

Frische Produkte statt Ambiente

Umfrage ausgewertet / Jeder zweite Besucher des Wochenmarktes ist zufrieden / Öffnungszeiten in Pinneberg sollen verlängert werden

Von René Erdbrügger

PINNEBERG Für diejenigen, die regelmäßig den proppevollen Pinneberger Wochenmarkt besuchen, ist das Ergebnis der Umfrage der Stadt nicht überraschend: Jeder zweite Besucher des Markts ist zufrieden. Dirk Matthiessen vom Stadtmanagement und die zuständige Arbeitsgemeinschaft (AG) stellten die Auswertung am Donnerstagabend im Rathaus vor. „Der Wochenmarkt bewegt die Bevölkerung“, fasste der Citymanager zusammen.

Etwa 7000 Fragebögen wurden im Frühsommer verteilt, 686 ausgefüllt abgegeben. „Es ist eine Quote von zehn Prozent. Eine gute Quote“, wie Matthiessen betonte. Ziel der Erhebung sei es gewesen, ein Stimmungsbild zu bekommen und herauszufinden, wie sich der Wochenmarkt weiterentwickeln kann. Auch vor dem Hintergrund, dass der Samstagmarkt vom Marktplatz an der Elmshorner Straße in die Innenstadt verlegt wird. Das hat die Politik so entschieden.

Die wichtigsten Zahlen der Umfrage: Knapp die Hälfte der befragten Besucher ist älter als 60 Jahre. Aber nur sechs Prozent aus der Gruppe der Teilnehmer unter 25 nutzen den Wochenmarkt. Zwei Drittel der Kunden kommen aus Pinneberg, aber auch Besucher aus Appen, Kummerfeld und Rellingen sind gut vertreten. Knapp die Hälfte der Kunden kommt jeden Dienstag und Sonnabend, mehr als die Hälfte jeden Donnerstag. Dennoch



Die Besucher des Pinneberger Wochenmarktes orientieren sich an Qualität und Frische der Produkte.

FOTO: SH:Z/SYMBOLFOTO

wünschen sich Berufstätige längere Öffnungszeiten. Wie auch Birgit Klampe (FDP), die sich zusammen mit ihrem Mann Olaf Klampe (FDP) die Präsentation anhörte. „Verlängerte Öffnungszeiten wären wünschenswert“, sagte sie.

Mit diesem Thema will die AG an die Marktbesucher herantreten und eine Umfrage machen. Doch Mirko Schuh, selbst Händler von Kurzwaren auf dem Wochenmarkt und Mitglied der Arbeits-AG, gab zu bedenken, dass viele Marktbesucher schon früh aufstehen würden und deswegen zeitliche Grenzen für sie gesetzt seien. Er selbst sei mit den Umsätzen sehr zufrieden, sagte er auf Nachfrage. Mehr als die Hälfte der Besucher kommt zu Fuß, per Rad oder ÖPNV

zum Wochenmarkt, 41 Prozent immerhin mit dem Auto. Deshalb besteht der Wunsch nach mehr und kostenlosen Parkplätzen. 81 Prozent der Befragten wollen das. Matthiessen brachte die Einführung einer Parkgebührenerstattung ins Gespräch. Das soll geprüft werden. Er kann sich auch eine Erweiterung der Aktion Parken Plus vorstellen. Hintergrund: Teilnehmende Geschäfte in der Pinneberger City erstatten bei Vorlage eines gültigen Parktickets 50 Cent auf den Einkauf.

Interessant ist auch das Ergebnis, dass die Besucher sich an der Qualität und Frische der angebotenen Produkte auf dem Markt orientieren und nicht am Ambiente. Und 80 Prozent der Kunden des Wochen-

marktes nutzen auch andere Angebote wie den städtischen Einzelhandel oder Gastronomie.

Gewünscht werden eine größere Auswahl an Gewürzen, Kräutern und Käse, ein Wurststand, am Sonnabend mehr Fischwaren, mehr Bio-Produkte und mediterrane Speisen sowie ein Marktcafé. Auch saubere und kostenlose WCs stehen auf der Wunschliste der Kunden ganz oben. Aufhorchen lässt auch, dass die meisten Befragten dafür sind, dass der Standort des Samstagmarkts an der Elmshorner Straße beibehalten wird.

In diese Kerbe schlug dann auch Hans-Günter Petersen. Lange Zeit war er Marktsprecher in Pinneberg und vertrat am Donnerstag die Fraktion Die Bürgernahen. Er hatte

bereits 1993 an die 3000 Unterschriften gegen eine Verlegung des Samstagmarktes gesammelt. 70 Prozent der Bürger waren gegen eine Verlegung. „Die Leute, die den Markt ignoriert haben, stellen sich jetzt als Retter dar“, polemisierte er. Mehr als die Hälfte der Händler käme sonnabends nicht mehr. „Heute sind es nur noch 34“, kritisierte Petersen.

„Die Situation ist, wie sie ist. Sie kann nur verbessert werden“, erwiderte Michael Patt von der Wirtschaftsgemeinschaft. Daran will die AG auch weiter arbeiten. So soll überlegt werden, wie eine Anpassung des Marktangebots für ein jüngeres Publikum gelingen kann. Auch Aktionen mit Kitas könnten dazu beitragen. Thementage sind ebenfalls im Gespräch.