

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Österreichs Shoppingcenter Report

Ergebnis-
Abriss

März 2015



Umfrage-Basics/Studiensteckbrief:

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Sample-Größe:** n = 2.000 Netto-Interviews (Kernzielgruppe), Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 24.02.2015 – 12.03.2015
- **Screening:** Alter, Land, Bekanntheit von zumindest einem der genannten Einkaufszentren, Besuch von zumindest einem der genannten Einkaufszentren in den letzten 4 Monaten
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 59 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- **Kontakt:** d.ertl@marketagent.com
- **Investitionskosten:** € 1.590,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



Shoppingcenter im Test:

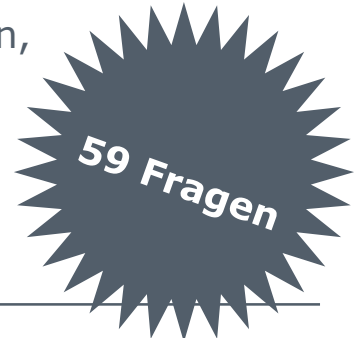
- ATRIO (Villach)
- Auhofcenter (Wien)
- Bahnhofcity Wien West
- Bühl Center (Krems)
- CCA - City Center Amstetten
- Center West (Graz)
- City Arkaden Klagenfurt
- Citypark (Graz)
- Columbus Center (Wien)
- Cyta (Völs bei Innsbruck)
- DEZ - Das Einkaufszentrum (Innsbruck)
- Donau Zentrum (Wien)
- Donaupark Mauthausen
- ece - Einkaufs Centrum Europaplatz (Kapfenberg)
- EKZ Interspar (Linz-Industriezeile)
- EO - Einkaufszentrum Oberwart
- Europark (Salzburg)
- Fischapark (Wr. Neustadt)
- FMZ Imst
- G3 Shopping Resort Gerasdorf
- Gasometer City (Wien)
- Gerngross (Wien)
- Haid Center
- huma Einkaufspark (Wien)
- Kaufhaus Tyrol (Innsbruck)
- LCS - Leoben City Shopping
- Lugner City (Wien)
- M4 Wörgl
- max.center (Wels)
- Messepark (Dornbirn)
- Millennium City (Wien)
- Murpark (Graz Liebenau)
- Passage Linz
- PlusCity (bei Linz)
- Riverside (Wien)
- Rosenarcade Tulln
- SCN - Shopping Center Nord (Wien)
- SCS - Shopping City Süd (Vösendorf)
- SEP - Salzkammergut Einkaufspark (Gmunden)
- Shopping Nord (Graz)
- Shoppingcity Seiersberg
- Shoppingcity Wels
- Sillpark (Innsbruck)
- Stadion Center (Wien)
- Südpark Klagenfurt
- Traisenpark (St. Pölten)
- VARENA (Vöcklabruck)
- Wien Mitte - The Mall
- Zentrum Simmering (Wien)
- Zimbapark (Bürs)

50 Center
im Check



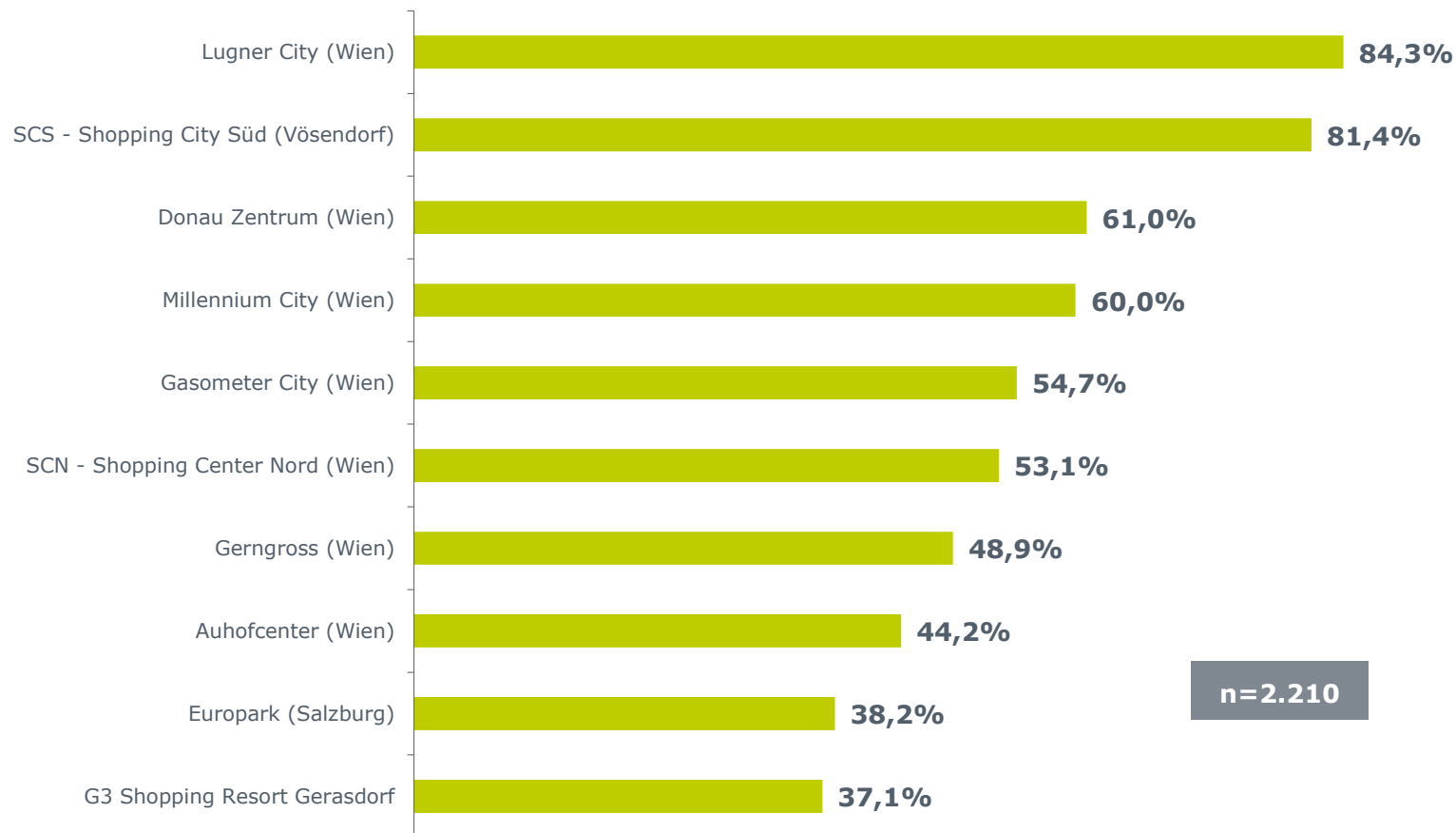
Erkenntnisinhalte:

- **Analyse** der **Einkaufszentren** versus **Einkaufsstraßen**
- Spontane und gestützte **Bekanntheit** der Einkaufszentren
- **Wichtigkeit** und **Vorhandensein** folgender Kriterien bei Einkaufszentren:
 - **Einkaufsatmosphäre** (Belüftung, Raumbeduftung, Beleuchtung, Sauberkeit, Publikum, Gestaltung, Hintergrundmusik, Sympathie etc.)
 - **Kundenservice** (Öffnungszeiten, Bankomaten, Sicherheitsvorkehrungen, Informationsstellen, Schließfächer, Paketservice etc.)
 - **Standort** (zentrale Lage, Erreichbarkeit mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln, Parkplätze etc.)
 - **Branchenangebot** (Branchenmix, Verhältnis unterschiedlicher Preisklassen, Auswahl exklusiver Marken bzw. preisgünstiger Geschäfte, gastronomisches Angebot etc.)
 - **Architektur** (Gestaltung, Ruhezeiten, Raucherplätze, Barrierefreiheit, Breite der Gänge, Waschräume/Toilettenanlagen, Anordnung der Geschäfte etc.)
 - **Zusatzleistungen** (Aktivitäten, Events, Unterhaltungseinrichtungen, Kinderbetreuung, W-LAN, Ladestationen etc.)
- **Weiterempfehlung** und **Lieblings-Einkaufszentrum**



Die 10 bekanntesten Einkaufszentren in Österreich:

Gestützte Bekanntheit – Top 10 von 50

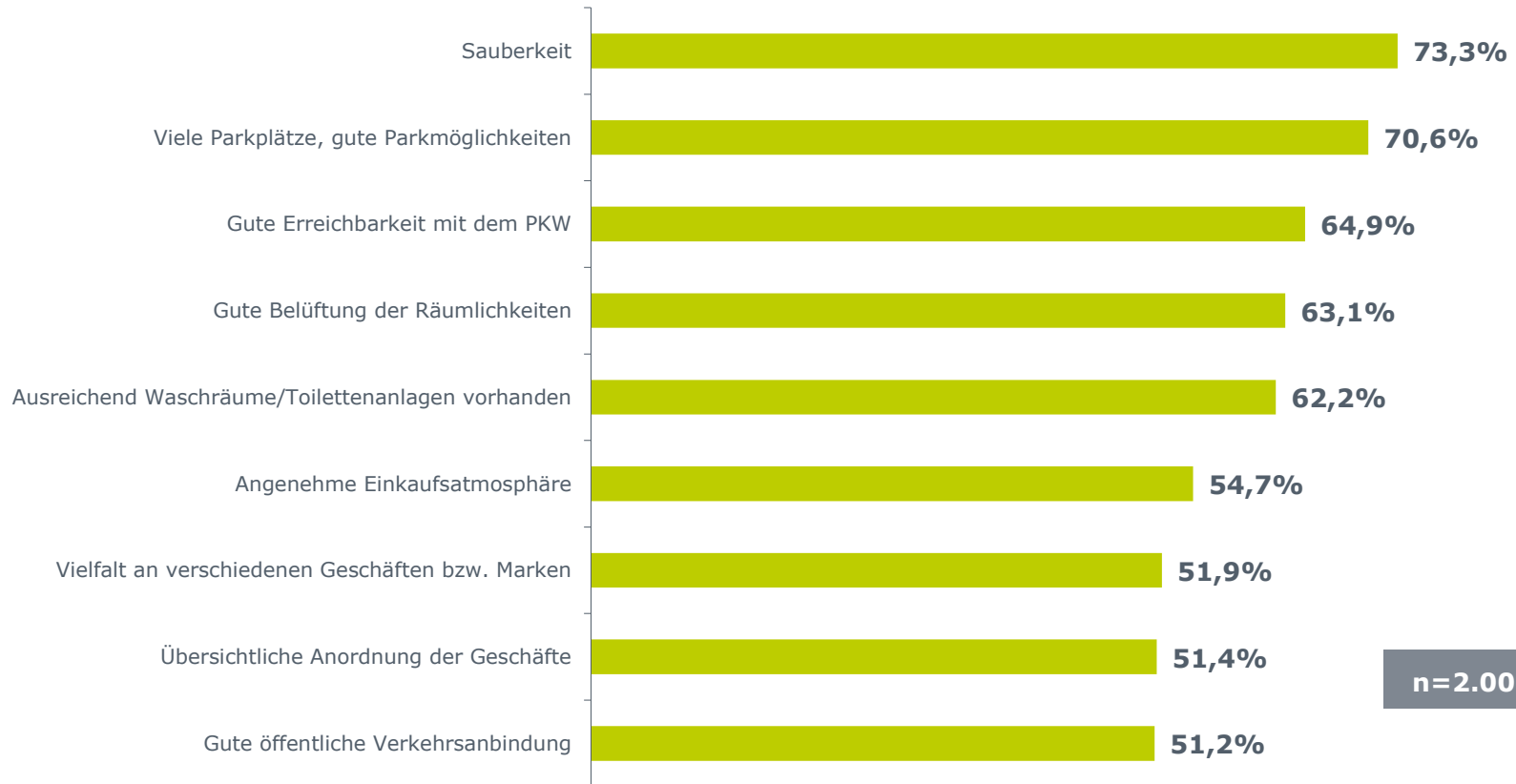


Welche der folgenden Einkaufszentren sind Ihnen zumindest namentlich bekannt?



Bei Einkaufszentren spielen vor allem die Sauberkeit und gute Parkmöglichkeiten eine wichtige Rolle.

Top-Box: bewertet mit "sehr wichtig" (5-stufige Skalierung) – Top 10 von 40



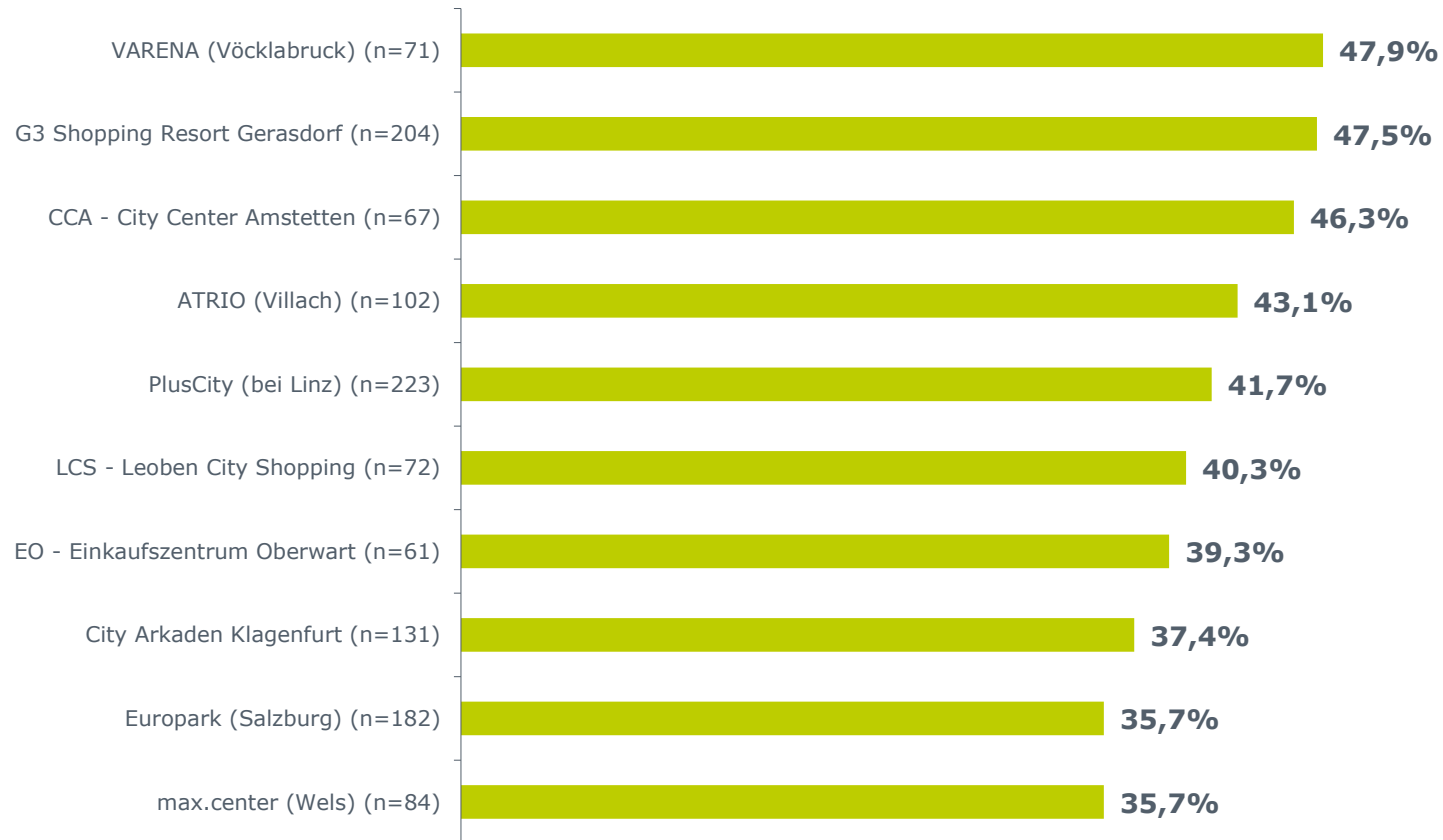
(Basis: Respondenten haben zumindest eines der genannten Einkaufszentrum in den letzten 4 Monaten besucht)

Inwieweit sind die folgenden Kriterien [...] für Sie persönlich wichtig, wenn Sie Ihren Einkauf in einem Einkaufszentrum tätigen?



Die 10 (von 50) Einkaufszentren mit der angenehmsten Einkaufsatmosphäre:

Top-Box: bewertet mit "sehr angenehme Einkaufsatmosphäre" (5-stufige Skalierung)



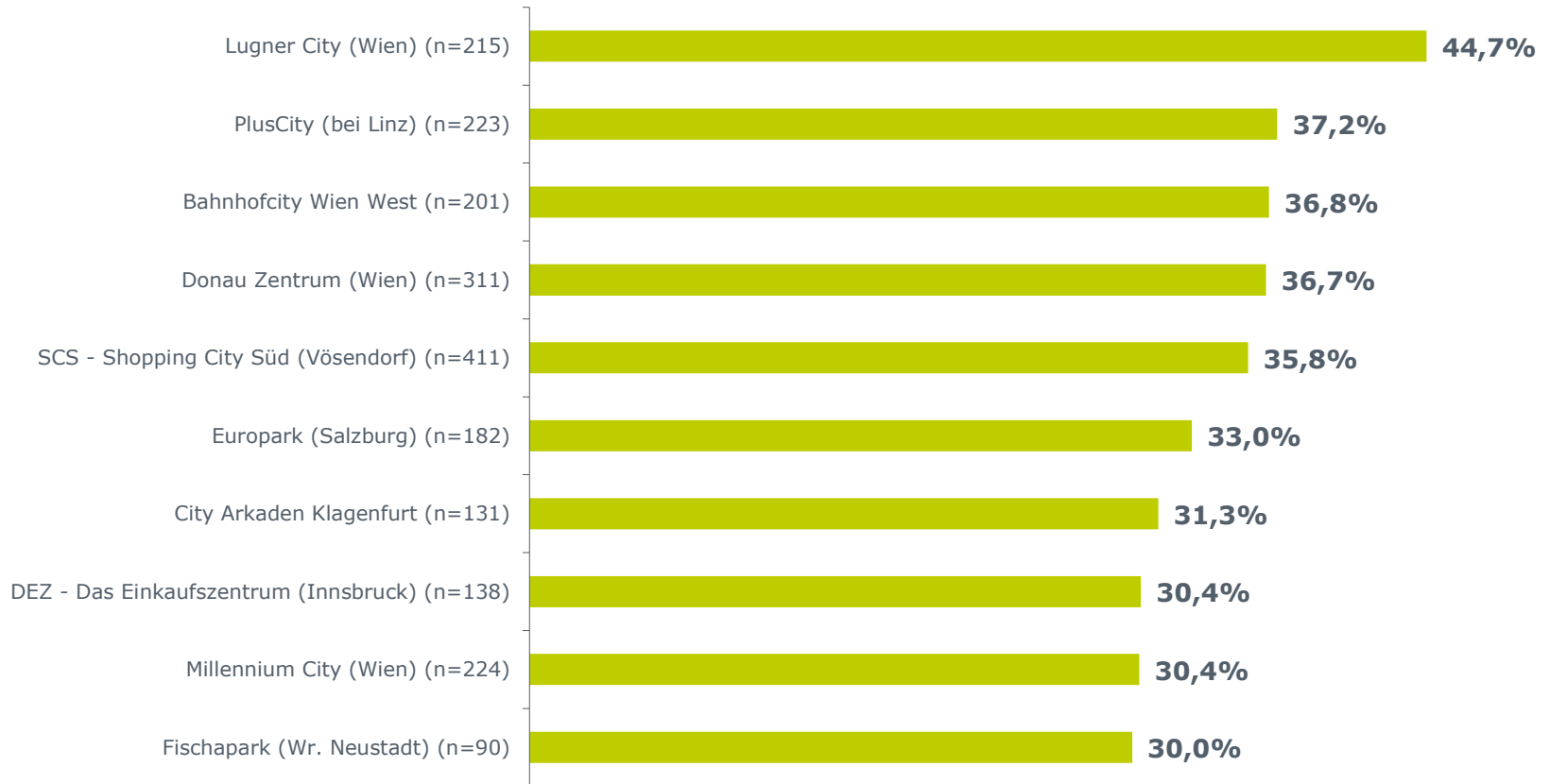
(Basis: Respondenten haben das jeweilige Einkaufszentrum in den letzten 4 Monaten besucht)

Inwieweit würden Sie persönlich die Einkaufsatmosphäre der folgenden Einkaufszentren als angenehm einstufen? [...]



Die längsten Öffnungszeiten hat die Lugner City.

Top-Box: bewertet mit "sehr lange Öffnungszeiten" (5-stufige Skalierung) – Top 10 von 50



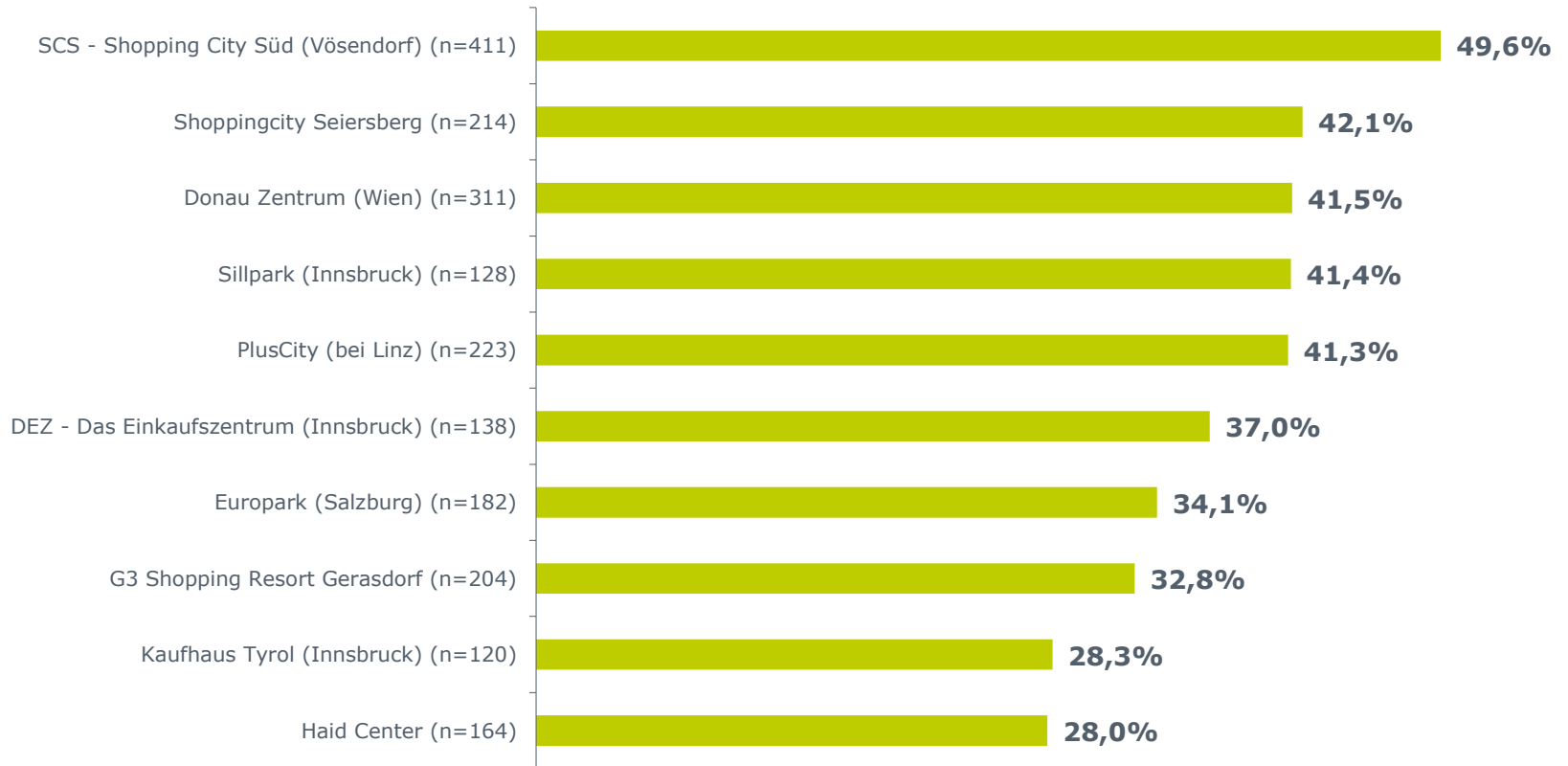
(Basis: Respondenten haben das jeweilige Einkaufszentrum in den letzten 4 Monaten besucht)

Wie würden Sie die folgenden Einkaufszentren bezüglich der Öffnungszeiten beurteilen? [...]



Die Shopping City Süd ist bzgl. unterschiedlicher Preisklassen am vielfältigsten.

Top-Box: bewertet mit "sehr vielfältig hinsichtlich unterschiedlicher Preisklassen" (5-stufige Skalierung) – Top 10 von 50



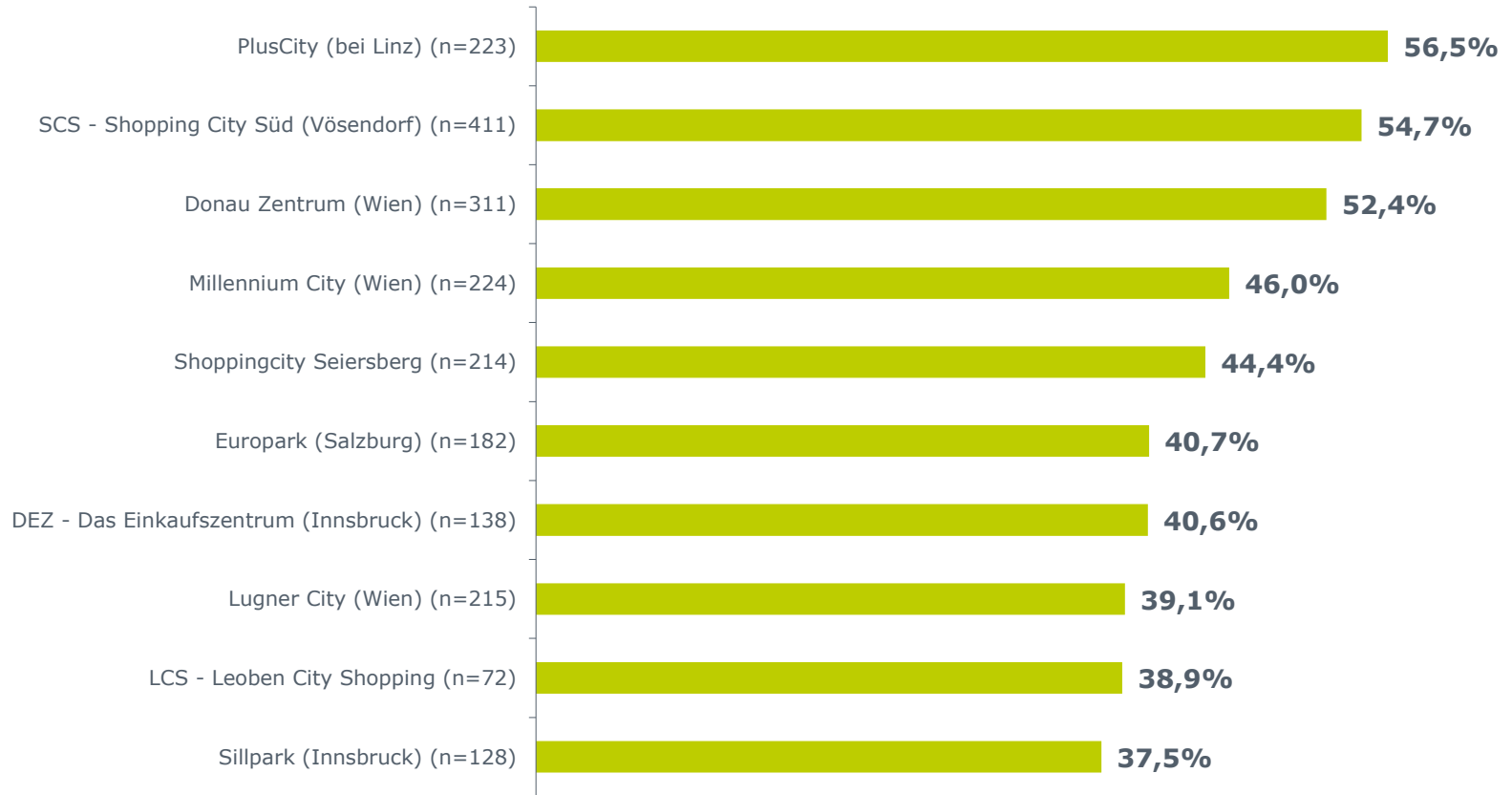
(Basis: Respondenten haben das jeweilige Einkaufszentrum in den letzten 4 Monaten besucht)

Und wie würden Sie die folgenden Einkaufszentren hinsichtlich dem Verhältnis von Geschäften bzw. Marken unterschiedlicher Preisklassen bewerten? [...]



Die 10 (von 50) Einkaufszentren mit dem besten gastronomischen Angebot:

Top-Box: bewertet mit "sehr gutes gastronomisches Angebot" (5-stufige Skalierung)



(Basis: Respondenten haben das jeweilige Einkaufszentrum in den letzten 4 Monaten besucht)

Wie würden Sie das Angebot der folgenden Einkaufszentren an gastronomischen Betrieben, z.B. Cafés, Restaurants, Bars etc., bewerten? [...]



about Marketagent.com



About Marketagent.com ...

Marketagent.com ist Österreichs führendes Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 646.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand März 2015, plus 400 pro Tag) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Ausgangsbasis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Marketagent.com konnte innerhalb weniger Jahre zu einem fixen Bestandteil der Marktforschungsszene aufstreben. Zu den Referenzen zählen unter anderem Unternehmen wie A1, die Erste Bank, Drei, Austrian Airlines, bwin.com, die Wirtschaftskammer Wien/Österreich, die Post AG, der ÖAMTC, Claro, OMV, Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé und die NÖM AG.

Die technische Realisierung der Online-Research-Plattform wurde mit einer Jury-Auszeichnung im Rahmen des Multimedia-Staatspreises 2002 ausgezeichnet. Im Februar 2003 folgte ein bronzener Werbe-Hahn für die Bemühungen rund um die Rekrutierung eines Teilnehmer-Pools an Meinungsbildnern und im März der erste Preis bei NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer und Donau Universität Krems. Im Dezember 2004 gewann Marketagent.com den ersten Preis im Gewinn-Jungunternehmer-Wettbewerb, Kategorie e-biz.



Das Online Access Panel von Marketagent.com

Bei einem Online Access Panel handelt es sich um einen Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Im Gegensatz zu Telefonbüchern oder Post-Adresslisten existieren im Internet bislang keine zentralen Register von eMail-Adressen, die zur Ziehung von Online-Samples genutzt werden können. Als "work around" bietet sich der Aufbau zentral gepflegter Pools befragungswilliger Internet-Anwender (sogenannte "Online-Access-Panels") an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen die registrierten Mitglieder hierbei sowohl für ad hoc-Befragungen, als auch für Längsschnittbefragungen dem Institut zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online-Access-Panel besteht gleichermaßen aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über entsprechende Aktivitäten im Internet (beispielsweise mittels Werbebanner und Links auf anderen Websites) angeworben, als auch über klassische Methoden (beispielsweise mittels Call-Center) offline rekrutiert. Durch eine Vielzahl an verschiedenen Maßnahmen wird dadurch ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen. Die Maßnahmen zur Akquisition von neuen Mitgliedern umfassen die Schaltung von Werbebannern auf sehr unterschiedlichen Websites, den Eintrag in Suchmaschinen und entsprechenden Internet-Angeboten zu diesem Thema, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring sowie den regelmäßig durchgeführten Website-Tests auf verschiedensten Portalen im WorldWideWeb.



**Dominique Ertl, Mag.
d.ertl@marketagent.com
+43 (0) 2252 – 909 009 – 27**

**Mühlgasse 59
A-2500 Baden**

www.marketagent.com

