



Institut an der Universität Trier

Standortmarketing Thalfang

Abschlussveranstaltung 18.08.2010



Joachim Albrech / Oliver Mühlhan



Der Gemeinderat sucht einen Neuanfang für die Ortsgestaltung und Zusammenarbeit der Gewerbetreibenden.



Der Gemeinderat möchte, dass sich die Gemeinde als attraktiver und lebendiger Ort weiterentwickelt.



Wenn es keine Zusammenarbeit zwischen den Gewerbetreibenden gibt und nicht jeder mit anpackt, wird die Gemeinde als Einkaufsort unattraktiv.



Die Thalfanger Gewerbetreibenden haben in verschiedenen Arbeitsgruppen und Stammtischen neue Ideen für die Zusammenarbeit entwickelt.



Kunden haben ihre Meinung geäußert und Verbesserungsvorschläge eingebracht.



Sie möchten, dass die Dienstleister mehr auf die Bedürfnisse ihrer Kunden eingehen.



Ergebnisse Kundenbefragung



- 5000 Fragebögen
- Online-Fragebogen

- Rücklauf: 316
- davon 58 online

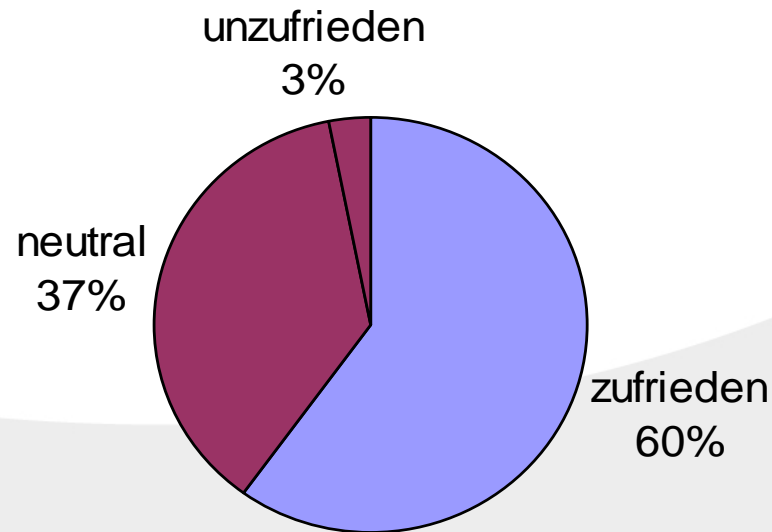


Einzugsgebiet ist auf Thalfang bezogen

- 49 % kommen aus OG Thalfang
- 26 % kommen aus dem Rest der VG Thalfang
- 5 % kommen aus der Umgebung (innerhalb 15 km)



Einteilung in Zufriedenheitsgruppen

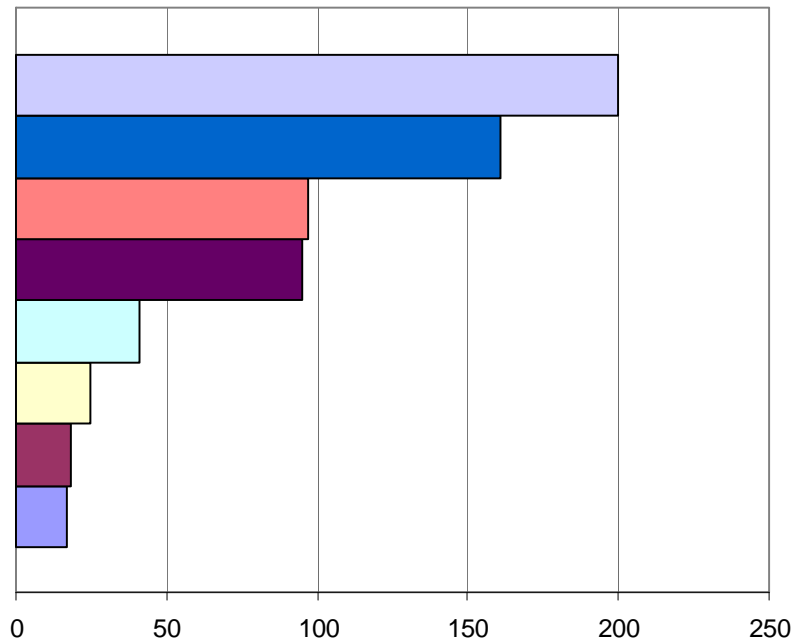


Welche Gruppen sind zufriedener als andere?

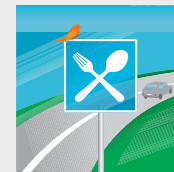
- Thalfanger sind zufriedener als Nicht-Thalfanger.
- Frauen sind viel zufriedener als Männer.
- Berufstätige sind tendenziell unzufriedener als Nicht-Berufstätige.



83 % der Einkäufe werden mit anderen Erledigungen gekoppelt.



- Andere Einkäufe
- Banken/Versicherungen
- Arztbesuche
- Behördenbesuch
- Gesundheitsleistungen
- Gastronomiebesuch
- Vereinstätigkeiten
- Sonstiges



Was erledigen die Thalfanger in Thalfang? I

Art der Erledigung	Anzahl der Bewohner, die Thalfang als Haupteinkaufsort angeben	Anzahl, die angeben woanders einzukaufen
Täglicher Bedarf	127	11
Banken	123	12
Sonstige Dienstleistungen	116	14
Arzt	114	20
Gesundheitsleistungen	112	8
Reparaturen	93	24

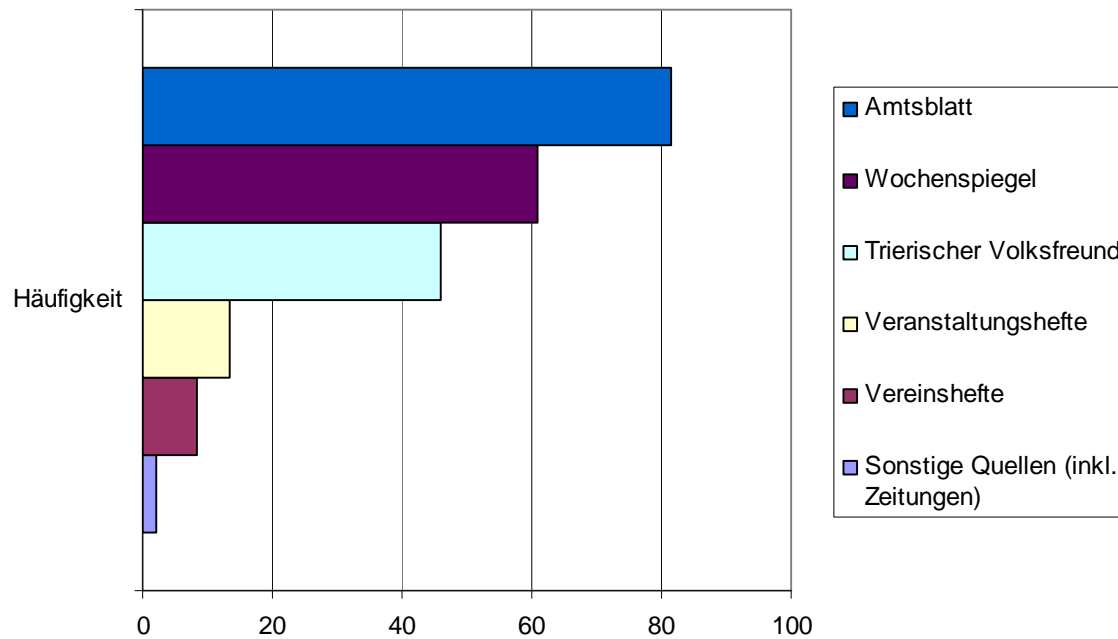


Was erledigen die Thalfanger in Thalfang? II

Art der Erledigung	Anzahl der Bewohner, die Thalfang als Haupteinkaufsort angeben	Anzahl, die angeben woanders einzukaufen
Wochenmarkt	71	12
Essen gehen	71	52
Café/Kneipe	61	51
Möbel, Autos, Elektrogeräte...	41	91
Bekleidung	36	100
Bummeln	14	109
Sonstige Erledigungen	6	9
Werkzeuge	4	109



Welche Medien werden genutzt?



Die Anbieter erwarten Veränderungen, insbesondere eine bessere Zusammenarbeit miteinander.



Die Anbieter haben sich getroffen, um Ideen auszutauschen und konkrete Ansätze zu entwickeln.



Einzelhändler, Gesundheitsanbieter und Gastronomen - jeder hat seine Ideen eingebracht.



Von der Vision zur Realisierbarkeit: Die Stammtische haben konkrete Ergebnisse erarbeitet.

Vision	Realisierbarkeit
Gut gegessen + getrunken	- 5 Gastronomen bieten Essen bestenlos - AG macht Getränke
Beteiligung / Teilnahme Vereine / Multiplikatoren	Besprechung Ergebnisse Dorfproduktionsortsausweisung Dellwo Grawl Ergebnisse Kundenumfrage
Viele aktive Teilnehmer (aus allen Bereichen)	Vorstellung von Analysen / Ergebnissen Slogan / Motto - erzeugt Wir-Gefühl - Hr. Miller Organstruktur
Anzeichen Wir-Gefühl	AG Gesundheit - Nennung Ideenfilter - 2 VertreterInnen (Adami)
realisierbare Zeiträume	AG Gastronomie - Vermarktung Ideen - 2-3 VertreterInnen (Adami)
klare nächste Schritte	Handwerk - Energieerkenntnis - Hr. Gerhardt
greifbar Ziel + klare Strukturen	Handel / Gewerbe - Verkaufsöffenes Sonntag mit gemeinsamen Werbung - Frau Zeit - Hr. Großmann
Ankündigung gemeinsame Werbung	(Eck-)gespräche Hände mit Bewältigung
realisierbare Maßnahmen verknüpfen	Organisatorische Einladungen (mit Vereinen) Pressekampagne (14 Tage vorher / 2x + danach) Presse einladen



Das Marketinghandbuch ist das Leitbild
für die Zukunft.



FÜR



Vertreter der verschiedenen Arbeitsgruppen stellen ihre Ideen und Projekte vor.



Herr Müller stellt die Überlegungen zur Selbstorganisation der Gewerbetreibenden vor.



Frau Breit und Herr Großmann stellen die Ergebnisse der AG Einzelhandel vor.



Herr Gerhard stellt den Energienachmittag des Handwerks vor.



Frau Stäwen und Herr Oos stellen die Ergebnisse der AG Gesundheit vor.



Frau Palm stellt die Ergebnisse der AG Gastronomie vor.





Universitätsring 15
D-54296 Trier
Postkasten DM 23

Tel.: +49 (0) 651 - 201 3129
info@taurus-pro.de
www.taurus-pro.de

Wir danken für Ihre Aufmerksamkeit!