

**Institut für
Ländliche Räume**

Dr. Matthias Kokorsch
Matthias Seel

Wissenschaftliche Mitarbeiter

Bundesallee 64
38116 Braunschweig

Fon 0531 596-5263
Fax 0531 596-5599

matthias.seel@thuenen.de
www.thuenen.de

Datum
12.08.2019

Zusammenfassung der Ergebnisse der ersten Befragungsrunde in Rethmar

Sehr geehrter Herr Jäntsich,
Sehr geehrte Damen und Herren,

gerne geben wir Ihnen einen Zwischenstand zu den Befragungsergebnissen in Rethmar. Insgesamt sind 378 verwertbare Fragebögen aus Rethmar zurückgekommen und in die Auswertung der Zwischenergebnisse eingeflossen. Bei 797 verteilten Bögen entspricht das einer Rücklaufquote von über 47 %. Dies ist ein sehr gutes Ergebnis.

Etwa 8 % der Befragten (28 Personen) können als Stammkunden bezeichnet werden. Diese gaben an alles oder fast alles im Dorfladen zu kaufen. Dahingegen gaben insgesamt fast 75 % der Befragten an nichts, sehr wenig oder wenig dort zu kaufen. Das Café wurde von 55 Befragten (fast 15%) mindestens 1x pro Woche besucht. Knapp 80 % der Befragten haben immer einen PKW zur Verfügung und nochmals knapp 10 % fast immer. Nur knapp 5 % (19 Personen) der Teilnehmer an der Haushaltsbefragung verfügen nie über einen PKW. Folglich nutzen fast 80 % der Befragten immer oder fast immer den PKW (als Fahrer) zum Einkaufen. Der ÖPNV wird lediglich von 3 % (12 Personen) der Befragten häufig genutzt, wohingegen 84 % (294) dieses Angebot nie nutzen. Knapp 8 % (28) Personen gehen immer oder fast immer zu Fuß zum Einkaufen. Knapp 30 Personen (8%) werden durch ihren schlechten Gesundheitszustand immer oder fast immer (beim Einkaufen) beeinträchtigt und gut 20 Befragte (5 %) müssen andere bitten für sie einzukaufen oder sie zum Einkauf mitzunehmen.

Gut 70 % der Befragungsteilnehmer können sich ihre Zeit zum Einkaufen immer oder fast immer frei einteilen. Ein Großteil der befragten Rethmaraner (80 %) hat uneingeschränkt und immer Zugang zum Internet, während das für rund 50 Personen (13 %) nie der Fall ist. Generell zeigten sich vor der Schließung über 82 % eher zufrieden, 10% unentschieden und nur knapp 8 % eher unzufrieden mit den Einkaufsmöglichkeiten generell. Der Aussage „Wer in Orten wie Rethmar lebt, muss damit rechnen,

keinen Laden mit Waren des täglichen Bedarfs vorzufinden“ polarisierte die Befragten. So stimmten rund 30 % der Befragten dieser Aussage stark zu. Allerdings konnten fast 45 % dieser Aussage überhaupt nicht zustimmen. Der Aussage, dass man in Rethmar gut leben könne, stimmten über 80 % der Befragten zu. Auf die Schließung bezogen haben über 80 % der Befragten angegeben, dass es ihnen sehr leicht fällt anderswo einzukaufen, wohingegen dies gut 5 % schwer oder sehr schwer fällt. Durch die Schließung von weiteren Wegen stark oder sehr stark betroffen zeigen sich rund 35 %. Der Treffpunktverlust betrifft ebenfalls knapp 35 % der Befragten. Insbesondere betroffen sind die Befragten vom Wegfall der Möglichkeit Vergessenes zu kaufen. Davon zeigen sich 80 % (296 Personen) der Befragungsteilnehmer stark betroffen. Auch die Auswirkungen auf die Versorgung andere werden von über 50 % hoch eingeschätzt. Über 70 % sind der Meinung, dass durch die Schließung des Ladens das Dorf abgewertet wird. Dementsprechend sehen 65 % der befragten Haushalte großen oder sehr großen Handlungsbedarf. In der Verantwortung werden dabei vor allem Politik und Verwaltung gesehen (Mittelwert 5,37 auf einer Skala von 1 bis 7)), vor den Unternehmern (5,0) und den Bürgerinnen und Bürgern (4,79).

Insgesamt sind jeweils rund 25 bis 30 % der Befragten bereit, sich über einen Fahrdienst, finanzielle Unterstützung, Beteiligung bei Planung und Herrichtung oder Mitarbeit im Laden vielleicht oder sicher zu engagieren. Von den Rethmaranern, die an der Befragung teilgenommen haben, leben 22 % weniger als 10 Jahre im Ort, während 78 % 10 Jahre oder mehr dort leben. Knapp 65 % sind in mindestens einem Verein aktiv. Zuletzt gaben 15 % der Befragten (56 Personen) an, keine Person zu kennen, welche sie mit zum Einkaufen nehmen könnte. Aus den offenen Fragen konnte zudem der (jedoch nicht wissenschaftlich quantifizierbare) Eindruck gewonnen werden, dass der Laden auch für Jüngere (Kinder und Jugendliche), welche nicht an der Befragung teilnehmen konnten, eine besondere Rolle gespielt hat.

Weitere Ergebnisse zu den einzelnen Fragen können wir zu diesem Zeitpunkt leider noch nicht auf offiziellem Weg kommunizieren, da dies das Antwortverhalten in der zweiten Befragungsrunde beeinflussen könnte. Nach Abschluss der zweiten Befragungsrunde, die aller Voraussicht nach im Januar oder Februar 2020 stattfinden wird, werden wir die Ergebnisse zeitnah zur Verfügung stellen.

Mit freundlichen Grüßen

Matthias Kokorsch & Matthias Seel