



Erhöhung der Attraktivität des Dorfladens in Burrweiler

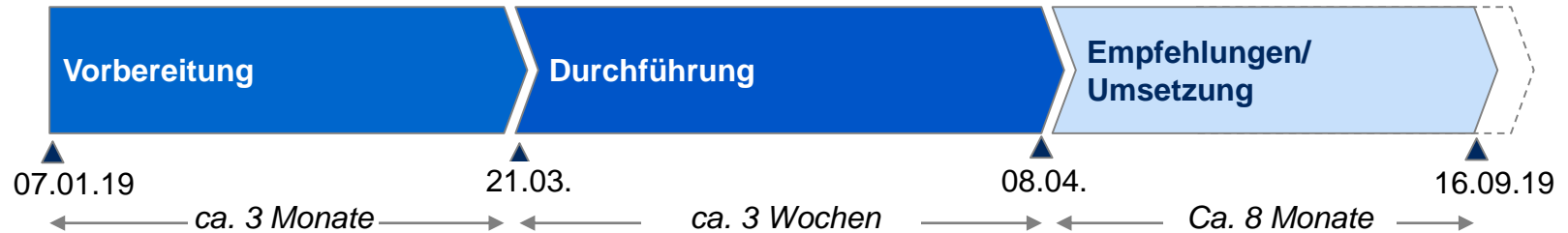
Endbericht

20. September 2019

Wichtigste Erkenntnisse der Befragung

- 10 Prozent der Bevölkerung von Burrweiler haben sich in der Aktion zum Dorfladen geäußert. Obwohl die Beteiligung damit am unteren Ende der Erwartungen liegt, ist die Zahl der eingereichten Anregungen hoch und zeugt vom hohen Interesse der Stammkundschaft.
- Die Bewertung des Käsesortiments ist hervorragend, die des Wurst- und Brotsortiments ist gut. Der Preis erscheint für einen Dorfladen im Wettbewerb mit Discountern und Supermärkten angemessen.
- Alle Öffnungszeiten werden von den Kunden genutzt und sollten nicht verändert werden.
- Ein fehlender Parkplatz vor dem Laden stellt nur in wenigen Ausnahmen den Besuch des Dorfladens infrage. Ein Lieferdienst würde nicht den fehlenden Parkplatz kompensieren, sondern wäre eher ein zusätzliches bepreisbares Serviceangebot.
- Die Mehrzahl der Kunden wünscht keine Kundenkarten oder Werbung, es könnte trotzdem für Stammkunden die Loyalität zum Laden fördern.
- Die zahlreichen Anregungen und Vorschläge aus der Teilnehmerbefragung wurden in einem Handlungsplan den 4 Themenbereichen Ladenäußeres, Ladeninneres, Präsentation des Angebots und Neue Services zugeordnet.
- Mit ersten Umsetzungen wurde im Sommer begonnen. Weitere Umsetzungen, speziell der Gestaltung des Ladeninneren, bedürfen der Unterstützung mit weiteren Ideen aus der Gemeinde. Die Einführung Neuer Services hängt von der Nachfrage der Kundschaft ab.

Das Projekt wird im Kalenderjahr 2019 durchgeführt



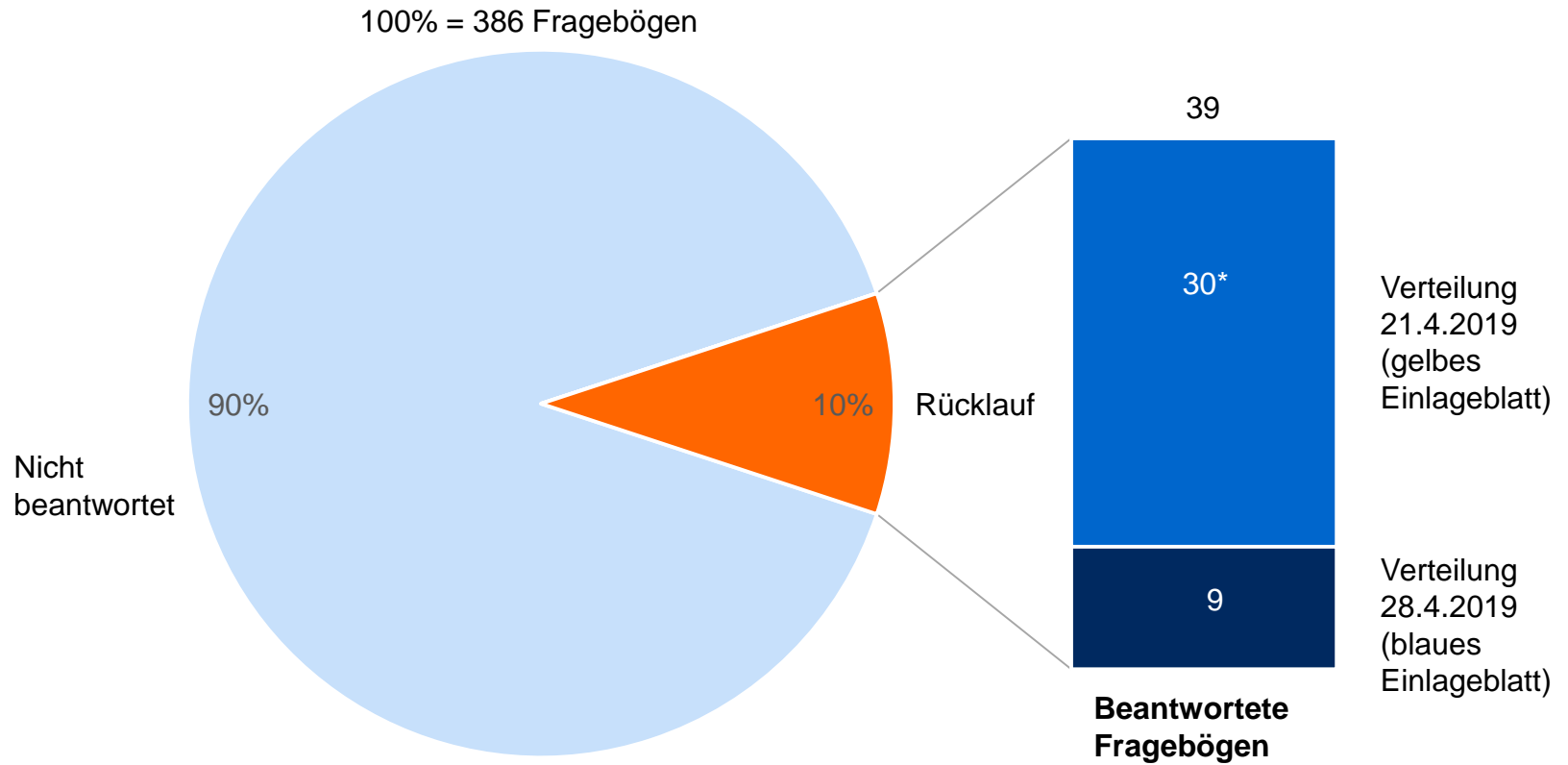
Ziele

- Aktionsorientierter Fragebogen mit Anpassung an Bedürfnisse der Kunden in Burrweiler
- Einbeziehung wichtiger Stakeholder des Ortes
- Aufmerksamkeit der Einwohner und Motivation zur Teilnahme
- Mindestrücklaufquote von 10% mit speziellem Fokus auf Verbesserungsvorschläge
- Handlungs- und Umsetzungsplan für spezielle Empfehlungen
- Feedback an Stakeholder und Einwohner

Aktivitäten

- Analyse der Zielgruppen und Segmente für Kunden im Dorfladen Burrweiler
- Entwicklung und Anpassung der Fragen an lokales Kundensegment Burrweiler
- Test und Validierung des Fragebogens mit Bürgermeister
- Ankündigung im Laden, auf Schaukästen im Ort und Internet
- Verteilung des Fragebogens im Amtsblatt als spezielles Einlageblatt an 2 Terminen
- Fragebogen online zum Herunterladen auf der Homepage des Dorfladens
- 2 Wochen Zeit zur Beantwortung und Rückübermittlung
- Auswertung der Fragebögen und Überprüfung auf Plausibilität und statistische Relevanz
- Ableitung von Handlungsempfehlungen
- Erarbeitung eines Umsetzungsplans
- Ermittlung der Gewinner unter Umfrageteilnehmern
- Vorbereitung der Kommunikation zu den Ergebnissen
 - Mit Relevanz für den Ort auf der Gemeinderatssitzung am 16.09.19
 - Auf Homepage des Dorfladens für Kunden

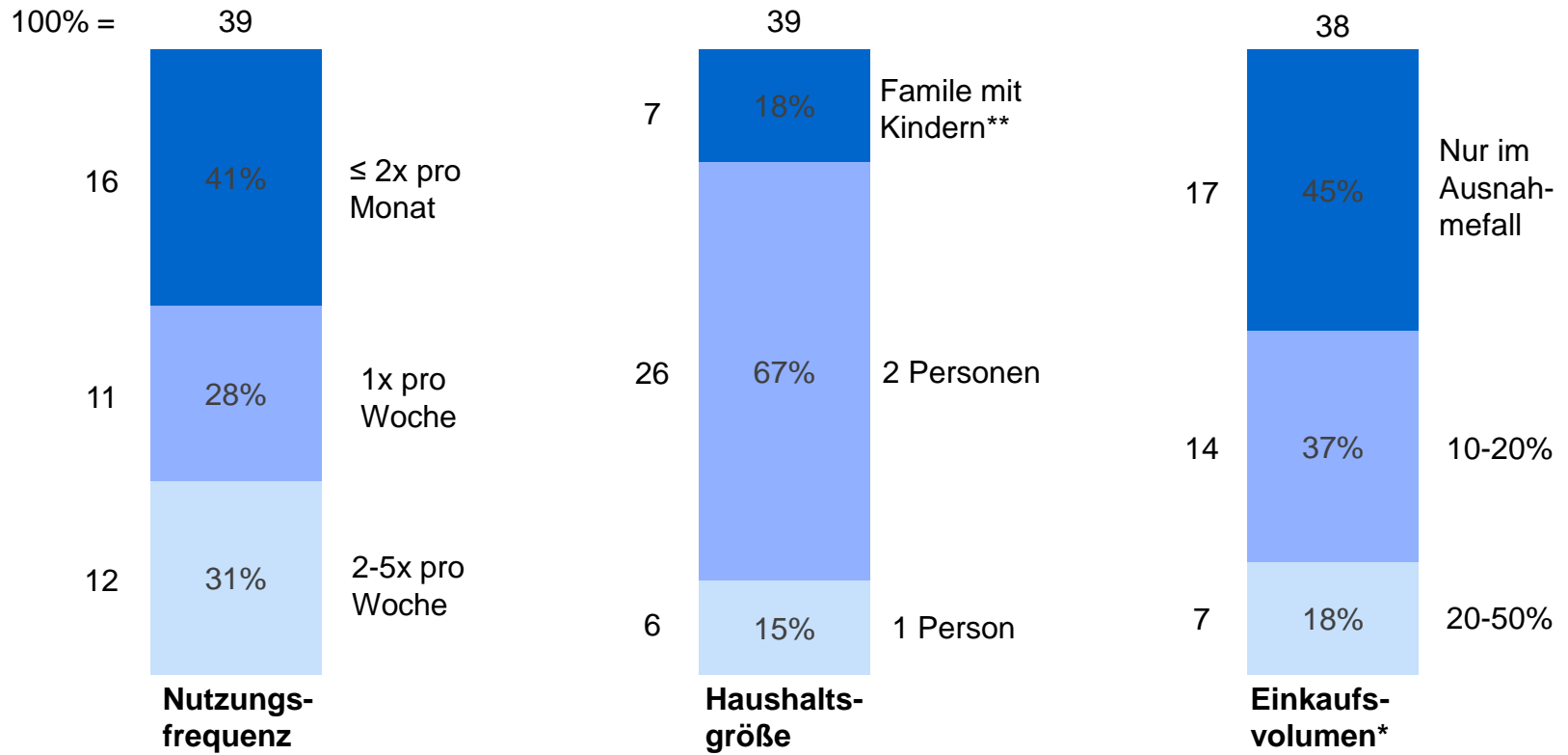
Der Rücklauf der Fragebögen lag mit 10% im erwartbaren Bereich



* Inklusive 2 elektronischer Rückmeldungen per e-mail

Quelle: Fragebogen Dorfladen Burrweiler

Heterogene Kundschaft des Dorfladens



* In Prozent des Gesamtbedarfs

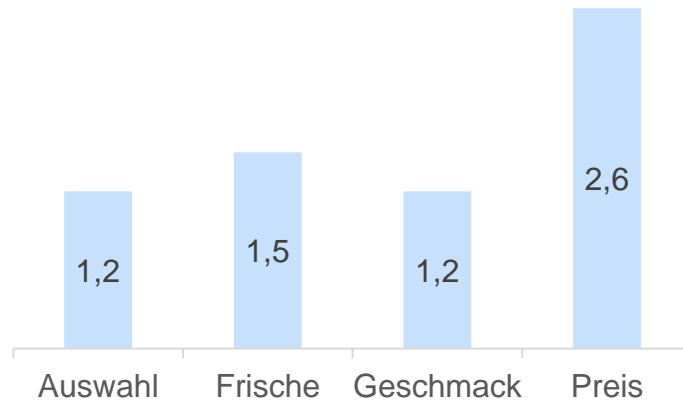
** Inklusive Mehrpersonenhaushalte von 3 Personen

Der Preis erscheint aufgrund der Bewertung des Sortiments angemessen

Beurteilung des Sortiments – Käse

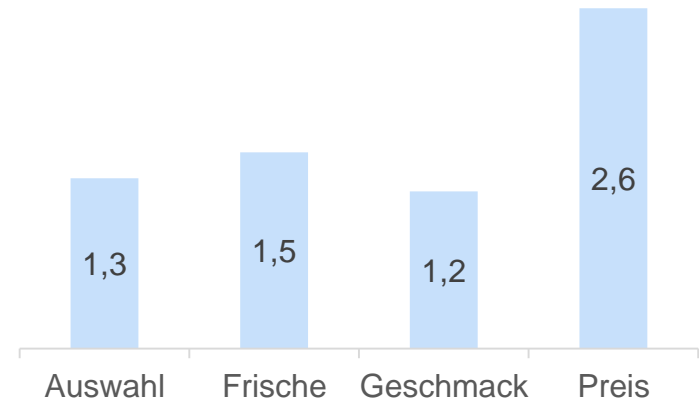
Alle Fragebögen

Mittelwert*, N = 39



Fragebögen mit Nutzerfrequenz ≤2x pro Monat (Gelegenheitskäufer)

Mittelwert*, N = 16



Welche Artikel vermissen Sie?

- Cheddar (Einzelnennung)

- Keine Angabe

Worauf könnte man verzichten?

- Keine Angabe

- Keine Angabe

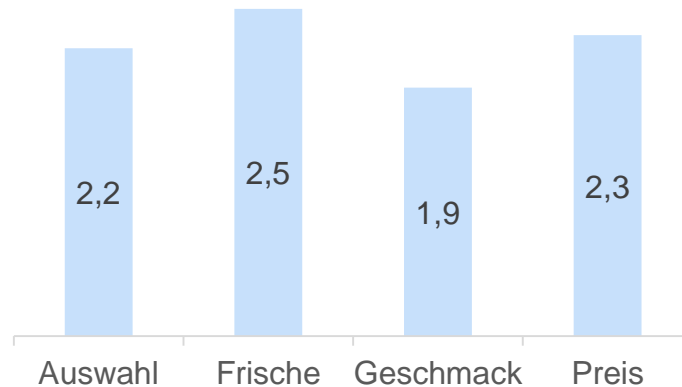
* Schulnoten: 1 – sehr gut, 2 – gut, 3 – befriedigend, 4 – ausreichend, 5 – mangelhaft, 6 – ungenügend

Einheitliche gute Bewertung aller Kriterien

Beurteilung des Sortiments – Wurstwaren

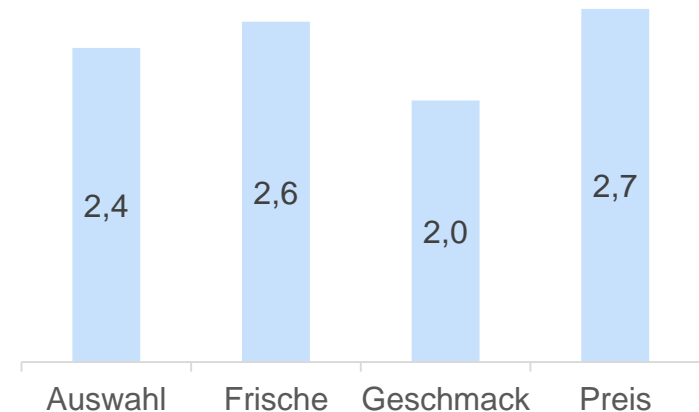
Alle Fragebögen

Mittelwert*, N = 39



Fragebögen mit Nutzerfrequenz ≤2x pro Monat (Gelegenheitskäufer)

Mittelwert*, N = 16



Welche Artikel vermissen Sie?

- Geflügelwurst
- "Leckereientag", z.B. für Frikadellen

- Mehr Biowaren

Worauf könnte man verzichten?

- Keine Angabe

- Keine Angabe

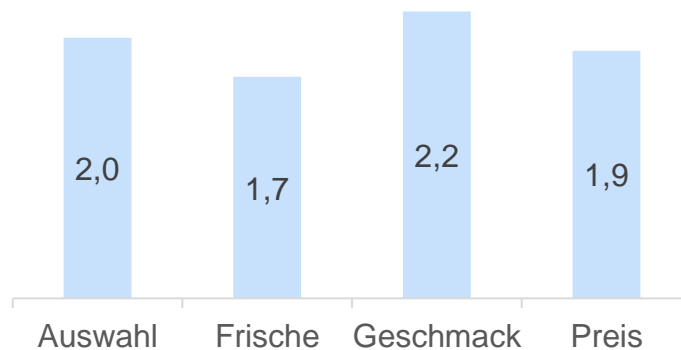
* Schulnoten: 1 – sehr gut, 2 – gut, 3 – befriedigend, 4 – ausreichend, 5 – mangelhaft, 6 – ungenügend

Einheitliche gute Bewertung aller Kriterien

Beurteilung des Sortiments – Brot und Backwaren

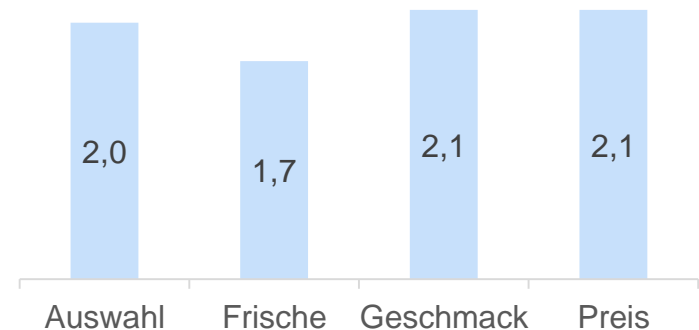
Alle Fragebögen

Mittelwert*, N = 39



Fragebögen mit Nutzerfrequenz ≤2x pro Monat (Gelegenheitskäufer)

Mittelwert*, N = 16



Welche Artikel vermissen Sie?

- Aktionsangebote, z.B. mehr Berliner

- Keine Angabe

Worauf könnte man verzichten?

- Keine Angabe

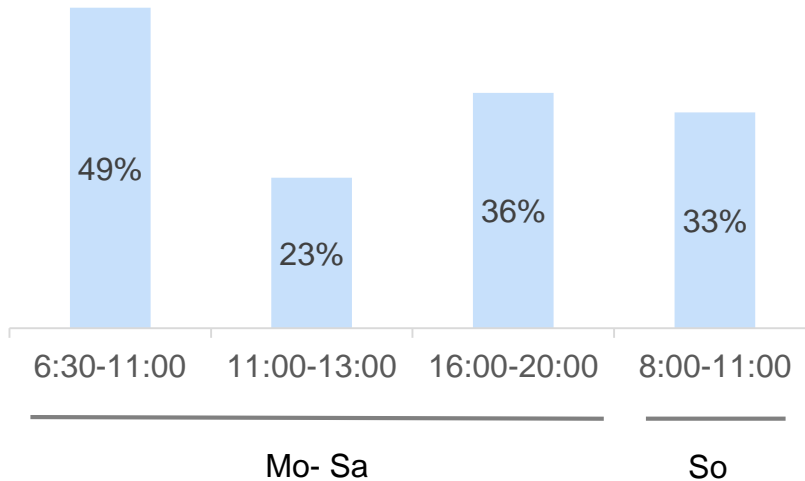
- Keine Angabe

* Schulnoten: 1 – sehr gut, 2 – gut, 3 – befriedigend, 4 – ausreichend, 5 – mangelhaft, 6 – ungenügend

Die Öffnungszeiten sollten so beibehalten werden

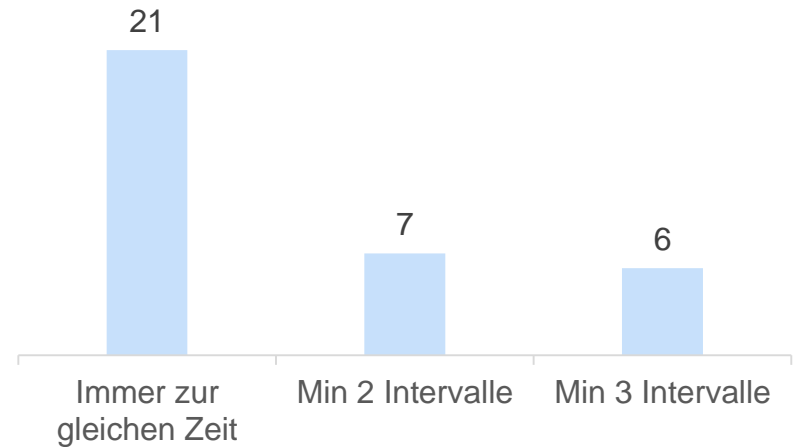
Nutzung der aktuellen Öffnungszeiten

In Prozent, N = 34*



Gewohnheitsmuster der Kunden

Anzahl, N = 34

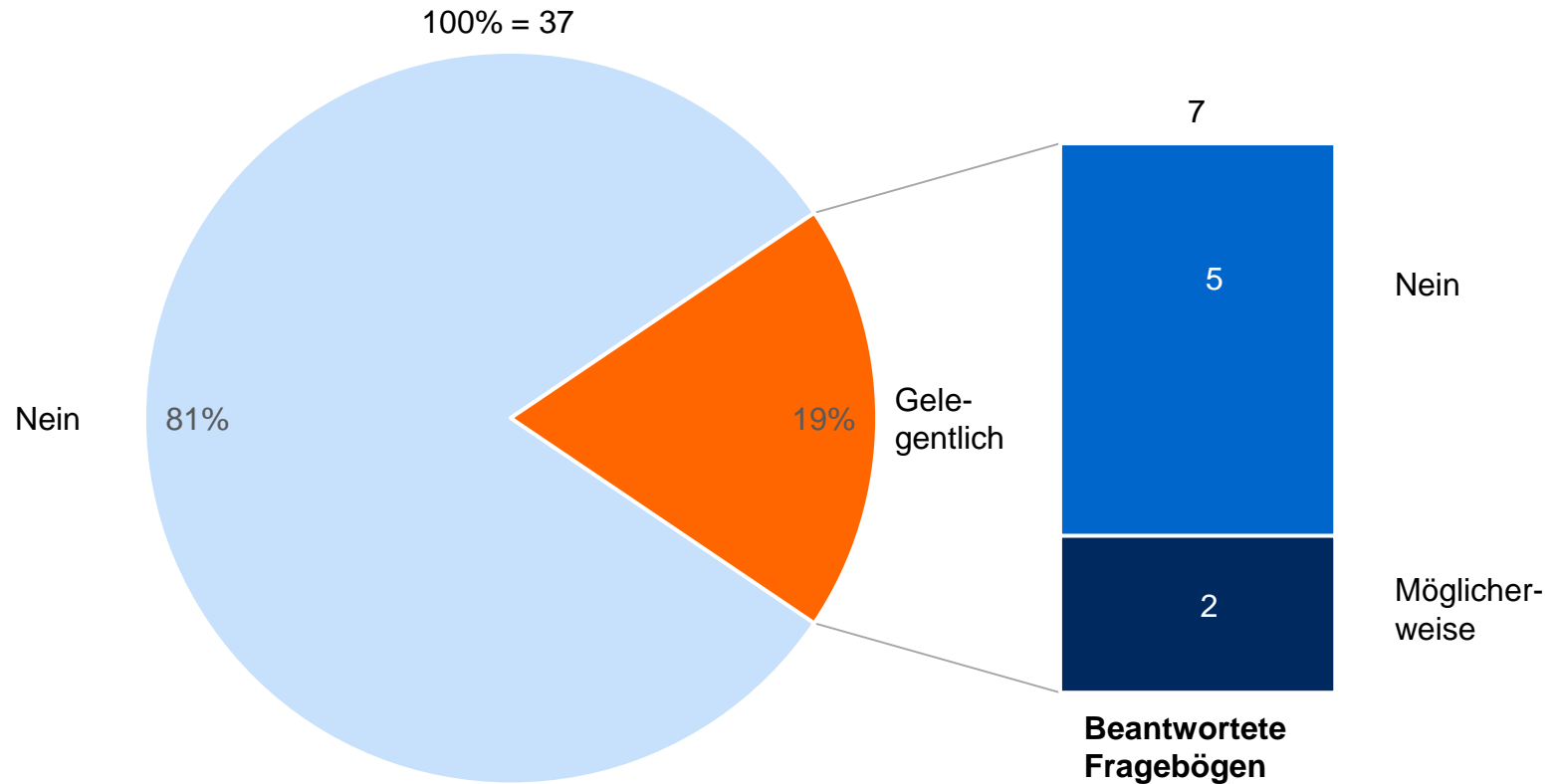


* Mehrfachnennungen möglich

Fehlender Parkplatz verhindert Einkauf im Dorfladen nicht

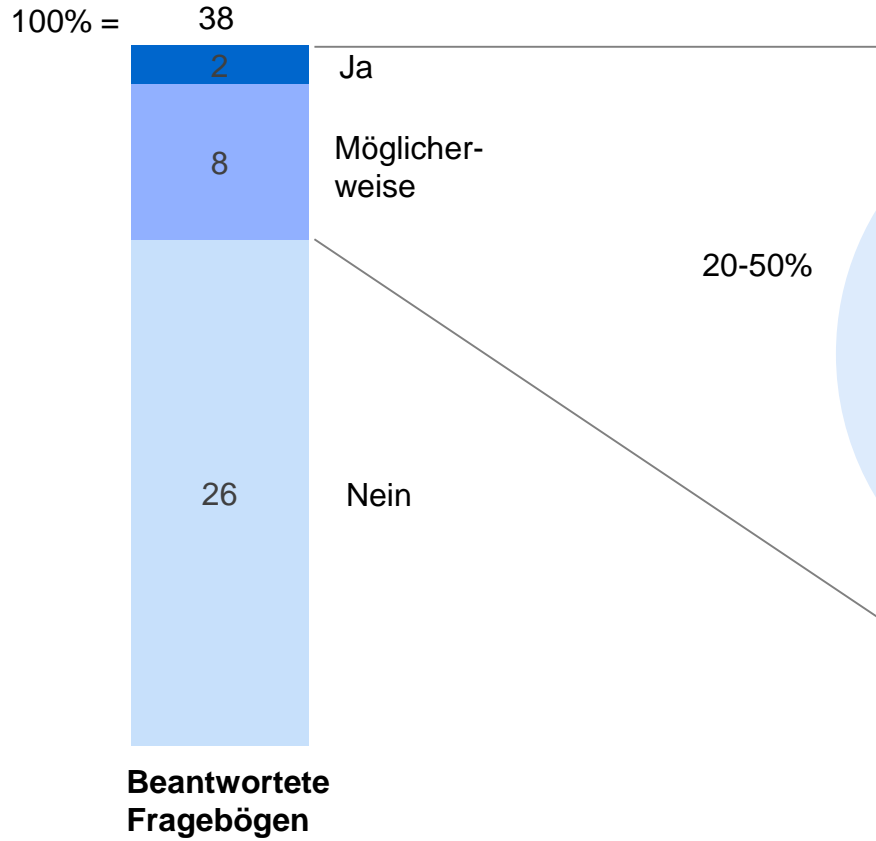
Hat ein fehlender Parkplatz am Laden bisher den Einkauf verhindert?

Würde ein Lieferdienst Sie als Kunden gewinnen?

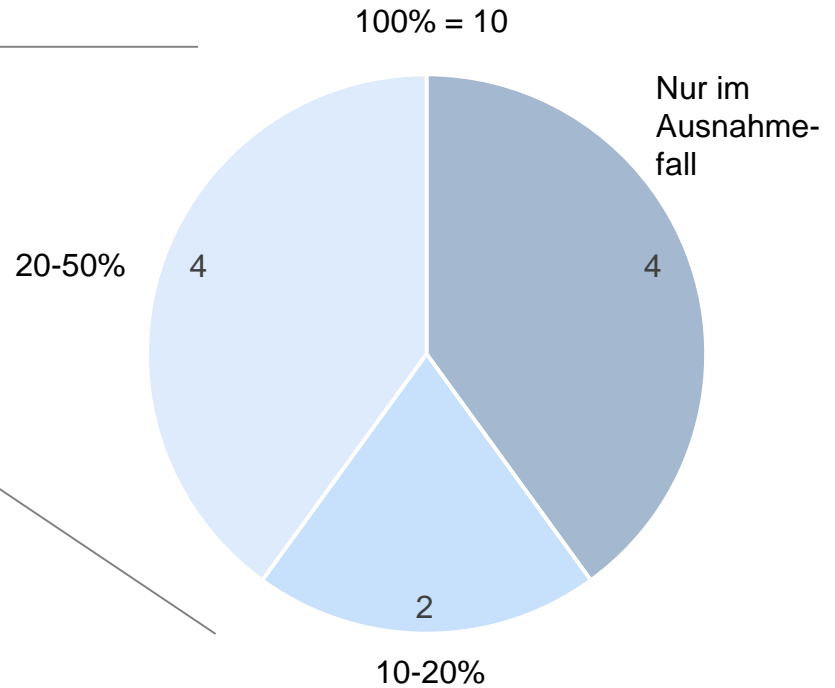


Lieferdienst wird nicht stark nachgefragt

Würde ein Lieferdienst Sie als Kunden gewinnen?



Einkaufsvolumen im Dorfladen in Prozent des Gesamtbedarfs



Werbeangebote und Rabatte eher für Stammkunden anwenden

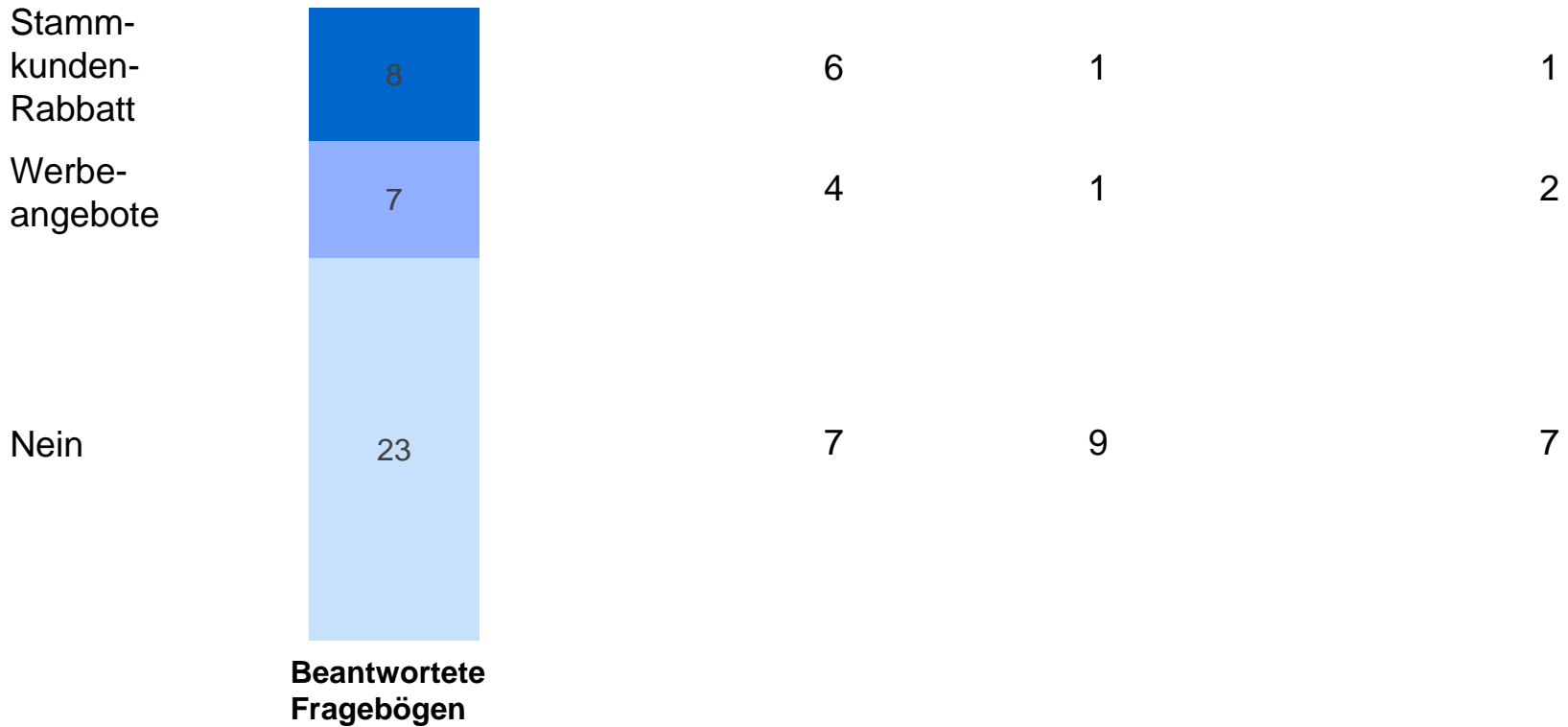
**Wunsch nach
Stammkundenrabatt
und Werbeangeboten**

Stammkunden
10-50%* und
1-5x pro Woche**

Gelegenheitskäufer
Nur im Ausnahmefall*
und ≤ 2x pro Monat**

Sonstige Kunden

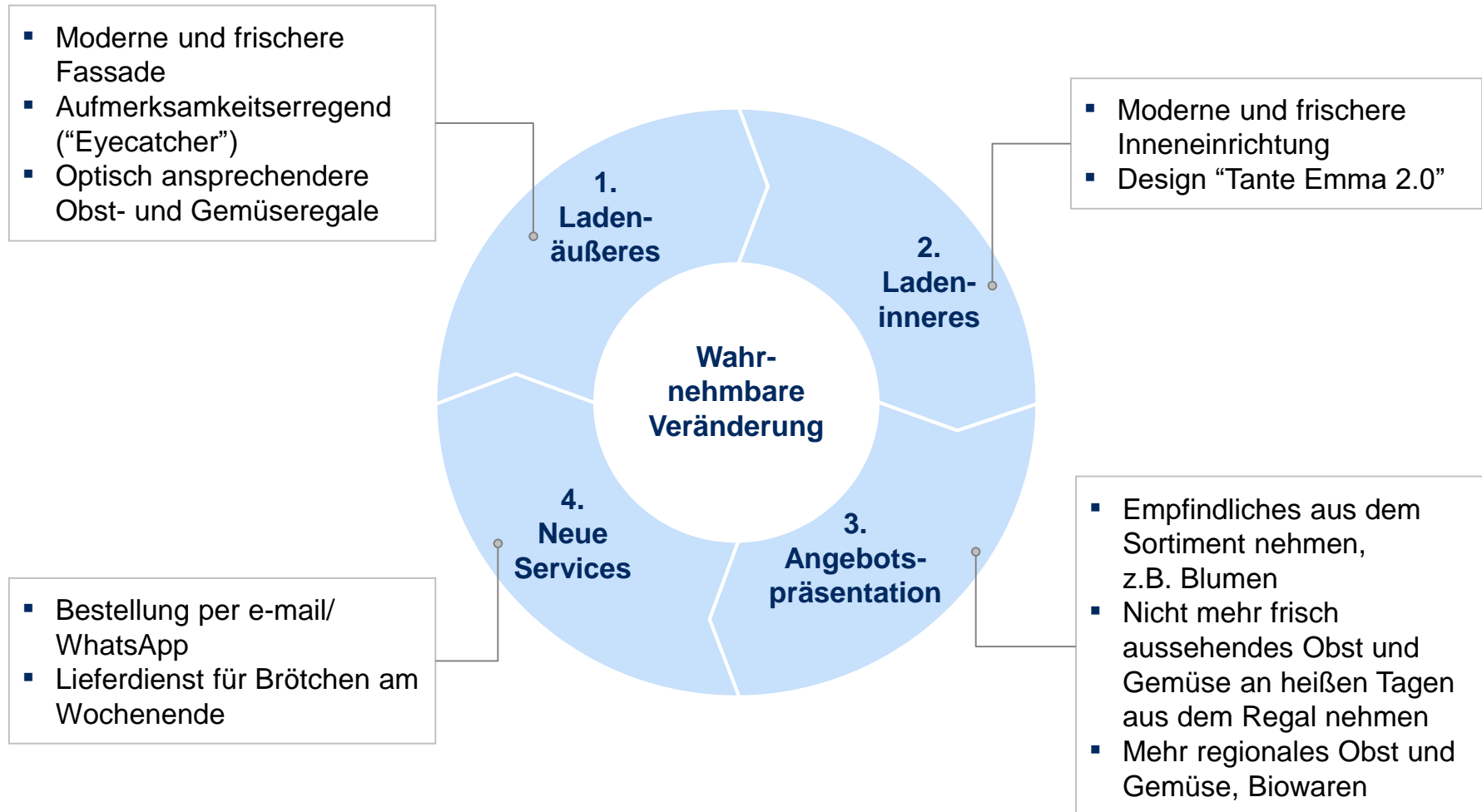
100% = 38



* Einkaufsvolumen im Dorfladen in % des Gesamtbedarfs

** Nutzungsfrequenz des Dorfladens

10 konkrete Anregungen in 4 Themenbereichen



Erste Aktionen im Handlungsplan wurden umgesetzt

	Anregung	Aktion	Termin	Status
Laden- äußeres	▪ Moderne und frischere Fassade	▪ Neuer Anstrich	▪ Juni 2019	✓
	▪ Aufmerksamkeitserreger: "Eyecatcher"	▪ Sitzbank, Blumen	▪ Juli 2019	✓
	▪ Optisch ansprechendere Obst- und Gemüseregale	▪ Neues Obst- und Gemüseregal	▪ Juli 2019	✓
Laden- inneres	▪ Moderne und frischere Inneneinrichtung	} Bedarf weiterer kreativer Ideen und Unterstützung!!	▪ 2019	Noch nicht begonnen
	▪ Design "Tante Emma 2.0"		▪ 2019	
Angeb.- präsen- tation	▪ Empfindliches aus dem Sortiment nehmen	▪ Keine Blumen mehr	▪ Juni 2019	✓
	▪ Obst und Gemüse an heißen Tagen aus dem Regal nehmen	▪ Auf Nachfrage aus dem Kühlhaus	▪ Juni 2019	✓
	▪ Mehr regionales Obst und Gemüse, Biowaren	▪ Zusätzliche Lieferanten	▪ Juli 2019	✓
Neue Ser- vices	▪ Bestellung per e-mail/ WhatsApp	} Automatisierung ist abhängig von kritischer Masse bei der Nachfrage	▪ 2019	Für Einzel- personen nach Absprache möglich
	▪ Lieferdienst für Brötchen am Wochenende		▪ 2019	

Erneuerung der Außenansicht nach Handlungsempfehlung



Ansicht des Dorfladens vor der Fragebogenaktion



Ansicht des Dorfladens nach der Fragebogenaktion

August 2019