

„Weltläden unter der Lupe“
Befragung von Weltläden in Bayern

Liebe Engagierte des Fairen Handels in Bayern,
sehr geehrte Damen und Herren,

aus der Befragung im Jahr 2009 (für das Geschäftsjahr 2008) konnten die tatsächlichen Rahmenbedingungen – unter denen die Weltläden in Bayern arbeiten - gut veranschaulicht werden. Allen Mitwirkenden an der Befragung aus 2009 ein herzlicher Dank!

Aufbauend auf diesen Ergebnissen möchten wir diese Studie weiterführen und die Geschäftsjahre 2009 und 2010 analysieren.

Die Ergebnisse unterstützen die Fair Handels Beratung in Bayern und dienen den teilnehmenden Weltläden zugleich als Betriebsvergleich. Die Teilnahme ist freiwillig und kann gerne in anonymer Form abgegeben werden. Eine kurze Zusammenfassung wird im Internet veröffentlicht.

Eine individuelle Auswertung Ihres Weltladens, die die Gegenüberstellung Ihrer Angaben mit dem Durchschnitt aller Weltläden können Sie nach der Veröffentlichung der Ergebnisse erhalten. Bitte geben Sie hierzu Ihre Kontaktdaten an oder wenden Sie sich an zu einem späteren Zeitpunkt an die Gutachterin.

Der Runde Tisch Fairer Handel Bayern (www.fairerhandel-bayern.de) initiiert diese Erhebung. Die praktische Durchführung obliegt der Gutachterin Annegret Lueg vom Eine Welt Netzwerk Bayern e.V. Die Einzelangaben im ausgefüllten Fragebogen werden nur von der Gutachterin erfasst und datenmäßig verarbeitet. An Dritte ergehen die Ergebnisse nur in anonymisiert verdichteter Form, die keine direkte Rückverfolgung einzelner Angaben ermöglichen.

Die Befragung besteht aus zwei Teilen: Mantelbogen (allgemeine Informationen) und Datenblatt (Informationen für die Geschäftsjahre 2009 und 2010). Kästchen ankreuzen, wenn Aussage zutrifft. Für Weltläden, die mehrere Filialen verwalten, bitte möglichst pro Filiale den Fragebogen ausfüllen und eine "Hauptfiliale" benennen.

Die Fragen enthalten eine Vielzahl von Antwortkategorien, die keine Standards vorgeben, sondern die Vielfältigkeit der Weltläden widerspiegeln und die Auswertung

der Befragung erleichtern. Neu ist die Frage bzgl. des Ausblicks auf zukünftige Aktivitäten, sollten hier die Begrifflichkeiten nicht ganz zutreffen, bitte dies in den Anmerkungen vermerken, bzw. die tatsächliche Situation angeben.

Bitte schicken Sie den Fragebogen in Papierform an unsere Adresse (insbesondere bei anonymisierter Teilnahme) oder das ausgefüllte Word-Formular per email an lueg@eineweltnetzwerkbayern.de.

Wir würden uns freuen, wenn Sie sich die Zeit für die Befragung nehmen.

Für Fragen hierzu stehe ich gerne bereit.

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!

Annegret Lueg,
Fair Handels-Beraterin im Eine Welt Netzwerk Bayern e.V.
Tel: 0821/81 52 779

Hinweise zum Ausfüllen des Fragebogens:

Hinweis zur PDF-Datei (insbesondere bei anonymer Teilnahme):

Fragebogen ausdrucken, ausfüllen und per Post an:

Eine Welt Netzwerk Bayern e.V.

z.Hd. Annegret Lueg

Weiße Gasse 3

86150 Augsburg

In die PDF-Datei können keine Eingaben gemacht werden!

Hinweis zum Word-Formular:

Der Fragebogen kann auch elektronisch im Word-Formular ausgefüllt werden.

Das Word-Formular ist geschützt, d.h. es können nur in die **grau hinterlegten Felder Eingaben** gemacht werden.

hier den Antworttext oder Zahlen eingeben.



Durch einen Mouse-Click ankreuzen, ein weiterer Mouse-Click hebt das Kreuz wieder auf.

Wenn Eingaben gemacht werden, verschieben sich die anderen Felder, was aber nichts ausmacht, bitte in diesem Zustand abspeichern. Das gespeicherte Word-Dokument mit den Antworten per email an lueg@eineweltnetzwerkbayern.de senden.

Runder Tisch Fairer Handel Bayern
www.fairerhandel-bayern.de
c/o Eine Welt Netzwerk Bayern e.V. - Weiße Gasse 3 – 86150 Augsburg
info@eineweltnetzwerkbayern.de - www.eineweltnetzwerkbayern.de

Befragung Weltläden in Bayern**Mantelbogen 2011****● Gesellschaftsform:**

- Verein (e.V.) GmbH Genossenschaft
 Privat / GbR Kirchengemeinde Sonstiges:

● Mitgliedschaften und Mitarbeit bei Netzwerken/Arbeitsgemeinschaften: (Mehrfachnennungen)

Überregionale Organisationen, Arbeitsgemeinschaften:

- Weltladen-Dachverband Landesnetzwerk / z.B. Eine Welt Netzwerk Bayern
 Hauptamtlichen Treffen Kampagnen
 Arbeitsgemeinschaften: Sonstiges

Regionale Organisationen, Arbeitsgemeinschaften:

- lokale Nord Süd-Foren lokaler Gewerbeverein
 Ladentreffen Sonstiges

Nur für Genossenschaften: Mitgliedschaft im Prüfungsverband

- Regionaler Verband: Bundesverband:

● Angaben zum Verkaufsladen:

(Haupt) Filiale gehört zu „Hauptfiliale“:
Gründungsjahr : Letzter Umzug(Jahr):

Lage des Geschäfts:

- (sehr) gut / 1a-Lage mittel / 1b-Lage (etwas) abgelegen / 1c-Lage

Zugänglichkeit des Verkaufsladen:

Anzahl Schaufenster _____ Schaufenster lfd Meter: _____ eigene Ladentür zur Strasse

Ladengröße in Quadratmeter (qm) (Summe ergibt die Gesamtfläche)

Verkaufsfläche: _____ Lagerfläche: _____ Bürofläche: _____ Sonstiges: _____

Verkaufsladen liegt in einer Stadt/Gemeinde mit ... Einwohnern (in Tausend)

- Großstadt (> 100') Mittelstadt (50'-100') Mittelstadt (20'-50')
 Kleinstadt (< 20') ländliche Gemeinde

Bundesland: Einwohnerzahl: (zur Berechnung Umsatz pro Kopf)

● Welche aktiven Verkaufsförderungen führen Sie durch: (Mehrfachnennungen)

- Schaufenster und Warenpräsentation Mailing, Rundschreiben
 Verkostung Anzeigen, Plakate, Kinowerbung
 Kaffeeauschank Soziale Medien (z.B. Facebook)
 Sonstiges Anmerkungen:

● Über welche technische Ausstattung des Weltladens verfügen Sie? (Mehrfachnennungen)

- Scannerkasse elektronische Registrierkasse
 elektronisches Warenwirtschaftssystem Kartenlesegerät für Zahlung per EC-Karte

● Eigenimporte und direkte Kontakte zu Projekt-/HandelspartnerInnen: (Mehrfachnennungen)

- Wir importieren direkt Waren (Eigenimporte) Wir unterstützen finanziell Projekt-PartnerInnen
 Wir haben direkten Kontakt zu Projekt-Partnern Wir laden über die ATOs ProduzentInnen ein.

● Engagement der Kommune (Stadt/Gemeinde) zum Fairen Handel (Fair Trade Town) und Vermeidung von ausbeuterischer Kinderarbeit: (Mehrfachnennungen)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Unsere Kommune ist Fair Trade Town | <input type="checkbox"/> Unsere Kommune plant in nächster Zukunft Fair Trade Town zu werden. |
| <input type="checkbox"/> Unsere Kommune arbeitet daran Fair Trade Town zu werden. | <input type="checkbox"/> Keine Aktivitäten seitens der Kommune Fair Trade Town zu werden. |

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Unsere Kommune <u>hat bereits</u> einen Beschluss zur Vermeidung des Erwerbs von Produkten aus ausbeuterischer Kinderarbeit im Bereich des öffentlichen Beschaffungswesens. | <input type="checkbox"/> Unsere Kommune <u>plant</u> einen Beschluss zur Vermeidung des Erwerbs von Produkten aus ausbeuterischer Kinderarbeit im Bereich des öffentlichen Beschaffungswesens. |
|--|--|

● Faire Städtekaffees und Faire Städteschokoladen in Weltladen und Kommune: (Mehrfachnennungen)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Weltladen und/oder Kommune <u>verkauft</u> bereits einen fairen Städtekaffee | <input type="checkbox"/> Weltladen und/oder Kommune <u>verkauft</u> eine faire Städteschokolade. |
| <input type="checkbox"/> Weltladen und/oder Kommune <u>plant</u> einen fairen Städtekaffee | <input type="checkbox"/> Weltladen und/oder Kommune <u>plant</u> eine faire Städteschokolade. |

● In welchen Bereichen sollten überregionale Fortbildungen angeboten werden: (Mehrfachnennungen)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Finanz- und Rechtswesen des Vereins | <input type="checkbox"/> Personalwesen |
| <input type="checkbox"/> Marketing (Zielgruppen/ Verkaufsgespräche) | <input type="checkbox"/> Betriebswirtschaftliche Grundlagen |
| <input type="checkbox"/> Ladenorganisation | <input type="checkbox"/> Management von Ehrenamtlichkeit |
| <input type="checkbox"/> Bildungsarbeit im Weltladen | <input type="checkbox"/> Organisation von Veranstaltungen |
| <input type="checkbox"/> Produkte und Warenkunde | <input type="checkbox"/> Sonstiges: |

● Ausblick auf zukünftige Aktivitäten im Weltladen für die nächsten 2-3 Jahre:

Wir planen oder überlegen folgende Maßnahmen:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Umzug in ein neues Ladenlokal | <input type="checkbox"/> Neugestaltung / Umbau des bestehenden Ladenlokals |
| <input type="checkbox"/> Eröffnung einer Filiale | <input type="checkbox"/> Einstieg / Ausweitung Hauptamtlichkeit |
| <input type="checkbox"/> Reisen zu Handelspartnern | <input type="checkbox"/> Sonstiges: |

Wir planen oder überlegen eine Um- oder Neustrukturierung bzgl. des Sortiments:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Einführung von Bekleidung/Textilien | <input type="checkbox"/> Ausweitung von Bekleidung/Textilien |
| <input type="checkbox"/> Bekleidung/Textilien sind bereits fester Bestandteil des Sortiments | <input type="checkbox"/> Einführung oder Ausweitung regionaler deutscher Produkte |
| <input type="checkbox"/> Einführung folgender Sortimente: | |

Wir planen oder überlegen eine Um- oder Neustrukturierung bzgl. der Zielgruppen:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Ausrichtung an die Zielgruppe der „Postmateriellen“ / „Sozialökonomisches“ Milieu (siehe Sinus-Milieus) | <input type="checkbox"/> Ausrichtung an eine andere Zielgruppe: |
|--|---|

- derzeit keine größeren Veränderungen geplant

Anmerkungen:

● Wenn Sie eine individuelle Auswertung im Vergleich zu den Ergebnissen der Befragung wünschen, geben Sie bitte hier Ihre Kontaktdaten an.

Weltladen:

Straße:

PLZ: Ort:

Tel.:/ E-Mail:

Fax:/ Internet:

● AnsprechpartnerIn: Frau Herr Vorname: Nachname:

Befragung Weltläden in Bayern

Datenblatt für 2009/10

Für die Geschäftsjahre **2009 und 2010** bitte die entsprechenden Daten angeben, bitte alle Angaben **ohne Umsatzsteuer (USt)** oder vermerken, wenn mit Zahlen mit Umsatzsteuer erfasst werden. Ausgaben bei Filialen, die nur zentral erfasst werden, bei der „Hauptfiliale“ angeben.

Werte enthalten Umsatzsteuer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
● Umsatzerlöse	2009	2010
Jahresumsatz (netto) Gesamt		
davon Food / Lebensmittel (netto) (7% Ust)		
davon Non-Food (netto) (19% USt)		
Laden betreut eigene Aktionsgruppen (Anzahl)		
Umsatz mit Aktionsgruppen/Großverbraucher (netto)		
● Wareneinkauf (plus Frachtkosten minus Skonti minus Boni)		
Wareneinkauf (netto) Gesamt		
davon Food / Lebensmittel (netto) (7% USt)		
davon Non-Food (netto) (19%USt)		
Anzahl Lieferanten (regelmäßiger Warenbezug)		
● Aufwendungen		
Miete (inkl. Nebenkosten)		
Personalkosten (inkl. Lohnnebenkosten)		
Werbekosten		
Fremdkapitalzinsen		
Abschreibungen		
Restliche Aufwendungen		
<i>Summe Aufwand gesamt</i>		
● Warenbestand (Inventur Stichtag z.B. 31.12.)		
Anfangsbestand Gesamt (netto)		
davon Food / Lebensmittel (7% USt)		
davon Non-Food (19% USt)		
Endbestand Gesamt (netto)		
davon Food / Lebensmittel (7% USt)		
davon Non-Food (19% USt)		
● Öffnungszeiten		
Wöchentliche Öffnungszeiten in Stunden:		
● Bildungsveranstaltungen und Kampagnen		
Anzahl Bildungsveranstaltungen im Jahr (sowohl im als auch außerhalb des Weltladens)		
Teilnahme am Europäischen Weltladentag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teilnahme an Fairer Woche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teilnahme sonstige Aktion:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Befragung Weltläden in Bayern**Datenblatt für 2009/10****● Struktur der MitarbeiterInnen (MA) bzgl. Ehrenamt- und Hauptamtlichkeit in der Weltladenarbeit (Angabe der Anzahl der MitarbeiterInnen)****2009****2010**

Ehrenamtliche MA Gesamt		
Ehrenamtliche MA, die <u>nur</u> im Verkauf tätig sind		
Ehrenamtliche MA, die u.a. auch in der Ladenleitung, Einkauf, Buchhaltung, etc. tätig sind		
Hauptamtliche MA Gesamt		
Hauptamtliche MA, die <u>nur</u> im Verkauf tätig sind		
Hauptamtlich MA, die in Ladenleitung, Einkauf, Buchhaltung, etc. tätig sind		
Bezahlte Wochenstunden Gesamt		
Bezahlte Wochenstunden davon Bildungsarbeit		
Bezahlte Wochenstunden davon Wirtschaftsbetrieb (Ladenleitung, Einkauf, Buchhaltung, etc.)		

● Altersstruktur der MitarbeiterInnen: (Angaben bitte in Prozent, Summe ergibt 100%)

bis 20 Jahre		
< 20 bis 40 Jahre		
< 40 bis 60 Jahre		
über 60 Jahre		

● Anteil Frauen und Männer der MitarbeiterInnen: (Angaben bitte in Prozent, Summe ergibt 100%)

Frauen		
Männer		
Anmerkungen		

● Schlussbemerkung:

Vielen Dank fürs Ausfüllen! ☺ ☺ ☺

Weitere Begriffserläuterungen:

- Aktionsgruppen: hierunter fallen alle Kommissionsgruppen, Großkunden und Wiederverkäufer, die gegen Rechnung, Vorbestellung einkaufen, also alle, die nicht direkte „Endverbraucher“ darstellen.
- Bildungsveranstaltungen: alle Veranstaltungen mit Öffentlichkeit, auch Schulen und Jugendgruppen bei denen entwicklungspolitische Themen und der Faire Handel behandelt werden, nicht jedoch interne Ladentreffen zur Organisation des Ladens.

Definition betriebswirtschaftlicher Kennziffern:

Jahresumsatz (netto):	Umsatz im Geschäftsjahr ohne Umsatzsteuer über alle Kategorien und Produktgruppen
Wareneinsatz (netto):	Anfangsbestand (Bewertung zu Netto-EK) + Wareneinkauf (netto) + Frachtkosten - Skonti - Boni <u>- Endbestand (Bewertung zu Netto-EK)</u> Wareneinsatz (netto)
Deckungsbeitrag Handelsspanne oder Rohgewinn; wird oft in Prozent vom Jahresumsatz angegeben.	Jahresumsatz (netto) <u>- Wareneinsatz (netto)</u> Deckungsbeitrag
Umsatz je Verkaufsfläche:	Jahresumsatz (netto) / Verkaufsfläche
Durchschnittlicher Lagerbestand:	(Anfangsbestand + Endbestand) / 2
Lagerumschlag	Jahresumsatz (netto) / durchschnittlicher Lagerbestand
Non-Food:	Alle Produkte, die keine Lebensmittel sind, wenn dies nicht gesondert erfasst wird, dann die Warengruppe mit 19% Umsatzsteuer