

PR-Bericht zu Praxisprojekt 2, Vollzeitstudium
Einkaufen im Dorf – Geschichte oder Zukunft?



WTT
YOUNG
LEADER
AWARD

qualified

«Die Untersuchung des Einkaufsverhaltens und die Ausarbeitung einer gestützten Empfehlung zur Einkaufsförderung waren anspruchsvoll, lehrreich und motivierend.»

Projektteam

Marcel Strässle, Altnau / Projektleiter

Andreas Barmettler, Romanshorn

Nicole Blindenbacher, Zihlschlacht

Timon Burkhart, Birwinken

Benjamin Dudler, Wil

Oliver Mäder, Wil

Kundschaft

Gemeinde Urnäsch, Urnäsch / AR

Stefan Frischknecht / Gemeindepräsident

www.urnaesch.ch

Gemeinde Urnäsch

Ein wunderschönes Dorfbild mit historischen Gebäuden und die malerische Lage im Appenzellerland zeichnen Urnäsch aus. Das 2'300-Seelen-Dorf ist das Tor zu Schwägalp und Säntis und mit privaten und öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar. Der Ort ist auch bekannt für sein gelebtes Brauchtum, z.B das Silvesterchlauen. Das Reka-Feriendorf bietet Platz für Familienurlaub, und Freizeitangebote für Sportbegeisterte sind im Sommer wie im Winter vielfältig. Zudem laden 25 Detailhandelsgeschäfte und 28 Gastronomiebetriebe zum Einkaufen ein.

Ergebnisse

Trotz vielfältigem Angebot ist auch Urnäsch nicht vom Trend verschont, dass zunehmend in grossen Shoppingzentren in Agglomerationen eingekauft wird. Gewerbe und Gastronomie kommen zusehends unter Druck. Gehört das Einkaufen im Dorf der Vergangenheit an oder hat es Zukunft? Die Primärerhebung zeigt, dass 70% der Urnäschter Haushalte und 95% der Reka-Gäste wöchentlich im Dorf einkaufen. Allerdings zeigt die Analyse auch, dass 50%

aller Haushalte für nicht mehr als 100 Franken im Dorf konsumieren und 75% aller Haushalte wöchentlich auswärts einkaufen gehen. Die Erhebung verdeutlicht auch, dass die Dorfbevölkerung, die Reka-Gäste und teilweise auch Durchreisende höhere Bedürfnisse bei Qualität, Öffnungszeiten und Einkaufsatmosphäre äussern.

Vorgehen

Das Studierendenteam befragte drei Zielgruppen (Bevölkerung, Reka-Gäste und Durchreisende) über die Nutzung des Angebots und ihre Bedürfnisse. Anschliessend wurden Faktoren ermittelt, die das Einkaufen im Dorf fördern und somit die langfristige Existenz des regionalen Gewerbes sichern.

Dorfplatz mit Magnet-Potenzial

Basierend auf ausgewählten Erfolgsfaktoren der Shopping-Center hat das Projektteam einen konzeptionellen Ansatz mit dem Ziel entwickelt, potenzielle Kunden und Kundinnen für mehr Konsum in Urnäsch zu begeistern. Wesentliches Konzeptelement ist, den Dorfplatz zum belebten Geschäfts-, Begegnungs- und Unterhal-

tungszentrum zu entwickeln. Hauptanforderungen dabei sind eine Verkehrsberuhigung, die Aufhebung gewisser Parkplätze im Dorfkern, die Erhöhung der Geschäftsdichte und offen gestaltete Gastronomie-Attraktionen. Flankierende Elemente ergänzen das Konzept. Die Erhebung zeigt, dass ein solches Gesamtkonzept bei der Urnäschter Bevölkerung Chancen auf Zustimmung hätte.

Stefan Frischknecht, Gemeinde Urnäsch



Aussensichten, erhärtet und gestützt durch über 700 ausgewertete Fragebogen, bilden ein Reservoir an Ideen und Wertungen, die uns weiterbringen können. Wir sind angetan von der guten Zusammenarbeit mit den FHS-Studierenden und deren Coach. Wir sind froh, diese Erfahrung gemacht zu haben, und empfehlen die WTT-Stelle gerne weiter.

Coach: Prof. Peter Müller



Einkaufen im Dorf?! Eine aktuelle Herausforderung vielerorts in der Schweiz, die zahlreiche Dimensionen anspricht. Einkaufen ist heute vielfach auch Teil von Freizeitbeschäftigung. Das Dorf wehrt sich gegen Schlafort-Dasein. Wie verbinden? Das Praxisprojekt-Team analysierte und entwickelte für Urnäsch interessante Ansätze.

