

## Arbeitsblätter zum Workshop „Kaufverhalten verstehen: Erfolgreiche Sortimentsgestaltung für ein positives Einkaufserlebnis“ | 05.04.2025

### 1. Für wen kauft ihr ein?

„Die“ Konsument\*in fair gehandelter Produkte gibt es nicht. Das trifft auf aktuelle Kund\*innen genauso zu wie auf potenzielle. Die Motive, warum Menschen fair einkaufen, sind so vielfältig wie die Produkte im Weltladen selbst. Die Prioritäten, Werthaltungen und Geschmäcker von Menschen unterscheiden sich stark. Wer das Sortiment im Weltladen also nicht nur dem eigenen Bauchgefühl, oder dem Zufall überlassen möchte, der sollte sich ab und zu mit der Frage nach den eigenen Zielgruppen beschäftigen.

**Zielgruppen bestimmen:** Neben eurer Stammkundschaft, habt ihr i.d.R. auch Laufkundschaft (z. B. an Markttagen) oder potentielle Kund\*innen (z.B. in der Nachbarschaft oder mit speziellen Eigenschaften wie Studierende)

Denkt dabei auch an eure Rahmenbedingungen:

- Lage: Erreichen wir Laufkundschaft? Wer wohnt im Umkreis oder ist hier unterwegs?
- Öffnungszeiten: Sprechen wir berufstätige Menschen an? Muss man gezielt vorbeikommen?
- Größe des Weltladens: Haben wir genug Platz um mehr als zwei Zielgruppe anzusprechen?
- Ladengestaltung: Welchen Stil hat unser Regalsystem, Wände und Böden? Wen spricht unser Laden optisch an?

#### Aufgabe 1 | Benennt eure Haupt-Zielgruppen zu genau wie möglich

z.B. Stammkundschaft (kommt mind. monatlich), Laufkundschaft (freitags zum Markt), Nachbarschaft (Umkreis 5 Gehminuten), Studierende (der Kunsthochschule), Büroangestellte (in der Mittagspause), Pendler (auf dem Weg zur Straßenbahn), Lehrer\*innen (der Gesamtschule nebenan), ...

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

**Zielgruppen beschreiben:** Beschreibt eure Zielgruppen nun möglichst genau. Denkt euch dazu eine Person aus oder stellt euch eine reelle „Musterkundin“ vor. Wichtig ist nur, dass die Person exemplarisch für die jeweilige Zielgruppe ist. Und klar: Hier geht es nur um eine grobe Annäherung.

**Aufgabe 2 | Beschreibt eure Zielgruppen - für jede Zielgruppe einmal ausfüllen:**

Name: \_\_\_\_\_ Geschlecht / Alter: \_\_\_\_\_

Lebt mit, wohnt (Verheiratet? Kinder? Haus mit Garten? ...): \_\_\_\_\_

Ausbildung, Position: \_\_\_\_\_

Einrichtungstil (schlicht, bunt, chaotisch, ordentlich, ...?): \_\_\_\_\_

Ist interessiert am Weltladen, weil ... / interessiert an folgenden Themen ...: \_\_\_\_\_

---

Typisches Bild vom Wohnzimmer / Küche / Bad (entsprechend relevanter Themen):





### 3. Welche Schwerpunkte kann es innerhalb der Themen geben?

Da als Weltladen die Zahl der Lieferanten begrenzt ist, ist es auch die Auswahl an Produkten. Jetzt heißt es Kataloge wälzen und überlegen bei welche Warengruppen innerhalb eines Themas eine Vertiefung möglich ist. Gibt es z.B. regelmäßig eine große Auswahl an Brettchen und Salatbesteck? Oder eine große Auswahl an lebensmittelechten Schalen und schlichtem Geschirr? Falls ja, kann man hier einen Schwerpunkt setzen. Falls nicht, müsst ihr entweder ein anderes Produkt mit einer großen Auswahl finden oder auch das Thema wechseln. Und denkt am besten schon von vornherein darüber nach, in welchen Bereichen es Saisonware gibt.

#### Aufgabe 4 | Bestimmt die Schwerpunkte innerhalb eurer Themen:

Thema	große Auswahl an ...	mittlere Auswahl an ...	kleine / wechselnde Auswahl an...	Saisonware bei ...