

„Der Wochenmarkt in Bonn Bad Godesberg – Ausgangspunkt für eine Revitalisierung des Stadtteilzentrums?“

von Sebastian Klein

sklein1@uni-bonn.de

– Eine Zusammenfassung –

Ziel der Untersuchung

Die vorliegende Arbeit hat das Ziel, den Bad Godesberger Wochenmarkt als möglichen Ausgangspunkt von Stadtentwicklungsprozessen zu analysieren. Dabei wurde mit dieser Untersuchung ein gänzlich unberührtes Feld betreten, da zum mobilen Handel auf dem Moltkeplatz keine empirische Datengrundlage vorhanden war.

Der Einzelhandel sieht sich seit längerem Umstrukturierungsprozessen ausgesetzt, die auch in Bad Godesberg Einzug gehalten haben. Neben zu beobachtenden Trading-Down-Effekten gibt es teilweise Leerstände und wenig genutzte Passagen (z.B. Arcadia-Passage, Bad Godesberg). Immer häufiger kommt es zu Ansiedlungswünschen von Discountern bzw. großflächigem Lebensmittel-Einzelhandel. Inhabergeführte Geschäfte existieren nur noch an sehr wenigen Stellen. Gleichzeitig nimmt die Zahl der Filialisten zu. Ein steigender Anteil neuer Vertriebsformen, beispielsweise Internetkauf, stellt eine weitere Herausforderung an den örtlichen Einzelhandel dar. Für den Citykernbereich wird es daher immer schwieriger, Konkurrenzfähigkeit zu erhalten. Ehemalige Vorteile wie Fußläufigkeit, Erreichbarkeit sowie Nutzungsmischung scheinen immer mehr vergessen zu werden bzw. für den Kunden immer weniger ersichtlich zu sein.

Wochenmärkte als ursprüngliche und oftmals kaum wahrgenommene Form des Lebensmitteleinzelhandels haben seit vielen Jahren im Kern der Städte Bestand. Sie trotzen dezentralen Ansiedlungsvorhaben der modernen Lebensmitteldiscounter und fristen oftmals ein unscheinbares Dasein. Auch in Bad Godesberg wird der örtliche Lebensmitteleinzelhandel durch einen Wochenmarkt ergänzt.

Anhand des oben genannten Falles soll herausgefunden werden, welches Potenzial vom Bad Godesberger Wochenmarkt ausgeht und wie dies für die kommunale Planung und Entwicklung zukünftig nutzbar gemacht werden kann. So stellten sich u.a. die Fragen,

- *ob mit dem Wochenmarkt neue Kundengruppen gewonnen werden können, die möglicherweise auch dem stationären Einzelhandel nutzen,*
- *ob der Wochenmarkt als Sortimentergänzung gesehen werden kann oder losgelöst vom stationären Einzelhandel existiert,*
- *wo die Vorteile eines Wochenmarktes aus Sicht der Kunden liegen (Kaufentscheidungsverhalten),*
- *inwieweit der Wochenmarkt den Leitbildern/Idealen der aktuellen Bonner Einzelhandels- und Zentrenkonzepten dienlich ist.*

Vorgehensweise

Zur Darlegung des Potenzials des Bad Godesberger Wochenmarktes wurden drei empirische „Werkzeuge“ gewählt, die der Informationsbeschaffung dienen sollten. Eine „*Paper-Pencil*“-*Befragung* vor Ort sollte die Meinung der Wochenmarktkunden auf dem Moltkeplatz abbilden. Hierzu wurden Fragebögen entwickelt, die u.a. folgende Themen berücksichtigten:

- Besuchsverhalten (Häufigkeit, Regelmäßigkeit, Ausgabeverhalten und Zufriedenheit)
- Soziodemographische Merkmale der Kundschaft
- Erlebniseinkauf, Flair und Ambiente
- Aktivitätskopplungen

Zusätzlich wurde die Anbieterseite (Marktbeschicker) in die Untersuchungen mit einbezogen und diese mit gesonderten Fragebögen über die Situation aus unternehmerischer Sicht befragt. Es erschien unabdingbar, auch die Zufriedenheit der Marktbeschicker abzubilden. So konnten eventuelle Konformität und Nonkonformität von Angebot und Nachfrage dargelegt werden.

Eine *Passantenzählung* bildete das zweite Standbein der Empirie. Hierzu wurden an unterschiedlichen Uhrzeiten und Tagen (Markttag als auch Nicht-Markttag) Passanten gezählt, die den Moltkeplatz (als Austragungsort des Wochenmarktes) queren. Die Belebung des öffentlichen Raumes durch den Wochenmarkt konnte so quantifiziert werden.

Unterstützend wurden kurze *telefonische Interviews* mit Behörden geführt. Vertiefende Expertengespräche erfolgten durch Interviews mit dem lokalen Zusammenschluss Bad Godesberg Stadtmarketing e.V. und der Stadtentwicklungsplanung Leverkusen.

Kurfassung der Ergebnisse

Die Ergebnisse der Untersuchungen zeigen, dass der Wochenmarkt in Bonn-Bad Godesberg einen Standort qualitativ hochwertigen Lebensmitteleinzelhandels darstellt. Dieser Tatsache sind sich sowohl Händler als auch Kunden bewusst. Folglich lebt der Wochenmarkt von einer recht treuen Stammkundschaft, die nicht nur alleinig aus Bad Godesberg kommt. Die Reichweite des Einzugsgebietes überschreitet den definierten Nahversorgungsbereich (500 bis 1000 m). Der mobile Einzelhandel auf dem Moltkeplatz besitzt demnach eine nicht zu unterschätzende Strahlkraft (Bedeutungsüberschuss). Die lange Tradition des Wochenmarktes schafft für viele Kunden eine Vertrauensbasis.



Abbildung 1 - Blick auf den menschenleeren Moltkeplatz in den Morgenstunden (Nicht-Markttag). Quelle: Eigene Aufnahme 2009.



Abbildung 2 - Blick auf den Moltkeplatz an einem Markttag. Quelle: Eigene Aufnahme 2010.

Gleichzeitig hat die ursprüngliche Form des Wochenmarktes ihn davor bewahrt, austauschbar zu werden. Der Kunde weiß genau, was er erwarten kann.

Hier liegen sowohl Stärken als auch Schwächen des mobilen Handels in Bezug auf Revitalisierungseffekte. Durch geringe Außenwirkung und traditionelle Strukturen des Wochenmarktes scheint es für den mobilen Handel schwierig zu sein, sich neuen Kundengruppen zu eröffnen. Solche aber sind notwendig, um neue Kaufkraft in die Innenstadt zu bringen. Im vorliegenden Fallbeispiel schafft es der Wochenmarkt, die Kunden regelmäßig an den Moltkeplatz zu binden. Dabei stellte sich der Markttag Samstag als Sonderfall heraus. Er zeigt nicht nur ein überdurchschnittlich junges Publikum, sondern weist auch Höchstwerte im Passantenaufkommen auf. Hier liegt ein erstes Anzeichen für die Erschließung neuer Kundentypen.

Ein Großteil der Kunden gab an, den Wochenmarktbesuch mit weiteren Einkäufen bzw. Dienstleistungen zu koppeln. Durch seine nicht ganz zentrale und damit tendenziell periphere Lage ist der Moltkeplatz Ausgangspunkt für Laufwege in Richtung des stationären Einzelhandels. Diese können durchaus Potenzial für Spontankäufe bieten. Ein weniger lebhaftes Bild zeigt sich an Tagen ohne Marktveranstaltung. Der Moltkeplatz wirkt leer und kaum belebt. Die Ergebnisse der Empirie (Passantenzählung) zeigen, dass der mobile Handel durchaus effektiv den öffentlichen Raum der Stadt beleben kann und dadurch zu einer Erhöhung der Lebensqualität beiträgt. Im Falle Bad Godesbergs ist der Wochenmarkt am Wochenende nicht nur Einkaufsstätte für Familien, sondern auch unter der Woche fester Anlaufpunkt für Personen der 65-Jahre-Plus-Generation. Diese ist es, die den Wegfall von inhabergeführtem kleinflächigem Lebensmitteleinzelhandel in zentraler fußläufiger Lage besonders bewusst wahrgenommen hat und hierfür möglicherweise einen Ersatz in Form des mobilen Handels findet.

Der Wochenmarkt spielt seine Qualitäten dort aus – dies haben die Ergebnisse der Empirie gezeigt – wo andere Einzelhandelsformen keine Zukunft mehr sehen - in der Innenstadt.

Damit wird ein oftmals verkannter Beitrag zu Innenstadtentwicklung geleistet, dem auch die Forschung ihre künftige Aufmerksamkeit widmen sollte.