

Info 08 / 2015

Stand: 30.9.15

EINLADUNG

Mitgliederversammlung

am **Mittwoch 21. Oktober 2015**
um **19.30 Uhr**

im **Gemeindesaal der Auferstehungskirche**
Hans-Löffler-Straße 33, Würzburg

Dazu wird folgende **Tagesordnung** vorgeschlagen:

1. Begrüßung, Organisatorisches
2. Genehmigung der Tagesordnung
3. Genehmigung des Protokolls der Mitgliederversammlung vom 18.03.2015
4. Ehrungen
5. Berichte Vorstand
Straßenausbau, Kupsch, Sieboldswäldchen ...
6. Fragen, Aussprache, Diskussion
7. Ausblick, Termine,
8. Wünsche und Anträge

9. **Referat** **„Energiewende: Photovoltaik für Eigennutzung?“**
Referent Hans Ullrich, IGU-Vorsitzender Rimpar

Anschließend Frage- und Diskussionsrunde, gemütliches Beisammensein

Bitte sagen Sie den Termin auch Ihrem Nachbarn. Wollen Sie abgeholt werden? Rufen Sie an, wir organisieren den Fahrdienst.

Die Einladung erfolgt nach Abs. 6.3 der Satzung vom 26. 10. 2012, Anträge zur Versammlung müssen demzufolge mindestens eine Woche vorher schriftlich eingehen. Andernfalls bedürfen sie zur Zulassung der Zustimmung von mindestens zwei Drittel der anwesenden und stimmberechtigten Mitglieder.



Ausbau / Sanierung Schanzstraße

Besichtigung / Anhörung / Diskussion mit Anliegern und Tiefbauamt am
Dienstag 20. Oktober, Treffpunkt um 16.00 Ecke Schanz-/Cronthalstr.

Interessant für Sanderroth-` und Matthias-Ehrenfried-`ler? Das gleiche Procedere kommt auch dort sicher bald.



Kupsch zu?

Es zeichnet sich ab, dass der Lebensmittelmarkt Kupsch schließen wird. Damit geht auf der Keesburg ein großes Stück Lebensqualität verloren. Aber es hilft nichts, wir müssen uns selbst die Schuld geben. Ohne Umsatz kein Angebot, kein Gewinn, keine Investitionen. Es ist marktwirtschaftlich nicht möglich, vom Drauflegen zu leben.

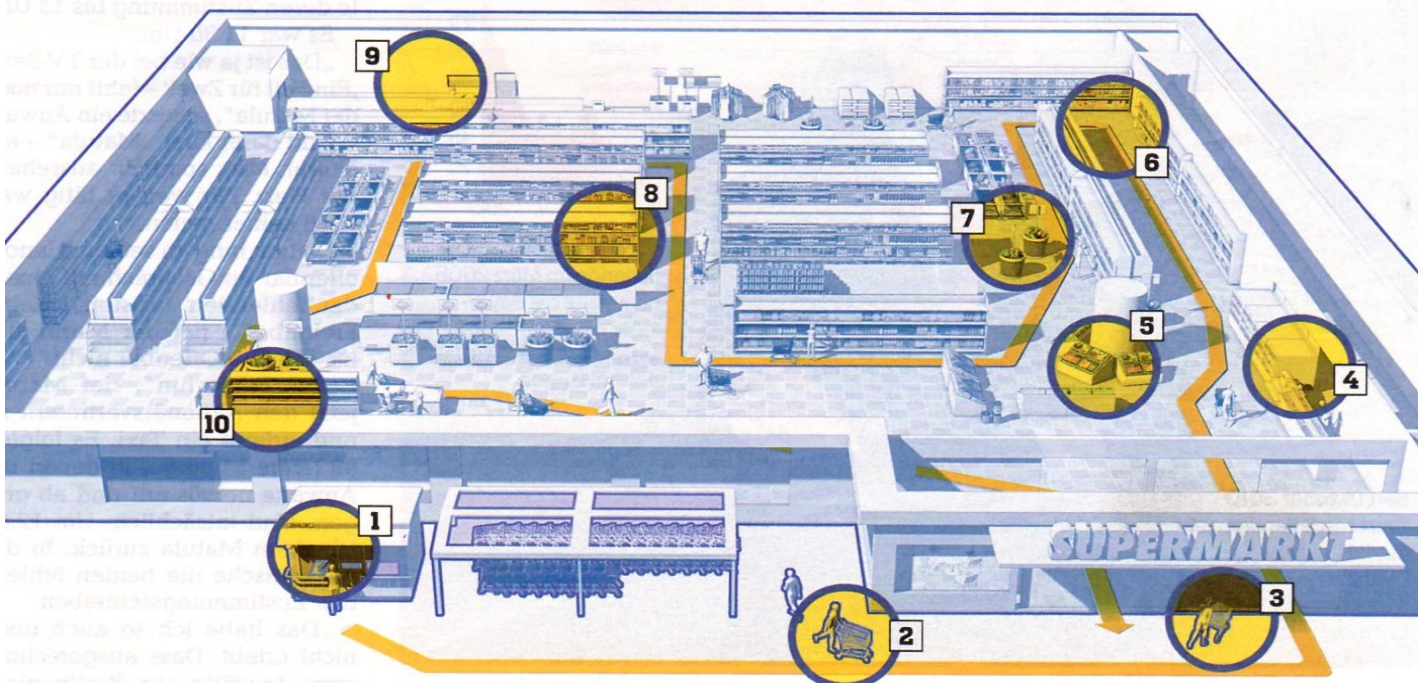
Was können wir jetzt gemeinsam tun? Einen neuen Lebensmittelhändler finden, einen Dorfladen aufmachen, einen Busverkehr zum nächsten Supermarkt organisieren? Welche Vorschläge haben Sie?

Sieboldwäldchen

Das Gartenbauamt will es herrichten: Biowald, Spazierwege, -park, Ruhezonen, Bänke, Spielplatz, Bildstock usw. Wir werden uns mit einbringen und vielleicht so etwas wie Patenschaft übernehmen. Das sind wir unserem Namen doch schuldig. Oder was meinen Sie? Bis zur Versammlung wissen wir mehr.

Die Psycho-Fallen der Märkte

Mit diesen **Verkaufstricks** verführen die Lebensmittelhändler ihre Kunden



1 Imbissbude

Hier können Frauen ihre Männer parken. Gut fürs Geschäft: Frauen kaufen doppelt so lange ein, wenn sie nicht in männlicher Begleitung sind.

2 Der Einkaufswagen

Riesig und mit dem Boden nach hinten geneigt. Die Einkäufe sollen aus dem Blickfeld des Kunden rutschen. Zum Schnellfahren eignen die Wagen sich nicht. Dann fangen sie unangenehm an zu ruckeln.

3 Schwelle / Schranke

Hier bremst der Händler seine Kunden ab. Das Kalkül: Wer langsamer fährt, bleibt länger. Wer länger bleibt, kauft mehr.

4 Bäcker/Backautomat

Jetzt geht's an den Geruchssinn. Frisches Brot duftet lecker – und oft stärker, als es eigentlich müsste – dank Aromazusätzen im Teig.

5 Frisch oder günstig

Der erste Eindruck zählt. Am Eingang spielen Händler ihre Stärken aus. Hier unterscheiden sich Discounter und Supermärkte. Die Supermärkte prahlen mit ihrem Obst- und Gemüsesortiment, die Discounter mit günstigem Kaffee.

6 Die Rennstrecke

Breite Außenbahnen führen schnell möglichst tief in den Laden. Fast immer verläuft der Weg entgegen dem Uhrzeigersinn. Läden, die ihre Kunden in umgekehrter Richtung leiten, machen zehn Prozent weniger Umsatz.

7 Stopper/Blocker

Jetzt bloß nicht hetzen. Angebotskörbe oft mit großen Preisschildern verstellen den Weg. Nicht immer ist hoch gestapelte Ware preisreduziert. Den Eindruck erwecken die aufgetürmten Produkte aber. Schnäpp-

70 Prozent der Kaufentscheidungen treffen wir unbewusst. Spielt der Marktbetreiber Chansons, kaufen wir bevorzugt französische Weine, bei Volksmusikbeschallung mehr deutsche

chen stehen hier isoliert von ähnlichen Produkten. Echtes Preisvergleichen wird dadurch erschwert.

8 Bücken, strecken, greifen

Markenware wird in Blick- und Greifhöhe präsentiert. Wer günstige Alternativen möchte, muss in die Knie gehen oder sich auf die Zehenspitzen stellen. Die täglichen Gebrauchsgüter wie Milch und Butter finden sich meist weit im Ladeninneren. Die Käufer sollen weite Strecken zurücklegen.

9 Rotlichtmilieu

Fleisch sieht frischer aus, wenn es rot angestrahlt wird, Fischwaren blau, Backwaren gelblich. Entsprechend leuchten die Märkte aus.

10 Quengelzone

Süßwaren in Kniehöhe locken die Kleinen – häufig zum Verdruss der strapazierten Eltern.

Quelle:
focus