

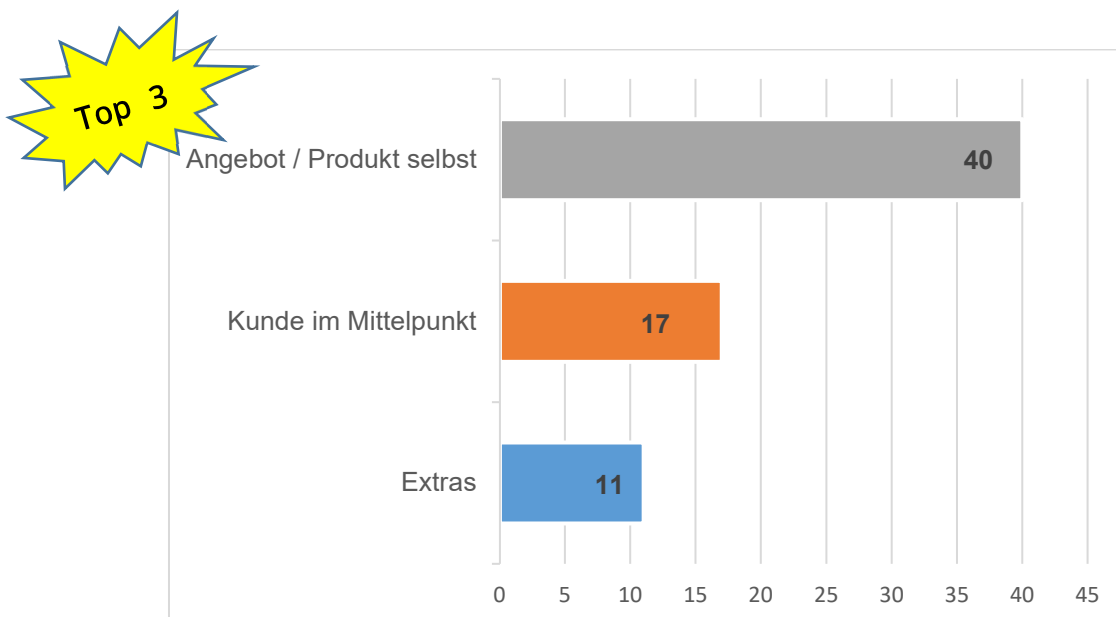
## Befragung des Einzelhandels in Seelze und Letter Frühjahr 2023

Im Frühjahr 2023 befragte das Citymanagement Seelze Betriebe, die innerhalb des in dem Programm Perspektive Innenstadt als Zielgebiet formulierten Bereichs liegen. Insgesamt nahmen 59 Betriebe (Kernstadt Seelze 36, im Ortsteil Letter 23 Betriebe) an der Befragung teil.

Die Befragung gab Aufschluss u.a. über die geschäftliche Situation der Betriebe, die Nutzung des Internets und die Wahrnehmung der Stadt.

Auszugsweise werden hier einige Ergebnisse vorgestellt.

### Frage „Was ist das Besondere Ihres Angebotes/Services/Produktes?“



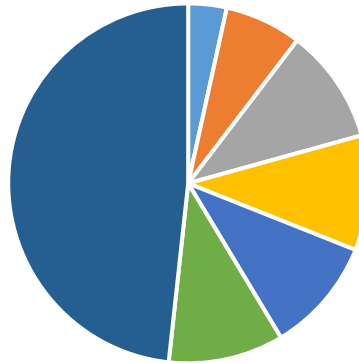
Die Befragten im Wortlaut:

- „Das Produkt steht für sich.“
- „Wir nehmen uns viel Zeit für unsere Kundschaft.“
- „Wir haben hier einzigartige Sachen für Seelze und Umgebung.“

Die Gewerbetreibenden in Seelze und Letter stehen selbstbewusst zu ihren Produkten und Dienstleistungen. Der Servicegedanke ist sehr stark ausgeprägt, zahlreiche Geschäfte sind in ihrem Bereich stark spezialisiert.

Künftig wird es weiter von Bedeutung sein, die Kundenbeziehung zu stärken und die Beratung gleichbleibend hoch zu halten: dies sind Dinge, die aus dem Internet nicht zu beziehen sind und den Unterschied zum Kauf vor Ort ausmachen.

### Frage „Wer ist Ihre Zielgruppe?“



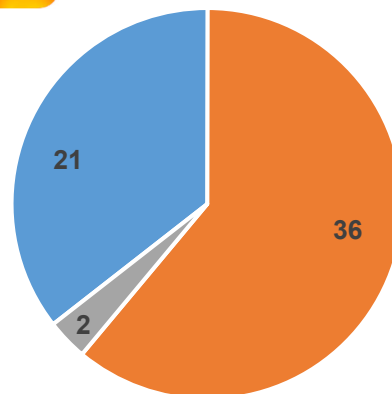
■ Ältere Ü70 ■ Best Ager ■ Junge und Mittelalte ■ 18 - 70 ■ "Produktkunden" ■ Herkunft ■ "Alle!"

Die Befragten im Wortlaut:

- „Ich habe Kundschaft von jung bis alt: ich bin selber im Ort geboren, man ist hier Teil der Familie!"

Fast die Hälfte der Befragten antwortete selbstbewusst, dass „alle“ Menschen erreicht würden. Die Zielgruppen werden überwiegend anhand des Alters unterschieden, was Raum für weitere „Erkundungen“ der Kundschaft lässt. Positiv: alle Menschen sind in Seelze und Letter gleichermaßen willkommen.

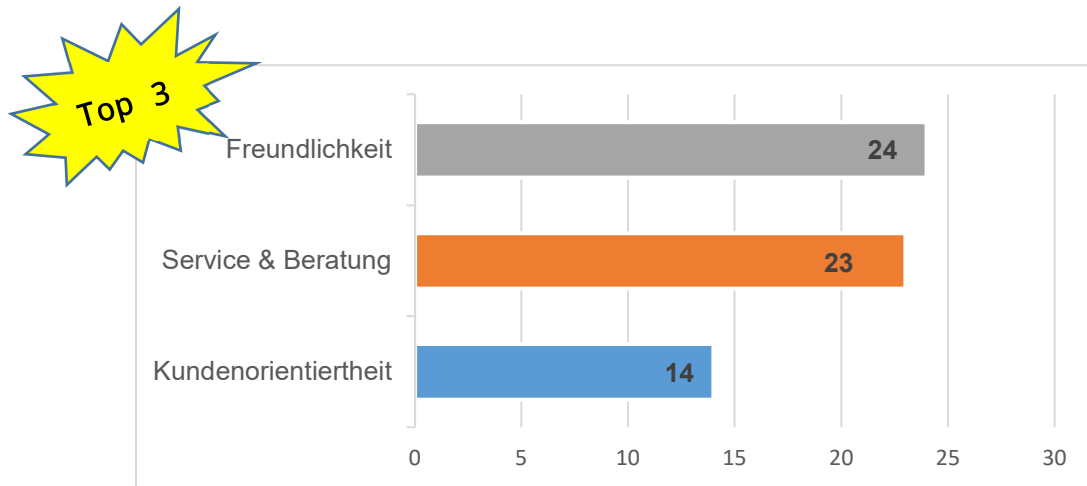
### Frage „Wir nutzen Instagram...“



■ Ja ■ Nein ■ noch nicht

Instagram hat sich in den vergangenen Jahren für Gewerbetreibende zu einem nützlichen Tool entwickelt: zur Information der Kundschaft, zum Storytelling, zur Kundenbindung. Die Gewerbetreibenden in Seelze und Letter nutzen Instagram bisher nur zum Teil für Ihr Geschäft. Das Citymanagement Seelze bespielt den eigenen Kanal #citymanagement\_seelze und bindet ihn aktiv in Aktivitäten, bspw. Schaufensterwettbewerbe, als Möglichkeit der Öffentlichkeitsarbeit ein.

### Frage: „Weshalb würde man Sie weiterempfehlen?“



Die Befragten im Wortlaut:

- „Wir sind immer nett und freundlich und arbeiten mit Spaß.“
- „Unsere Beratung und unser Service sind persönlich und individuell!“
- „Wir sind offen für Kundenwünsche.“

Freundlichkeit, guter Service und gute Beratung sind Grundlagen für die erfolgreiche Führung eines Geschäftes. Diese Eigenschaften findet man in den Geschäften in Seelze und Letter. Durch den starken gesellschaftlichen Zusammenhalt fällt dies vor Ort zum einen leicht, zum anderen muss das hohe Niveau gehalten werden.

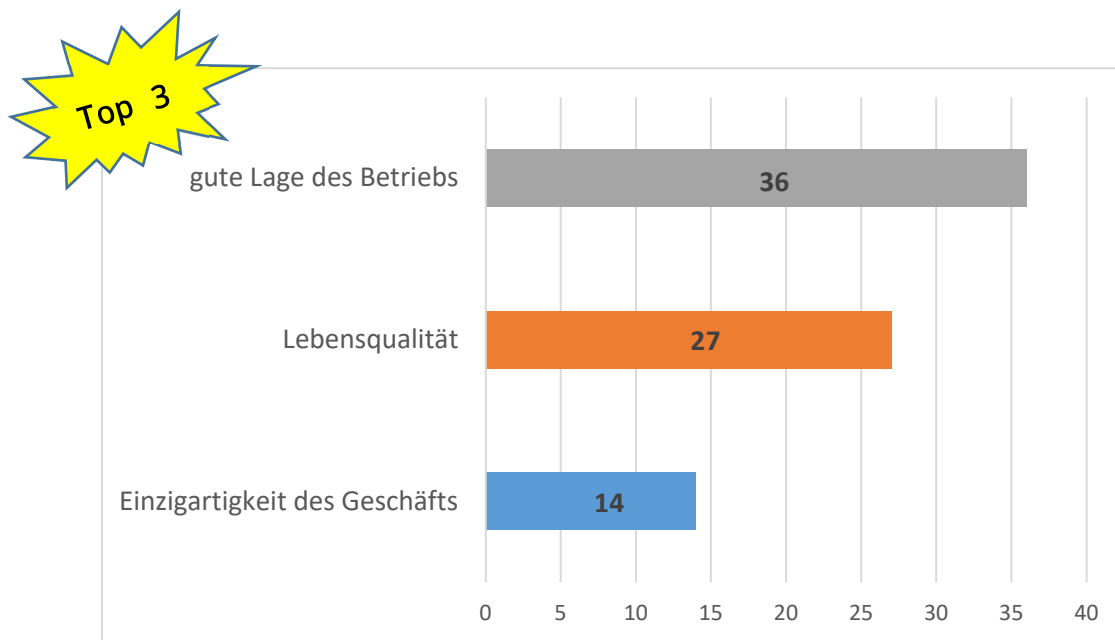
### Frage „Sind Sie mit der Kundenfrequenz in Ihrem Geschäft zufrieden?“

(1 = sehr zufrieden, 6 = gar nicht zufrieden)



Insgesamt gibt es „gute“ Noten für beide Ortsteile, mit einer leicht besseren Bewertung im Ortsteil Letter.

**Frage: „Welche Vorteile erkennen Sie an Ihrem Standort in Seelze/Letter?“**



Die Betriebe in Seelze und Letter loben ihre gute Lage: das Verkehrsnetz ist mit S-Bahn, Regiobus sowie Kreisstraße hervorragend ausgebaut, die Lagen an den Hauptstraßen sorgen für Kundschaft und es sind ausreichend Parkplätze vorhanden.

Zudem wird die Lebensqualität als sehr gut eingeschätzt: die Lage am Kanal sowie der Leine mit „viel Grün“ gibt den äußeren Rahmen vor. Ausdrücklich wird die freundliche Kundschaft erwähnt und mehrere Male fällt das Wort „Heimat“, wenn es um Seelze und Letter und deren Menschen geht. Viele Betriebe sind seit langer Zeit ansässig und wissen dieses menschliche Umfeld zu schätzen.

Die Einzigartigkeit des eigenen Geschäftes wird ebenfalls hervorgehoben. Diese basiert auf den angebotenen Produkten und Dienstleistungen sowie der eigenen unternehmerischen Persönlichkeit. Unterstrichen wird die Einzigartigkeit durch die Kundschaft, die teils „von weiter her“ anreist.