

Projektstudie Göttinger Wochenmarkt 2001/2002

SCHLUSSFOLGERUNGEN

**Aus den Ergebnissen der Anbieter-/Besucherbefragung abgeleitete
Vorschläge zur Optimierung des Wochenmarktes I**

Der Wochenmarkt soll ein grüner Markt bleiben (Traditionalität)!

Kein Verkauf von Bekleidung oder Haushaltswaren

Werbemaßnahmen optimieren!

Sonderaktionen: etwa Schlemmerangebot der Woche,
das im GT oder per Handzettel angekündigt wird
Einheitlicher Schriftzug bei Werbemaßnahmen

Studierende und jüngeres Publikum sind unterrepräsentiert!

Gezielte PR-Aktionen etwa in Mensen (Semesteranfang)
Aktionen für Kinder/Jugendliche

**Erhöhung der Kundenbindung und Kundenverweildauer durch
Imbißstand (v.a. samstags)!**

Stehrtische – Kaffeeangebot – Belegte Brötchen - Grillbude

Projektstudie Göttinger Wochenmarkt 2001/2002

SCHLUSSFOLGERUNGEN

Aus den Ergebnissen der Anbieter-/Besucherbefragung abgeleitete Vorschläge zur Optimierung des Wochenmarktes II

Gründung eines Wochenmarktvereins!

- Bessere Transparenz
- Bessere Selbstorganisation der Wochenmarktbesucher
- Bessere Artikulation eigener Interessen
- Bessere Zusammenarbeit mit dem Ordnungsamt

Bessere Beleuchtung und attraktivere Gestaltung der Unterführungen!

- Randgruppenproblematik

Verbesserung der Parkplatzsituation (samstags)!

- Öffnen von Schulparkplätzen südlich der Bürgerstraße
- Verbesserung der Parkplatzbeschilderung (Lotzestraße)