

Y. BEISSMANN | H. MATUSCHE | L. SEIDEN | C. WEIDE

MARKTFORSCHUNG IN DER PRAXIS
BÜRGERZENTRUM CHORWEILER
ERGEBNISBERICHT

-SERVICE LEARNING FORSCHUNGSPROJEKT-



PROFESSIONALCENTER
DER UNIVERSITÄT ZU KÖLN



AUTORINNEN UND AUTOREN

YANNIC BEISSMANN

HEIKE MATUSCHE

LUBA SEIDEN

CAROLINE WEIDE

PROJEKTKOORDINATION

MARIAM BIGDELI

PROJEKTBEGLEITUNG

DENNIS KLINKHAMMER

JULI 2015

IMPRESSUM UND KONTAKT

Universität zu Köln
ProfessionalCenter

Albertus-Magnus-Platz
50923 Köln

0221 – 470 6961 (Telefon)
0221 – 470 8300 (Telefax)

professionalcenter@uni-koeln.de

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	2
1. Service Learning Auftrag und Details zur Umfrage	5
 <i>Präferiertes Grundangebot</i>	
2. Was sind die gewünschten Öffnungszeiten?	6
3. Welches Speiseangebot interessiert die Bürgerinnen und Bürger?	7
4. Werden warme, kalte oder alkoholische Getränke bevorzugt?	8
 <i>Präferiertes Veranstaltungsangebot</i>	
5. Für welche Veranstaltungen interessieren sich die Bürgerinnen und Bürger?	9
6. Sollten Spiele im Bürgerzentrum angeboten / gespielt werden?	10
7. Wie wichtig ist ein Fernsehangebot?	11
 <i>Formale und strukturelle Präferenzen</i>	
8. Braucht das Bürgerzentrum eine Außengastronomie?	12
9. Sollten die Räume des Bürgerzentrums vermietet werden können?	13
10. Gibt es Präferenzen bei der Inneneinrichtung?	14
11. Welche Namensvorschläge haben die Bürgerinnen und Bürger gemacht?	15
12. Gab es weitere Hinweise zur Gestaltung der Lokalität?	16
 Anhang: Fragebogen	 17

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Präferenzen beim Speiseangebot	7
Abbildung 2: Präferenzen beim Getränkeangebot	8
Abbildung 3: Präferenzen beim Veranstaltungsangebot	9
Abbildung 4: Präferenzen beim Spieleangebot	10
Abbildung 5: Präferenzen beim Fernsehangebot	11
Abbildung 6: Präferenzen bezüglich einer Außengastronomie.....	12
Abbildung 7: Präferenzen bei der Raumvermietung	13
Abbildung 8: Präferenzen bei der Inneneinrichtung	14

1. Service Learning Auftrag und Details zur Umfrage

Im Rahmen der Sanierung des ehemaligen Seniorencafés im Bürgerzentrum Chorweiler hat die **Stadt Köln** uns, als **Service Learning** Gruppe des **ProfessionalCenters** der **Universität zu Köln**, im Sommersemester 2015 damit beauftragt, eine Umfrage unter den Bürgerinnen und Bürgern des Stadtteils Köln-Chorweiler durchzuführen. Mithilfe der Ergebnisse soll die Neugestaltung der Lokalität optimal auf die Bedürfnisse der Bürger angepasst werden.

Dazu wurden insgesamt 84 Bürgerinnen und Bürger des Stadtteils Köln-Chorweiler befragt, darunter 49 weibliche und 35 männliche Probandinnen und Probanden. Es wurden Personen verschiedenster Altersklassen zwischen 14 und 85 Jahren befragt, wobei das Durchschnittsalter der Befragten 44 Jahre beträgt.

Auch im Sommersemester 2015 wurden die Projekte wieder von der Stiftung **Ford Motor Company Fund** finanziell unterstützt.

2. Was sind die gewünschten Öffnungszeiten?

Die Probandinnen und Probanden wurden gefragt, zu welcher Tageszeit sie das Angebot im Bürgerzentrum Chorweiler theoretisch nutzen würden. Dabei konnten die Befragten zwischen morgens (7 bis 11 Uhr), mittags (11 bis 14 Uhr), nachmittags (14 bis 18 Uhr) und abends (18 bis 22 Uhr) wählen.

Die Antworten zeigen eine verstärkte Präferenz zu einer **Öffnungszeit am Abend** (N=46), dicht gefolgt vom **Nachmittag** (N=41). Weniger interessiert scheinen die Befragten an den Öffnungszeiten morgens (N=15) zu sein.

Darüber hinaus wurden die Probandinnen und Probanden nach einem präferierten Wochentag gefragt. Es wurden alle sieben Wochentage als Antwortmöglichkeit vorgegeben, wobei sich verstärkt gezeigt hat, dass die Tage **Freitag** (N=49), **Samstag** (N=54) und **Sonntag** (N=44) am meisten präferiert werden. Weniger interessant schien der Montag (N=24) zu sein.

Wir befragten die Probandinnen und Probanden außerdem, mit wem sie die Lokalität / das Café besuchen würden. 14 der Befragten würden das Café alleine besuchen, 69 **mit Freunden**, 40 mit ihrem Partner und 36 mit ihren Kindern.

3. Welches Speiseangebot interessiert die Bürgerinnen und Bürger?

Die Probandinnen und Probanden wurden unter anderem gefragt, worauf sie bei einem möglichen Speiseangebot besonders Wert legen würden. Als Antwortkategorien wurde nicht nur die Unterscheidung zwischen warmer und kalter Küche vorgegeben, sondern auch, ob das Essen mitgenommen werden soll, ob es vegetarisch, bio, regional sein soll, oder ob ein günstiger Preis wohlmöglich am ausschlaggebendsten sein mag. Es konnte mit einer 4er Skala von wichtig (1) bis unwichtig (4) geantwortet werden, sodass höhere Zahlenwerte eher negativ interpretiert werden können. Je niedriger die Standardabweichung ausfällt, desto mehr Konsens war bei den gegebenen Antworten vorhanden.

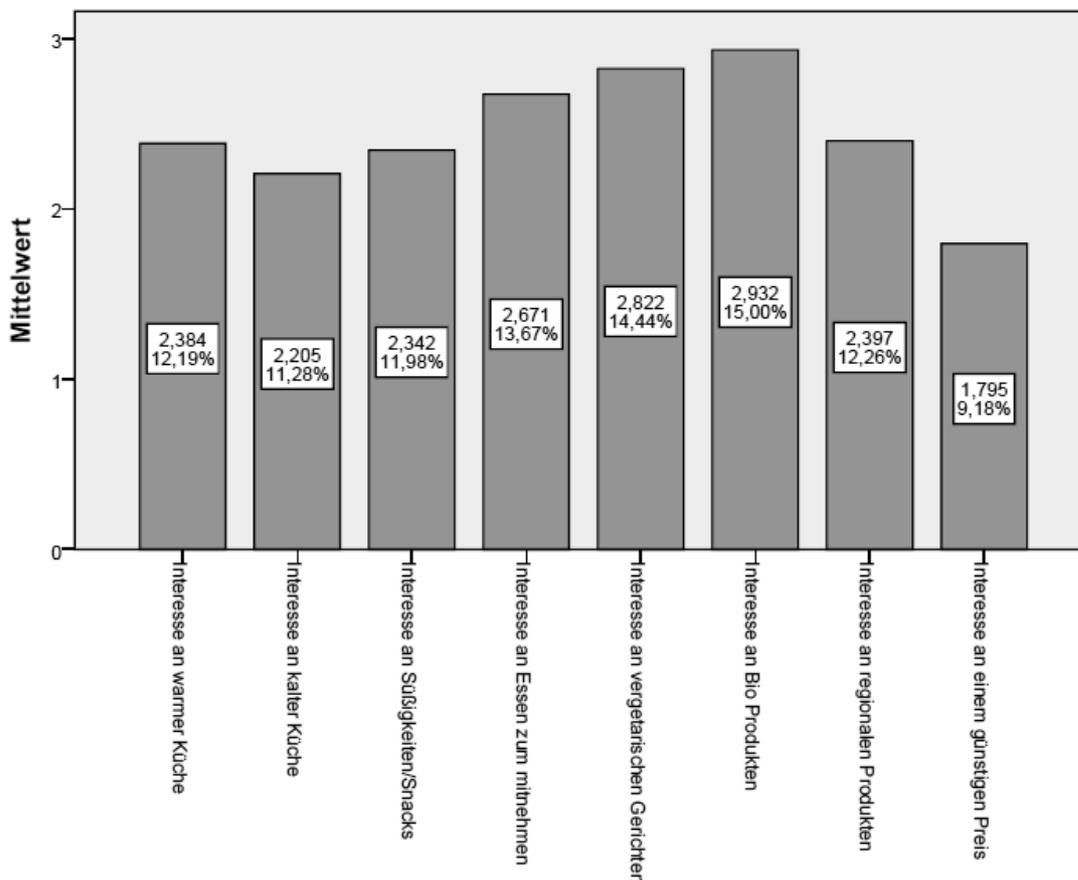


Abbildung 1: Präferenzen beim Speiseangebot

Dabei ist unter den abgegebenen Antworten eine eindeutige Tendenz ($M=1,7$ bei $SD=0,9$) hin zu einem **günstigen Speiseangebot** zu beobachten. Entsprechend werden bio ($M=2,9$) und vegetarische Produkte ($M=2,8$) am wenigsten von den Probandinnen und Probanden präferiert.

4. Werden warme, kalte oder alkoholische Getränke bevorzugt?

Die Probandinnen und Probanden wurden weiterhin gefragt, worauf sie bei einem möglichen Getränkeangebot besonders Wert legen würden. Als Antwortkategorien wurde die Auswahl von warmen Getränken, kalten Getränken und alkoholischen Getränken vorgegeben. Es konnte erneut von einer 4er Skala von wichtig (1) bis unwichtig (4) geantwortet werden, sodass höhere Zahlenwerte wieder eher negativ interpretiert werden können. Je niedriger die Standardabweichung ausfällt, desto mehr Konsens war auch hier bei den gegebenen Antworten vorhanden.

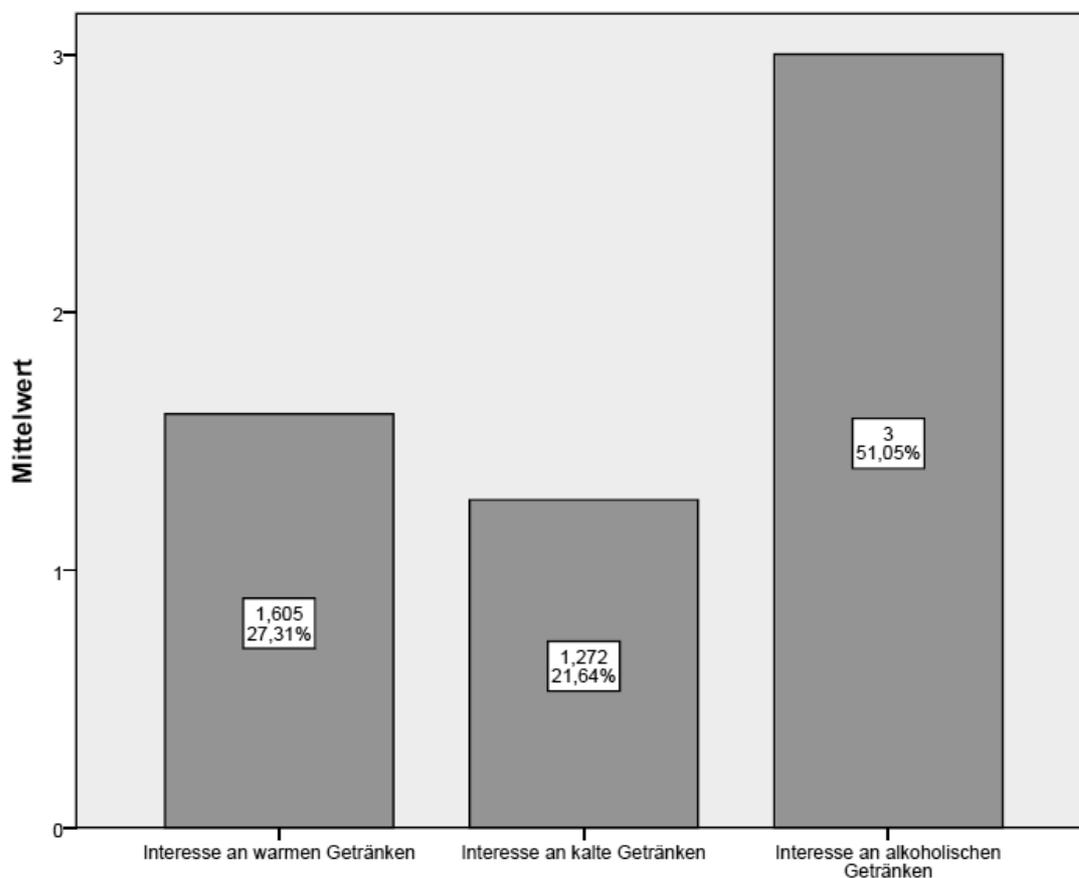


Abbildung 2: Präferenzen beim Getränkeangebot

Es zeigt sich, dass **kalte Getränke** präferiert werden ($M=1,2$ bei $SD=0,5$). Auch warme Getränke sind wichtig ($M=1,5$ bei $SD=1$). Alkoholische Getränke sind laut der Befragung weniger wichtig ($M=2,9$ bei $SD=1,1$).

5. Für welche Veranstaltungen interessieren sich die Bürgerinnen und Bürger?

Die Probandinnen und Probanden wurden gefragt, wie stark sie daran interessiert sind, verschiedenen Arten von Veranstaltungen im Bürgerzentrum zu besuchen. Es wurde nach Veranstaltungen in den Kategorien Kochen, Kunst, Literatur, Musik, Tanz und Party gefragt. Die Befragten konnten bei dieser Frage die verschiedenen Veranstaltungsbereiche auf einer 4er Skala von sehr interessiert (1) bis gar nicht interessiert (4) bewerten.

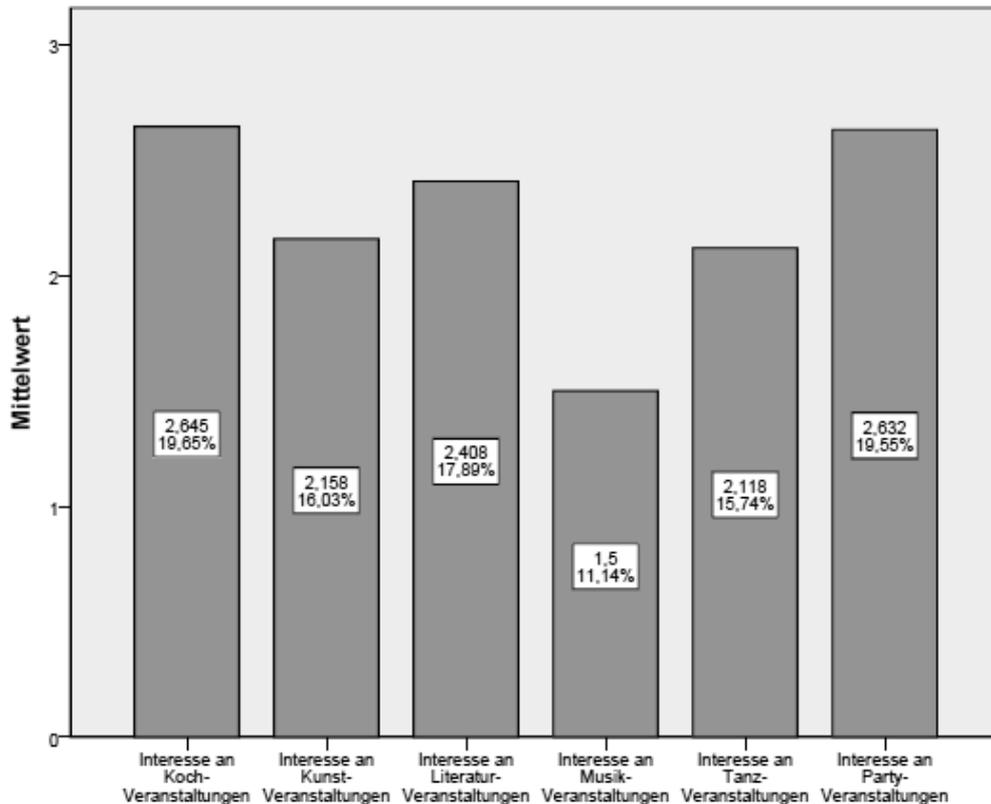


Abbildung 3: Präferenzen beim Veranstaltungsangebot

Die Antworten zeigen eine verstärkte Präferenz zu **musikalischen Angeboten** ($M=1,6$ bei $SD=1,4$). Dabei scheinen die Befragten allerdings weniger interessiert an Veranstaltungen in den Bereichen Tanz und Party (jeweils $M=2,9$).

6. Sollten Spiele im Bürgerzentrum angeboten / gespielt werden?

Die Probandinnen und Probanden wurden gefragt, ob sie daran interessiert sind, das Café für gemeinsame Spiele zu nutzen. Wenn mit „Ja“ geantwortet wurde, bestand die Möglichkeit ein oder mehrere präferierte Spiele zu nennen.

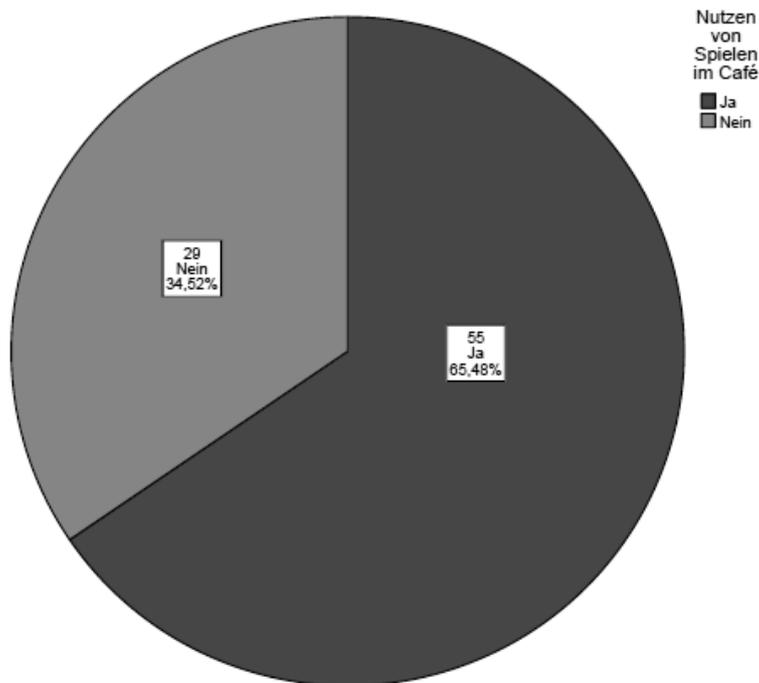


Abbildung 4: Präferenzen beim Spieleangebot

Die Auswertung zeigt eine relativ deutliche Tendenz zu „**Ja, ein Spielangebot ist erwünscht**“ (N=54). Eine Mehrheit der Leute würden gerne einen **Billardtisch** nutzen (N=19). Weitere häufig genannte Vorschläge waren **Kartenspiele** (N=17), **Brettspiele** (N=13) und **Tischfußball** bzw. Kicker (N=11).

7. Wie wichtig ist ein Fernsehangebot?

Die Probandinnen und Probanden wurden weiterhin gefragt, ob sie daran interessiert sind, ein Fernsehangebot zu nutzen. Wenn mit „Ja“ geantwortet wurde, konnten die Befragten ihre Präferenzen für die Kategorien Fußball, sonstiger Sport, Serien, Dokumentationen und Spielfilme nennen. Auf einer 4er Skala konnte das Interesse von sehr interessiert (1) bis gar nicht interessiert (4) angegeben werden.

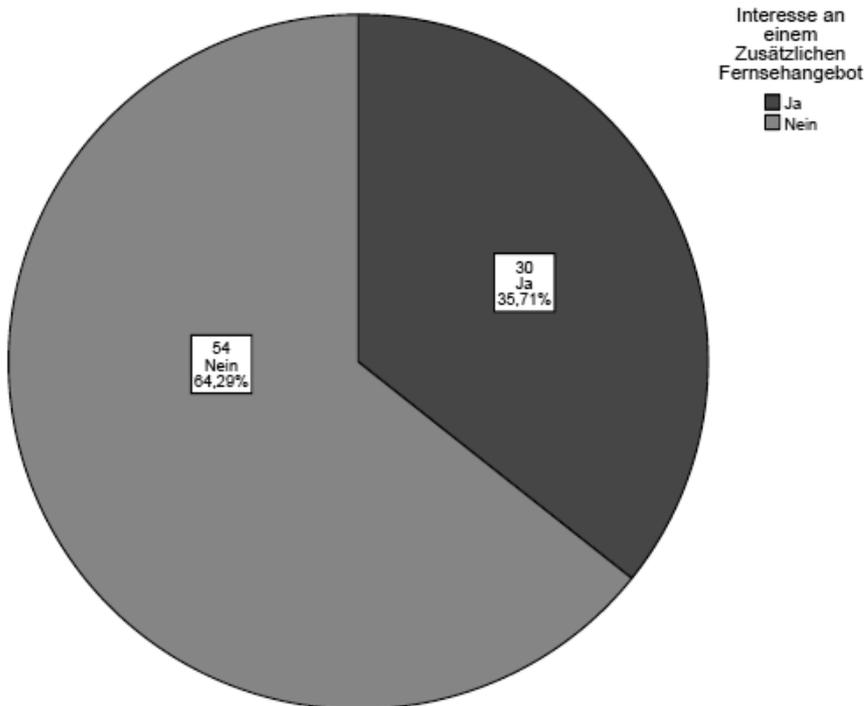


Abbildung 5: Präferenzen beim Fernsehangebot

Die Ergebnisse zeigen, dass die Mehrheit der Befragten **nicht an einem Fernsehangebot interessiert** ist (N=30 für „Ja“, N=49 für „Nein“). Bei den Befragten, die sich für ein Fernsehangebot ausgesprochen haben, ist eine klare Präferenz für das Übertragen von **Fußballspielen** erkennbar (M=1,2 bei SD=0,7). Die restlichen Genres werden als eher uninteressant eingestuft, wobei insbesondere Serien und Dokumentationen wenig präferiert werden (jeweils M=3,2).

8. Braucht das Bürgerzentrum eine Außengastronomie?

80 Befragte wünschen sich ein Außengastronomie-Angebot, nur 3 Stimmen entschieden sich dagegen und stimmten mit „Nein“. Dies ist eine eindeutige Präferenz seitens der Bürgerinnen und Bürger in Köln-Chorweiler.

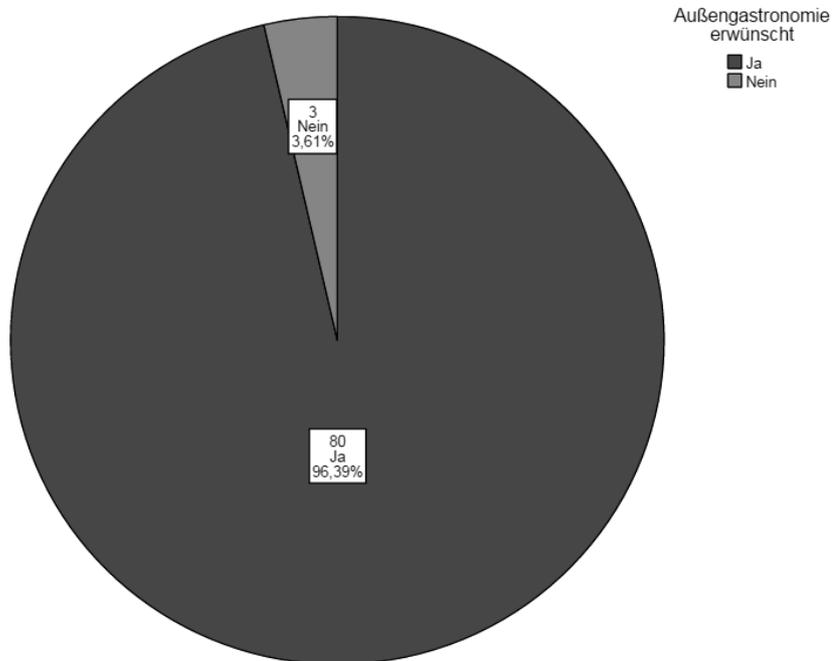


Abbildung 6: Präferenzen bezüglich einer Außengastronomie

9. Sollten die Räume des Bürgerzentrums vermietet werden können?

Der Vorschlag, den Raum als Bürgerin oder Bürger privat **mieten** zu können, wurde ebenfalls gerne **angenommen**. Von den 84 Probandinnen und Probanden konnten sich insgesamt 64 vorstellen, den Raum für eine eigene Geburtstagsfeier, Hochzeitsfeier oder Familienfeier zu mieten. Lediglich 20 Befragte bekundeten kein Interesse.

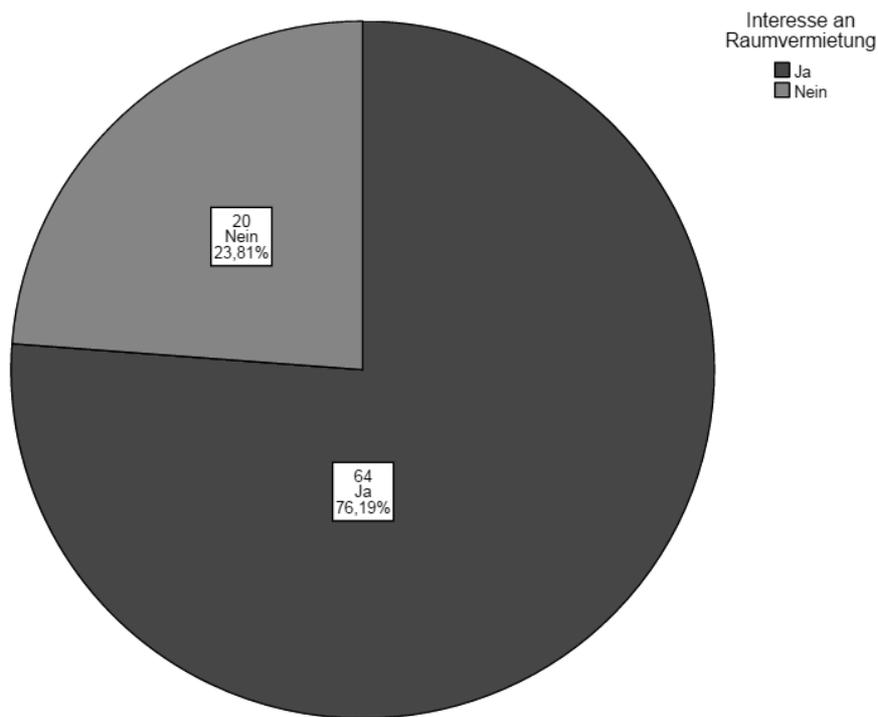


Abbildung 7: Präferenzen bei der Raumvermietung

10. Gibt es Präferenzen bei der Inneneinrichtung?

Bei der Inneneinrichtung haben wir den Befragten zwei unterschiedliche, aber stilwiderspiegelnde Bilder gezeigt: Bild A zeigte eine **elegante „Lounge“ mit Sesseln** und Bild B zeigte ein „Modernes Café“ mit einfacheren Sitzmöglichkeiten. Bei diesen vorgegebenen schwarz-weiß Bildern tendierten insgesamt 51 Personen zu Bild A und 32 entschieden sich für Bild B.

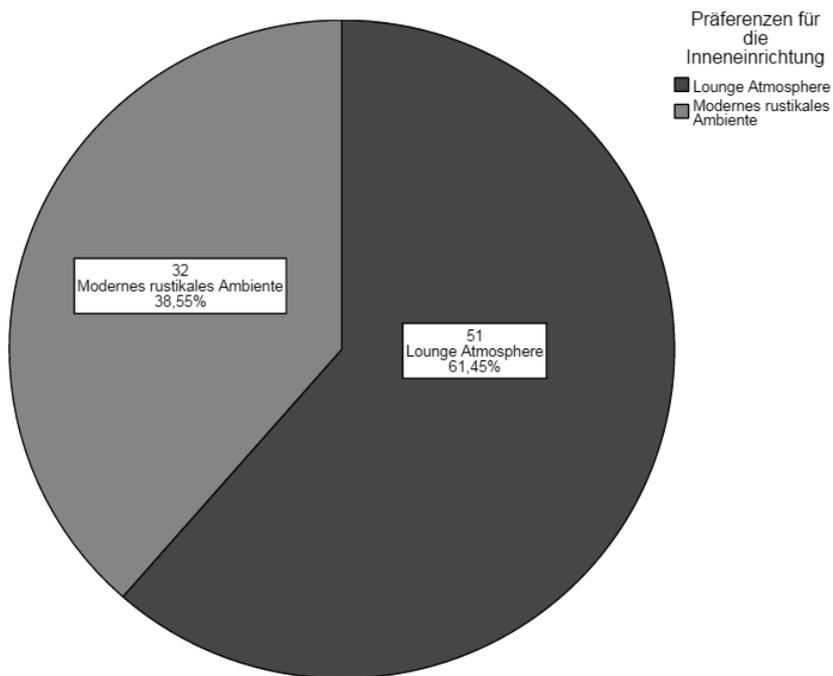


Abbildung 8: Präferenzen bei der Inneneinrichtung

11. Welche Namensvorschläge haben die Bürgerinnen und Bürger gemacht?

Bei der Frage nach einem Namen für das Café haben die Bürgerinnen und Bürger unterschiedlichste Vorschläge eingereicht. Dabei wurden „Café Crema“, „Café (Multi)Kulti“ und „Café Chorweiler“ am häufigsten genannt.

Dies ist eine vollständige Liste aller Vorschläge:

- | | | |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| -Multikulturell | -Friedenscafé | -Café Dolomiti |
| -Café Crema | - Kaffeeklatsch | -Jamie |
| -City Café | -Stressabbau | -Tempelberg |
| -Seniorencafé | -Toskana | -Auf Capri |
| -Café Olé | -Café au Lait | -Café Piano |
| -Stadtteil-Treff | -Café Paris | -Mittendrin |
| -Gemeinschaftscafé | -Harrison Ford | -Café Allemagne |
| -Aisha | -Multikulti | -Traumland |
| -Café Paradies | -Café Kult | -Glückshof |
| -Chill lounge | -Café Chorweiler | -Multikulti |
| -City Stop | -Treffen für Alle | -Treffpunkt |
| -City Treff | -Nanna Café | -Chorweiler Treff |
| -Vouge | | |

12. Gab es weitere Hinweise zur Gestaltung der Lokalität?

Generell wurde die Idee von Veranstaltungen sehr begrüßt. Zudem wünschten sich die Befragten ein **kinderfreundliches Umfeld**.

Darüber hinaus wurden folgende Wünsche genannt:

- Getrennter Ess- und Spielbereich
- Eis Angebot
- Möglichkeit zu Vorträgen von sozialen Themen
- Catering für Feiern muss vorhanden sein
- Großveranstaltung, gerne Draußen
- Chorproben, politische Veranstaltungen, große Feste
- Günstige Raummiete
- politische Veranstaltungen, Kabarett, Menschen aus Chorweiler sollen auftreten
- Keine Hunde
- Torwand, Kinderspielecke, Musik
- Soll soziale Anlaufstelle bieten
- An jüngeres Publikum gerichtetes Veranstaltungsangebot
- Reduzierte Preise für Köln-Pass
- Kalter Kaffee
- Shisha
- Kindermalen, Basteln
- Frauennachmittag mit Tanz, Musik (Samstag, Sonntag)
- Bilderausstellungen von Malern aus Chorweiler und Umgebung, Skulpturen
- Basteln, Kreativität, Stricken, Nähen, Fußballkicker
- ruhige Musik, Brötchen
- Thai Chi, Chigong für ältere Menschen, Gymnastik
- Kulturelle Veranstaltungen

Anhang: Fragebogen

Im Rahmen der Sanierung des ehemaligen Seniorencafés im Bürgerzentrum Chorweiler hat **das Bürgerzentrum** uns, als Service Learning Gruppe der **Universität zu Köln**, damit beauftragt, eine Umfrage mit den Bürgerinnen und Bürgern des Stadtteils Köln-Chorweiler durchzuführen. Mithilfe der Ergebnisse möchten wir die Neugestaltung der Lokalität optimal auf Ihre Bedürfnisse anpassen. Wir würden uns freuen, wenn Sie uns im Rahmen dieses Projektes mit Ihrer Meinung unterstützen könnten.

1) Zu welcher Tageszeit würden Sie die Lokalität besuchen?

- Morgens (7-11Uhr) Mittags (11-14Uhr)
 Nachmittags (14-18Uhr) Abends (18-22Uhr)

2) Welche Tage sind für Sie besonders interessant?

- Montag Dienstag Mittwoch Donnerstag
 Freitag Samstag Sonntag

3) Wie viel Interesse besteht an ...? Auf einer Skala von 1(sehr)-4(wenig)

	1	2	3	4	Egal
Warmer Küche	<input type="checkbox"/>				
Kalter Küche	<input type="checkbox"/>				
Süßigkeiten/Snacks	<input type="checkbox"/>				
Zum mitnehmen	<input type="checkbox"/>				
Vegetarischen Gerichten	<input type="checkbox"/>				
Bio Produkten	<input type="checkbox"/>				
Regionale Produkten	<input type="checkbox"/>				
Günstigem Preis	<input type="checkbox"/>				

4) Was für ein Getränkeangebot würden Sie sich wünschen?

	1	2	3	4	Egal
Warme Getränke	<input type="checkbox"/>				
Kalte Getränke	<input type="checkbox"/>				
Alkoholische Getränke	<input type="checkbox"/>				

5) In welchen Bereichen würden Sie Veranstaltungen besuchen?

	1	2	3	4	Egal
Kochen	<input type="checkbox"/>				
Kunst	<input type="checkbox"/>				
Literatur	<input type="checkbox"/>				
Musik	<input type="checkbox"/>				
Tanz	<input type="checkbox"/>				
Party	<input type="checkbox"/>				

