

#1 Fragebogen-Auswertung (Besucher)



Ziel der Umfrage war es, wie beschrieben, Ideen zu erhalten, wie die Attraktivität des Marktes und die Aufenthaltsqualität gesteigert werden kann. Von den Besuchern erhielten wir bei den über 20 Interviews interessante und wichtige Hinweise, die geeignet sein könnten wieder mehr Leben in die Städte zu bekommen.

Die erhaltenen Antworten, Ideen und Hinweise haben wir sorgfältig ausgewertet und fassen diese wie folgt zusammen:

- Das Publikum ist zum großen Teil älteren Semesters. Sie sind treue Kunden, die oftmals seit Jahrzehnten, den Markt zum Einkaufen besuchen.
- Die Besuchsfrequenz dieser Besuchergruppe ist recht regelmäßig. Mehrheitlich jede Woche kommen sie mindestens 1x /Woche zum Markt in die Stadt.
- Die Aufenthaltsdauer/Verweildauer beschränkt sich in der Regel darauf, die marktspezifischen Einkäufe zu erledigen. Dabei kommt es gerne zu Plaudereien mit Bekannten. Danach gehen sie aber meistens zügig wieder nach Hause.
- Deutlich mehrheitlich sind die vorgegebenen Marktzeiten passend, einzelne, meist jüngere Bürger wünschen sich eine etwas spätere Beendigung des Samstagmarktes oder ein paar Mal im Jahr einen Abendmarkt.
- Das bestehende Wareangebot finden viele Besucher gut aber nicht unbedingt ausreichend genug. Folgende Ergänzungswünsche gaben uns einzelne Besucher:
 - Blumen und Pflanzenstand
 - Zusätzlicher Metzger mit Fleisch und Aufschnitt
 - Zusätzlicher Käsestand
 - Stände zum Verweilen mit Kaffee und Getränken
 - Stände mit Imbisscharakter (Fischbrötchen, Backfisch, Streetfood)
 - Frische Molkereiprodukte wie Frischmilch fehlen bis dato
 - Stand mit Gewürzen

Waffelstand oder Reibeplätzchen zum Sofortverzehr
Regionale Produkte von Hofläden der Umgebung mit Gurken,
Marmeladen etc.

„Außergewöhnliche“ Spezialitäten zum Stöbern und Entdecken

- Die Preisgestaltung auf dem Markt wird allgemein als ok empfunden, wohl wissend, dass es nicht preisgünstig ist. Akzeptiert wird das von den meisten Kunden, wenn die Frische und Qualität stimmt. Es gibt auch einzelne Befragte, welche die Preise als grenzwertig hoch oder zu hoch empfinden.
- Diverse Verbesserungspotenziale, die von einzelnen oder auch mehrfach genannt wurden:

Möglichkeiten für Kinder zum Verweilen schaffen

Rahmenprogramme andenken (Musik, ...)

Einbeziehung ins Marktgeschehen der anliegenden Geschäfte mit
Outdoorshop, Sitzgelegenheiten, Stehtisch

Einbeziehung des Rathausfoyers als regelmäßiges Bürgerforum für
Ideen, Pläne und sonstige Anregungen

Flohmarktbereich für Kinder und Erwachsene andenken

Gemeinnützige Organisationen, Schulen, Vereine mit einbinden

Diverse ausländische Spezialitätenstände (ausländischer
Einzelhandel ansprechen) installieren

Nachtmarkt 2-3x / Jahr in den Sommermonaten mit Musik,
Verlosung, Ladenöffnungszeit verlängert

Fördervereine der Stadt Gelegenheit geben sich darzustellen, für
Mitmachen zu werben, dabei Waffeln etc. anbieten lassen (zieht
immer Leute mit)

Migranten sind kaum Marktbesucher, es gibt hohe Besucherzahlen
dieser Gruppe beim Supermarkt ÜNLÜ. Vielleicht kann dieser eine
Filiale auf dem Markt aufmachen?

Markt attraktiver machen für junge Familien (Kinderbetreuung,
Spielgeräte, gelegentlich eine Hüpfburg, etc.)

Schulen und Vereine einbeziehen zur Vorstellung ihres Portfolios
und deren Projekte

Vorhandenen Dönerladen (Mr. Döner) früher öffnen lassen

Aufstellung der Stände ohne große Lücken realisieren

Ordnungsdienst (KOD) soll präserter sein (Vermeidung Radfahrer,
E-Scooter, Bettler, etc.)

#2 Fragebogenauswertung (Beschicker)



Wir haben 9 Fragebogen zurückerhalten, was einen großen Teil der langjährigen Beschicker ausmacht. Die noch nicht so lange aktiven Beschicker mit Migrationshintergrund (Textilien, Kleinkram) haben trotz Rückfrage leider keinen Fragebogen beantwortet.

Die beantworteten Fragenbögen kamen von:

- Hof Mestekemper (seit 1954) – Speisekartoffeln und Eier
- Elke Schapke (seit 50J.) – Obst und Gemüse
- Clemens Bühlmeier (seit 1984) – Fleisch, Wurstwaren, Feinkostsalate
- Bender Biobäckerei ((seit 2000) – Biobrot, Bio-Backwaren
- Manuel Roer (seit 1954) – Eier, Kartoffeln, Äpfel, Gemüse
- Brunnert (seit 1980) – Bienenhonig
- Utler (seit 1954) – Obst, Gemüse, Schnittblumen, Pflanzen
- Jens Kleinhagenbrock (seit 1989) – Fische, Fischfeinkost
- Hartkämper (seit 2008) – Käsespezialitäten

Nachfolgend erfahren Sie in ungeordneter und ungekürzter Reihenfolge alle erhaltenen Antworten der Beschicker zu den gestellten Fragen (Doppelungen möglich):

- Produktvielfalt auf dem Markt allgemein zu gering, es fehlen z.B. Waffeln, Kaffeeangebote (Über Bäcker Reker hinaus)
- Nicht nur Grünprodukte anbieten
- Es fehlt an Rahmenprogrammen
- Es fehlt an weiteren Attraktivitäten und Händlern u.a. Imbisswagen
- Konkurrenzmärkte in Nachbargemeinden haben über die Zeit zu Kundenrückgängen geführt.
- Erweitertes konkurrierendes Produktangebot in naheliegenden Supermärkten wie Kaufland und Aldi hat zu Verkaufsrückgängen geführt
- Mangelnder Wille der Stadt mehr Beschicker zuzulassen (Imbissstände), oftmals Verweis auf Marktordnung von 1951.
- Struktureller Wandel der Bevölkerung in Rheda reduziert die Umsätze. Ältere sterben langsam weg, junge Menschen kommen als Kunden weniger nach. Migranten kaufen in der Regel nicht auf dem Markt.

- Allgemein hat sich die Anzahl der Kunden und Besucher vermindert.
- Die Unterstützung der Verwaltung ist mangelhaft, die Marktgebühren sind zu hoch.
- Die Produktvielfalt ist allgemein zu niedrig um anziehend zu sein.
- Bioprodukte sollten vorhanden sein, sind aber noch nicht in Rheda angekommen. Es fehlt an Wertschätzung.
- Es ist notwendig, so mehrfach bekundet, mehr Stände/Anbieter, neue attraktive Kollegen zu akquirieren (Blumen etc.).
- Es fehlt von daher an Produktvielfalt.
- Unterstützung der Verwaltung nicht vorhanden.
- Anzahl der Kunden und Produktvielfalt geringer geworden.
- Marktmeister nicht präsent, zumindest bei Marktöffnung.
- Sonderaktionen für mehr Publikum andenken.
- Neue Marktstände anheuern (Gewürze, Frische Pasta, Suppen zum sofortigen Verzehr, etc.).
- Markt Café einrichten, um Aufenthaltsqualität zu erhöhen.
- Mehr Werbung, Marketingaktionen, Präsenz im Internet erhöhen, um mehr Menschen zu erreichen.

Ein Kommentar von einer Beschickerin, die Rheda kürzlich verlassen hat:

- Andere Märkte sind attraktiver, es gibt mehr Laufkundschaft und mehr Stammkunden.
- Klientel für Bio-Backwaren ist (noch) zu klein.

3.3.2023/aw