

Sonderdruck aus

**Informationen
und Materialien
zur Geographie
der
EUREGIO
MAAS - RHEIN**

WOLFGANG SCHOOP

DER VAALSER WOCHENMARKT UND SEINE GRENZÜBER-
SCHREITENDEN KONTAKTE

Aachen 1980 (im Selbstverlag)
ISSN 0343 - 494 X

DER VAALSER WOCHENMARKT UND SEINE
GRENZÜBERSCHREITENDEN KONTAKTE (1)

Periodische Märkte sind besonders zahlreich und vielseitig ausgeprägt in Gebieten, wo Regionen mit unterschiedlicher geographischer Ausstattung aneinandergrenzen (2). Hier ist bei den Bewohnern die Notwendigkeit und das Bedürfnis für einen lebhaften Warenaustausch am ehesten gegeben. Besonders deutlich kommt dies in Ländern zum Ausdruck, die sich noch im Übergang von einer semiautarken zu einer arbeitsteiligen Gesellschaft befinden (3). In Mitteleuropa waren die traditionellen Wochenmärkte durch die Modernisierung von Handel und Verkehr lange Zeit zurückgedrängt. Doch werden seit etwa zwei Jahrzehnten im Zuge einer Rückbesinnung auf überlieferte Lebensformen und in dem Bestreben um eine Wiederbelebung verödeteter Innenstädte immer mehr periodische Märkte organisiert und mit wachsender Beliebtheit aufgesucht.

Der hier untersuchte Markt auf dem "Königin Juliana Plein" in Vaals geht auf die fünfziger Jahre zurück und gewinnt besondere Attraktivität

(1) Dieser Artikel basiert auf einer Untersuchung von A. BODDEN und G. THOMAS (Der Vaalser Wochenmarkt unter besonderer Berücksichtigung des Käuferinzugsbereiches und der Händlermobilität. Aachen 1979, 109 S.). Es handelt sich um eine Schriftliche Hausarbeit im Rahmen der Ersten Staatsprüfung (Sek. I), die vom Verfasser betreut wurde.

(2) Vgl. hierzu auch die Untersuchungen des Verfassers im Ostbolivianischen Bergland: W. SCHOOP, 1979 und 1980. Eine umfassende Bibliographie legte R. BROMLEY, 1979 vor.

(2) Auf diesen Zusammenhang weist E. GORMSEN in seinen Arbeiten über den mittelamerikanischen Raum hin. Vgl. auch die Symposium-Berichte: E. GORMSEN, 1976 sowie R.H.T. SMITH und E. GORMSEN, 1979. Zur Theorie der periodischen Märkte berichtet E. WIRTH, 1976.

durch seine Grenzlage im "Dreiländereck" zwischen den Niederlanden, Deutschland und Belgien (1). Bei dieser Grenze handelt es sich um keine Trennungslinie geographisch unterschiedlicher Gebiete, sondern lediglich um eine politische Grenze innerhalb der Europäischen Gemeinschaft. Doch macht sich auch hier, wie H. BREUER (2) feststellt, ein deutliches "Grenzgefälle" bemerkbar, das sich auch in der Struktur des Marktes, bei seinen Händlern und Besuchern niederschlägt. Da der Markt in erheblicher Weise von der Grenze mitbeeinflusst ist, hebt er sich von weiteren Wochenmärkte im Landesinnern klar ab. Damit besteht also nicht nur "Grenzgefälle", wenn man sich von Aachen aus ins benachbarte Ausland begibt, sondern auch, wenn man aus den Niederlanden kommend sich der Landesgrenze nähert. Die Grenze wirkt in gewisser Weise ihre Schatten voraus.

Am Beispiel von Vaals sollen die Merkmale des Markthandels in Südl Limburg und der Einfluß der Nachbarländer auf diesen ambulanten Handel genauer untersucht und quantitativ erfaßt werden. Vaals eignet sich besonders gut für eine derartige Betrachtung, weil wegen der nahen belgischen Grenze das niederländisch-belgische "Grenzgefälle" eine zusätzliche Rolle spielt und damit der eigentliche Stil dieses Grenzmarktes besonders deutlich zum Ausdruck kommt (3).

(1) Zur Grenzproblematik dieses Raumes vgl. vor allem H. BREUER, 1976, M. GRAMM, 1979 sowie die kartographisch aufbereitete, umfassende Übersicht über den "Grenzraum im Wandel" von H. BREUER, H. FRANKEN, M. GRAMM, S. SCHACHT und T. SCHREIBER.

(2) Vgl. H. BREUER, 1981

(3) Für das Sommersemester 1981 ist die Untersuchung weiterer südl imburgischer Wochenmärkte geplant (Projektseminar am Geographischen Institut der RWTH Aachen: "Wochenmärkte, Jahrmärkte und Flohmärkte zwischen Rhein und Maas"). Geographiekurse der Kollegstufen aus dem Grenzraum, die an Kartierungen und Befragungen teilnehmen möchten, werden gebeten, sich mit dem Verfasser in Verbindung zu setzen.

Mit Hilfe von drei Untersuchungsgrößen soll der spezielle Charakter der grenznahen südlimburgischen Wochenmärkte analysiert werden. Es sind die Waren, die Händler und die Käufer, die mit unterschiedlicher Zielrichtung untersucht werden sollen:

1. Das Warenangebot, in seiner Zusammensetzung und Anordnung durch eine Marktkartierung erfaßt, soll die außergewöhnliche Attraktivität der Grenzmärkte vor Augen führen.
2. Eine Befragung nach der Herkunft der Händler und nach ihren wöchentlichen rhythmischen Marktbesuchen soll ferner Aufschluß geben über den Einfluß der deutschen und belgischen Grenze auf das gesamte System der periodischen Märkte Südlimburgs.
3. Mit einer Käuferbefragung soll letztlich der Einzugsbereich des Marktes ermittelt, sowie Art und Gründe der grenzüberschreitenden Kontakte geklärt werden.

1. Das Warenangebot

In seiner äußeren Erscheinung unterscheidet sich der Vaalser Dienstmorgenmarkt mit seinen 60-65 Ständen, (1) kaum von den übrigen Wochenmärkten, wie etwa Eygelshoven, Geleen oder Heerlen, wo die gleiche Firma den Aufbau der Stände besorgt. Im Vergleich zu den belgischen Wochenmärkten an der Maas (z.B. Lüttich) oder in den Ardennen (z.B. St. Vith) fällt die systematische Abfolge der Stände ins Auge (vgl. Abb. 1). Jeder Sparte ist ein bestimmter Raum zugewiesen. Wie im benachbarten Belgien gibt es eine große Zahl von Textilhändlern (mit Strickwaren, Miederwaren und Unterwäsche), die mit ihren

(1) Dieser Markt, der jeden Dienstmorgen von 7.00 - 12.00 Uhr stattfindet, erstreckt sich auf einer Fläche von 1500 qm. Die Stände sind in zwölf Reihen angeordnet, die eine Gesamtlänge von 580 m bilden.

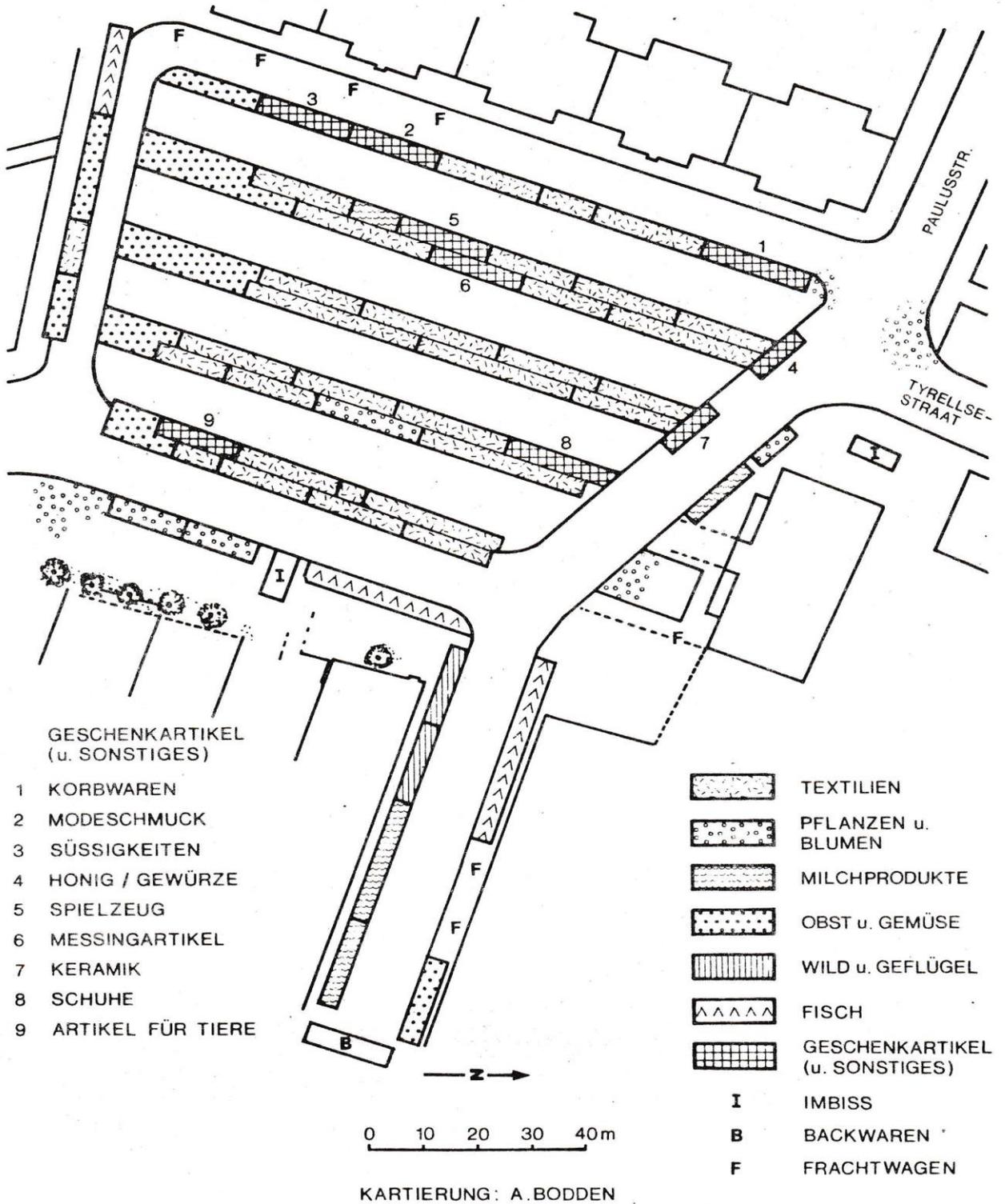
ausgehängten Waren dem Markt eine südländisch anmutende Bazaratmosphäre verleiht. Im Aachener Raum entsteht eine solche Atmosphäre allenfalls auf den ständig sich ausbreitenden Flohmärkten.

Von den ausländischen Besuchern wird als typisch niederländisch das Angebot von Milchprodukten, Fisch und Blumen angesehen. Niederländische Händler mit diesen Produkten sind diesen Besuchern von deutschen Märkten des linken Rheinlandes zwischen Düren und Kleve (1) ein vertrautes Bild.

Bezeichnend für das Verkaufsgeschick der Markthändler ist die Tatsache, daß die Käufer, die von der Hauptstraße in Vaals aus den Markt betreten, erst die Stände der Textil- und Geschenkartikelhändler queren, wo man zu spontanen Käufen angeregt werden soll. Erst nach Sichtung dieser Waren erreicht man die hintere Marktecke mit den Produkten des täglichen Bedarfs (vor allem mit Obst und Gemüse). Fisch und Käse sind - möglicherweise wegen der Geruchsbelästigung - an die südliche Peripherie verlegt. Die geregelte Anordnung und die große Zahl von Händlern mit Stoffen, Unterwäsche, Kurzwaren, Gürteln etc. (mit ca. 60 % der Marktfläche) haben hier einen Wochenmarkt entstehen lassen, der nicht nur die Versorgung der Bevölkerung mit frischen ländlichen Produkten sicherstellt. Mit dem geschilderten Schwergewicht des Warenangebots erhalten die örtlichen Warenhäuser und Einzelhandelsgeschäfte auch eine gewisse Konkurrenz. Bei einigen speziellen Artikeln wie etwa bei Futter und Zubehör für Haustiere, Keramik- und Korbwaren, Kräutern, Gewürzen und Honig, Waren aus Ländern der 3. Welt (marokkanische Lederwaren, indonesische Batiktücher) erhält das ständige Angebot am Orte allerdings eine wichtige Ergänzung. Die Frage, warum es gerade zu der beschriebenen Auswahl an Waren gekommen ist, soll am Schluß der beiden folgenden Untersuchungspunkte näher erläutert werden.

(1) Teilweise erreichen die Wanderrzüge dieser Händler mit ihren modern ausgebauten Kühlwagen auch das Ruhrgebiet.

FIG.1 : BRANCHENGLIEDERUNG DES VAALSER
WOCHENMARKTES (KONIGIN JULIANA PLEIN)



2. Die Händler und ihre rhythmischen Wanderungen

Die Händlerbefragung (1) erbrachte als wichtigstes Ergebnis, daß die Geschäftsinhaber (von einem staatenlosen Händler abgesehen) ausschließlich aus den Niederlanden stammen (vgl. Abb. 2). Damit gibt es keinen deutschen Händler mit Waren, die besonders günstig in Deutschland angeboten werden wie anspruchsvolle Kleidung, technische Haushaltswaren etc. Das entspräche auch nicht dem Charakter dieser Waren und auch nicht der Mentalität deutscher Geschäftsleute. Zusätzlich würden bei diesen Artikeln des gehobenen Bedarfs Zollschwierigkeiten hinzukommen. Aber auch von Belgien aus gibt es wider Erwarten keine grenzüberschreitenden Händlerbewegungen, wo doch der ambulante Handel in Belgien überaus vielfältig und beliebt ist.

Der Einzugsbereich der Vaalser Händler umfaßt ganz Südlimburg mit Betonung der einwohnerstärksten Kommunen Maastricht, Sittard, Geleen und Heerlen (23 von 60 Händlern). Die restlichen Händler verteilen sich auf 24 südlimburgische Gemeinden (2). Nur zwei Händlerfamilien leben in Vaals selbst. In ihrer überwiegenden Mehrheit (54) widmen sich die befragten Händler hauptberuflich dem Markthandel, wobei ihnen 52 Familienangehörige und neun zusätzliche Angestellte zur Hand gehen. Bei etwa der Hälfte der Händler wird die Existenz

(1) Vom 24.10.78 - 12.12.78 führte Frau A. BODDEN unter den 60 Händlern des Marktes eine Totalerhebung durch. Lediglich 5 Geschäftsinhaber konnten aus verschiedenen Gründen (Verweigerung, Krankheit, etc.) nicht erfaßt werden. Insgesamt wurden zur beruflichen Situation der Händler, so etwa auch zu den wöchentlichen Rotationszyklen, 20 Informationen erfaßt und kodifiziert.

(2) In einigen Fällen kommen auch Händler aus den nördlichen Niederlanden (ein Fischhändler aus Scheveningen; mehrere Textilhändler aus Venlo). - Vgl. auch M. GRAMM, 1979, S. 193.

durch ein branchengleiches Geschäft am Heimatort abgesichert. Im Schnitt sind die Händler an drei bis vier Arbeitstagen in der Woche unterwegs, wobei sie z.T. sogar zwei Märkte am Tag besuchen. In einem Extremfall werden von einem Betrieb durch verschiedene Familienmitglieder 12 Märkte in der Woche besucht. Frau BODDEN schreibt den Händlern "Freude am Handel, Kontaktfreudigkeit, eine gelassene Haltung gegenüber Unbilden des Wetters, eine erstaunliche Menschenkenntnis und durchweg eine gewisse Cleverness" zu. Insgesamt werden von den Händlern 33 verschiedene Märkte besucht, von denen keiner jenseits der deutschen und belgischen Grenze liegt (1). Nur bei einigen Familien reichen die Wanderwege im Norden aus Südlimburg heraus, so z.B. nach Roermond und Venlo. Nur an diesen Tagen überschreiten die Tagesrouten die 50 km-Marke (2).

Betrachtet man - unter Verwendung der Befragungsergebnisse auf dem Vaalser Markt - dieses limburgische System der Wochenmärkte, so fallen neben dem arbeitsfreien Sonntag die geringen Aktivitäten am Montag ins Auge, der von vielen Händlern als erweitertes Wochenende angesehen wird (vgl. Abb. 3). Es wird deutlich, daß die Händlerströme im Laufe der Woche ganz bestimmte Richtungen bevorzugen (vgl. Abb. 4). Nach dem Besuch des Vaalser Marktes am Dreiländereck am Dienstag werden am Mittwoch vor allem Orte an der Maas oder in ihrer unmittelbaren Nähe aufge-

(1) Lediglich ein Händler begibt sich hin und wieder auf den Aachener Markt (Katschhof) bzw. auf den Eschweiler und Stolberger Wochenmarkt. Die niederländischen Händler, die auf den deutschen Märkten auftauchen, gehören nach dieser Untersuchung offenbar nicht zu den Wanderhändlern des Südlimburgischen Marktesystems und bilden eigene - noch genauer zu bestimmende - Rotationszyklen.

(2) Die Fischhändler mit ihren Fahrten an die Küste (Rotterdam, Vlissingen, Amsterdam) bilden hierbei eine Ausnahme.

FIG. 2: HERKUNFTSORTE UND BESUCHTE
WOCHENMÄRKTE DER VAALSER
WANDERHÄNDLER (60 BEFR.)

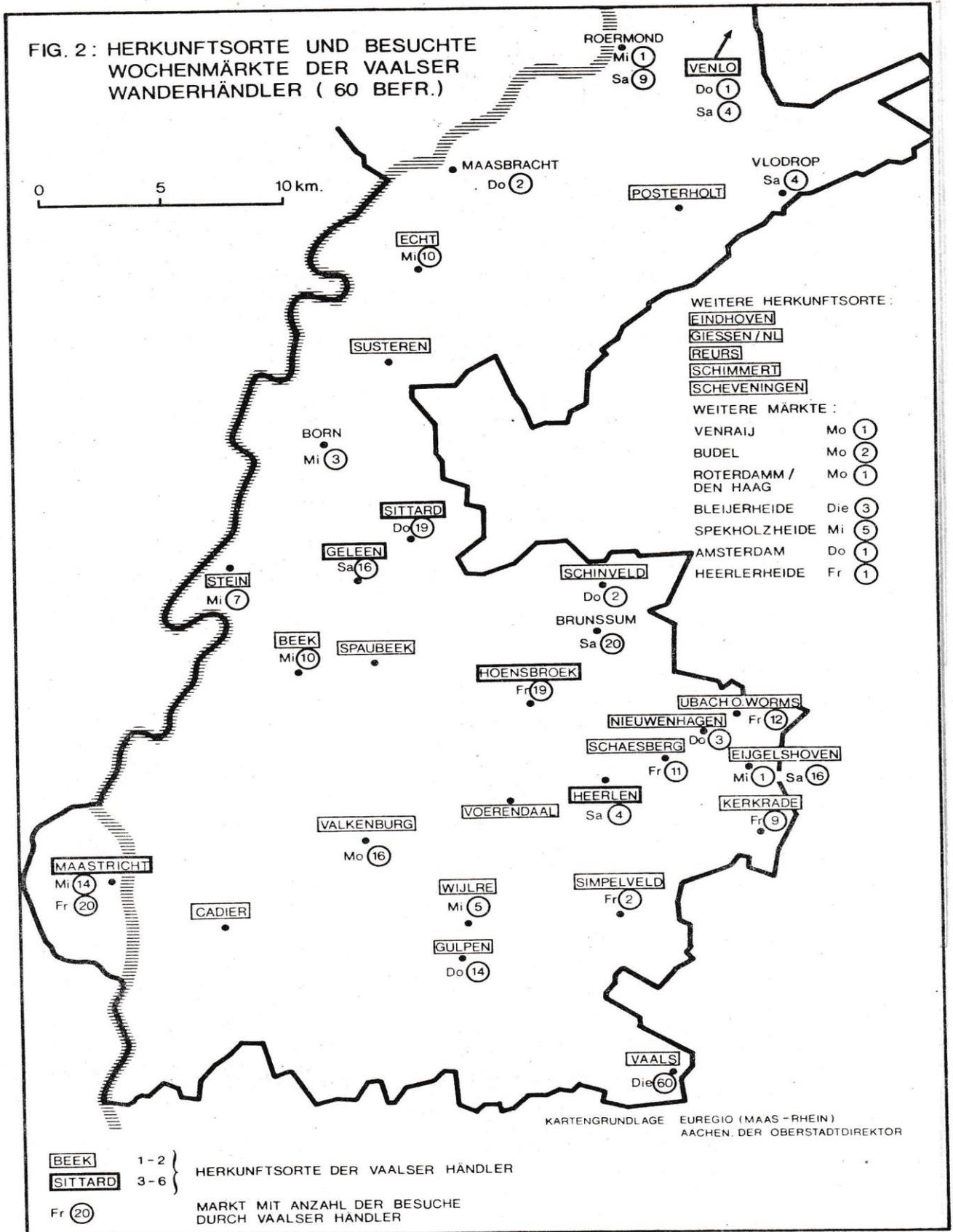


FIG. 3 : DER WANDERUNGSRHYTHMUS DER VAALSER MARKTHÄNDLER

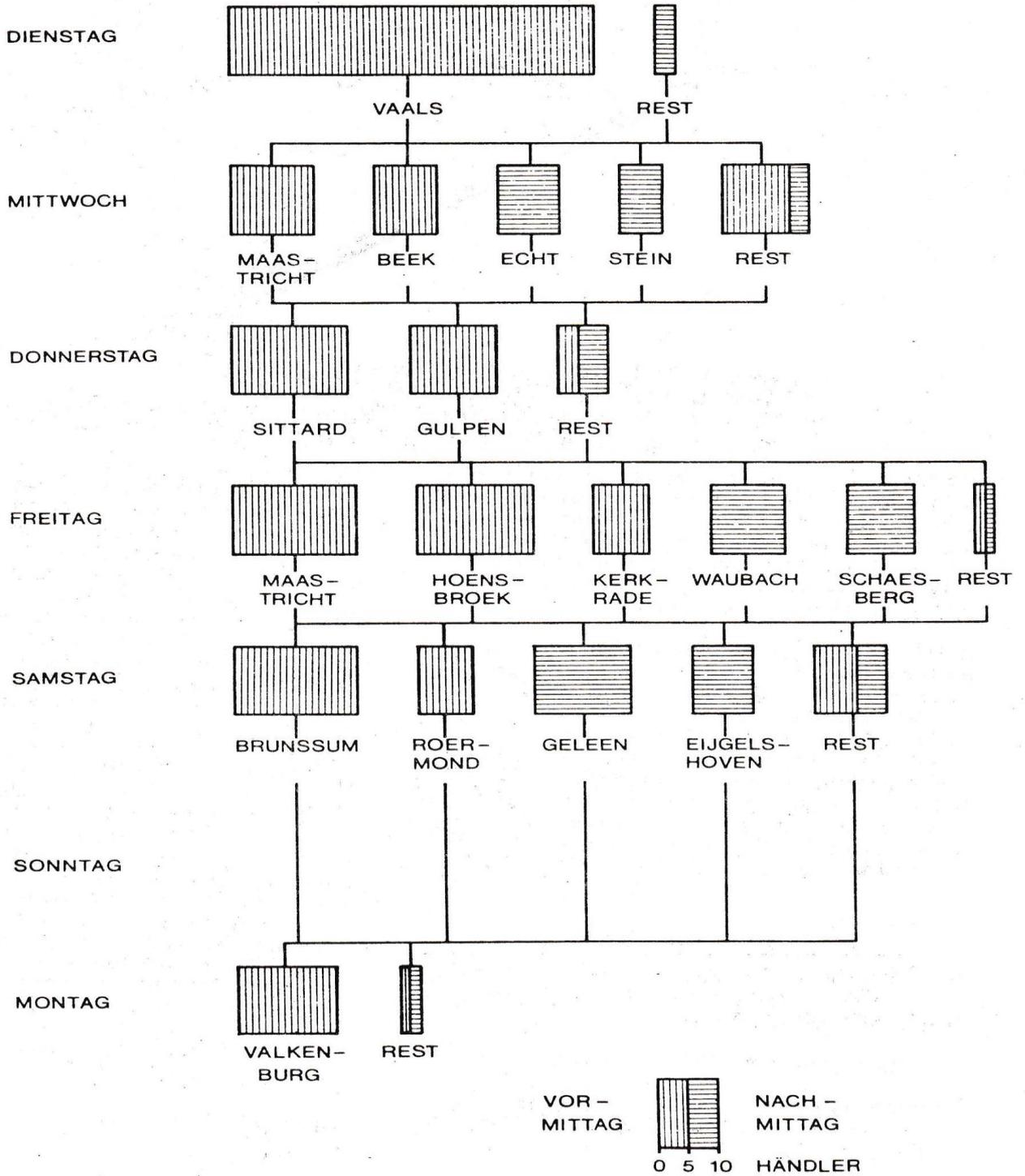
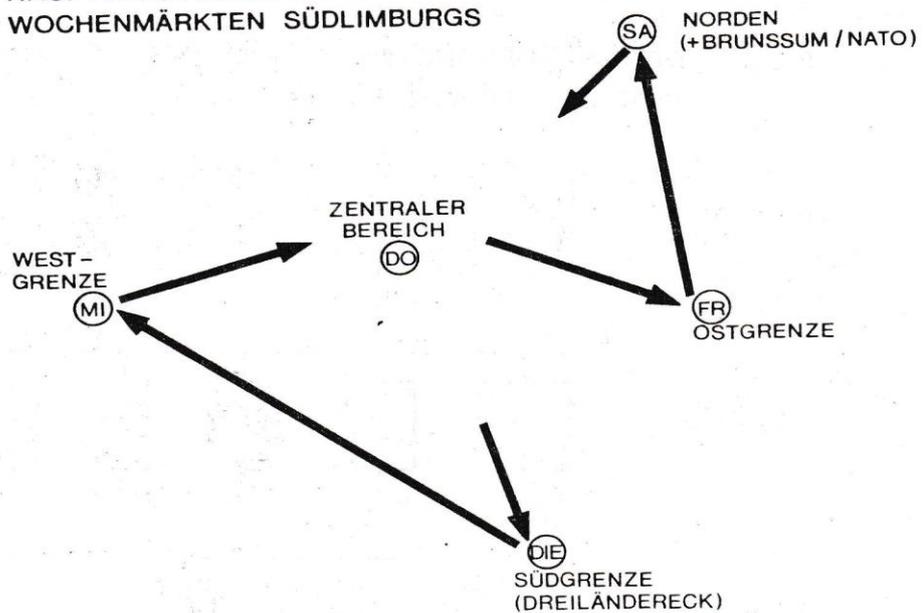


FIG. 4 : HAUPTWANDERUNGSSTRÖME ZWISCHEN DEN
WOCHENMÄRKTEN SÜDLIMBURGS



WESTGRENZE : MAASTRICHT, BEEK, ECHT, STEIN, BORN
 ZENTRALER BEREICH : SITTARD, GULPEN
 OSTGRENZE : HOENSBROEK, KERKRADE, SIMPELVELD, WAUBACH, SCHAESBERG
 NORDEN : BRUNSSUM, ROERMOND, VENLO, VLODROP

sucht (1). Diese Märkte dienen vor allem den benachbarten Belgiern als Einkaufsziel. Der Donnerstag gilt weithin als Ruhe- oder Auktionstag. Die wenigen Märkte an diesem Tag konzentrieren sich auf den zentralen Bereich Südlimburgs (2).

Die zahlreichen grenznahen Freitagsmärkte an der östlichen Peripherie machen sich die Kaufkraft der deutschen Nachbarn zu Nutze (3). Diese Märkte übertreffen an Attraktivität für die Händler bei weitem den Maastrichter Freitagsmarkt. Wie Frau BODDEN bei der Marktdirektion in Vaals in Erfahrung bringen konnte, wurden diese Märkte entlang der Grenze gegen Ende der 50er Jahre einge-

richtet, in einer Zeit als die Hamsterkäufe der Deutschen in den grenznahen Geschäften ihrem Ende zugingen. Es zeichnete sich damals bereits der Niedergang der Südlimburgischen Kohleförderung ab (1). So können diese Anstrengungen zur Belebung eines perioden Marktsystems durchaus als Maßnahmen zur Diversifizierung der wirtschaftlichen Basis in Südlimburg interpretiert werden.

Der Samstag zeigt u.a. eine auffallende Händlerbewegung in Richtung Norden, wobei an diesem Tag die größten Distanzen in der Woche zurückgelegt werden (2). Hier bildet Brunssum mit seinem NATO-Hauptquartier (3) einen wichtigen Anziehungspunkt. Die dort beschäftigten Nordamerikaner und Deutschen tragen zu einer kräftigen Belebung des dortigen Wochenmarktes bei. Bis zur Gründung des Brunssumer Wochenmarktes

(1) Maastricht (V); Beek (V); Echt (N); Stein (N); Born (N); (V=Vormittag, N= Nachmittag)

(2) Sittard (V); Gulpen (V);

(3) Hoensbroek (V); Kerkrade (V); Simpelveld (V); Waubach (N); Schaesberg (N);

(1) T. SCHREIBER, 1980, S. 21-38.

(2) Brunssum (V); Roermond (V); Venlo (V); Vlodrop (N).

(3) AFCENT - Allied Forces Central Europe.

(1967) galt bei den Händlern Vaals als derjenige südlimburgische Wochenmarkt, auf dem die höchsten Umsätze zu erzielen waren. Seither wird aber Brunssum als einträglicher angesehen.

Aus den geschilderten Hauptwanderungsströmen wird ersichtlich, daß die - in Vaals befragten - südlimburgischen Wanderhändler ein periodisches Marktsystem beliefern, bei dem vier grenznahe und in stattlicher Zahl von Ausländern besuchte Marktgebiete die Schwerpunkte bilden und nicht etwa die eigenen Bevölkerungsballungsgebiete. Es handelt sich um ein vergleichsweise abgeschlossenes Marktsystem, das, wie im folgenden erläutert wird, seinen wichtigsten Antrieb durch die grenzüberschreitenden Käufer erhält.

3. Die Marktkunden

Die Befragung (1) der Käufer des Vaalser Marktes und eine Analyse ihrer Motivationen und ihres Kaufverhaltens gibt Aufschluß darüber, wie stark sich der grenzüberschreitende Einfluß auf das limburgische Marktsystem bemerkbar macht. Die insgesamt 150 interviewten Personen wurden im Zufallsverfahren aus der Schar der jeweils 1500-1700 Personen herausgegriffen (2). Mehr als die Hälfte der Befragten kam aus Deutschland, jeweils 20 % aus Belgien bzw. aus den Niederlanden (3) (vgl. Abb. 5).

(1) Die Erhebung wurde von Frau G. THOMAS zwischen dem 11.10.78 und dem 19.12.78 jeweils in der Hauptbetriebszeit zwischen 10 und 12 Uhr durchgeführt. Insgesamt wurden 27 Fragen gestellt, die sich nicht nur mit der ökonomischen Seite des Einkaufs, sondern auch mit der sozialen Funktion und dem Freizeitcharakter dieses Marktes beschäftigen.

(2) Die Kundenzahl variiert je nach Wetterlage erheblich.

(3) Der Umstand, daß Nationalität und derzeitiges Residenzland in mehreren Fällen voneinander abweichen, verweist auf den internationalen Charakter des Dreiländerecks, das häufig als "Land ohne Grenzen" apostrophiert wird.

Die Mehrzahl der deutschen Besucher (42 Personen) reiste aus Aachen-Mitte und Aachen-West (1) an, d.s. die Aachener Stadtteile, die verkehrsmäßig am günstigsten mit Vaals verbunden sind. Die entfernter gelegenen Stadtviertel traten demgegenüber deutlich zurück. Erwähnenswert ist eine Reihe von Kunden aus Eschweiler, Stolberg, Düren und Zülpich, die die weite Anfahrt über die Autobahn auf sich genommen haben.

Nur von wenigen Ausnahmen abgesehen, haben die niederländischen Kunden ihren Wohnsitz in Vaals selbst. Der Einzugsbereich der belgischen Käufer reicht dagegen weit in die deutschsprachigen Ostkantone bis nach Eupen hinein. Offenbar erfreut sich der Vaalser Wochenmarkt in zahlreichen belgischen Gemeinden großer Beliebtheit, allen voran im deutsch-belgischen Grenzort Kelmis (mit 15 Besuchern).

Für den stark asymmetrischen Verlauf des Käufereinzugsbereiches mit deutlichen Ausbuchtungen nach W und S lassen sich vornehmlich zwei Gründe anführen:

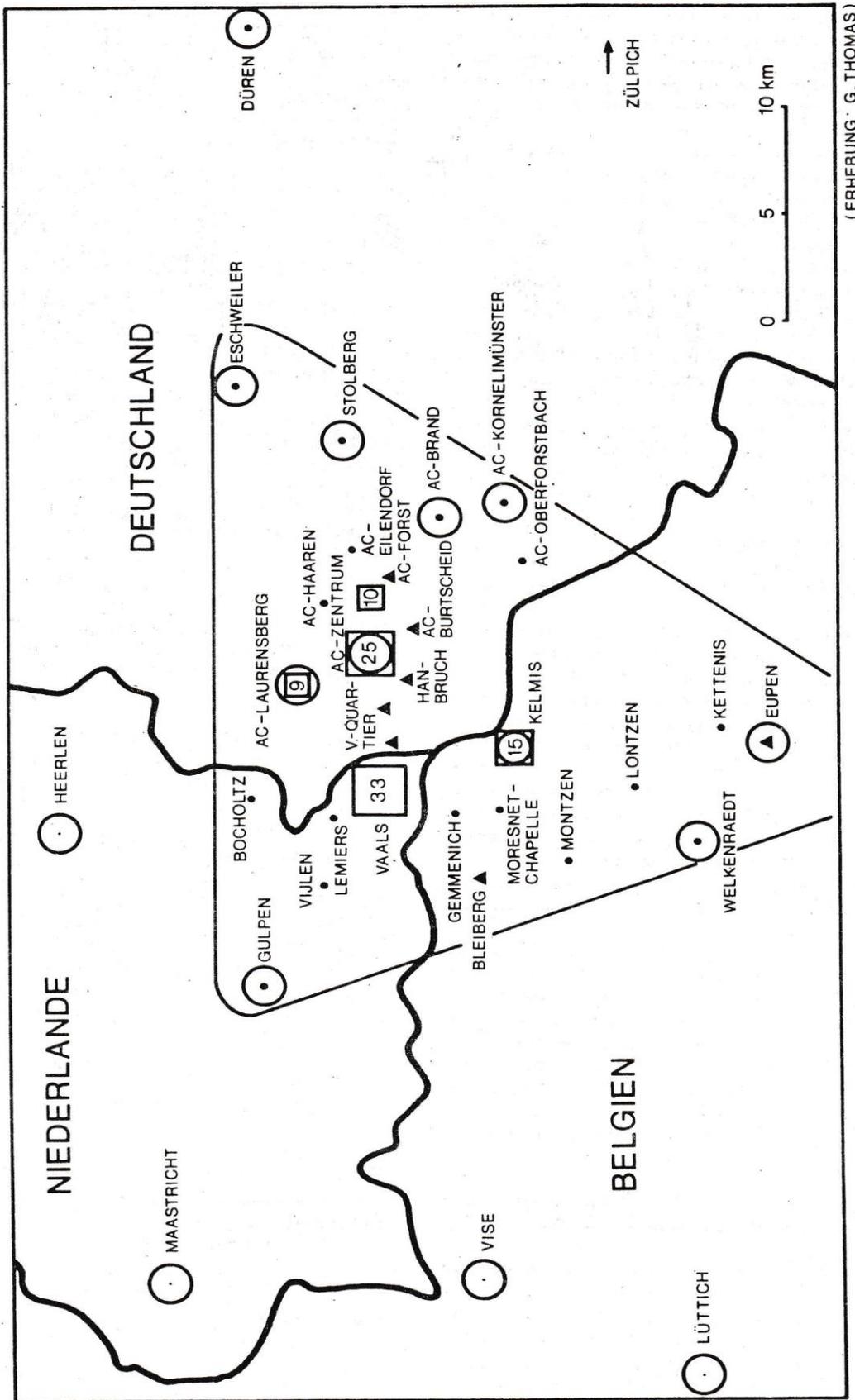
1) Da es sich bei den Besuchern zum überwiegenden Teil um Hausfrauen und zu einem erheblichen Prozentsatz um ältere Personen über 50 Jahre handelt, wird der Bus bei bestimmten Herkunftsgebieten als bevorzugtes Transportmittel genannt. So erstreckt sich der Einzugsbereich auf deutscher Seite deutlich entlang der Buslinie Kornelimünster-Brand-Aachen-Vaals (2), und auf belgischer Seite entlang der Buslinie Eupen-Kelmis-Moresnet-Vaals (3).

2) Aus dem Norden von Aachen (Herzogenrath-Kohlscheid, Würselen) und aus der Wallonie kommt kein einziger Interviewpartner. Unbestreitbar sind diese Gebiete schlecht mit Vaals verbunden. Doch könnten ohne Schwierig-

(1) Laurensberg und Hanbruch.

(2) Es handelt sich um die Linie 15-35-45.

(3) Es handelt sich um die Linie 396.



(ERHEBUNG: G. THOMAS)

Wochenmärkte ebenfalls von Vaalser Kunden aufgesucht

• 1-2
 ▲ 3-6
 ◻ 9
 }
 Besucher in Vaals

FIG. 5 : DER KÄUFEREINZUGSBEREICH DES VAALSER WOCHENMARKTES (150 BEFR.)

keiten Privatautos benutzt werden, deren Insassen sich, wie häufiger berichtet wurde, zu Fahrgemeinschaften zusammenschließen. Das ist nicht der Fall. Hier macht sich nämlich ein weiterer Umstand bemerkbar, der in der Konkurrenz benachbarter Märkte zu sehen ist. Im Norden liegen die bereits genannten Grenzmärkte von Kerkrade, Schaesberg, Eygelshoven etc. (1), im Westen Visé und Lüttich. Zusätzlich mag die Beschränkung des belgischen Einzugsbereiches auf die deutschsprachigen Gebiete mit der Sprachgrenze begründet werden (2).

Es ist offenkundig, daß der Vaalser Markt sich gerade bei den Deutschen und deutschsprachigen Belgiern großer Beliebtheit erfreut, obwohl in dem beschriebenen Einzugsbereich durchaus noch andere Wochenmärkte liegen (3). Dem Vaalser Wochenmarkt wird dennoch der Vorzug gegeben. Nach den Ergebnissen von Frau THOMAS sind es nicht nur die Parkprobleme in der Aachener Innenstadt, die die Besucher veranlassen, über die Grenze zu fahren, sondern vor allem das spezifische Warenspektrum und die besondere Atmosphäre des Vaalser Marktes. Das spezielle Warenangebot (bei Fisch, Geflügel, Gartenpflanzen) wird von 2/3 der Besucher als wichtigste Motivation für einen Besuch in Vaals genannt. Nicht so sehr wegen seiner günstigen Preise als vielmehr aufgrund der Qualität, der Frische und der breiten Auswahl der jahreszeitlich wechselnden Produkte genießt der Markt einen überregionalen

(1) Vgl. M. GRAMM, S. 188f.

(2) Zur Bedeutung sprachlicher Barrieren bei grenzüberschreitenden Kontakten vgl. auch M. GRAMM, 1979, S. 172f.

(3) In Deutschland werden von den Vaalser Kunden auch die Wochenmärkte auf dem Katschhof, in Richterich, Brand und Kornelimünster besucht. Die belgischen Kunden frequentieren zusätzlich die Märkte in Eupen, Kelmis und Welkenraedt. Holländische Käufer fahren gelegentlich nach Gulpen, Maastricht und Heerlen.

Ruf. Hier können je nach Jahreszeit Muscheln oder Krabben, Blumenzwiebeln und Samen, Gartenstauden, Zimmerpflanzen oder saisonabhängige Obst- und Gemüsearten im Vordergrund stehen.

Doch tritt zu diesen praktischen Erwägungen auch eine emotionale Komponente, die mit einer gewissen Traditionsverbundenheit zusammenhängt. Für die Grenzbewohner aus dem Aachener Raum ist ein "Einkauf in Holland" nicht erst seit den Nachkriegsjahren mit einem besonderen Reiz verbunden. Heute ist der preisliche Unterschied bei zahlreichen Produkten äußerst gering geworden. Doch knüpfen die meisten älteren Besucher mit einem Besuch in Vaals Erinnerungen an ehemals lohnende Kaffee- und Butterfahrten. Selbst das in Vaals heute noch günstige Tanken (vor allem von Dieseltreibstoff) wird nur von weniger als 1/10 der Befragten wahrgenommen. Dagegen kehren etwa 40 % der von auswärts kommenden Besucher gelegentlich in Vaalser Cafés und Gaststätten ein. Das heißt, zahlreiche Besucher betrachten den Marktbesuch als Ausflug, bei dem die im Aachener Grenzland so typische Freude am Fremdländischen zum Ausdruck kommt.

Für diese irrationale Note beim Marktbesuch spricht auch der große Anteil nicht geplanter oder spontaner Kaufentscheidungen. Ein Viertel aller Besucher plant die Käufe nicht im Voraus. Von den rund 350 tatsächlichen Käufen basiert ein Drittel auf spontanen Entscheidungen. Ausgesprochen zielgerichtet gehen die Kunden beim Kauf von Saatgut und Pflanzen vor. Die stärkste Abweichung von der Kaufplanung liegt beim Kauf von Textilien vor. Hier sind es vor allem Käufer aus Belgien, für die das Angebot von Textilien preislich günstig ist.

Bei der Warenkorbuntersuchung rangieren Gemüse (bei 70 % der Kunden) vor Fisch, Obst und Geflügel. Dabei sind die bestehenden Einfuhrverbote von Fisch und Geflügel nach Belgien und Deutschland offenbar kein Hindernis.

Es ist typisch für das spezifische Sortiment dieses Marktes, daß fast jeder dritte Kunde Gartenbauartikel (Blumenzwiebeln, Topfpflanzen, Sträucher und Bäume) ersteht. Erst mit etwa 20 % folgen Textilien sowie Milchprodukte und Eier.

Die mittleren Ausgaben je Käufer übersteigen bei jedem Markttag DM 30,-. Mehr als ein Drittel der Kunden bezahlt in deutscher oder belgischer Währung, obwohl damit beim Kauf beträchtliche Abrundungsverluste auftreten. Das bestätigt, daß ein Teil der Besucher nicht auf den Pfennig zu achten braucht und erhärtet die Annahme, daß der Vaalser Markt sicherlich nicht alleine wegen der billigen Preise aufgesucht wird.

Auch der lokale Handel wird vom Marktgeschehen mit beeinflußt. Etwa 2/3 aller Besucher erledigen am Markttag auch Einkäufe in den Fachgeschäften und Supermärkten am Ort(1). Damit wird deutlich, daß die grenzüberschreitenden Marktbesuche in Vaals nicht nur den Händlerfamilien zu Gute kommen, sondern auch der Einzelhandel seine Vorteile aus dem wöchentlich einmal stattfindenden Markttreiben ziehen kann.

(W. SCHOOP)

(1) Da diese Käufe in der Regel nach dem Marktbesuch stattfinden, konnten sie in der Befragung nicht erfaßt werden. Eine ergänzende Untersuchung könnte hier Klarheit verschaffen.

LITERATUR:

BODDEN, A. und G. THOMAS: Der Vaalser Wochenmarkt unter besonderer Berücksichtigung des Käuferinzugsbereiches und der Händlermobilität. Aachen 1979, 109 S. (unveröffentlichte Examensarbeit).

BREUER, H.: (Aachen)-Lüttich-Maastricht - städtische Zentren im "Dreiländereck" und Südlimburg-Kempenland - Zum Strukturwandel junger Bergbauggebiete. Aachener Geographische Arbeiten, Vol. 8, 1976, S. 243-362.

DERS.: "Grenzgefälle" - Hemmungs- oder Anregungsfaktoren für räumliche Entwicklungen (insbesondere aufgezeigt am belgisch-niederländischen deutschen Grenzraum.) Aachener Geographische Arbeiten, Vol. 14, 1981.

BREUER, H.; FRANKEN, H.; GRAMM, M.; SCHACHT, S.; SCHREIBER, T.: 1804-1979. Die Wirtschaftsregion Aachen. Ein Grenzraum im Wandel. Aachen 1979, 31 S.

BROMLEY, R.: Periodic Markets, Daily Markets, and Fairs: A Bibliography Supplement to 1979. Swansea (U.K.) 1979, 69 S.

GORMSEN, E. (Hrsg.): Market Distribution Systems. Mainzer Geographische Studien, Vol. 10, 1976, 100 S.

GRAMM, M.: Das belgisch-niederländisch-deutsche Dreiländereck. München 1979, 320 S.

NEDERLANDS ECONOMISCH INSTITUUT: Distributie-Planologisch Onderzoek Oostelijk Mijngedee (Winkelen nuen in de Toekomst) Rotterdam 1979, 172 S.

SCHOOP, W.: Die Wanderungszyklen der Händler auf den Wochenmärkten des Beckens von Cochabamba (Bolivien). Zeitschrift der Deutsch-Bolivianischen Industrie- und Handelskammer. La Paz 1979, No. 2, S. 27-40.

DERS.: Wanderungsverhalten und Warenangebot mobiler Händler. Tagungsbericht und wissenschaftliche Abhandlungen des 42. Deutschen Geographentages. Göttingen 1979. Ausführliche Fassung in: Mainzer Geographische Studien, No. 21 "Die Rolle periodischer Märkte in verschiedenen Kulturkreisen." 1980 (im Druck)

SCHREIBER, T.: Die Entwicklung des Steinkohlenbergbaus in der Euregio Maas-Rhein (Teil 1). INFO - MAT/GEO/MAAS - RHEIN, Aachen 1979, No. 6, S. 21-38.

SMITH, R.H.T. und E. GORMSEN (Hrsg.): Market-Place-Exchange. Spatial Analysis and Policy. Mainzer Geographische Studien. Vol. 17, 1979, 136 S.

WIRTH, E.: Zur Theorie periodischer Märkte aus der Sicht von Wirtschaftswissenschaften und Geographie. Erdkunde, Bonn 1976, No 4, S. 1015.

Résumé

Dans le cadre d'une étude empirique poursuivie par l'Institut Géographique de la RWTH Aachen, le marché hebdomadaire de Vaals qui a lieu tous les Mardis de 7 h à midi, a fait l'objet d'une étude en Automne 1978, ainsi que ses produits offerts, ses commerçants et ses clients.

1) La marchandise offerte montre, en comparaison avec les marchés allemands, une forte quantité de textiles bon marché (60 % des stands) et un assortiment varié d'articles de cadeaux. L'offre très spécifique de marchandises telles poissons, volailles, plantes de jardin et sa répartition systématique par branche de métiers le différencie des marchés belges voisins.

2) Les 60 marchands recensés dans une enquête totale viennent uniquement des Pays-Bas et ne prennent pas part aux marchés extérieurs à ce pays. Par contre, on les retrouve sur 33 marchés différents qui se tiennent en grande partie dans le Sud du Limbourg. Chaque jour de la semaine est préféré pour une région précise. Les villes situées près de la Meuse sont recherchées tout particulièrement le Mercredi (clientèle belge!). Les nombreux marchés du Vendredi, à la périphérie Est, tirent parti au contraire du pouvoir d'achat des voisins allemands. Le Samedi provoque un mouvement moindre des commerçants en direction du Nord (surtout vers Brunssum, quartier général de l'OTAN). Ainsi les marchands ambulants questionnés à Vaals approvisionnent un système clos de marchés en comparaison à d'autres, ce qui met l'accent principal sur 4 zones frontalières, Vaals y compris.

3) L'impulsion la plus importante est donnée à ce genre de marché par la clientèle franchissant les frontières (60 % d'Allemands, 20 % de Belges à Vaals). 150 personnes ont été questionnées à Vaals, c'est-à-dire environ 10 % du nombre moyen de visiteurs. Les clients viennent même de Eupen, au Sud-Ouest de Vaals et de Kornelimünster, au Sud-Est, deux villes reliées à Vaals par une ligne d'autobus. A l'Ouest et au Nord, d'autres marchés concurrents minimi-

sent cet attrait.

Le marché de Vaals bénéficie d'une renommée hyper-régionale non seulement à cause de ses prix avantageux, mais surtout à cause de la qualité et du grand choix des produits spécifiques proposés, en partie saisonniers (moules, arbustes de jardin). L'atmosphère particulière du marché favorise beaucoup d'achats spontanés, ce qui entraîne des dépenses de plus de DM 30,- par client. Presque 40 % des visiteurs étrangers se rendent (mais pas régulièrement) dans les cafés et les restaurants de Vaals. Un nombre important de clients fait également ses achats, le jour du marché, dans les magasins spécialisés et dans les supermarchés de la ville.

Samenvatting

In het kader van een empirische studie van het Instituut voor Geografie aan de RWTH Aken, herfst 1978, werd de weekmarkt in Vaals (dinsdags van 7.00 tot 12.00 u.) met haar waren-aanbod, haar kooplui en klanten onderzocht.

1) Het warenaanbod vertoont in vergelijking met Duitse markten veel goedkoop textiel (60 % van de standen) en een veelsoortige sortering van geschenkartikelen. Het specifieke warenaanbod van vis, gevogelte en tuinplanten onderscheidt de markt met haar systematische opdeling in branchen, van de naburige Belgische Markten.

2) De in een enquête geregistreerde 60 kooplui stammen uitsluitend uit Nederland en bezoeken geen markten buiten de grens. Ze bieden daarentegen op in totaal 33 marktplaatsen, die voornamelijk in Zuid-Limburg liggen, hun waren aan. Daarbij prefereren zij in de loop van de week heel bepaalde marktregioenen. 's Woensdags worden vooral plaats en de Maas bezocht (Belgische klanten!). De talrijke vrijdagmarkten in de oostelijke periferie profiteren daarentegen van de koopkracht van de Duitse burenen. De zaterdag toont een opvallende handelsaarsbeweging naar de

Noordelijke richting (vooral naar Brunssum (NATO-Headquarter)). Daarmee verzorgen de in Vaals ondervraagde handelaars een vergelijkenderwijs gesloten marktsysteem, waarin (Vaals inbegrepen) vier aan de grens liggende regionen de zwaartepunten vormen.

3) De belangrijkste drijfveer voor dit marktsysteem zijn de grensoverschrijdende klanten (in Vaals 60 % Duitsers, 20 % Belgen). Er werden in Vaals 150 personen ondervraagd, respectievelijk rond 10 % van het gemiddelde aantal bezoekers. Vanuit het Zuid-Westen komen deze klanten tot uit Eupen van vanuit het Zuid-Oosten tot uit Kornelimünster, allebei plaatsen, die een busverbinding met Vaals hebben. In het Westen en het Noorden concurreren andere markten.

De weekmarkt in Vaals heeft niet zo zeer vanwege zijn gunstige prijzen, maar veelmeer wegen de kwaliteit en de grote keus aan specifieke, gedeeltelijk van het seizoen afhankelijke waren (mosselen, vaste planten), een goede reputatie.

De bijzondere sfeer op deze markt verleidt tot talrijke spontane aankopen en tot gemiddelde uitgaven van meer als DM 30,- per klant. Bijna 40 % van de van buitenaf komende klanten bezoeken, weliswaar niet regelmatig, de café's en restaurants in Vaals; verder doet een groot gedeelte zijn boodschappen op de marktdag in de speciaalzaken en supermarkten ter plaatse.