

Passantenbefragung Wochenmarkt/Hauptmarkt 2016

Ausgewählte Ergebnisse von drei Passanten/-innenbefragungen
am 26., 28. & 29.10.2016

Dr. Reinhard Wittenberg

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der FAU Erlangen-Nürnberg
Lehrstuhl für Soziologie und Empirische Sozialforschung
<http://www.sociologie.wiso.uni-erlangen.de/>

Stand: 5. Januar 2017

Insgesamt konnten wir 1.227 Passanten/-innen am Wochenmarkt/Hauptmarkt befragen, und zwar:

1. Befragungstage

- ▶ 318 oder 25,9% am Mittwoch, den 26.10.2016, von 15 bis 18 Uhr,
- ▶ 437 oder 35,6% am Freitag, den 28.10.2016, von 11 bis 15 Uhr, und
- ▶ 472 oder 38,5% am Samstag, den 29.10.2016, von 08 bis 14 Uhr.

2. Befragungszeiten

Befragungszeit	n	%
08 – 09 Uhr	42	3,5
09 – 10 Uhr	81	6,8
10 – 11 Uhr	85	7,1
11 – 12 Uhr	176	14,7
12 – 13 Uhr	189	15,8
13 – 14 Uhr	173	14,4
14 – 15 Uhr	136	11,3
15 – 16 Uhr	79	6,6
16 – 17 Uhr	95	7,9
17 – 18 Uhr	105	8,8
nach 18 Uhr	39	3,3
insgesamt	1.200	100,0

Tab. 1: Befragungszeiten

Quelle: Passanten/-innenbefragungen am Hauptmarkt/Wochenmarkt Nürnberg Oktober 2016

1. Geschlechtszugehörigkeit

- ▶ weiblich: 650 (57,4%)
- ▶ männlich: 482 (42,6%)

2. Lebensalter

- ▶ 18 bis unter 30 Jahre: 259 (22,0%)
- ▶ 30 bis 45 Jahre: 238 (20,2%)
- ▶ 46 bis 60 Jahre: 350 (29,7%)
- ▶ 61 Jahre und älter: 330 (28,0%)

3. Haushaltsgröße

- ▶ 1-Personenhaushalte: 377 (30,9%)
- ▶ 2-Personenhaushalte: 519 (42,5%)
- ▶ 3-Personenhaushalte: 164 (13,4%)
- ▶ 4- und mehr Personenhaushalte: 160 (13,1%)

1. Wohnort

- ▶ Nürnberg: 809 (66,0%)
- ▶ anderer Wohnort: 417 (34,0%)

2. Verortung „anderer Wohnort“ laut Postleitzahl

- ▶ Nürnberger Umland: 186 (48,6%)
- ▶ sonstiges Bayern: 69 (18,0%)
- ▶ außerhalb Bayerns: 128 (33,4%)

3. Ausländer

- ▶ Unter den befragten 33 ausländischen Passanten/-innen sind sechs aus Österreich und fünf aus den USA.

Von den 417 „Auswärtigen“ haben wir auf die Frage „Aus welchem Grund sind Sie heute in Nürnberg?“ 309 Antworten erhalten, die sich wie folgt grob kategorisieren lassen:

- ▶ Besuche, Tourismus, Urlaub: 126 Nennungen
- ▶ Arbeit, Schulbesuch, Studium: 64 Nennungen
- ▶ Bummeln, Einkaufen, Essen gehen: 63 Nennungen
- ▶ Geschäftliches, Arztbesuch: 25 Nennungen
- ▶ Fußballspiel: 9 Nennungen
- ▶ Sonstiges: 22 Nennungen

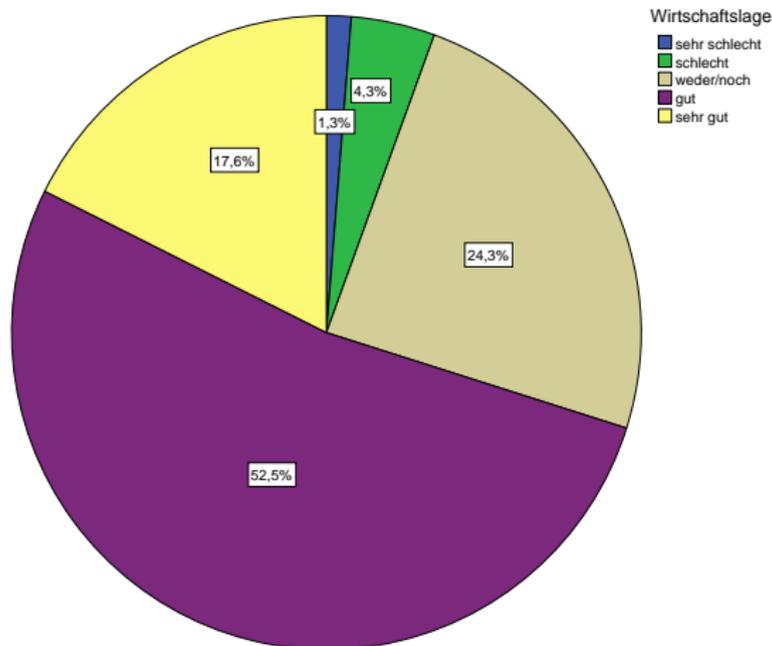


Abb. 1: „Wie würden Sie Ihre eigene wirtschaftliche Lage einschätzen?“

Quelle: Passanten/-innenbefragungen am Hauptmarkt/Wochenmarkt Nürnberg Oktober 2016

Tendenziell fällt die wirtschaftliche Lage der Marktbesucher geringfügig, aber nicht auch statistisch besser aus als jene der Nichtbesucher ($\Phi = .07^{n.s.}$).

Wirtschaftliche Lage nach Geschlechtszugehörigkeit und Lebensalter

Lebensalter Lageeinschätzung	18–29		30–45		46–60		über 60		insgesamt	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
sehr schlecht	4	1,6	1	0,4	2	0,6	5	1,6	12	1,1
schlecht	26	10,4	9	3,9	3	0,9	11	3,5	49	4,3
weder/noch gut	93	37,2	49	21,0	57	16,8	76	24,4	275	24,2
gut	95	38,0	131	56,2	208	61,2	163	52,2	597	52,6
sehr gut	32	12,8	43	18,5	70	20,6	57	18,3	202	17,8
insgesamt (N, Zeilenprozent)	250	22,0	233	20,5	340	30,0	312	27,5	1.135	100,0

Tab. 2: „Wie würden Sie Ihre eigene wirtschaftliche Lage einschätzen?“ nach Lebensalter

Cramer's V=.15 ***

Quelle: Passanten/-innenbefragungen am Hauptmarkt/Wochenmarkt Nürnberg Oktober 2016

► Geschlechtszugehörigkeit:

Entsprechende Analysen lassen bezüglich der Einschätzung der eigenen wirtschaftlichen Lage zwischen Frauen und Männern keinen nennenswerten Unterschied erkennen.

Häufigkeit des Besuchs des Haupt-/Wochenmarktes nach regionaler Herkunft

Besuchsfrequenz	Nürnberg		anderer Wohnort		insgesamt	
	n	%	n	%	n	%
nie	136	17,1	196	47,8	332	27,5
einmal im Jahr	13	1,6	30	7,3	43	3,6
mehrmals im Jahr	53	6,7	63	15,4	116	9,6
einmal im Monat	59	7,4	27	6,6	86	7,1
mehrmals im Monat	89	11,2	32	7,8	121	10,0
einmal pro Woche	146	18,3	32	7,8	178	14,8
mehrmals pro Woche	184	23,1	23	5,6	207	17,2
täglich	116	14,6	7	1,7	123	10,2
insgesamt (N, Zeilenprozente)	796	66,0	410	34,0	1.206	100,0

Tab. 3: „Wie oft besuchen Sie den Wochenmarkt auf dem Hauptmarkt?“

Cramer's $V=,46$ ***

Quelle: Passanten/-innenbefragungen am Hauptmarkt/Wochenmarkt Nürnberg Oktober 2016

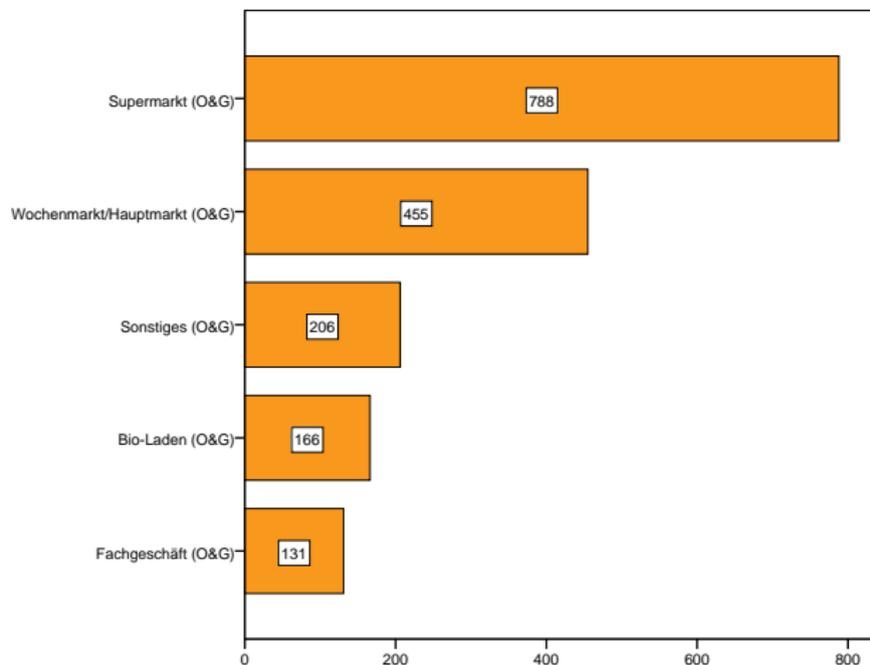
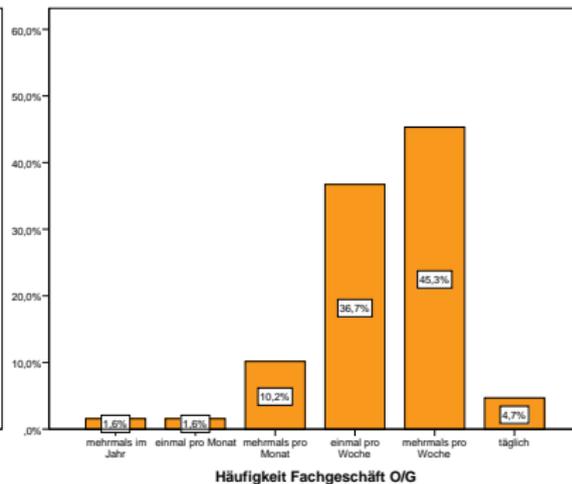
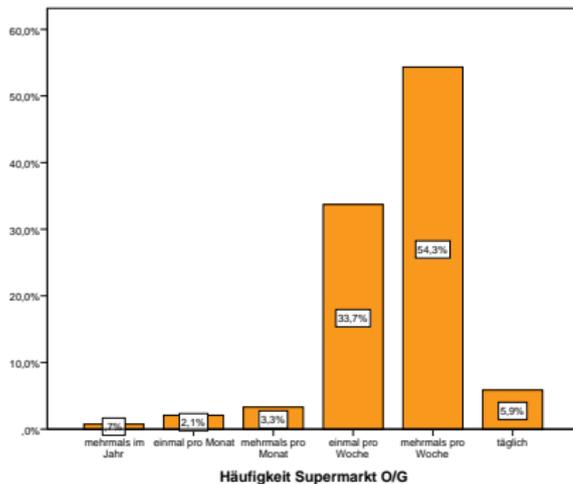
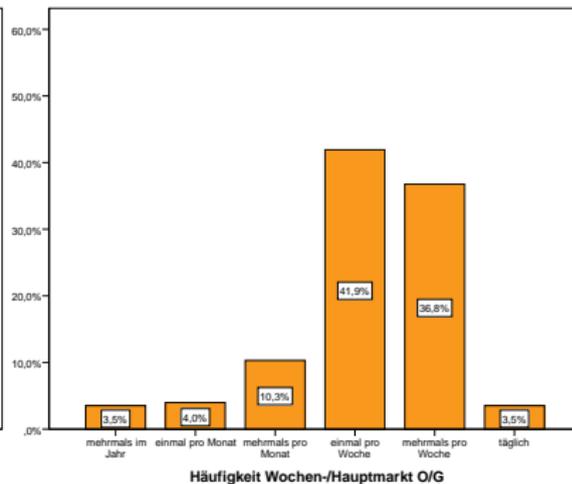
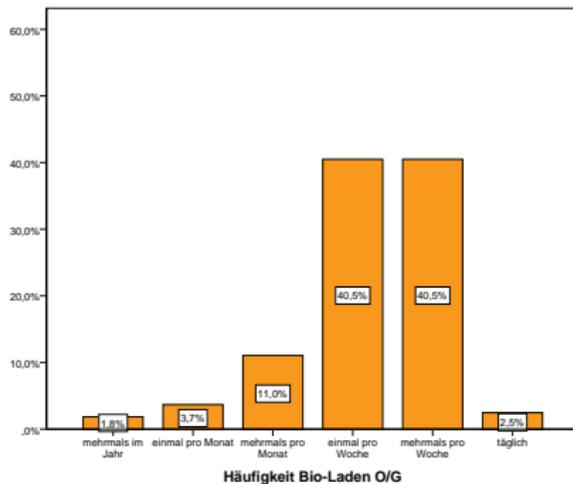


Abb. 2: „Wo kaufen Sie üblicherweise Obst und Gemüse ein?“ [Mehrfachangaben; Anzahl Nennungen]
Quelle: Passanten/-innenbefragungen am Hauptmarkt/Wochenmarkt Nürnberg Oktober 2016

Häufigkeit des Obst- und Gemüseinkaufs nach Einkaufsort I



Häufigkeit des Obst- und Gemüseinkaufs nach Einkaufsort II



Ort/e des sonstigen Frischwareneinkaufs

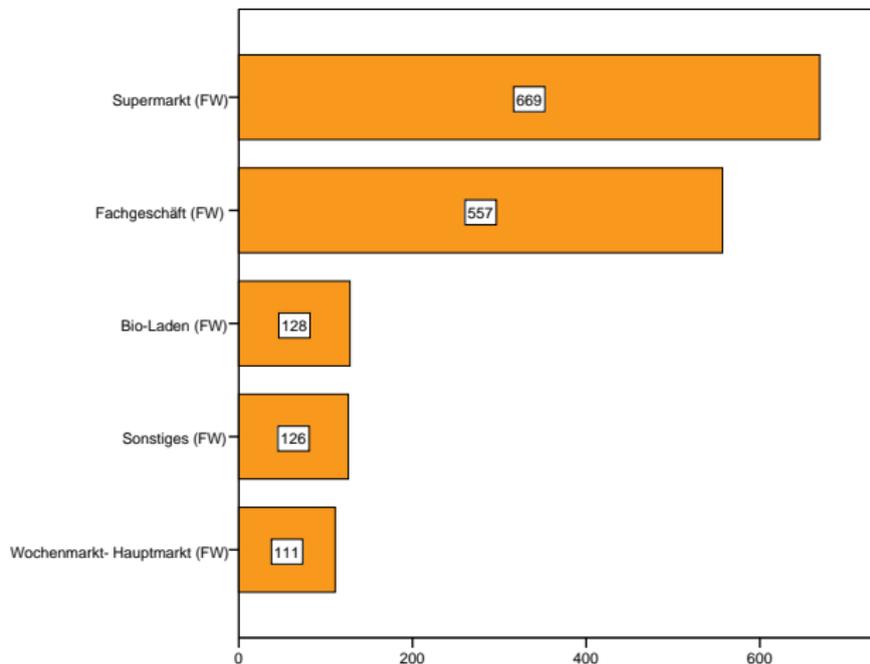
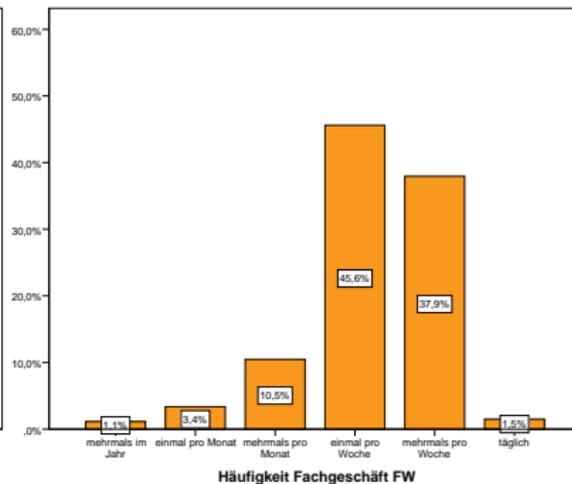
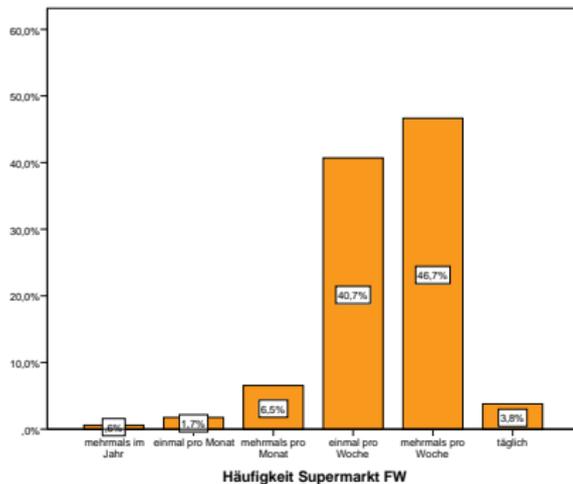


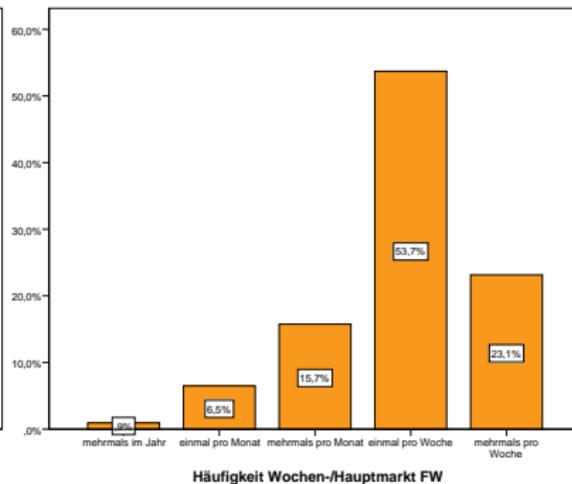
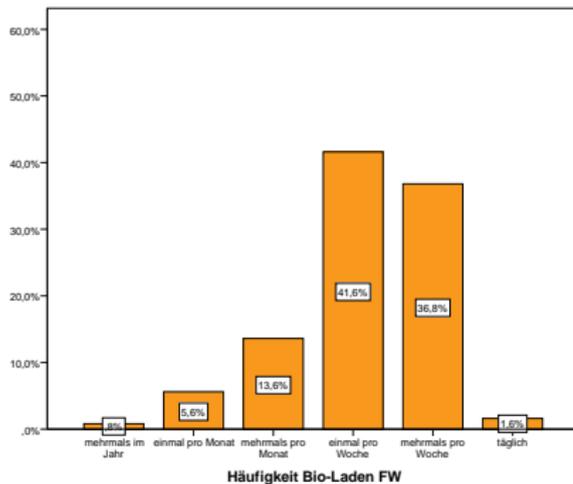
Abb. 3: „Wo kaufen Sie üblicherweise sonstige Frischwaren wie Wurst, Fleisch, Fisch, Milch oder Eier ein?“
[Mehrfachangaben; Anzahl Nennungen]

Quelle: Passanten/-innenbefragungen am Hauptmarkt/Wochenmarkt Nürnberg Oktober 2016

Häufigkeit des Frischwareneinkaufs nach Einkaufsort I



Häufigkeit des Frischwareneinkaufs nach Einkaufsort II



Beurteilung des Wochenmarkts durch Kunden

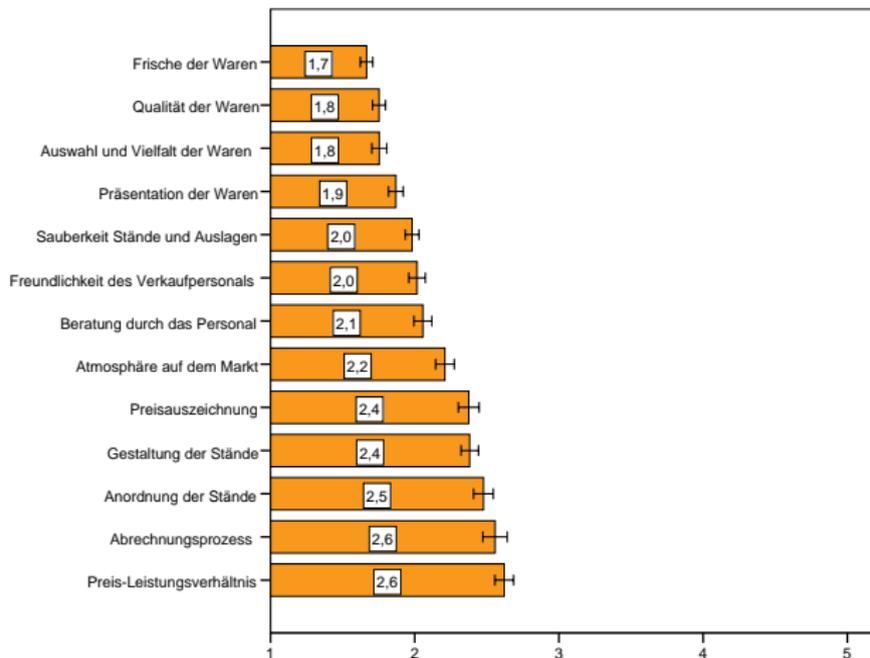


Abb. 4: „Wie beurteilen Sie den Wochenmarkt hinsichtlich folgender Gesichtspunkte? Bitte verwenden Sie bei Ihrer Beurteilung die Schulnoten von 1 bis 5, also von „sehr gut“ bis „mangelhaft“. [Mittelwerte, Streuungen]

Quelle: Passanten/-innenbefragungen am Hauptmarkt/Wochenmarkt Nürnberg Oktober 2016 [n=875]

▶ Geschlechtszugehörigkeit

- ▶ Mittelwertanalysen zeigen, dass Frauen den Wochenmarkt hinsichtlich **aller** aufgeführten Aspekte besser beurteilen als Männer. Dies gilt insbesondere bezüglich der „Präsentation der Waren“ und der Beurteilung der „Freundlichkeit des Verkaufspersonals“, wo die geschlechtsspezifischen Mittelwertsunterschiede statistisch höchst signifikant ausfallen.

▶ Lebensalter

- ▶ Hinsichtlich des potenziellen Einflusses des Lebensalters auf die Beurteilung des Wochenmarkts zeigen Varianzanalysen, dass die Beurteilungsmittelwerte mit zunehmendem Alter der Befragten durchgängig geringer, also besser ausfallen. Dies gilt insbesondere bezüglich der Einschätzung des „Preis-Leistungsverhältnisses“, der „Preisauszeichnung“ und der „Gestaltung der Stände“: Hier sind die gemessenen Mittelwertsunterschiede statistisch hoch oder höchst signifikant.

Frage an alle, die noch nie auf dem Wochenmarkt Hauptmarkt eingekauft haben:
„Warum kaufen Sie nicht auf dem Wochenmarkt Hauptmarkt ein?“ [n=236]

- ▶ Nicht ortsansässig: 102 Nennungen
- ▶ Entfernung zwischen Wohnung und Hauptmarkt zu groß: 51 Nennungen
- ▶ Zu teuer: 34 Nennungen
- ▶ Gestaltung, Atmosphäre wenig ansprechend: 10 Nennungen
- ▶ Supermärkte haben größere Auswahl, sind bequemer: 9 Nennungen
- ▶ Nicht für den Einkauf zuständig: 4 Nennungen
- ▶ Zu wenig „bio“: 3 Nennungen
- ▶ Schlechte Parkmöglichkeiten: 3 Nennungen
- ▶ Sonstiges: 20 Nennungen

Beurteilung des Wochenmarkts durch ehemalige Kunden

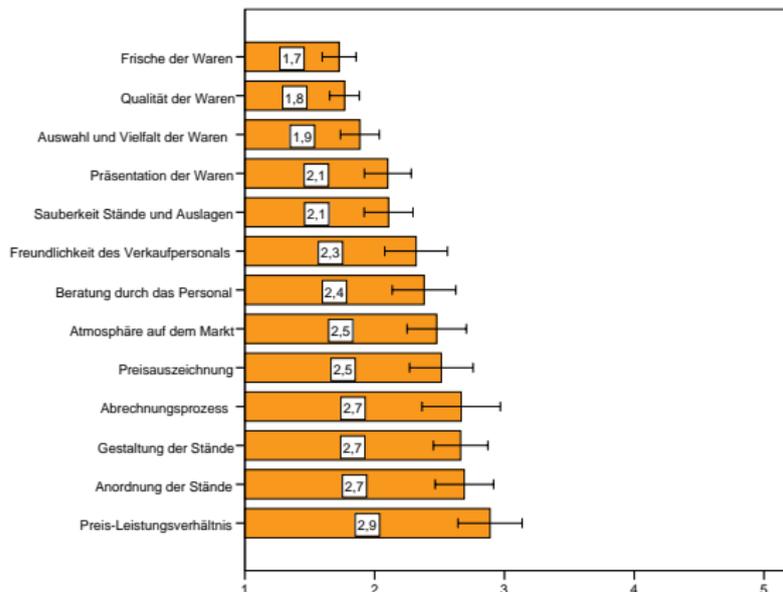


Abb. 5: „Wie beurteilen Sie den Wochenmarkt hinsichtlich folgender Gesichtspunkte? Bitte verwenden Sie bei Ihrer Beurteilung die Schulnoten von 1 bis 5, also von „sehr gut“ bis „mangelhaft“. [Mittelwerte, Streuungen]
Quelle: Passanten/-innenbefragungen am Hauptmarkt/Wochenmarkt Nürnberg Oktober 2016 [n=94]

Wegen der vergleichsweise geringen Zahl an Befragten haben wir hier auf weitergehende Analysen im Hinblick auf potenzielle Geschlechts- und Lebensaltersunterschiede verzichtet. Zu erwarten ist, dass sich die „Kunden-“ Ergebnisse auch hier beobachten ließen.

Frage an jene, die früher auf dem Wochenmarkt Hauptmarkt eingekauft haben:
„Warum kaufen Sie heute nicht mehr auf dem Wochenmarkt Hauptmarkt ein?“ [n=35]

- ▶ Nicht mehr ortsansässig: 15 Nennungen
- ▶ Zu teuer: 5 Nennungen
- ▶ Wochenmarkt, Hofladen im eigenen Wohnumfeld: 3 Nennungen
- ▶ Entfernung zwischen Wohnung und Hauptmarkt zu groß: 3 Nennungen
- ▶ Sonstiges: 9 Nennungen

„Haben Sie Anregungen oder Wünsche zum Warenangebot?“ [n=277]

- ▶ Mehr Fisch, Fleisch, Wurst, Käse: 69 Nennungen
- ▶ Mehr regionale Produkte: 42 Nennungen
- ▶ Mehr Bio-Waren: 39 Nennungen
- ▶ Breiteres Sortiment: 26 Nennungen
- ▶ Imbissstände, Essgelegenheiten: 25 Nennungen
- ▶ Orientalische, exotische, internationale Produkte: 18 Nennungen
- ▶ Wein: 6 Nennungen
- ▶ Backwaren: 6 Nennungen
- ▶ Frisch gepresste Säfte: 5 Nennungen
- ▶ Mehr Selbstvermarkter: 4 Nennungen
- ▶ Sonstiges: 37 Nennungen

„Und wie sieht es mit der Gestaltung des Wochenmarkts aus? Haben Sie dafür Anregungen oder Wünsche?“ (Hier geht es um Aspekte wie Warenpräsentation, Optik der Stände, Anordnung der Stände etc., NICHT um die Gestaltung des Hauptmarkts an sich!) [n=477]

- ▶ Sitzgelegenheiten, Bänke: 81 Nennungen
- ▶ Andere Anordnung der Stände: 74 Nennungen, darunter explizit genannt „im Kreis“ (n=6), „zentralisiert“ (n=7), „dichter“ (n=4), „nach Warengruppen“ (n=3)
- ▶ Mehr Grün, Blumen: 55 Nennungen
- ▶ Immobile Stände, ohne ständigen Auf- und Abbau: 51 Nennungen, darunter „wie in München“ (n=20)
- ▶ Ästhetik (individueller, freundlicher, familiärer, gemütlicher etc.): 49 Nennungen
- ▶ Pflanzen, Bäume (in Kübeln): 26 Nennungen
- ▶ Sauberkeit, insbesondere der Schirme: 21 Nennungen
- ▶ Mehr Stände: 15 Nennungen
- ▶ Verzehrmöglichkeiten mit Sitzgelegenheiten: 13 Nennungen
- ▶ Döner-, Imbissstände stören: 11 Nennungen
- ▶ Weniger Events, Wochenmarkt muss zu oft ausweichen: 10 Nennungen
- ▶ Andere Bepflasterung: 9 Nennungen
- ▶ Mehr Cafés: 6 Nennungen
- ▶ Bin zufrieden damit, wie es ist: 5 Nennungen
- ▶ Neptunbrunnen retour: 4 Nennungen
- ▶ Mehr Abfalleimer: 4 Nennungen
- ▶ Stolperfallen (Halterungen der Schirme, Elektrokabel) entschärfen: 3 Nennungen
- ▶ Sonstiges: 40 Nennungen

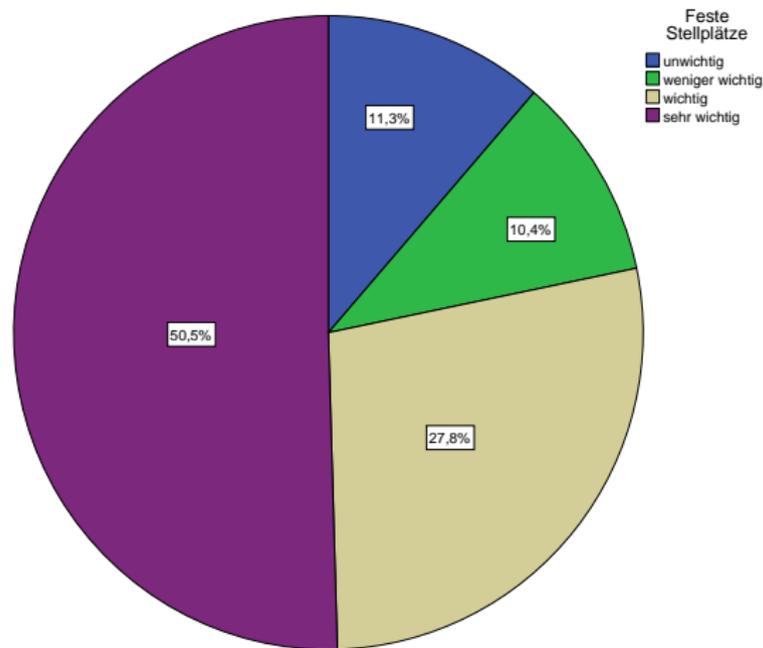


Abb. 6: „Wie wichtig finden Sie es, dass die Händlerinnen und Händler auf dem Hauptmarkt immer an festen Plätzen stehen?“ (Hier geht es NICHT darum, dass der Wochenmarkt manchmal vom Hauptmarkt in die Fußgängerzone verlegt wird!)

Quelle: Passanten/-innenbefragungen am Hauptmarkt/Wochenmarkt Nürnberg Oktober 2016 [n=874]

Feste Standplätze nach Geschlechtszugehörigkeit und Lebensalter

Geschlechtszugehörigkeit Wichtigkeit	männlich		weiblich		insgesamt	
	n	%	n	%	n	%
unwichtig	46	14,7	46	9,3	92	11,4
weniger wichtig	34	10,9	51	10,3	85	10,5
wichtig	87	27,9	135	27,2	222	27,5
sehr wichtig	145	46,5	264	53,2	409	50,6
insgesamt (N, Zeilenprozente)	312	38,6	496	61,4	808	100,0

Tab. 4: „Wie wichtig finden Sie es, dass die Händlerinnen und Händler auf dem Hauptmarkt immer an festen Plätzen stehen?“ nach Geschlechtszugehörigkeit
Cramer's V=.09^{n. 5.}

Lebensalter Wichtigkeit	18–29		30–45		46–60		über 60		insgesamt	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
unwichtig	27	19,9	25	14,6	32	12,5	9	3,3	93	11,1
weniger wichtig	30	22,1	18	10,5	24	9,3	17	6,2	89	10,6
wichtig	31	22,8	54	31,6	74	28,8	71	25,8	230	27,4
sehr wichtig	48	35,3	74	43,3	127	49,4	178	64,7	427	50,9
insgesamt (N, Zeilenprozente)	136	16,2	171	20,4	257	30,6	275	32,8	839	100,0

Tab. 5: „Wie wichtig finden Sie es, dass die Händlerinnen und Händler auf dem Hauptmarkt immer an festen Plätzen stehen?“ nach Lebensalter
Cramer's V=.17^{***}

Quelle: Passanten/-innenbefragungen am Hauptmarkt/Wochenmarkt Nürnberg Oktober 2016

Bedeutung eines Bereichs zum Verzehr von Speisen und Getränken mit Sitzgelegenheiten auf dem Hauptmarkt

- ▶ Frage an **Marktkunden**: „Würden Sie es gut finden, wenn es auf dem Wochenmarkt einen Bereich zum Verzehr von Speisen und Getränken mit Sitzgelegenheiten gäbe?“ [n=853]
 1. ja: 532 (62,5%)
 2. nein: 321 (37,6%)
- ▶ Frage an **Nicht-Kunden**: „Würden Sie eher auf dem Wochenmarkt Hauptmarkt einkaufen, wenn es einen Bereich zum Verzehr von Speisen und Getränken mit Sitzgelegenheiten gäbe?“ [n=313]
 1. ja: 167 (53,4%)
 2. nein: 146 (46,6%)

Bedeutung eines Bereichs zum Verzehr von Speisen und Getränken mit Sitzgelegenheiten auf dem Hauptmarkt nach Geschlechtszugehörigkeit und Lebensalter

Lebensalter Zustimmung	18–29		30–45		46–60		über 60		insgesamt	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
nein	32	24,2	49	30,1	106	42,1	120	44,4	307	37,6
ja	100	75,8	114	69,9	146	57,9	150	55,6	510	62,4
insgesamt (N, Zeilenprozente)	132	16,2	163	20,0	252	30,8	270	33,0	817	100,0

Tab. 6: „Würden Sie es gut finden, wenn es auf dem Wochenmarkt einen Bereich zum Verzehr von Speisen und Getränken mit Sitzgelegenheiten gäbe?“ nach Lebensalter

Cramer's V=.16 ***

Quelle: Passanten/-innenbefragungen am Hauptmarkt/Wochenmarkt Nürnberg Oktober 2016

► Geschlechtszugehörigkeit:

Zwischen Frauen und Männern lassen sich bezüglich der „Sitzgelegenheiten“ keine nennenswerten Unterschied erkennen.

Summarische Beurteilung des Wochenmarkts auf dem Hauptmarkt

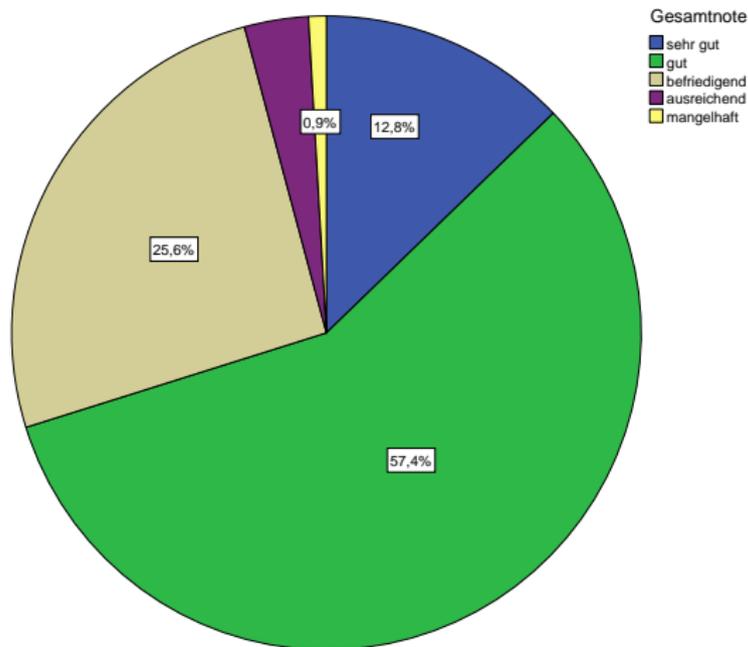


Abb. 7: „Alles in allem: Wie beurteilen Sie den Wochenmarkt auf dem Hauptmarkt ganz allgemein? Bitte verwenden Sie bei Ihrer Beurteilung die Schulnoten von 1 bis 5, also von „sehr gut“ bis „mangelhaft“.“
Quelle: Passanten/-innenbefragungen am Hauptmarkt/Wochenmarkt Nürnberg Oktober 2016 [n=882]

Summarische Beurteilung des Wochenmarktes nach Geschlechtszugehörigkeit und Lebensalter

▶ Geschlechtszugehörigkeit

- ▶ Es lassen sich bei der summarischen Beurteilung des Wochenmarktes auf dem Hauptmarkt keine nennenswerten geschlechtsspezifischen Unterschiede berichten.

▶ Lebensalter

- ▶ Das Gleiche gilt hinsichtlich etwaiger Effekte des Lebensalters.

„Eventuelle Notizen zum Interview“ haben die Interviewer/-innen für 47 Befragte eingetragen. Neu und zahlenmäßig nennenswert daran sind folgende Aspekte:

- ▶ Zeitweise Verlegung hin zur Lorenzkirche wird kritisiert: 7 Nennungen
- ▶ Zeitweise Verlegung hin zur Lorenzkirche wird befürwortet: 3 Nennungen
- ▶ Der Hauptmarkt sollte exklusiv für den Wochenmarkt genutzt werden: 6 Nennungen

Außerdem wird hier noch einmal das auf dem Wochenmarkt beobachtete Preis-Leistungsverhältnis thematisiert: Es wird von 7 Personen als „nicht stimmig“ kritisiert.

- ▶ „Im April 2016 ist der einjährige Testlauf für die Öffnung des Hauptmarkts für Fahrradfahrer gestartet. Was halten Sie davon, dass der Hauptmarkt dauerhaft für Fahrradfahrer freigegeben werden soll?“
 - ▶ „Das finde ich gut“: 486 (40,0%)
 - ▶ „Das finde ich nicht gut“: 596 (49,1%)
 - ▶ „Das ist mir egal“: 132 (10,9%)

Tendenziell sind die Marktbesucher der Öffnung des Hauptmarkts für Fahrradfahrer gegenüber geringfügig skeptischer eingestellt als die Nichtbesucher des Hauptmarkts. Statistisch ist der Unterschied jedoch nicht signifikant ($\Phi=0,06^{n.s.}$).

Meinungen zur Öffnung des Hauptmarkts für Fahrradfahrer nach Lebensalter und Geschlechtszugehörigkeit

Geschlechtszugehörigkeit Meinungen	männlich		weiblich		insgesamt	
	n	%	n	%	n	%
das finde ich gut	207	43,6	232	36,0	439	39,2
das finde ich nicht gut	211	44,4	348	54,0	559	49,9
das ist mir egal	57	12,0	65	10,1	122	10,9
insgesamt (N, Zeilenprozent)	475	42,4	645	57,6	1.120	100,0

Tab. 7: „Was halten Sie davon, dass der Hauptmarkt dauerhaft für Fahrradfahrer freigegeben werden soll?“ nach Geschlechtszugehörigkeit

Cramer's V=.09 **

Quelle: Passanten/-innenbefragungen am Hauptmarkt/Wochenmarkt Nürnberg Oktober 2016

Lebensalter Meinungen	18–29		30–45		46–60		über 60		insgesamt	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
das finde ich gut	145	57,5	115	48,5	128	37,0	74	22,5	462	39,7
das finde ich nicht gut	78	31,0	91	38,4	180	52,0	227	69,0	576	49,5
das ist mir egal	29	11,5	31	13,1	38	11,0	28	8,5	126	10,8
insgesamt (N, Zeilenprozent)	252	21,7	237	20,4	346	29,7	329	28,3	1.164	100,0

Tab. 8: „Was halten Sie davon, dass der Hauptmarkt dauerhaft für Fahrradfahrer freigegeben werden soll?“ nach Lebensalter

Cramer's V=.21 ***

Quelle: Passanten/-innenbefragungen am Hauptmarkt/Wochenmarkt Nürnberg Oktober 2016

353 Passanten/-innen haben sich zur Fahrradquerung geäußert:

▶ Argumente pro Öffnung

- ▶ Nur, solange die Radfahrer Rücksicht nehmen und vorsichtig fahren: 57 Nennungen
- ▶ Nur bei fester Radwegführung: 48 Nennungen
- ▶ Wenn kein Wochenmarkt stattfindet: 8 Nennungen
- ▶ Keine schlechten Erfahrungen zu erwarten: 7 Nennungen
- ▶ Gespaltene Meinung: 4 Nennungen
- ▶ Ein Verbot ist mangels Kontrollmöglichkeiten sowieso nicht durchzusetzen: 3 Nennungen
- ▶ Sehr gut!: 2 Nennungen

▶ Argumente contra Öffnung

- ▶ Rücksichtsloses, gefährliches, aggressives Verhalten der Fahrradfahrer: 134 Nennungen
- ▶ „Sind doch nur ein paar Meter zu Fuß“: Fahrradfahrer können ruhig absteigen und ihr Fahrrad schieben: 28 Nennungen
- ▶ Es gibt genug andere Wege als über den den Hauptmarkt fahren zu müssen: 12 Nennungen
- ▶ „Vorfahrt“ für Fußgänger: 7 Nennungen
- ▶ Zu wenig Kontrollen: 5 Nennungen
- ▶ Sonstiges: 38 Nennungen

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!
Fragen? – Anmerkungen?