

Presseinfo

80 Prozent aller Österreicher gehen ins Einkaufszentrum

Große Auswahl unter einem Dach ist der wichtigste Beweggrund

Beinahe 80 Prozent aller Österreicherinnen und Österreicher besuchen zumindest gelegentlich Einkaufszentren. Sie schätzen vor allem, alle Konsumwaren unter einem Dach zu finden (45 Prozent). Auch die große Auswahl (24 Prozent) ist ein wichtiger Grund für einen Shopping-Center-Besuch. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage unter mehr als 1.000 Konsumentinnen und Konsumenten in ganz Österreich, die vom Institut für Grundlagenforschung (IGF) im Auftrag von SES Spar European Shopping Centers durchgeführt wurde.

Dabei zeigt sich ein Trend sehr deutlich. Jüngere Männer und Frauen gehen öfters ins Einkaufszentrum als die ältere Generation. 90 Prozent der Unter-30-Jährigen verbringt zumindest gelegentlich die Freizeit in Shopping-Centern. Aber auch immerhin 70 Prozent der über 60-Jährigen nützen das Angebot der Einkaufszentren. „Diese Generation schätzt vor allem die Barrierefreiheit der Shopping Center. Es gibt dort keine Gehsteigkanten. Mit Lift und Rolltreppen sind alle Bereiche auch für Menschen, die nicht mehr so gut zu Fuß unterwegs sind, bestens erreichbar,“ erklärt dazu IGF-Studienleiterin Mag. Ernestine Depner-Berger.

Geradezu eine Trendwende zeigt das Einkaufsverhalten der Männer, die sich bei ähnlichen Studien bisher stets als „Shopping-Muffel“ erwiesen. Jetzt besuchen bereits 73 Prozent Einkaufszentren.

Für junge Generation ist das Shopping Center auch Kommunikationszentrum

Ein knappes Drittel der jüngeren Generation geht nicht nur des Shoppens wegen ins Einkaufszentrum, sondern um Leute zu treffen. „Für die sogenannte Generation Y sind Shopping Center ein moderner Marktplatz, ein Kommunikationszentrum,“ resümiert der Geschäftsführungsvorsitzende von SES Spar European Shopping Centers, Mag. Marcus Wild. „Die Umfrage ist eine Bestätigung für jene Trends, denen wir schon einige Jahre folgen“.

Für moderne Shopping-Center ist eine besonders attraktive Gastronomie und große Freiflächen für Events und kulturelle Aktivitäten besonders wichtig. „Das wird bereits bei der Planung neuer Einkaufszentren oder beim Umbau bestehender Shopping-Center stets berücksichtigt“, so Marcus Wild. „Der Wohlfühlfaktor wird immer wichtiger.“ Im EUROPARK in Salzburg gibt es daher mit dem OVAL ein eigenes Kulturzentrum, im ATRIO in Villach, in der VARENA in Vöcklabruck oder im Q19 in Wien-Döbling stehen große Freiflächen für Events zur Verfügung. Nach der Fertigstellung des Umbaus wird es auch im FISCHAPARK in Wiener Neustadt geräumige Eventflächen geben.

INSTITUT FÜR GRUNDLAGENFORSCHUNG GMBH

Headoffice: A-5020 Salzburg - Anton Breitner Str. 9 - Tel. 0662/640794-0 - email: office@igf.at - www.igf.at

Büro Wien: Teinfaltstraße 8/4 – 1010 Wien – Tel. 01/3194058

MITGLIED EUROPEAN SOCIETY FOR OPINION AND MARKETING RESEARCH (ESOMAR)

VERBAND DER MARKTFORSCHER ÖSTERREICHS (VMÖ)

Positiver Einfluss auf die Lebensqualität

Herr und Frau Österreicher haben insgesamt eine positive Einstellung zu Einkaufszentren. Nur sieben Prozent sind der Meinung, Shopping Center würden die Lebensqualität beeinträchtigen. Bei den Befragten unter 30-Jahren betont knapp die Hälfte (konkret: 45%) sogar ausdrücklich, Einkaufszentren würden ihre Lebensqualität positiv beeinflussen. Aber auch für größere Haushalte bedeuten Shopping-Center eine Steigerung der Lebensqualität (40%): die große Auswahl für jeden unter einem Dach und die Möglichkeit des ungestörten Einkaufens durch die Kinderbetreuung sind die Hauptmotive dafür, so IGF-Studienleiterin Mag. Ernestine Depner-Berger.

Frage: Besuchen Sie gelegentlich Shoppingcenter?

Angaben für „JA“:	%
Gesamt:	78%
Männer	73%
Frauen	78%
Bis 29 Jährige	90%
30-44 Jährige	79%
60 plus	70%

Frage: Finden Sie, dass Shopping-Center Ihre Lebensqualität erhöhen bzw. nicht beeinträchtigen?

Angaben in %:	%
Gesamt:	93%
Männer	91%
Frauen	95%
Bis 29 Jährige	91%
60 Plus	94%

Studiendesign:

Grundgesamtheit: Österreichische Wohnbevölkerung ab 16
Auswahlverfahren: Random-Quota
Methodik: Face-to-Face-Interviews
Auswertungsbasis: n= 1004 Interviews
Erhebungszeitraum: Juni 2013
Schwankungsbereich: maximaler statistischer Schwankungsbereich des Gesamtergebnisses +/- 3,2%

Rückfragehinweis:

IGF-Institut für Grundlagenforschung
Mag. Ernestine Depner-Berger, Geschäftsführung
T: +43 662 640794 0
E: ernestine.berger@igf.at

Fotomaterial: © SES: Shopping-Center VARENA; © IGF: Ernestine Depner-Berger, Geschäftsführung IGF