

## Ortsteil: Jülich-Broich



Quelle: Google-Earth

## **Situation des Lebensmitteleinzelhandels**

In Broich existieren aktuell drei Geschäfte, in denen Waren des täglichen Bedarfs erworben werden können: ein Naturkostladen, ein Getränkehof sowie ein Obsthof. Da jedoch keiner dieser Läden ein Vollsortimenter ist und sich die Produktpaletten aller drei Läden auch nicht zu einem Vollsortiment ergänzen, ist es für die Broicher in jedem Fall erforderlich, den eigentlichen Grundbedarf außerhalb des Dorfes zu decken.

Im Broicher Naturkostladen werden überwiegend regionale Produkte und Eigenerzeugnisse angeboten. Das Warenangebot besteht ausschließlich aus Bioprodukten und reicht dabei von Obst und Gemüse bis hin zu Schokolade, Getränken, Wein, Honig, Eier, Lebensmitteln und - nur am Wochenende - Brot. Die am häufigsten nachgefragten Produkte sind Zwiebeln, Bananen und Kaffee. Dabei ist die Produktpalette in den vergangenen Jahren weitestgehend konstant geblieben. Ein Lieferservice wird nicht angeboten.

Das Geschäft ist nur an drei Tagen in der Woche geöffnet und wird dann im Durchschnitt von 80 bis 100 Kunden pro Tag frequentiert (dienstags weniger). Diese Kunden stammen so gut wie alle von außerhalb; der Einzugsbereich reicht bis Aachen, Köln oder Neuss; Kunden aus Broich sind rar.

Die Umsatzsituation wird von den Betreibern derzeit als gut beurteilt, und die Perspektive, den Geschäftsbetrieb auch in Zukunft aufrechterhalten zu können, wird als mittelmäßig angesehen.

Des Broicher Getränkehof (Kückes) ist ganz überwiegend auf Getränke und Spirituosen spezialisiert. Käufer sind sowohl Privathaushalte als auch Großkunden (zwei bis fünf pro Tag), die teilweise auch beliefert werden. Die Kunden stammen dabei sowohl von außerhalb als auch aus dem Ort selbst.

Breite und Tiefe des Angebotes sind seit Jahren konstant. Die Umsatzsituation wird als gut beurteilt. Dies gilt auch für die Zukunftsperspektiven des Betriebs.

Der Obsthof Bellartz bietet seinen Kunden neben Beerenobst, Steinobst, Äpfeln, Südfrüchten und Kartoffeln auch ein überwiegend heimisch - europäisches Gemüseangebot sowie in begrenztem Umfang Wurstwaren, Säfte und Weine. Am häufigsten nachgefragt wird heimisches Obst, insbesondere Erdbeeren in der klassischen Erntezeit.

Täglich besuchen in der Hauptsaison ca. 200 Kunden und in der Nebensaison etwa 80 bis 90 Kunden, die überwiegend von außerhalb (Kernstadt Jülich, Koslar) kommen, den Hof.

Die Umsatzsituation wird von den Betreibern als mittelmäßig, aber solide eingestuft. Die Perspektiven, den Hof auch in Zukunft erhalten zu können, schätzen die Betreiber als gut ein, wenngleich sie auch feststellen, dass die wirtschaftliche Lage zunehmend schwieriger wird. Ein spezifischer Treffpunkt für die Dörfler ist keines der drei Geschäfte, da sie vom Kundenkreis her alle auf einen weiter reichenden Kundeneinzugsbereich ausgerichtet sind.

**Abb. 35 Versorgungseinrichtungen und täglicher Bedarf (Broich)**



Quelle: Google Earth / eigene Darstellung

**Legende**

<span style="color: green;">●</span>	Bio-/ Naturkostladen
<span style="color: blue;">●</span>	Gaststätte
<span style="color: orange;">●</span>	Getränkehof
<span style="color: red;">●</span>	Obsthof

## Zusammenfassung der Befragungsergebnisse

Lage innerhalb des Stadtgebietes:



Quelle: eigene Darstellung

**Haushaltszahl: 575**

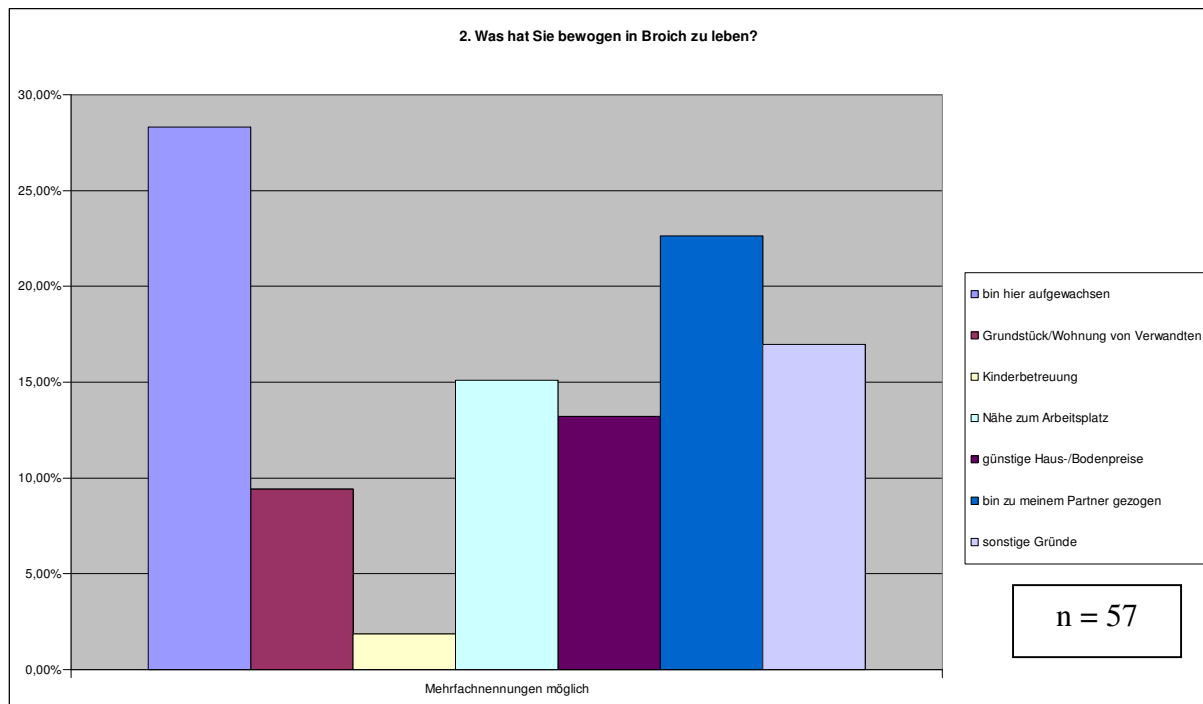
**Befragte Haushalte: 53**

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

## Kenndaten des Sample

Von den 53 befragten Haushalten in Broich geben 64% an, bereits zehn Jahre und länger ( vor 2000 ) im Dorf zu leben (vgl. Grafik 2.4, Dokumentationsband).

**Grafik 3.4**



Die Beweggründe hierfür sind in erster Linie, dass insgesamt gut die Hälfte entweder im Ort aufgewachsen (28%) oder aber zu ihrem Partner nach Broich gezogen ist (23%).

Für 15% der Haushalte ist die Möglichkeit einer guten Kinderbetreuung entscheidend gewesen, und jeweils neun bzw. 13% nannten Grundstücke bzw. eine Wohnung von Verwandten sowie die günstigen Haus- und Bodenpreise als ausschlaggebenden Grund für ihre Wohnortwahl (vgl. Grafik 3.4; Mehrfachnennungen möglich).

Die Broicher Stichprobe wird von Zweipersonenhaushalten (45%) geprägt. Jeweils 15% bilden die Drei- bzw. Vierpersonenhaushalte. Lediglich ein Haushalt weist eine größere Zahl an Familienmitgliedern auf. Die zweitstärkste Gruppe bilden die Singles, deren Anteil ein knappes Viertel ausmacht (23%) (vgl. Grafik 27.4, Dokumentationsband).

## **Einkaufsgewohnheiten und Versorgungssituation**

Die Daten zu den Einkaufsgewohnheiten zielen u. a. auf Aussagen ab, welche Präferenzen bei der Erledigung der Einkäufe und Besorgungen auftreten. Dabei war es teilweise sinnvoll, Mehrfachantworten zuzulassen, um einen möglichst genauen Überblick über die tatsächlichen Gewohnheiten und Verhaltensweisen zu erhalten. Von daher beziehen sich die Prozentangaben teilweise auf die Zahl der insgesamt abgegebenen Antworten.

Bei der Frage nach der Konzeption der Geschäfte, in denen in die Broicher die verschiedenen Produktparten Drogerie-/Kosmetikartikel, Fleisch und Wurstwaren, Backwaren und Brot, Gemüse und Obst sowie Getränke und Spirituosen einkaufen, wurden, wie auch in den anderen Ortsteilen von Jülich, als Betriebstypen in erster Linie Fachgeschäfte und Supermärkte genannt. Abhängig vom Warenschwerpunkt liegt entweder der Supermarkt oder das Fachgeschäft vorne (vgl. hierzu die Grafiken 6.4 / 7.4 / 8.4 / 9.4 / 10.4, Dokumentationsband).

So werden Drogerie- und Kosmetikartikel in Broich zu 77% im Fachgeschäft und lediglich zu einem Drittel im Supermarkt gekauft. Der Wochenmarkt oder Rollende Händler spielen beim Einkauf dieser Produkte naturgemäß überhaupt keine Rolle.

Für den Kauf von Fleisch- und Wurstwaren werden hingegen in etwa in gleicher Größenordnung Supermarkt (53%) bzw. Fachgeschäft (58%) frequentiert. Auch bei diesen Produkten werden, obwohl teilweise dort (Markt) durchaus angeboten, andere Handelsformen fast gar nicht genannt.

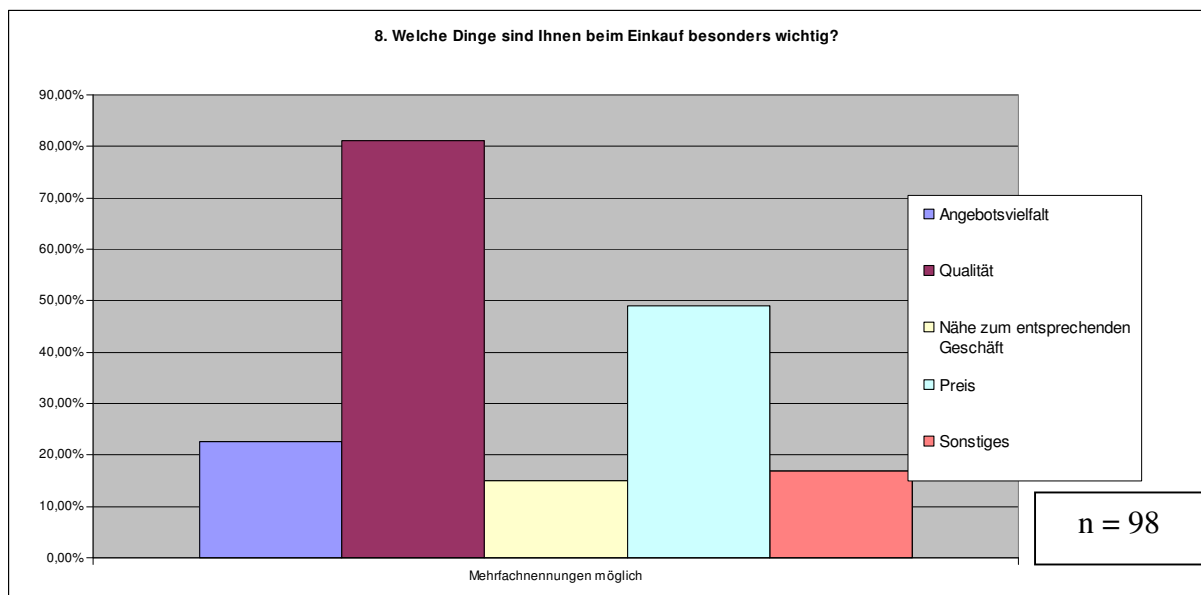
Backwaren und Brot werden ebenfalls in erster Linie im entsprechenden Fachgeschäft (77%), bzw. im Supermarkt (28,%) eingekauft. Hier kommt aber auch der Rollende Händler ins Spiel, der für immerhin neun Prozent der Haustürlieferant von Backwaren und Brot ist.

Gemüse und Obst holen 57% der Befragten im Supermarkt oder beim Discounter. Für 36% ist aber auch das Fachgeschäft die Anlaufstelle, was sicherlich mit dem breiten Angebot der Hofverkäufe im Ort zu tun hat. Aber auch der Jülicher Wochenmarkt, bei der räumlichen Nähe wohl eine echte Alternative, ist attraktiv: ein Viertel der Befragten gibt an, gerade dort den Bedarf zu decken.

Bei Getränken und Spirituosen fehlt diese Streuung. Hier verteilen sich die Angaben (42% zu 64%) auf die Fachmärkte sowie die Supermärkte und Discounter.

Bei der späteren Kontrollfrage (Frage 13d), ob Fleisch, Gemüse und Brot bevorzugt im Fachgeschäft eingekauft werden, antworteten hierauf 72% mit 'ja', was in Broich - außer (wie erklärbar) beim Gemüseeinkauf - in etwa den Verhältnissen aus dieser Basisfrage entspricht (vgl. Grafik 20.4, Dokumentationsband).

**Grafik 12.4**

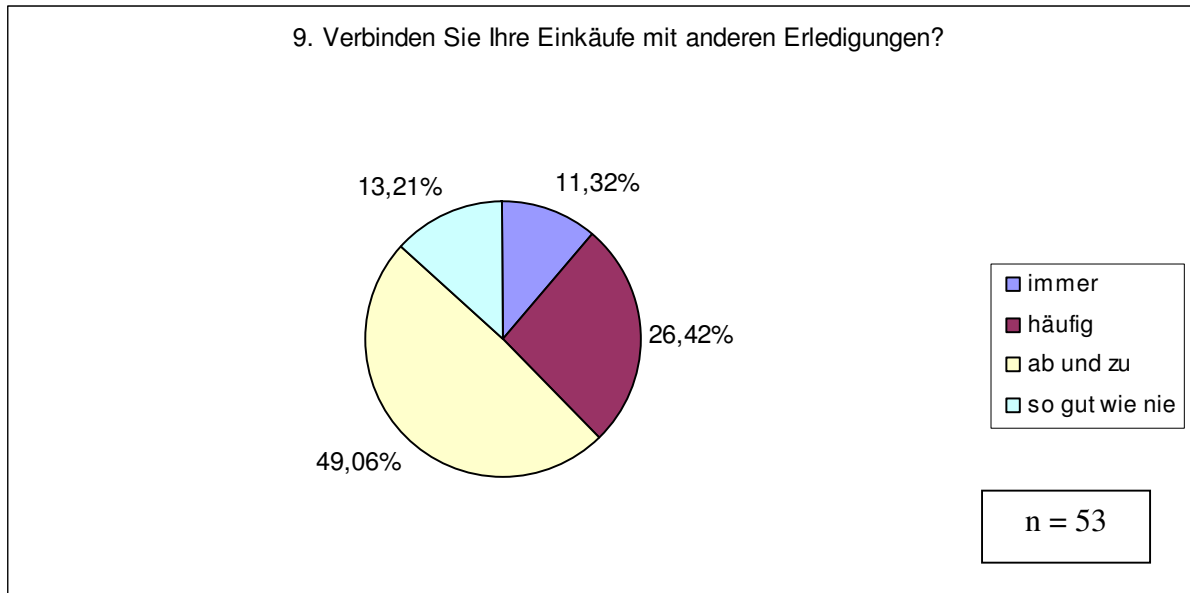


Besonders wichtig ist den Broichern in erster Linie die Qualität (81%) mit deutlichem Vorsprung gegenüber dem Preis der Waren (49%). Die Angebotsvielfalt (23%) folgt mit gebührendem Abstand. Die Nähe zum jeweiligen Geschäft wird hingegen nur von 15% der befragten Haushalte als besonders bedeutsam empfunden, was sicherlich auch durch die geringe raumzeitliche Distanz zur Kernstadt zu erklären ist (vgl. Grafik 12.4). Auffällig ist in Broich, dass die Qualität so viel wichtiger ist als der (günstige) Preis. In den allermeisten Ortsteilen stehen zwar auch Qualität und Preis an den ersten beiden Stellen, aber überwiegend in der umgekehrten Reihenfolge. Wenn dann die Qualität tatsächlich höher eingeschätzt wird, erreicht kein anderer Ortsteil einen so großen Abstand zwischen den beiden Hauptentscheidungskriterien, wie dies in Broich der Fall ist.



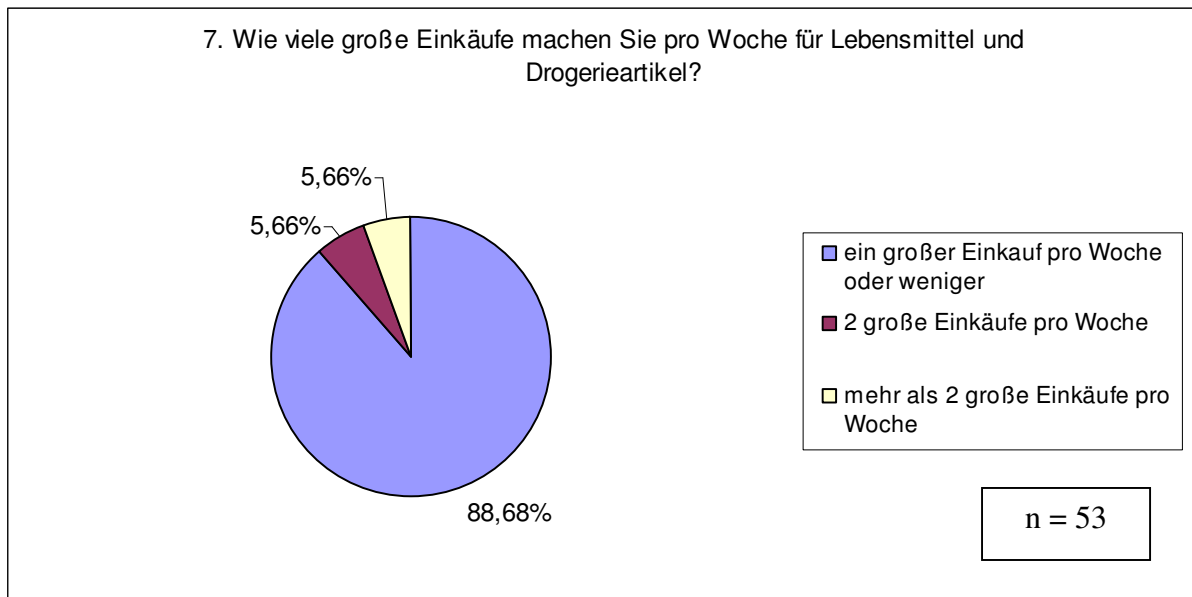
Bei der Frage nach der Verkehrsmittelwahl ist die PKW Nutzung von überragender Dominanz (91%). Gerade einmal sechs Prozent nennen Öffentliche Verkehrsmittel (Busse & Bahn) (vgl. Grafik 5.4, Dokumentationsband).

**Grafik 13.4**



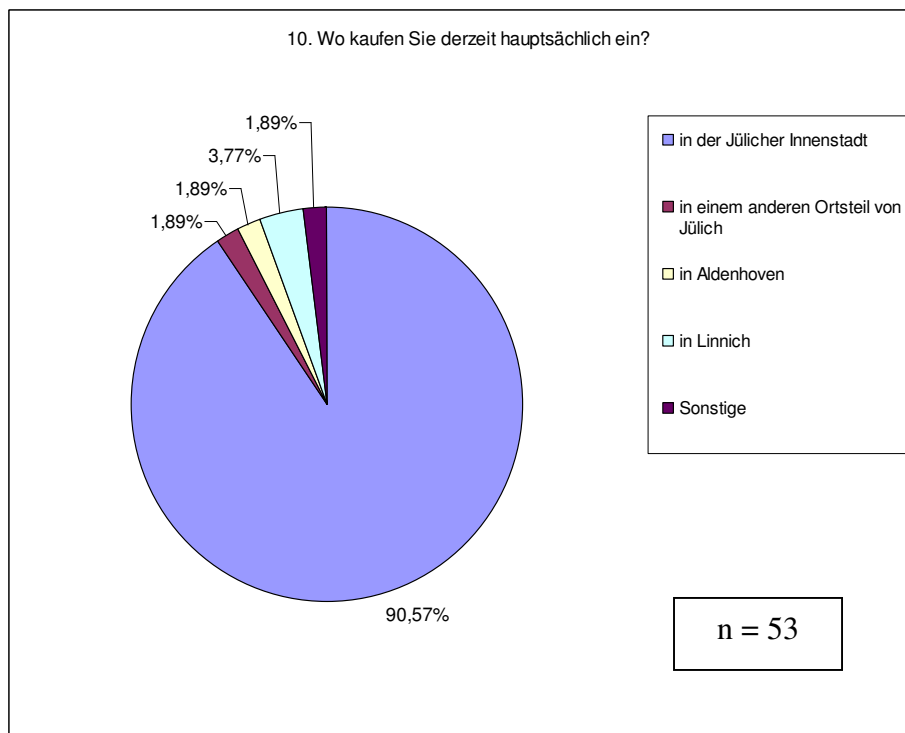
Ein Großteil verbindet seine Einkaufsfahrten mit anderen Besorgungen und Erledigungen (87%), wengleich mit erheblich schwankenden Frequenzen. So gaben 11% an, dies immer zu tun, bei 26% ist dies immerhin noch häufig der Fall und bei knapp der Hälfte der Befragten (ab und zu) kommt es wenigstens unregelmäßig zu einer Bündelung dieser Aktivitäten. (vgl. Grafik 13.4). Damit stehen Grundversorgung und zentralörtliches Angebot häufig in einem Wechselverhältnis, zumal sich durch die Verknüpfung der Einkaufsfahrten mit anderen Erledigungen Finanz- (Treibstoff) wie auch Zeitbudget entlasten lassen.

**Grafik 11.4**



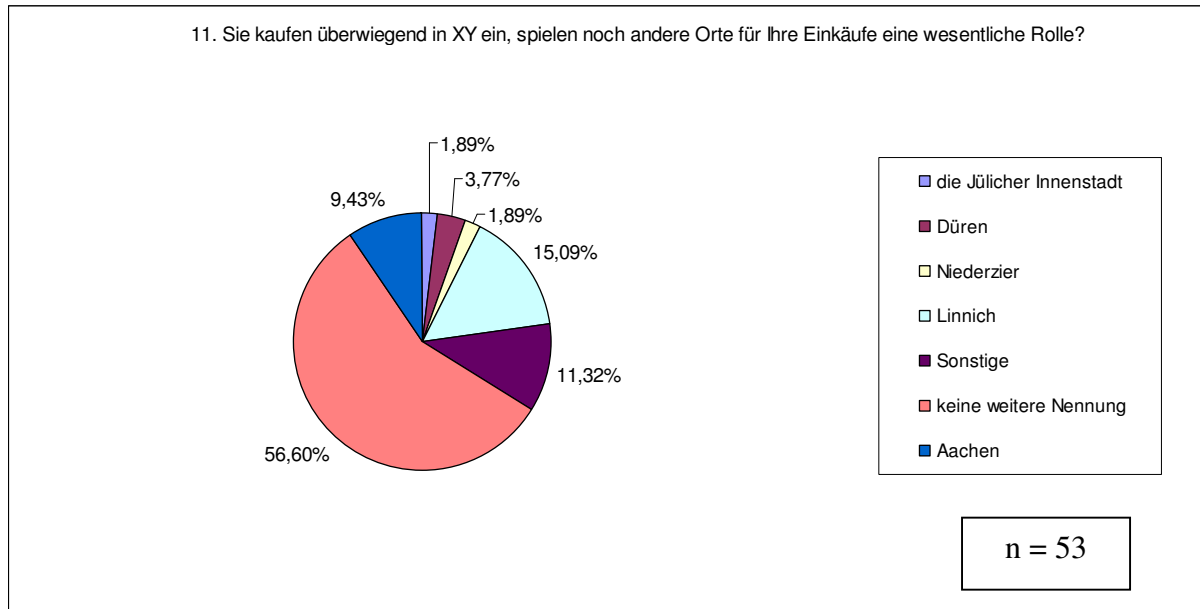
Knapp 89% der Haushalte geben dabei an, meist einen oder weniger große Einkäufe pro Woche für Lebensmittel und Drogerieartikel zu tätigen. Lediglich jeweils gut fünf Prozent machen hingegen zwei oder sogar mehr als zwei große Besorgungen pro Woche (vgl. Grafik 11.4).

**Grafik 14.4**



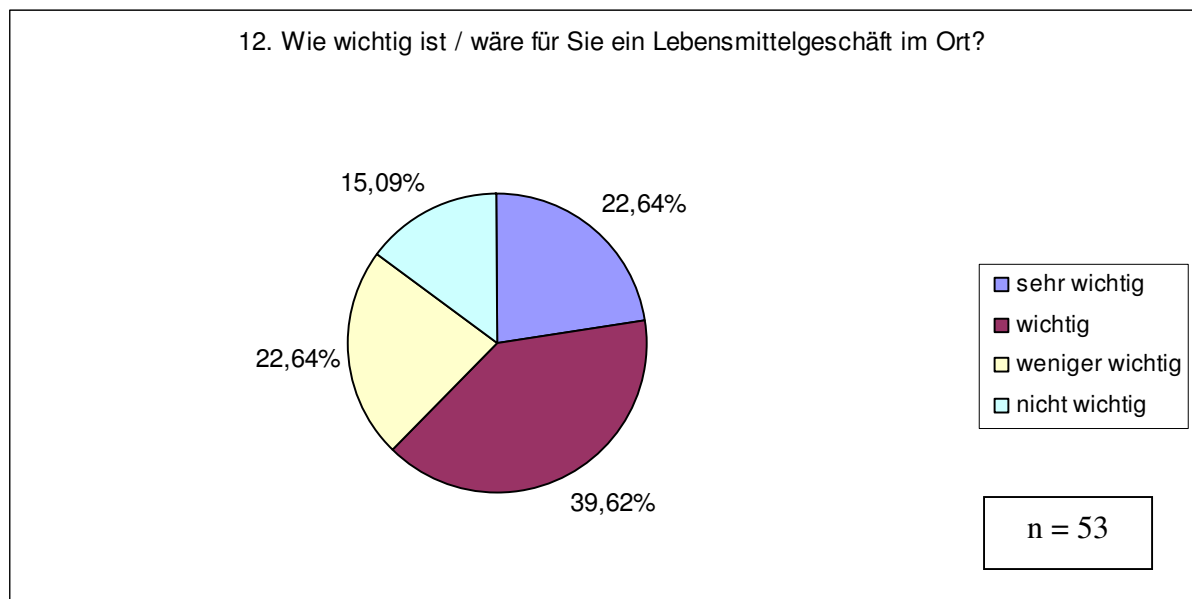
Dabei ist mit 90% die Dominanz der Jülicher Kernstadt als Haupteinkaufsort für die Broicher Bevölkerung klar erkennbar. Des Weiteren nannten etwa vier Prozent die Nachbargemeinde Linnich als wichtigsten Einkaufsort (vgl. Grafik 14.4).

**Grafik 15.4**



In zweiter Präferenz nennen wiederum 15% der Befragten Linnich, neun Prozent Aachen, und über die Hälfte erwähnt sogar überhaupt keinen weiteren Ort, was bedeutet, dass die überwiegende Zahl der Einkäufe an nur einem Ort erledigt wird (vgl. Grafik 15.4). Dies zeigt die enorme Bedeutung der Jülicher Kernstadt für Broich, die in zweiter Präferenz auch noch einmal von mehr als neun Prozent der Befragten genannt wird und damit fast an die 100%ige Nennung heranreicht.

## Grafik 16.4



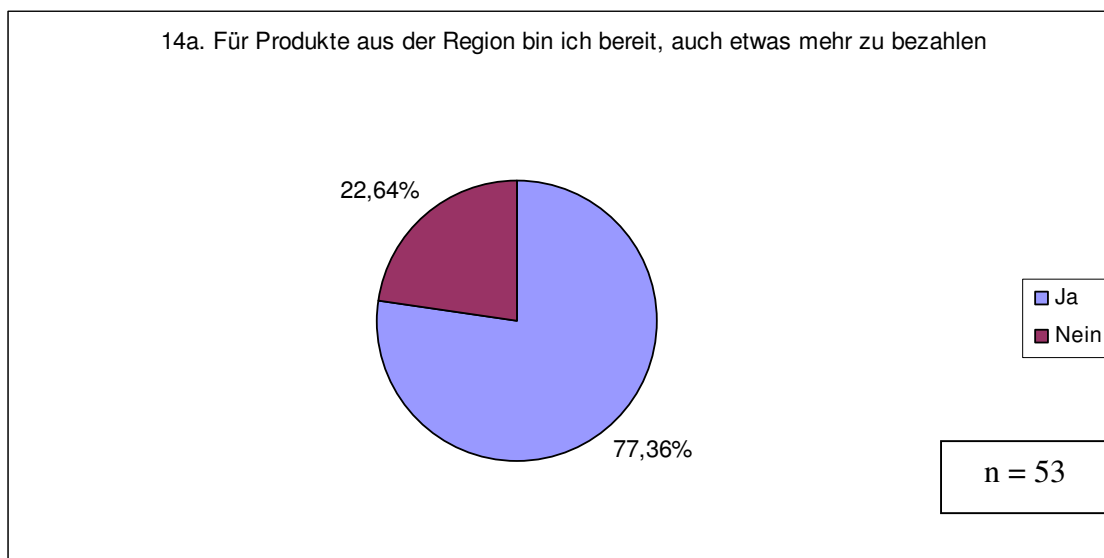
Auf die direkt gestellte Frage, wie wichtig ein Lebensmittelgeschäft im Ort sei, antwortete in Broich knapp weniger als ein Viertel der Befragten mit sehr wichtig, und weitere 40% mit wichtig. Insgesamt befinden also 62% ein eigenes Geschäft vor Ort für wichtig, während die restlichen Befragten dies als weniger wichtig (23%) bzw. nicht wichtig (15%) ansehen (vgl. Grafik 16.4).

Dies bestätigt in etwa auch die Eingangsfrage (Frage 3), welche zusätzliche Einrichtung im Dorf wünschenswert sei. Hier antworteten 42% der Befragten mit Geschäften des täglichen Bedarfs (vgl. Grafik 4.4, Dokumentationsband). Bei der dritten Frage (Nr.15) zu diesem Komplex sinkt dann aber die Bedeutung eines Ladens für Broich rapide ab: nur noch 15% der Befragten empfinden die Verbesserung der Einkaufsmöglichkeiten im Ort als besonders notwendige bzw. sinnvolle Maßnahme (vgl. Grafik 23.4).

Je größer das Entscheidungsangebot wird, desto geringer ist offensichtlich die Zustimmung bzw. die Bedeutung, die einer solchen Versorgungseinrichtung im Dorf zugesprochen wird. Dies lässt den Schluss zu, dass ein Lebensmittelgeschäft im Sinne der individuellen Bequemlichkeit und des Einkaufskomforts zwar wünschenswert, zur Versorgung aber nicht dringlich oder gar notwendig ist; besteht ein Wahlangebot zur Verbesserung der Wohn- und Lebensqualität, so rücken andere Ausstattungswünsche in den Vordergrund. Denn die Entfernung zur nächstgelegenen Einkaufsmöglichkeit ist für die Meisten ein lösbares Problem.

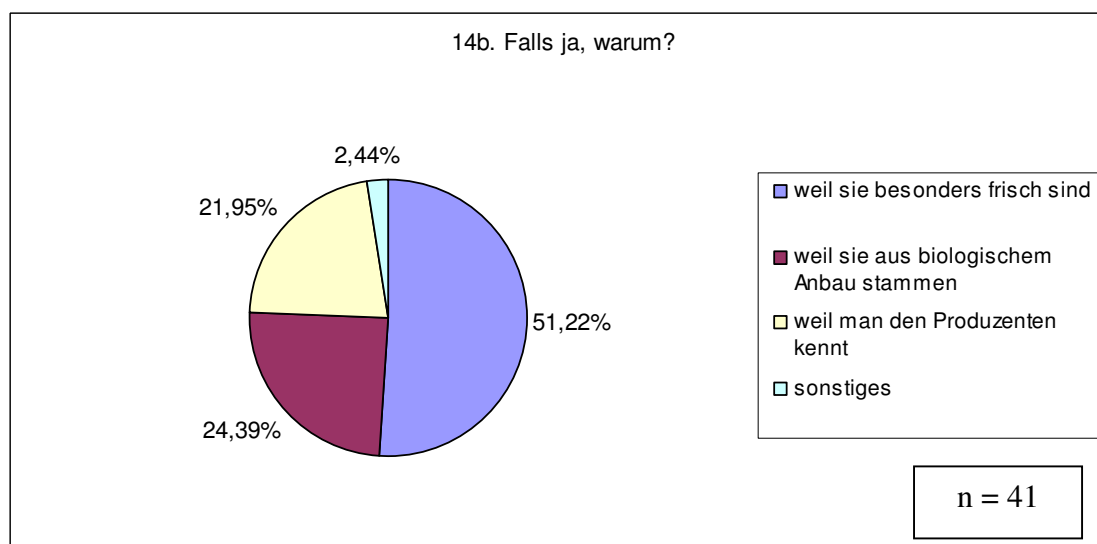
So stimmen 91% zu, alle Einkäufe für Lebensmittel und Drogerieartikel unproblematisch erledigen zu können, auch wenn es hierzu nötig ist, ein paar Kilometer zu fahren (vgl. Grafik 17.4, Dokumentationsband). Drei Viertel gaben in diesem Zusammenhang aber auch an, dass für den kleinen Einkauf ein Laden im Ort fehlen würde, ein weiterer Hinweis darauf, dass es vor allem Bequemlichkeitsgründe sind, die das Plädoyer für die ortsnahe Versorgung auslösen und die großen Einkäufe (und damit die Umsatzträger) auch bei einem Geschäft im Ort eher außerhalb erledigt werden dürften (vgl. Grafik 18.4, Dokumentationsband).

**Grafik 21.4**



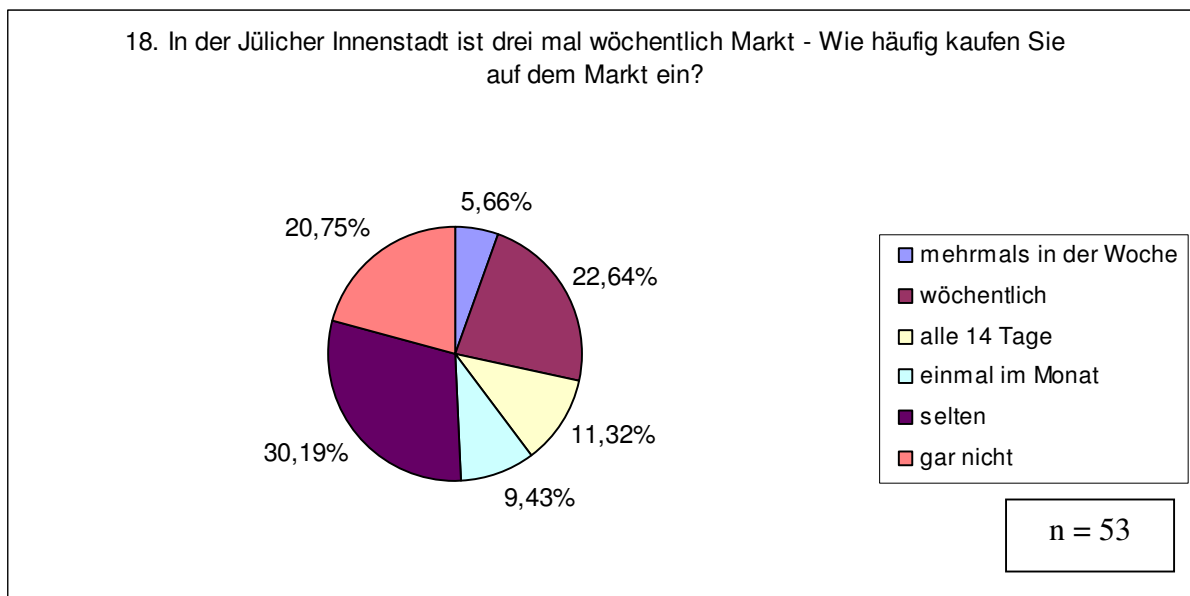
Die Auswertung des Einkaufsverhaltens zeigt aber auch, dass in Broich 77% der Befragten dazu bereit sind, für Produkte aus der Region etwas mehr zu bezahlen (vgl. Grafik 21.4).

**Grafik 22.4**



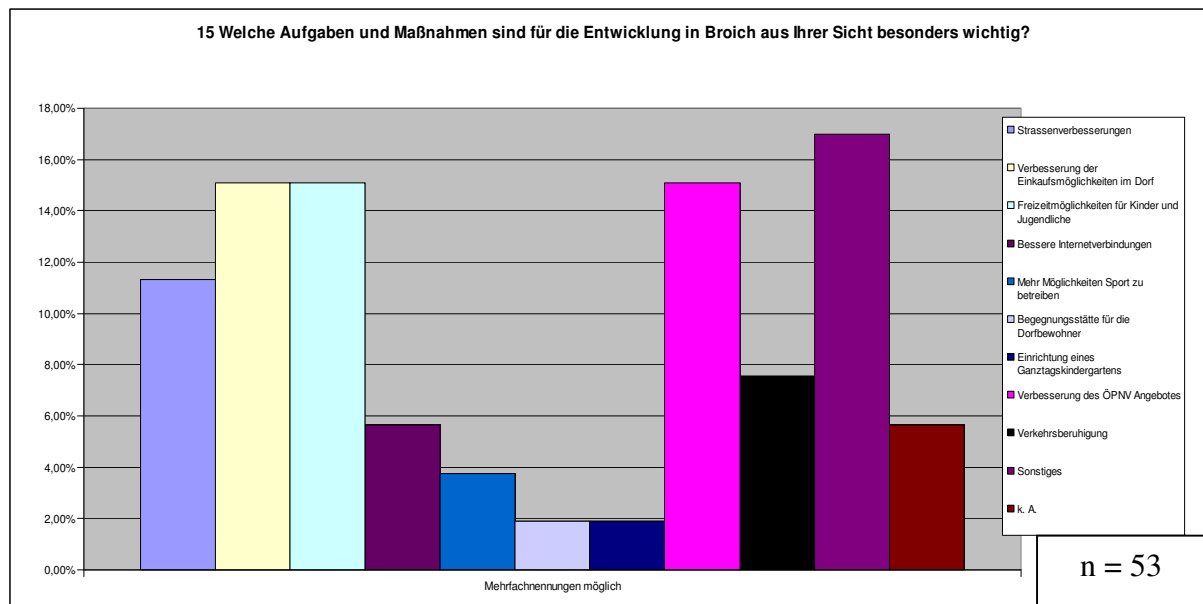
Über die Hälfte (51%) der Befragten begründet dies damit, dass die Produkte als besonders frisch einzuschätzen sind, bzw. dass man den Produzenten kennt (22%). Weitere 24% schätzen regionale Produkte, weil sie davon ausgehen, dass diese Produkte aus biologischem Anbau (in Broich existiert ja ein entsprechender Laden) stammen (vgl. Grafik 22.4).

**Grafik 26.4**



Wie bereits beim Kauf von Obst und Gemüse angesprochen, wird der Markt in der Jülicher Innenstadt von Broich aus als Einkaufsmöglichkeit durchaus wahrgenommen. In einer eigenen Fragestellung wurde die Häufigkeit ermittelt, mit der der Markt, welcher drei Mal in der Woche stattfindet, frequentiert wird. Die Ergebnisse zeigen, dass es hier eine starke Spreizung gibt: sechs Prozent besuchen den Jülicher Wochenmarkt sogar mehrmals in der Woche, 23% haben Markteinkäufe wöchentlich auf ihrer Liste und alle 14 Tage sind es immerhin noch 11%, die den Weg zum Markt finden. Einmal im Monat besuchen gut neun Prozent den Markt. Die andere Hälfte entpuppt sich als „Marktmuffel“: 30% der Haushalte lässt sich nur selten sehen und die restlichen 21% haben überhaupt keine Einkaufsbindungen (vgl. Grafik 26.4). Mit diesen Werten gehört Broich aber sehr wohl unter allen Dörfern zu den Spitzenreitern, was die Marktfrequentierung angeht.

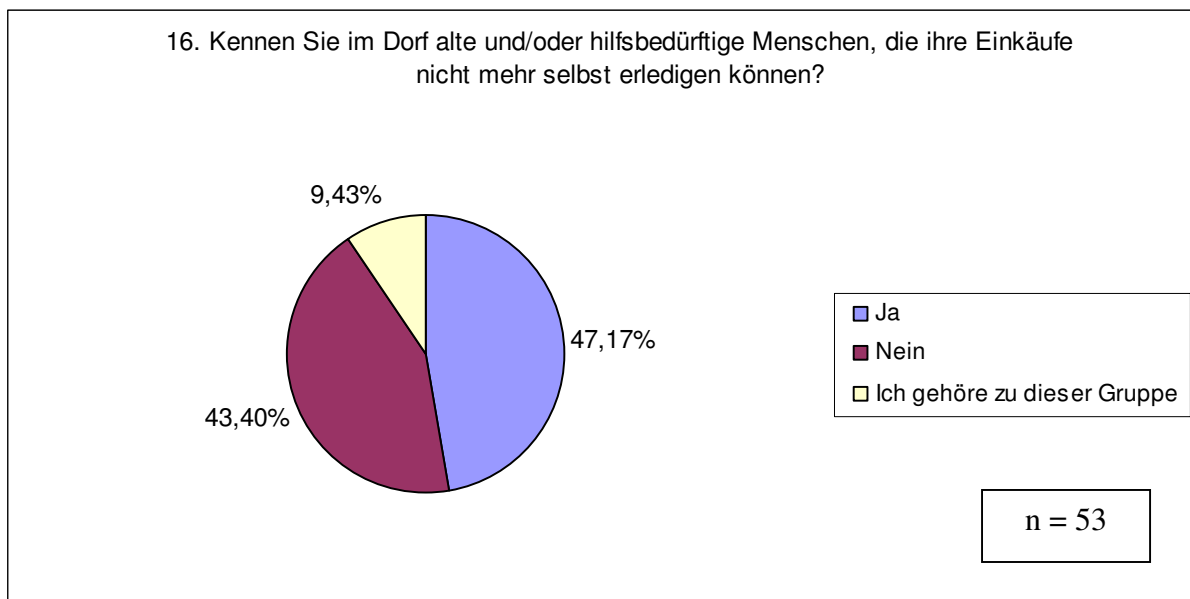
**Grafik 23.4**



Bei der bereits angesprochenen Frage 15, über die die Aufgaben und Maßnahmen, die für die Entwicklung des Ortes als besonders wichtig eingeschätzt werden und die ohne Antwortvorgaben benannt werden konnten, zeigt sich ein breites Spektrum der „typischen“ kleineren und größeren Strukturdefizite, wie sie aktuell im ländlichen Raum zu finden sind. 11% favorisieren die Verbesserung der Straßen- und Wegeverhältnisse im Dorf. Jeweils 15% sehen die Verbesserung der Freizeitmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche als aktuelle Hauptaufgabe an. Die gleiche Wichtigkeit erreichen die Verbesserung der Einkaufsmöglichkeiten im Ort sowie Nachbesserungen beim ÖPNV-Angebot (trotz Rurtalbahn). Des Weiteren wünschten sich etwa acht Prozent eine Verkehrsberuhigung des Ortes, und für sechs Prozent der Haushalte ist die Einrichtung eines Ganztagskindergartens wünschenswert. Außerdem gaben knapp vier Prozent an, dass ihnen die Möglichkeit fehlen würde, in ausreichendem Maße Sport zu treiben (vgl. Grafik 23.4).

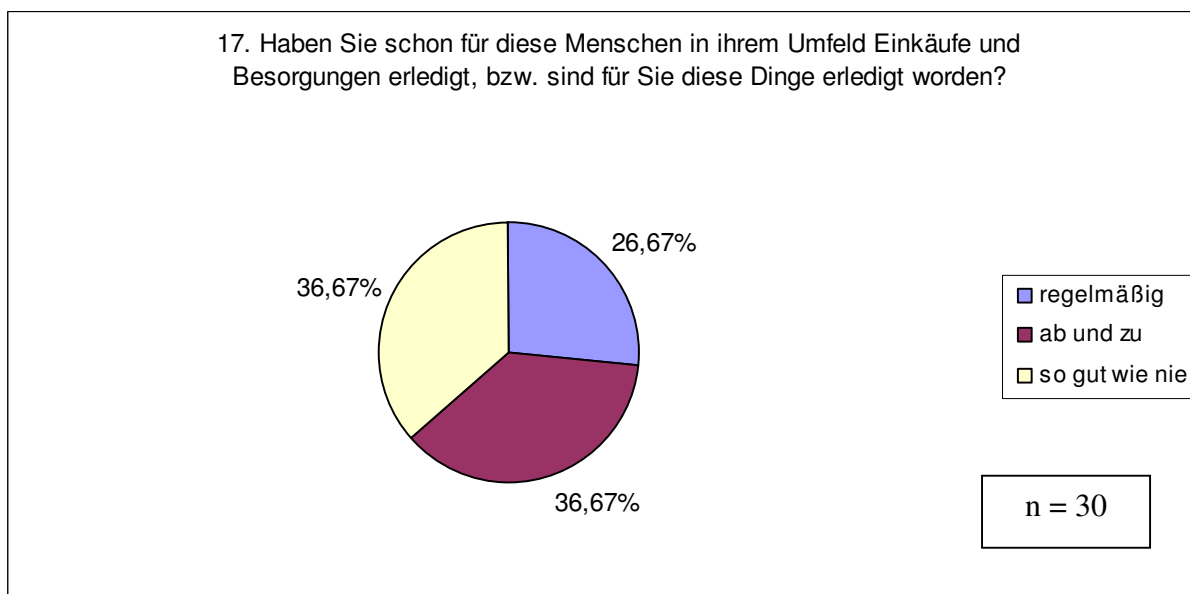
Im Sachzusammenhang mit dieser Befragung ist somit festzuhalten, dass die Einkaufssituation vor Ort und ein hierbei zu behebender Mangel ein Thema von mehreren ist und nicht etwa eine besondere Priorität besitzt wie es die vorlaufenden Antworten aus den zunächst eine einseitiger formulierten Fragestellungen durchaus hätten vermuten lassen können.

**Grafik 24.4**



Da aber immer wieder darauf verwiesen wird, dass es bestimmte Gruppen sind, die unter der fehlenden nahräumlichen Versorgung besonders zu leiden haben, geht ein Fragenkomplex hierauf besonders ein. Es ist nämlich gefragt worden, in welchem Maße auch alte und/oder hilfsbedürftige Menschen, die ihre Einkäufe nicht mehr selbst erledigen können, von ihrem sozialen Umfeld mitversorgt werden. Hier gab zunächst über die Hälfte der Befragten an, solche hilfsbedürftigen Menschen zu kennen (47%) bzw. selbst zu dieser Gruppe zu gehören (9%) (vgl. Grafik 24.4).

**Grafik 25.4**





Von diesen Haushalten erledigen wiederum 27% regelmäßig, und weitere 37% ab und zu die Besorgungen für solch hilfsbedürftige Mitmenschen in ihrem Umfeld (vgl. Grafik 25.4). Dies zeigt deutlich, dass soziales Netz und soziale Kontrolle in Broich durchaus funktionieren, hilfsbedürftige und alte Menschen so von ihrem Umfeld mitversorgt werden und auf diesem Wege Versorgungsdefizite kompensierbar sind.