



Ortsmarketing Samtgemeinde Bersenbrück

Ergebnisse der Unternehmensbefragung Samtgemeinde Bersenbrück insgesamt

19.12.2013



1. Ziele und Untersuchungsdesign
2. Struktur der befragten Unternehmen
3. Beurteilung des Standortes
4. Erwartungen an das Ortsmarketing
5. Beurteilung der Werbegemeinschaft und Bereitschaft zur Mitwirkung
6. Zusammenfassung



1. ZIELE UND UNTERSUCHUNGSDESIGN



Ziele und Untersuchungsdesign

Ziele

- Nachhaltige Verbesserung der Grundlage erfolgreichen Wirtschaftens für Gewerbetreibende, den Einzelhandel und einzelhandelsnahe Dienstleister in der Samtgemeinde Bersenbrück
- Schaffung einer fundierten Informationsgrundlage zur Optimierung des Ortsmarketings
- Sensibilisierung der Unternehmen in der Samtgemeinde für das Thema „Ortsmarketing“

Untersuchungsdesign

- Grundgesamtheit: Unternehmen in der Samtgemeinde Bersenbrück
- Methode: Online-Befragung
- Feldzeit: 23.10. bis 01.12.2013
- Rücklauf: Samtgemeinde 229

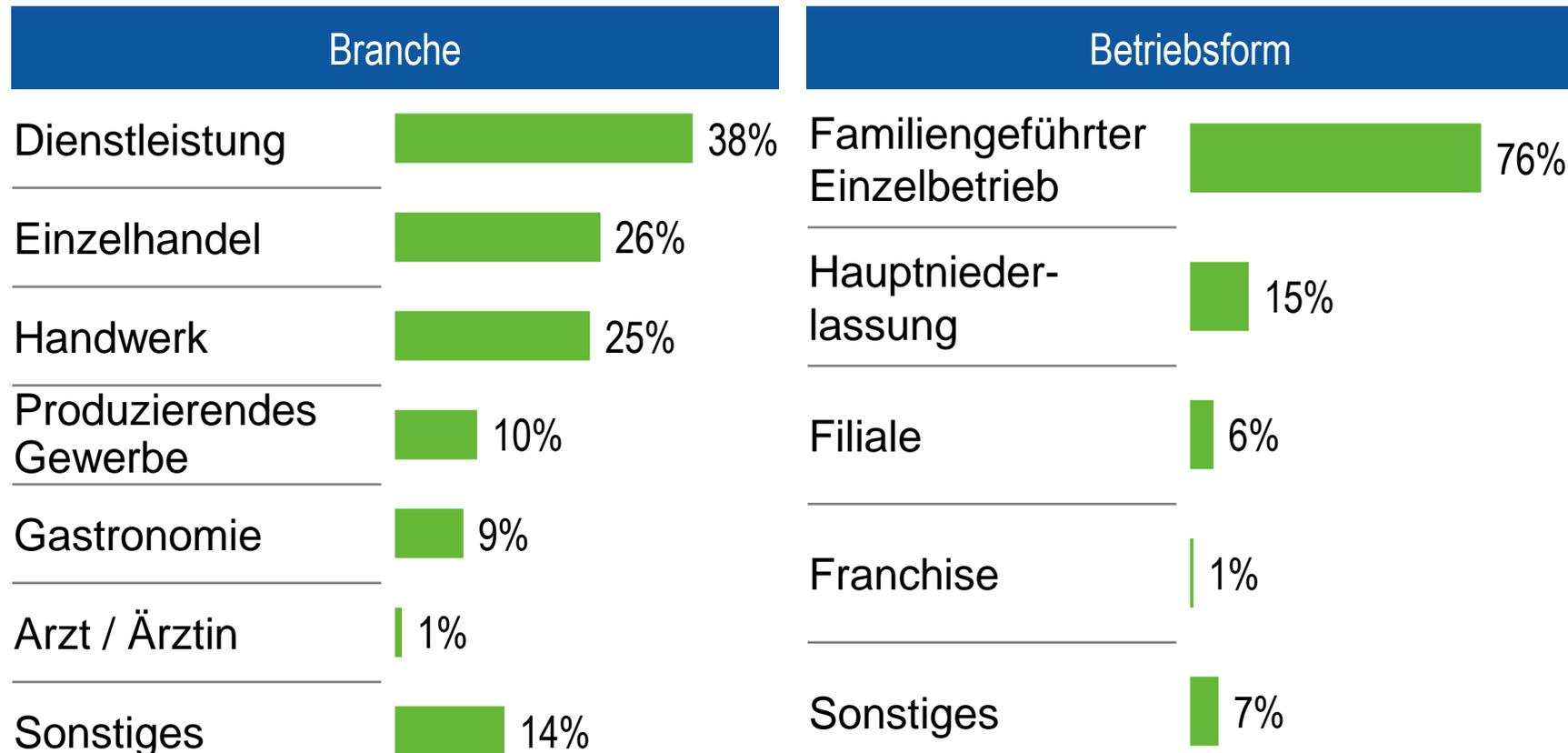
Alfhausen	16
Ankum	62
Bersenbrück	90
Eggermühlen	13
Gehrde	16
Kettenkamp	13
Rieste	19



2. STRUKTUR DER BEFRAGTEN UNTERNEHMEN



Struktur der befragten Unternehmen



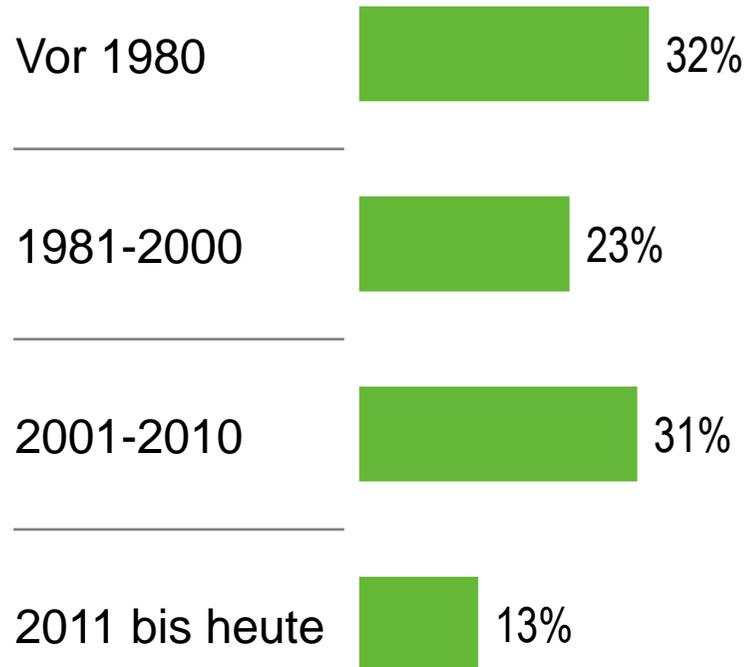
Zu welcher Branche zählt Ihr Betrieb? (Mehrfachnennungen möglich)

In welcher Betriebsform wird Ihr Unternehmen geführt (Mehrfachnennungen möglich); Basis: n=229

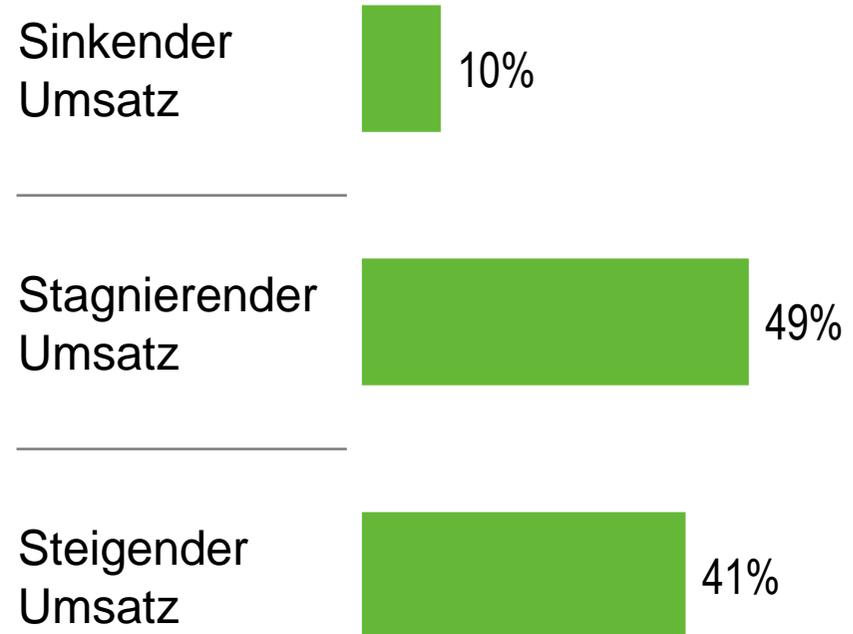


Struktur der befragten Unternehmen

Betriebsgründung in der Samtgemeinde



Umsatzentwicklung nächste 3-5 Jahre



Seit wann befindet sich Ihr Betrieb vor Ort?

Wie schätzen Sie Entwicklung Ihres Geschäftes in den kommenden 3-5 Jahren ein? Basis: n=229



3. BEURTEILUNG DES STANDORTES



Beurteilung der Orte insgesamt

... aus Sicht Ihres Unternehmens



... aus Sicht Ihrer Kunden



... aus Sicht eines Gastes / Touristen

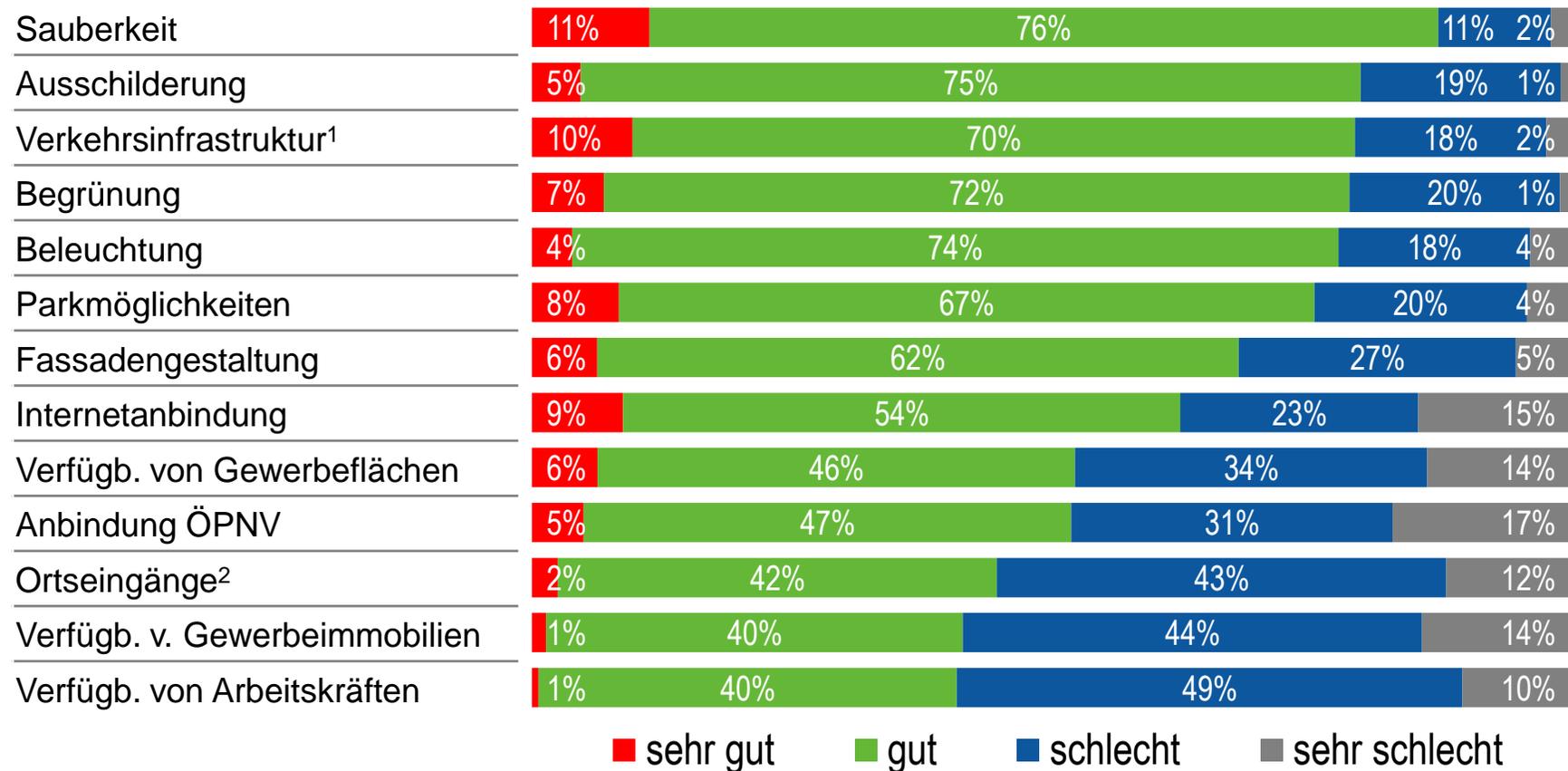


■ sehr attraktiv ■ attraktiv ■ eher unattraktiv ■ sehr unattraktiv

Wie bewerten Sie Ihren Ort grundsätzlich? Basis: n=229



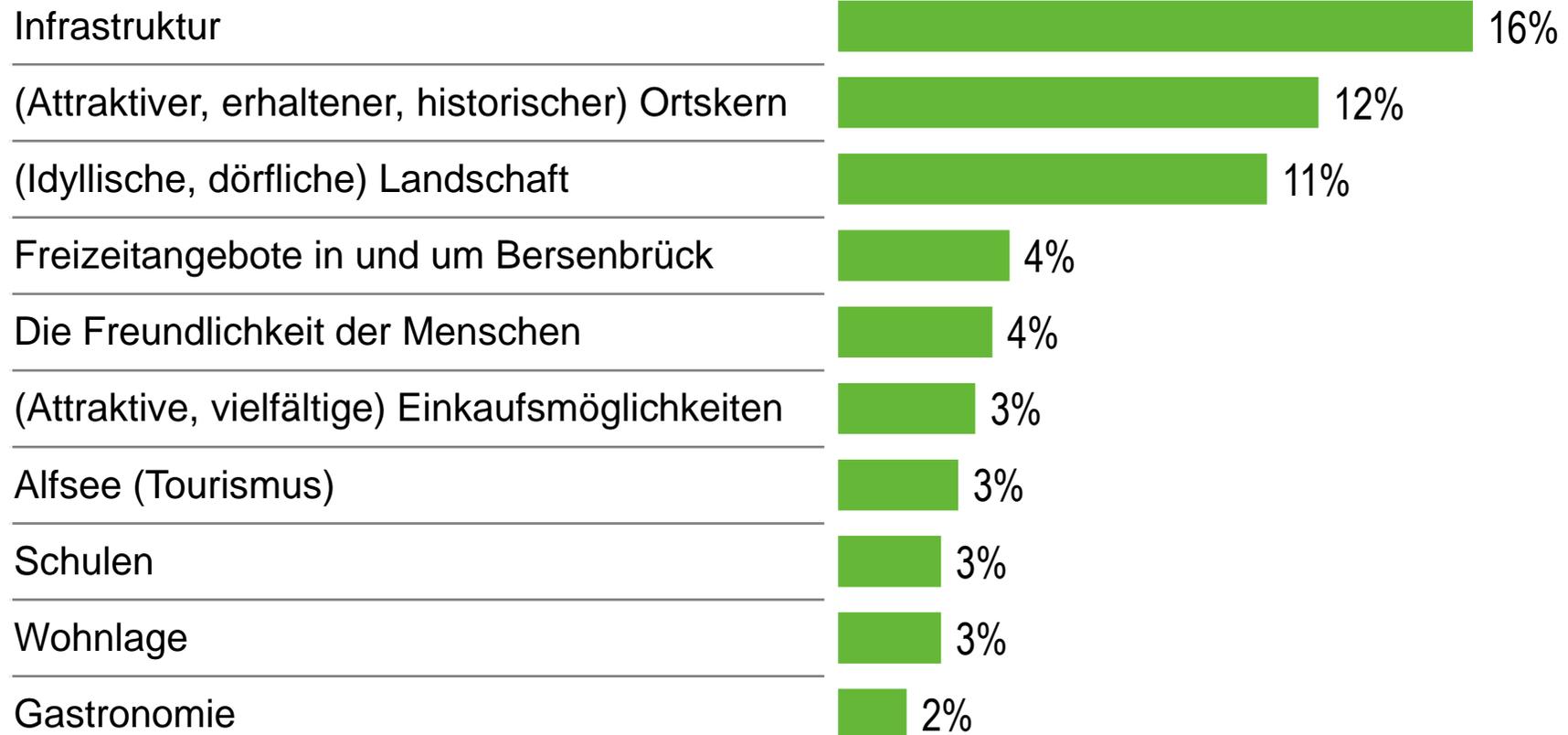
Beurteilung einzelner Standortfaktoren



Wie bewerten Sie folgende Kriterien für Ihren Ort? ¹(Straßen, Wege), ²(Gestaltung, Willkommensschilder); Basis: n=229



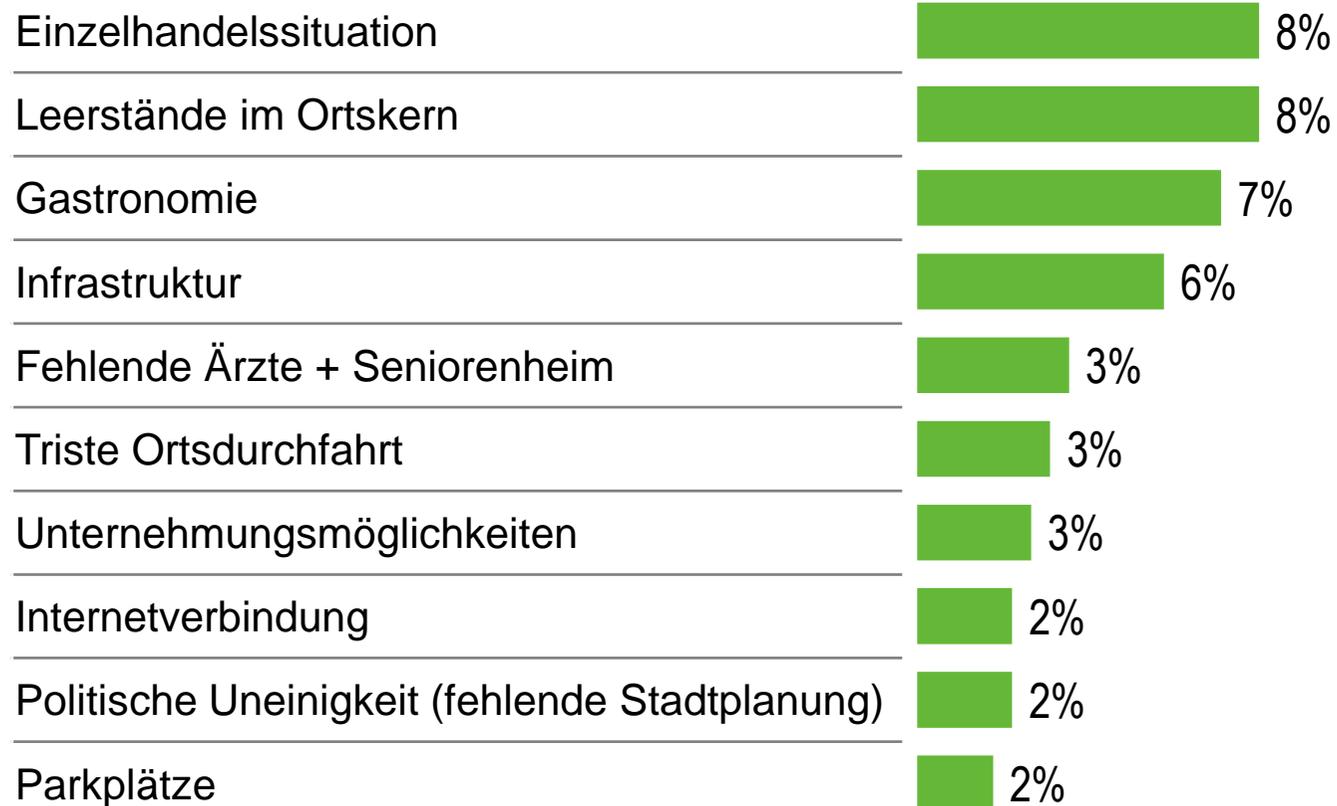
Stärken der Gemeinde



Was gefällt Ihnen in Ihrem Ort ... besonders gut? (ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Top 10); Basis: n=229



Schwächen der Gemeinde



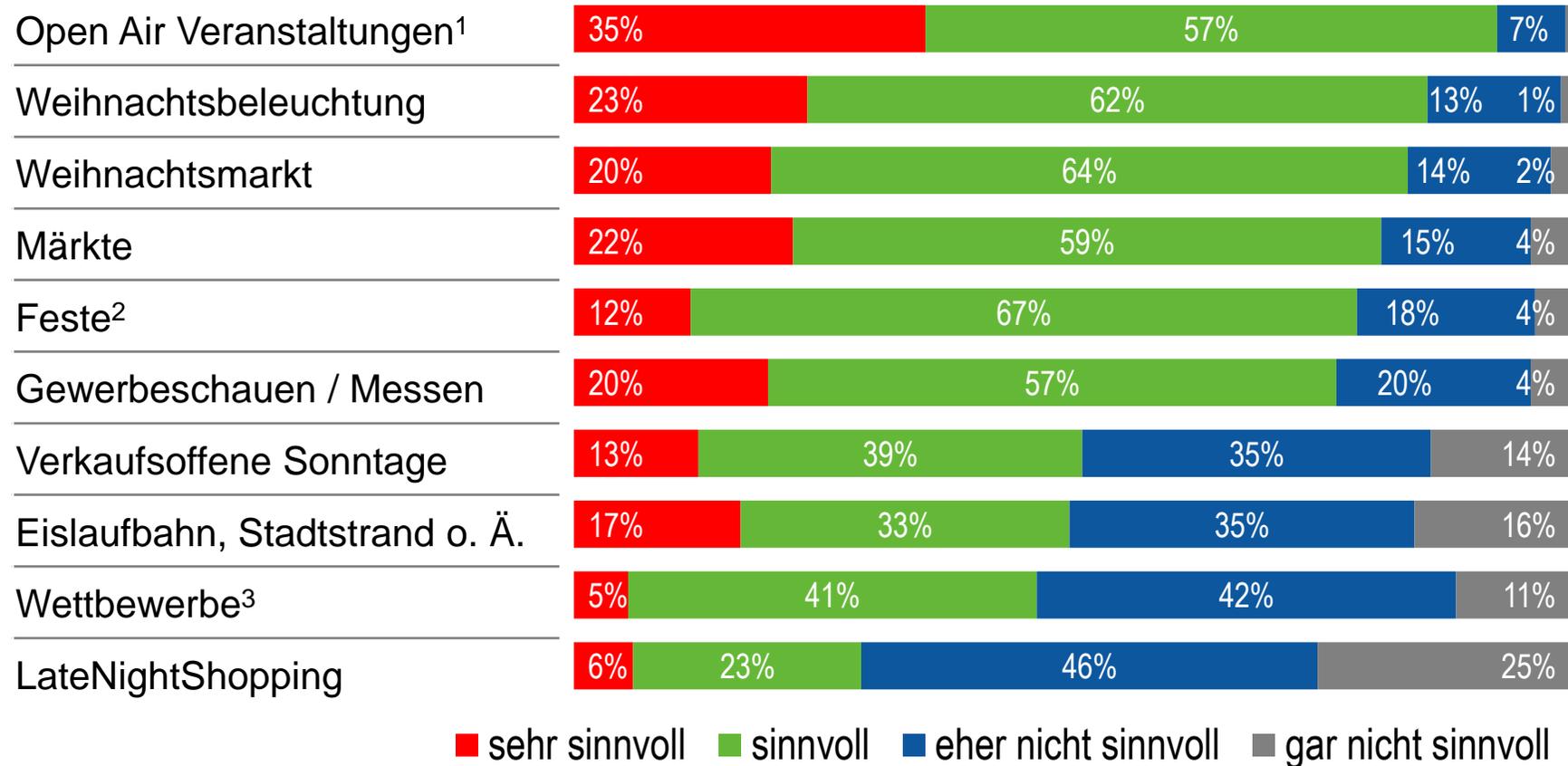
Was gefällt Ihnen in Ihrem Ort ... gar nicht? (ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Top 10); Basis: n=229



4. ERWARTUNGEN AN DAS ORTSMARKETING



Beurteilung ausgewählter Ortsmarketing-Aktionen

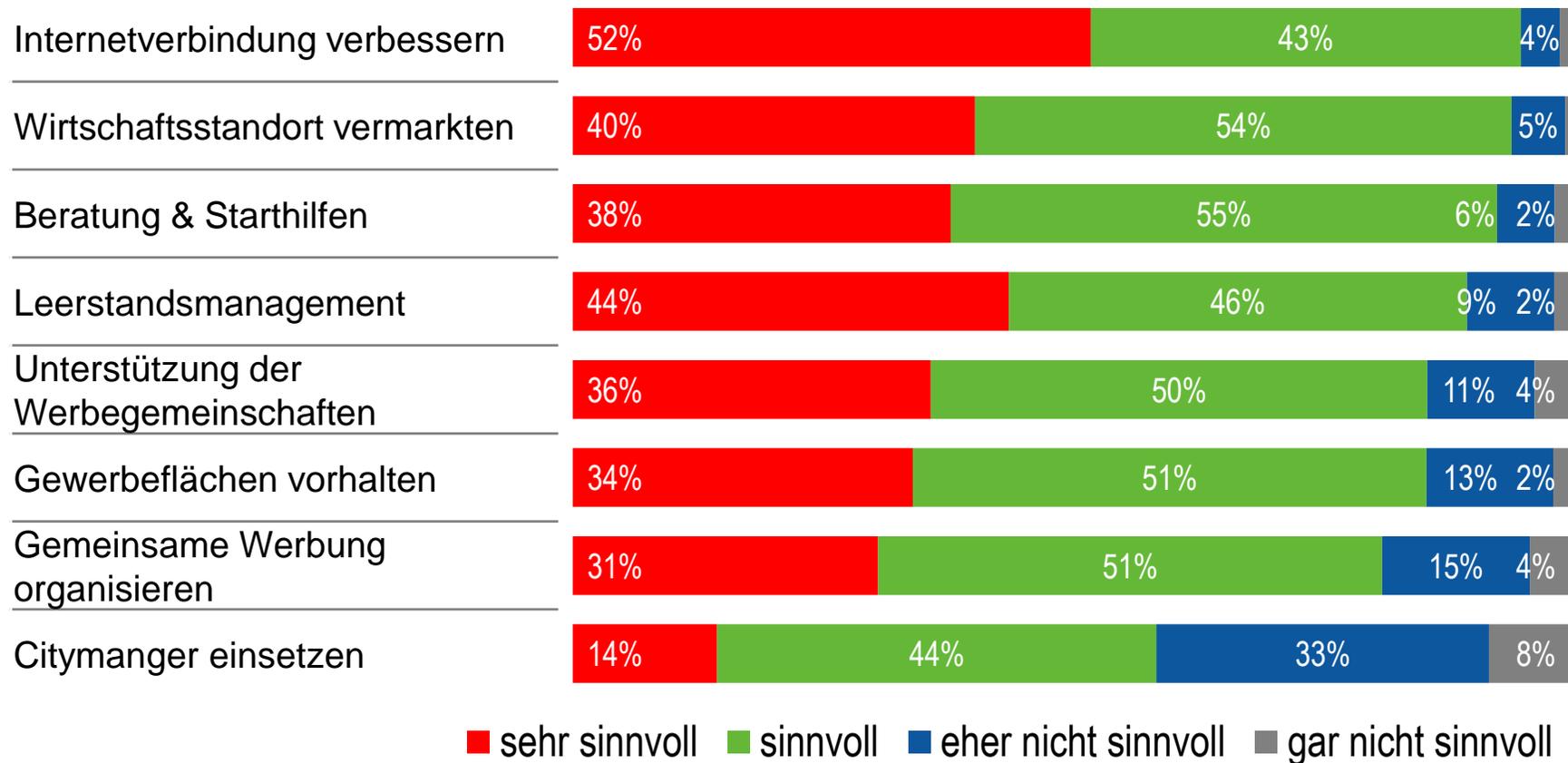


Für wie sinnvoll halten Sie die folgenden Aktionen?

¹(Musik, Kultur), ²(z.B. Kirmes, Spargelfest); ³(z.B. Schaufenster-, Malwettbewerb); Basis: n=229



Unterstützung der Wirtschaft durch die Kommune



Mit welchen Aktivitäten sollte die Kommune die lokale Wirtschaft besser unterstützen? Basis: n=229

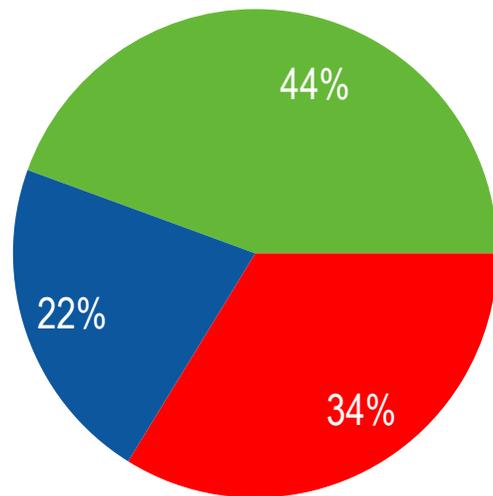


5. BEURTEILUNG DER WERBEGEMEINSCHAFT UND BEREITSCHAFT ZUR MITWIRKUNG



Mitgliedschaften in der Werbegemeinschaft

Mitgliedschaften



■ ja ■ nein ■ keine Antwort

ja, weil

Gründe für Mitgliedschaft¹

- Geschäftlich interessantes Konzept (11 x)
- Zeitlich passend (11 x)
- Alle Gewerbetreibenden des Ortes mitmachen (4 x)
- Die Voraussetzungen stimmen (4 x)
- Der Stimme der Menschen soll Geltung geschenkt werden (3 x)

nein, weil

Gründe gegen Mitgliedschaft¹

- Es lässt sich zeitlich nicht einrichten (5 x)
- Zunächst müssen alle Kritikpunkte umgesetzt werden (3 x)
- Finanzielle Möglichkeit muss vorhanden sein (2 x)

¹ Anzahl der Antworten aller Befragten in der Samtgemeinde Bersenbrück insgesamt
Sind Sie Mitglied in der örtlichen Werbegemeinschaft? Ja, weil: / Nein, weil: (ungestützt); Basis: n=229



Stärken der Werbegemeinschaft

Organisation von Veranstaltungen¹



Gute Gemeinschaft



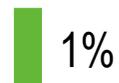
Engagement ist lobenswert



Hallo Ankum (Informationsheft)



Öffentlichkeitsarbeit

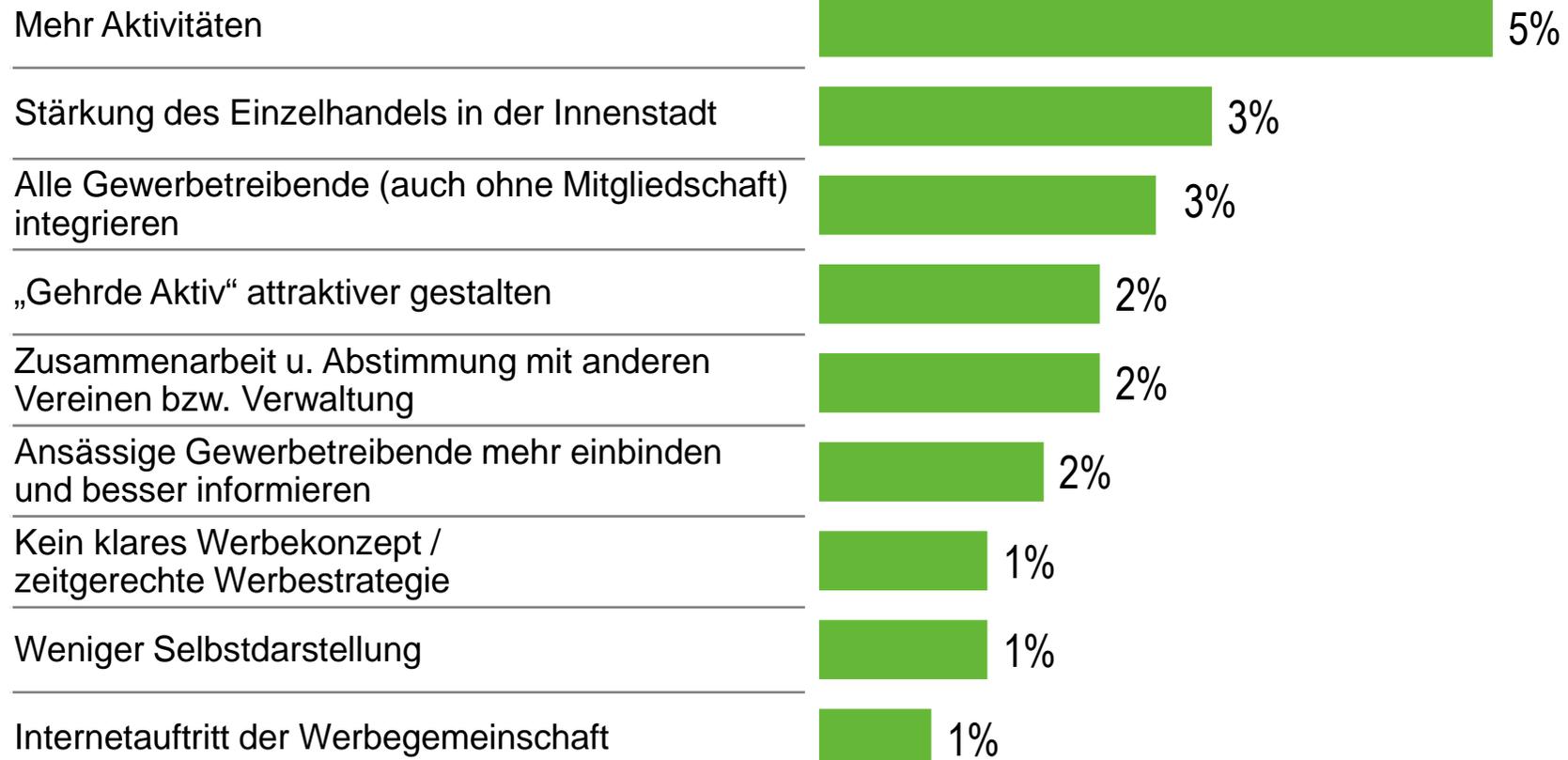


¹ (z.B. Kirmes, Weihnachtsmarkt, Autoschau, verkaufsoffener Sonntag, Unternehmerfrühstück)

Was macht die Werbegemeinschaft in Ihrem Ort besonders gut? (ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Top 5); Basis: n=229



Verbesserungsmöglichkeiten der Werbegemeinschaft



Worin sehen Sie Verbesserungsmöglichkeiten? (ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Top 9); Basis: n=229



Mögliche Beiträge der Wirtschaft zum Ortsmarketing

Gestaltung der Werbung



Investitionen in Geschäftsräume /
Unternehmensgebäude



Dekoration Außenbereich
(z.B. zu Festen, Feiertagen)



Schaufensterbeleuchtung /
Fassadengestaltung



Sonstiges

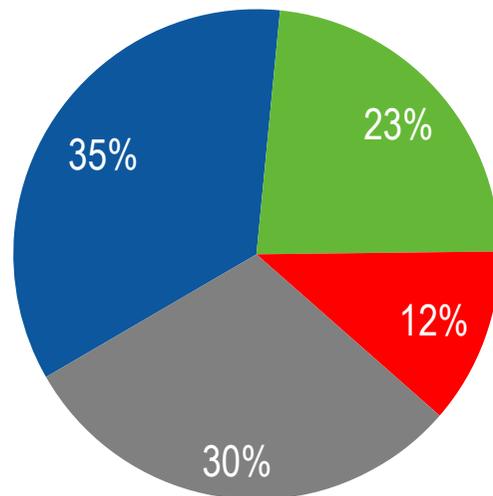


Was könnten Sie als Gewerbetreibender besser machen, um für den Ort und Ihre Kunden attraktiver zu sein? (Mehrfachnennungen möglich)
Basis: n=229



Bereitschaft zu gemeinsamen Aktionen

Bereitschaft zu Engagement



■ Ich bin schon aktiv! ■ Ja ■ Nein ■ Keine Antwort

ja, weil

nein, weil

Gründe für Engagement¹

- Gemeinsam ist man stark (18 x)
- Austausch mit anderen Gewerbetreibenden (13 x)
- Interessenvertretung ist wichtig (3 x)
- Um Aufmerksamkeit zu erzeugen (2 x)
- Fehlende Alternative (2 x)
- Zufriedenheit mit dem Vorstand (2 x)

Gründe gegen Engagement¹

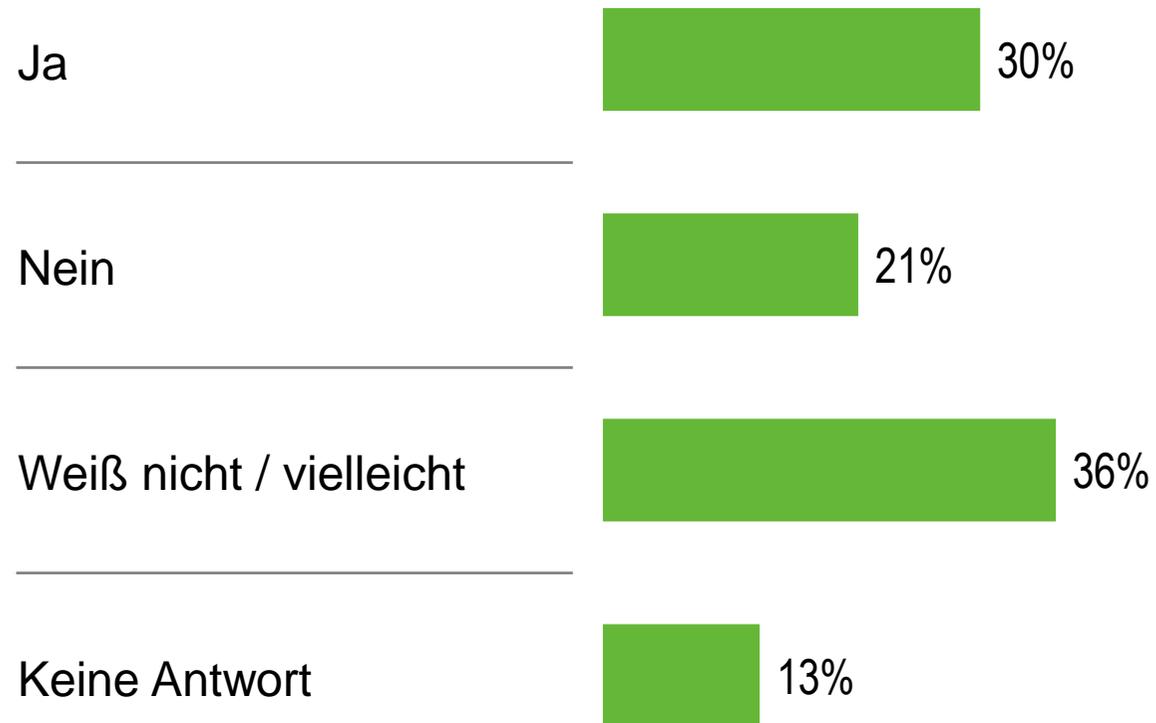
- Keine sinnvolle Gemeinschaft (12 x)
- Mir ist diese Gemeinschaft unbekannt (11 x)
- Kunden kommen nicht aus der Region (5 x)
- Zeitmangel (5 x)

¹ Anzahl der Antworten aller Befragten in der Samtgemeinde Bersenbrück insgesamt

Wären Sie bereit, sich bei gemeinsamen Aktionen im Ort zu engagieren? Ja, weil: / Nein, weil: (ungestützt); Basis: n=229



Interesse an gemeinsamen Aktionen mit Nachbarorten



Haben Sie Interesse an gemeinsamen Aktionen mit den Nachbarorten in der Samtgemeinde? Basis: n=229



6. ZUSAMMENFASSUNG



Zusammenfassung

- Die Samtgemeinde Bersenbrück wird von 61 % der ansässigen Unternehmen als attraktiver Standort beurteilt.
- Stärken des Standortes sind die Infrastruktur, die attraktiven Ortskerne und die Landschaft. Schwächen sind die Einzelhandelssituation, die Leerstände und das Gastronomie-Angebot.
- Als sinnvolle Ortsmarketing-Aktionen sehen die Unternehmen vor allem Open Air Veranstaltungen, Weihnachtsbeleuchtung, (Weihnachts-)Märkte, Feste und Gewerbeschauen / Messen an.
- Die Kommune sollte die lokale Wirtschaft außerdem durch bessere Internetverbindungen, eine aktivere Vermarktung des Wirtschaftsstandortes, durch Beratung und Starthilfen sowie durch ein Leerstandsmanagement unterstützen.
- 35 % der Unternehmen engagieren sich bereits bei gemeinsamen Aktionen in ihrem Ort, weitere 23 % wären hierzu bereit.
- Mögliche Beiträge werden insbesondere in der Gestaltung der Werbung und in Investitionen in Geschäftsräume / Unternehmensgebäude gesehen.



VIELEN DANK!