



Befragung der Besucherinnen und Besucher der Laatzener Wochenmärkte

Laatzen, den 13. Dezember 2011
Jörg Schmidt
Teamleiter

Gliederung

1. Eckdaten der Befragung
2. Allgemeine Analyse
3. Zwischenfazit
4. Vergleich der Märkte
5. Hinweise der Befragten
6. Ergebnisse
7. Schlussfolgerungen



1. Eckdaten der Befragung

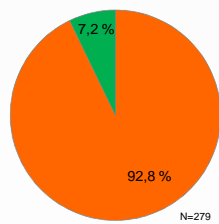
Name:	Bauernmarkt Laatzten-Mitte	Wochenmarkt Alt-Laatzten	Wochenmarkt Laatzten-Mitte
Ort:	Leine Platz	An der Immanuel Kirche	Marktplatz
Zeit:	mittwochs ab 14:00 Uhr	donnerstags ab 8:00 Uhr	freitags ab 14:30 Uhr
Datum der Befragung:	02.06.2010	29.04.2010	16.07.2010
Zeitraum der Befragung:	14:30 Uhr bis 16:30 Uhr	8:30 Uhr bis 10:30 Uhr	15:00 Uhr bis 17:00 Uhr
Anzahl der Befragten:	87	97	97
Befrager:	Schmidt Deharde Sauerbrei	Schmidt Möller Sauerbrei	Schmidt Möller Zaleska
Befragungsmodus:	Es wurden alle Besucher der Märkte im jeweiligen Zeitraum angesprochen und diejenigen befragt, die bereit waren Auskunft zu geben.		



Folie 3, 23.08.11

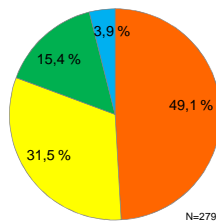
2. Allgemeine Analyse

Wohnort der Besucher



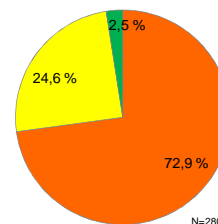
■ Laatzten
■ außerhalb

Alter der Besucher



■ 65 u. älter ■ 51-65
■ 36-50 ■ 21-35

Geschlecht der Besucher



■ weiblich
■ männlich
■ zusammen befragt

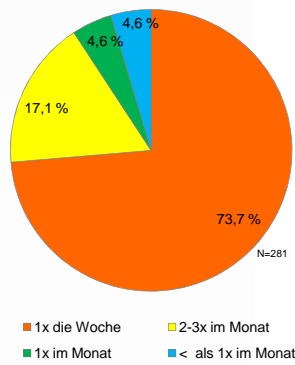
- Die Märkte in Laatzten werden fast ausschließlich von Einwohnern aus Laatzten besucht.
- Die Hälfte der Besucher ist über 65, über 2/3 der Besucher über 51 Jahre alt.
- Fast 2/3 der Besucher von Wochenmärkten in Laatzten sind Frauen.



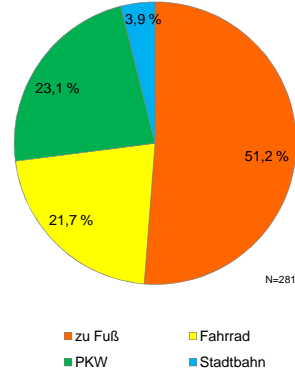
Folie 4, 23.08.11

2. Allgemeine Analyse

Wie häufig besuchen Sie den Markt?



Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute zum Markt gekommen?



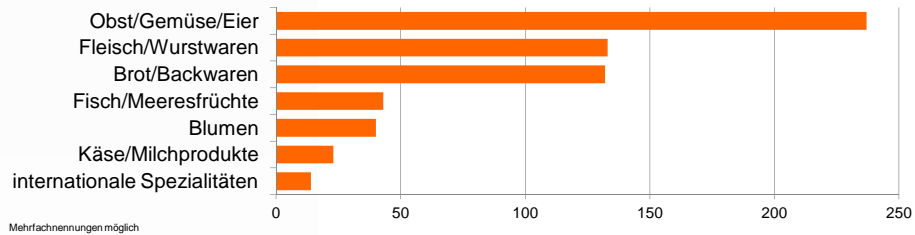
- Für fast 2/3 der Besucher ist der Marktbesuch Teil des Wocheneinkaufes.
- Über die Hälfte der Besucher geht zu Fuß zum Markt
- Der ÖPNV spielt bei einem Marktbesuch so gut wie keine Rolle.



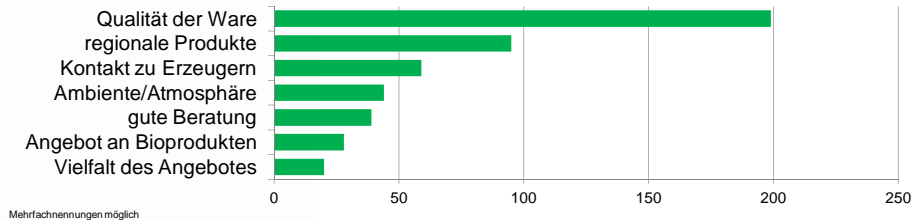
Folie 5, 23.08.11

2. Allgemeine Analyse

Welche Produkte wollen Sie heute auf dem Markt erwerben?



Warum kaufen Sie auf dem Markt ein?



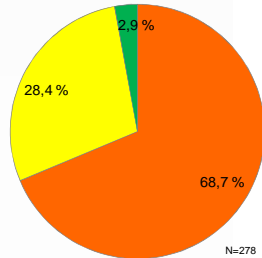
- Fast alle Besucher von Märkten tun dies primär für Obst, Gemüse oder Eier.
- Qualität der Ware und regionale Produkte sind die Hauptgründe für den Marktbesuch



Folie 6, 23.08.11

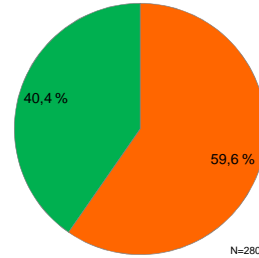
2. Allgemeine Analyse

Wie viel Geld werden Sie heute auf dem Markt ausgeben?



■ 5-20 Euro ■ 21-50 Euro ■ mehr als 50 Euro

Verbinden Sie Ihren Marktbesuch mit weiteren Einkäufen in der Nähe?



■ Ja ■ Nein

- Es dominieren auf den Märkten Einkäufe für unter 20 Euro.
- Viele Menschen verbinden den Marktbesuch mit weiteren Einkäufen.



Folie 7, 23.08.11

3. Allgemeine Analysen

Ergebnisse aus Vergleich der Antworten

- Männer kommen häufiger mit dem Auto als Frauen.
- Männer geben eher weniger Geld aus als Frauen.
- Männer legen keinen Wert auf regionale Produkte.
- Männer interessieren sich nicht für Bioprodukte.
- Junge Menschen gehen deutlich weniger häufig zum Markt.
- Junge Menschen geben deutlich weniger Geld aus.
- Junge Menschen legen höheren Wert auf die Qualität der Ware.
- Junge Menschen legen höheren Wert auf regionale Produkte.
- Menschen, die nicht wöchentlich zum Markt gehen, sind in der Regel jünger.
- Menschen, die nicht wöchentlich zum Markt gehen, kaufen häufig keine Backwaren.
- Besucher, die viel Geld ausgeben, gehen eher regelmäßig zum Markt.
- Besucher, die viel Geld ausgeben, kommen häufiger mit dem Auto.
- Besucher, die viel Geld ausgeben, kaufen sehr häufig Wurstwaren.



Folie 8, 23.08.11

3. Zwischenfazit

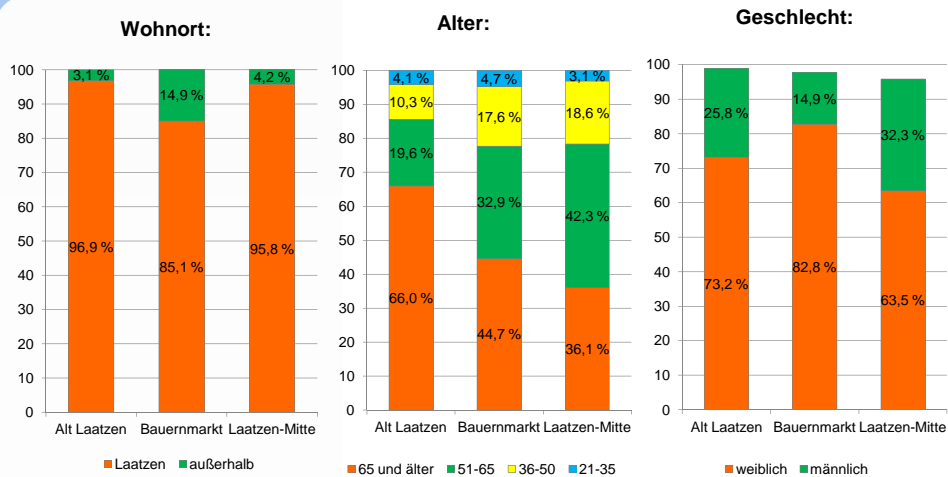
Der typische Besucher eines Wochenmarktes in Laatzen:

- Wohnt in Laatzen und
- ist eine über 65 Jahre alte Frau.
- Sie geht zu Fuß zum Markt und
- kauft für unter 20 Euro Obst, Gemüse oder Eier,
- weil sie von der Qualität der Ware überzeugt ist.

Folie 9, 23.08.11



4. Vergleich der Märkte



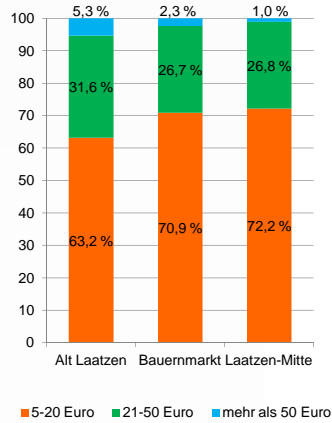
- Nur der Bauernmarkt hat nennenswert Besucher von außerhalb Laatzens.
- Die Besucher in Alt-Laatzen sind deutlich älter als auf den anderen Märkten.
- Auf dem Bauernmarkt ist der Frauenanteil am höchsten.

Folie 10, 23.08.11

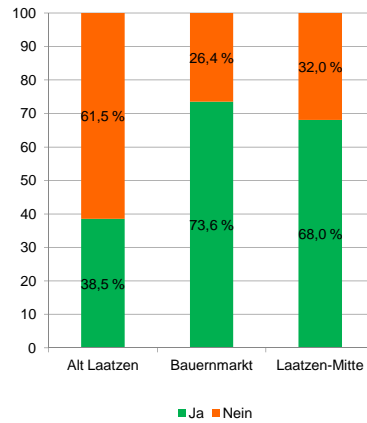


4. Vergleich der Märkte

Wie viel Geld wird auf Märkten ausgegeben



Wird der Einkauf mit einem weiteren Einkauf verknüpft



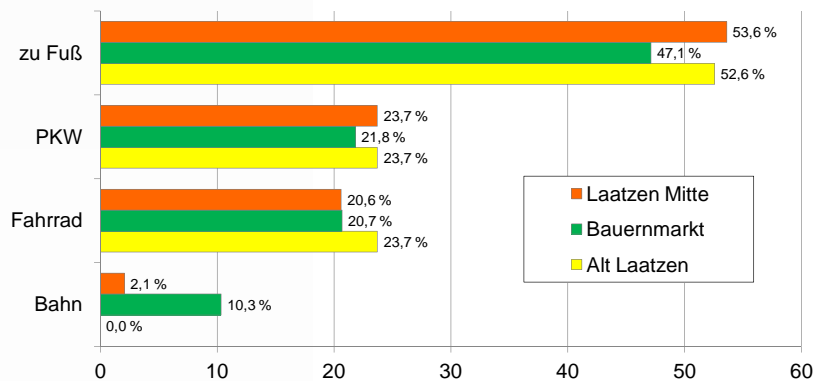
- In Alt-Laatzten wird pro Einkauf mehr Geld ausgegeben als auf den anderen Märkten.
- Ein Einkauf in Alt-Laatzten wird seltener mit einem weiteren Einkauf verknüpft



Folie 11, 23.08.11

4. Vergleich der Märkte

Anteil der Befragten in Prozent, die mit folgenden Verkehrsmitteln zum Markt gelangen



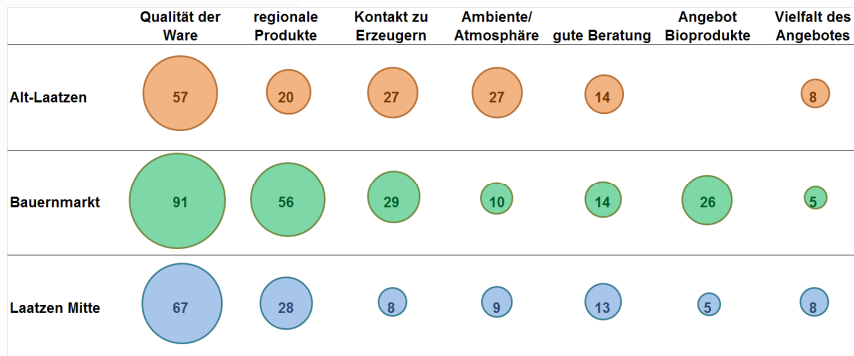
- Der Bauernmarkt wird weniger als die anderen Märkte fußläufig besucht.
- Nur der Bauernmarkt hat nennenswert Besucher, die mit dem ÖPNV kommen.



Folie 12, 23.08.11

4. Vergleich der Märkte

Von 100 Befragten kaufen x Befragte dort, weil Ihnen folgende Aspekte wichtig sind:



- Der Bauernmarkt wird für seine Qualität der Ware und das Angebot an Bioprodukten geschätzt.
- In Alt-Laatzen hat das Ambiente eine größere Bedeutung als bei den anderen beiden Märkten.
- In Laatzen-Mitte hat der Kontakt zu den Erzeugern eine deutlich geringere Bedeutung.

Folie 13, 23.08.11



5. Hinweise der Befragten

Welche Wünsche haben Sie an den Markt:

Bauernmarkt

- Ein besserer Windschutz für den Leine Platz
- Vielseitigeres Angebot / Mehr Stände
- Andere Anordnung der Stände, z.B. im Kreis

Alt-Laatzen

- Es fehlt ein Café/Imbiss (zwischenzeitlich vorhanden, unrentabel)
- Der Fischstand sollte regelmäßiger kommen (umgesetzt)
- Hohes Preisniveau
- Vielseitigeres Angebot / Mehr Stände

Laatzen-Mitte

- Vielseitigeres Angebot / Mehr Stände
- Es sollte ein besserer Standort gesucht werden
- Der Platz ist sehr windig

Folie 14, 23.08.11



6. Ergebnisse

- Die Laatzener Wochenmärkte haben einen sehr kleinräumigen Einzugsbereich.
- Wochenmärkte müssen fußläufig und mit dem Rad gut erreichbar sein.
- Parkplätze und ÖPNV-Anbindung sind für Wochenmärkte nicht wichtig.
- Wochenmärkte haben ein eher älteres, meist weibliches Publikum.
- Die Produkte auf Wochenmärkten stehen für Qualität und Frische.
- Der Markt in Alt-Laatzen ist ein wichtiger Bestandteil der Nahversorgung in Alt-Laatzen.
- Der Bauernmarkt nutzt die Nische der regionalen und biologisch angebauten Produkte und wird als solcher akzeptiert.
- Der Bauernmarkt und der Markt in Laatzten-Mitte profitieren vom Leine-Center.
- Einzig in Alt-Laatzen wird dem Markt ein gewisses Ambiente zugesprochen.

Folie 15, 23.08.11



7. Schlussfolgerungen

- Der Markt in Alt-Laatzen funktioniert vor allem deshalb, weil es keine Geschäfte mit einem vergleichbaren Angebot in der Nähe gibt.
- Die Märkte am Leine-Center können vor allem dank der sehr hohen Zentralität des Leine-Centers existieren.
- Der Marktplatz und der Leine Platz sind nicht optimal dafür ausgelegt, dass hier Märkte stattfinden.
- Der Bauernmarkt und der Markt in Laatzten-Mitte werden sich schwer tun, gegen einen Bio-Supermarkt in den Laatzten-Arkaden zu konkurrieren.
- Einen Markt in Rethen in unmittelbarer Nähe von Edeka („Wir lieben Lebensmittel“) zu etablieren, ist so gut wie unmöglich.
- Die Stadt muss gemeinsam mit den Marktobmännern für einen hochwertigen und vielseitigen Händlermix sorgen, um die Märkte attraktiv zu halten.
- Bei der Neugestaltung von Plätzen muss die Marktfunktion berücksichtigt werden.
- Werbemaßnahmen für die Märkte müssen auf die identifizierte Zielgruppe ausgerichtet sein.
- Zur Zukunftssicherung sollten auch neue Zielgruppen (z.B. junge Eltern mit Kindern) gewonnen werden.

Folie 16, 23.08.11

