

**ERGEBNISSE DER BESUCHERBEFRAGUNGEN ANLÄSSLICH
DER FRÜHJAHRSSCHAU DES FAHRZEUGWERKES
BORCO-HÖHNS GMBH + CO. KG 2003**

Im Bereich des mobilen Handels bestehen erhebliche Informationsdefizite. Nicht nur gesamtwirtschaftlich fehlen – z.B. im Rahmen der amtlichen Statistik – aussagekräftige und zuverlässige Zahlen über Märkte, Händler, Strukturen, Umfang usw., sondern auch auf der einzelwirtschaftlichen Ebene gibt es erhebliche Wissenslücken. Die IMOHA GmbH – Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen Handels an der Hochschule Harz in Wernigerode, hat sich zum Ziel gesetzt, solche Informationen zu sammeln und selbst zu erarbeiten. Die Untersuchung, deren Ergebnisse im Folgenden dargestellt werden, stellt einen kleinen Baustein in diesem Bemühen dar. Anlässlich der Frühjahrsschau des Fahrzeugwerks Borco-Höhns GmbH + Co. KG in Rotenburg/Wümme wurden Besucherbefragungen in Form persönlicher Interviews durchgeführt, die erste Anhaltspunkte für die Strukturen der im mobilen Handel tätigen Unternehmen liefern sollen. Insgesamt wurden 62 mobile Händler im März 2003 befragt.

1. Seit wann betreiben Sie mobilen Handel?

Die befragten Händler sind im Durchschnitt seit 21 Jahren im mobilen Handel tätig. Dabei reicht das Spektrum von Traditionsunternehmen, die 80 Jahre und mehr im Geschäft sind, bis zu Neugründungen der letzten Jahre. 40 % der Befragten betreiben ihr mobiles Geschäft erst seit Beginn der 90er Jahre.

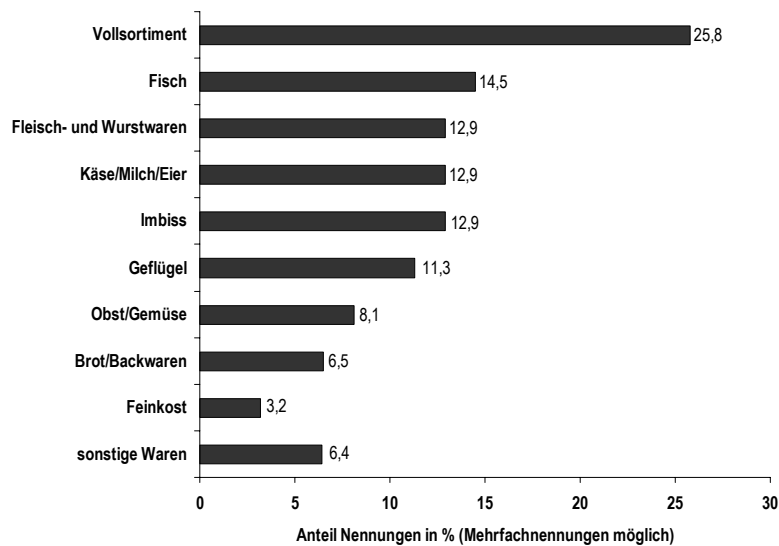
2. Was verkaufen Sie?

In Anlehnung an die Kategorisierung des Warensortiments laut § 67 der Gewerbeordnung wurden die Händler nach ihrem Warenangebot befragt.

90,3 % der mobilen Händler führen nur eine Produktgruppe, der übrige Teil hat zwischen 2 und 3 verschiedene Produktgruppen im Angebot.

Jeder vierte Händler (25,8 %) ist mit einem Vollsortiment zu den Kunden unterwegs. Fischhändler erreichen einen Anteil von 14,5 %. Händler mit Fleisch- und Wurstwaren sowie Käse, Milchprodukten und Eiern waren zu jeweils 12,9 % vertreten. Ein gleich hoher Anteil betreibt einen Imbisswagen (einschließlich Hähnchengrill). 11,3 % der befragten Besucher handeln mit Geflügel aller Art. Obst und Gemüse wird von 8,1 % der Befragten verkauft.

Abbildung 1: Warenangebot



Basis: n=62

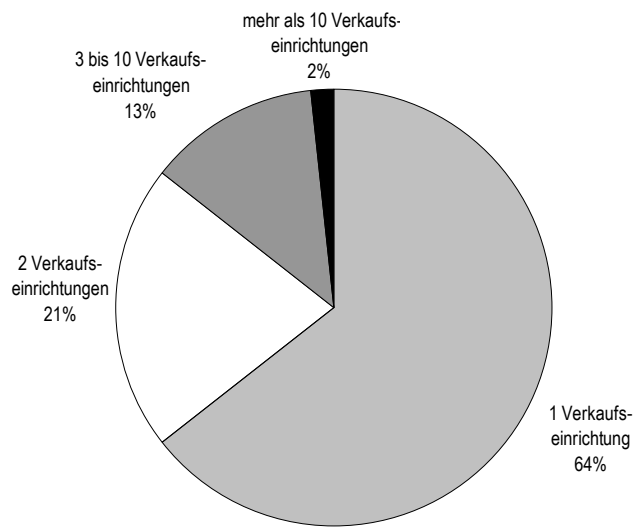
Quelle: Händlerbefragung Imoha GmbH 2003

Grafik: Imoha GmbH

3. Wie verkaufen Sie? Welche Verkaufseinrichtungen nutzen Sie?

Die befragten Händler besitzen für ihren mobilen Verkauf im Durchschnitt 1,97 Verkaufseinrichtungen: 1,24 selbstfahrende Verkaufsfahrzeuge, 0,71 Verkaufsanhänger und 0,02 Verkaufsstände.

Abbildung 2: Anzahl Verkaufseinrichtungen



Basis: n=62

Quelle: Händlerbefragung Imoha GmbH 2003

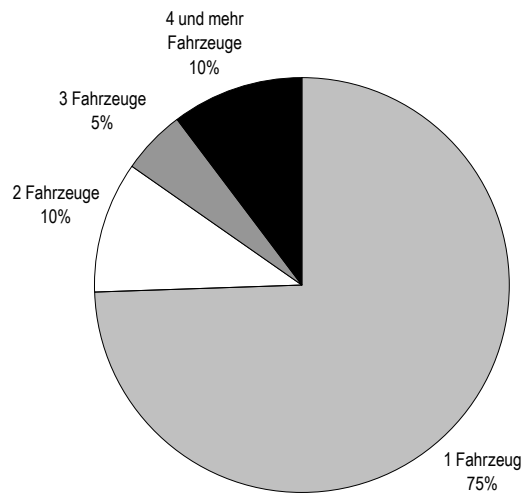
Grafik: Imoha GmbH

Selbstfahrende Verkaufsfahrzeuge

Über 60 % der mobilen Händler sind mit selbstfahrenden Verkaufsfahrzeugen zu ihren Kunden unterwegs. Dabei verkauft der überwiegende Teil an nur 1 Verkaufsfahrzeug (74,4 %), jeder Vierte besitzt mehr als 1 Verkaufsfahrzeug mit einer durchschnittlichen Verkaufsfront von 6,02 lfdm. je Fahrzeug (Minimum: 3,50 lfdm. je Fahrzeug, Maximum: 11 lfdm. je Fahrzeug).

Das Sortiment der selbstfahrenden Verkaufsfahrzeuge besteht zu 41 % aus einem Lebensmittel-Vollsortiment, gefolgt von Fleisch- und Wurstwaren (18 %), Käse/Milch/Eier und Fisch (jeweils 13 %) und Geflügel (10 %).

Abbildung 3: Selbstfahrende Verkaufsfahrzeuge



Basis: n=39 Händler, die mindestens 1 Verkaufsfahrzeug besitzen
Quelle: Händlerbefragung Imoha GmbH 2003

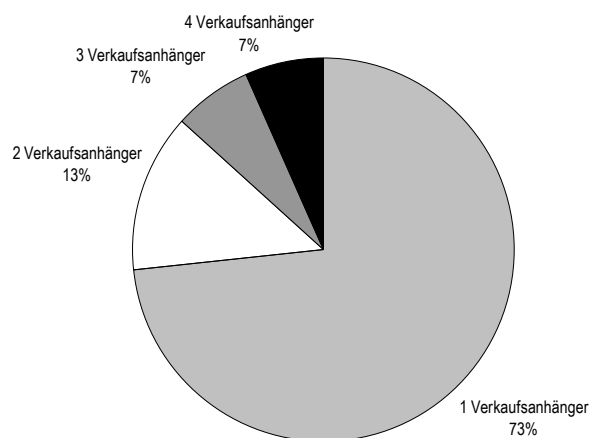
Grafik: Imoha GmbH

Verkaufsanhänger

Knapp die Hälfte der Besucher (48,4 %) nutzt Verkaufsanhänger für den mobilen Verkauf, die in ihrer Verkaufsfront zwischen 3,50 lfdm. und 17 lfdm. je Verkaufsanhänger variieren. Die durchschnittliche Länge eines Verkaufsanhängers beträgt 6,34 lfdm.

Jeder fünfte Verkaufsanhänger ist ein Imbissbetrieb. Jeweils 17 % der Händler verkaufen Käse/Milch/Eier oder Geflügel an Verkaufsanhängern. Obst- und Gemüse- sowie Fischhändler erreichen Anteile von rund 13 %.

Abbildung 4: Verkaufsanhänger



Basis: n=30 Händler, die mindestens 1 Verkaufsanhänger besitzen
Quelle: Händlerbefragung Imoha GmbH 2003

Grafik: Imoha GmbH

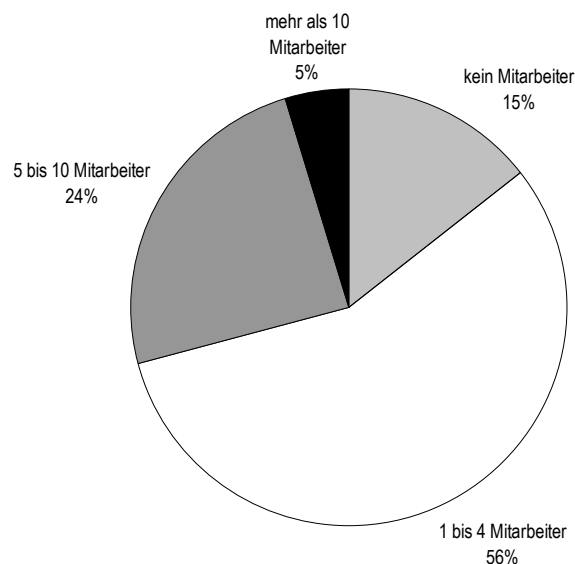
Verkaufsstände

Noch geringer fiel der Nutzungsanteil von Verkaufsständen aus: Lediglich 1 Händler gab an, seine Ware an einem Verkaufsstand mit 6,50 lfdm. Verkaufsfond zu verkaufen.

4. Wie viele Personen sind außer dem Unternehmer/Geschäftsinhaber in Ihrem Unternehmen beschäftigt?

In 14,5 % der mobilen Unternehmen werden außer dem Geschäftsinhaber keine zusätzlichen Arbeitskräfte beschäftigt. Über die Hälfte der Händler hat 1 bis 4 Mitarbeiter angestellt, die in der Regel als Fahr- oder Verkaufspersonal, seltener als Lagermitarbeiter, beschäftigt sind. Ausnahmen bilden Unternehmen mit mehr als 10 Mitarbeitern.

Abbildung 5: Anzahl zusätzlich zum Geschäftsinhaber beschäftigter Mitarbeiter



Basis: n=62

Quelle: Händlerbefragung Imoha GmbH 2003

Grafik: Imoha GmbH

Wird zusätzliches Personal benötigt, handelt es sich in erster Linie um Teilzeitbeschäftigte, Aushilfen oder Geringfügig Beschäftigte, die ihre Arbeitskraft zur Verfügung stellen: 54,8 % der Unternehmer haben o.g. Gruppe beschäftigt (Durchschnitt: 3,3 Personen). In weniger als 50 % der mobilen Unternehmen (48,4 %) arbeiten Familienangehörige (Durchschnitt: 1,7 Personen). Vollzeitbeschäftigtes Personal oder festangestellte Mitarbeiter beschäftigen 25,8 % der mobilen Händler (Durchschnitt: 4,5 Personen).

Tabelle 1: Art und Anzahl zusätzlich zum Geschäftsinhaber beschäftigter Mitarbeiter

	Familienangehörige		Festangestellte / Vollzeitbeschäftigte		Teilzeitbeschäftigte / Aushilfen / Geringfügig Beschäftigte	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Kein Mitarbeiter	32	51,6	46	74,2	28	45,2
1 bis 4 Mitarbeiter	29	46,8	12	19,4	27	43,5
5 bis 10 Mitarbeiter	1	1,6	3	4,8	6	9,7
Mehr als 10 Mitarbeiter	-	-	1	1,6	1	1,6
Gesamt	62	100,0	62	100,0	62	100,0

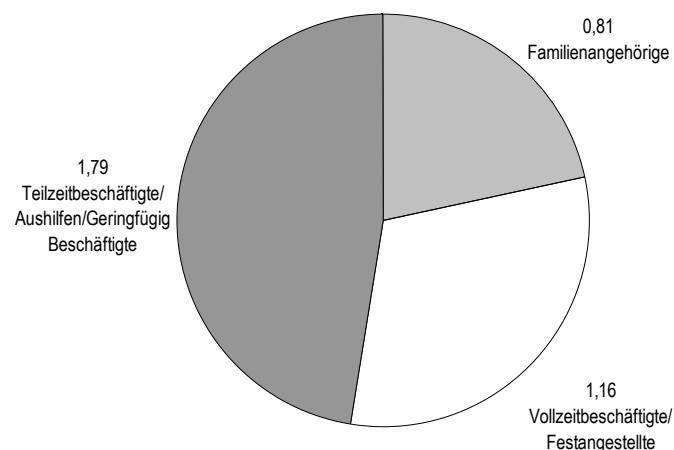
Basis: n=62 Quelle: Händlerbefragung Imoha GmbH 2003

Grafik: Imoha GmbH

Durchschnittlich arbeiten in jedem mobilen Unternehmen 0,81 Familienangehörige, 1,16 Vollzeitbeschäftigte bzw. Festangestellte und 1,79 Teilzeitbeschäftigte, Aushilfen oder Geringfügig Beschäftigte. In der Summe sind das je Unternehmen 3,76 Personen, für die zusätzlich zum Geschäftsinhaber – zumindest zeitweise – ein Arbeitsplatz geschaffen bzw. gesichert wird.

Abbildung 6: Art der zusätzlich zum Geschäftsinhaber beschäftigten Mitarbeiter

Von 3,76 zusätzlich zum Geschäftsinhaber Beschäftigten sind...



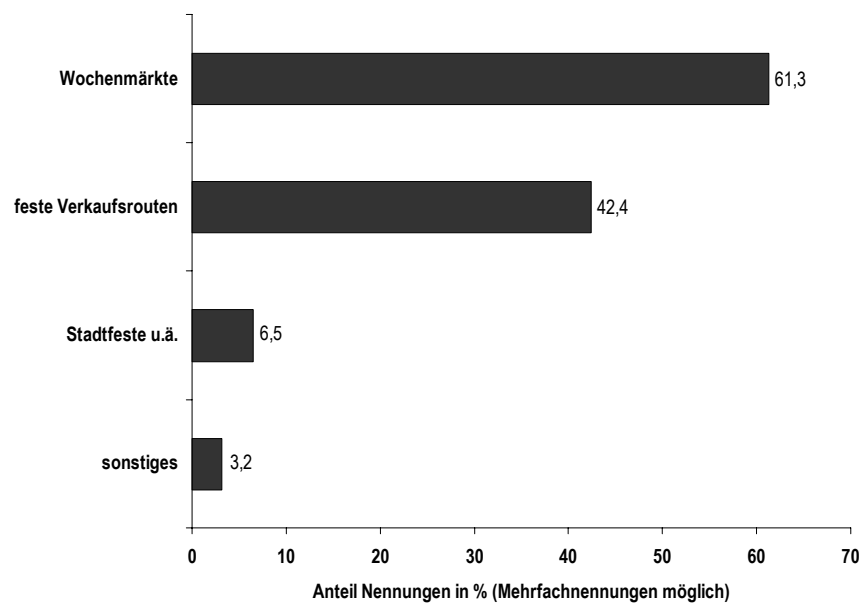
Basis: n=62 Quelle: Händlerbefragung Imoha GmbH 2003

Grafik: Imoha GmbH

5. Wo verkaufen Sie?

Die befragten mobilen Händler sind sowohl im Marktgeschäft als auch im Tourengeschäft tätig. Der überwiegende Teil der Händler ist dabei auf Wochenmärkten anzutreffen (61,3 %), 42,4 % der Händler sind auf festen Verkaufsrouten unterwegs. Stadtfeste und ähnliche Veranstaltungen werden von 6,5 % der Befragten angefahren, sonstige Verkaufsorte, etwa feste Standplätze vor Supermärkten, in Gewerbe- und Industriegebieten oder auf Parkplätzen der Einkaufszentren, nutzen 3,2 % der mobilen Händler.

Abbildung 7: Verkaufsort



Basis: n=62 Quelle: Händlerbefragung Imoha GmbH 2003

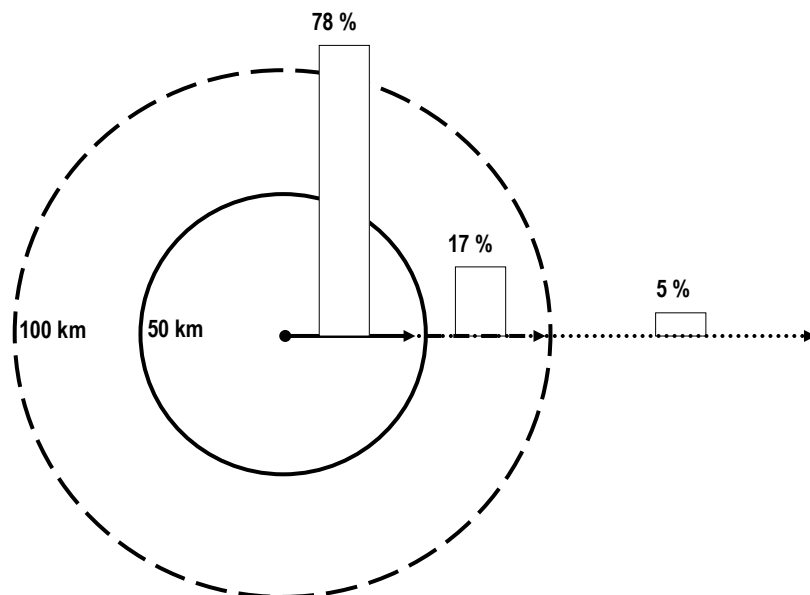
Grafik: Imoha GmbH

6. In welchem Umkreis um Ihren Firmensitz herum verkaufen Sie?

Der Bedarf mit Gütern des täglichen Bedarfs wird zum überwiegenden Teil durch ortsansässige bzw. ortsnaher Händler in den jeweiligen Kommunen gedeckt. Der Verkaufsradius um den Firmensitz der mobilen Händler liegt bei durchschnittlich 46 km. Dabei fährt jeder Zehnte nur 10 km bis zu dem Verkaufsort, der am weitesten vom Firmensitz entfernt ist. Die Hälfte der Händler legt weniger als 35 km, über drei Viertel der Händler weniger als 50 km zwischen Firmen- und Verkaufsstandort zurück. Strecken von mehr als 100 km werden von nur 5,1 % der Händler überwunden. Ausnahmen bilden diejenigen Händler, die ihre Produkte im Umkreis von über 200 km um ihren Firmensitz verkaufen.

Es konnte weiterhin festgestellt werden, dass Wochenmarkthändler in der Regel kürzere Entfernungen zurücklegen als Händler mit Verkaufswagen auf festen Verkaufsrouten.

Abbildung 8: Verkaufsradius



Basis: n=62 Quelle: Händlerbefragung Imoha GmbH 2003

Grafik: Imoha GmbH

7. Wie lassen sich die Verkaufsgebiete charakterisieren?

Der Großteil der Befragten (40,3 %) ist in eher städtischen Gebieten auf Wochenmärkten oder festen Standplätzen als mobiler Händler vertreten. Hierbei handelt es sich überwiegend um Anbieter von Spezialsortimenten (Obst/Gemüse, Käse/Milchprodukte/Eier, Geflügel u.a.m.).

30,6 % der Händler haben eher ländliche Verkaufsgebiete, die vor allem mit Vollsortiment, Brot und Backwaren sowie Fleisch- und Wurstwaren auf festen Verkaufsrouten angefahren werden.

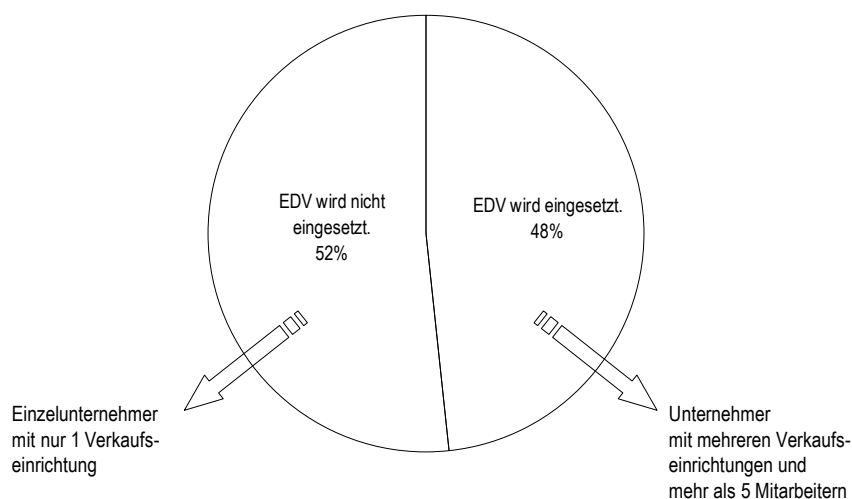
Ein etwa gleich hoher Anteil fährt sowohl städtische als auch ländliche Regionen an.

8. Setzen Sie in Ihrem Unternehmen EDV ein?

Weniger als die Hälfte der befragten mobilen Händler gab an, Computer, Laptop oder sonstige Medien im Unternehmen zu nutzen. Hier handelt es sich vor allem um größere Unternehmen mit mehr als 5 zusätzlich zum Geschäftsinhaber beschäftigten Mitarbeitern und/oder mehr als 1 Verkaufseinrichtung (Anteil EDV-Nutzer über 70 %).

52 % der Unternehmen setzt keine EDV zur Unterstützung der Geschäftsprozesse ein. Das sind überwiegend Einzelunternehmer mit nur 1 Verkaufseinrichtung (81 % dieser Gruppe nutzen keine EDV).

Abbildung 9: EDV-Einsatz in mobilen Unternehmen



Basis: n=62

Quelle: Händlerbefragung Imoha GmbH 2003

Grafik: Imoha GmbH

Wofür setzen Sie EDV ein?

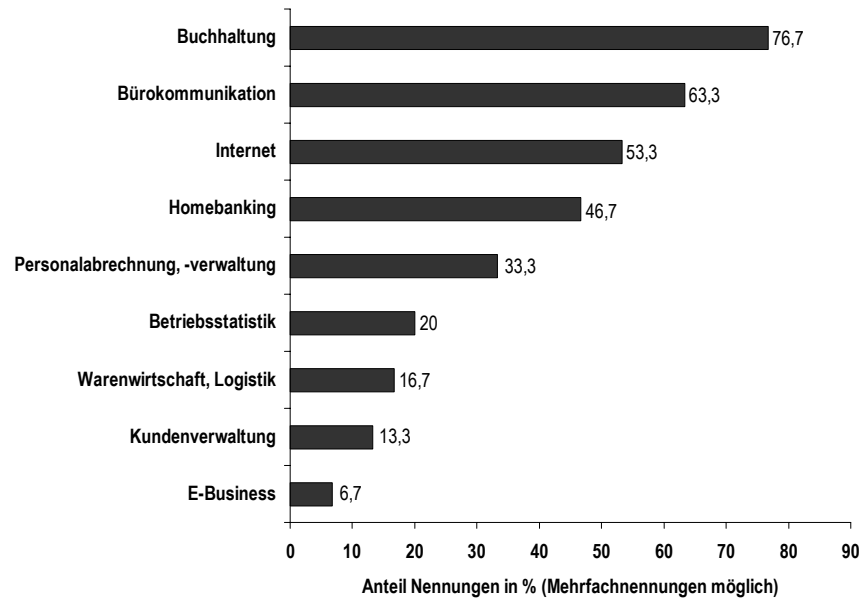
Unter den EDV-Nutzern entfällt der größte Anteil auf diejenigen Händler, die EDV für die Buchhaltung einsetzen (76,7 %). Zwei Drittel der Befragten gaben an, EDV für die Bürokommunikation (Briefe, Rechnungen etc.) zu nutzen.

Der Anteil Internet-Nutzer (eigene Homepage, Email usw.) beträgt 53,3 %, 46,7 % der Befragten setzen EDV für Homebanking ein. Händler, die ihre Produkte im Internet verkaufen bzw. online Bestellungen aufgeben, erreichen einen Anteil von 6,7 %.

16,7 % Händler wickeln die Warenwirtschaft und Logistik (Lagerhaltung, Routenplanung usw.) rechnergestützt ab. Auf die Bereiche Betriebsstatistik (Umsatzstatistik, Jahresvergleiche usw.) und Personalabrechnung / -verwaltung entfallen 20 % sowie 33,3 %.

Bei größeren Unternehmen (2 und mehr Verkaufseinrichtungen) ergeben sich höhere Anteile vor allem in den Bereichen Bürokommunikation (68,8 %), Buchhaltung (81,3 %), Warenwirtschaft/Logistik (25 %) und Personalabrechnung/-verwaltung (43,8 %).

Abbildung 10: Nutzung der Computer / Laptops für ...



Basis: n=30 EDV-Nutzer

Quelle: Händlerbefragung Imoha GmbH 2003

Grafik: Imoha GmbH

9. Wie oft (pro Jahr) gehen Sie oder Ihr Personal zu Informations- oder Schulungsveranstaltungen, z.B. Messe-Besuche (wie hier und heute), Verkaufsschulung, Produktschulungen, Sonstige Aus- und Weiterbildung des Personals – z.B. in EDV, E-Business o.ä.

Die Befragten gaben an, pro Jahr durchschnittlich 1,9 Informations- und Schulungsveranstaltungen (einschließlich Messen) zu besuchen. Das Spektrum reichte dabei von 1 Veranstaltung bis zu 10 Veranstaltungen, die vom Geschäftsinhaber selbst oder vom Personal jährlich besucht werden.

10. Was ist der wichtigste Faktor für den Erfolg eines mobilen Händlers?

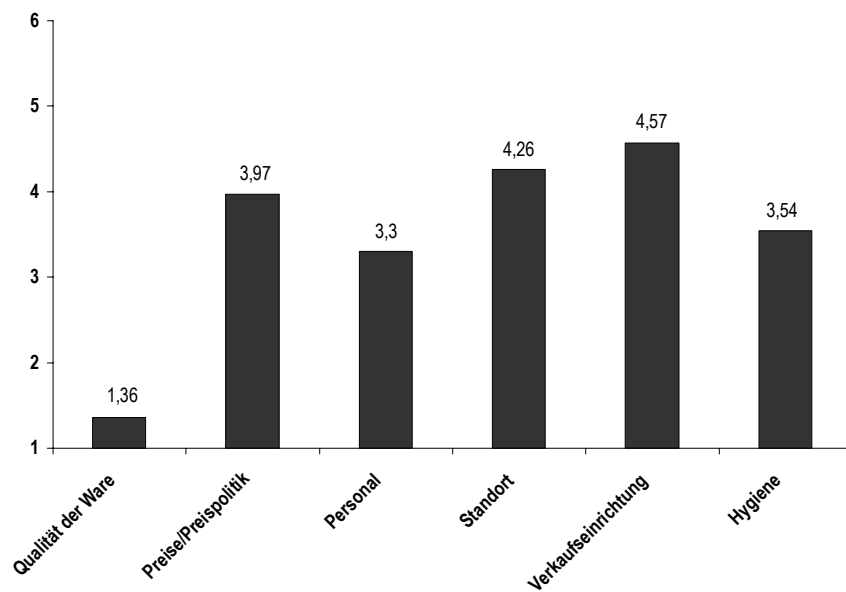
Das wichtigste Kriterium für den Erfolg eines mobilen Händlers ist nach Aussage der Befragten die Qualität der Ware. 93,4 % der Befragten setzen die Qualität auf den 1. oder 2. Rang.

An die zweite Stelle der Rangordnung – mit deutlichem Abstand – setzen die Befragten das Personal und achten bei dessen Auswahl vor allem auf die Qualifikationen, das Auftreten und die Kundenfreundlichkeit der im Kundenkontakt stehenden Personen.

Am drittwichtigsten ist nach Einschätzung der Befragten die Hygiene im Verkaufsbereich. Viele nannten diesen Faktor zudem als Grundvoraussetzung für erfolgreichen Handel.

Die Kriterien Preise und Preispolitik sowie Standort der Händler wurden im Durchschnitt auf den 4. Platz gesetzt. Im Zusammenspiel mit den bereits genannten Kriterien spielt die Verkaufseinrichtung für die Befragten eine eher untergeordnete – jedoch keine unwichtige – Rolle.

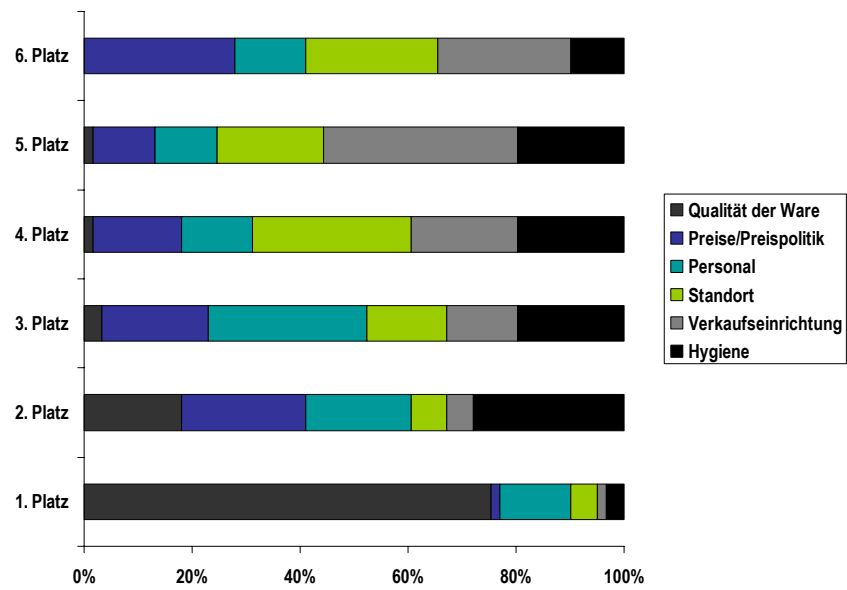
Abbildung 11: Durchschnittlicher Rangplatz der Erfolgskriterien



Basis: n=62 Quelle: Händlerbefragung Imoha GmbH 2003

Grafik: Imoha GmbH

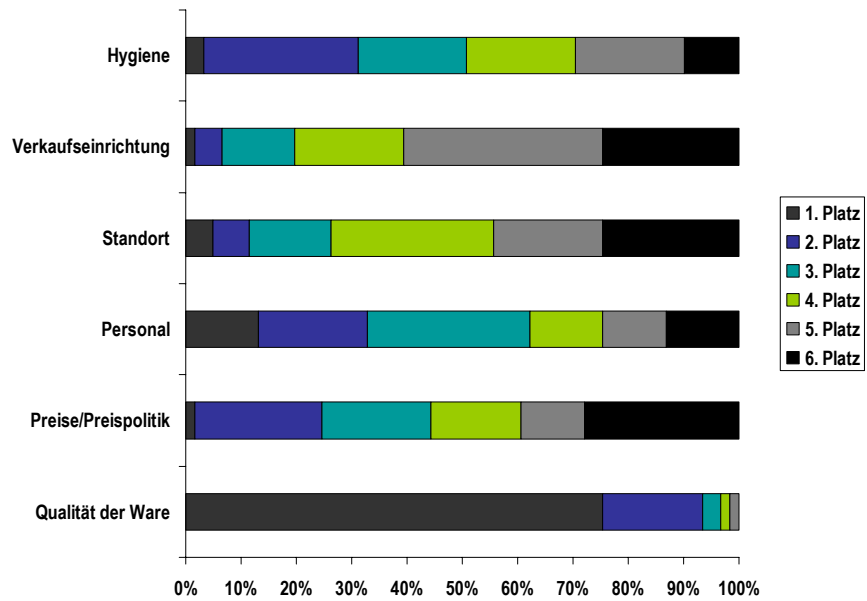
Abbildung 12: Verteilung der Erfolgskriterien nach Rangplätzen



Basis: n=62 Quelle: Händlerbefragung Imoha GmbH 2003

Grafik: Imoha GmbH

Abbildung 13: Verteilung der Rangplätze nach Erfolgskriterien



Basis: n=62 Quelle: Händlerbefragung Imoha GmbH 2003

Grafik: Imoha GmbH

11. Was sind für Sie zur Zeit die Hauptprobleme im mobilen Handel?

20,4 % der befragten mobilen Händler machten zu dieser Frage keine Aussage.

Die häufigsten Nennungen beziehen sich auf die derzeitige Wirtschaftslage (24 Nennungen).

Konkret wurden genannt:

- Leute haben weniger Geld
- Kunden sind zurückhaltender

10 Befragte sehen ein wesentliches Problem in der Überalterung der Kundschaft, damit einher gehen fehlende Kundschaft und die schwierige Neukundenakquise.

Weitere Nennungen waren z.B.:

- Konkurrenz durch große Märkte und / oder Discounter
- Preispolitik des stationären Handels
- Geringe Handelsspanne, Einkauf zu teuer

12. Haben Sie bereits Erfahrung mit bargeldlosem Zahlungsverkehr auf Wochenmärkten und / oder an Verkaufswagen? Planen Sie die Einführung dieser Zahlungsmodalität? Welche Probleme sehen Sie?

Die Kartenakzeptanz im Einzelhandel steigt: Jeder dritte Einkauf wird mittlerweile bargeldlos beglichen. Im mobilen Einzelhandel scheint das noch nicht der Fall zu sein. Keiner der befragten Händler bietet bargeldlosen Zahlungsverkehr an und zwar aus folgenden Gründen:

- keine Nachfrage bzw. wurde in Vergangenheit nicht angenommen
- Karten nutzen nur junge Leute
- Kostenfaktor, Beträge zu klein, Einführung zu teuer
- Technische Voraussetzungen nicht vorhanden, Technik ist noch nicht ausgereift
- Zeitfaktor (z.B. Dauer der Datenübertragung)

6 Händler geben an, dass die Einführung eines Kartensystems geplant sei.

13. Rating / Unternehmensbewertung

Rating / Basel II usw. stellen für den Großteil der befragten Händler ein unbekanntes Problem dar. Zwar sei es allgemein schwieriger, Kredite zu bekommen, da die Banken zurückhaltender bei der Kreditvergabe geworden sind, Veränderungen in der Vergabepaxis in Bezug auf Anforderungen / Unternehmensbewertungen etc. wollte kein Händler bemerkt haben.

Impressum:

Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen Handels GmbH
an der Hochschule Harz
Friedrichstr. 57-59
38855 Wernigerode

Tel./Fax: 03943 / 62 61 13

info@imoha.de
www.imoha.de