

## Ortsteil: Jülich-Barmen



Quelle: Google-Earth

## **Situation des Lebensmitteleinzelhandels**

Barmen nimmt seit dem 09.09.2004 eine Sonderstellung unter den Jülicher Ortsteilen ein. Unter dem zielgerichtet assoziativen Kunstnamen DORV, hinter dem sich 'Dienstleistung und ortsnahe Rundumversorgung' verbirgt, verfügen dank einer Eigeninitiative die Barmener über einen Dorfladen mit Vollsortimentscharakter und regionalem Einschlag, insbesondere bei den Frischeprodukten, in dem neben diesem breiten Angebot auch noch diverse Dienstleistungsangebote (Bankautomat, der Hermes Paketdienst, Anzeigenannahme der Jülicher Zeitungen, Reisebüro, Antragserledigungen zwischen Bürgern und Stadt bzw. Kreis) abgerufen werden können.

Außerdem bietet das DORV-Zentrum in Kooperation mit der Arbeiterwohlfahrt eine kostenlose Hauslieferung für Mitbürger an, die ihre Einkäufe nicht mehr aus eigener Kraft erledigen können.

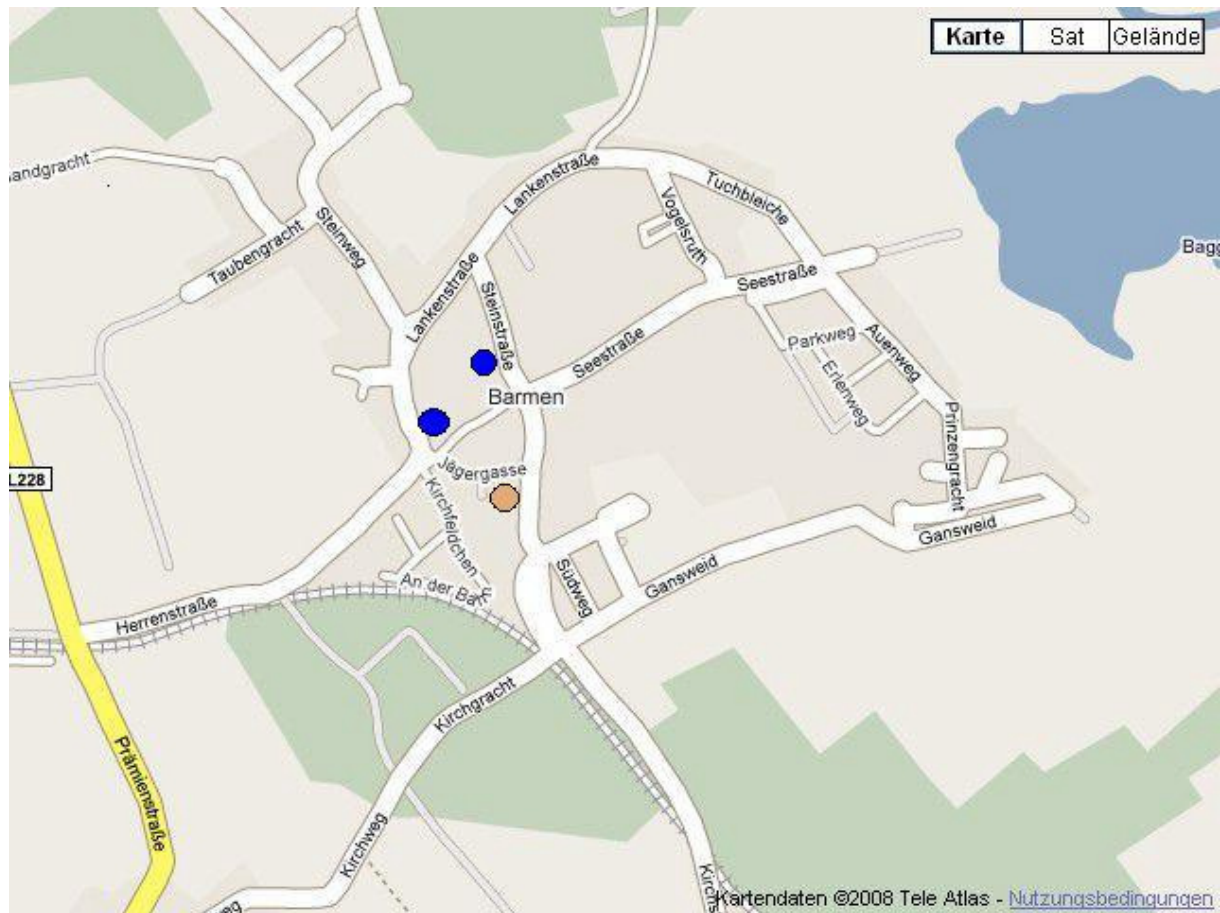
Die Produktpalette wird der Nachfrage angepasst und bislang noch stetig erweitert. Die Umsatzsituation des Ladens wird von den Betreibern als gut bzw. im Sinne der Zielsetzungen als auskömmlich bezeichnet. Dementsprechend wird auch die Zukunftsperspektive des Ladens positiv eingeschätzt.

Nach Angaben des Betreibers kaufen im Durchschnitt 200 bis 250 Kunden pro Tag im DORV-Zentrum ein, bei steigender Tendenz. Die Kunden, die hauptsächlich aus Barmen sowie aus dem Nachbarort Merzenhausen stammen, erwerben vorwiegend Frischeprodukte, wie etwa Fleisch, Brot, Obst und Gemüse für den täglichen Bedarf. Des Weiteren besitzt der Laden durch das örtliche Gymnasium Haus Overbach (gut 900 Schüler) noch einen außergewöhnlichen jugendlichen Kundenstamm, der vor allem in den Pausenzeiten den Laden stark frequentiert.

Der DORV-Laden in Barmen spielt als einziges Geschäft vor Ort auch eine wichtige Rolle für das gemeinschaftliche Zusammenleben im Dorf, da besonders ältere Menschen den Laden als Treffpunkt nutzen. Konzeptionell fasst man u. a. auch deswegen ins Auge, die Angebotsstruktur um ein kleines Cafe zu erweitern.



Einziges Wermutstropfen ist bislang, dass es - laut Ortsvorsteher - kaum gelingt, nach Barmen ziehende Neubürger für den Dorfladen zu begeistern. Kundschaft aus dem Neubaugebiet bildet noch die Ausnahme.

Abb. 33 Versorgungseinrichtungen und täglicher Bedarf (Barmen)



Quelle: Google Earth / eigene Darstellung

Legende:

	DORV-Zentrum
	Gaststätte

## Zusammenfassung der Befragungsergebnisse

Lage innerhalb des Stadtgebietes:



Quelle: eigene Darstellung

**Haushaltszahl: 669**

**Befragte Haushalte: 68**

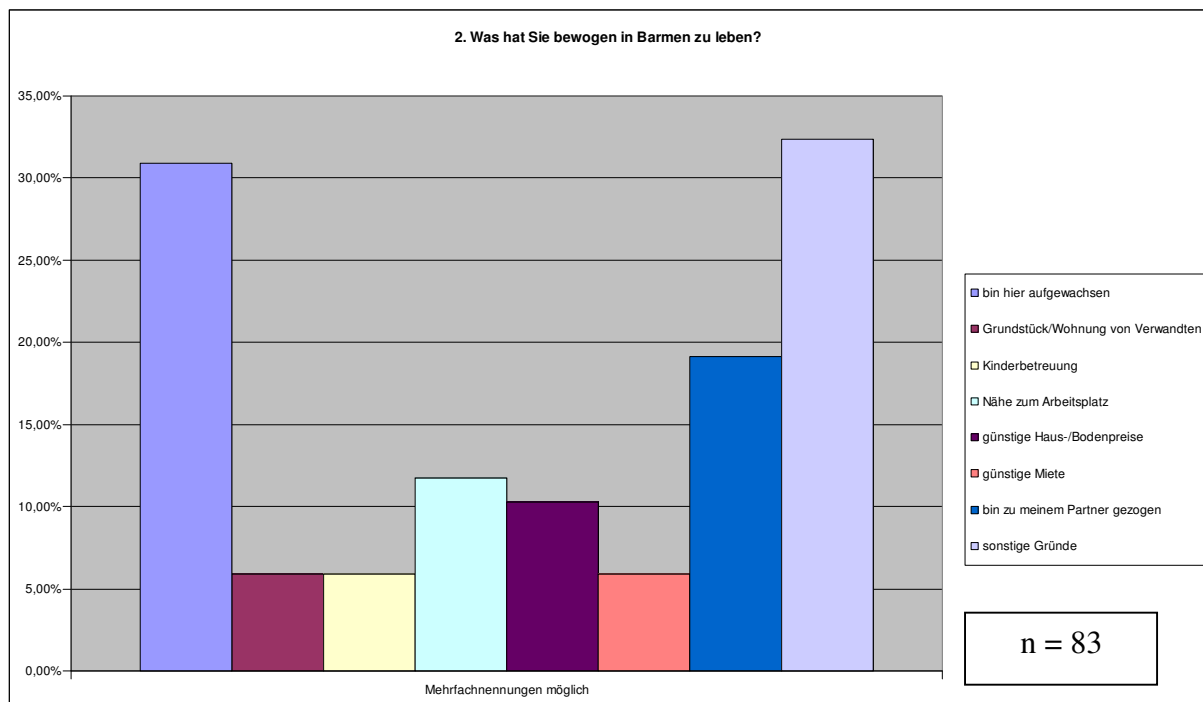
**Befragungszeitraum: 25.05. – 04. 06.2010**

## Kenndaten des Sample

Etwa drei Viertel der Befragten in den 68 Barmener Haushalten wohnen bereits zehn Jahre und länger in Barmen (vgl Grafik 2.2, Dokumentationsband).

Der Großteil hiervon ist entweder in Barmen aufgewachsen (31%) oder aber zum Partner gezogen (19%). Für 10% sind günstige Haus- und Bodenpreise entscheidend gewesen, 12% nennen die Nähe zum Arbeitsplatz als ausschlaggebenden Grund für die Wohnortwahl Barmen. Günstige Mieten oder die Möglichkeiten der Kinderbetreuung spielen nur eine nachrangige Rolle (vgl. Grafik 3.2; Mehrfachnennungen möglich).

### Grafik 3.2



Zweipersonenhaushalte dominieren die Stichprobe gefolgt von den Vier- und Dreipersonenhaushalten (18% bzw. 13%). Alleinstehende bilden 12% des Sample ab. Für neun Prozent gilt eine Haushaltsgröße von fünf und mehr Personen (vgl. Grafik 27.2, Dokumentationsband).

## **Einkaufsgewohnheiten und Versorgungssituation**

Barmen fällt innerhalb dieser Befragung aus dem Rahmen, da es der einzige Ortsteil ist (s. o.), in dem mit einem funktionierenden Dorfladen deutlich bessere ortsnahe Strukturen bestehen als in den allermeisten anderen Ortsteilen, vor allem aber diese Strukturen auch besser in die Zukunft abgesichert scheinen. Dörfer wie beispielsweise Welldorf oder Kirchberg verfügten zum Zeitpunkt der Befragung zwar auch noch über entsprechende Geschäfte des Lebensmitteleinzelhandels, die allerdings vor der (zwischenzeitlich zum Teil auch erfolgten) Schließung standen.

Insofern sind die Aussagen aus Barmen teilweise etwas anders zu bewerten und zu interpretieren als dies ansonsten in den Jülicher Ortsteilen der Fall ist bzw. dahingehend zu überprüfen, ob sich die Existenz des Dorfladens in besonderer Weise bemerkbar macht.

Wenn es um die Gewohnheiten beim Einkauf bestimmter Warengruppen nach Betriebsformen geht, ist in Barmen zunächst einmal kein besonders auffälliger Unterschied zu den anderen Jülicher Ortsteilen festzustellen: Supermärkte und Fachgeschäfte dominieren - mit wechselnder Rangfolge - bei den Einkaufszielen.

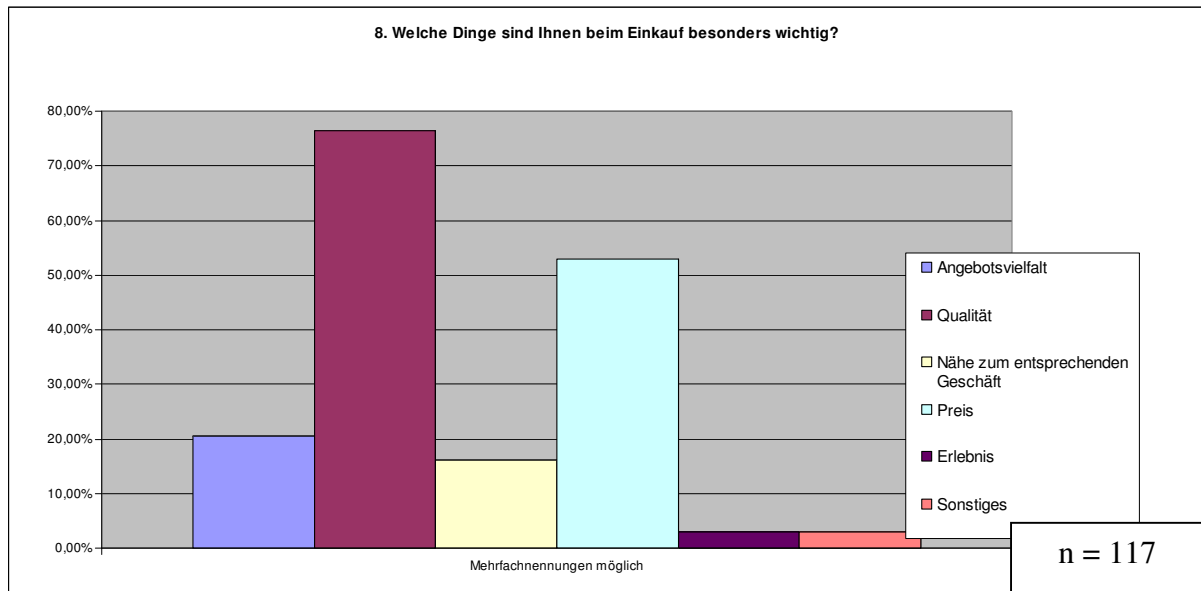
Sehr auffällig ist aber gegenüber den übrigen Dörfern schon, dass das Fachgeschäft dabei generell deutlich besser abschneidet. Nur bei den Getränken stellt der Supermarkt das Fachgeschäft um Längen in den Schatten. Insbesondere bei Frischewaren (Brot, Fleisch, Obst und Gemüse) hält das Fachgeschäft aber dann nicht nur gut mit, sondern ist sogar das präferierte Einkaufsziel (vgl. hierzu die Grafiken 6.2 / 7.2 / 8.2 / 9.2 / 10.2, Dokumentationsband).

Sehr gering fällt die Frequentierung des Jülicher Wochenmarktes aus, den bei Obst und Gemüse gerade einmal 6% ansteuern. Auch der Ambulante Handel spielt keine allzu große Rolle. Das Haustürgeschäft ist lediglich bei Brot und Backwaren für 16% der Barmener Haushalte von Bedeutung.

Bei einer späteren Kontrollfrage (Frage 13d, vgl. Grafik 20.2, Dokumentationsband), ob Fleisch, Gemüse und Brot bevorzugt im Fachgeschäft eingekauft werden, antworten hierauf 69% mit 'ja', was in Barmen auch in etwa den tatsächlichen Verhältnissen aus der hier

referierten Ausgangsfrage entspricht. Dabei ist, ein Spitzenwert, in Barmen für 62% auch die persönliche Ansprache im Geschäft besonders wichtig.

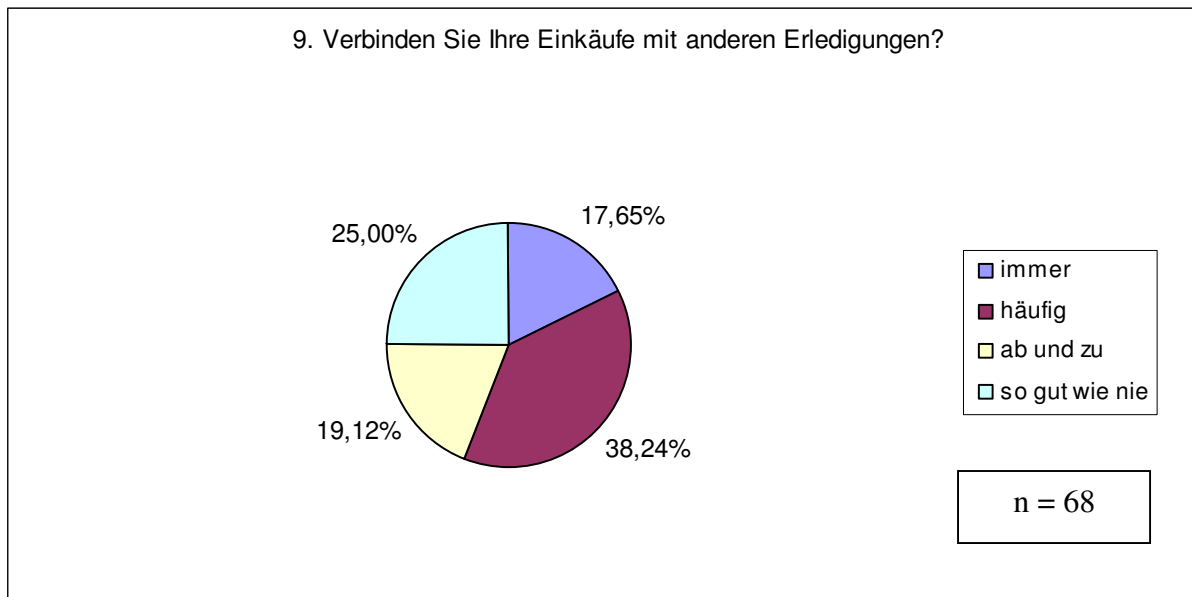
**Grafik 12.2**



In Barmen geht beim Einkaufen eindeutig Qualität (76%) vor Preis (53%); die Angebotsvielfalt im Geschäft ist nur noch für gut ein Fünftel von Wichtigkeit. Überraschender Weise hat die Nähe zum Geschäft eine genauso untergeordnete Bedeutung wie in den anderen Ortsteilen, wengleich in Barmen hier auch eine Rolle spielen mag, dass die tatsächlichen Gegebenheiten – der Laden ist ja da – dieses Faktum als weniger bedeutsam erscheinen lassen (vgl. Grafik 12.2; Mehrfachnennungen möglich).

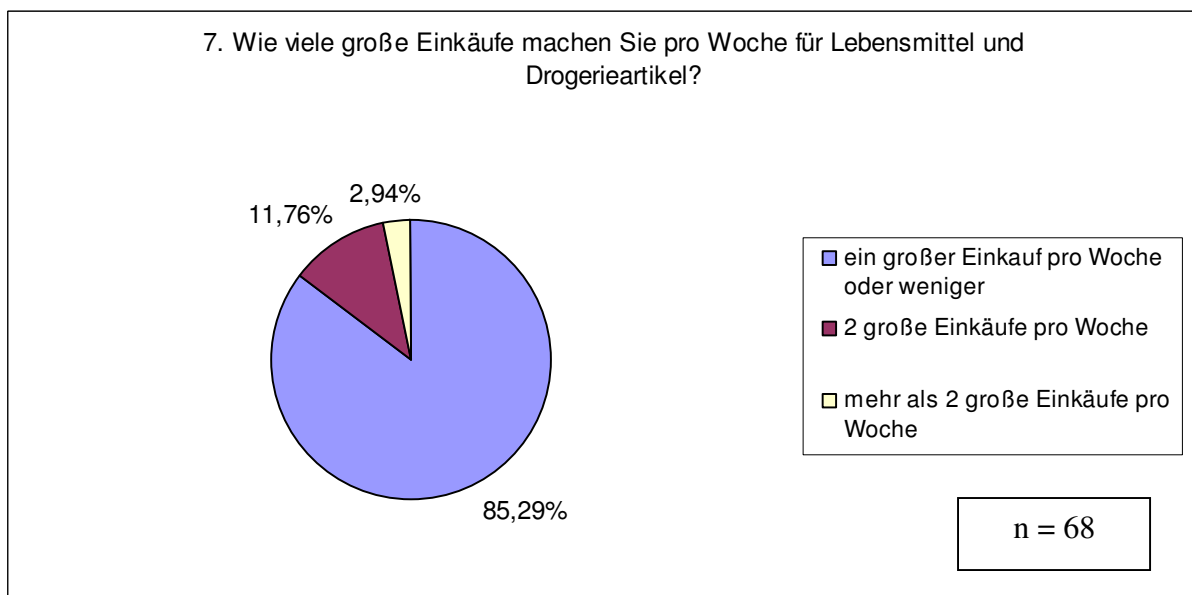
Allerdings wird bei der Wahl des Verkehrsmittels offensichtlich, dass man auch in Barmen trotz des guten örtlichen Angebotes nicht auf den Einkauf bei den Vollsortimentern und Discountern verzichtet, sondern sehr wohl in den allermeisten Haushalten auf den PKW (84%) zurückgreift, um andernorts diese Großeinkäufe zu erledigen. Mit 11% ist aber die Anzahl derer, die zu Fuß (Spitzenwert) oder mit dem Fahrrad einkaufen, was auf Aktivitäten im Dorf hinweist, schon höher als in den allermeisten der anderen Jülicher Ortsteile (vgl. Grafik 5.2, Dokumentationsband).

**Grafik 13.2**



Die innerhalb des Stadtverbandes leicht abseitige Lage veranlasst die Barmener (in Merzenhausen sieht dies ähnlich aus), eher häufig (18%) das Einkaufen mit anderen Erledigungen zu verbinden. Insgesamt sind es drei Viertel der Befragten, die derartige Kombinationsfahrten in unterschiedlicher Frequenz auf ihrer Agenda haben (vgl. Grafik 13.2).

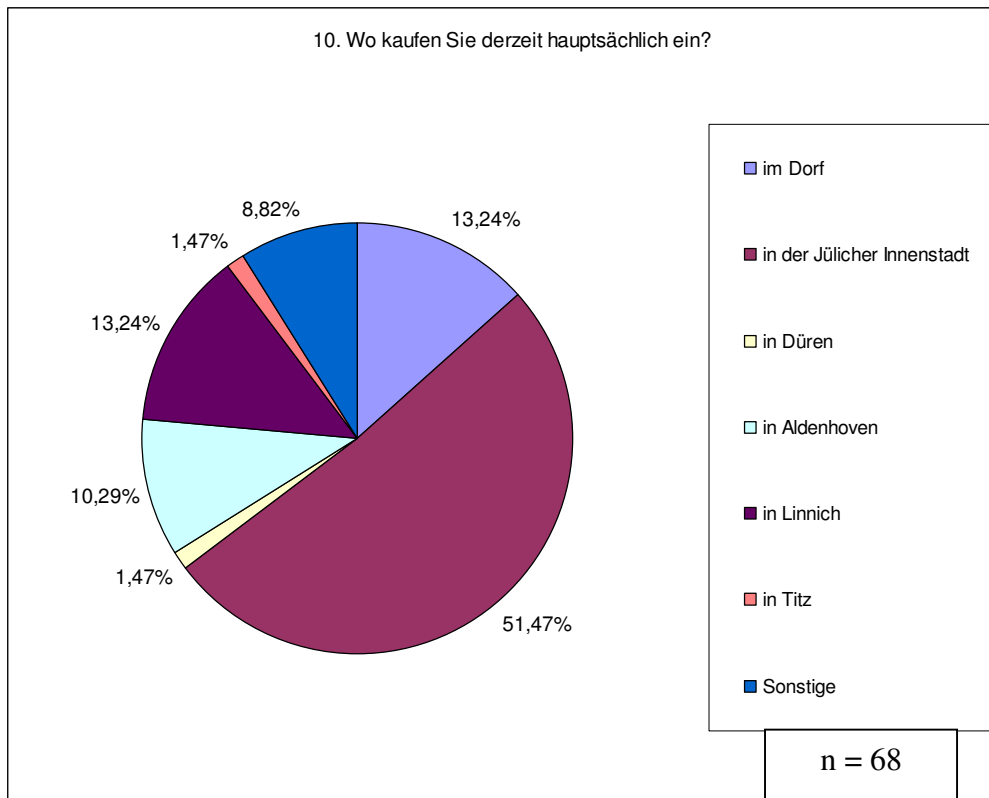
**Grafik 11.2**





Für etwas mehr als 85% steht maximal ein großer Einkauf pro Woche an, der Rest – ein im Jülicher Vergleich im Übrigen durchaus niedriger Wert – ist auch öfter zum Einkaufen unterwegs (vgl. Grafik 11.2).

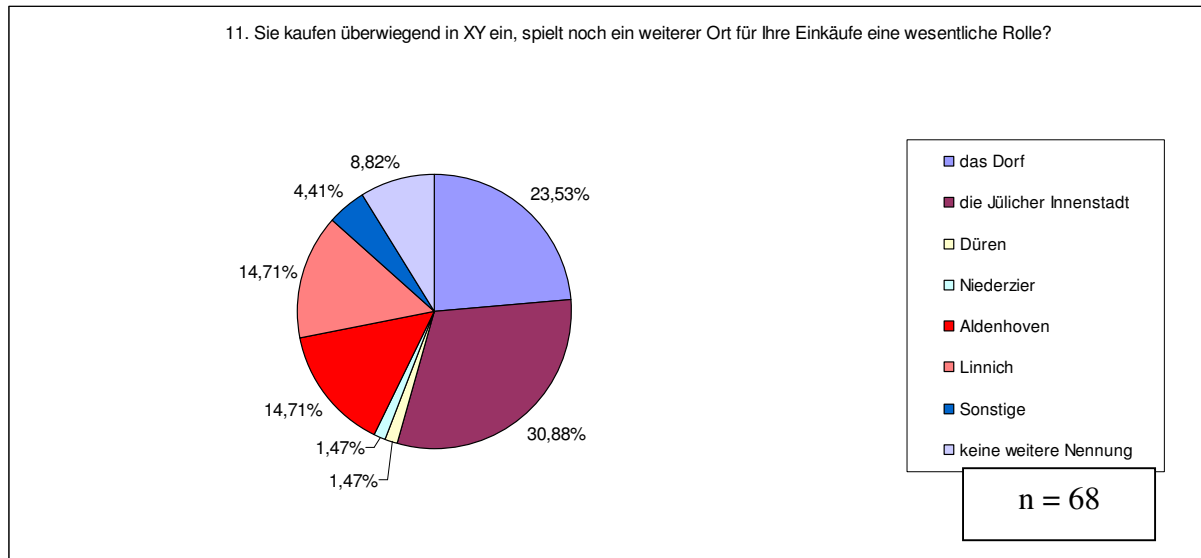
**Grafik 14.2**



Barmen hat, knapp vor Koslar, die höchste Kundenbindung, was den Einkauf im eigenen Dorf anbelangt. Dies ist bei einem doch eingeschränkteren Angebot, als dies im benachbarten Ortsteil mit seiner doppelt so hohen Einwohnerzahl offeriert werden kann, eine bemerkenswerte Feststellung.

Führendes Einkaufsziel bleibt zwar die Kernstadt Jülich (50%), die sich den „Barmener Kuchen“ neben den Verlusten an den Dorfläden auch noch mit Aldenhoven (10%) und Linnich (13%) teilen muss (vgl. Grafik 14.2).

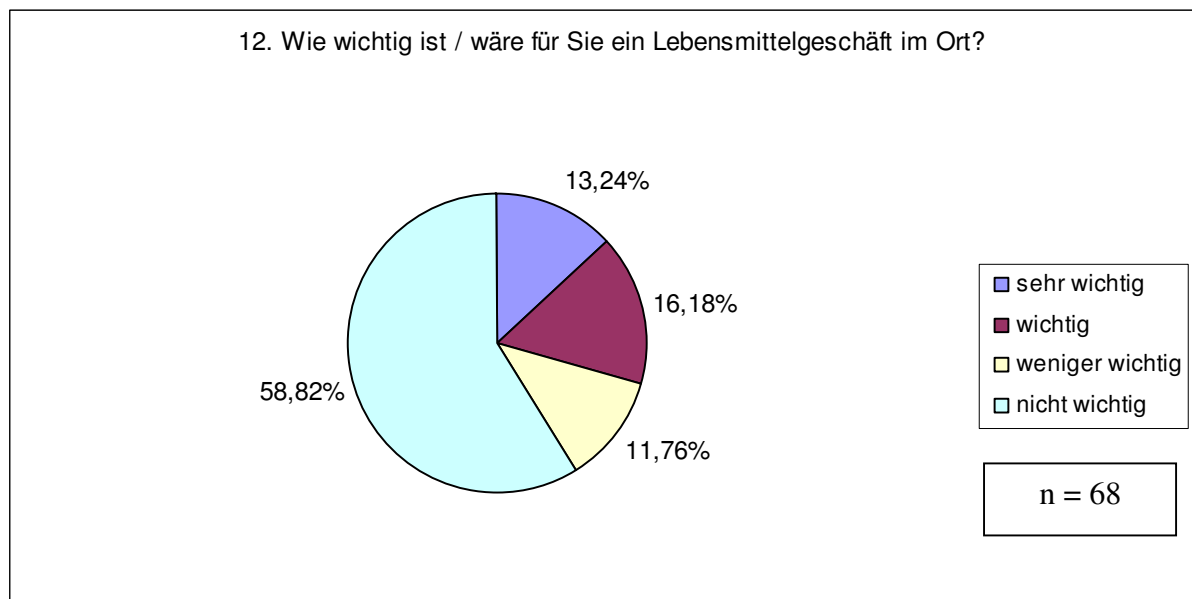
## Grafik 15.2



Der Wert für den Dorfladen schwillt weiter an, wenn man die zweite Einkaufspräferenz hinzuzieht. Zusätzliche 24% der Haushalte kaufen hier ein, ein im Stadtgebiet sonst um Längen verfehlter Wert, der schon verdeutlicht, dass sowohl im Grundversorgungs- aber insbesondere im Ergänzungsbereich die Barmener ihr wieder gewonnenes örtliches Angebot zu schätzen (und zu nutzen) wissen. Die Jülicher Innenstadt profitiert aber bei der Zweitpräferenz (gut 30%) ebenso, wie nachrangig auch noch Aldenhoven und Linnich (je knapp 15%) Barmener Kunden binden können.

Auf die Jülicher Kernstadt bezogen heißt dies, dass etwa 15% der Barmener in ihrer Grundversorgung komplett auf andere Ziele orientiert sind, da sie weder an erster noch an zweiter Stelle „Jülich“ als Einkaufsziel angeben. Andererseits ist der Dorfladen für 37% der Barmener ein fester Bestandteil ihrer Einkaufsgewohnheiten (vgl. Grafik 15.2).

## Grafik 16.2

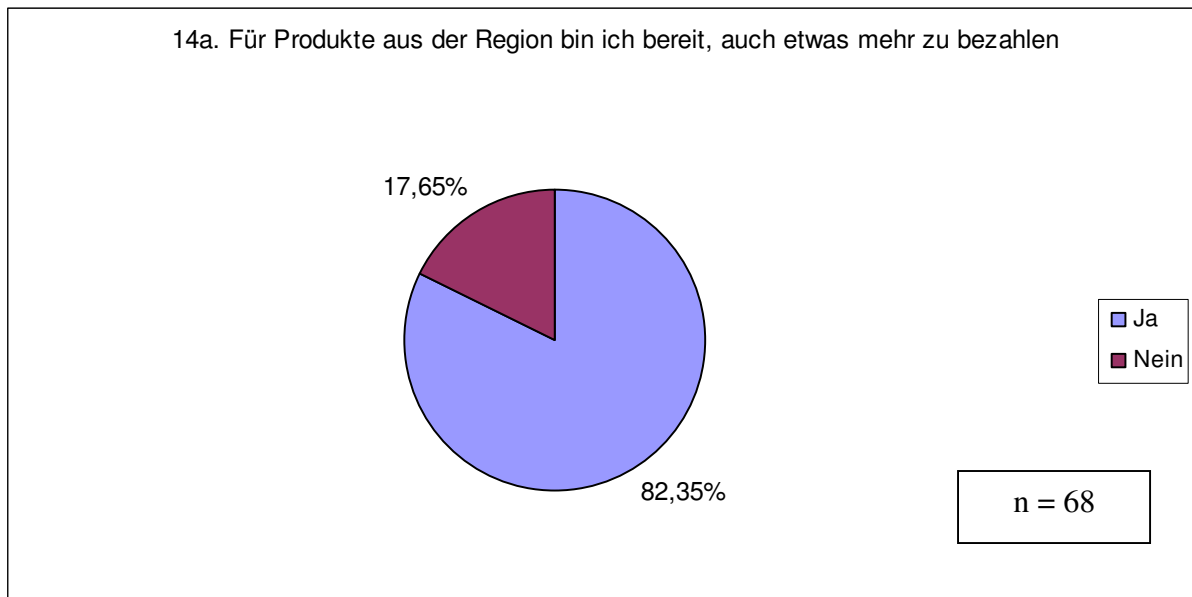


Diese Frage ist zwar aus systematischen Gründen auch in Barmen gestellt worden (vgl. Grafik 16.2), macht aber für diesen Ortsteil keinen wirklichen Sinn, da ein zukunftsfähiger Laden vorhanden ist und viele der Befragten die Wichtigkeit herabstufen, weil sie von den Gegebenheiten ausgehen (können).

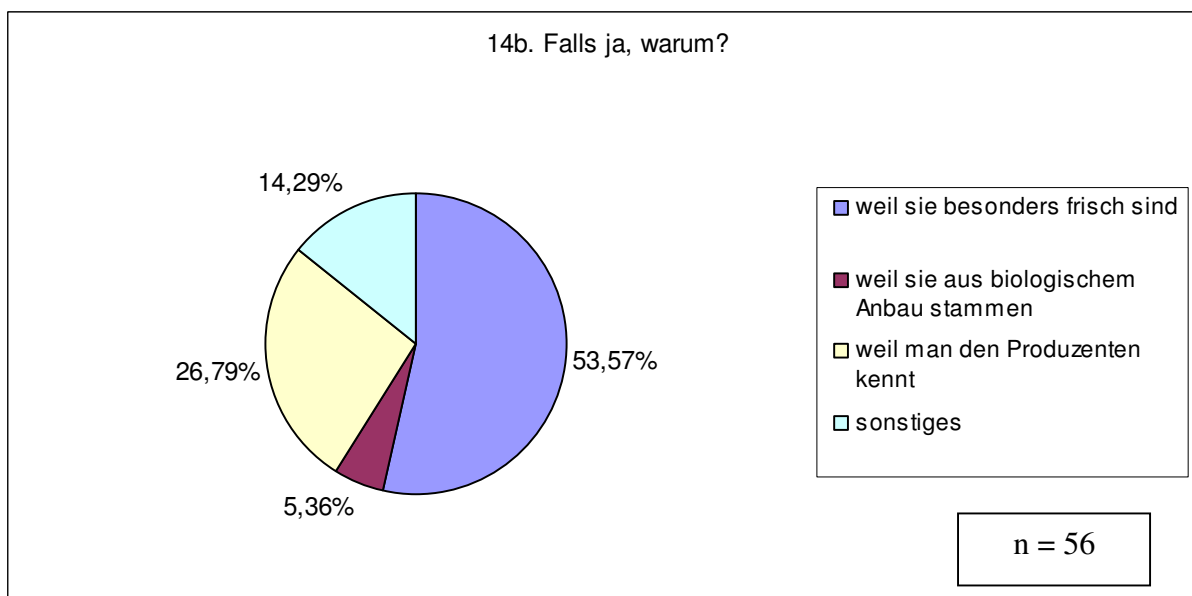
Dies wird bereits ganz offensichtlich bei Frage drei (vgl. Grafik 4.2, Dokumentationsband), in der es um zusätzliche Einrichtungen im Dorf geht und in den Antworten aus Barmen der Wunsch nach einem Laden - anders als in den übrigen Ortsteilen (selbst solchen, die (noch) über eine gewisse Infrastruktur verfügen) – gar nicht erst auftaucht. Auch bei späteren (Kontroll-)Frage 15 (vgl. Grafik 23.2) nennt logischerweise keiner die Verbesserung der Einkaufsmöglichkeiten im Ort als aktuell notwendige Maßnahme.

Andererseits muss aber betont werden, dass auch in Barmen für die meisten Bewohner der Dorfladen die übergeordneten Einkaufsstrukturen nur ergänzt, nicht aber ersetzt; denn schließlich geben 93% der Befragten an, alle Einkäufe für Lebensmittel und Drogerieartikel unproblematisch erledigen zu können, auch wenn es hierzu nötig ist, ein paar Kilometer zu fahren (vgl. Grafik 17.2, Dokumentationsband).

**Grafik 21.2**

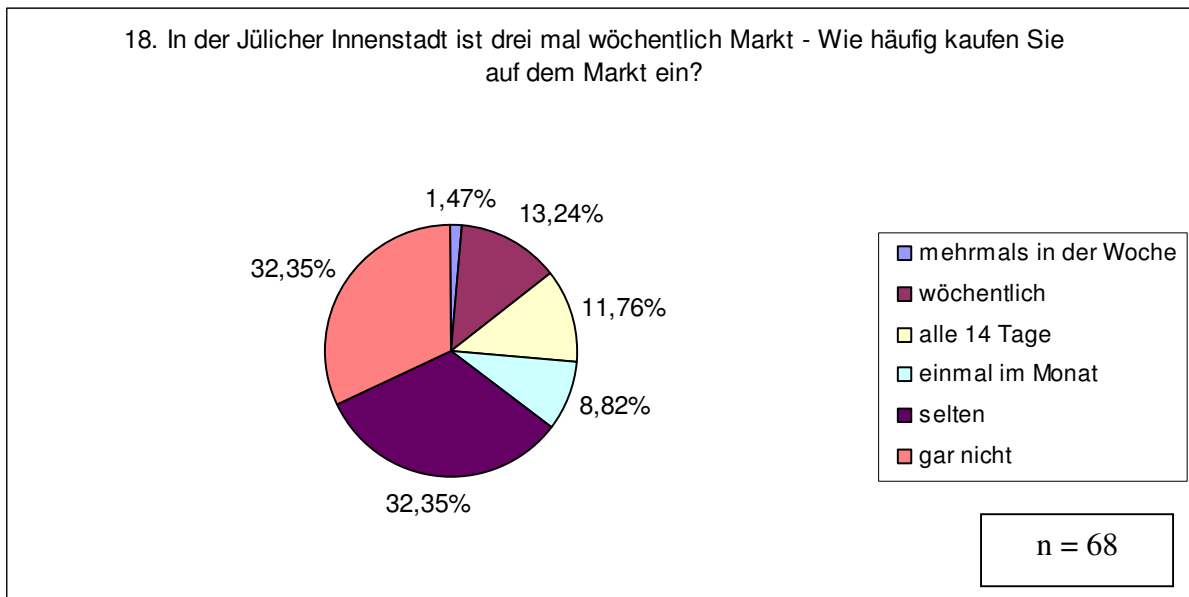


**Grafik 22.2**



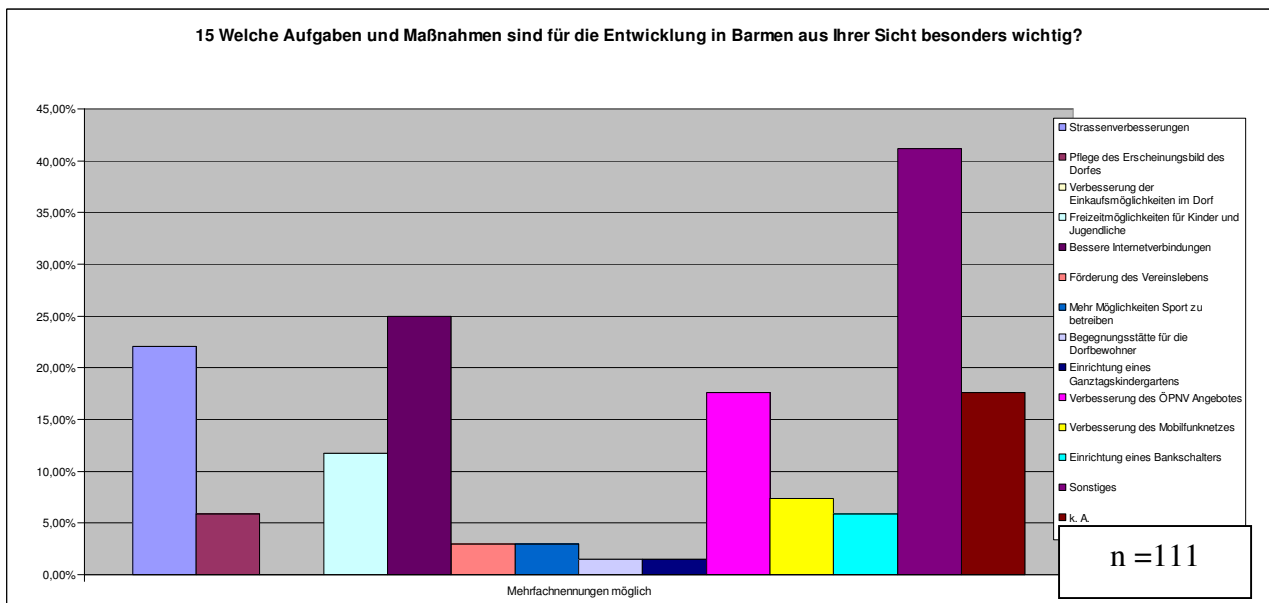
Barmen erreicht auch das höchste Maß an Zustimmung (82%, vg. Grafik 21.2), wenn es darum geht, für regionale Produkte etwas tiefer in die Tasche zu greifen (was man dann ja auch tatsächlich tut und nicht nur behauptet). Hauptargument ist dabei die Frische der Waren (54%), aber auch das Wissen um die Herkunft der Produkte wird besonders herausgestellt (ca. 27%; vgl. Grafik 22.2).

**Grafik 26.2**



Die relative Entfernung und das Angebot im Dorf, aber sicherlich auch die Hofverkäufe im benachbarten Merzenhausen machen den Jülicher Wochenmarkt bei den Barmeneren und ihren Einkaufsgewohnheiten zum Außenseiter. Ähnlich schwache Werte sind nur noch in Welldorf und Merzenhausen zu verzeichnen, beides Dörfer mit mehreren und breit gefächerten Hofverkaufsstellen für Obst und Gemüse. (vgl. Grafik 26.2).

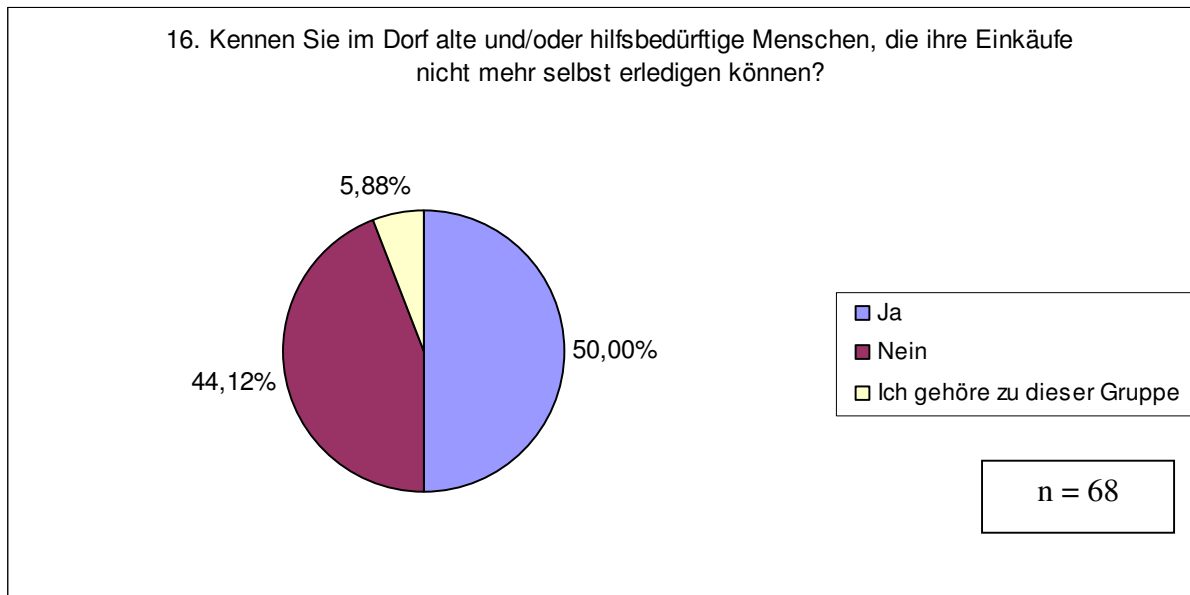
**Grafik 23.2**



Wenn man in Barmen die Versorgungszukunft im Lebensmittelangebot als gesichert ansieht, so heißt das nicht, dass die Welt damit in Ordnung ist. Vielmehr gibt es auf die Infrastruktur

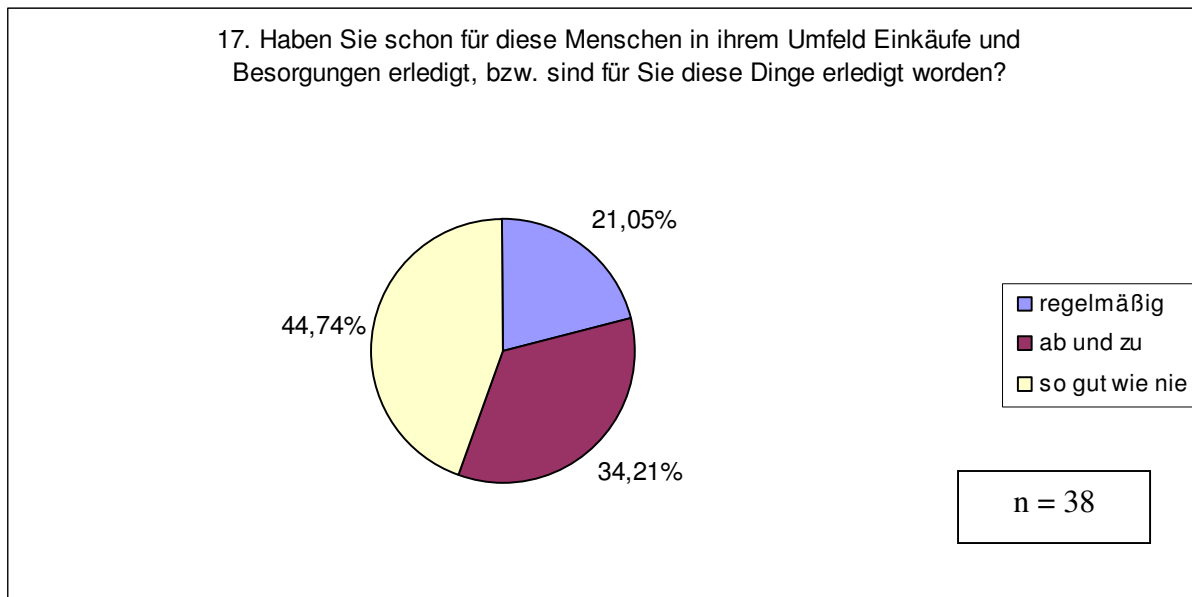
ausgerichtet ein ganzes Bündel von einzelnen, eher individuellen, Verbesserungsanregungen und -anforderungen. Ganz konkret werden dabei aber auch der Zustand des Wegenetzes und die unzureichenden Internetverbindungen (25%) bemängelt, gefolgt von der Forderung nach einem besseren ÖPNV-Angebot (18%) und erweiterten Freizeitangeboten für Kinder und Jugendliche (vgl. Grafik 23.2).

**Grafik 24.2**



Der Anteil derer, der in Barmen in der Mobilität Eingeschränkte bei Einkäufen unterstützt, ist zwar mit etwa 55% nicht gerade klein, gehört aber in der Skala aller Ortsteile an das untere Ende. Dies lässt den Schluss zu, da es keinen Anlass dafür gibt, die Barmener als sozial hartleibiger einzustufen als alle anderen Jülicher, dass in einem allerdings nicht näher definierbaren Umfang durch den Dorfladen ein insgesamt höheres Maß an Einkaufsmöglichkeiten in den Grenzbereichen der individuellen Mobilität gewährleistet wird (vgl. Grafik 24.2).

**Grafik 25.2**



Dass dann aber von den Haushalten, denen solche Problemsituationen im Umfeld bekannt sind, wiederum 21% regelmäßig sowie weitere 34% ab und zu Besorgungen für Hilfsbedürftige erledigen zeigt, dass (nach dem Dorfladen) auch das zweite soziale Netz in Barmen funktioniert (vgl. Grafik 25.2).