Sie hauptsächlich ein? (Juni 2011)

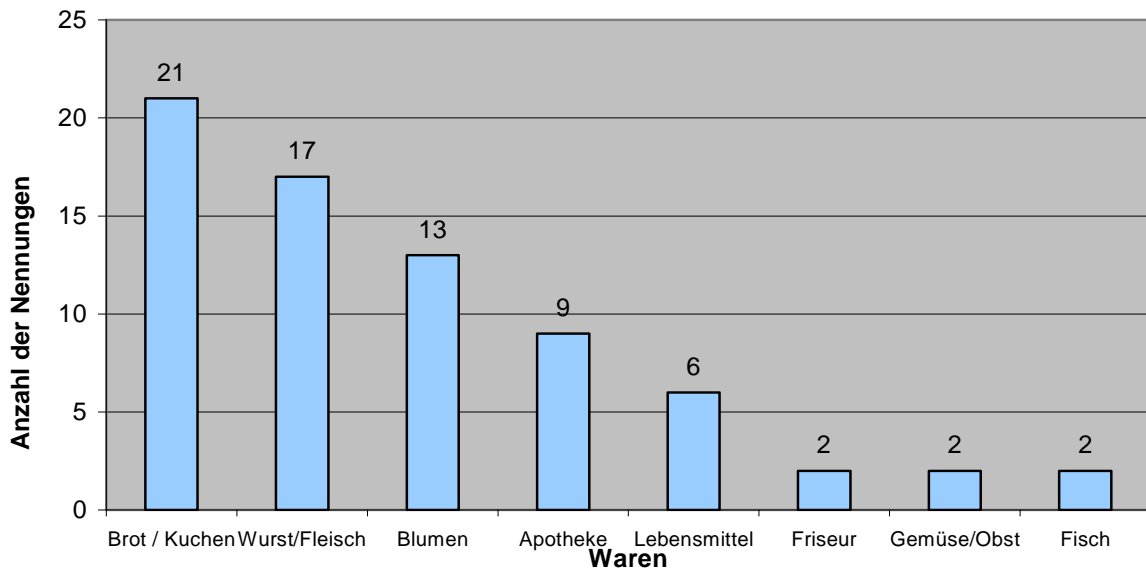


Ergänzend zu den vorherstehenden Graphiken werden im Folgenden noch zwei Diagramme aufgeführt, in denen „Einkauf Geschäft“ und „Einkauf Markt“ separiert angegeben sind.

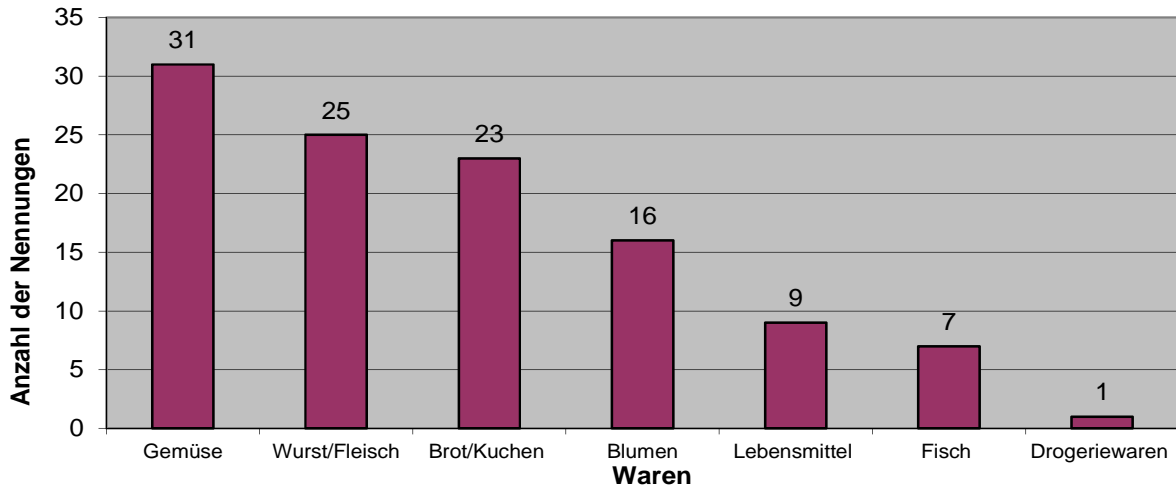
Hieraus wird ersichtlich, **dass die Bürger die jeweiligen Einkaufsmöglichkeiten vor Ort nutzen.** Bei Einkäufen in den Geschäftsstraßen werden auch Besorgungen bei der Apotheke und/oder das Angebot des Blumengeschäftes genutzt.

Die Einkäufer am Mittwoch sind hingegen stärker an der Angebotspalette auf dem Wochenmarkt orientiert. Hier haben dann Gemüse und Wurst/Fleischwaren eine hohe Rangstellung, weil Gemüse in breiter Vielfalt sonst nirgendwo anders in der Unterstadt zu erwerben ist, aber auch Backwaren werden häufig genannt. Dies liegt u. a. daran, dass es für ältere, mobilitätseingeschränkte Menschen der Bäckereistand auf dem Wochenmarkt besser zu erreichen ist als das Bäckereigeschäft im Schilsweg. Auch der frische Fisch ist für einen Teil der Einkäufer von Bedeutung und wird in allen Umfragen ‚unter der Rubrik Einkäufe ‚Sonstiges‘ eigens benannt.

### Wareneinkauf/Geschäfte Mai 2011

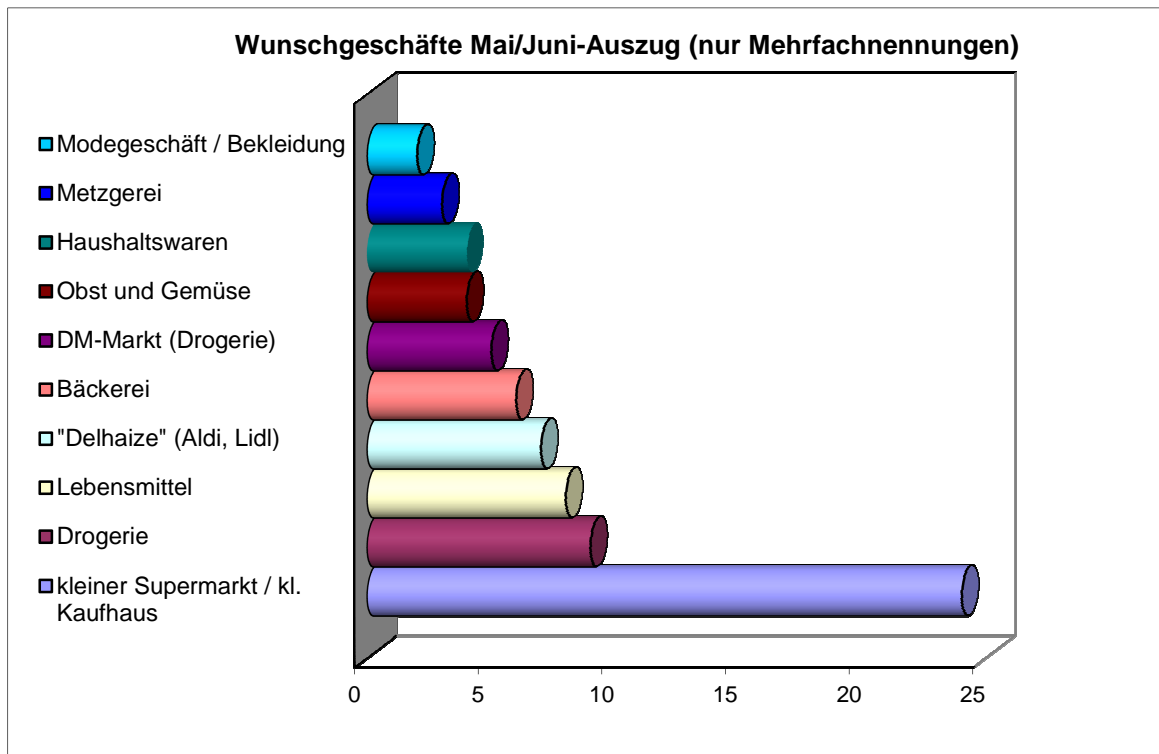


### Frage 4: Was kaufen Sie wo vor Ort ein (Befragung Juni 2011)



**d) Frage 5: Angenommen, Sie könnten sich zwei neue Geschäfte wünschen (Supermarkt ausgenommen), um dort einkaufen zu können, welche wären es?**

Bei dieser Frage waren freie Nennungen möglich, das heißt, die Interviewten konnten gezielt die Geschäfte benennen, die sie am meisten wünschen. In dem nachfolgenden Diagramm sind alle Nennungen enthalten, die – beide Befragungen zusammen genommen – mehr als einmal genannt wurden.



**Die in der freien Nennung genannten Wünsche für Nahversorgungsangebote sind besonders im Bereich der Lebensmittelversorgung signifikant.**

An erster Stelle wird als Wunsch der (kleine) Supermarkt genannt, obwohl die Fragestellung dies eigentlich ausgeschlossen hatte. Explizit werden zusätzlich die Filialisten Aldi, Lidl und Delhaize angegeben. Aber auch andere Waren zur täglichen Versorgung mit Lebensmitteln werden gewünscht: Drogerie, Obst und Gemüse sowie Haushaltswaren, Metzgerei. Über Waren des täglichen Bedarfs hinaus wurde das Modegeschäft/Bekleidung genannt.

Auffällig ist, dass der Supermarkt / kleines Kaufhaus bei allen Umfragen mit deutlichem Abstand vor allen anderen Nennungen liegt. Selbst bei Ausschluss dieser Nennung wird von den Interviewten dieser Wunsch genannt. Dies macht deutlich, wie groß diesbezüglich der Bedarf in der Unterstadt ist.

Ein Interviewter gab bei einer anderen Frage (vgl. Frage 10) an: **„Endlich ein Supermarkt“**. Diese Aussage steht gewissermaßen für den dauerhaften Wunsch der Bevölkerung. Dass nach Jahren des Stillstands nun in absehbarer Zeit mit dem Neubau an der Malmedyer Straße auch die Einrichtung eines kleinen Supermarktes vorgesehen ist, wird viele Unterstädter erfreuen.

Davon unberührt bleiben natürlich die Wünsche nach mehr Fachgeschäften. In der nachfolgenden Übersicht sind alle die Wünsche angegeben, die nur einmal genannt wurden. Aus dem Umstand dieser begrenzten Benennung darf nicht geschlossen werden, dass die Wünsche irrelevant sind. Bei Frage 5

gab es die Möglichkeit 2 weitere Wunschgeschäfte anzugeben. **Für viele hat die Nahversorgung derart Priorität**, dass für weitere Fachgeschäfte sozusagen keine Nennmöglichkeit besteht. Dies wird auch daran deutlich, wenn man die Frage 7 berücksichtigt. Hier wird mit großem Abstand angemerkt, dass es in der Unterstadt **zu wenig Fachgeschäfte** gibt, weshalb die Bewohner entsprechend in der Oberstadt oder anderen Gemeinden bzw. umliegenden Städten einkaufen gehen.

<b>Frage 5: Wunschgeschäfte (freie Nennung)</b>	
Post	1
Käsegeschäft	1
"Tante Emma-Laden"	1
Autohandel	1
Café	1
Elektrogeschäft	1
Boutique für ältere Menschen	1
Schuhgeschäft	1
Tankstelle mit Barbezahlung	1
Kinder-Second-Hand-Laden	1
Haushaltswaren	1
Supermarkt, speziell für Ältere	1
Kolonialwarengeschäft	1
Friseur für Herren	1
Bank	1
Videothek	1

Die Übersicht ist Ausdruck **individueller Wünsche**, allerdings gibt es durchaus Anhaltspunkte für Vorstellungen mit allgemeiner Bedeutung. So wird etwa zweimal auf **Angebote für ältere Menschen** hingewiesen. Wenn man die Altersstruktur und topographische Lage der Unterstadt berücksichtigt, so wird deutlich, dass eine Nahversorgung gerade für ältere Menschen sehr erschwert ist.

Auch Einkaufsmöglichkeiten für junge Familien mit Kindern sind nur begrenzt gegeben. Das kann man auch daran ablesen, dass es bei der Altersstruktur der Interviewten bestimmte Altersstufen nur wenig berücksichtigt werden konnten (siehe Frage 1).

Ohne eigenen PKW ist der Einkauf von der Unterstadt aus beschwerlich, weil man entweder zu Fuß erst einmal den recht steilen Olengraben oder den Hassberg überwinden muss, um zu Geschäften in der Oberstadt zu gelangen. Selbst wenn man den öffentlichen Nahverkehr benutzt, ist eine unbeschwerte Nahversorgung nicht möglich, weil keine direkte Busverbindung zwischen den Einkaufszentren der Unter- und Oberstadt besteht, wie einige Interviewte betonten.

#### **e) Frage 6: Sind Sie mit dem Standort des Wochenmarktes zufrieden?**

Diese Frage wurde in den Katalog aufgenommen, da in einigen zuvor durchgeführten Interviews mit Bürgern und Unternehmern eine gewisse Unzufriedenheit mit dem jetzigen Standort an der Ecke Haasstraße, Frankendelle geäußert wurde. Zum Teil wurde der frühere Standort am Schilsweg favorisiert oder aber ein zukünftiger am sogenannten „Scheiblerplatz“, dem noch zu bauenden neuen Platz nach Abriss der Schule.

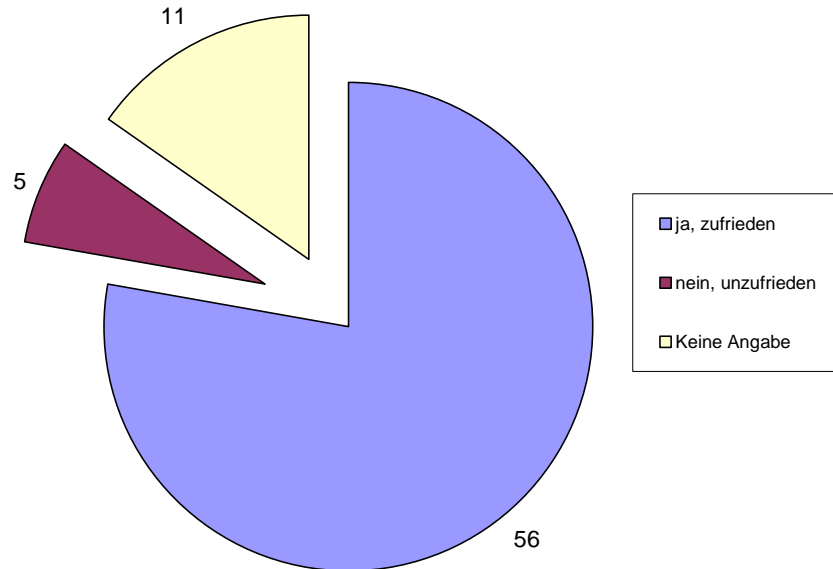
Bei den konkreten Befragungen zeigte sich jedoch eine überwältigende Mehrheit davon überzeugt, dass der Standort gut sei. Aus Sicht der Marktkäufer ist dies durchaus plausibel, weil der Wochenmarkt für die Unterstädter fußläufig und die ‚Auswärtigen‘ per PKW gut zu erreichen ist.

Allerdings ist zu bedenken, dass es durch den derzeitigen Standort nicht zu nennenswerten Effekten des Wochenmarktes auch für die vorhandenen Einzelhandelsgeschäfte kommt, da externe Käufer, so jedenfalls der Eindruck, nicht die Geschäfte der Unterstadt frequentieren. Womöglich könnte ein **Standort gefunden werden, der einerseits den auswärtigen Kundeninteressen gerecht**

**wird, andererseits aber auch ermöglicht, die Unterstadt insgesamt sowie die ansässigen Geschäfte zu stärken,** so dass also eine Win-Win-Situation erzielt wird.

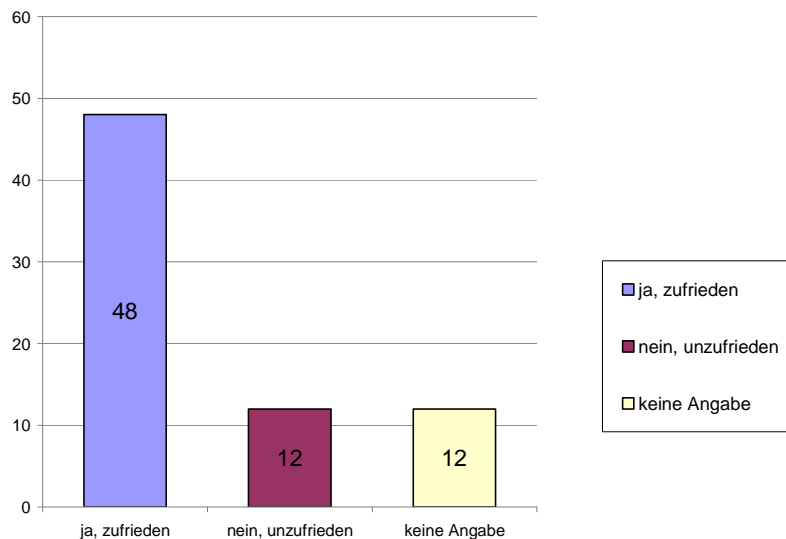
Es ist somit zu überlegen, ob trotz der hohen Zufriedenheit mit dem derzeitigen Standort auf dem Parkplatz an der Frankendelle nicht ein in das Geschäftsleben besser integrierter Standort in der Unterstadt zu wählen ist.

**Zufriedenheit mit dem Standort des Wochenmarktes (Befragungen Mai/Juni 2011)**



Eine Zusatzfrage zum Wochenmarkt zielte darauf ab, die **Zufriedenheit mit dem Warensortiments auf dem Wochenmarkt** zu eruieren. Hier zeigt sich, dass auch hier eine große Mehrheit mit dem Warenangebot zufrieden ist. Allerdings waren immerhin rund 16 Prozent mit dem Sortiment nicht zufrieden. Dies rührt vermutlich aber auch indirekt daher, dass die Einkaufsmöglichkeiten in der Unterstadt derart eingeschränkt sind, dass die Erwartungen bezüglich des Wochenmarktes dann umso größer sind.

**Zufriedenheit mit dem Warenangebot des Wochenmarktes (Befragungen Mai/Juni 2011)**



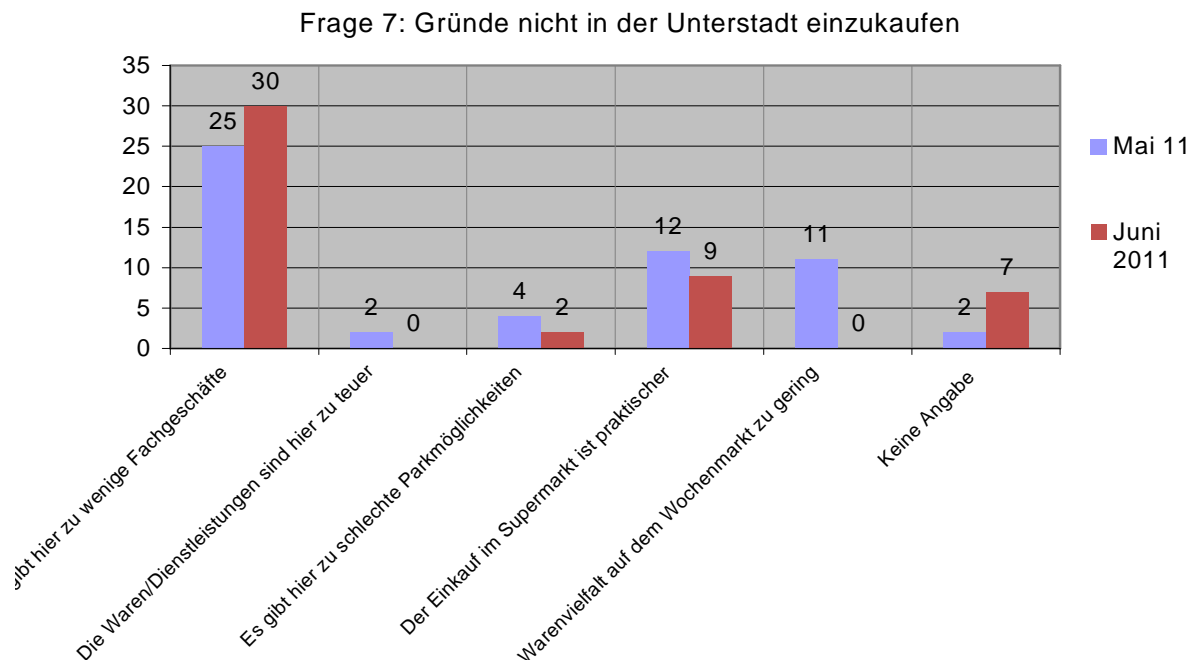
f) **Frage 7: Woran liegt es, dass Sie nicht regelmäßig in der Unterstadt einkaufen?**

Konsumentenbefragung Gründe Nicht-Einkaufen	Mai 11	Juni 2011
Es gibt hier zu wenige Fachgeschäfte	25	30
Die Waren/Dienstleistungen sind hier zu teuer	2	0
Es gibt hier zu schlechte Parkmöglichkeiten	4	2
Der Einkauf im Supermarkt ist praktischer	12	9
Die Warenvielfalt auf dem Wochenmarkt ist zu gering	11	0

Die Auswertung bestätigt die Aussagen, wonach die Konsumenten einen **erheblichen Mangel an Fachgeschäften** feststellen. Zudem wird deutlich, dass Praxisaspekte beim Einkauf durchaus eine Rolle haben. In Zeiten, die viel Hektik und Stress für die Menschen mit sich bringen, hat ein praktischer Einkauf bei einigen Befragten durchaus einen hohen Stellenwert.

Interessant ist, dass alle Werte – zumindest der Tendenz nach – relativ nahe aneinander liegen. Nur bei dem letztgenannten Aspekt ‚Warenvielfalt auf dem Wochenmarkt‘ gibt es deutliche Unterschiede. Während im Mai 2011 11 Personen die Warenvielfalt bemängeln, ist im Juni niemand dabei, der diese Ansicht auch vertritt. Das liegt womöglich daran, dass in der zweiten Befragung der Wochenmarkt geöffnet war und sich jeder über das Warenangebot vertraut machen konnte. Sind die Menschen hingegen in den Geschäftsstraßen der Unterstadt unterwegs, rücken die Mängel bei der Nahversorgung mehr ins Blickfeld. Ausgehend von dem Faktum zu weniger Fachgeschäfte werden die Defizite stärker herausgehoben und der Wochenmarkt gerät damit hier sozusagen mit in den Sog der Kritik.

Im Folgenden sind die Ergebnisse beider Umfragen in einem Diagramm übersichtlich zusammen gefasst.



Als „sonstige Gründe“, nicht in der Unterstadt einzukaufen wurden folgende Kommentierungen angegeben:

***Freie Nennungen ...***

- ◆ aber ich finde es auch wichtig, die Geschäfte vor Ort zu unterstützen
- ◆ auf dem Wochenmarkt fehlen Händler mit gleichen Sortimenten
- ◆ kaufe Lebensmittel in der Oberstadt
- ◆ schlechte Busverbindungen zur Oberstadt
- ◆ Alte Menschen können sich hier nicht versorgen
- ◆ Gerade für Ältere schwieriger Einkauf
- ◆ Auch die Oberstadt hat zu wenig Geschäfte
- ◆ arbeite woanders und kaufe dort ein
- ◆ Viel zu wenig für ältere Bürger
- ◆ ..."kenne mich hier zu wenig aus..."
- ◆ Nur einmal im Monat hier
- ◆ Häufig auf der ‚Durchreise‘, wohne in Büttgenbach
- ◆ ...kaufe wenig ein
- ◆ Wenn es mehr Geschäfte gäbe, würde ich hier einkaufen

Zusammenfassend lässt sich aus den „sonstigen Gründen, nicht in der Unterstadt einzukaufen“, herauslesen, dass gerade **für die Zielgruppe ältere Menschen die Unterstadt kein attraktiver Einkaufsstandort** ist. Während ein Konsument die Oberstadt als Alternative sieht, betont ein anderer, dass auch dort die Einkaufsmöglichkeiten zu gering sind.

Ebenso interessant ist, dass der ein oder andere Konsument sehr wohl im Blick hat, dass es wichtig ist, bei den verbliebenen Geschäften in der Unterstadt einzukaufen, weil diese sonst zukünftig möglicherweise auch noch schließen werden.

**g) Frage 8: Was aus der Unterstadt würden Sie besonders empfehlen?**

<b>Was aus der Unterstadt würden Sie besonders empfehlen? (maximal 5 Antworten)</b>	<i>Anzahl Nennungen (sortiert nach Häufigkeit)</i>
Restaurants	28
Bäckereien / Cafés	27
Apotheken	14
Schreibwaren, Zeitschriften, Tabak	14
Metzgereien	14
Kneipen / Gaststätten / Imbisse	10
Friseure	9
Pflanzen- und Blumengeschäfte	5
Ärzte	3
Reise- und Tourismusdienstleister	3
Lebensmittelmarkt	2
Hotelbetriebe / Gästezimmerangebote	2
Elektro- und Medienfachgeschäfte	1
Versicherungs- und Immobilienmakler	1

In der Übersicht sind alle Geschäfte bzw. Dienstleister genannt, die mindestens einmal von den Befragten angegeben wurden. Restaurants und Cafés/Bäckereien führen mit deutlichem Abstand die Liste an. Insgesamt ergibt sich ein **buntes Empfehlungsspektrum**, was insofern sehr positiv ist, als viele Befragte tatsächlich auf Anhieb eine Empfehlung abgeben konnten. Dass auch Ärzte und Dienstleistungsunternehmen genannt werden, ist ebenso positiv anzumerken. Zeigt sich daran doch, dass einige Konsumenten keineswegs nur die Nahversorgung im engeren Sinne im Blick haben, sondern das Geschäfts- und Dienstleistungsspektrum in der Unterstadt kennen.

In der nun folgenden Tabelle konnten eigene „Empfehlungen“ angegeben werden, die nicht in der vorgegebenen Tabelle anzukreuzen waren.

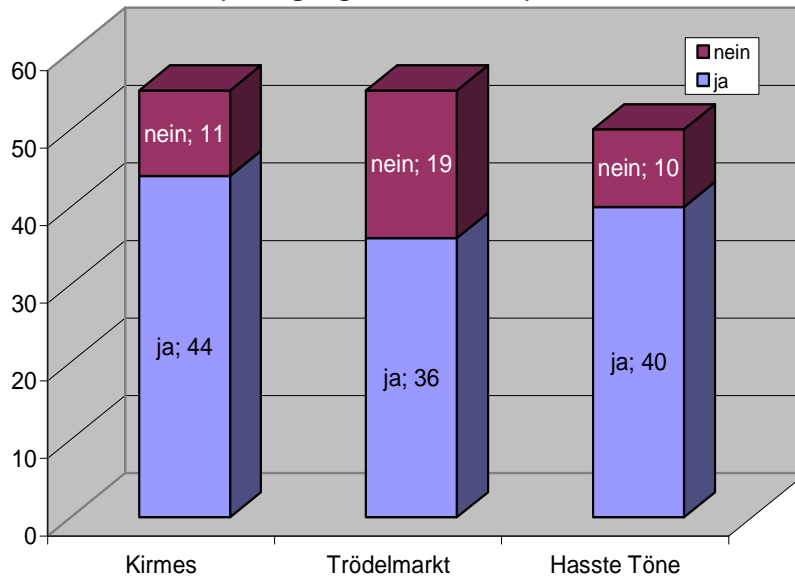
<b><i>Eigene Nennungen (Empfehlungen):</i></b>	<i>Anzahl Nennungen</i>
◆ Eisdielen	4
◆ Gärtnerei	1
◆ Haeserhof	1
◆ Natur	1
◆ Atelier Hütte	1
◆ Sanitätshandwerk Pommeé	1
◆ Elektro Crott (nur Privatkunden)	1
◆ Kindergarten / Schulen	1
◆ Temsepark	1
◆ Gässchen	1

Hier wurde als einzige Mehrfachnennung die Eisdielen genannt. Wenn man bei der Auswertung berücksichtigt, dass der Temsepark derzeit umgestaltet wird und im nächsten Jahr (2012) hier ein Kiosk eröffnet wird, der Hotelbetrieb unlängst eine Außenterrasse eröffnet hat und berücksichtigt, dass die Restaurants Spitzenwerte erhalten, liegt hier durchaus ein Potenzial für die touristische Entwicklung. Denn ohne Verweilmöglichkeiten, etwa zum Kaffeetrinken, ist es schwierig, die Unterstadt für auswärtige Gäste attraktiv zu machen.

**h) Frage 9: Was gefällt Ihnen sonst noch besonders gut am Wirtschaftsstandort Unterstadt, Kirmes, Trödelmarkt und/oder Haaste Töne Festival?**

	ja	nein
Kirmes	44	11
Trödelmarkt	36	19
Hasste Töne	40	10

**Frage 9: Was gefällt Ihnen besonders gut in der Unterstadt?  
(Befragung Mai/Juni 2011)**



Die Übersicht gibt Aufschluss darüber, wie die vorhandenen **sozio-kulturellen Einrichtungen** und Veranstaltungen eingeschätzt werden. Darüber hinaus kann sie auch Hinweise darauf geben, in wie weit die genannten Events zur **Identitätsfindung** beitragen.

Die Unterstädter Kirmes ist dabei die traditionsreichste und älteste Einrichtung. Allein schon deshalb



ist sie für viele Bürgerinnen und Bürger wichtig. Auch der Trödelmarkt findet Anklang, wenn-  
gleich teilweise kritisch angemerkt wurde, dass durch die Stände die Zugänge zu den Geschäf-  
ten eingeschränkt sein können.

Ein Teil der ortansässigen Geschäftsleute hat diese Kritik auch im Zusammenhang mit der  
Kirmes geäußert. Insgesamt werden diesen hier genannten Veranstaltungen aus Sicht der Be-  
fragten gute Noten ausgestellt. Dennoch sind auch die kritischen Stimmen relativ konstant.  
Das heißt mit anderen Worten, es könnte an der einen oder anderen Stelle noch etwas mehr  
Überzeugungsarbeit notwendig sein.

#### **i) Was gefällt Ihnen sonst noch?**

Diese Frage blieb häufig unbeantwortet, ab und an wurde auf den Wochenmarkt verwiesen.  
Aber im Großen und Ganzen sehen die Befragten tatsächlich die drei Veranstaltungen als feste  
Bestandteile des Eventkalenders.

#### **j) Frage 10: Was müsste Ihrer Ansicht nach zur wirtschaftlichen Belebung und höhe- ren Lebensqualität in der Unterstadt verändert werden?**

Die Beantwortung dieser offen gewählten Frage ließ qualitative Äußerungen zu Image und Menta-  
lität, Kritik sowie zu konkreten Vorschlägen zur Verbesserung des Wohn- und Geschäftsumfeldes,  
als auch zu konkreten Wünschen an Infrastruktur und baulichen Veränderungen zu.

Zur besseren Lesbarkeit wurden die genannten Meinungen zu **Oberthemen** gebündelt, **die ge-  
nannten Vorschläge erfolgen im Wortlaut:**

#### **Aussagen zu ... Einzelhandel, Nahversorgung**

- ◆ ... mehr Geschäfte
- ◆ für Ältere mehr Einkaufsmöglichkeiten
- ◆ Tante Emma ist zu teuer
- ◆ mehr Auswahl
- ◆ unbedingt: Lebensmittelgeschäft
- ◆ Generell mehr Einkaufsmöglichkeiten zur Nahversorgung
- ◆ Vor allem die Nahversorgung verbessern, damit man nicht immer mit dem Auto einkaufen muss
- ◆ ... (dass) ältere Menschen einkaufen können
- ◆ Selbst, wenn ein Geschäft käme, z.B. Schmuck, Schuhe, wäre das zu wenig, man will eben mehr Auswahl
- ◆ Endlich Supermarkt
- ◆ Eine bessere Nahversorgung gerade für ältere Menschen wäre gut, früher gab es eine riesige Geschäftsvielfalt
- ◆ andere Öffnungszeiten
- ◆ zweiter Metzger fehlt
- ◆ Supermarkt
- ◆ Mehr Geschäfte
- ◆ Haasstraße mit mehr Geschäften

- ◆ Mehr Geschäfte
- ◆ Bäckerei in der Haasstraße
- ◆ Mehr Vielfalt
- ◆ Insgesamt mehr Vielfalt, auch von gleichen Läden, z.B. zweite Metzgerei

#### **Aussagen zu ... Soziales, Bürgerbeteiligung, Identität, Image**

- ◆ Bessere Sozialstruktur, den Zusammenhalt fördern, sich besser „kennenlernen“
- ◆ Unterstädter sollten sich bemerkbar machen
- ◆ Die Unterstadt ist tot, aber wir hoffen, dass etwas passiert
- ◆ Unterstadt ist vernachlässigt worden
- ◆ Schwer, hier etwas zu verändern
- ◆ Kleinkinderbetreuung
- ◆ Altersgerechtes Wohnen
- ◆ Angebote für Ältere
- ◆ ... freundliche Atmosphäre in der Unterstadt, habe vorher 40 Jahre in der Oberstadt gewohnt, jetzt 22 Jahre hier ...
- ◆ im Prinzip ist es schön hier
- ◆ einfach mehr Leben
- ◆ Kindergarten und Schule sind sehr gut hier, dies sollte man mehr publik machen

#### **Aussagen zu ... Freizeit, Kultur, Sport, Veranstaltungen, Treffpunkte**

- ◆ „Halfpipe“ (Sportanlage für Skater)
- ◆ Kiosk sollte belebt werden
- ◆ ... zu wenig Konzerte in der Unterstadt: die Verteilung zwischen Ober- und Unterstadt sollte ausgeglichener sein ...
- ◆ Mehr Veranstaltungen
- ◆ „Partylocation“
- ◆ Lokal für Jugendliche
- ◆ Mehr Cafés, mehr Terrassen
- ◆ Terrasse wäre auch gut, aber dafür sind die Steuern zu hoch > „Essenzwang“
- ◆ Kirmes nicht in der Stadt, sondern wie in Kelmis auf der Wiese
- ◆ Schöne Terrasse an den Flüssen
- ◆ Kulturveranstaltungen, um mehr Menschen in die Unterstadt zu locken
- ◆ Weser > mehr machen > Kulturveranstaltungen
- ◆ Grillfest
- ◆ Glühweinfest
- ◆ Café fehlt
- ◆ Anlage für Jugendliche: BMX-Bahn

- ◆ Kinderfreundliche Umgestaltung des Temseparks
- ◆ Kinderanimationen im Park
- ◆ Kirmes zu zerstückelt

### Aussagen zu ... **Stadtentwicklung, Wohnumfeld, Infrastruktur, Verkehr, ÖPNV**

- ◆ Mehr Spielplätze
- ◆ Parkplätze
- ◆ Bei Fußballspiel (AS Eupen) schlechte Verkehrsverbindung
- ◆ Bessere Busverbindungen
- ◆ Die Parkmöglichkeiten sind gut, man kann hier die Geschäfte in der Haasstraße gezielt anfahren
- ◆ Talsperre ist sehr schön
- ◆ Busfahren ist für Ältere sehr beschwerlich
- ◆ ... auch touristische Angebote
- ◆ Sauberkeit: zuviel Unkraut
- ◆ Infrastruktur muss stimmen
- ◆ Haasstraße sollte belebter sein
- ◆ ... zu viele Hunde auf den Spielplätzen
- ◆ Bessere Infrastruktur für Ältere
- ◆ Zu viele Hunde - Selterschlag
- ◆ Temsepark neugestalten
- ◆ Selterschlag: der Weg ist nicht schön
- ◆ Wartung der Grünanlagen
- ◆ Talsperre ist schön

Insgesamt liest man aus den gegebenen Antworten ein breites, interessiertes und **auf die tatsächlichen Begebenheiten der Unterstadt orientiertes Themenspektrum** heraus. Die Antworten zielten keineswegs nur auf das zentrale Thema „Einzelhandel“ und dem daraus resultierenden Problem der mangelnden Nahversorgung, sondern viele Befragte nutzten die Möglichkeit, Lob und Kritik zu üben sowie auf konkrete Probleme aufmerksam zu machen und auch Änderungsvorschläge abzugeben.

**Zusammenfassend** lassen sich folgende Ergebnisse zu den vier Themenblöcken feststellen:

- ⇒ Die Antworten, die sich in der freien Nennung mit dem Einzelhandel beschäftigen thematisieren wieder eindeutig (!) die Notwendigkeit zur **Verbesserung der Nahversorgung**. Neben dem Wunsch einer vielfältigeren Geschäftsauswahl wird zudem auf die Bedürfnisse älterer Kunden hingewiesen.
- ⇒ Im Themenblock „Soziales, Identität, Image“, u.a. stellt sich ein eher **ambivalentes Verhältnis** der Befragten zum Standort Unterstadt heraus: Zum Einen werden **positive Merkmale** wie Atmosphäre, Freundlichkeit, gute Schul- und Kinderbetreuung genannt, auf der anderen Seite wird ein zu langer **Stillstand in der (unter-)städtischen Entwicklung** angemahnt: Notwendige Veränderungen in den Bereichen „Altenwohnen“ und Förderung des sozialen Zusammenhalts werden als Handlungsfelder genannt. In diesem Zusammenhang wurde

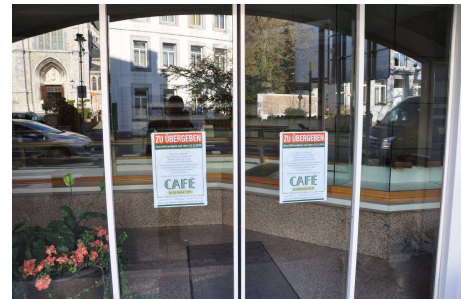
mündlich (nicht im Fragebogen) sehr häufig auf das Problem einer zu starken Zuwanderung und einer daraus resultierenden mangelnden Integration hingewiesen.

- ⇒ Im Bereich „Freizeit, Kultur, Veranstaltungen“ werden sehr praxisorientierte Wünsche geäußert, die den sozialen Zusammenhalt (siehe vorherigen Punkt) fördern sowie ein **besseres Veranstaltungs- und Freizeitangebot für Jung und Alt** realisieren sollen. So wurde mehrfach der Wunsch nach **Treffpunkten im Freien auf Terrassen an den Flussufern** angeregt.
- ⇒ Im Bereich „Stadtentwicklung, Wohnumfeld, Verkehr, etc“ sind die Antworten **recht breit gestreut** und reichen von dem Wunsch nach Spielplätzen über bessere Busverbindungen bis hin zum Wunsch nach mehr Sauberkeit im öffentlichen Raum.

### 3) Fazit

Abschließend lässt sich sagen, dass in der Befragung, die sich primär dem Handel und den Einkaufsmöglichkeiten zugewandt hat, die Potentiale bzw. die Herausforderungen der Unterstadt richtig eingeschätzt werden:

- ◆ **Die mangelnde Vielfalt im Handel** und die daraus resultierende unzureichende Nahversorgung sind natürlich für jeden direkt spürbar. Dies wird auch in allen Befragungen so geäußert und Veränderung angemahnt.
- ◆ Gerade ältere Menschen, aber auch junge Familien können sich nur unzureichend am Wohnort „Unterstadt“ **fussläufig** versorgen.
- ◆ Es **fehlt an Frischeprodukten** sowie an der notwendigen Sortimentsauswahl, die ohne den Wochenmarkt gar nicht erfüllt würde.
- ◆ Allerdings haben viele der Befragten einen sehr **realistischen Blick auf die Möglichkeiten, was neue Geschäftsansiedlungen** anbelangt. So merkte eine Befragte an, dass es zwar schön wäre, wenn es mehr Geschäfte gebe, aber zugleich wies sie darauf hin, dass in der heutigen Zeit, Vergleiche und Auswahlmöglichkeiten erwünscht sind.
- ◆ So wird immer wieder auch darauf verwiesen wird, dass auch eine **Vielfalt in einzelnen Marktsegmenten** gewünscht wird. So wäre es ein Optimum, wenn es **mindestens zwei Metzgereien, Bäckereien** etc. gebe. Da dies die meisten für unrealistisch halten, fokussiert sich auch bei den Umfragen im Mai und Juni 2011 der **Wunsch auf einen kleinen Supermarkt**. Gerade für ältere Menschen wäre es eine große Erleichterung, die Nahversorgung direkt in der Unterstadt sicherstellen zu können.
- ◆ Der gewünschte, aber immer noch fehlende Supermarkt würde zudem die Funktion eines **sozialübergreifenden** Einkaufszentrums bieten, in dem sowohl ärmere, als auch die begüterten Bevölkerungsgruppen einkaufen würden. Bei der Befragung fiel auf, dass die wenigen Lebensmittelfachgeschäfte (Metzgerei, Bäckerei) oftmals von jüngeren Menschen mit



Familie und offensichtlich geringen Einkommen nicht genutzt wurden, weil man diese wohl als zu teuer erachtet und lieber im Discounter einkaufen geht.

- ◆ Die hohe Frequentierung des Wochenmarktes macht deutlich, dass die **Menschen gerne vor Ort einkaufen** (wollen). Die Fach- und Dienstleistungsgeschäfte in der Unterstadt werden auch von Menschen aus anderen Stadtteilen genutzt. Dabei wirkt sich für die Unterstadt positiv aus, dass sie relativ **gute Parkmöglichkeiten** bietet. In einer mobilen Gesellschaft hat die Parkraumausstattung durchaus Gewicht.
- ◆ Gelingt es Stück für Stück die Unterstadt mehr zu beleben, werden sich womöglich auch wieder mehr Geschäfte ansiedeln. Dies ist jedenfalls für viele Unterstädter eine große Hoffnung, auch wenn sie wissen, dass man realistisch bleiben muss.

Die hier dokumentierten Einschätzungen decken sich in überwiegendem Maße mit den bereits im Jahre 2010 durchgeführten Befragungen und den dort genannten Aussagen und deren entsprechenden Auswertungen. Daher verweisen wir in diesem Zusammenhang auf die Gesamtauswertung aus dem Jahre 2010, die unter dem folgenden Link heruntergeladen werden kann:

<http://www.projektplan-consulting.de/images/downloads/gesamtauswertung%20brgerbefragung%20zum%20einkaufsverhalten%20und%20zur%20nahversorgung.pdf>

#### 4) Ausblick

Die hier vorliegende Auswertung der **beiden Befragungen aus dem Jahr 2011** fließt in eine Gesamtauswertung in Kombination der Befragungsergebnisse zum Einzelhandel aus dem **Jahre 2010** (siehe oben).

Diese **Gesamtauswertung von 174 Interviews** findet dann ihren Niederschlag im Zusammenhang einer **umfassenden Nachfrageanalyse**, die im Rahmen des SUN-Projekts „Erstellung eines nachhaltigen wirtschaftlichen Konzepts für den Einzelhandelsstandort Eupen-Unterstadt“ gewertet und mit Handlungsempfehlungen veröffentlicht werden wird.

Eupen, im September 2011