

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT



Shopping Center Report

Ergebnis-
Abriss

Februar 2014



Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** web-aktive Personen aus Wien und Umgebung zw. 14 und 69 Jahren
- **Sample-Größe:** n = 2.194 Interviews, Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 20.01.2014 – 05.02.2014
- **Screening:** Alter, Bundesland, Bekanntheit und Besuch der Einkaufszentren
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Wien und Umgebung zw. 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



Einkaufszentren und Kaufhäuser im Test:

- Auhof Center
- Bahnhofcity Wien West
- Columbus Center
- Designer Outlet Center Parndorf
- Donauzentrum
- G3 Shopping Resort Gerasdorf
- Galleria Landstraße
- Gasometer City
- Generali-Center
- Gerngross
- Gewerbepark Stadlau
- huma Einkaufspark
- Kaufhaus Steffl
- LaStafa
- Lugner City
- Meiselmarkt Center
- Millennium City
- Q19 Einkaufsquartier Döbling
- Ringstrassen-Galerien
- Riverside
- SCN Shopping Center Nord
- SCS Shopping City Süd
- Stadion Center
- Trillerpark
- Vienna Twin Tower
- Wien Mitte - The Mall
- Wollzeile
- ZS Zentrum Simmering



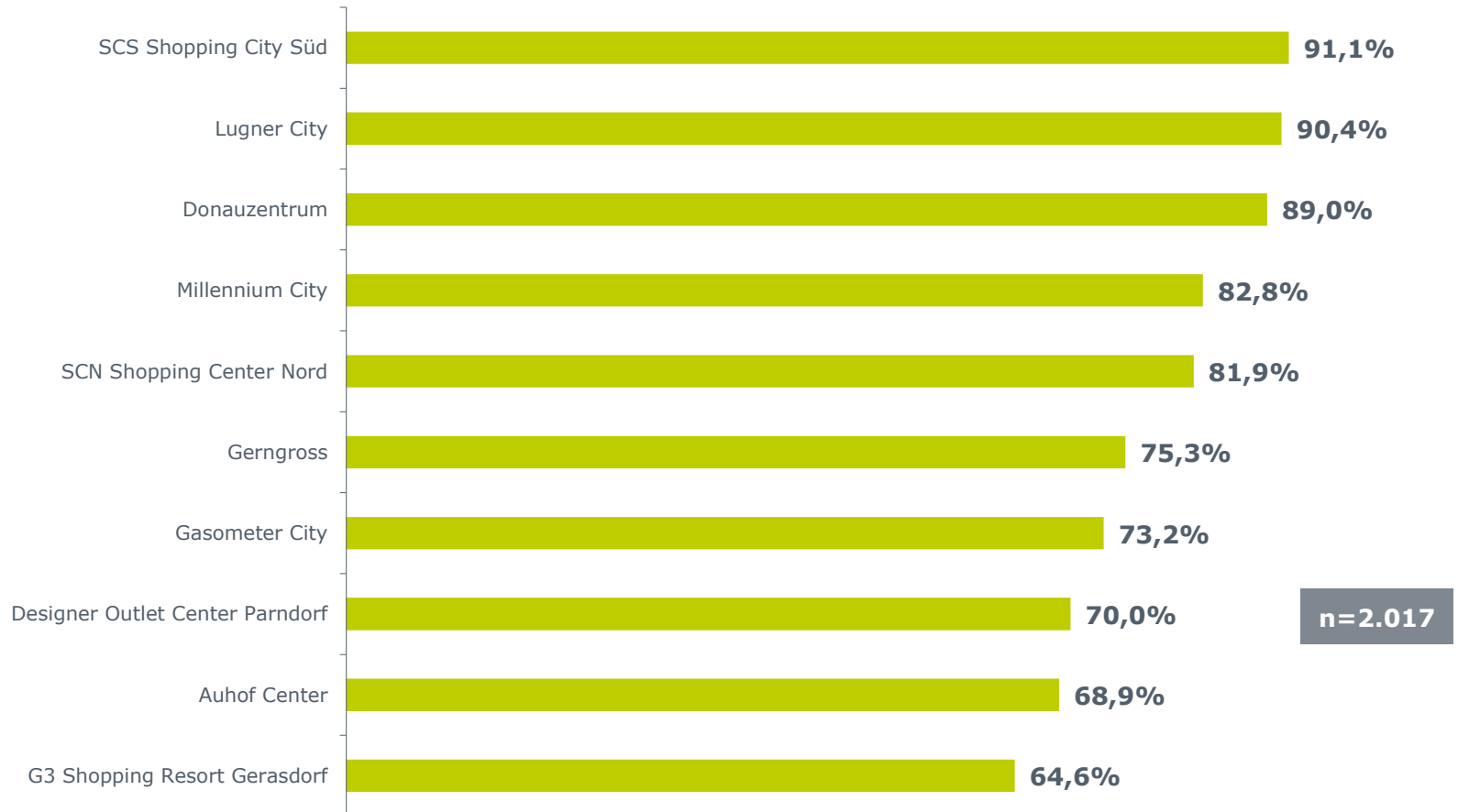
Erkenntnisinhalte:

- **Spontane und gestützte Bekanntheit von Kaufhäusern und Einkaufszentren**
- **Wichtigkeit und Vorhandensein folgender Kriterien:**
 - **Einkaufsatmosphäre** (Belüftung, Raumbeduftung, Beleuchtung, Sauberkeit, Publikum, Gestaltung, Hintergrundmusik, Sympathie,...)
 - **Kundenservice** (Öffnungszeiten, Bankomaten, Sicherheit, Informationsstellen, Schließfächer, Paketservice,...)
 - **Standort** (Lage, Erreichbarkeit, Parkplätze,...)
 - **Branchenmix** (Vielfalt, Verhältnis, Auswahl,...)
 - **Architektur** (Gestaltung, Ruhezone, Raucherplätze, Barrierefreiheit, Gänge, Waschräume/Toilettenanlagen, Anordnung,...)
 - **Zusatzleistungen** (Aktivitäten, Events, Unterhaltungseinrichtungen, Kinderbetreuung, W-LAN, Ladestationen,...)
- **Weiterempfehlung**
- **Lieblingskaufhaus bzw. -einkaufszentrum**
- **... und vieles mehr**



Die 10 bekanntesten Einkaufszentren bzw. Kaufhäuser in Wien und Umgebung:

Bekanntheit der Einkaufszentren und Kaufhäuser in und um Wien

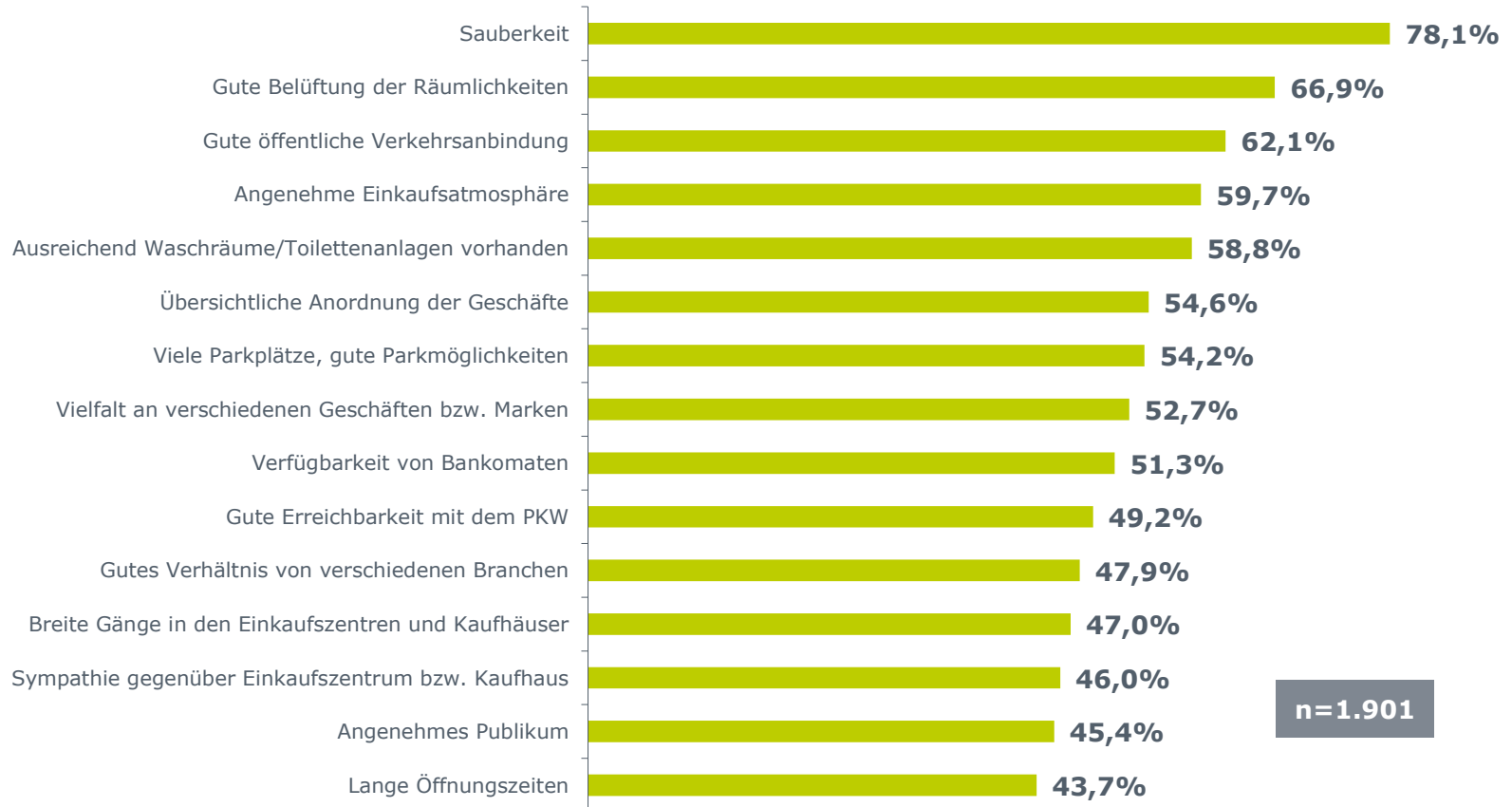


[...] Welche der folgenden Einkaufszentren kennen Sie zumindest dem Namen nach?



Die Sauberkeit in Einkaufszentren bzw. Kaufhäusern ist am wichtigsten.

**Top-Box: bewertet mit „sehr wichtig“ (5-stufige Skalierung)
... Top 15 ...**

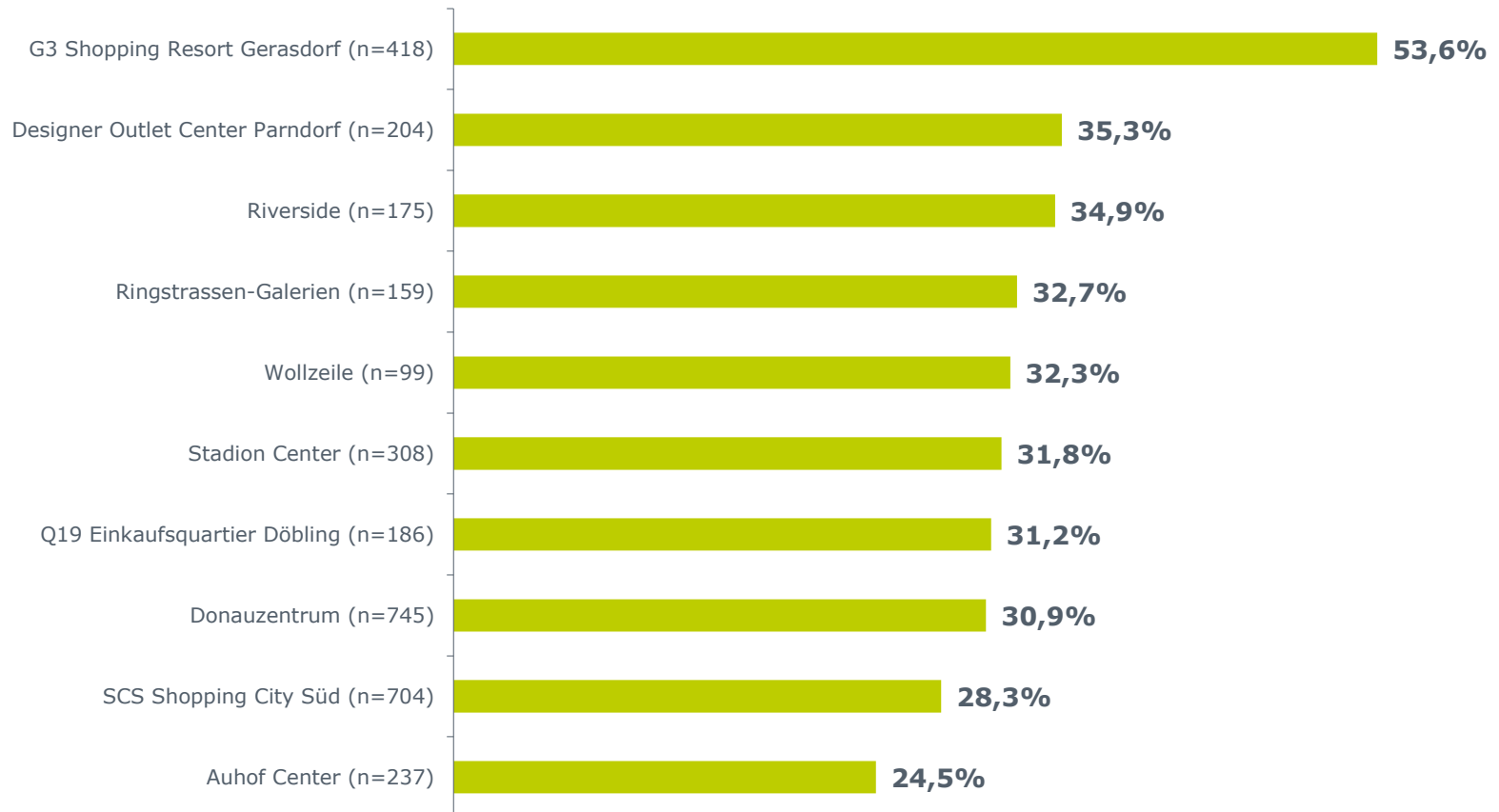


Inwieweit sind die folgenden Kriterien für Sie persönlich wichtig, wenn Sie Ihren Einkauf in einem Einkaufszentrum oder Kaufhaus tätigen? [...]



Das G3 Shopping Resort Gerasdorf hat die angenehmste Einkaufsatmosphäre.

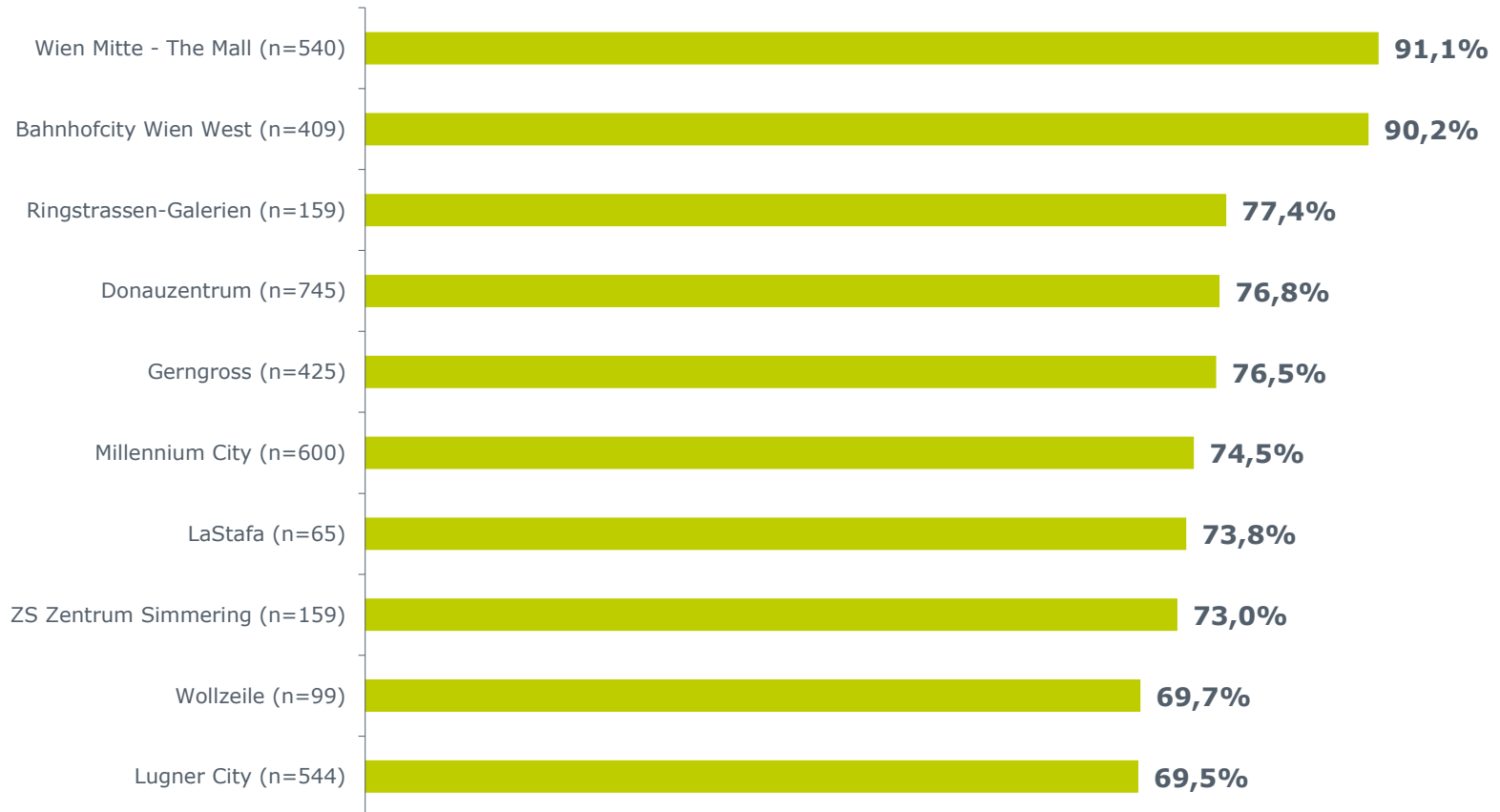
**Top-Box: bewertet mit „sehr angenehme Einkaufsatmosphäre“ (5-stufige Skalierung)
... Top 10 ...**



Inwieweit würden Sie persönlich die Einkaufsatmosphäre der folgenden Einkaufszentren und Kaufhäuser in und um Wien als angenehm einstufen? [...]

„Wien Mitte The Mall“ und die „Bahnhofcity Wien West“ haben die beste öffentliche Verkehrsanbindung.

**Top-Box: bewertet mit „sehr gute öffentliche Verkehrsanbindung“ (5-stufige Skalierung)
... Top 10 ...**

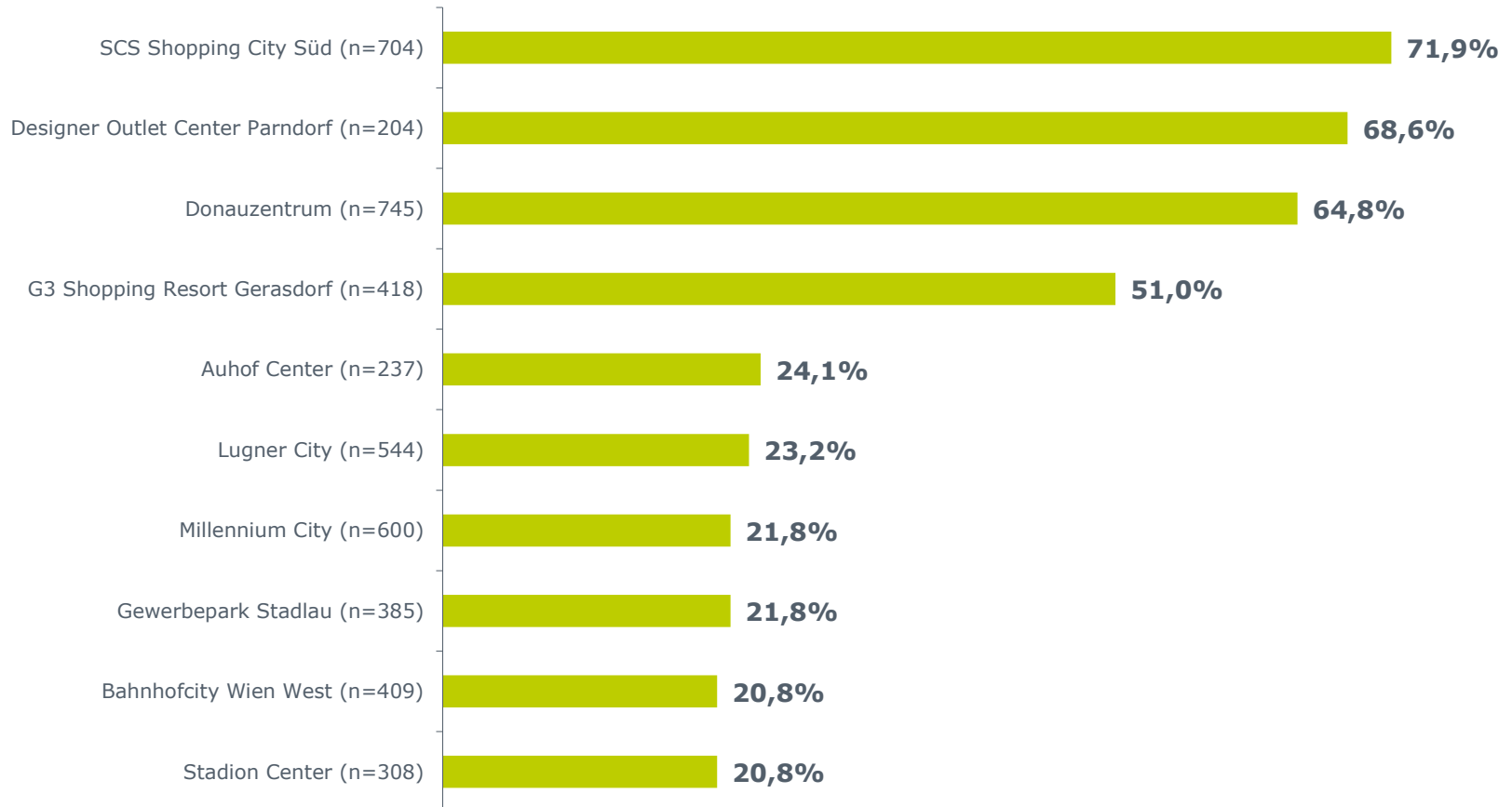


Wie würden Sie die Anbindung der folgenden Einkaufszentren und Kaufhäuser in und um Wien an öffentliche Verkehrsmittel beurteilen? [...]



Die Top 10 Einkaufszentren bzw. Kaufhäuser mit der größten Vielfalt an Geschäften:

Top-Box: bewertet mit „sehr vielfältig/ sehr große Auswahl“ (5-stufige Skalierung)

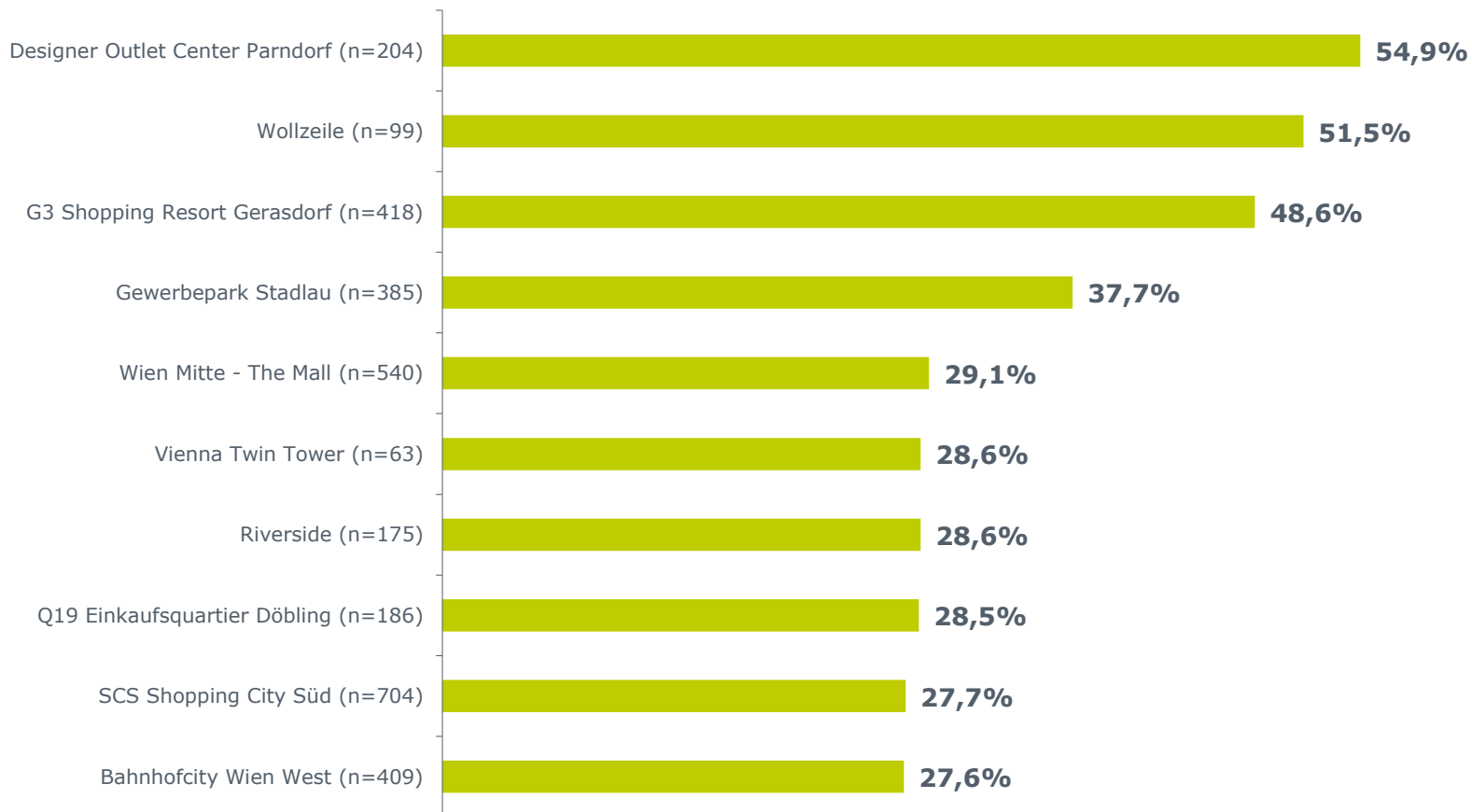


Wie würden Sie ganz allgemein die Vielfalt an verschiedenen Geschäften bzw. Marken der folgenden Einkaufszentren und Kaufhäuser in und um Wien beurteilen? [...]



Die 10 am besten belüfteten Einkaufszentren bzw. Kaufhäuser:

Top-Box: bewertet mit „sehr gute Belüftung“ (5-stufige Skalierung)

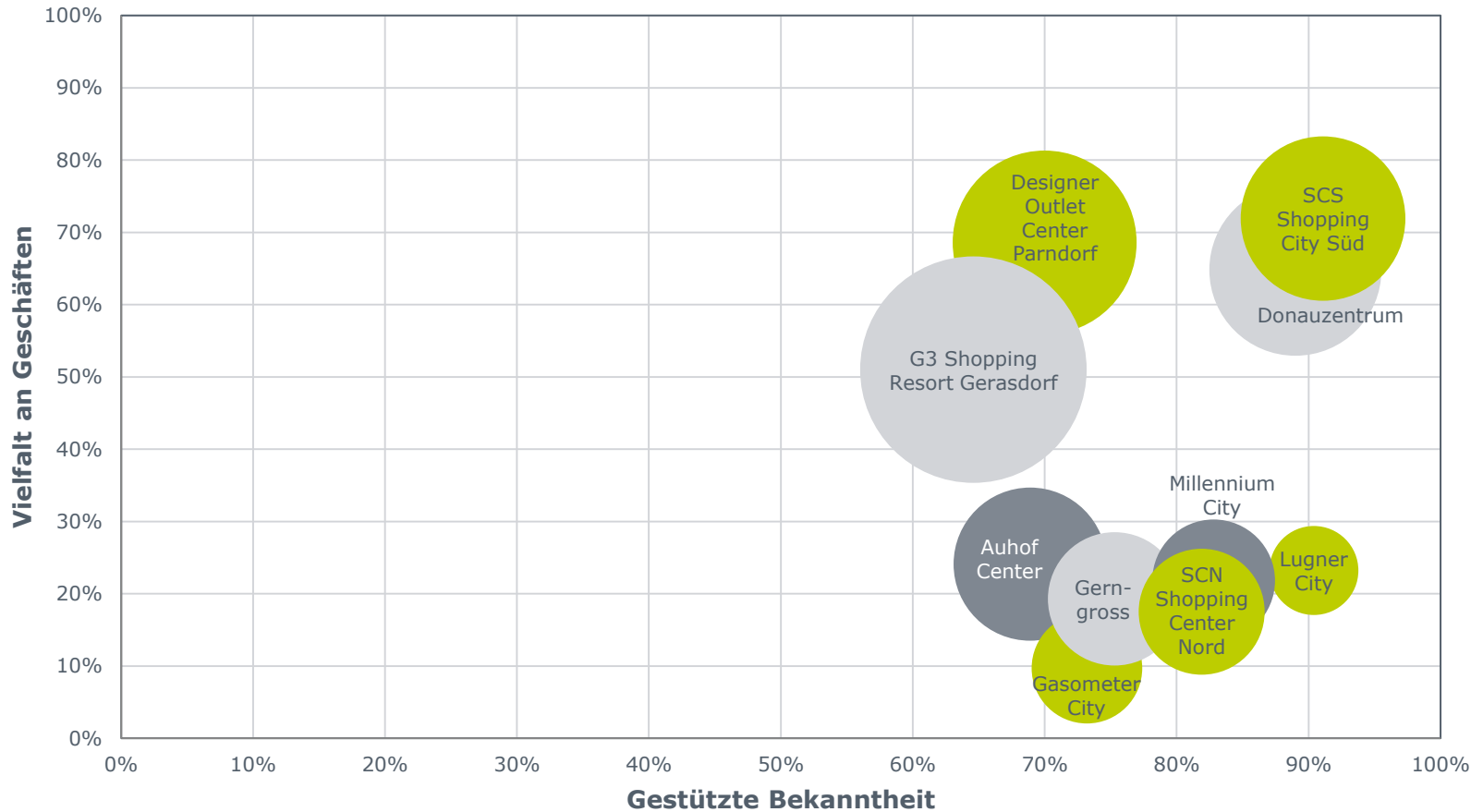


Wie würden Sie ganz allgemein die Belüftung der folgenden Einkaufszentren und Kaufhäuser in und um Wien beurteilen? [...]



Exzerpt ausgewählter Ergebnisse:

[die 10 bekanntesten Shopping Center]



● unangenehme Einkaufsatmosphäre

● angenehme Einkaufsatmosphäre



About Marketagent.com ...

Marketagent.com ist Österreichs führendes Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 544.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand Februar 2014, 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

