

Handlungsempfehlungen zur weitergehenden Aufwertung und bedarfsgerechten Gestaltung des Dorfladens in Oberelbert

Ergebnisse der im Mai 2019 durchgeführten
Haushaltsbefragung

Im Rahmen der Landesinitiative M.Punkt RLP

gefördert durch das
Ministerium des Innern und für Sport
des Landes Rheinland-Pfalz

TRIER

AUGUST 2019

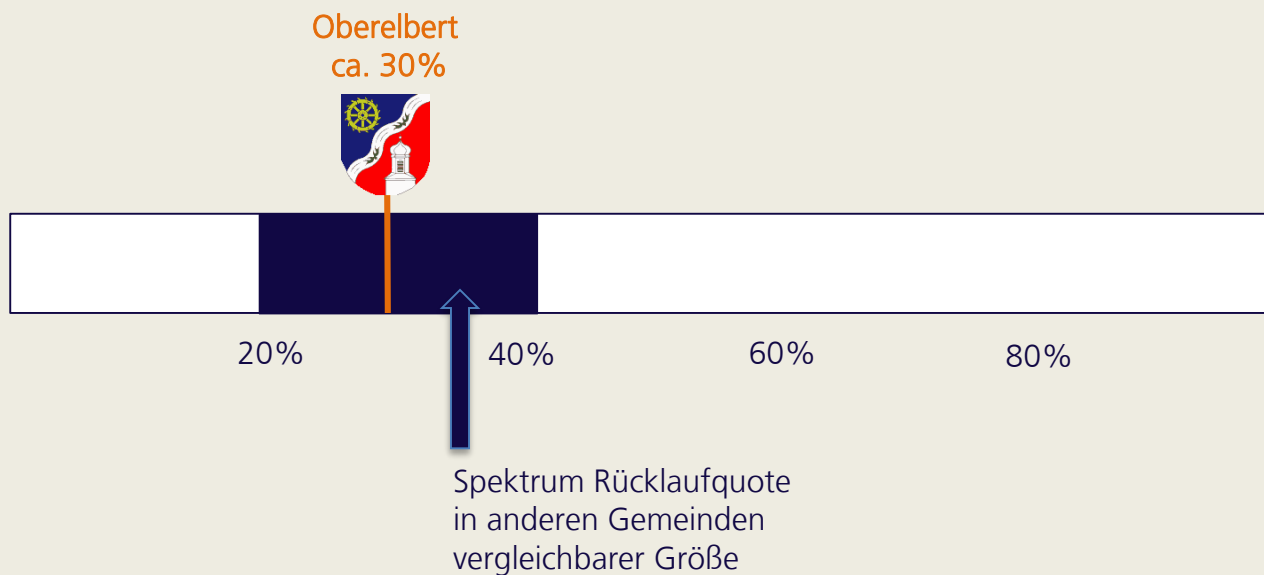


6

Zufriedenstellender Rücklauf ermöglicht die Ableitung stabiler Erkenntnisse – 136 Haushalte haben teilgenommen

Rücklaufquote der Haushaltsbefragung

gemessen an der Anzahl ausgefüllter Fragebögen (136) in Bezug auf die Gesamtzahl der verteilten Fragebögen



b Gliederung der Präsentation

Ausgangslage – Einkaufsverhalten der Haushalte
Nutzung Einkaufsstätten / Zufriedenheit

Handlungsbereich I – Ausrichtung Sortiment
Konsumpräferenzen / Bewertung Warengruppen

Handlungsbereich II – Integration Zusatzangebote
Dienstleistungen / Serviceangebote / Bewirtung

Zusammenfassung – Erkenntnisse im Überblick
Schlussfolgerungen / Handlungsempfehlungen

b

Einkaufsverhalten insgesamt – deutliche Präferenz für qualitätsorientierte Anbieter

Geografische Verortung der Ausgaben für supermarktrelevante Produkte

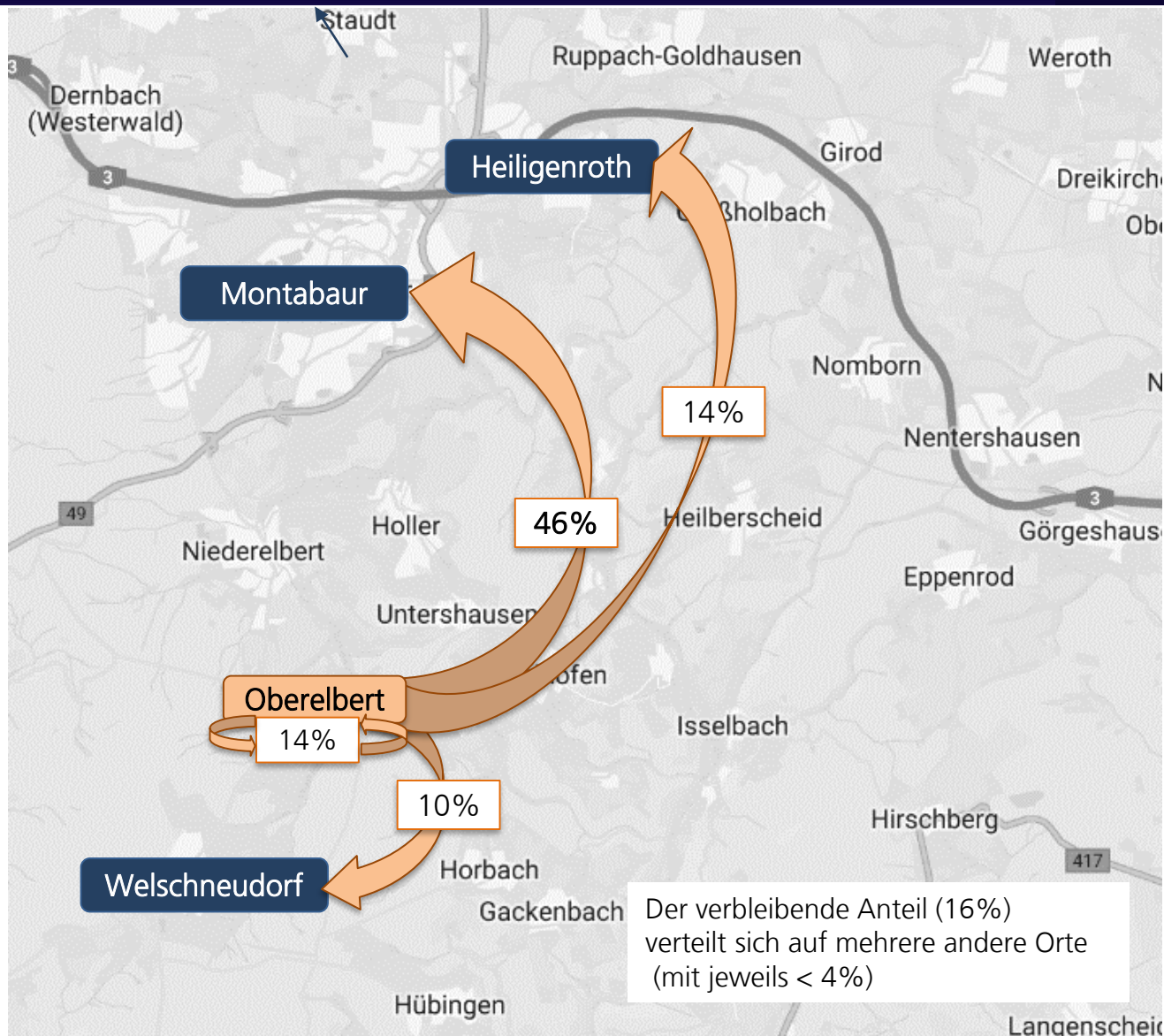
bezogen auf die Befragungsteilnehmer

Höchste Ausgaben bei

Edeka	21%
Aldi	15%
Dorfladen	14%
Lidl	10%

Discounteranteil

Frischeprodukte	17%
Trockensortiment	38%



6

Nutzung Dorfladen – Laden wird insgesamt gut angenommen, bei den Gelegenheitskäufern bieten sich aber noch Potenziale

Geografische Verortung der Ausgaben für supermarktrelevante Produkte

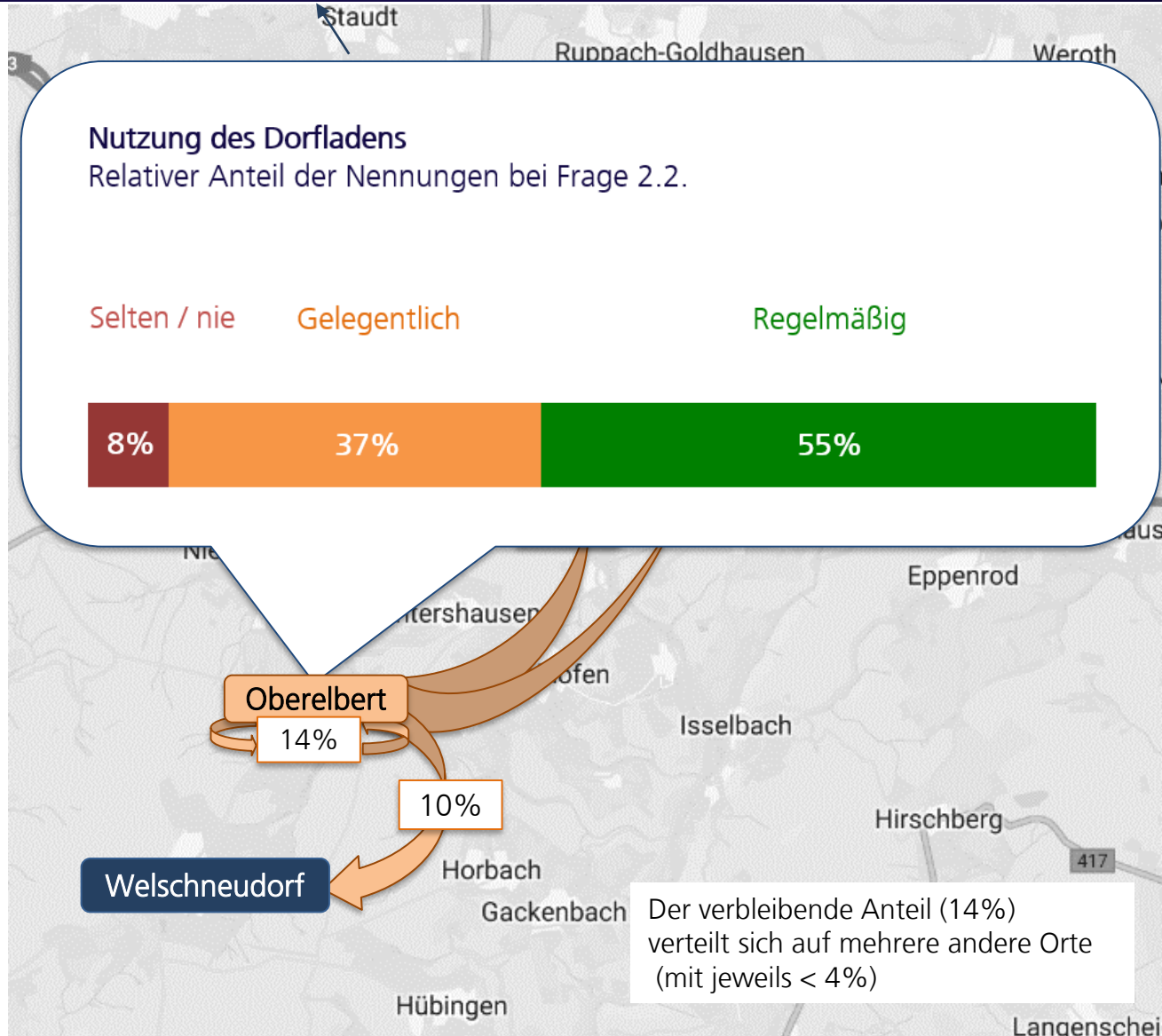
bezogen auf die Befragungsteilnehmer

Höchste Ausgaben bei

Edeka	21%
Aldi	15%
Dorfladen	14%
Lidl	10%

Discounteranteil

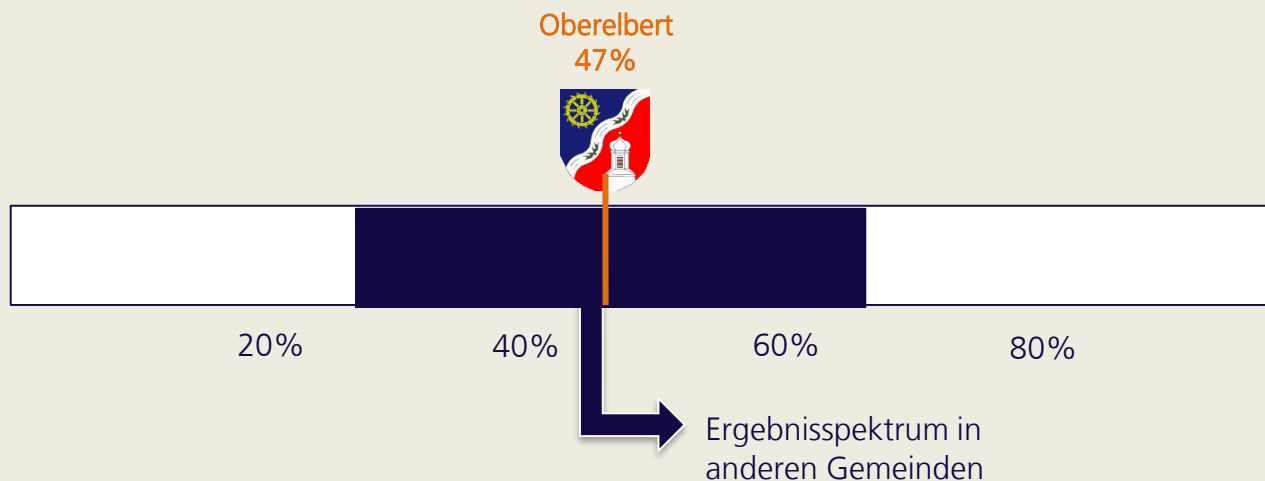
Frischeprodukte	17%
Trockensortiment	38%



6

Bedeutung Dorfladen – die empfundene Einkaufserleichterung verdeutlicht die Wichtigkeit des Ladens für die Bürger

Wesentliche Einkaufserleichterung für die Haushalte in Oberelbert durch den Dorfladen
Relativer Anteil dieser Nennung bei Frage 2.1.

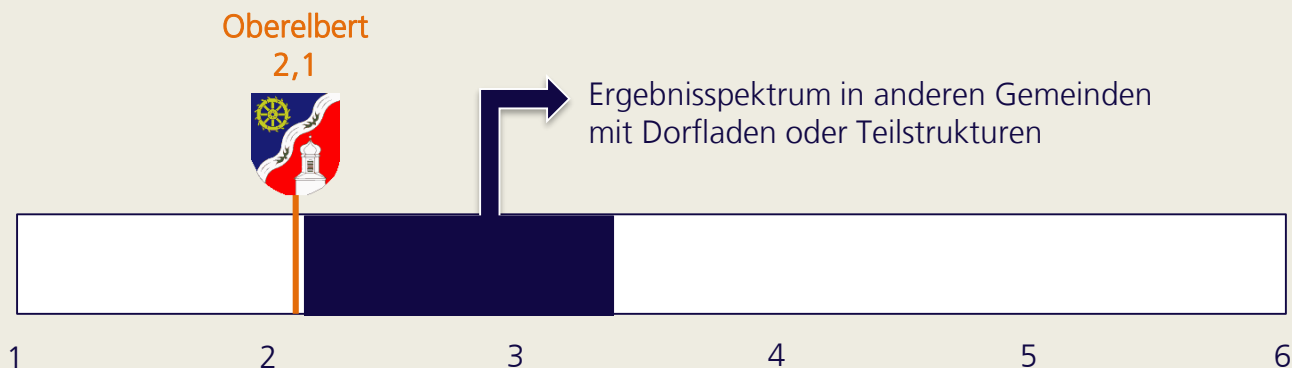


6

Hohe Zufriedenheit mit der Versorgungssituation – Dorfladen muss mit anderen Aspekten punkten als der reinen Grundversorgung

Bewertung der Versorgungssituation

Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis: „1 = sehr gut“ bis „6 = ungenügend“



Empfindung, dass „Einkaufen generell sehr aufwendig ist und gute nahegelegene Geschäfte Mangelware sind“

Relativer Anteil der Nennungen bei Frage 1.3



b Gliederung der Präsentation

Ausgangslage – Einkaufsverhalten der Haushalte
Nutzung Einkaufsstätten / Zufriedenheit

Handlungsbereich I – Ausrichtung Sortiment
Konsumpräferenzen / Bewertung Warengruppen

Handlungsbereich II – Integration Zusatzangebote
Dienstleistungen / Serviceangebote / Bewirtung

Zusammenfassung – Erkenntnisse im Überblick
Schlussfolgerungen / Handlungsempfehlungen

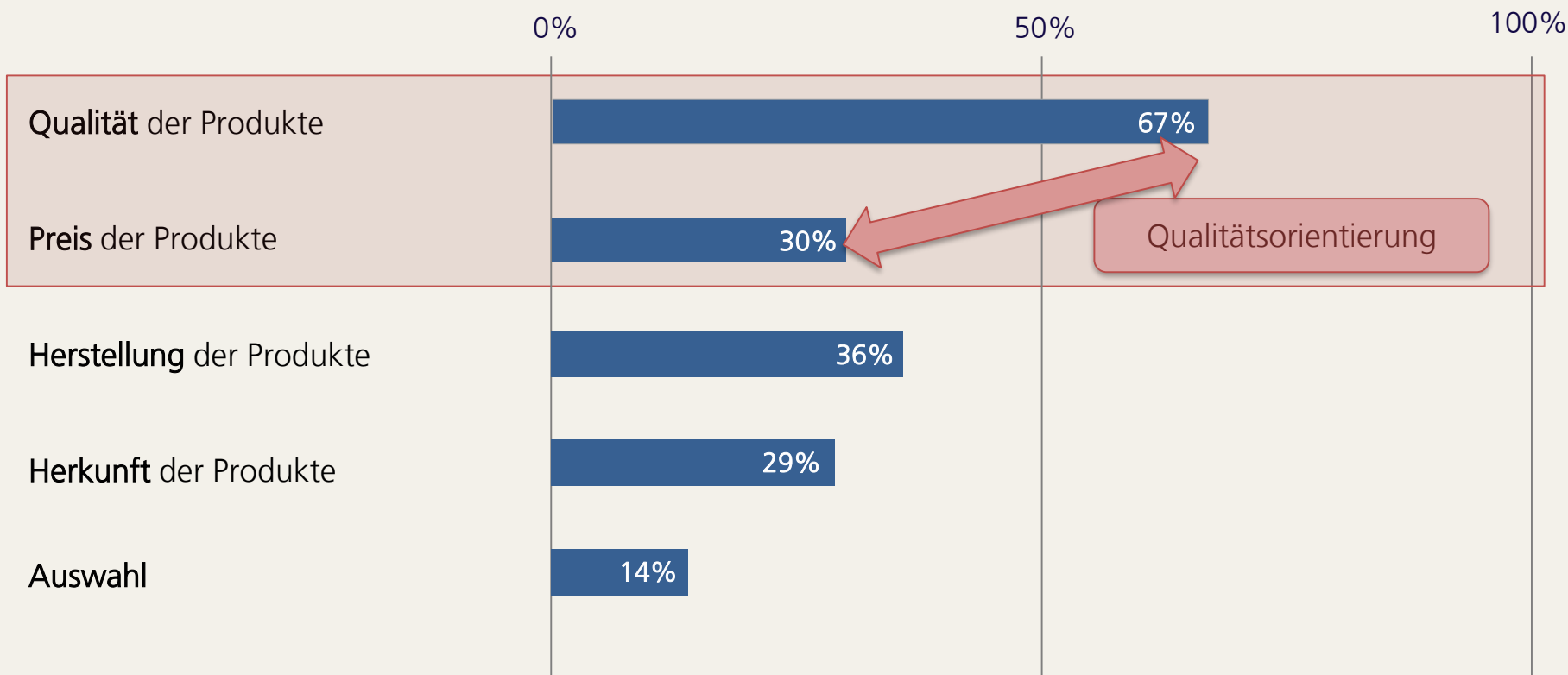
6

Einkaufspräferenzen der Haushalte zeigen die hohe Bedeutung einer konsequenten **Qualitätsorientierung** des Dorfladens ...

Entscheidende Kriterien beim Einkaufen

Relative Häufigkeit der Nennungen bei Frage 1.9.

Haushalte Oberelbert



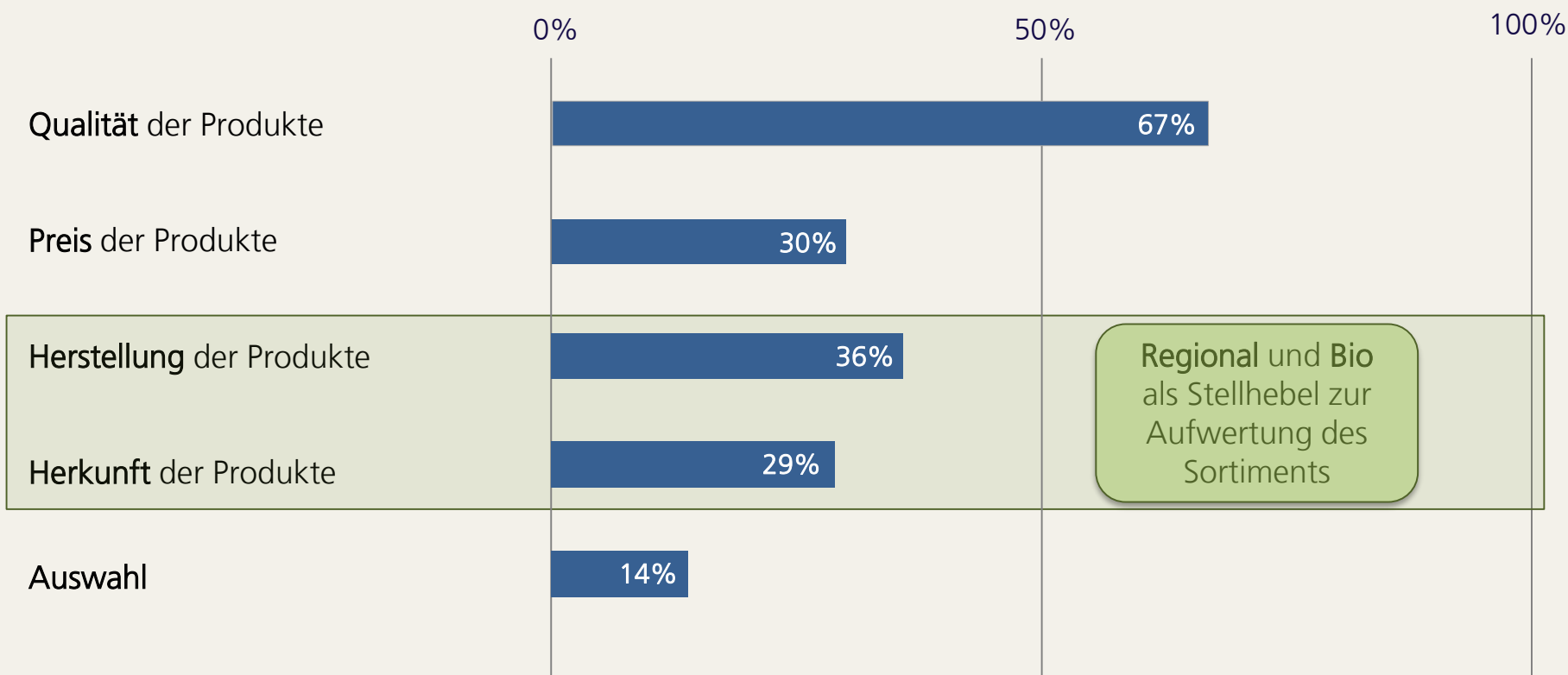
6

... und verdeutlichen die Relevanz anderer Aspekte zur weiteren Steigerung der Attraktivität des Dorfladens für die Bürger

Entscheidende Kriterien beim Einkaufen

Relative Häufigkeit der Nennungen bei Frage 1.9.

Haushalte Oberelbert



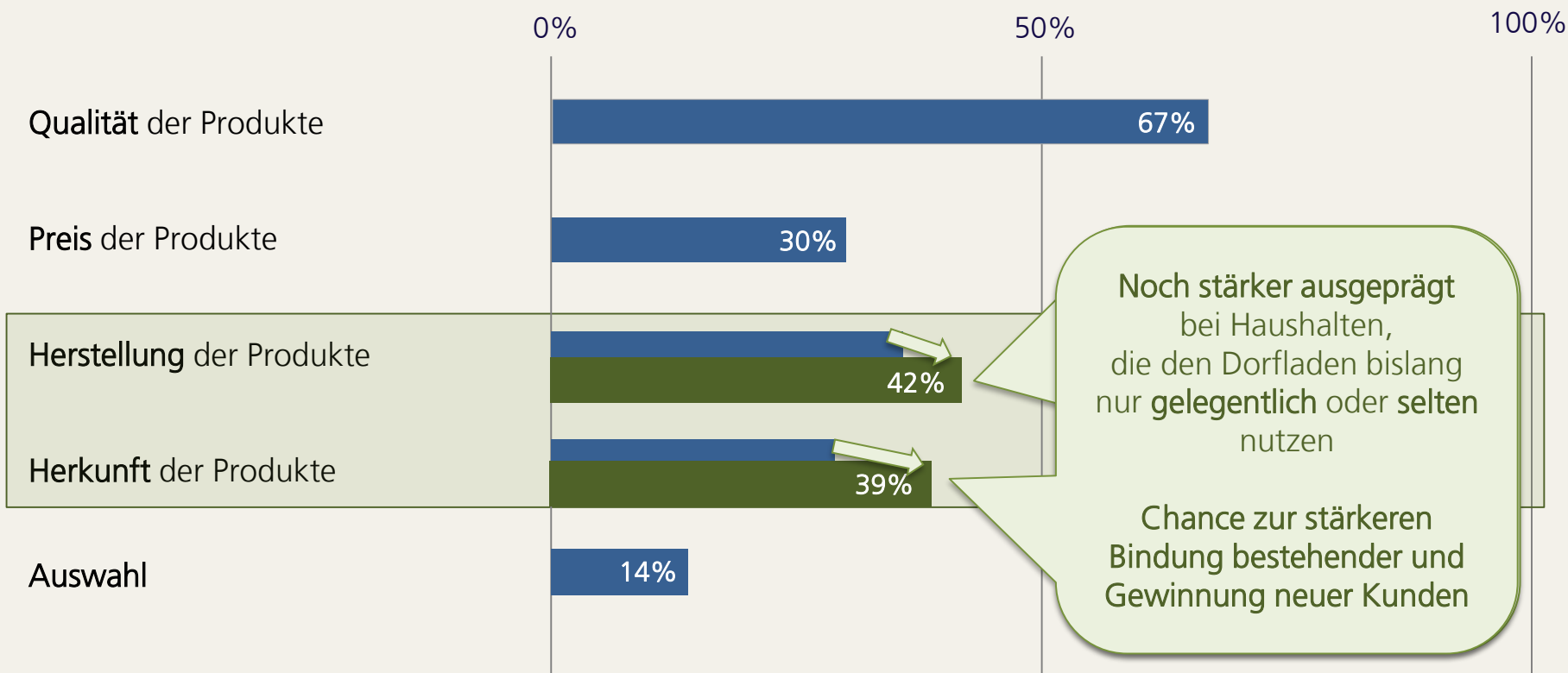
b

... und verdeutlichen die Relevanz anderer Aspekte zur weiteren Steigerung der Attraktivität des Dorfladens für die Bürger

Entscheidende Kriterien beim Einkaufen

Relative Häufigkeit der Nennungen bei Frage 1.9.

Haushalte Oberelbert



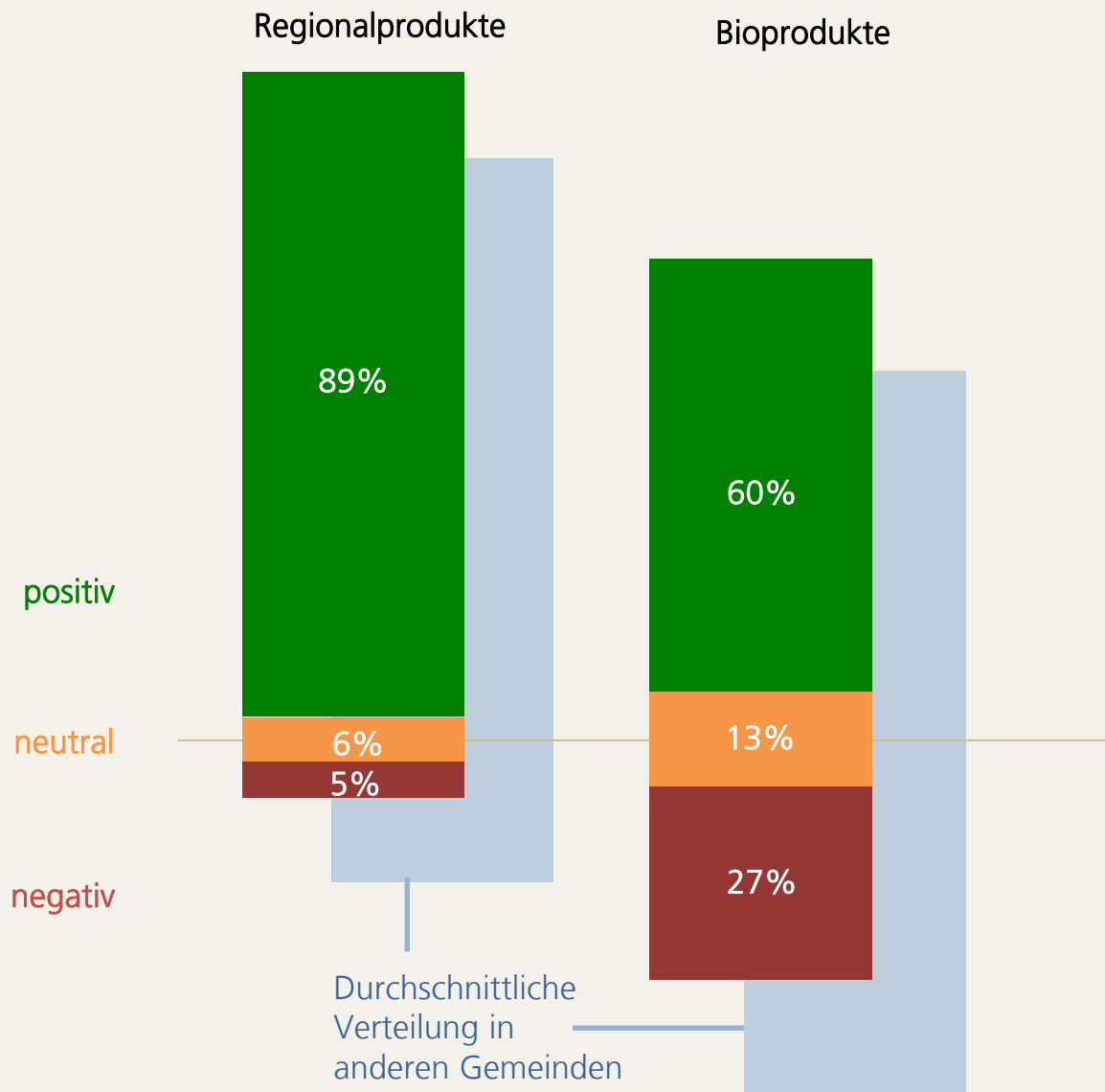
b

Regional / Bio - die insgesamt hohe Affinität zu diesen Produkten verdeutlicht die Potenziale für den Dorfladen

Grundsätzliche Einstellung zu Regional- und Bioprodukten

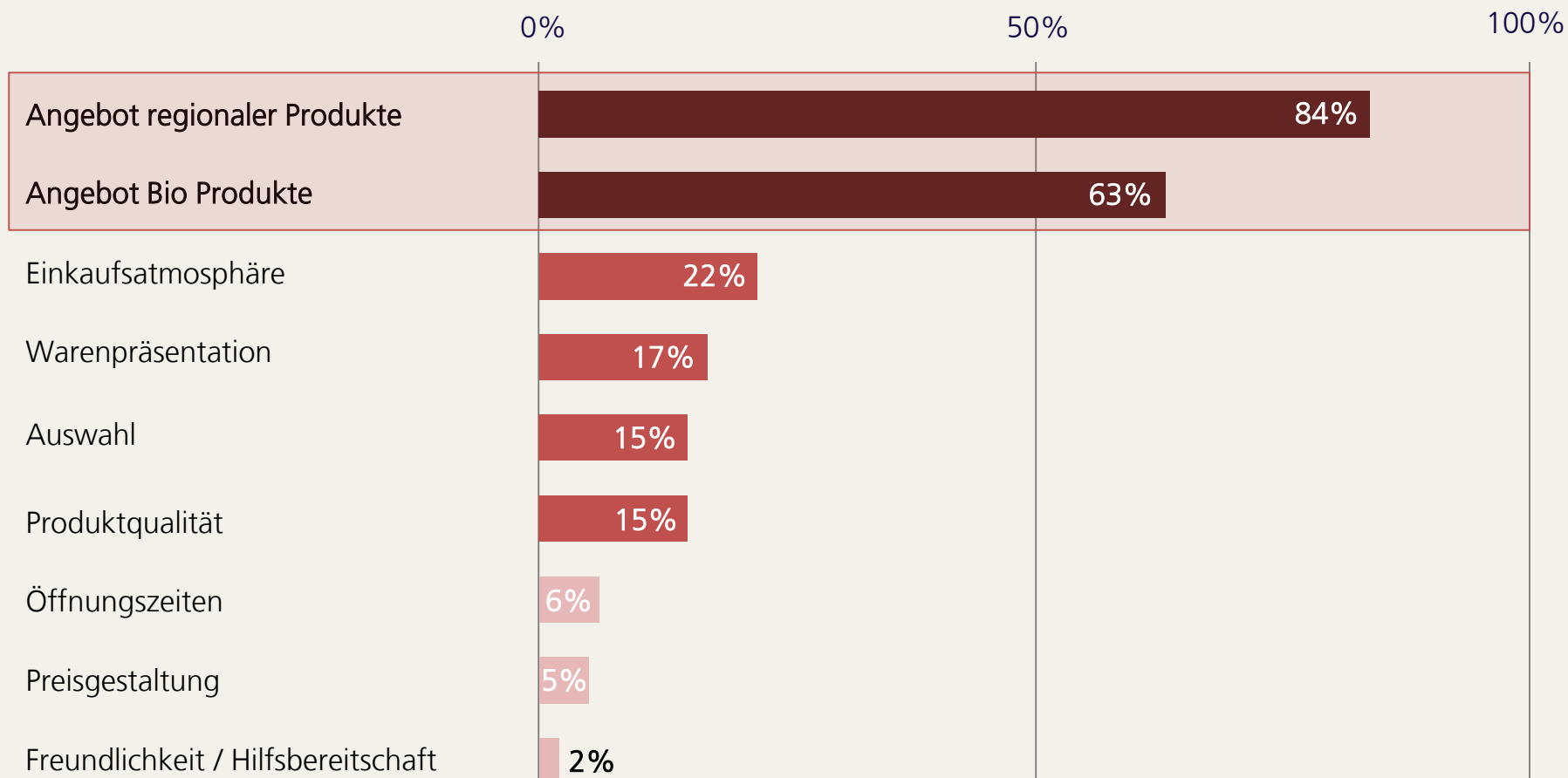
Relative Häufigkeit – abgeleitet von der Bewertung der Aussagen in Frage 1.7. und 1.8

Positive Einstellung im Vergleich zu anderen Gemeinden in RLP bezüglich beider Kategorien deutlich **überdurchschnittlich**



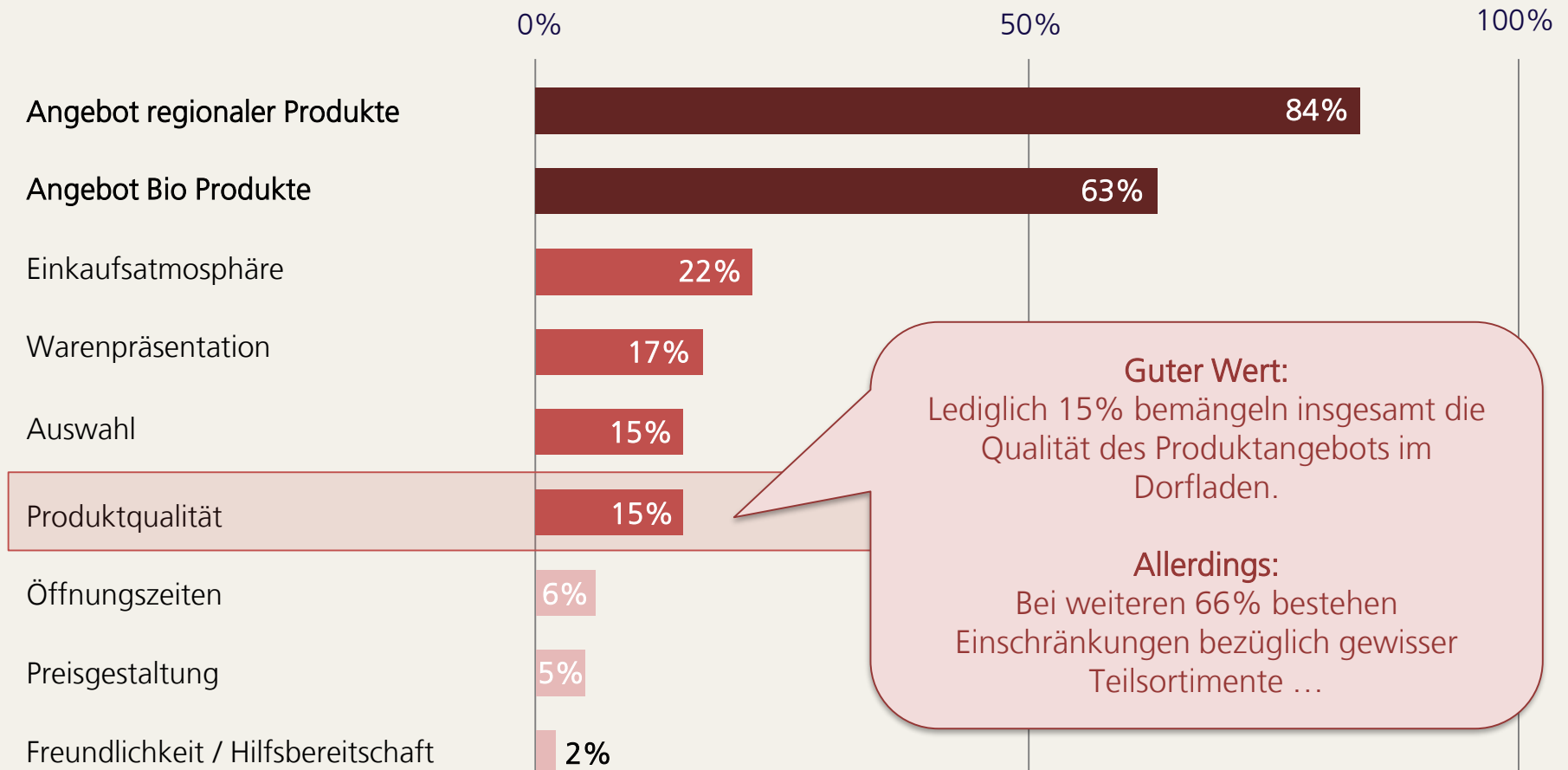
Anteil der Haushalte, die bei folgenden Kriterien Verbesserungsbedarf sehen

Relativer Anteil der beiden entsprechenden Ausprägungen je Kriterium bei Frage 2.5.



Qualität – Sortiment überwiegend sehr gut bewertet, bei einigen Produkten bestehen aber Verbesserungsmöglichkeiten

Anteil der Haushalte, die bei folgenden Kriterien Verbesserungsbedarf sehen
 Relativer Anteil der beiden entsprechenden Ausprägungen je Kriterium bei Frage 2.5.



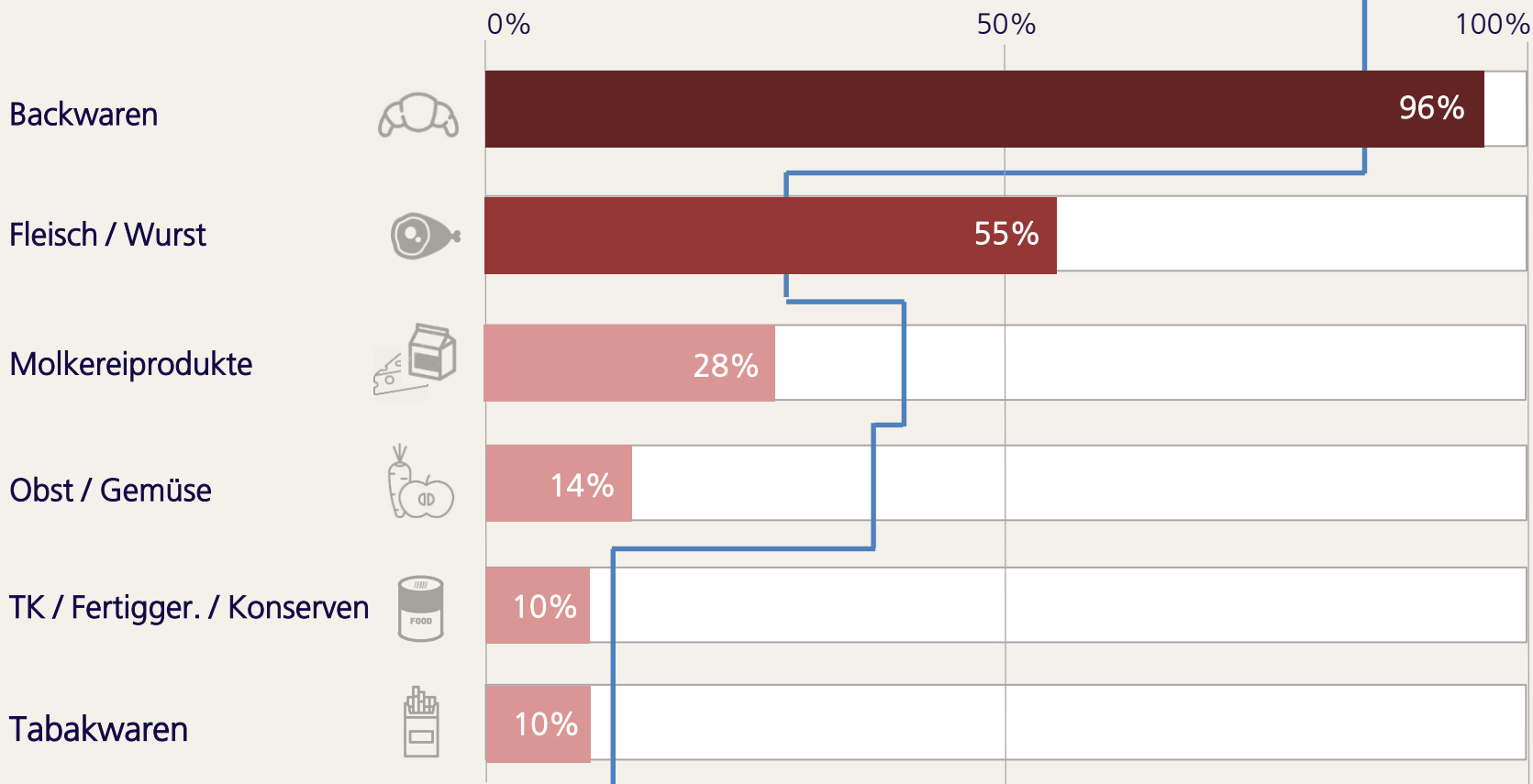
6

Frischeprodukte – Beim Vergleich mit Absatzverteilungen anderer Dorfläden lassen sich mögliche ungenutzte Potenziale erkennen

Nutzung des Dorfladens zum Kauf einzelner Produktgruppen

Anteil aller Haushalte, die das Angebot mindestens „häufig“ nutzen - Frage 2.3.

Ø Nutzung in anderen Dorfläden



Drogerie / Haushaltsartikel: 6% – Getränke: 5%

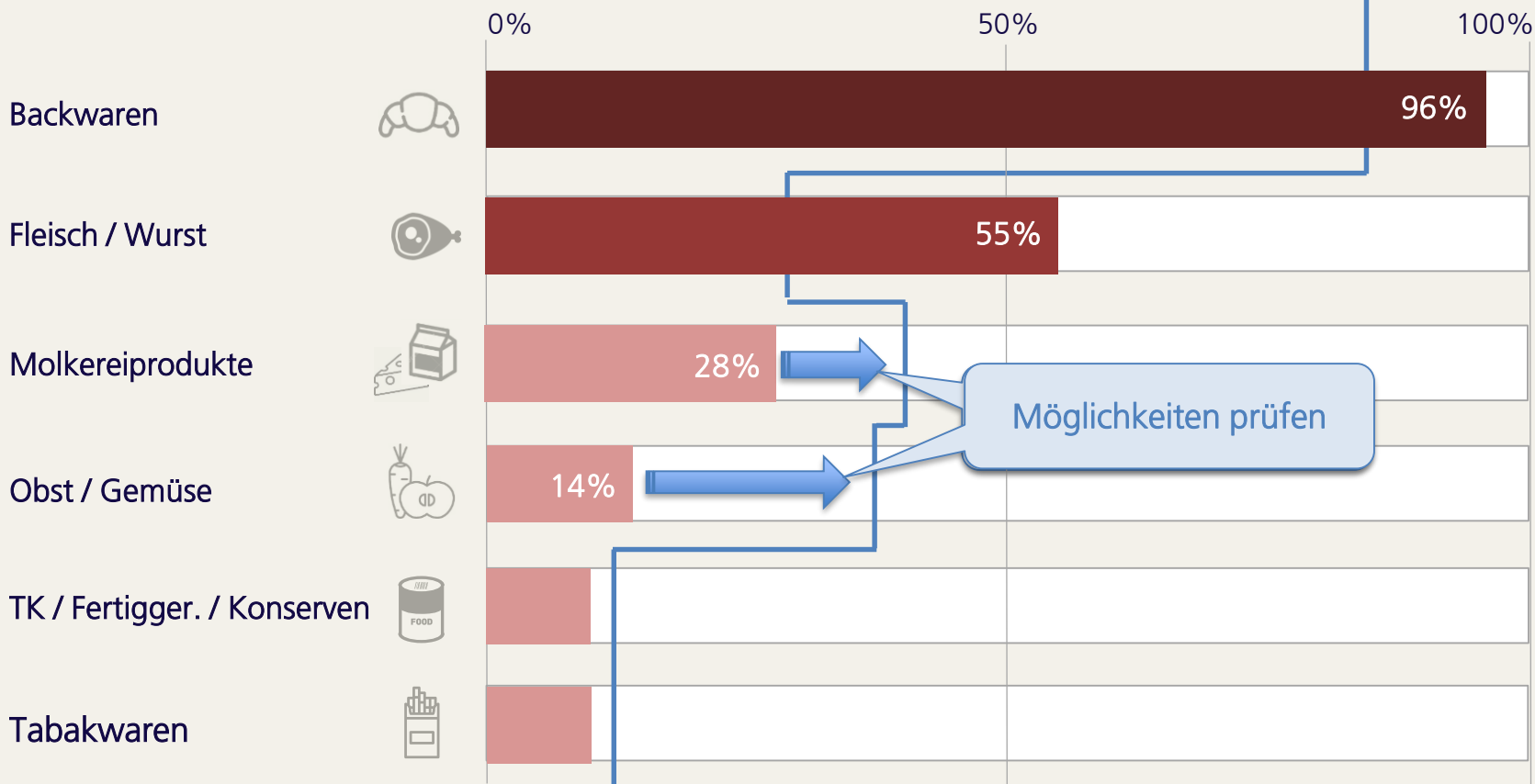
6

Frischeprodukte – Beim Vergleich mit Absatzverteilungen anderer Dorfläden lassen sich mögliche ungenutzte Potenziale erkennen

Nutzung des Dorfladens zum Kauf einzelner Produktgruppen

Anteil aller Haushalte, die das Angebot mindestens „häufig“ nutzen - Frage 2.3.

Ø Nutzung in anderen Dorfläden



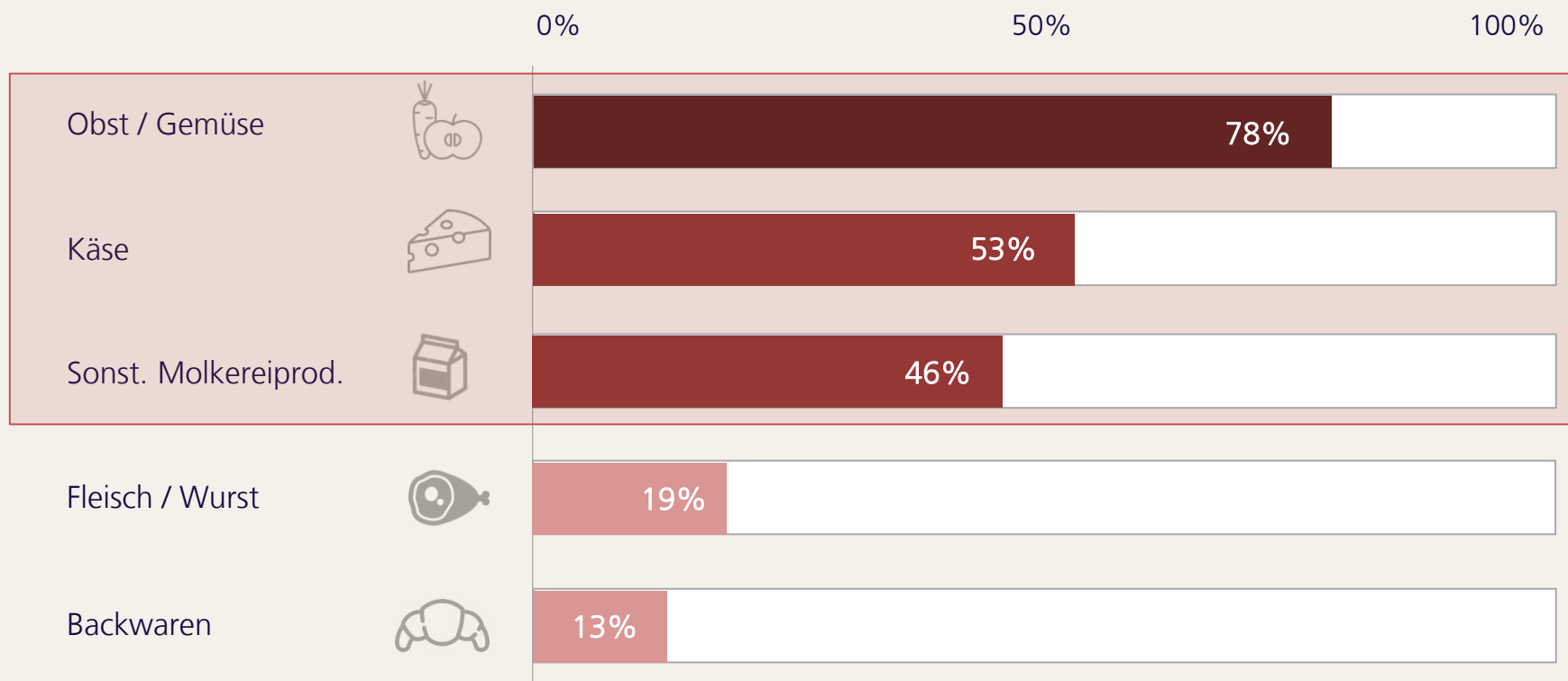
Drogerie / Haushaltsartikel: 6% – Getränke: 5%

Obst / Gemüse / Molkereiprodukte – Bewertung des Angebots verdeutlicht die Unzufriedenheit der Haushalte mit den Produkten

Bewertung der Frischwarenbereiche im bestehenden Laden

Anteil der Haushalte, die das Angebot als nicht gut bewerten

Relativer Anteil der Bewertungen mit einer Schulnote von 3 bis 6 (Frage 2.4.)



b Gliederung der Präsentation

Ausgangslage – Einkaufsverhalten der Haushalte
Nutzung Einkaufsstätten / Zufriedenheit

Handlungsbereich I – Ausrichtung Sortiment
Konsumpräferenzen / Bewertung Warengruppen

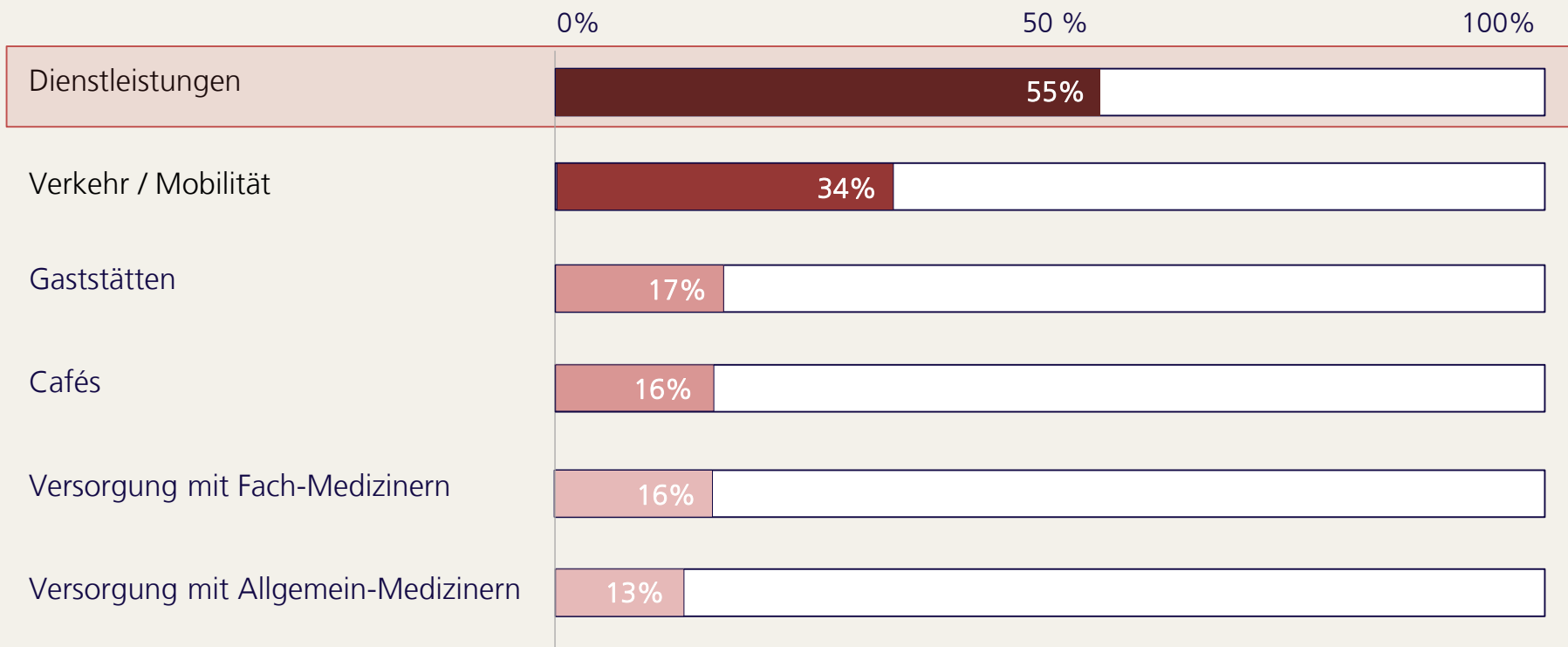
Handlungsbereich II – Integration Zusatzangebote
Dienstleistungen / Serviceangebote / Bewirtung

Zusammenfassung – Erkenntnisse im Überblick
Schlussfolgerungen / Handlungsempfehlungen

6

Zusatzleistungen - Dorfladen hat sich als Treffpunkt etabliert – Aufnahme weiterer Dienstleistungen sollte erörtert werden

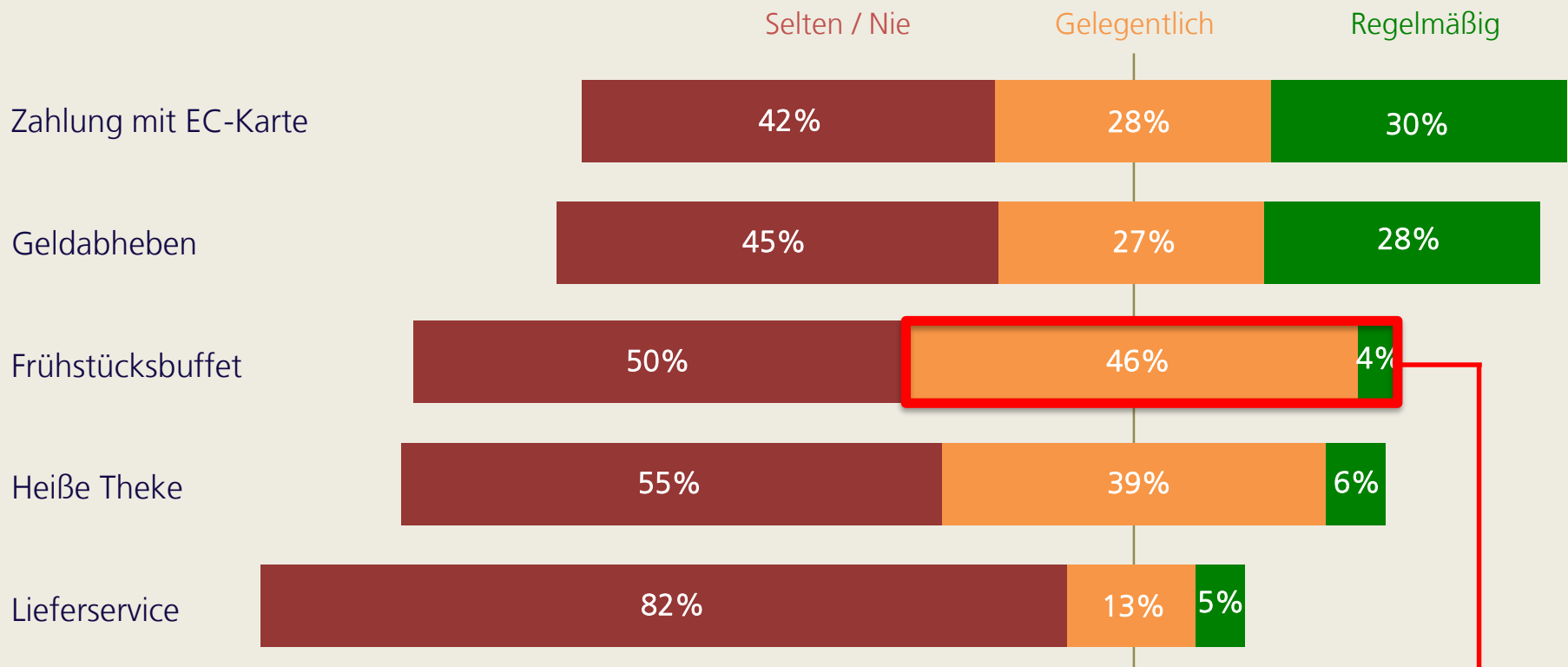
Empfundener Verbesserungsbedarf bei Angeboten in der Umgebung
 Relative Häufigkeit der Nennungen bei Frage 1.10.



Kulturangebote: 12% – Treffpunkte: 12% – Sonstiger Einzelhandel: 7% – Kinderbetreuung: 6% – Altenpflege / -betreuung: 3% – Kneipen: 3% – Lebensmittelversorgung: 2%

Gewünschte Zusatzangebote im Dorfladen

Relative Häufigkeit der Nennungen bei Frage 2.7.



64 Haushalte mit Interesse an zumindest gelegentlicher Nutzung rechtfertigt einen Versuch zur Etablierung eines entsprechenden Angebots (anfänglich z.B. monatlich)

b Gliederung der Präsentation

Ausgangslage – Einkaufsverhalten der Haushalte
Nutzung Einkaufsstätten / Zufriedenheit

Handlungsbereich I – Ausrichtung Sortiment
Konsumpräferenzen / Bewertung Warengruppen

Handlungsbereich II – Integration Zusatzangebote
Dienstleistungen / Serviceangebote / Bewirtung

Zusammenfassung – Erkenntnisse im Überblick
Schlussfolgerungen / Handlungsempfehlungen

Erkenntnisse im Überblick

Aktuelle Situation

Die Bürger von Oberelbert sind mit Ihrer Einkaufssituation sehr zufrieden

- ➔ **Dorfladen** hat sich als wichtiger Teil der Versorgungsstrukturen **etabliert**
- ➔ Für ca. die **Hälfte der Befragten** ist der **Dorfladen ein fester Bestandteil** bei den regelmäßigen Einkäufen und trägt zur wesentlichen Erleichterung bei

Handlungsempfehlungen

Folgende Möglichkeiten bieten sich dem Dorfladen aber, um das Angebot noch mehr an den Bedürfnissen auszurichten und zusätzliche Umsatzbeiträge zu generieren:

- ➔ Aufbau eines ansprechenden Sortiments an **Regional-** und **Bioprodukten** / Ausschöpfung der sich in der Umgebung bietenden Möglichkeiten
siehe beiliegende Liste regionaler Anbieter
- ➔ hier insbesondere: Aufwertung des Angebots bei **Obst / Gemüse** und **Molkereiprodukten**
- ➔ **Hohe Qualität der Produkte** als wichtige Voraussetzung
- ➔ Ggfs. zusätzliche **Dienstleistungen**: **EC-Zahlung** mit **Geldauszahlungsfunktion**
- ➔ **Frühstücksbrunch**: gewisses Interesse zu erkennen -> über 2 – 3 Monate testen



M.Punkt RLP

Volker Bulitta Unternehmensberatung
 Biebelhausener Str. 23
 54441 Ayl

0651-9984988-99
 info@volkerbulitta.de

www.m-punkt-rlp.de

*Eine Initiative
 gefördert
 durch das*



Rheinland-Pfalz
 MINISTERIUM DES INNERN
 UND FÜR SPORT

