

MGS

Tochtergesellschaft
der GWG München

work&act 2.0



DIE GIESINGER GESCHÄFTSWELT

Auswertung der
Kundenbefragung

Liebe Gewerbetreibende,

der anhaltende Zuzug macht auch vor Giesing nicht halt. Wo man früher ganz selbstverständlich die Bewohnerinnen und Bewohner seines Viertels kannte, führt der schnelle Wandel heute oftmals zu Anonymität und fehlendem Austausch. Doch eins ist sicher: Nur wer seine Zielgruppe kennt, kann sich erfolgreich am Markt präsentieren.

Um hier Abhilfe zu schaffen, wurde im Sommer 2019 eine große Kundenbefragung durchgeführt. Wie viele ihrer Einkäufe erledigen die Menschen in Giesing? Was ist das wichtigste Kriterium bei der Einkaufsentscheidung? Und was wünschen sich die Giesinger eigentlich von Läden in ihrem Stadtteil? Diese und weitere Fragen möchten wir mit diesem Booklet beantworten.

Auf der letzten Seite finden Sie zudem einen kurzen Fragebogen, in dem Sie sich zu den Ergebnissen äußern und Ihre Ideen für die Zukunft der Giesinger Geschäftswelt festhalten können. Die ausgefüllten Fragebögen holen wir Ende Dezember ganz einfach in Ihrem Geschäft ab. Ihre Anmerkungen werden gemeinsam mit den Ergebnissen der Kundenbefragung die Basis für unsere

weiteren Marketingaktionen und Seminare in den kommenden Jahren legen. Wir bedanken uns schon jetzt für Ihre Unterstützung! Die Kundenbefragung und dieses Booklet entstanden im Rahmen des Förderprojekts „work&act 2.0“. Mit diesem unterstützt die Stadt München den Erhalt lebendiger Quartiers- und Geschäftszentren.

Wir hoffen, dass Ihnen die Ergebnisse der Befragung helfen, mit passgenauen Aktionen noch mehr Kundinnen und Kunden für Ihr Geschäft zu begeistern. Wenn Sie Fragen haben oder Unterstützung bei der Umsetzung brauchen, melden Sie sich gerne jederzeit bei uns. Die Kontaktdaten finden Sie auf der Rückseite.

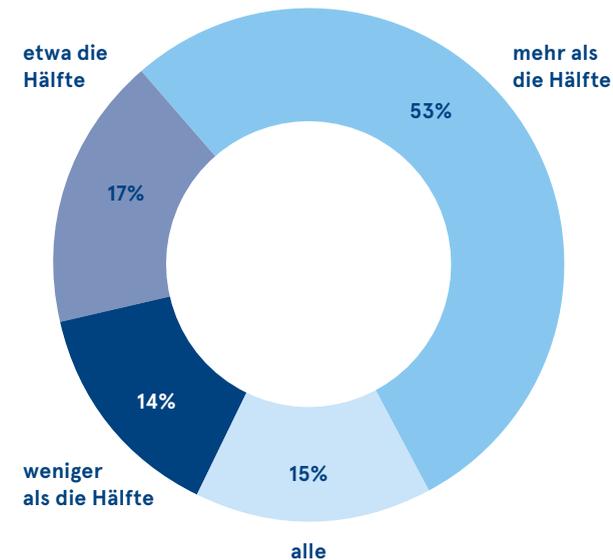
Herzliche Grüße
Tanja Franchi und Tina Schmitt
Ihr Team vom
BIWAQ-Geschäftsstraßenmanagement



Einkaufshäufigkeit im Quartier

Die Einkaufshäufigkeit der Bewohnerinnen und Bewohner im eigenen Viertel gibt wichtige Anhaltspunkte zur Attraktivität des Einkaufsstandorts. Denn kann das örtliche Angebot die Bedürfnisse größtenteils erfüllen, müssen Anwohner nicht auf umliegende Viertel oder Online-Shopping ausweichen.

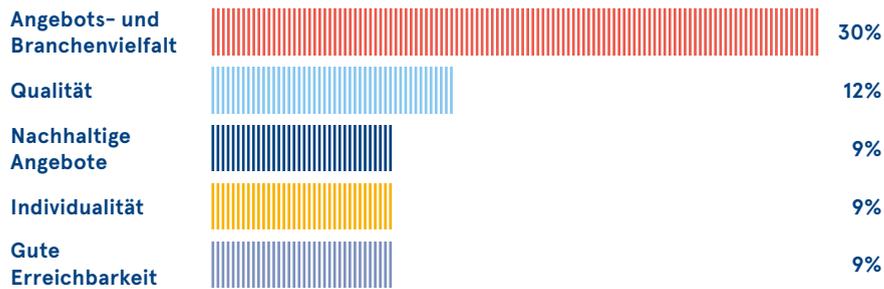
Wie viele Einkäufe erledigen Sie in Giesing?



In Giesing erledigen **85% der Befragten mindestens die Hälfte ihrer Einkäufe in Giesing**. Dieser hohe Wert spricht prinzipiell für eine gute Angebotsstruktur vor Ort. Diese Einschätzung scheinen die verschiedenen Altersgruppen zu teilen: So liegen die Werte in allen Gruppen auf einem gleichbleibend hohen Niveau.

Wünsche und Bedarfe

Was wünschen Sie sich von Läden im Stadtteil?



Und dennoch: Fragt man die Kunden nach Ihren Wünschen an die Läden im Viertel, ist die mit Abstand häufigste Nennung eine **Verbesserung der Angebots- und Branchenvielfalt**.



Den Befragten geht es bei diesem Wunsch nach Vielfalt jedoch nicht um weitere große Supermärkte oder Ketten. Vielmehr wünschen Sie sich den Erhalt und die Stärkung individueller und qualitätsvoller Betriebe – gerne auch innovative Konzepte wie Unverpackt-Läden oder lokale Kaffee-Röstereien.

Die Giesinger Kunden suchen also das **Besondere: Einen Wunsch, den Sie sowohl in Ihrer Sortimentsgestaltung als auch in Ihrer Werbestrategie berücksichtigen sollten.**

„Bleibt bitte da, gebt nicht auf. Trotz all der Menschen, die derzeit in die Discounter rennen. Irgendwann werden sie merken, dass es besser schmeckt, wenn man weiß, wo es herkommt.“

Kommentar in einem Online-Fragebogen

Welche Läden fehlen Ihnen in Giesing?



Nun empfehlen wir Ihnen natürlich nicht die Gründung des ersten Giesinger Bio-Bauernhofs. Trotzdem bieten die Antworten wertvolle Tipps für die eigene Geschäfts-Strategie:

Wie wäre es zum Beispiel, das eigene Bekleidungs-Angebot noch gezielter im Stadtteil zu bewerben?

Oder Ihren Schreibwarenladen um ein kleines Angebot ausgewählter Spielsachen zu erweitern?

Und wer weiß, vielleicht gibt es ja sogar Möglichkeiten, Ihr Sortiment an Bio-Produkten weiter auszubauen.

A photograph of a market stall with various fresh produce. In the foreground, there is a large white crate filled with bright orange oranges. Behind it, there are baskets of dark purple grapes and other colorful fruits. The background is slightly blurred, showing more of the market environment.

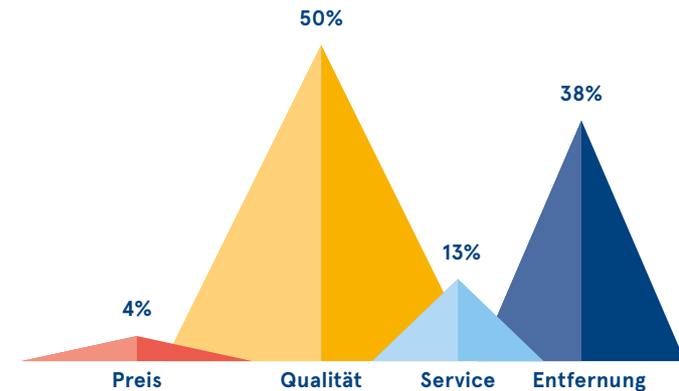
104 Befragte haben den Fragebogen vollständig ausgefüllt. Der jüngste Teilnehmende war 26, der älteste knapp 70 Jahre alt. 83% der Befragten kommen aus Giesing. Zwei Drittel der Teilnehmenden sind weiblich.



Die Angst vor einer Preiskonkurrenz mit dem Online-Handel scheint in Giesing weitgehend unbegründet. Setzen Sie daher lieber auf die Sichtbarmachung Ihrer Qualität und Individualität.

Entscheidungskriterien beim Kauf

Was ist am wichtigsten für die Entscheidung, wo Sie einkaufen?



Besonders wichtig für die Kaufentscheidung ist die Qualität. Ein Punkt, in dem Sie mit Ihrem Erfahrungsschatz jede Konkurrenz schlagen können. Doch fragen Sie sich: **Können potentielle Kunden diese Qualität auch auf den ersten Blick sehen?**

Interessant ist, dass der Preis mit nur 4% eine sehr untergeordnete Rolle für die Giesinger spielt. Auch die Möglichkeiten zur Erhöhung des Umsatzes durch zusätzliche Serviceleistungen sind eher gering.

Wir wissen, dass für diese Themen neben dem eigentlichen Tagesgeschäft kaum Zeit bleibt. Suchen Sie sich daher Unterstützung. Wir beraten Sie gerne vor Ort und vermitteln bei Bedarf Experten – natürlich kostenlos.

Eigenschaften der Giesinger Geschäftswelt

Welche drei Eigenschaften verbinden Sie mit Geschäften in Giesing?

Welche Eigenschaften verbinden die Befragten mit der Giesinger Geschäftswelt? Hier zeigt die Auswertung ein durchaus positives Bild mit einem Schwerpunkt auf Begriffen wie sympathisch oder nachbarschaftlich.

Problematisch sind jedoch die eher niedrigen Werte für die Begriffe qualitativ und individuell – gerade im Hinblick auf deren große Bedeutung für die Kaufentscheidung.

Qualitätsvolle, inhabergeführte Ladengeschäfte sind auf ein leistbares Mietniveau vor Ort angewiesen. Ein wichtiger Baustein der „work&act 2.0“-Strategie wird daher die Vertretung der Gewerbe-Interessen gegenüber den verschiedenen Akteuren aus Politik, Verwaltung und Wirtschaft sein.



Mit Weitblick nah versorgt

Fragebogen

Um die Giesinger Geschäftswelt in den kommenden Jahren bestmöglich unterstützen zu können, brauchen wir nun Ihre Hilfe. Bitte füllen Sie folgenden Fragebogen soweit möglich aus – Ihre Antworten bleiben natürlich anonym. Den ausgefüllten Bogen holen wir Ende Dezember bei Ihnen ab.

Was ist der größte Vorteil des Standorts Giesing?

Und was sein größter Nachteil?

Hat sich die wirtschaftliche Lage Ihres Unternehmens in den letzten 5 Jahren:

- Verschlechtert
- Nicht verändert
- Verbessert

Was ist momentan Ihr größtes Problem in Bezug auf Ihren Betrieb?

Wenn Geld und Zeit keine Rolle spielten: Was würde Ihnen bei diesem Problem helfen?

Woher kommen Ihre Kunden hauptsächlich?

- Aus dem Viertel
- Angrenzende Viertel
- Gesamtes Stadtgebiet
- Überregional

Nun einige etwas distanzlose Fragen: Wie hoch ist Ihre monatliche Kaltmiete pro Quadratmeter?

Wann wurde diese Miete zuletzt erhöht?

Wann haben Sie zuletzt eine Renovierung oder Umgestaltung Ihres Ladens durchgeführt?

Wie alt sind Sie?

Planen Sie in den nächsten 5 Jahren die Betriebsaufgabe (bspw. durch Rente)?

- Nein
- Ja

Falls ja, gibt es bereits eine Nachfolgelösung?

- Nein
- Ja

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Kontakt

Tanja Franchi
Projektleitung
(089) 55 114-810
t.franchi@mgs-muenchen.de

Tina Schmitt
Geschäftsstraßenmanagement
(089) 55 114-839
t.schmitt@mgs-muenchen.de

Das Projekt **work&act 2.0** wird im Rahmen des ESF-Bundesprogramms „Bildung, Wirtschaft, Arbeit im Quartier – BIWAQ“ durch das Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat (BMI) und den Europäischen Sozialfonds gefördert. BIWAQ ist ein Partnerprogramm des Städtebauförderprogramms „Soziale Stadt“, das mit Mitteln des Bundes, des Landes und der Landeshauptstadt München finanziert und umgesetzt wird. Das Referat für Arbeit und Wirtschaft unterstützt BIWAQ durch das Münchner Beschäftigungs- und Qualifizierungsprogramm (MBQ).

