

Projekt in Zusammenarbeit mit Actien-Brauerei läuft über ein Jahr

Uni testet Einkaufs-Attraktivität

(be-) Im Februar nächsten Jahres werden viele Dortmunder Kaufleute aufmerken. Denn sie, vielmehr die Einkaufsattraktivität in verschiedenen Dortmunder Stadtbezirken, stehen im Mittelpunkt einer Analyse

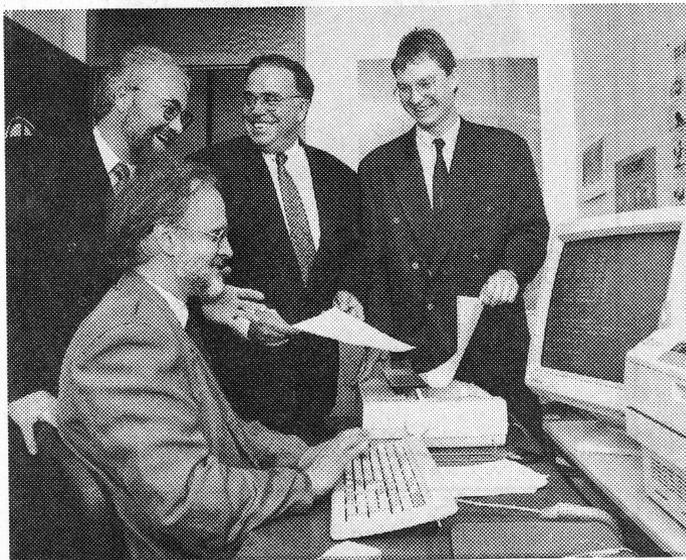
des Lehrstuhls für Empirische Wirtschafts- und Sozialforschung der Universität.

Bereits seit vier Monaten läuft die Untersuchung, die auf ein Jahr angelegt ist. Dabei sollen die Bürger nicht nur befragt

werden, wo sie am liebsten einkaufen. Die 24 mit dem Projekt befaßten Studenten und der wissenschaftliche Seminarleiter Dr. Heinz Klandt schauen unter anderem auch in die Warenkörbe, um Preisvergleiche anzustellen, sehen sich nach Parkmöglichkeiten um und nehmen Verkehrszählungen vor.

Partner der Universität, vor allem natürlich im finanziellen Bereich, ist die Actien-Brauerei, die zum ersten Mal den Schulterschuß mit den Wissenschaftlern testet. DAB-Direktor Gerhard Zahmel: „Für uns ist das Projekt ebenfalls wichtig, wenn wir an unsere Gastronomie-Standorte denken.“ Die Brauerei wird die Arbeit der Studenten kontinuierlich begleiten.

Uni-Rektor Professor Detlef Müller-Böling sieht den Ergebnissen ebenfalls mit Spannung entgegen. „Für unsere Arbeit ist die Konfrontation mit praktischen Problemen ebenfalls wichtig.“ So kämen die Studenten aus dem Hörsaal-Geschehen raus und könnten die erworbenen Kenntnisse schon frühzeitig anwenden.



Arbeiten zusammen (v.l.): Uni-Rektor Müller-Böling, Seminarleiter Klaus Klandt, DAB-Direktor Zahmel und Jost Neurath von der DAB-Presseabteilung.
Foto: Ewers