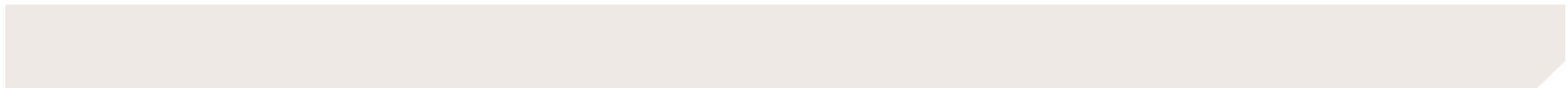


Auswertung

- Kernaussagen -

Bürgerbefragung Wochenmarkt 2019



REPRÄSENTATIVITÄT UND DATENQUALITÄT

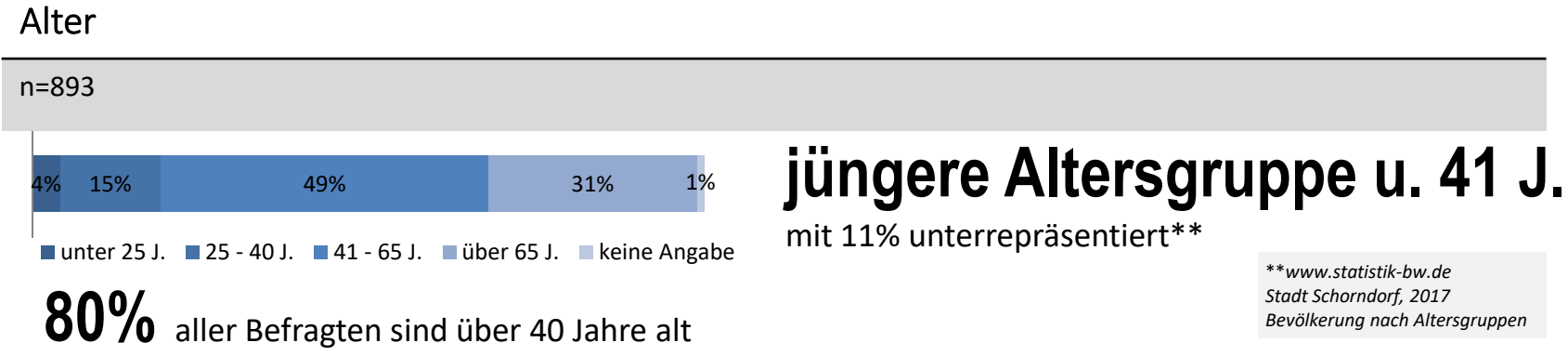
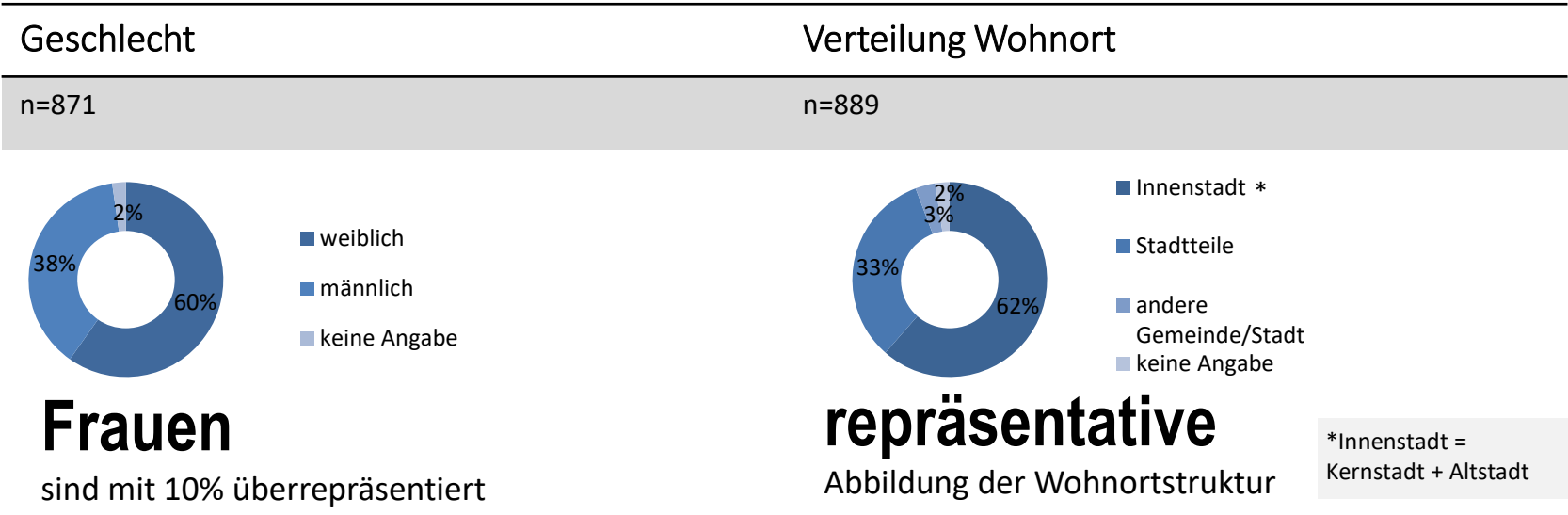
Merkmale	Geschlossene Umfrage	Realisiert Gesamt
Befragungszeitraum	29. Mai bis 12. Juni 2019	offene Befragung bis 20. Juni 2019
Stichprobe Einwohnermelderegister	n= 3000	
Rücklauf	n= 829 (28% der Stichprobe)	n= 968 („geschlossen“=829; „offen“=139)
Geschlechterverhältnis	58,7% weiblich; 38,2% männlich; 0,4% divers	59,6% weiblich; 37,8% männlich; 0,3% divers
Verteilung Wohnort	60,3% Innenstadt**; 35,6% Stadtteile; 1,3% andere Gemeinde	61,5% Innenstadt**; 32,8% Stadtteile; 3,3% andere Gemeinde
Alter	4,4% unter 25 Jahre; 13,3% 25-40 Jahre; 47,8% 41-65 Jahre; 33,3% über 65 Jahre	4,1% unter 25 Jahre; 15% 25-40 Jahre; 48,7% 41-65 Jahre; 31,1% über 65 Jahre

→ große Beteiligung

Stichprobe ‚realisiert gesamt‘ umfasst **2% der Wohnbevölkerung***

*Einwohnerzahl Schorndorf
40.532 (Stand: 2018)
**Kernstadt+Altstadt

REPRÄSENTATIVITÄT UND DATENQUALITÄT



DAS EINKAUFsverhalten

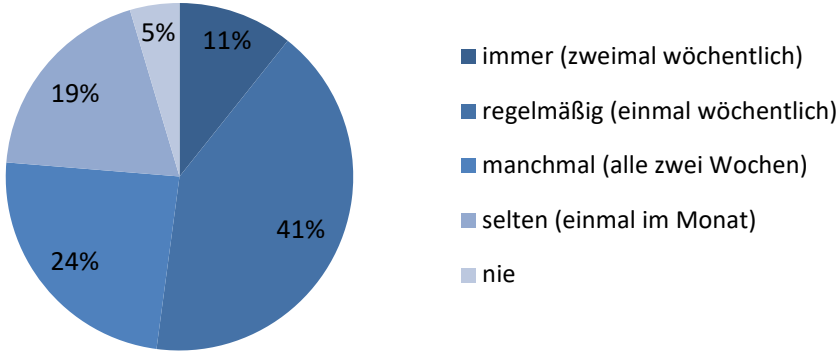
Frage: Wie häufig besuchen Sie den Schorndorfer Wochenmarkt?

n=934

Frage: An welchen Wochentagen besuchen Sie üblicherweise den Wochenmarkt?

n=879

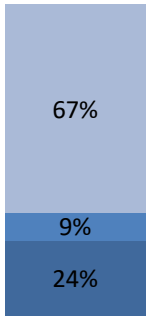
Häufigkeit des Besuchs



52% der Befragten gehen mindestens **einmal wöchentlich** auf den Wochenmarkt

Besuchstag

■ an beiden Tagen ■ dienstags ■ samstags



67% der Befragten besuchen den Wochenmarkt in der Regel am **Samstag**

DAS EINKAUFsverhalten

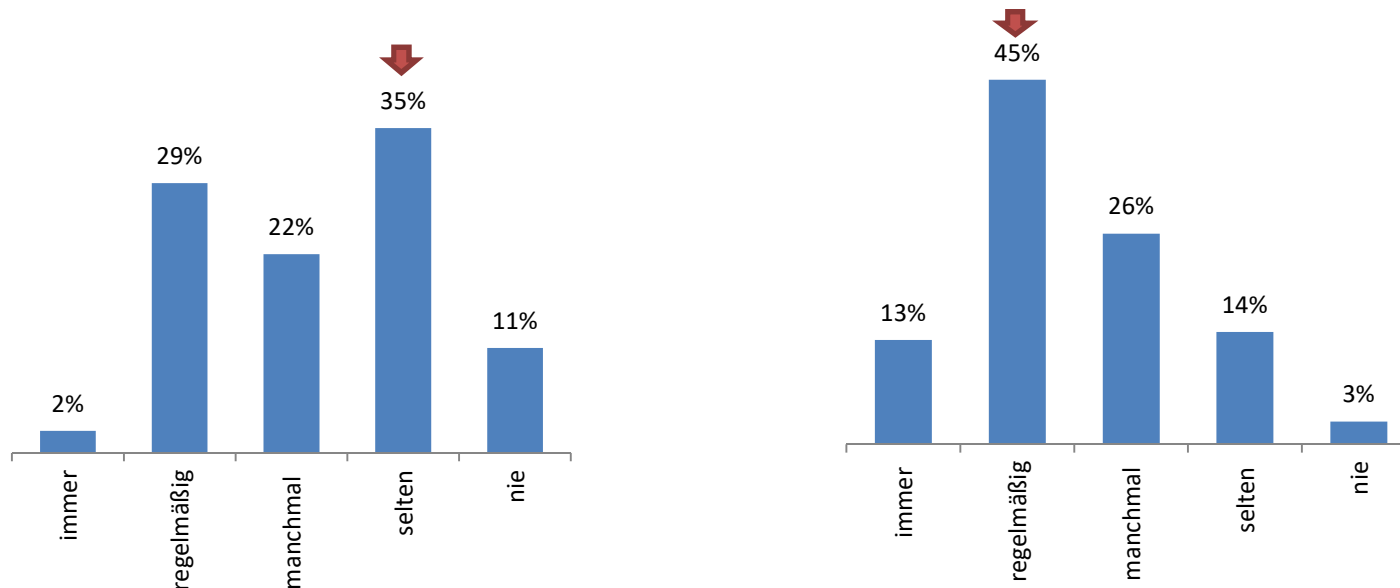
Frage: Wie häufig besuchen Sie den Schorndorfer Wochenmarkt?

n=167

unter 41 Jährige

n=688

über 41 Jährige



Zweiteilung im Einkaufsverhalten der Altersgruppen

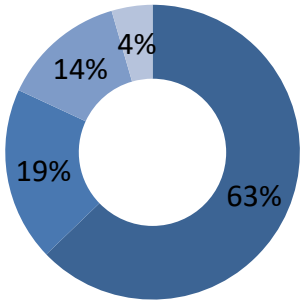
→ jüngere Altersgruppe kauft deutlich **seltener** auf dem Markt ein

DAS EINKAUFsverHALTEN

Frage: Wie hat sich Ihr Einkaufsverhalten in den letzten fünf Jahren verändert?

n=911

Einkaufsverhalten



63% berichten ein **gleichbleibendes Einkaufsverhalten**
19% gaben an **häufiger** einzukaufen

Frage: Ihr Einkaufsverhalten hat sich verändert. Worin liegen die Gründe?

n=244, offene Nennungen, kategorisiert

„kaufe häufiger ein“ (n=150)

- 45%** Regionale Produkte
- 29%** Angebot, Atmosphäre, Flair
- 16%** Familiäre Veränderungen
- 10%** Plastikfrei einkaufen

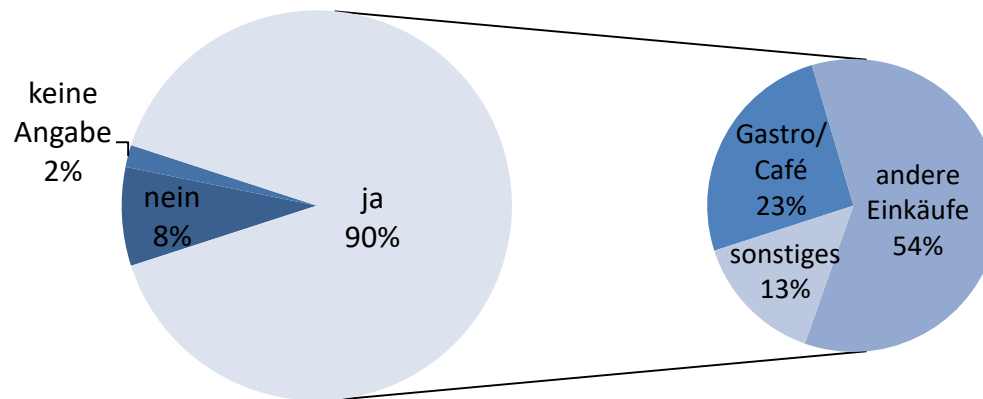
„kaufe weniger häufig ein“ (n=94)

- 38%** Erreichbarkeit, Parksituation
- 29%** Alter, Gesundheit, Familie
- 19%** Angebot, Flair, Atmosphäre
- 14%** Marktzeiten

DAS EINKAUFsverhalten

Frage: Verbinden Sie Ihren Wochenmarkteinkauf mit anderen Erledigungen in der Stadt

n=958



90%

verbinden ihren Einkauf mit anderen Erledigungen in der Stadt

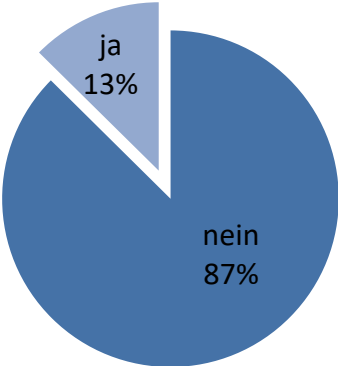
→ **Wochenmarkt als Frequenzbringer**

DIE MARKTZEITEN

Frage: Wünschen Sie sich Änderungen bezüglich der Marktzeiten?

n=915

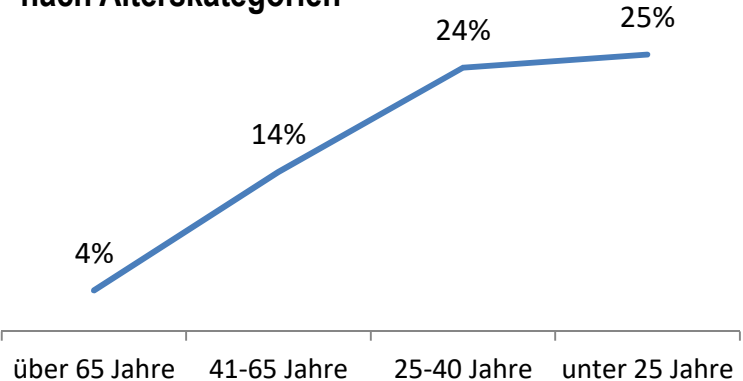
Änderungsbedarf Marktzeiten



87% der Befragten sind mit den derzeitigen Marktzeiten zufrieden

13% der Befragten wünschen sich eine Änderung der Marktzeiten

Änderungsbedarf Marktzeiten nach Alterskategorien

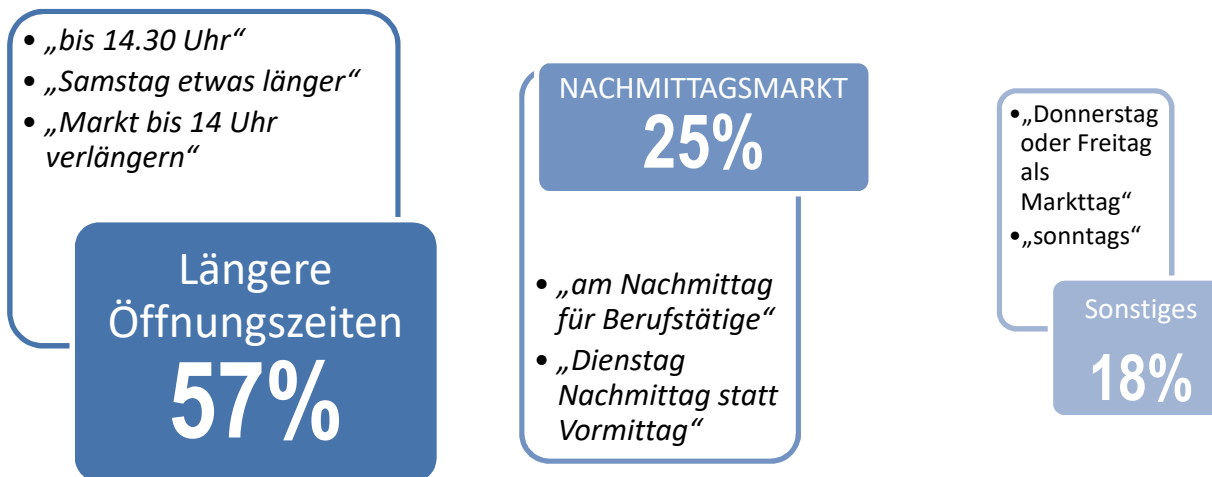


24% der Befragten unter 41 Jahren wünschen sich andere Marktzeiten
→ Wunsch nach veränderten Marktzeiten nimmt in den jüngeren Altersschichten zu

DIE MARKTZEITEN

Frage: Welche Änderungen bezüglich der Marktzeiten wünschen Sie sich?

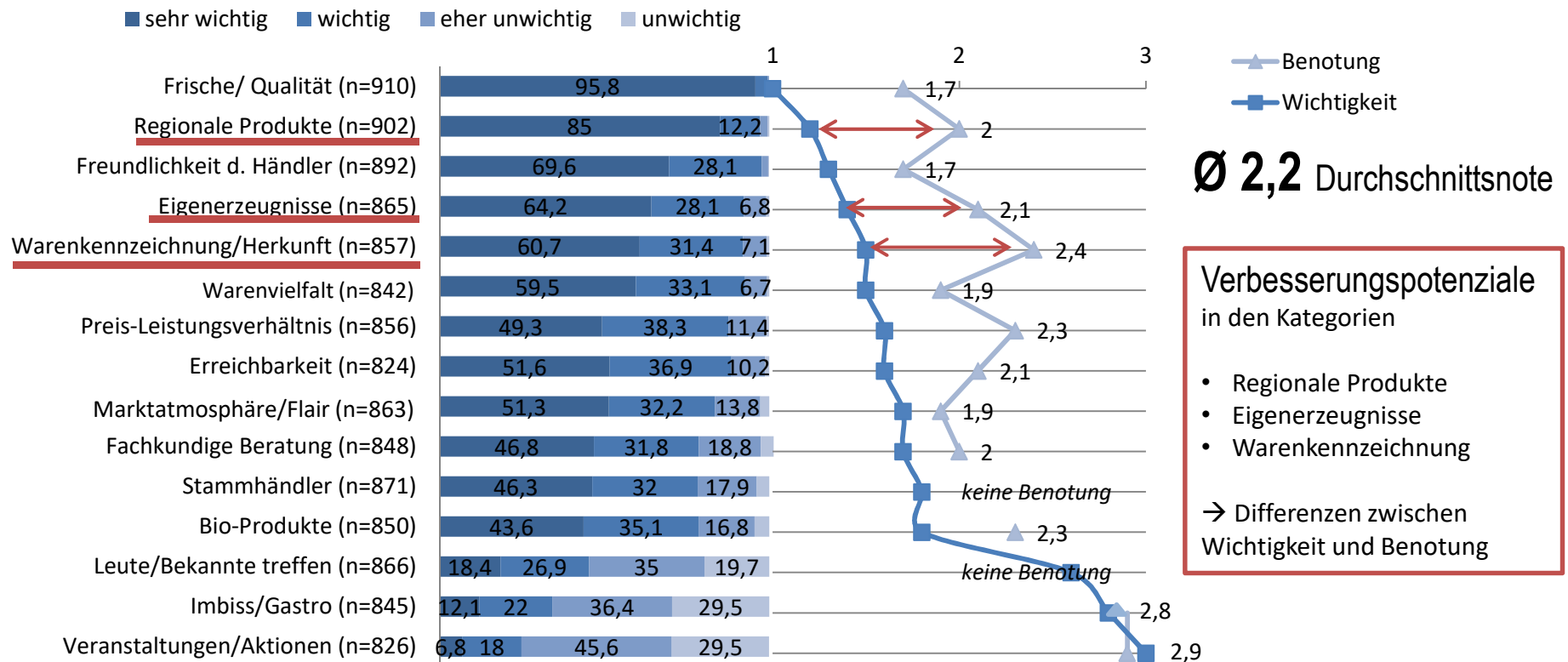
n=115, offene Nennungen, kategorisiert



DIE WICHTIGKEITSSKALA UND DIE BENOTUNG

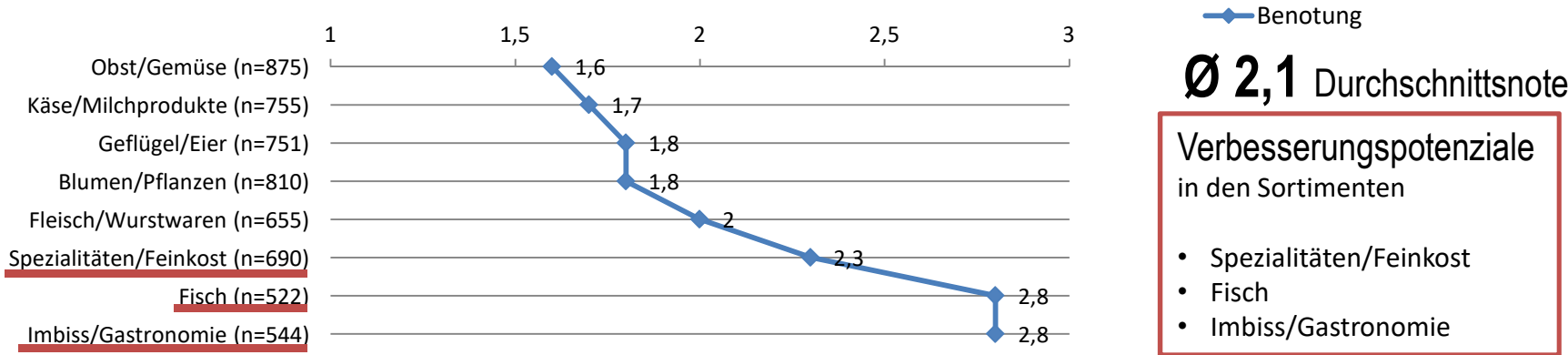
Frage: Was ist für Sie beim Besuch eines Wochenmarktes wichtig und was nicht?

Frage: Bewerten Sie den Wochenmarkt in Schulnoten anhand folgender Kategorien.



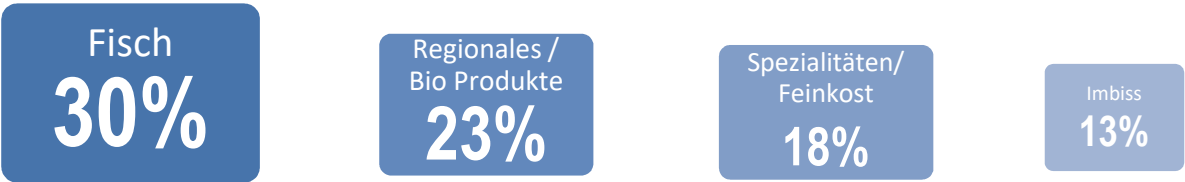
DIE BENOTUNG DER SORTIMENTE

Frage: Bewerten Sie den Schorndorfer Wochenmarkt in Schulnoten in den folgenden Sortimenten



Frage: Fehlen Ihnen bestimmte Produkte/ Händler?

n=189, offene Nennungen, kategorisiert



SERVICES UND VERANSTALTUNGEN

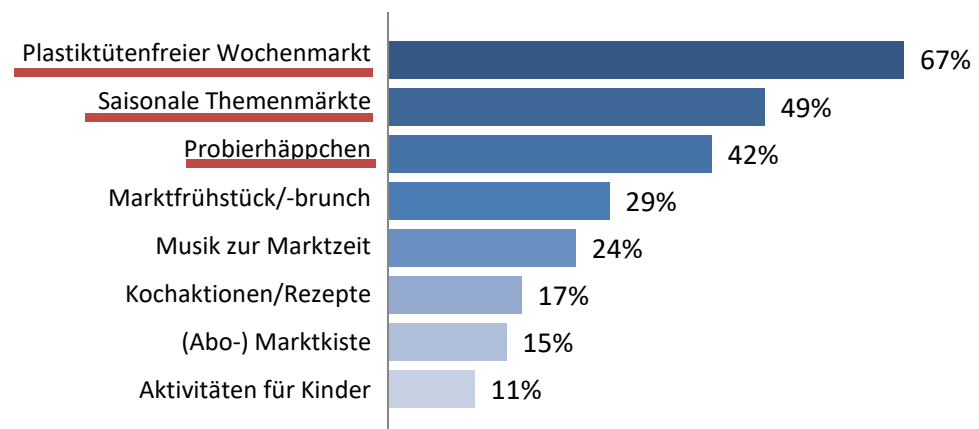
Frage: Welche der Veranstaltungen und Services auf dem Schorndorfer Wochenmarkt sind Ihrer Meinung nach attraktiv?

n=956, Mehrfachnennungen möglich

67% wünschen sich einen
plastiktütenfreien Wochenmarkt

49% fänden **saisonale
Themenmärkte** attraktiv

42% würden sich über
Probierhäppchen freuen



WOCHENMÄRKTE ANDERER STÄDTE/GEMEINDEN

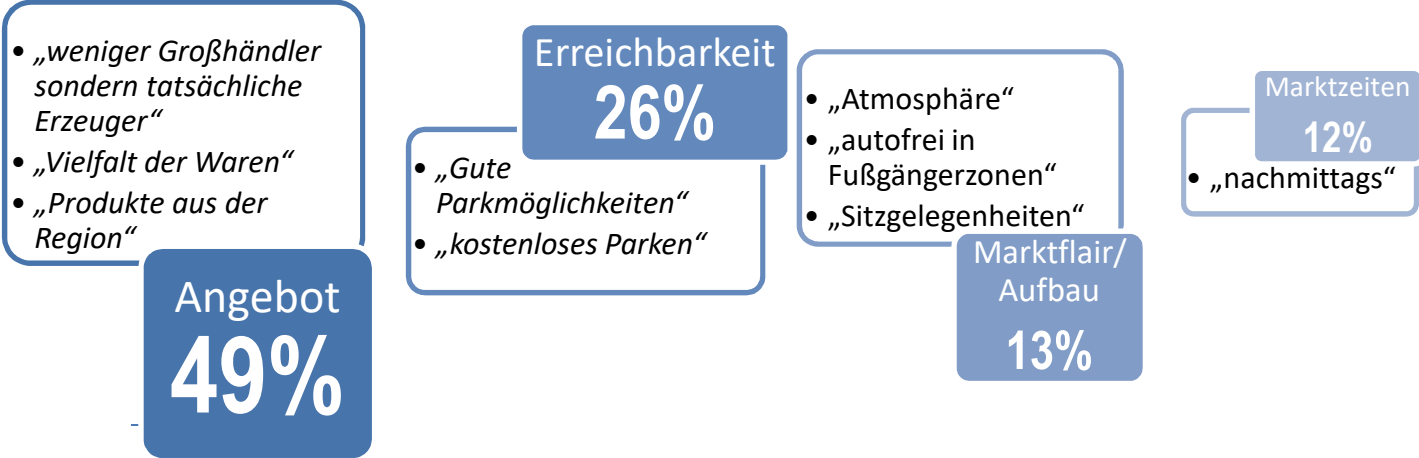
Frage: Kaufen Sie auf Wochenmärkten anderer Städte/Gemeinden ein?

n=920

18% der Befragten kaufen auch auf Wochenmärkten anderer Städte/Gemeinden ein

Frage: Was ist auf Wochenmärkten anderer Städte/Gemeinden besser bzw. anders als auf dem Schorndorfer Wochenmarkt?

n=102, offene Nennungen, kategorisiert



Rücklauf und Datenqualität: Folie 2-3

- Hohe Beteiligung → Stichprobe umfasst **2%** der Schorndorfer Wohnbevölkerung

Einkaufsverhalten: Folie 4-6

- Über die Hälfte (52%) aller Befragten geht mindestens einmal wöchentlich auf den Markt
- Die Kunden berichten weitestgehend über ein gleichbleibendes Einkaufsverhalten
- Hauptgründe für ein abnehmendes Einkaufsverhalten: Parksituation (38%) und familiäre/altersbedingte Gründe (29%)

Wochenmarkt als Frequenzbringer: Folie 7

- **90%** aller Befragten verbinden ihren Wochenmarkteinkauf mit anderen Erledigungen in der Stadt
→ Der Wochenmarkt belebt die Innenstadt und fördert den innerstädtischen Handel

Marktzeiten: Folie 8-9

- Marktzeiten entsprechen den Kundenbedürfnissen weitestgehend (**87%** aller Befragten sind zufrieden)
- Wunsch nach veränderten Marktzeiten nimmt in den jüngeren Zielgruppen zu

Wichtigkeit und Bewertung anhand der Kriterien: Folie 10

- Benotung: insgesamt gute Wertung der Kategorien (**Ø 2,2**); *Bestnoten: Frische u. Qualität (1,7), Freundlichkeit der Händler (1,7); am schlechtesten bewertet: Veranstaltungen und Aktionen (2,9)*
- Wichtigkeit: *als sehr wichtig gelten: Frische Waren, Produkte aus der Region und die Freundlichkeit der Händler; als eher unwichtig gelten: Imbiss/Gastronomie und Veranstaltungen/Aktionen*
- Verbesserungspotenziale: *Regionale Produkte, Eigenerzeugnisse und Warenkennzeichnung (Differenzen zwischen Wichtigkeitsskala und Benotung)*

Wichtigkeit und Bewertung der Sortimente: Folie 11

- Benotung: insgesamt gute Bewertung der Sortimente (**Ø 2,1**); *Bestnoten: Obst u. Gemüse (1,6); am schlechtesten bewertet: Fisch (2,8), Imbiss/Gastronomie (2,8)*
- Verbesserungspotenzial: *laut offenen Nennungen: Nachfrage der Kunden nach mehr Auswahl an frischem Fisch, vorwiegend Bioprodukte, Eigenerzeugnisse und Produkte aus der Region, gesündere/ alternative Imbissangebote und mehr Spezialitäten*

Services und Veranstaltungen: Folie 12

- Wunsch nach plastiktütenfreien Einkauf (67%), Themenmärkte (49%) und Probierhäppchen (42%)

Wochenmärkte anderer Städte/Gemeinden: Folie 13

- 18% der Befragten kaufen auch auf Wochenmärkten anderer Städte ein