

# Der Kunde aus der Nachbarstadt

Ergebnisse der deutsch-polnischen Kunden- und  
Händlerbefragung 2017 mit schwerpunktmäßiger Betrachtung  
der polnischen Kundschaft im Görlitzer Einzelhandel



Industrie- und Handelskammer  
Dresden

## Impressum

Herausgeber:

**Industrie- und Handelskammer Dresden**

**Geschäftsstelle Görlitz**

Jakobstraße 14 | 02826 Görlitz

Tel.: 03581 421200 | Fax: 03581 421215

[www.dresden.ihk.de](http://www.dresden.ihk.de) | [service.goerlitz@dresden.ihk.de](mailto:service.goerlitz@dresden.ihk.de)

Alle Rechte vorbehalten.

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Herausgebers.

## Einleitung

Der Görlitzer Einzelhandel verzeichnet aufgrund seiner geografischen Lage nur ein halbes Einzugsgebiet im deutschsprachigen Raum. Die andere Hälfte wird durch den polnischsprachigen Raum, die Schwesterstadt Zgorzelec und deren Umland, ergänzt.

Neben einer Stabilisierung oder gar Steigerung des Umsatzes durch polnische Kunden können diese in angespannten Zeiten bei stagnierendem oder sinkendem Absatz im deutschsprachigen Raum auch notwendige Ausgleichs schaffen.

Persönliche Faktoren wie Alter, Beruf und Familienstand beeinflussen das Einkaufsverhalten der Kundschaft ebenso wie Kultur- und Mentalitätsunterschiede. Diese bedingen eine unterschiedliche „Ansprache“ der Kundschaft.

Um diese Ansprache zielführend zu formulieren und einzusetzen, ist es notwendig, den Kunden aus der Nachbarstadt und dessen Bedürfnisse zu kennen. Nur so können die möglichen Vorteile ausgeschöpft werden.

Die Görlitzer Geschäftsstelle der Industrie- und Handelskammer Dresden hat daher zum wiederholten Male eine Befragung polnischer Kunden im Görlitzer Einzelhandel und deutscher Kunden im Zgorzelecer Einzelhandel durchgeführt. Ziel war es, Erkenntnisse über Struktur und Verhalten der Kunden zu gewinnen und daraus Empfehlungen für den Einzelhandel ableiten und Potentiale aufzeigen zu können.

Bereits im Jahr 2011 wurde eine ähnliche Befragung durchgeführt, deren Ergebnisse teilweise als Vergleichswerte herangezogen wurden.

Eine Befragung unter den Görlitzer Einzelhändlern, wie diese den Stellenwert der polnischen Kunden einschätzen und sich um deren Aufmerksamkeit bemühen, ist der Kundenbefragung vorausgegangen.

Der Fokus der Auswertung der Befragung richtete sich auf die Betrachtung des polnischen Kunden im Görlitzer Einzelhandel.

<b>Befragte Kunden</b>	<b>2011</b>	<b>2017</b>
Deutsche Kunden in Zgorzelec	148	73
Polnische Kunden in Görlitz	511	446

<b>Befragte Händler</b>	<b>2014</b>	<b>2017</b>
	30	22

Die Befragung polnischer Kunden fand am 10. und 11. November 2017 an den Befragungsorten Straßburg Passage, City Center, Weiße Park und Porta von 10 bis 18 bzw. 16 Uhr statt.

Der 11. November 2017 wurde bewusst gewählt, da dieser in Polen ein Nationalfeiertag ist und Geschäfte in Polen geschlossen haben. Somit bietet sich dieser zusätzlich freie Tag für einen Einkaufsausflug an.

Bei der Auswertung der Fragebögen stellte sich heraus, dass die verschiedenen Angebote und Sortimente der Befragungsorte maßgeblich Einfluss auf die „Käuferstruktur“ nehmen. Auf die herausgearbeiteten Kundentypen „Genuss-Shopper“ und „Bedarfs-Shopper“ wird später näher eingegangen.

Befragt wurden 272 polnische Kunden im Weiße Park  
174 polnische Kunden der Görlitzer Innenstadt + Porta Einrichtungshaus

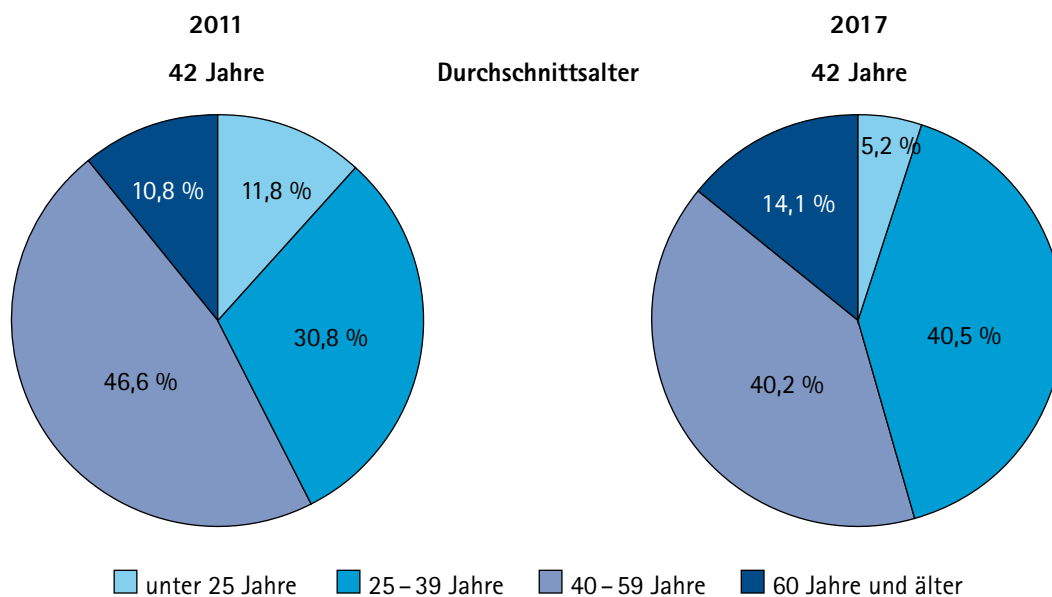
# Struktur und Einkaufsverhalten polnischer Kunden im Vergleich 2011 und 2017

Vor einer individuellen Betrachtung der Käufergruppen wurde zunächst verglichen, ob sich die Käuferstruktur und das Käuferverhalten der polnischen Kundschaft insgesamt verändert haben. Dazu wurden Kriterien herangezogen, die bei beiden Käufergruppen identische Ergebnisse brachten.

## Durchschnittsalter und Haushaltsgrößen der polnischen Kunden in Görlitz

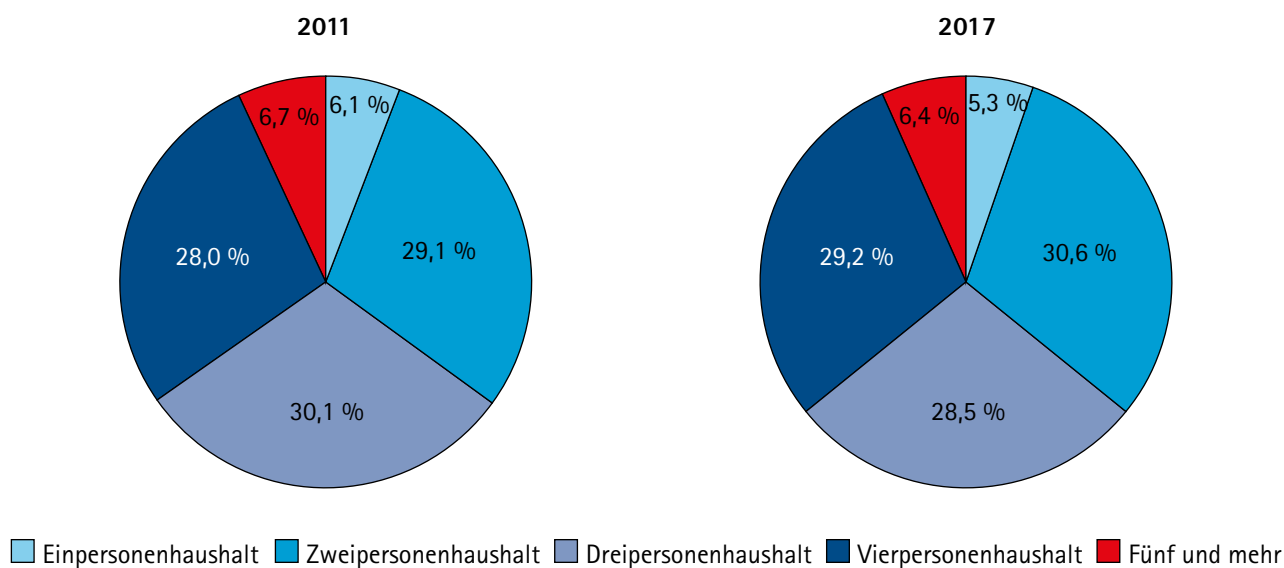
Das Durchschnittsalter der polnischen Kunden ist zwar gleich geblieben, dennoch ist der Anteil der unter 25-jährigen Kunden zurückgegangen. Dafür ist der Anteil der 25- bis 39-jährigen Kunden deutlich gewachsen. Zugenommen hat auch der Anteil der älteren Kunden über 60 Jahre.

### Altersstruktur polnischer Kunden in Görlitz



Quelle: IHK Dresden | Befragung polnischer und deutscher Kunden 2011 und 2017 an Einzelhandelsstandorten in Görlitz und Zgorzelec

### Haushaltsgrößen polnischer Kunden in Görlitz



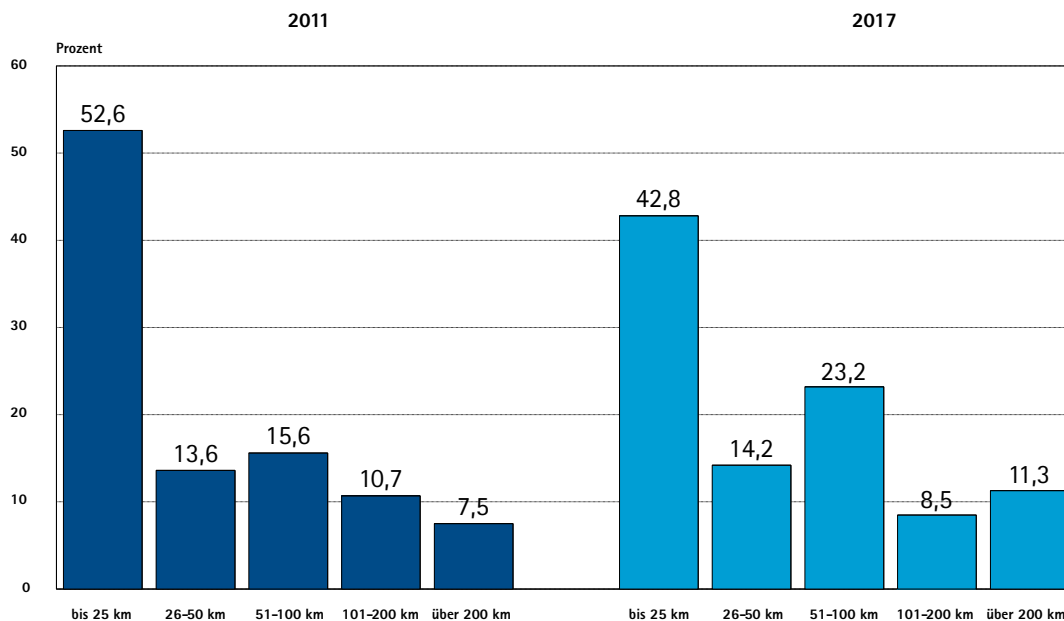
Quelle: IHK Dresden | Befragung polnischer und deutscher Kunden 2011 und 2017 an Einzelhandelsstandorten in Görlitz und Zgorzelec

## Durchschnittlicher Anfahrtsweg polnischer Kunden

Der Radius der polnischen Kunden, die zum Einkaufen nach Görlitz kommen, ist größer geworden. Bei der Berechnung der durchschnittlichen Fahrstrecke wurde zuerst die Distanz der Kunden bis 200 km zugrunde gelegt, in dieser Zone beträgt die durchschnittliche Fahrstrecke im Jahr 2011 43 km und im Jahr 2017 46 km.

Werden alle Fahrstrecken einbezogen, also auch die von Kunden, die mehr als 200 km zurücklegen, belaufen sich die durchschnittlichen Reichweiten auf 71 km (2011) und 81 km (2017).

### Wie weit fahren polnische Kunden zum Einkauf nach Görlitz?



Quelle: IHK Dresden | Befragung polnischer und deutscher Kunden 2011 und 2017 an Einzelhandelsstandorten in Görlitz und Zgorzelec

#### Interessant zu wissen:

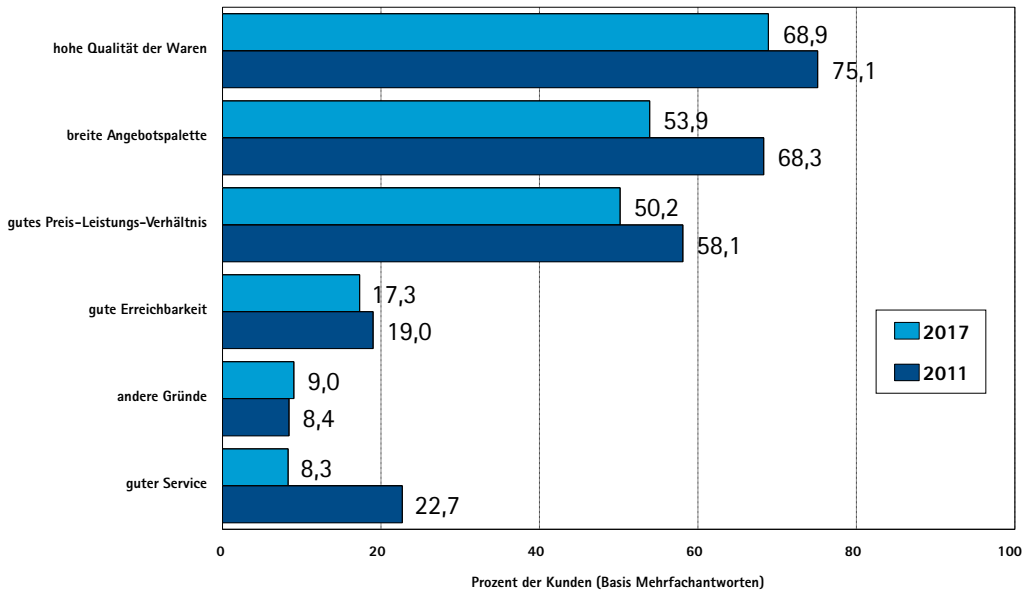
Deutlich abgenommen hat der Anteil polnischer Kunden, der aus der näheren Umgebung bis 25 km nach Görlitz zum Einkaufen kam. Zudem hat sich der Anteil der Distanz zwischen 26 und 50 km kaum verändert. Die Kundschaft nimmt insgesamt höhere Anfahrtswege auf sich.

#### Unser Tipp:

Erweitern Sie den Radius Ihrer Werbemaßnahmen, um von der erhöhten Fahrbereitschaft der polnischen Kundschaft profitieren zu können. So können Sie Ihr Einzugsgebiet erweitern. Damit die Fahrbereitschaft erhalten bleibt, sollte sich der gesamte Görlitzer Einzelhandel stets bemühen, attraktiver als die polnische Konkurrenz zu sein und die Entwicklungen im Nachbarland aufmerksam beobachten. Dahinter steckt auch eine Möglichkeit, den deutschen Kunden zu binden.

Potentielle polnische Kunden im näheren Radius sollten (wieder) in den Fokus der Bemühungen gerückt werden, um als zahlende Kunden (zurück-) gewonnen zu werden. Hier können Kundenbindungsstrategien speziell für die polnische Kundschaft zum Einsatz kommen, ebenso lokal orientierte Werbemaßnahmen.

### Warum kaufen Sie in Görlitz ein?



Quelle: IHK Dresden | Befragung polnischer und deutscher Kunden 2011 und 2017 an Einzelhandelsstandorten in Görlitz und Zgorzelec

Das Top-3-Ranking der Beweggründe in Görlitz einzukaufen, setzt sich wie schon 2011 aus der Qualität der Ware, der breiten Angebotspalette und dem guten Preis-Leistungs-Verhältnis zusammen.

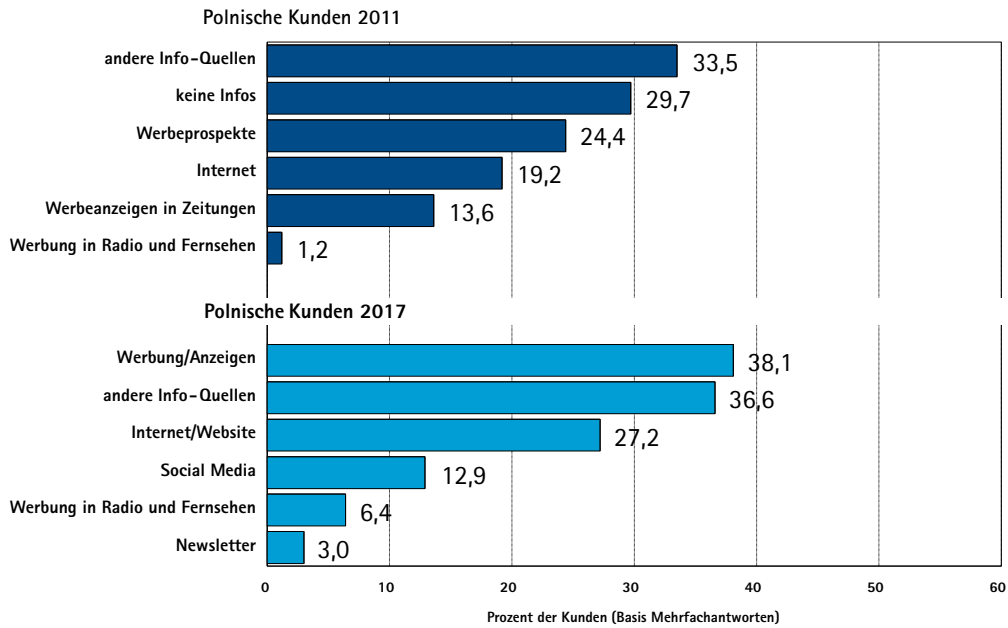
#### Interessant zu wissen:

Der gute Service wurde kaum als Beweggrund genannt, da eine gute Grundqualität in der heutigen Servicegesellschaft als Voraussetzung gilt. Vor allem Drogerieartikel, Lebens- und Genussmittel sowie Kleidung und Schuh- und Lederwaren werden als beliebteste Produkte genannt.

#### Unser Tipp:

Setzen Sie bewusst auf ein hohes Maß an Service. Der Kunde sollte seine Erwartungen nicht nur erfüllt, sondern sogar ein klein wenig übertroffen wiederfinden. So können Sie den Kunden an sich binden und vielleicht sogar zum Fan machen. Setzen Sie in Ihrem Angebot passende Schwerpunkte nach den Bedürfnissen der Kunden und bewerben Sie zur Zielgruppe passende Produkte über den richtigen Kanal.

Wie werden Sie über Einkaufsmöglichkeiten und -angebote informiert?

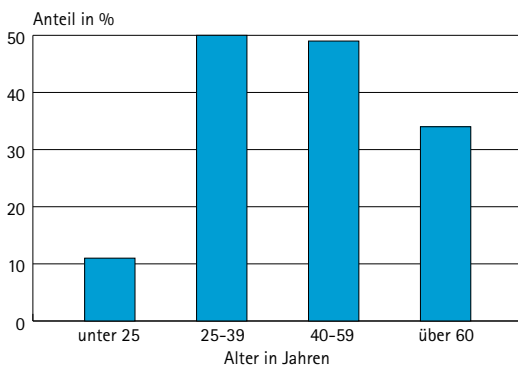


Quelle: IHK Dresden | Befragung polnischer und deutscher Kunden 2011 und 2017 an Einzelhandelsstandorten in Görlitz und Zgorzelec

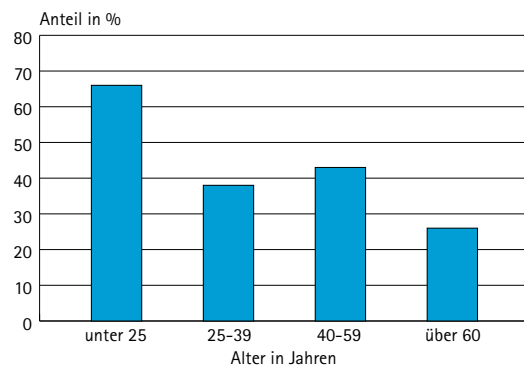
Die polnischen Kunden wurden befragt, woher sie ihre Informationen für einen Einkauf in Görlitz beziehen.

Die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten ließen erkennen, dass Printwerbung einen großen Anteil an den vielfältigen Informationsquellen hat. Internet und Social Media steigern im Vergleich zu 2011 ihre Wertigkeit als Informationsmedium deutlich. 36,6 % nutzen nicht näher definierte Informationsquellen wie Mund-zu-Mund-Propaganda oder eigene Erfahrungswerte oder haben keine Informationen.

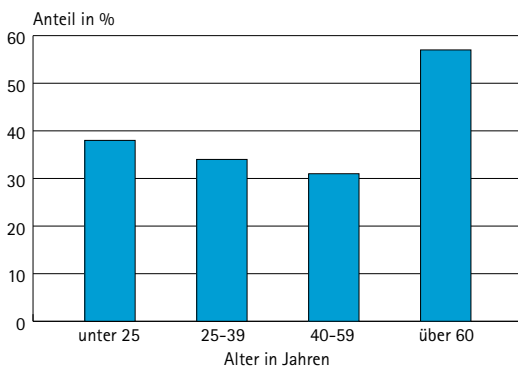
Nutzung klassischer Informationsquellen



Nutzung internetbasierter Informationsquellen



Weitere oder keine Informationsquellen



Interessant zu wissen:

Die Nutzung der verschiedenen Informationskanäle steht im Zusammenhang mit der Altersstruktur der Kundschaft.

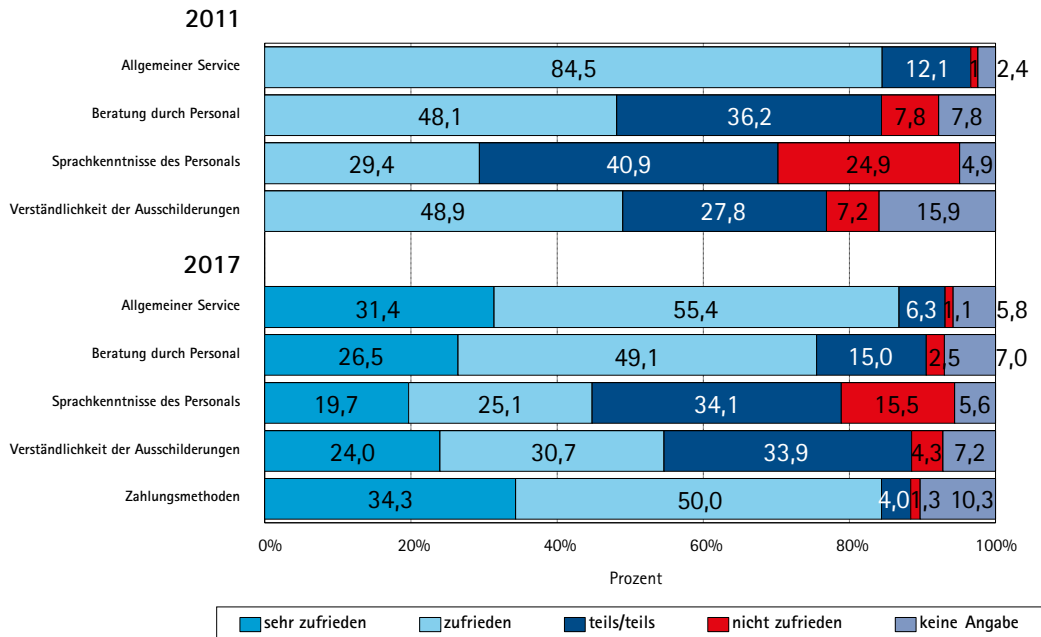
Unser Tipp:

Definieren Sie das Alter Ihrer Zielgruppe genauer und bedienen Sie die passenden Informationsquellen für die Zielgruppe. Finden sich mehrere Altersgruppen innerhalb Ihrer Zielgruppe, sollten Sie diese über verschiedene, zur Altersgruppe passende Informationsquellen ansprechen. Beachten Sie in der zukünftigen Entwicklung den demografischen Wandel und die zunehmende Digitalisierung.

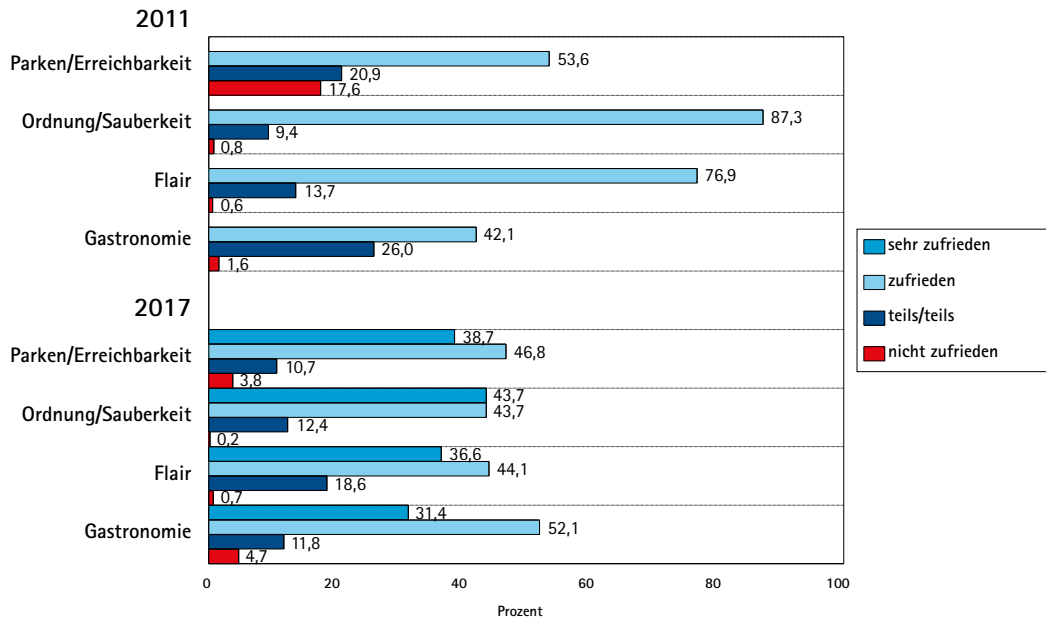
## Zufriedenheit mit Serviceleistungen und Rahmenbedingungen

Für Görlitz als Einkaufsstadt der polnischen Kundschaft spricht das hohe Maß an Zufriedenheit mit den Serviceleistungen und Rahmenbedingungen des Einkaufs. Diese konnte im Verhältnis von 2011 auf 2017 sogar noch gesteigert werden.

### Zufriedenheit polnischer Kunden mit Serviceleistungen beim Einkauf in Görlitz



### Zufriedenheit polnischer Kunden mit den Rahmenbedingungen des Einkaufs in Görlitz



Quelle: IHK Dresden | Befragung polnischer und deutscher Kunden 2011 und 2017 an Einzelhandelsstandorten in Görlitz und Zgorzelec

#### Interessant zu wissen:

Nach wie vor steckt nach Einschätzung der polnischen Kunden viel Steigerungspotential in den Sprachkenntnissen der Mitarbeiter und der Aus-/Beschilderung auf Polnisch.



### Unser Tipp:

Motivieren Sie Ihre Mitarbeiter, Polnisch-Kurse zu besuchen und schaffen Sie die passenden Rahmenbedingungen für Ihre Mitarbeiter dafür. Schon ein Grundwortschatz gegenüber einem polnischen Kunden zeigt Wertschätzung und kann für positive Überraschung beim Kunden sorgen.

Guten Tag  
Dzień dobry

Auf Wiedersehen  
Do widzenia

Vielen Dank für Ihren Einkauf  
Dziękuję bardzo za zakupy

Es tut mir leid, ich spreche kein Polnisch. Können wir Deutsch oder Englisch sprechen?  
Przykro mi, nie mówię po polsku. Możemy rozmawiać po niemiecku albo angielsku?

## Das Einkaufsverhalten 2017 nach Käufertypen

### Genuss-Shopper und Bedarfs-Shopper

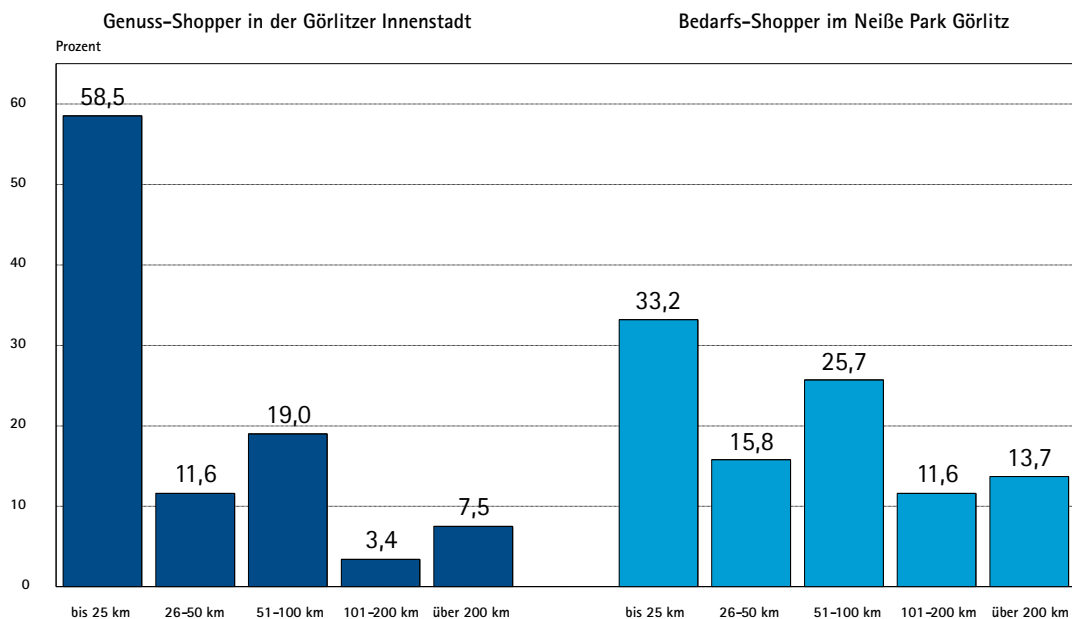
Typisierung von 2 Käufergruppen im Görlitzer Einzelhandel

Der **Genuss-Shopper** ist vorwiegend in der Innenstadt oder speziellen Fachmärkten für Gebrauchsgüter anzutreffen. Er interessiert sich für Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs. Einkaufen stellt für ihn einen lustvollen Zeitverbrauch dar, der auch mit anderen Aktivitäten zur Attraktivitätssteigerung verbunden werden kann. Daher kauft er vorwiegend am Wochenende in den Mittags-/Nachmittagsstunden ein.

Den polnischen **Bedarfs-Shopper** trifft man in Supermärkten und Einkaufszentren auf der grünen Wiese. Er kauft Waren des täglichen bzw. kurzfristigen Bedarfs für sich, die Familie und/oder zum Weiterverkauf im eigenen Einzelhandelsgeschäft. Er kauft zielorientiert mit mäßigem Interesse an weiteren Freizeitangeboten. Um seinen Bedarf zu decken, nutzt er sich ergebende Möglichkeiten für den (Groß-)Einkauf, z. B. Feiertage im eigenen Land.

### Herkunft und Fahrbereitschaft

#### Fahrstrecken polnischer Kunden zum Einkauf in Görlitz 2017



Quelle: IHK Dresden | Befragung polnischer und deutscher Kunden 2011 und 2017 an Einzelhandelsstandorten in Görlitz und Zgorzelec

#### Genuss-Shopper kommen aus:

Zgorzelec und Umgebung  
Jelenia Gora und Umgebung

#### Bedarfs-Shopper kommen aus:

Zgorzelec und Umgebung  
Jelenia Gora und Umgebung  
Breslau und Bunzlau

#### Interessant zu wissen:

44,8 % der Genuss-Shopper gehen auch in anderen deutschen Städten shoppen. Spitzenreiter in der Auswahl sind dabei Dresden, Bautzen und Berlin.

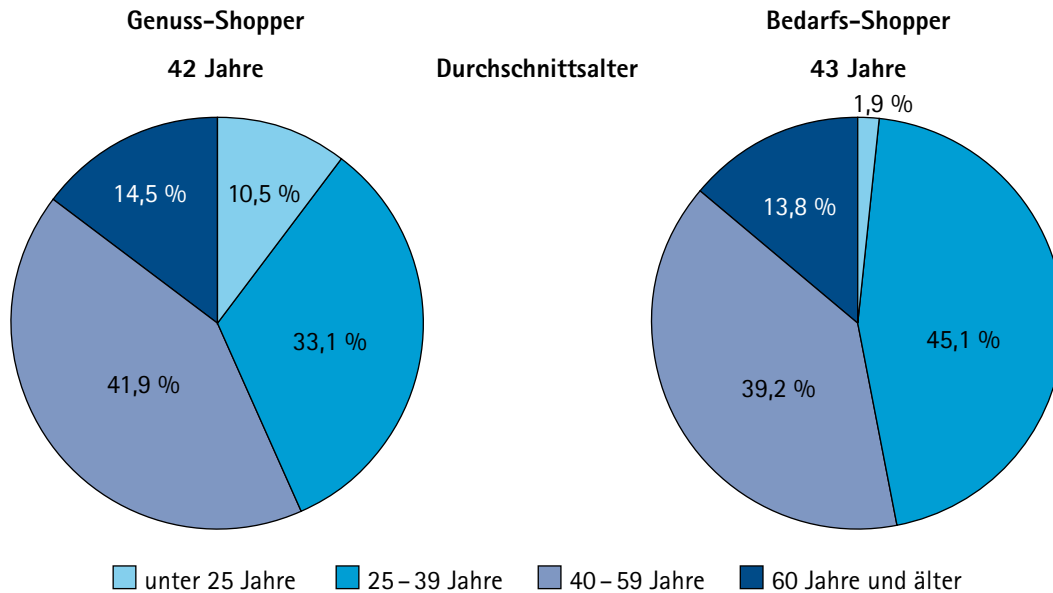
Bedarfs-Shopper gehen wenig bis gar nicht in anderen deutschen Städten einkaufen.

### Unser Tipp:

Möchten Sie Genuss-Shopper als Kunden gewinnen und behalten, stellen Sie die Vorzüge eines Einkaufs in Görlitz gegenüber anderen Städten heraus und intensivieren Sie Ihre Anstrengungen beim Werben um Genuss-Shopper. Ist der Bedarfs-Shopper Ihr Kunde, bemühen Sie sich, mindestens das Einkaufsniveau zu halten und bestenfalls die Attraktivität noch zu erhöhen, um ein generelles Abwandern in eine andere Stadt für alle Einkäufe zu vermeiden.

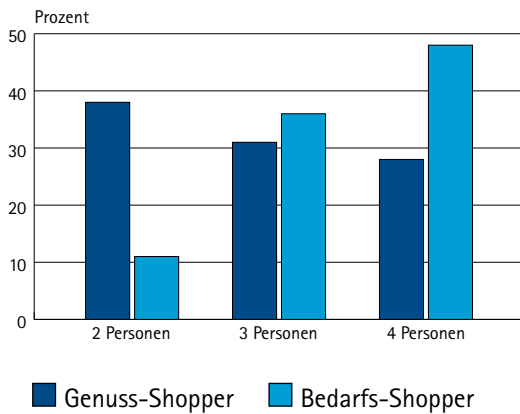
## Wie alt sind die polnischen Käufertypen

### Alterstruktur polnischer Kunden in Görlitz 2017

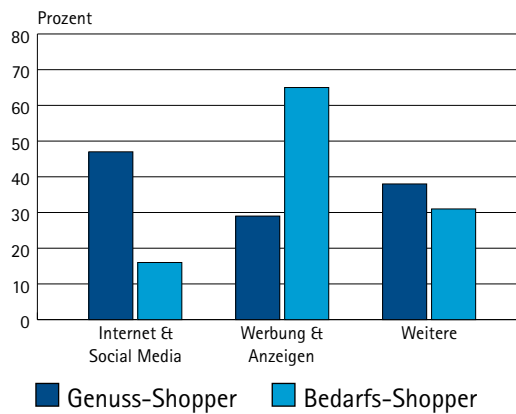


Quelle: IHK Dresden | Befragung polnischer und deutscher Kunden 2011 und 2017 an Einzelhandelsstandorten in Görlitz und Zgorzelec

### Haushaltsgröße



### Informationsquellen



### Interessant zu wissen:

Die polnischen Bedarfs-Shopper kommen vorwiegend aus 3- bis 4-Personen-Haushalten und nutzen Gelegenheiten für ihre Einkäufe in Deutschland. Als Informationsquelle bevorzugen sie Werbung und Anzeigen.

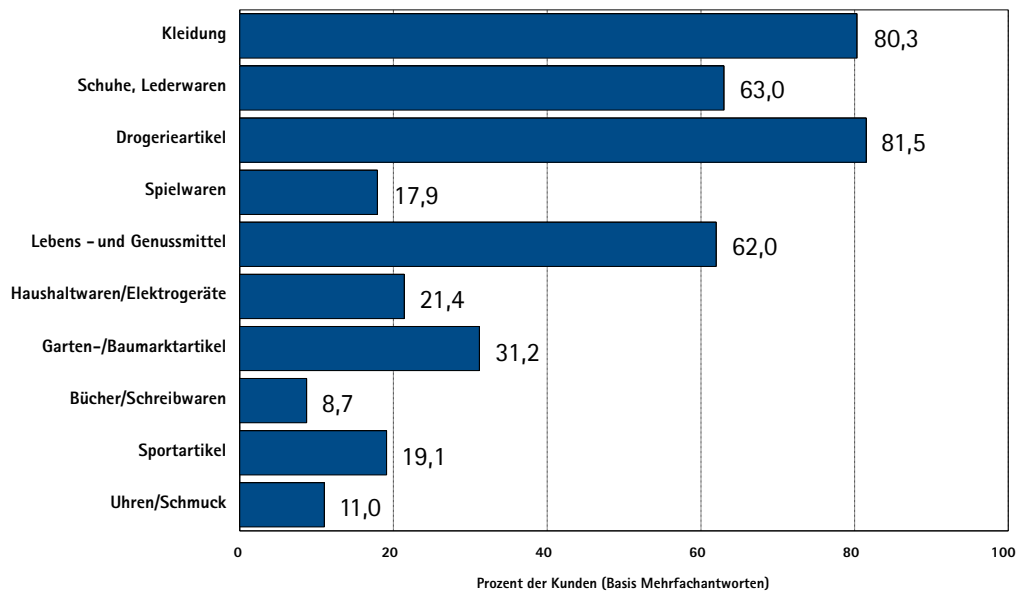
### Unser Tipp:

Prüfen Sie die Möglichkeiten einer Anzeigenschaltung oder Prospektverteilung vor Gelegenheiten wie z. B. polnischen Feiertagen im Zielgruppenbereich der Bedarfs-Shopper.

## Was kaufen die Shopper-Typen

### Genuss-Shopper

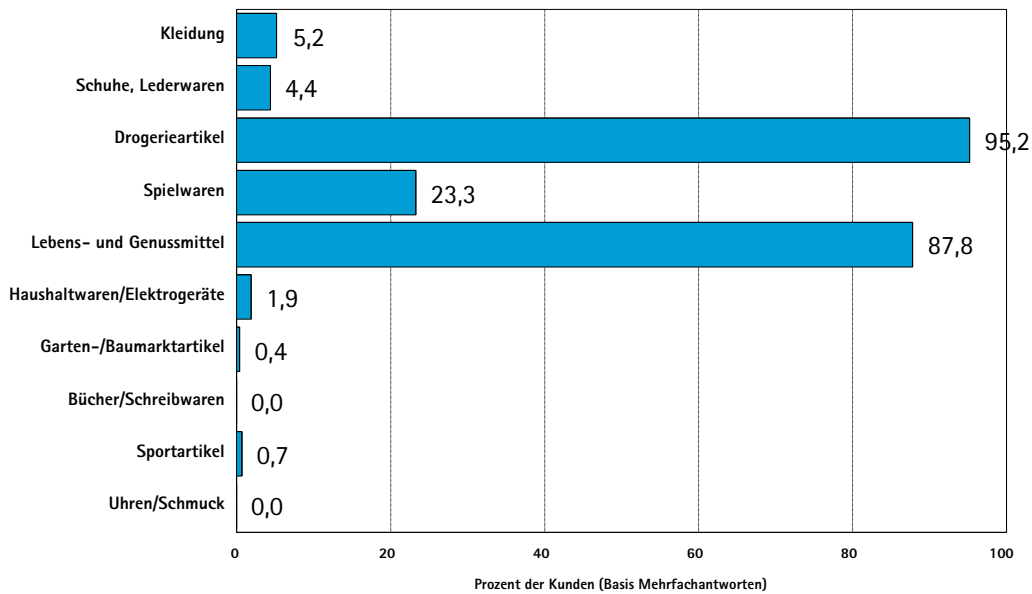
#### Kaufprodukte in der Görlitzer Innenstadt



Quelle: IHK Dresden | Befragung polnischer und deutscher Kunden 2011 und 2017 an Einzelhandelsstandorten in Görlitz und Zgorzelec

### Bedarfs-Shopper

#### Kaufprodukte im Neißepark Görlitz



Quelle: IHK Dresden | Befragung polnischer und deutscher Kunden 2011 und 2017 an Einzelhandelsstandorten in Görlitz und Zgorzelec

#### Interessant zu wissen:

Der „Warenkorb“ der Genuss-Shopper ist umfangreicher als der der Bedarfsshopper. Bedarfsshopper kaufen schwerpunktmäßig Verbrauchsgüter wie Drogerieartikel und Lebens- und Genussmittel ein. Auch Genuss-Shopper nutzen intensiv das Angebot an Drogerieartikeln, fügen ihrem „Warenkorb“ in ähnlicher Wertigkeit noch Kleidung sowie Schuh- und Lederwaren hinzu. Auch Garten- und Baumarktartikel, Sportartikel, Haushaltwaren/ Elektrogeräte und Spielwaren sind von Interesse.

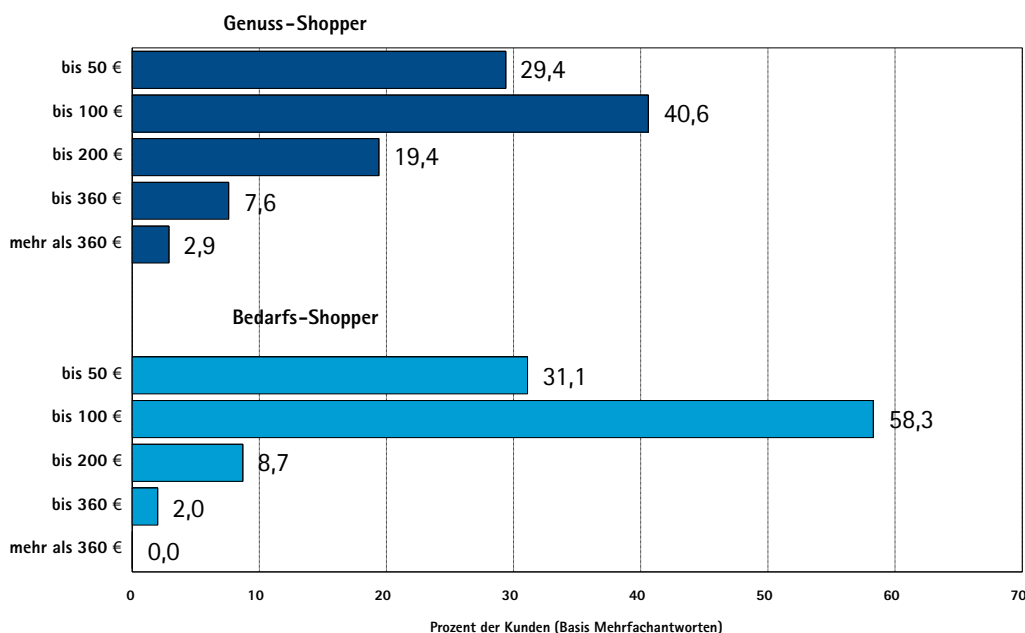
#### Unser Tipp:

Eine breite Angebotspalette mit ausgewählten Schwerpunkten lockt Genuss-Shopper in die Görlitzer Innenstadt.

## Wieviel wird für die gewünschten Artikel ausgegeben

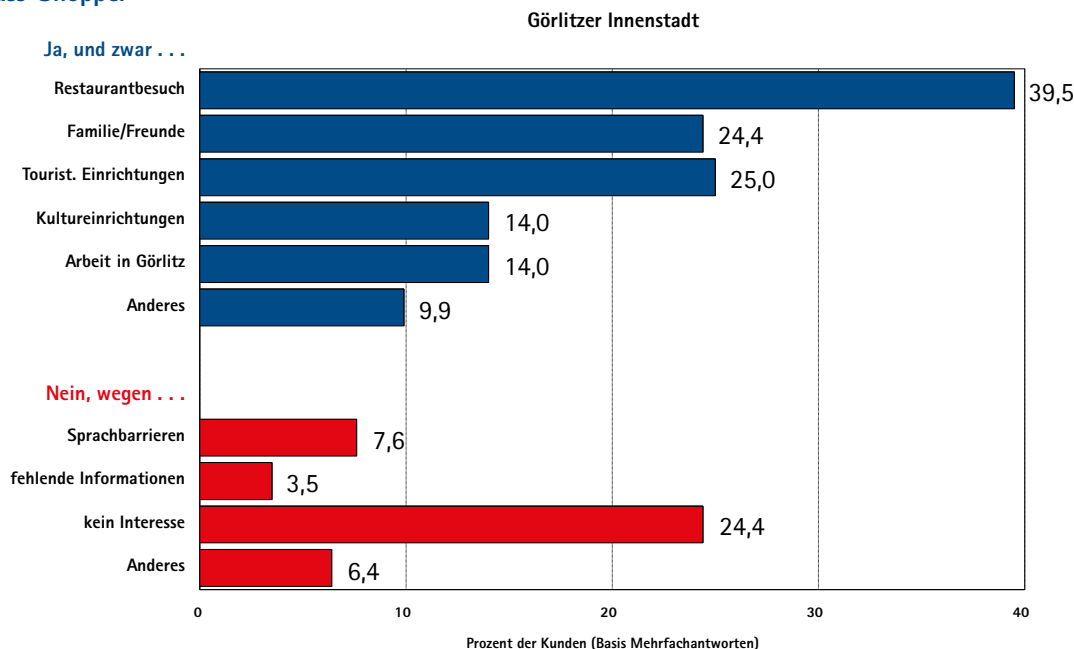
Die polnischen Kunden wurden gefragt, wieviel sie in Złoty ausgeben. Wechselkursschwankungen wirken sich auf die Höhe der Beträge in € aus.

### Höhe der Einkaufssumme 2017



## Verbindung mit anderen Aktivitäten

### Genuss-Shopper



Quelle: IHK Dresden | Befragung polnischer und deutscher Kunden 2011 und 2017 an Einzelhandelsstandorten in Görlitz und Zgorzelec

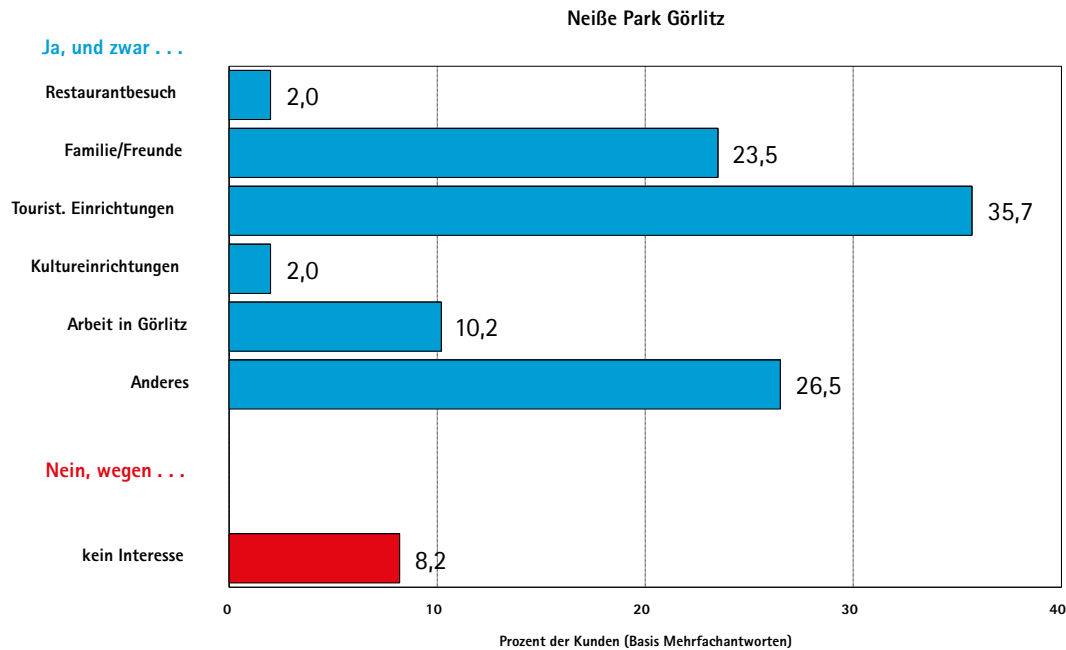
### Interessant zu wissen:

66,1% der polnischen Genuss-Shopper verbinden ihren Einkauf mit anderen Aktivitäten in der Stadt. Am beliebtesten sind dabei Restaurantbesuche, der Besuch von Familie und Freunden und/oder einer touristischen Einrichtung. Die Genuss-Shopper mit Interesse für Aktivitäten in Verbindung mit dem Shopping sind zwischen 25 und 59 Jahre alt. Diese Spanne lässt eine große Beispielbarkeit zu.

### Unser Tipp:

Sprechen Sie mit passenden Partnern über mögliche Kooperationen wie z. B. Werbung und Aktionen, die den Einkauf bei Ihnen interessanter machen und einen Mehrwert für Ihre Kunden bieten.

## Bedarfs-Shopper



Quelle: IHK Dresden | Befragung polnischer und deutscher Kunden 2011 und 2017 an Einzelhandelsstandorten in Görlitz und Zgorzelec

### Interessant zu wissen:

Bisher verbinden 32,4% der Bedarfs-Shopper ihren Einkauf mit anderen Aktivitäten im Center oder der Stadt. Sie besuchen touristische Einrichtungen, erledigen oder erleben anderes und besuchen Familie und Freunde.

### Unser Tipp:

Die Bedarfs-Shopper stellen eine große potentielle Zielgruppe für weitere Angebote z. B. des Tourismus oder der Gastronomie dar. Der Wunsch nach der Verbindung von Einkäufen mit anderen Aktivitäten muss entfacht und mit spannenden Angeboten untersetzt werden. Die entsprechenden Center können als Werbepattform für andere Angebote der verschiedenen Leistungsträger genutzt werden.

## Zusammenfassung und Handlungsempfehlung

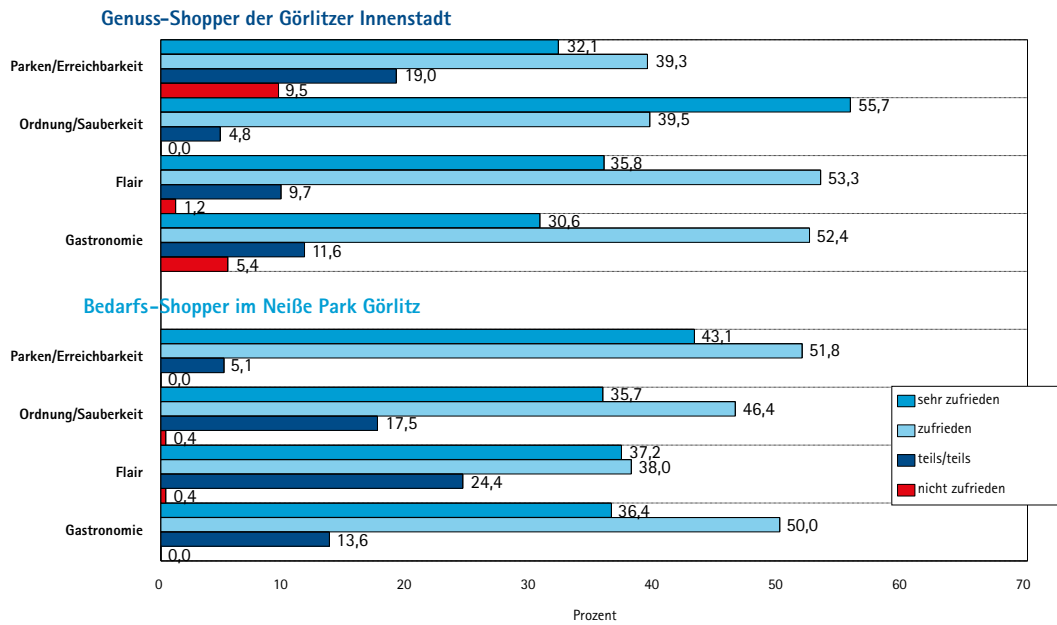
Die Grundcharakteristik der polnischen Kundschaft im Hinblick auf Alter, Haushaltsgrößen und Zufriedenheit hat sich im Vergleich zu 2011 wenig verändert.

Die polnische Kundschaft lässt sich in zwei Shopping-Typen unterteilen, die unterschiedlich anzusprechen sind. Mit dem Wissen um die Herkunft und den Bedarf der Kundschaft und mit einer klaren Zielgruppendefinition des Händlers kann im wirksamen Radius über passende Kanäle geworben werden, um die gewünscht Zielgruppe für die angebotenen Produkte zu erreichen.

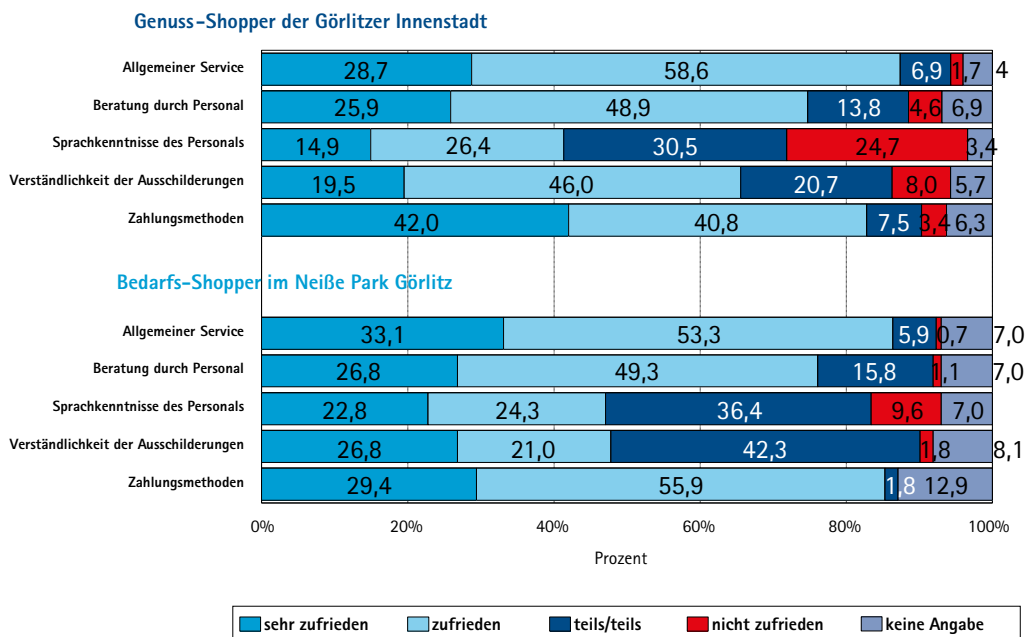
Dem Internet und Social Media müssen dabei mehr Bedeutung beigemessen und die Anstrengungen intensiviert werden.

Der Zufriedenheitsgrad der Genuss-Shopper sowie Bedarfs-Shopper mit den Rahmenbedingungen und den Serviceleistungen beim Einkauf in Görlitz ist gut bis sehr gut.

## Zufriedenheit polnischer Kunden mit den Rahmenbedingungen des Einkaufs in Görlitz



## Zufriedenheit polnischer Kunden mit Serviceleistungen beim Einkauf in Görlitz



### Interessant zu wissen:

Eine hohe Kundenzufriedenheit kann zu einer wertvollen Weiterempfehlungsbereitschaft, dem gewünschten Wiederkaufverhalten und/oder auch zu einer erhöhten Preisbereitschaft führen. Verschiedene Studien haben ermittelt, dass unzufriedene Kunden 8 bis 11 anderen von ihrem Negativerlebnis erzählen. Zufriedene Kunden hingegen erzählen maximal 3 weiteren Personen von ihrem positiven Erlebnis.

### Unser Tipp:

Das Maß an Zufriedenheit und Serviceleistungen sollte mindestens gehalten, besser noch stetig gesteigert werden, um dem wachsenden Konkurrenzdruck durch andere „Einkaufsstädte“ und den Onlinehandel standzuhalten.

Von den befragten Kunden wurden Vorschläge zur Verbesserung des Einkaufserlebnisses gemacht. Bei der Auswertung ergab sich folgendes Ranking:

- Polnischkenntnisse, damit verbunden polnische Beschriftungen/Ausschilderungen/Informationen
- Bezahlung in Złoty
- Parkplätze

Auf diese Wünsche sollte der Görlitzer Einzelhandel gezielt eingehen, um seine Anziehungskraft zu steigern. Auf die polnische Kundschaft bezogene Leistungen müssen so platziert werden, dass sie in der Haupteinkaufszeit der Kunden wahrgenommen und vor allem genutzt werden.

Das Potential des polnischen Kunden als Tourist in Görlitz kann noch viel stärker genutzt werden, wenn entsprechende Angebote und Serviceleistungen vorgehalten werden, z. B. Speisekarten auf Polnisch.

#### Interessant zu wissen:

22 Händler aus Görlitz haben sich an der Händlerumfrage beteiligt. 10 von 22 Händlern bewerten den Anteil polnischer Kunden in den letzten 5 Jahren als konstant, bei 5 Händlern ist er sogar gestiegen. Die Umsätze durch die polnische Kundschaft sind laut Schätzung der Händler größtenteils gleich geblieben oder sogar gestiegen. 10 von 22 Befragten schätzen die polnische Kundschaft als weniger wichtig ein, 3 sogar als unbedeutend. 17 von 22 befragten Händlern planen keine Werbung für polnische Kunden in den nächsten 6 Monaten.

#### Unser Tipp:

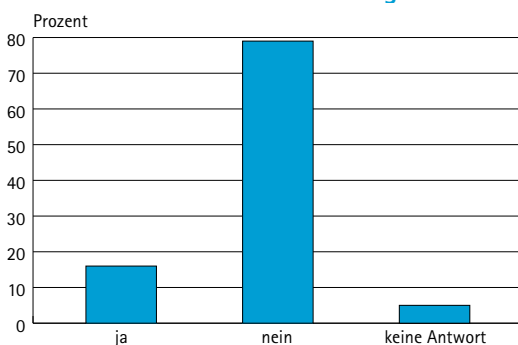
Analysieren Sie das mögliche Potential der polnischen Kundschaft für Ihr Ladengeschäft und unternehmen Sie Anstrengungen, um das Potential auszuschöpfen. Eine genaue Definition Ihrer polnischen Zielgruppe und die passende Ansprache über richtige Kanäle kann zum Erfolg verhelfen und Streuverluste vermeiden.

## Verkaufsoffene Sonntage und einheitliche Ladenöffnungszeiten

### Verkaufsoffener Sonntag

519 deutschen wie polnischen Kunden wurde die Frage gestellt, ob sie verkaufsoffene Sonntage in Görlitz nutzen.

#### Nutzen Sie verkaufsoffene Sonntage in Görlitz?



#### Interessant zu wissen:

28,5 % der „Nein“-Sager sind polnische Genuss-Shopper, 64,9 % sind polnische Bedarfs-Shopper und 6,6 % sind deutsche Kunden.

68,3 % der „Ja“-Sager sind polnische Genuss-Shopper, 1,2 % sind polnische Bedarfs-Shopper und 30,5 % sind deutsche Kunden.

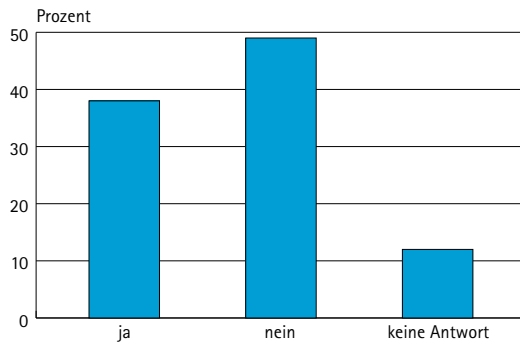
#### Unser Tipp:

Sonntagsöffnungszeiten in Görlitz spielen für die polnischen Kunden aktuell keine entscheidende Rolle. Als Gründe werden vor allem keine Notwendigkeit/Interesse, keine Kenntnis über den verkaufsoffenen Sonntag oder Einstellungs-/Glaubensgründe angegeben. Die fehlende Notwendigkeit ergibt sich mutmaßlich aus den Sonntagsöffnungen in Polen. Im Hinblick auf die aktuellen Neuregelungen der rechtlichen Grundlagen der Ladenöffnungszeiten in Polen sollte die Fragestellung zum passenden Zeitpunkt erneut in den Fokus rücken. Der Görlitzer Händlerschaft empfehlen wir, die Auswirkungen auf ihre polnische Kundschaft zu beobachten und entsprechend zu reagieren. Reduzierte Sonntagsöffnungszeiten in Polen können bei bedarfsgerechter Ausrichtung auch zu einer Wiedererstarkung der Nutzung verkaufsoffener Sonntage durch deutsche und polnische Kunden in Görlitz führen.

## Ladenöffnungszeiten

Den polnischen Genuss-Shoppern sowie den deutschen Kunden haben wir die Frage gestellt, ob sie sich einheitliche Ladenöffnungszeiten für Görlitz wünschen. Die Fragestellung erfolgte ohne Berücksichtigung der Bedarfs-Shopper, da diese bereits einheitliche Öffnungszeiten im Neiß Park vorfinden.

### Wünschen Sie sich einheitliche Öffnungszeiten für den Görlitzer Einzelhandel?



#### Interessant zu wissen:

Etwa vier von zehn Befragten befürworten einheitliche Ladenöffnungszeiten. Dabei wird von deutschen Kunden die organisatorische Seite wie einfachere Orientierung oder weniger Koordinationsaufwand bei den Einkäufen hervorgehoben. Dagegen benötigt jeder zweite Kunde keine einheitlichen Öffnungszeiten, weil aus Sicht der Befragten kein Bedarf besteht. Aus Sicht der Kunden schätzen wir „Einheitliche Öffnungszeiten“ aktuell nicht als Prioritäts-Thema ein, welches zum jetzigen Zeitpunkt maßgeblichen Einfluss auf eine positive Entwicklung des Görlitzer Einzelhandels nehmen kann.

#### Unser Tipp:

Um den Erfolg und die Notwendigkeit einheitlicher Öffnungszeiten zu testen, könnten phasenweise bestimmte „Einkaufszonen“ einheitliche Öffnungszeiten anbieten. Der Erfolg sollte dabei anhand vorher festgelegter Kriterien gemessen werden. Um die Koordination der Einkäufe für den Kunden einfacher zu machen, sollten Händler ihre Öffnungszeiten nicht nur am Geschäft bekannt geben, sondern auch über entsprechende Interneteinträge dem Kunden ermöglichen, sich schnell und digital über die Öffnungszeiten informieren zu können.

## Ein Resümee Ihrer IHK

Ob als Tourist, Arbeitskollege, Restaurantgast oder Kunde im Einzelhandel: Der polnische Bürger gehört spätestens seit 2007 zum alltäglichen Stadtbild in Görlitz.

### König Kunde

Bei aller Normalität im Alltag bedarf es dennoch individueller Anstrengungen, um den polnischen Nachbarn als Kunden für den Görlitzer Einzelhandel zu gewinnen. Denn: Kein Kunde ist selbstverständlich.

### Werbung

Um den polnischen Kunden zu erreichen, ist es unabdingbar, ihn und seine Bedürfnisse zu kennen und ihm auf dem richtigen Weg zu übermitteln, dass man seine Bedürfnisse erfüllen kann.

### Service

Hat der Kunde dann das Geschäft betreten, gilt: Bieten Sie dem Kunden den Service, den Sie als deutscher Kunde in Polen erwarten.