

Ortsteil: Jülich-Koslar



Quelle: Google-Earth

Situation des Lebensmitteleinzelhandels

In Koslar gab es zum Erhebungszeitpunkt vier Geschäfte mit einem überwiegend auf den täglichen Bedarf ausgerichteten Warenangebot: die Bäckerei Oellers, die Metzgerei Dohmen, der Koslarer Ziegenhof sowie der Nahkauf, bei dem jedoch aller Voraussicht nach die Schließung ins Haus steht. An Stelle des Nahkaufs ist aktuell eine Netto-Markt (Discounter) in Koslar geplant, der wohl im Laufe des Jahres 2011 eröffnet werden dürfte.

Die Bäckerei Oellers bietet ihren Kunden neben dem breiten Spektrum an Backwaren auch Kaltgetränke und Süßigkeiten zum Kauf an. „Umsatzkönige“ sind Brötchen. Zwischen 100 und 300 Kunden (abhängig vom Wochentag etc.), die meist aus dem Ort stammen und zu 95% Stammkunden sind, bilden das Rückgrat für den Geschäftsumsatz. Aufgrund der Kundenstruktur ist die Bäckerei auch innerdörflicher Treffpunkt und Informationsbörse zum Dorfgeschehen.

Die Umsatzsituation der Bäckerei beurteilt der Inhaber als eher durchschnittlich, jedoch sieht er durchaus gute Perspektiven, das Geschäft mit gleich bleibender Ausrichtung weiterhin betreiben zu können.

In der nur halbtags geöffneten Metzgerei werden zur „Abrundung“ neben Fleisch und Wurstwaren auch Nudeln, Zucker, Gemüse aus dem Glas, Fertigsoßen, Käse und Gewürze angeboten, jedoch sind Fleisch und Wurstwaren eigentlich die die Nachfrage bestimmenden Produkte. Täglich kaufen ca. 30 bis 40 Kunden, die zu 80% aus dem Ort selbst kommen, im Laden ein. Zum Kundenstamm gehören vor allem ältere Menschen.

Die Produktpalette ist (auch aufgrund der relativ kurzen Öffnungszeiten) rückläufig, doch ist dafür die Umsatzsituation gut. Die Perspektive, den Laden auch die nächsten Jahre weiter betreiben zu können, wird vom Betreiber jedoch als sehr schlecht eingeschätzt, da ein geeigneter Nachfolger fehlt und wohl auch nicht in Aussicht steht.

Die Metzgerei Dohmen beliefert sowohl das DORV-Zentrum in Barmen mit Fleisch und Wurstwaren, aber auch ältere Menschen im Ort, die ihre Einkäufe nicht mehr selbstständig erledigen können. Eine besondere Lieferverflechtung besteht nach Düsseldorf, wo ein Hotelrestaurant auf die Fleisch- und Wurstwaren der Metzgerei zurückgreift.

Seit 2007 besteht der Ziegenhof und bietet seinen Kunden vor allem landwirtschaftliche Produkte wie Obst, Gemüse, Kartoffeln, Eier, Geflügel, Säfte, Milchprodukte und Honig, aber auch Geschenkkörbe samt Grußkarten sowie auch Hundefutter zum Kauf an. Besonders häufig werden dabei Obst, Gemüse, Eier und Kartoffeln nachgefragt.

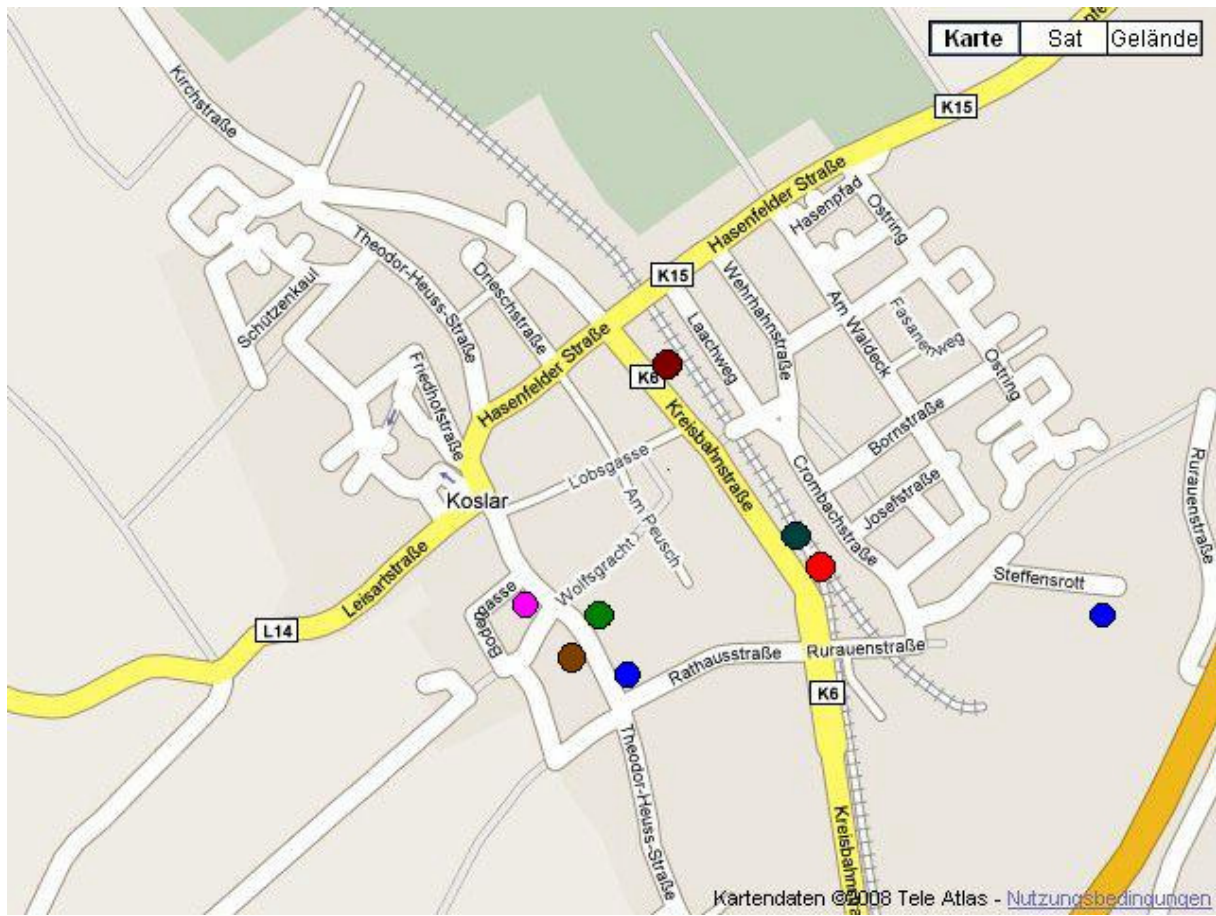
Drei Viertel der ca. 20 bis 40 Kunden, die täglich den Hof besuchen, kommen aus dem Ort selbst. Der kostenlos angebotene Lieferservice wird allerdings kaum angenommen.

Obwohl die Produktpalette in den vergangenen Jahren ständig erweitert worden ist, beurteilt die Betreiberin die Umsatzsituation des Ladens als eher schlecht. Auch die Perspektiven der weiteren Geschäftsentwicklung werden von ihr als allenfalls mittelmäßig eingeschätzt.

Für seine Stammkunden ist der Ziegenhof ein interessanter Treffpunkt und hat so durchaus auch seinen Stellenwert für das gemeinschaftliche Zusammenleben der Dorfbewohner.

Die Produktpalette des örtlichen „Nahkauf“ reicht von Lebensmitteln über Fleisch, Obst, Gemüse, Backwaren, Getränke und Tabakwaren bis hin zu Tiefkühlkost. Zu den Hauptumsatzträgern zählen Backwaren, Fleisch, Obst, Gemüse und Molkereiprodukte, also ganz wesentlich Frischeprodukte. Für ca. 250 Kunden am Tag, die zum überwiegenden Teil aus dem Ort selbst stammen, ist der Nahkauf als kleiner Vollsortimenter die Möglichkeit gewesen, ihre Einkäufe prinzipiell komplett in Koslar erledigen zu können. . Der Trend, verstärkt in die Supermärkte der Jülicher Kernstadt zu fahren und die anstehende Eröffnung eines ersten Discounters (Netto - Markt) in Koslar haben bereits im Vorfeld den Druck auf diesen Lebensmitteleinzelhandel so weit erhöht, dass zunächst die Produktpalette immer mehr zurückgenommen worden ist und man schließlich eine baldige Betriebsaufgabe als wirtschaftlich sinnvollste Lösung angesehen hat.

Abb. 38 Versorgungseinrichtungen und täglicher Bedarf (Koslar)



Quelle: Google Earth / eigene Darstellung

Legende

●	Gaststätte
●	Metzger
●	Hofladen
●	Apotheke
●	Schnellrestaurant/Pizzeria
●	Bäcker
●	Supermarkt

Zusammenfassung der Befragungsergebnisse

Lage innerhalb des Stadtgebietes:



Quelle: eigene Grafik

Haushaltszahl: 1425

Befragte Haushalte: 138

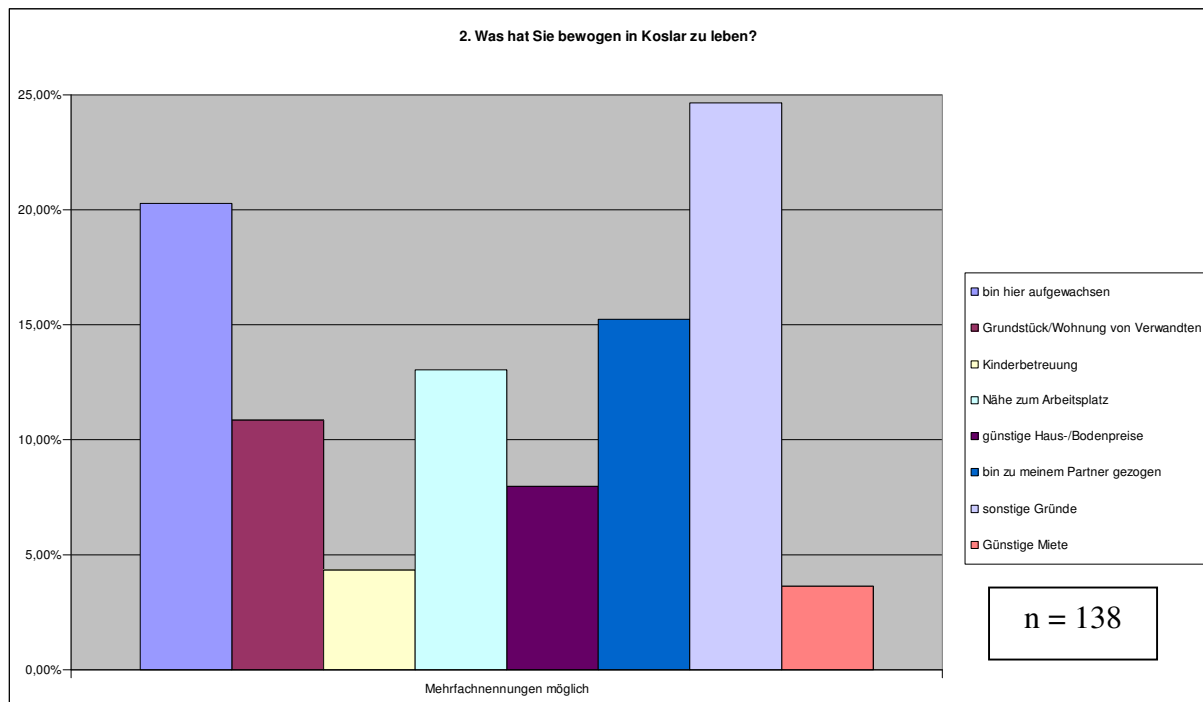
Befragungszeitraum: 25.05. – 04. 06.2010

Kenndaten des Sample

Koslar ist innerhalb der Umfrage (gemeinsam mit Mersch) der Jülicher Ortsteil mit dem größten Anteil an „frischen Zuzüglern“, was ja durchaus auch den tatsächlichen Migrationsbewegungen in der Stadt entspricht. Nur 56% geben an, bereits länger als zehn Jahre im Ort zu leben (vgl. Grafik 2.8, Dokumentationsband).

Dieser autochtone Bevölkerungsteil ist traditionell ortsfest (im Ort aufgewachsen sind 20%, zu ihrem Partner nach Koslar gezogen weitere 15%). Die Nähe zum Arbeitsplatz ist, bei der Autobahnnähe ein eher niedriger Wert, für 13% ein besonderer Grund gewesen, nach Koslar zu ziehen, 11% nennen ein Grundstück bzw. eine Wohnung von Verwandten als Auslöser. Die günstigen Haus- und Bodenpreise sehen acht Prozent als ausschlaggebend an. Diese Aufzählung spiegelt damit auch die Hauptgründe wider, die das starke Bevölkerungswachstum dieses Ortsteils mit ausgelöst haben (vgl. Grafik 3.8, Mehrfachnennungen möglich).

Grafik 3.8



Die durchschnittlichen Personenzahlen in den 138 Koslarer Haushalten liegen im Jülicher Normspektrum. Großfamilien sind selten, Kleinfamilien und Ein- bzw. Zweipersonenhaushalte stellen das überwältigende Gros; 92% gehören diesen Konstellationen an und nur 8% entfallen auf Haushalte, in denen fünf und mehr Personen anzutreffen sind (vgl. Grafik 27.8, Dokumentationsband).

Einkaufsgewohnheiten und Versorgungssituation

In einem ersten Analyseschritt sollte herausgearbeitet werden, welche Einkaufsgewohnheiten für einzelne Betriebsformen des Handels festzustellen sind.

Bei Drogerie-/Kosmetikartikeln, Fleisch und Wurstwaren, Backwaren und Brot, Gemüse und Obst sowie Getränken und Spirituosen konzentrieren sich diese Verhaltensmuster auf Fachgeschäfte und Supermärkte. (Mehrfachnennungen möglich). Abhängig vom Warenkorb liegen die Prozentwerte dann entweder zu Gunsten der einen oder der anderen Einkaufsmöglichkeit vorne. Der Ambulante Handel, aber auch der Jülicher Wochenmarkt sind hier jeweils nur in einer Warengruppe und auch da ziemlich nachrangig vertreten, spielen also mithin keine wesentliche Rolle (vgl. hierzu die Grafiken 6.8 / 7.8 / 8.8 / 9.8 / 10.8, Dokumentationsband).

So werden Drogerie- und Kosmetikartikel von 64% der Befragten im Fachgeschäft und von 44% im Supermarkt eingekauft.

Fleisch- und Wurstwaren erwirbt man in etwa zu gleichen Teilen im Supermarkt (54%), bzw. im Fachgeschäft (55%).

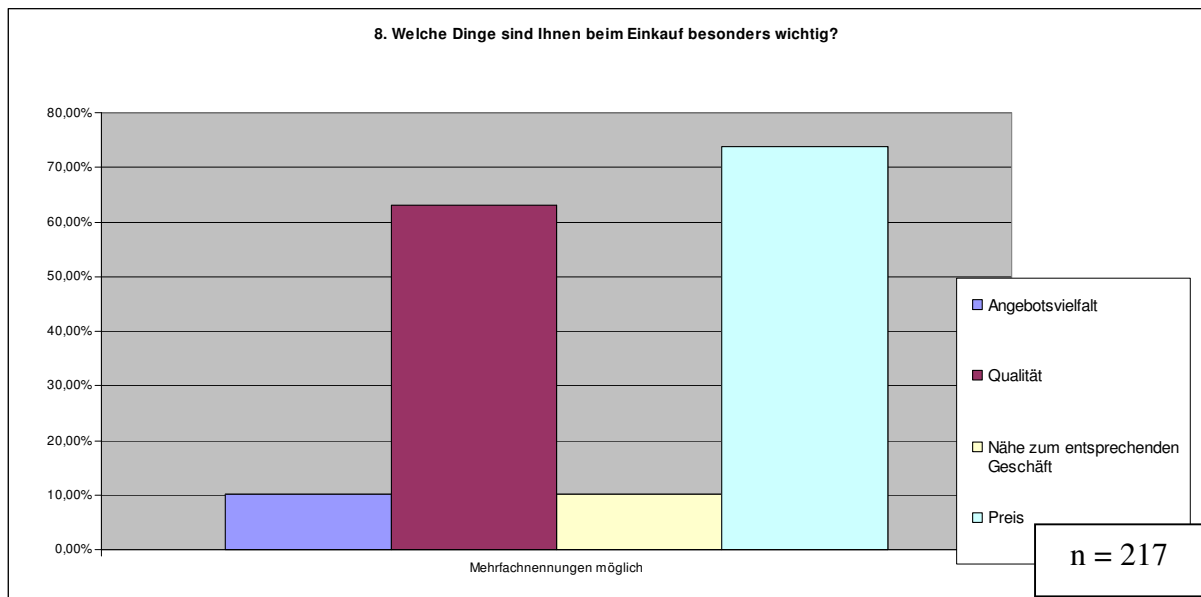
Backwaren und Brot werden von gut zwei Drittel der Befragten im entsprechenden Fachgeschäft (67%) sowie von 36% auch im Supermarkt eingeholt. Für gerade einmal zwei Haushalte ist aber hier auch der Rollenden Händler die Einkaufsquelle.

Gemüse und Obst werden in Koslar überwiegend (66%) im Supermarkt oder beim Discounter erstanden, während ein Drittel der Haushalte angibt, diese Lebensmittel im entsprechenden Fachgeschäft zu erwerben. Bei Obst und Gemüse spielt jedoch auch der Jülicher Wochenmarkt (9%) eine gewisse Rolle.

Getränke und Spirituosen stammen zum kleineren Teil (43%) aus den Fachgeschäften/-märkten. 58% greifen hierfür in die Regale der Supermärkte und Discounter der Umgebung.

Bei der späteren Kontrollfrage (Frage 13d), ob Fleisch, Gemüse und Brot bevorzugt im Fachgeschäft eingekauft werden, antworten darauf 61% mit 'ja', was in Koslar auch - außer beim Gemüseinkauf - in etwa den Angaben aus dieser Basisfrage entspricht (vgl. Grafik 20.8, Dokumentationsband).

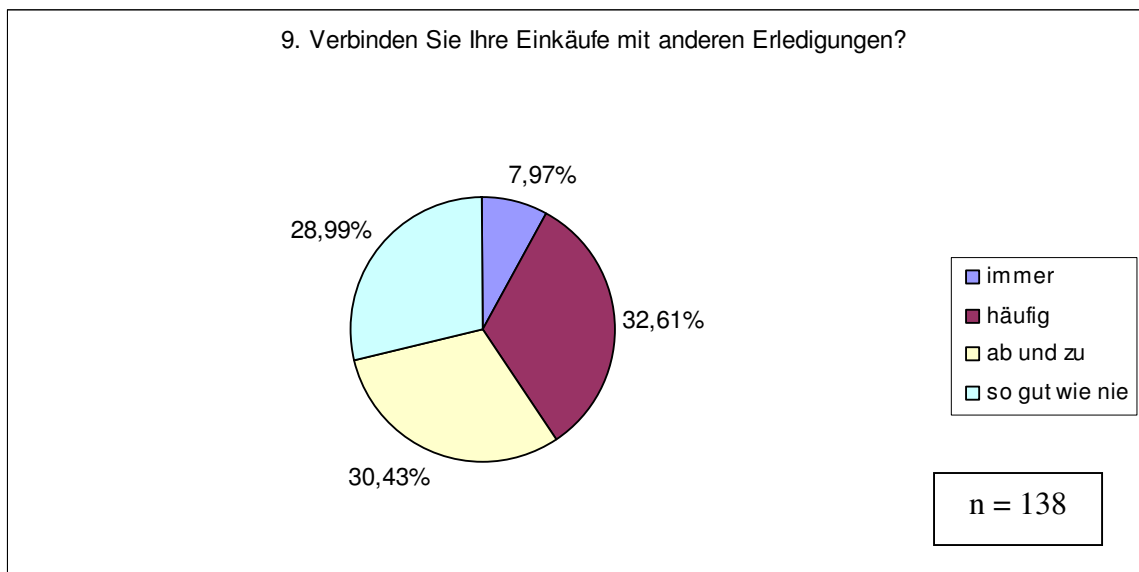
Grafik 12.8



Beim Einkaufen ist den Koslarern in erster Linie der Preis (74%) wichtig, aber auch die Qualität der Waren (63%) wird besonders wertgeschätzt. Angebotsvielfalt und die Nähe zum entsprechenden Geschäft fallen dagegen vollkommen ab: nur jeweils 10% empfinden diese Faktoren als besonders bedeutsam (vgl. Grafik 12.8; Mehrfachantworten möglich).

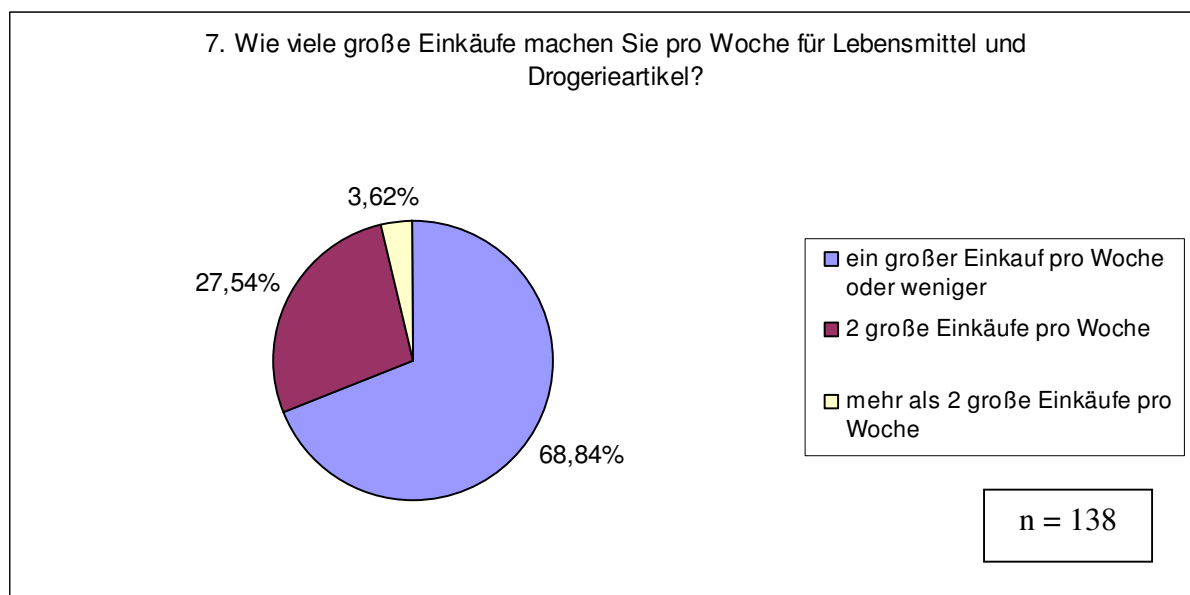
Bei der Wahl des Verkehrsmittels, das beim Einkauf benutzt wird, geben 84% an, hierfür den PKW einzusetzen. Weitere vier Prozent der Antworten verweisen auf öffentliche Verkehrsmittel (Busse) und acht Prozent der Befragten benutzen für ihre Einkäufe und Besorgungen das Fahrrad. Außerdem gaben drei Haushalte in Koslar an, zu Fuß einzukaufen (vgl. Grafik 5.8, Dokumentationsband).

Grafik 13.8



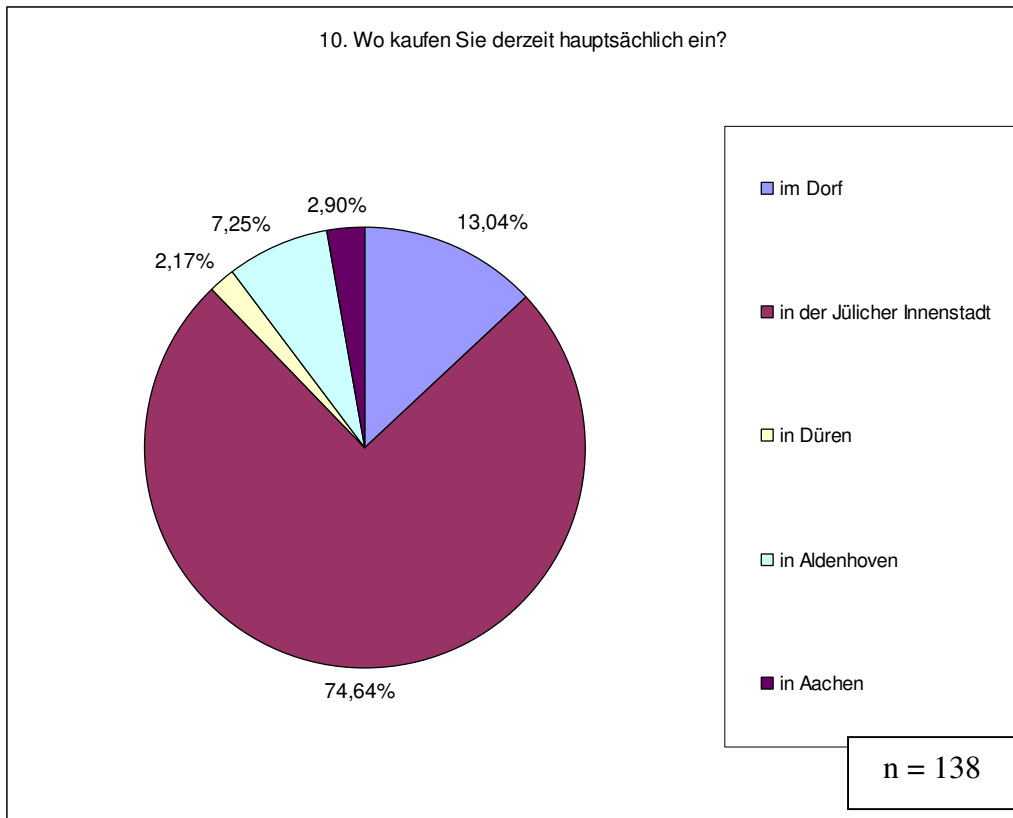
Besorgungsfahrten werden häufig genutzt, um die anstehenden Einkäufe mit anderen Erledigungen zu verbinden (vgl. Grafik 13.8). Dies erklären insgesamt 71% der Befragten, allerdings mit unterschiedlich starker Ausprägung dieses Kombinationsverhaltens.

Grafik 11.8



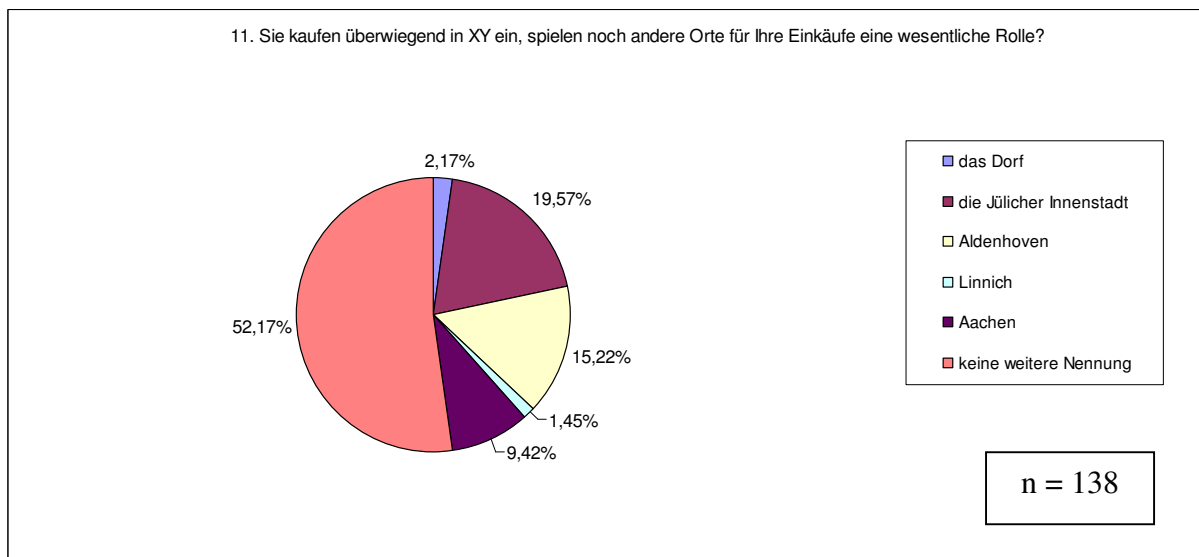
Die Einkaufsfrequenz wird vom wöchentlichen Großeinkauf bestimmt. So tätigen 69% der Haushalte maximal einen wöchentlichen Großeinkauf für Lebensmittel und Drogerieartikel, weitere 28% machen aber sogar zwei große Einkäufe in der Woche und insgesamt fünf Haushalte vermelden, mehr als zwei große Wocheneinkäufe abzuwickeln (vgl. Grafik 11.8)

Grafik 14.8



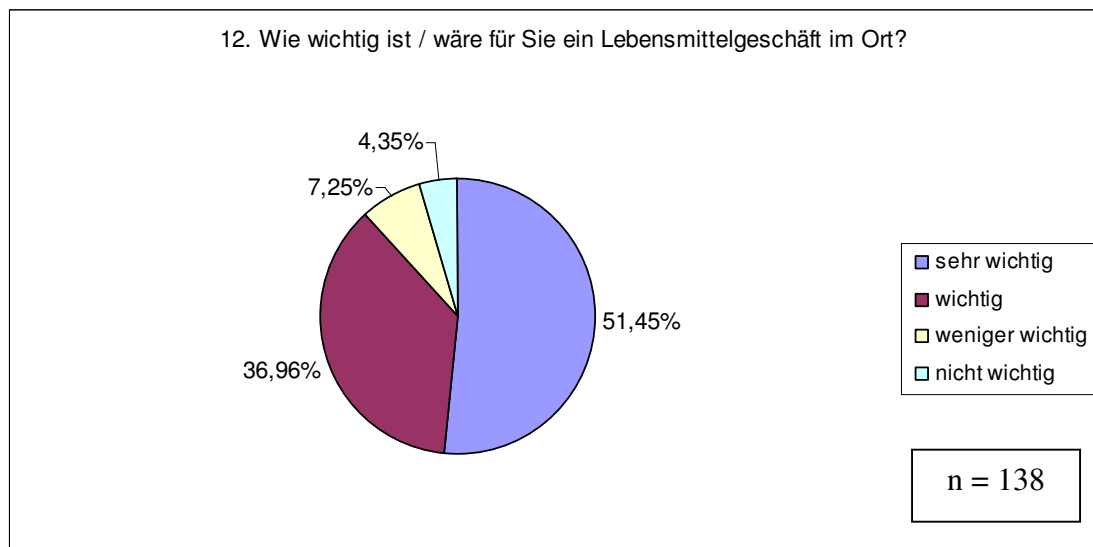
Dabei ist für drei Viertel der Befragten die Jülicher Kernstadt der wichtigste Ort, um ihre Wocheneinkäufe zu erledigen. 13% nennen Koslar selbst und weitere sieben Prozent präferieren Geschäfte in Aldenhoven als ihr wichtigstes Einkaufsziel (vgl. Grafik 14.8).

Grafik 15.8



In zweiter Präferenz kommen nochmals 20% hinzu, die auch einen Teil der Einkäufe in der Jülicher Kernstadt machen: auf Aldenhoven laufen nochmals 15% der Antworten hinaus. Insgesamt 52% nennen aber überhaupt keinen weiteren Ort mehr, was bedeutet, dass sie die überwiegende Zahl der Einkäufe an nur einem Ort erledigt werden (vgl. Grafik 15.8). Dies zeigt die große Bedeutung der Kernstadt für den Ortsteil Koslar, was die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs anbelangt.

Grafik 16.8



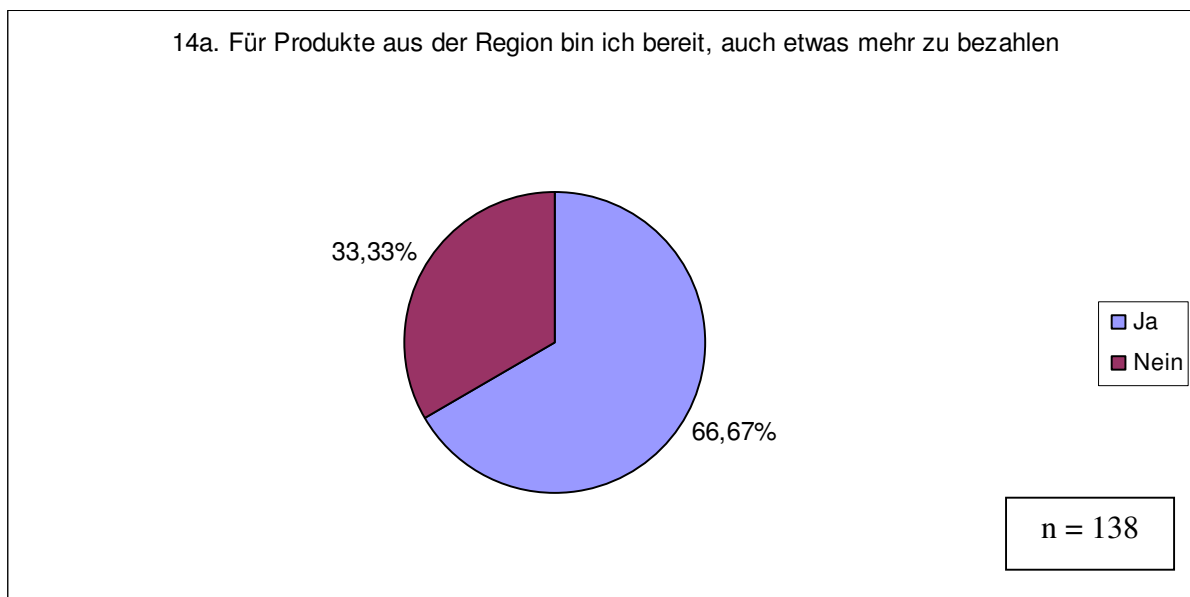
Das Antwortverhalten bei der Frage zur Bedeutung einer Einzelhandelsstruktur für Koslar macht offensichtlich, wie hoch von den Bürgern dieses Angebot (ein)geschätzt wird. Insgesamt 88% räumen der kleinräumlichen Nahversorgung einen hohen Stellenwert ein. Gut die Hälfte (51%) der Befragten sieht dies dabei als sehr wichtig an und weitere 37% halten dies zumindest für wichtig (vgl. Grafik 16.8), ein energisches Plädoyer für die Aufrechterhaltung (noch) vorhandener Versorgungsstrukturen und eine gleichzeitige Forderung diese in jedem Falle beizubehalten bzw. zu stabilisieren (Nettomarkt).

Dies erklärt im Umkehrschluss die Aussagen zur spontan zu beantwortenden Eingangsfrage Nr.3) (vgl. Grafik 4.8, Dokumentationsband), welche zusätzliche Einrichtung man sich im Ort wünscht ebenso wie die relativ geringe Bedeutung, die im Auswahlkatalog verschiedener Entwicklungsziele (Frage 15) der Nahversorgung explizit zu Teil wird (vgl. Grafik 23.8). Man ist aktuell und perspektivisch mit dem Angebot in Koslar recht zufrieden und sieht in dieser Richtung keinen überbordenden zusätzlichen Handlungsbedarf.

Einkaufskomfort und bequeme Erreichbarkeit gelten aber aus Sicht der Koslarer auch für die Einkäufe außerhalb des Dorfes als gesichert.

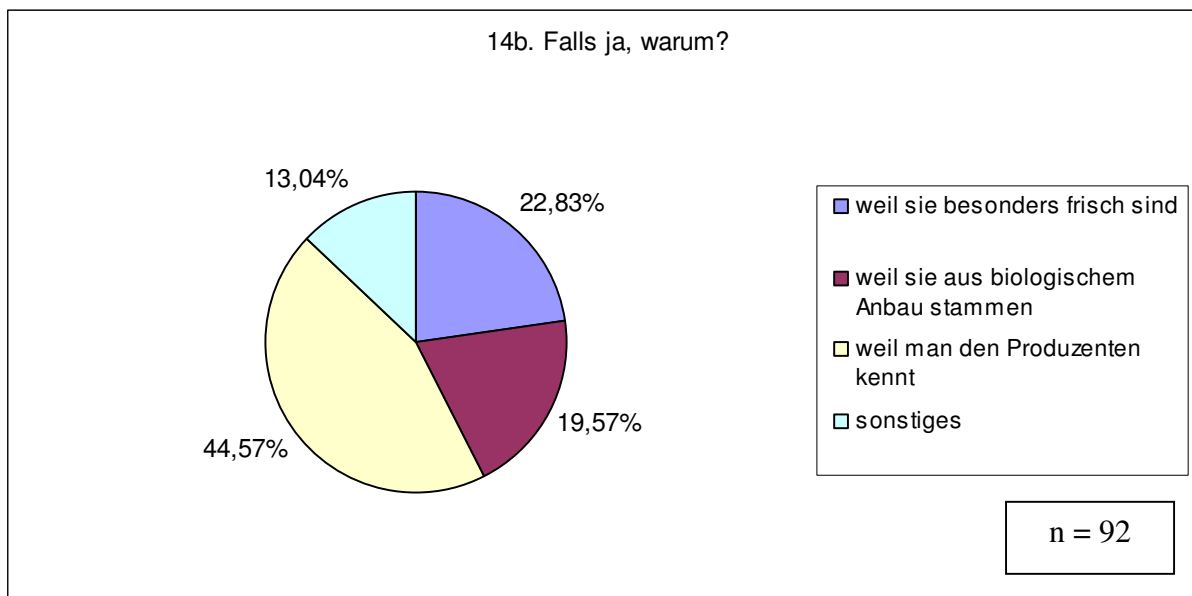
So geben 91% an, alle Einkäufe für Lebensmittel und Drogerieartikel unproblematisch erledigen zu können, auch wenn es hierzu nötig ist, ein paar Kilometer zu fahren (vgl. Grafik 17.8, Dokumentationsband).

Grafik 21.8

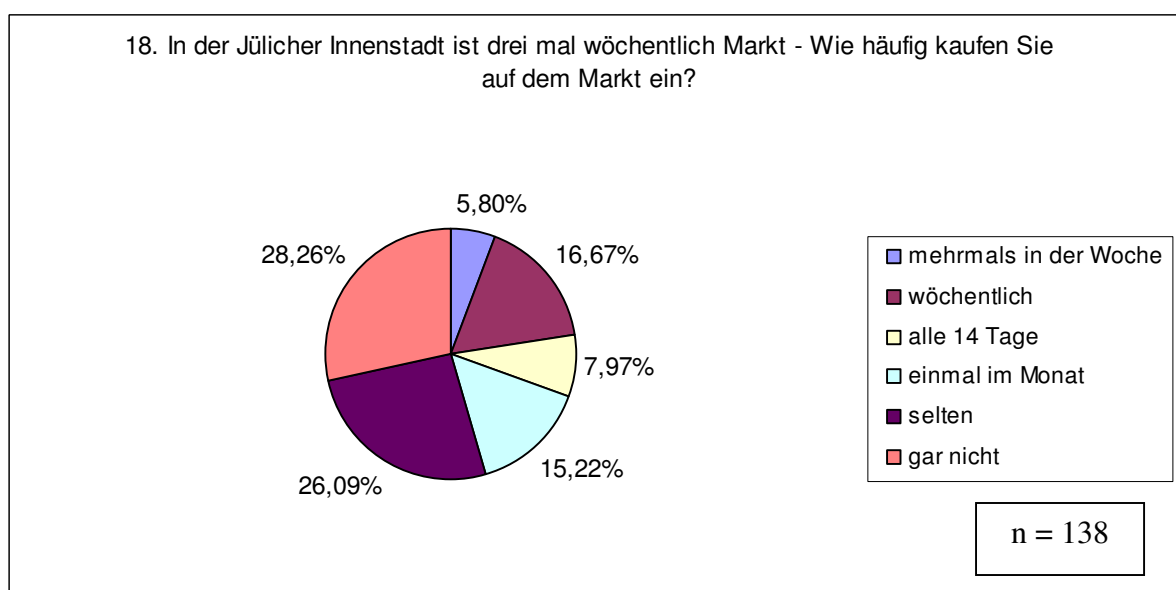


Regionale Lieferbeziehungen und Frische des Angebotes sind besondere Merkmale, mit denen die kleinen Läden, insbesondere aber auch die neuen Dorfläden, konzeptionelle Akzente gegen die herkömmlichen Strukturen zu setzen versuchen. Dies bleibt - in einem meist vertretbaren Rahmen - nicht ohne Einfluss auf die Preise. Dass dies sich nicht zum Problem entwickeln muss, wird klar, wenn zwei Drittel der Haushalte in Koslar Bereitschaft zeigen, etwas höhere Preise durchaus tragen zu wollen (vgl. Grafik 21.8) und als Gründe die besondere Frische der Produkte (23%) aufführen, vor allem aber auch auf die engere Beziehung zum Produzenten verweisen (45%). Des Weiteren setzt man Hoffnungen darauf, dass die Angebote aus biologischem Anbau stammen mögen (vgl. Grafik 22.8).

Grafik 22.8

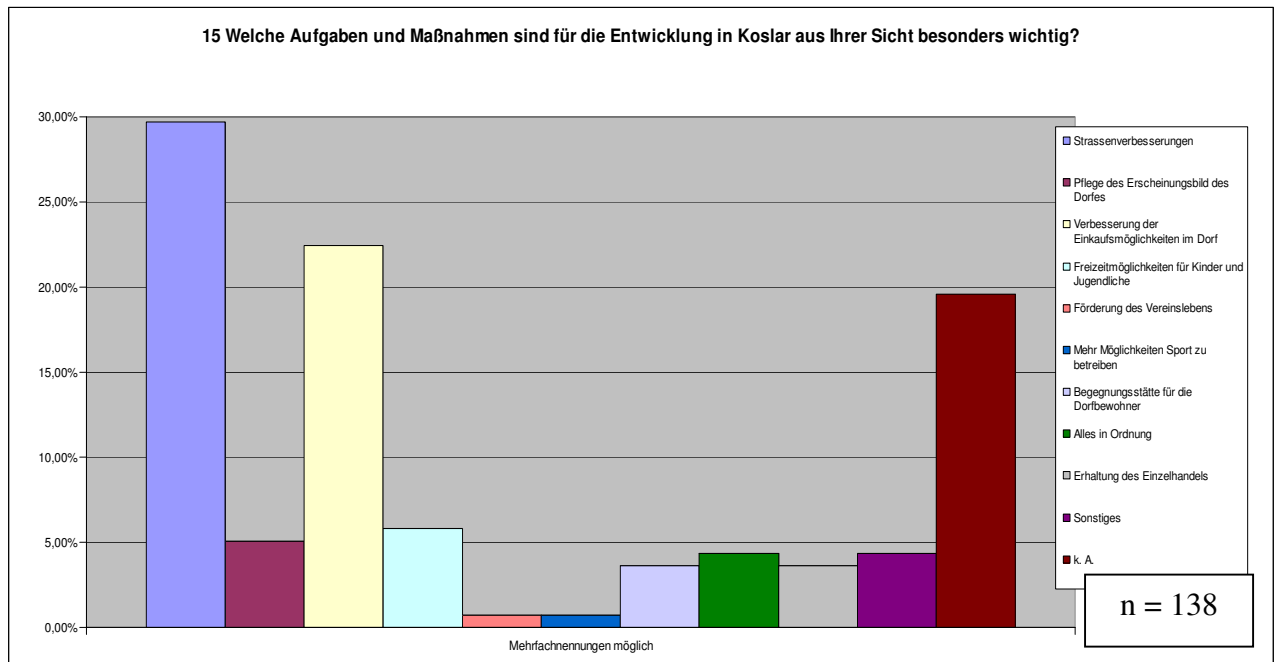


Grafik 26.8



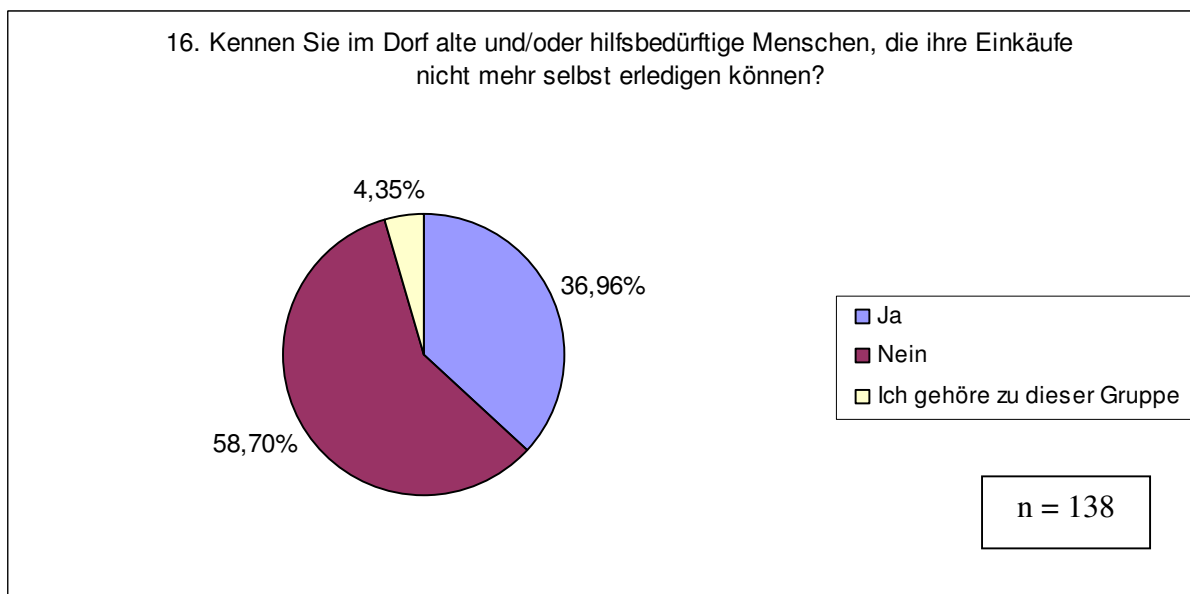
Im Zusammenhang mit Regionsbezug und Frische bietet es sich an, den Jülicher Wochenmarkt einzubeziehen und nach der Häufigkeit zu fragen, mit der dieser frequentiert wird (vgl. Grafik 26.8). Hier zeigt sich, dass etwa ein Drittel der Haushalte zumindest alle 14 Tage zum Markt geht und noch ein weiteres Viertel immerhin monatlich. Die deutliche Mehrheit aber nimmt dieses innerstädtische Angebot, das von Produktfrische, regionaler Herkunft und identifizierbaren Händlern geprägt ist, kaum oder gar nicht wahr.

Grafik 23.8



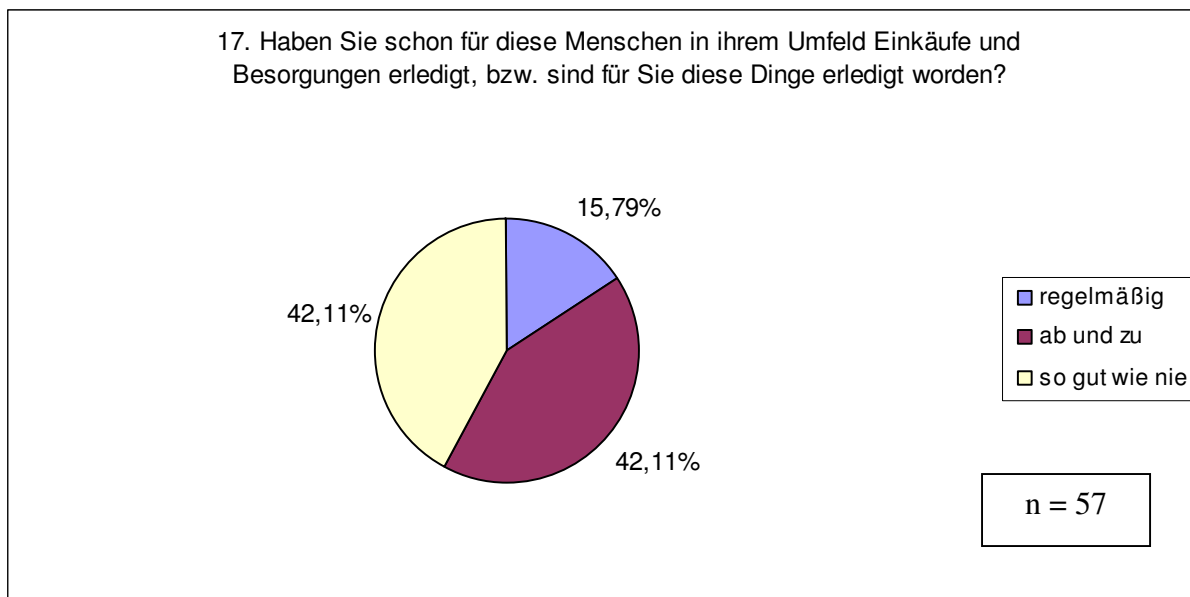
Da die Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs in Koslar nicht gerade das brennendste Problem darstellt, ist nachvollziehbar, dass man andere Prioritäten in den Vordergrund schiebt, wenn es um Zukunftsaufgaben im Dorf geht. Neben einem ganzen Bündel verschiedener Vorschläge ist es insbesondere der Wunsch, das kommunale Straßen- und Wegenetz wieder in einen erträglichen bzw. ansehnlichen Zustand zu versetzen, der die Gemüter erregt (vgl. Grafik 23.8).

Grafik 24.8



Ein wichtiges Kriterium, um die Versorgungssituation im Ort beurteilen zu können ist auch, auf welche Art und Weise für Gruppen, die als weniger mobil anzusehen sind, die Versorgungsansprüche gewährleistet werden. So hat speziell interessiert, in welchem Maße auch alte und/oder hilfsbedürftige Menschen, die ihre Einkäufe nicht mehr selbst erledigen können, von ihrem sozialen Umfeld mitversorgt werden. Dabei geben in Koslar insgesamt nur 37% der Befragten - der mit Abstand schwächste Wert aller Ortsteile - an, solche hilfsbedürftigen Menschen überhaupt zu kennen (vgl. Grafik 24.8).

Grafik 25.8



Von den Haushalten, die um solche Lebensumstände wissen, erledigen wiederum 16% regelmäßig, und weitere 42% ab und zu die Besorgungen für diese Hilfsbedürftigen (vgl. Grafik 25.8).

Aus diesen Zahlen aber kurzerhand zu schließen, dass in Koslar das soziale Netz nur unzureichend funktioniere, ist jedoch voreilig. Vielmehr zeigt sich an dieser Stelle, dass in Koslar, wo nötig, im sozialen Netz hilfsbedürftige und alte Menschen von ihrem Umfeld durchaus mitversorgt werden; jedoch sind vielen (neuen) Bewohnern aufgrund der Größe des Ortes und der damit verbundenen Anonymität zum einen überhaupt keine hilfsbedürftigen Mitmenschen bekannt.

Zum andern führen die Neubaugebiete selbst in kleineren Orten zu einer Ansammlung eher junger Familien, so dass die Alterstruktur dieses Problem als Nachbarschaftsphänomen anfangs eher selten macht.