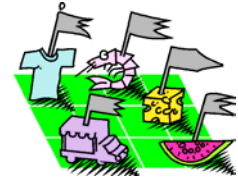


IMOHA GmbH

Institut zur Erforschung und Förderung des
mobilen Handels GmbH,
an der Hochschule Harz, Wernigerode



Die Dillenburger Wochenmärkte sind gut. Die Gesamtnote 2,6 geben die Kunden dem Markt am Mittwoch, Besucher des Samstagmarktes beurteilen ihren Markt auf der Schulnotenskala mit 2,2. Dies ist das Ergebnis einer Befragung von Wochenmarktkunden im Sommer 2002.

Die DMG Marktgilde e.G., die die Dillenburger Wochenmärkte seit 1997 betreibt, hatte die Wochenmarktkunden zu dem Angebot, der Qualität, Stärken und Schwächen des Wochenmarktes und ihrem Einkaufsverhalten befragt. Mit der Auswertung der Fragebögen wurde das Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen Handels, Wernigerode, beauftragt.

Über 70 % der Befragten beurteilen den besuchten Wochenmarkt als „gut“ oder „sehr gut“. Dabei sind sie vor allem über die angebotene Qualität einer Meinung. 97 % der Marktkunden kaufen auf dem Wochenmarkt, weil es dort gute Qualität gibt.

Die Auswahl und Vielfalt wird im Durchschnitt mit 2,8 bewertet. Grundsätzlich lassen die Antworten den Schluss zu, dass vor allem das vorhandene Angebot an frischen Lebensmitteln beim Besuch des Wochenmarktes gut angenommen wird. Den größten Zuspruch erfahren dabei die Obst- und Gemüsehändler. Bei der Frage nach vermissten Waren ergibt sich eine hohe Zufriedenheit mit dem derzeitigen Angebot. Die befragten Kunden nennen nur vereinzelt Waren, die auf dem Markt zusätzlich oder in größerer Vielfalt angeboten werden sollten, so z.B. Fisch, Haushaltswaren sowie Brot und Backwaren.

Zufrieden zeigen sich die Kunden auch mit der Erreichbarkeit der Märkte sowie den Öffnungszeiten und Markttagen. Den Händlern erteilen die Marktkunden die Note 1,81.

Die Besucher der Dillenburger Wochenmärkte sind fast ausschließlich Stammkunden. 84 % der Befragten kaufen hier regelmäßig oder häufig ein. Für sie stellt der Wochenmarkt eine feste Einkaufsstätte dar und erfüllt damit auch eine wesentliche Versorgungsfunktion. Durchschnittlich geben die Wochenmarktkunden 16 € für ihren Einkauf aus.

Dass auch der stationäre Einzelhandel vom Wochenmarkt profitiert, belegen die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung. 86 % der Kunden verbinden den Wochenmarktbesuch mit Einkäufen in den umliegenden Geschäften.