

Relaunch der Wochenmärkte in Klosterneuburg und Deutsch-Wagram

Unter der Leitung der EGGGER & PARTNER© wird bei den bestehenden Wochenmärkten in den Städten Klosterneuburg und Deutsch-Wagram (Niederösterreich) ein Relaunch eingeleitet. Gemeinsames Ziel ist es, einen attraktiven Top-Wochenmarkt als nachhaltiger Frequenz- und Kaufkraftbringer für die Innenstadt und die lokalen Betriebe zu etablieren.

Bei der Weiterentwicklung eines bestehenden Wochenmarktes in Richtung Top-Wochenmarkt müssen unbedingt folgende Baugesetze und Regeln beachtet werden:

Baugesetze: Top Wochenmarkt

- Noch vor der eigentlichen Umsetzungsarbeit ist eine Kundenbefragung durchzuführen, um die wahren Kundenwünsche und -bedürfnisse hinsichtlich des Wochenmarktes (Angebot, Standort, Öffnungszeiten etc.) herauszufiltern. In der Folge sind die repräsentativen Umfrageergebnisse in die Detailplanung mit einzubeziehen. Es gilt das unumstößliche Baugesetz: Der Top-Wochenmarkt muss auf den Standort maßgeschneidert werden!
- Der Top-Wochenmarkt muss immer in der Kernzone abgehalten werden, sodass die gesteigerten Passanten-Frequenzen auch positive Auswirkungen auf die innerstädtischen Betriebe haben.
- Mit Hilfe eines möglichst breiten Produkt-Mix muss sich der Top-Wochenmarkt neben der traditionellen Käufergruppe „Senioren“ an die Zielgruppe der 30- bis 50-Jährigen wenden.
- Der Top-Wochenmarkt muss auf das „Erlebniszeitalter“ übersetzt werden, denn heute ist Traditionspflege alleine zu wenig.

Regeln: Top Wochenmarkt

- Es muss ein attraktives Erscheinungsbild mit einer einzigartigen Kommunikationslinie realisiert werden.
- Zusätzlich ist ein einheitliches und ansprechendes Design der Stände von großer Bedeutung.
- Das Kontrastprogramm zum „Geiz-ist-geil-Kauf“ ist der emotionsgeladene und inszenierte

Erlebniseinkauf unter dem Motto: Reiz ist geil.

- Der Top-Wochenmarkt muss als beliebter „Treffpunkt“ positioniert werden. Daher muss neben dem reinen Einkaufsangebot speziell das gastronomische Angebot mit regionalen Spezialitäten gut abgedeckt sein.
- Der Top-Wochenmarkt muss mindestens 12 Stände aufweisen, um aus Kundensicht als kompetenter Markt mit Treffpunkt- und Erlebnischarakter wahrgenommen zu werden.
- Die Anordnung der Stände muss so sein, dass die Käufer-/Besucherfrequenzen gebündelt werden. Es gilt die wichtige Regel: Nur wo sich die Hinterteile reiben, dort wird Umsatz gemacht.
- Eine straffe Organisation mit klar definierten Verantwortlichkeiten und Budgets ist die Grundvoraussetzung für den langfristigen Erfolg des Top-Wochenmarktes.
- Von Beginn an müssen gezielte Vermarktungsmaßnahmen (Leitsystem, Verkaufsförderungs- und Kundenbindungssysteme, Marktzeitung, etc.) umgesetzt werden, sodass in Kürze die angestrebten Basisfrequenzen und Umsatzziele pro Marktstand erreicht werden.
- In Kombination mit dem Top-Wochenmarkt müssen saisonale Schwerpunktaktionen wie Zusatzveranstaltungen, Spezialmärkte, Kinderaktivitäten durchgeführt werden, um das Produkt „Top-Wochenmarkt“ immer wieder aufzuwerten.
- Regelmäßige Schulung der Standbetreiber und laufende Erfolgskontrolle wie Kundenbefragungen, Frequenzzählungen etc. garantieren eine hohe Kundenzufriedenheit und lassen einen starken Frequenz-/Kaufkraftbringer für die Kernzone entstehen.

Unterscheidung "Klassischer Bauernmarkt" und "Top-Wochenmarkt":

Eckwerte	Klassischer Bauernmarkt	Top-Wochenmarkt
Größte Zielgruppe der Käufer	Senioren	30- bis 50 Jährige
Anzahl der Sortimente	selten vollständiges Frischeangebot	vollständig abgedecktes Frischeangebot
Angebotsmenge	Angebote viel zu schwach und manche Angebotssortimente fehlen überhaupt	ausgewogenes Angebot ermittelt aus einer repräsentativen Erhebung bei den Kunden
Nutzen für den Stadtkern	Markt ist ein passiver Nutzer der vorhandenen Frequenz	Markt ist ein aktiver Bringer von neuer Frequenz, weil er einen echten Grund für den Besuch des Stadtkerns darstellt (Einzugsbereich wird automatisch erweitert)

Eckwerte	Klassischer Bauernmarkt	Top-Wochenmarkt
Anzahl der Stände	Klassische Märkte bestehen aus 4 bis 6 Ständen	Mindestens 12 bis 14 Stände, um das Mindestsortiment anbieten zu können
Optik	Jeder Stand hat sein individuelles Aussehen ("Fetzenmarkt")	Einzigartige Frischeoptik, die sich durch alle Stände zieht. Top-Wochenmarkt hat eine eigene Wort-/Bildmarke
Art der Organisation	Zufallsartige Treffen ohne Kontinuität und Qualität	Straffe Organisation, die sich in die Standortmanagement-Organisation positiv integriert
Umsatz je Marktkunde und Umsatz Stand/Markttag	EUR 8,-- pro Kunde und geringe Umsätze pro Stand und Markttag	EUR 15,-- pro Kunde und hohe Umsätze pro Stand und Markttag

Die anfallenden Kosten für die Errichtung eines Top-Wochenmarktes sind als klassische Investition in die Steigerung der Kunden-/Gäste-Frequenzen und gezielte Aufwertung des Standortes anzusehen.

Strategisch gesehen müssen wir mit dem Instrument „Top-Wochenmarkt“ starke Impulse setzen, um mehr konstante Kunden-/Gäste-Frequenzen zu schaffen. Wenn die Bonität dieser Frequenzen passt, werden über bessere Leistungen der Betriebe die Kunden-„Abschöpfungsraten“ für die Wirtschaft steigen. Aus automatisch mehr Geschäft folgen mehr Erträge und mehr Arbeitsplätze sowie mehr Investitionen für deren Sicherung. Letztlich ergibt sich daraus mehr direkte und indirekte Steuerleistung für die Gemeinde sowie mehr Freizeit-, Aufenthalts-, Wohn- und Lebensqualität für die ansässigen Bürger/innen. In der Folge wird die Gesamtattraktivität des Standortes und somit die innerstädtischen Immobilienwerte nachhaltig gesteigert.

Ein Video zu einem erfolgreichen Wochenmarkt finden Sie unter: [LINK zum Video](#)

Detailinformationen erhalten Sie per E-Mail: egger@partner.co.at oder unter Tel. +43 (0)732 / 716 811 – 0



- [2017](#)
 - [März 2017 \(3 Einträge\)](#)
 - [Februar 2017 \(1 Eintrag\)](#)
- [2016](#)
 - [November 2016 \(2 Einträge\)](#)
 - [Mai 2016 \(3 Einträge\)](#)
 - [Februar 2016 \(4 Einträge\)](#)
- [2015](#)
 - [Oktober 2015 \(1 Eintrag\)](#)
 - [Mai 2015 \(5 Einträge\)](#)
 - [Januar 2015 \(1 Eintrag\)](#)
- [2014](#)
 - [Dezember 2014 \(2 Einträge\)](#)
 - [November 2014 \(2 Einträge\)](#)
 - [Oktober 2014 \(2 Einträge\)](#)
 - [September 2014 \(2 Einträge\)](#)
 - [August 2014 \(2 Einträge\)](#)
 - [Juli 2014 \(2 Einträge\)](#)
 - [Juni 2014 \(2 Einträge\)](#)
 - [Mai 2014 \(2 Einträge\)](#)
 - [April 2014 \(2 Einträge\)](#)
 - [März 2014 \(2 Einträge\)](#)

[« Zur News-Übersicht](#)