

Auswertung der Umfrage der Kaufmannschaft Altstadt e.V. zu den Sonderöffnungszeiten

Aussendungen: 260 Umfragebögen

Zeitraum: 28.06.2016 bis 12.07.2016

Themenpunkte:

- I. Mitternachts-Shopping
- II. Sonntags-Shopping
- III. Wünsche
- IV. Tipps

Statistik [Erfassung Zettel / Fax / Online]

Insgesamt **62 Teilnehmer** (Online, Fax und Mail)

Davon **49 Einzelhändler** und **13 Dienstleister**

| | | |
|-----------------------------------|---------|-----------|
| Betroffen von den Öffnungszeiten | JA / 48 | NEIN / 14 |
| Beteiligung Mitternachts-Shopping | JA / 24 | NEIN / 38 |
| Beteiligung Sonntags-Shopping | JA / 48 | NEIN / 14 |

Dann noch einmal **nur die Einzelhändler** entsprechend 49 Geschäfte :

| | | |
|--|---------|-----------|
| Betroffen von den Öffnungszeiten | JA / 45 | NEIN / 4 |
| Beteiligung Mitternachts-Shopping (ca. 61% dagegen) | JA / 19 | NEIN / 30 |
| Beteiligung Sonntags-Shopping (ca. 86% dafür) | JA / 42 | NEIN / 7 |

Themen Antworten / Auszüge / Zitate:

I.1. Mitternachts-Shopping [JA]

... bei uns im Laden ist immer eine ganz besondere Stimmung ...

... ja aber nur bis 22.00, danach keine Umsätze mehr...

... es ist ein wichtiger Beitrag zum Bielefeld Marketing und es macht Spaß ...

... es lockt Kunden aus dem Umfeld an, aber nur bis 22.00 ...

... verkaufen, neue Kontakte knüpfen, Bedarf wecken ...

... Bielefeld ist eine überregionale Einkaufsstadt und sollte gerade in der Altstadt Flagge zeigen ...

... wir öffnen, weil es alle machen, ist aber leider nicht effektiv ...

... wir laden unsere Kunden speziell ein, sonst keine Frequenz ...

I.2. Mitternachts-Shopping [NEIN]

... Kundenfrequenz zu gering ...

... mitgemacht und geärgert, nicht mehr Umsätze, Umsätze nur verteilt ...

... zu wenig Kundenfrequenz, sollte um 22.00 enden ...

... die Kunden sind eher an Gastronomie interessiert ...

... starker Umsatzrückgang über die Jahre ...

... die Tagesfrequenz geht dadurch stark zurück und wird abends nicht aufgefangen ...

... unser älterer Kundenstamm kommt nicht und Personalkosten/Umsatz stehen nicht im Verhältnis ...

... es lohnt sich definitiv nicht ...

... max. 22.00 ...

... der Aufwand und die Kosten stehen in keinem Verhältnis zum Ergebnis ...

... aus unserer Sicht kein zeitgemäßes Event ...

... Verschlingt nur Zeit und Kapital ...

... die Nebenstraßen haben zu wenig Frequenz...

... die ersten MS waren sehr gut, wurden leider immer mehr zur Schnäppchenjagd ...

... Konzept veraltet, neue Ideen ...

... wir empfinden diese Veranstaltungen als äußerst ausgelutscht, zudem gibt es im Neustädter Viertel so gut wie keine Frequenz ...

... eine Verlängerung der Öffnungszeiten ergibt ein Mehr an Kosten, der Umsatz wird nur verteilt ...

... ab 22.00 keine Umsätze mehr, die Gastronomie profitiert und sollte mit ins Boot geholt werden, die Gastronomie soll sich stärker finanziell zu beteiligen ...

II.1. Sonntags-Shopping [JA]

... lohnt sich besonders bei gutem Wetter ...

... es gibt vielen Kunden die Möglichkeit mit der gesamten Familie einkaufen zu gehen ...

... Sonntage sind wichtige und zusätzliche Umsatztage ...

... effektives Marketing ...

... extrem wichtig, weil wir viele neue Kunden aus dem Umfeld bekommen ...

... weil wir gute bis sehr gute Umsätze generieren ...

... ein besonderes Flair durch Events: „Die Altstadt zeigt Gesicht“ und „Glücksmomente“ ...

... Kunden von außerhalb haben die Möglichkeit einen ganzen Nachmittag in der Stadt zu verweilen ...

... wichtig um von neuen Kunden gesehen zu werden ...

... Eventunterstützung ist auf jeden Fall wichtig für eine gut besuchte Stadt ...

... die Aktionen der letzten offenen Sonntage waren ansprechend und gut organisiert ...

... die Frequenz war in den letzten 3 Jahren besonders hoch und dadurch kam auch gutes Kundenpotential in die Stadt ...

... unsere Stammkunden kommen gerne mit der ganzen Familie ...

... der Aufwand hält sich im Rahmen und der Umsatz ist entsprechend ok ...

... weil wir das einheitliche Bild der Altstadt gerne unterstützen ...

... es wird ein größeres Publikum angesprochen, nämlich gesamte Familien ...

... es lohnt sich für uns ...

... gemeinsames Shopperlebnis ...

... viele Kunden sind dadurch nachweislich auf uns aufmerksam geworden, trotz Randlage ...

... es ist Werbung für die Altstadt, das geht aber nur gemeinsam mit allen Kaufleuten der Altstadt ...

... wird von den Kunden gut angenommen ...

... die Gemeinschaftsaktion gefällt uns, einheitliches Erscheinungsbild ist sehr schön ...

II.2. Sonntags-Shopping [NEIN]

... in der Kasse nicht spürbar ...

... Herbstevent ist schwach besucht ...

... in Zukunft machen wir nicht mehr mit. Es ist eine Plattform für die Gastronomie ...

... der Bunnemannplatz wird zu wenig einbezogen ...

... mehr Kosten als Umsatz ...

III. Was für Aktionen/Events für und in der Altstadt wünschen Sie sich?

... am verkaufsoffenen Sonntag mit Motto wie bisher ist gut und wünschenswert ...

... neue Ideen ohne Ausweitung der Öffnungszeiten ...

... Aktionen nicht zu zentral am Alten Markt, mehr verteilen ...

... mehr Aktionen ähnlich dem Frühlingsfest(z.B. Glücksmomente), zum Oktober z.B. mit Indian Summer o.ä. ...

... die letzten Events waren ok, Nebenstrassen auf jeden Fall einbeziehen ...

- ... kulinarische Events auf dem Bunnemannplatz ...
- ... Kooperationsangebote unter den einzelnen Geschäften ...
- ... Aktionen und Events sind wichtig damit die Frequenz wieder steigt ...
- ... mehr Musikevents verteilt an den Wochenenden...Jazz z.B. ...
- ... zu den Sonderöffnungszeiten eine zentrale Veranstaltung auf dem Alten Markt ...
- ... Aktionen die frequenzfördernd sind und den Handel nicht einschränken. Umzüge wie Carnival der Kulturen und Autos vor den Geschäften wie bei La Strada auf jeden Fall weg lassen ...
- ... gute Musikveranstaltungen, Events mit Künstlern ...
- ... verkaufsoffene Sonntage mit dem Schwerpunkt „Shoppen“ ...
- ... Aktionen die über einen längeren Zeitraum gehen und nicht nur am Sonntag stattfinden ...
- ... mehr Programm für Kinder ...

IV. Mein persönlicher Tipp an die Kaufmannschaft der Altstadt:

- ... Carnival der Kulturen in Zukunft nur noch sonntags ...
- ... mehr außergewöhnliche Events (siehe Münster) ...
- ... bessere Abstimmung zwischen Veranstaltungen und dem Grundinteresse des Handels ...
- ... einen Ideenkatalog erstellen für die nicht ganz so kreativen Mitglieder ...
- ... wir finden, dass Sonderöffnungen ganz wichtig sind für den Einzelhandel ...
- ... mehr gemeinsame Werbemöglichkeiten an belebten Stellen schaffen, Kreuzungen etc., statt einzelner Aufsteller ...
- ... Analyse welcher Kunde kommt in die Stadt ...
- ... einheitliche Öffnungszeiten aller Geschäfte ...
- ... bitte nicht noch längere Öffnungszeiten. Die Umsätze werden entgegen aller Erwartungen nicht mehr. Die Kunden haben nicht mehr Geld, nur weil wir in Zukunft mehr Aktionstage haben. Sonntagsshopping mitnehmen, aber Midnightshopping sein lassen ...

... nicht zu viele Events und nicht verstärkt auf Einzelwünsche reagieren. Mehr gemeinsam entscheiden ...

... Events, Aktionen planen die überraschen und begeistern ...

... keine Verkaufsstände vor den Läden wie beim Leinweber ...

... mehr an die Geschäfte im Randbereich denken bei allen Aktionen und Events ...

... Mitternachtsshopping nur bis 22.00 Uhr ...

... mehr Aktionen in den Seitenstraßen ...