

Entwicklungspartnerschaft MünchenKompetent - Produkt

Produkttitel	Erhebungsinstrument "Individualisierte KundInnenbefragung"
Projektträger und Projektname	SIM Sozialwissenschaftliches Institut München „Strategische Allianzen als Beschäftigungsstrategie“

Produktkontext	
Interventionsbereich	Die erste gemeinsame Aktivität des „Netzwerkes für Naturkostläden“ soll die individuellen Bedarfe abdecken und kollektive Interessen sichtbar und bearbeitbar machen.
Kooperationspartner	<ul style="list-style-type: none"> - MPS Münchner Projektgruppe für Sozialforschung e.V. - Karl Thiessen, B + S Betriebsberatung und Schulung im Naturkostbereich - Angelika Lintzmeyer, Agenda 21-Büro des Referates für Gesundheit und Umwelt der LH München und Mitinitiatorin „Bio-Stadt München“ - 14 Münchner Naturkostläden

Produktbeschreibung	
Zielsetzung	<p>Das Erhebungsinstrument dient dazu, nicht nur eine für kleine Naturkostfachgeschäfte repräsentative KundInnenbefragung zu erstellen, sondern soll zudem und gleichzeitig auf die individuellen Informationsbedarfe der Läden eingehen, um eine Potenzial- bzw. Problemsicht der KundInnen zu generieren und diese im Netzwerk bearbeitbar zu machen.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Generierung eines detaillierten KundInnen-feedbacks ○ Aufdecken von Entwicklung- und Profilierungspotenzialen ○ Generierung von Informationen, die in eine gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit einfließen können
Produkttyp	Das Produkt liegt als Mastervorlage und in 14 verschiedenen Fragebogenvarianten mit individuellem Logos der Naturkostläden vor und kann bei Bedarf auch zu einem späteren Zeitpunkt von den Läden wieder verwendet werden. Ein Beispielfragebogen liegt bei.
Zielgruppen	KundInnen von Bio-Fachgeschäften
Technische Ressourcen	Der Fragebogen liegt als Word-Datei vor, zur Erfassung und Auswertung der erhobenen Daten ist SPSS erforderlich.
Methodik	Zunächst wurde gesichtet, welche Befragungen es im Bio-Bereich in Deutschland gibt, welche Erhebungsmethoden- und instrumente dabei zum Einsatz kamen. Zudem wurde gesichtet, welche allgemeinen Erhebungsinstrumente im SIM zu KundInnenbefragungen vorliegen. Auf dieser Basis wurde ein Fragebogenentwurf erarbeitet, der mit den Kooperationspartnern diskutiert, ergänzt und weiterentwickelt wurde. Diese Fassung wurde mit jedem Laden einzeln diskutiert und auf seine individuellen Informationsbedarfe abgestimmt, so dass zwar 14 verschiedene Erhebungsinstrumente vorliegen, diese aber eine breite Überschneidung in den Fragen aufweisen, so dass ein Gesamtdatensatz generierbar ist, der ein Gesamtbild aus KundInnensicht ergibt (ca. 1400 Befragte). Zudem kann für jeden Laden eine individuelle Auswertung seiner Befragten vorgenommen und diese Ergebnisse mit dem Gesamtbild verglichen werden (interner benchmark). Die erforderlichen Rahmenbedingungen hierfür sind nicht nur profunde Erfahrung mit der Konzeption und Durchführungen von KundInnenbefragungen sondern auch umfangreiches Bio-Branchen Know-how und ein vertrauensvolles und vertrauensgenerierendes, prozessorientiertes Vorgehen in der Feldphase der Erhebung.
Publikations-/ Anwenderform	Das Erhebungsinstrument selber ist nicht zur Publikation gedacht, die anonymisierten Ergebnisse der Befragung hingegen sehr wohl und zwar in jeder möglichen Form der Öffentlichkeitsarbeit. Die Ergebnisse werden auch teilweise der Fachöffentlichkeit in Vorträgen und Artikeln vorgestellt

	werden.
Entwicklungsaufwand (Zeit/Kosten)	Ca. 4 Arbeitswochen
Weiterentwicklung	Es besteht die Möglichkeit, das Instrument in z.B. 2 Jahren in ähnlicher Form wieder einzusetzen um vergleichbare Zahlen zu generieren.
Anwendung und Verbreitung	Know-how in Empirischer Sozialforschung und Organisationsentwicklungs- und Netzwerkbildungs-know-how.
Kontakt	Sozialwissenschaftliches Institut München Ansprechpartnerin: Michaela Pichlbauer Tel.: 089-54344611 E-Mail: michaela.pichlbauer@sim-sozialforschung.de