

Exposé zur Bachelorarbeit

Der Bonner Weihnachtsmarkt – Eine empirische Untersuchung zu den Faktoren Einzugsgebiet und Besucherverhalten

Verfasser: Christoph Reimers

Matrikelnummer: 2256751

Betreuer: Prof. Dr. C.-C. Wiegandt

Wintersemester 2014/2015

Geographisches Institut der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn

Ausgangssituation:

Der Bonner Weihnachtsmarkt findet vom 21. November bis zum 23. Dezember auf dem Münsterplatz, dem Bottlerplatz, dem Friedensplatz, den Verbindungen Vivatsgasse und Windeckstraße und in der Poststraße statt. Dabei bildet der Markt einen Anziehungspunkt für eine Vielzahl von Besuchern, welche es in die Bonner Innenstadt zieht. Von diesen können wahrscheinlich nicht nur die Stände auf dem Markt selber profitieren, sondern auch die in der Innenstadt gelegenen Geschäfte und Dienstleister.

Auf ihrer Internetseite wirbt die Stadt Bonn mit dem Slogan „Besucherinnen und Besucher aus Bonn, der Umgebung und dem Ausland genießen in der Vorweihnachtszeit das besondere Flair in der Stadt“. Dieser Slogan beinhaltet schon einen der zentralen Punkte der Arbeit, nämlich die Frage: woher kommen die vielen Besucher des Weihnachtsmarktes?

Es soll also die Frage nach dem Einzugsbereich des Bonner Marktes gestellt werden und somit die, welche räumliche Anziehungskraft der Weihnachtsmarkt entwickeln kann.

Dies ist vor allem im Hinblick auf die Konkurrenzsituation, in der sich der Bonner Markt wiederfindet, interessant. Es finden sich eine Vielzahl von weiteren Weihnachtsmärkten in der Region sowie im weiteren Erreichbarkeitsbereich des Bonner Marktes, die um die Besucher konkurrieren. Hier wären unter anderem der Kölner Weihnachtsmarkt in unmittelbarer Nähe, sowie der Aachener Markt, der sich im Einzugsbereich der Niederländischen Grenze befindet, zu nennen. Aber auch regional hat der Bonner Markt Konkurrenten. Zum einen den Bad Godesberger Nikolausmarkt, den mittelalterlichen Markt in Siegburg sowie den Zusammenschluss der Märkte in Remagen, Sinzig und Bad Breisig, die an einem Wochenende stattfinden. Eine Vielzahl weiterer kleiner Märkte in der Region folgen dem Konzept der Märkte von Remagen, Sinzig und Bad Breisig und finden in einem ähnlichen Zeitrahmen statt.

Fragestellung:

Im Hinblick auf die vielseitigen Möglichkeiten, die eine Befragung auf dem Bonner Weihnachtsmarkt zulässt, sollte die Fragestellung sich nicht nur auf einen Themenbereich beschränken, sondern Spielraum für unterschiedliche Themenfelder offenhalten. Der Arbeit werden zwei übergeordnete Fragestellungen zugewiesen. Diese werden in der räumlichen Auswirkung der Anziehungskraft und dem Potenzial des Besucherverhaltens für den Innenstadtbereich liegen.

Der Weihnachtsmarkt bildet augenscheinlich einen Anziehungspunkt für eine Vielzahl von Menschen. Daher stellt sich die Frage nach den Auswirkungen und Konsequenzen für die Innenstadt. Welches Potenzial hält der Weihnachtsmarkt für die Geschäfte und Dienstleister im Bereich der Innenstadt bereit? Lockt es die Kunden in die Geschäfte oder zieht es sie aus ihnen heraus zum Weihnachtsmarkt? Nutzen die Menschen den Innenstadtbereich ausschließlich, um sich auf dem

Markt aufzuhalten oder kombinieren sie den Besuch, um weiteren Aktivitäten in der Stadt nachzugehen?

Die Fragen dieses Themenfeldes sollen unter dem Begriff des Gesamtpotenzials des Besucherverhaltens zusammengefasst werden. Eine weitere Frage, die sich aufdrängt, ist, woher kommen die Besucher des Marktes? Kommen sie aus der Region oder nehmen sie auch weitere Entfernungen auf sich, um den Markt zu besuchen? Wie lang ist die Aufenthaltsdauer der Menschen, die eine längere Anfahrt auf sich genommen haben? Wie hoch ist ihr Anteil am Gesamtbesucheraufkommen? Kommen sie speziell wegen des Weihnachtsmarktes oder nutzen sie den Aufenthalt in Bonn auch aus anderen Gründen? Diese Fragen zum Einzugsgebiet sollen unter dem Begriff der räumlichen Anziehungskraft des Weihnachtsmarktes zusammengefasst werden.

Den beiden Themenbereichen, Potenzial des Besucherverhaltens sowie räumliche Anziehungskraft, gliedern sich weitere Fragestellungen unter. So sollte beispielsweise bei der Frage nach der räumlichen Anziehungskraft nicht nur danach gefragt werden, woher die Menschen kommen, sondern auch nach der Mobilität, also wie sie zum Weihnachtsmarkt gelangen.

Zusammenfassen lassen sich die einzelnen Themenfelder und Fragen in der übergeordneten Fragestellung: Welche räumliche Anziehungskraft und Potenziale des Besucherverhaltens bildet der Bonner Weihnachtsmarkt für den Innenstadtbereich der Stadt Bonn?

Ziel:

Das Ziel dieser Bachelorarbeit besteht darin, den Bonner Weihnachtsmarkt anhand empirischer Umfragen in seiner räumlichen Ausstrahlungskraft sowie die Einbettung des Besucherverhaltens in die sonstige Nutzung der Innenstadt und damit das Potenzial des Weihnachtsmarktes für die Bonner Innenstadt zu überprüfen.