

BEFRAGUNG KAUFHAUS BOZEN

Die wichtigsten Ergebnisse zu Akzeptanz des Projektes und zum Einkaufsverhalten

Bozen, 29.11.2013

Diese Ergebnispräsentation...

...stellt die wichtigsten Ergebnisse der für den Auftraggeber abgefragten Themen in Form von Grafiken und Tabellen dar.

Eckdaten der Untersuchung

PROJEKT:	Kaufhaus Bozen
AUFTRAGGEBER:	SIGNA HOLDING
UNTERSUCHUNGSZEITRAUM:	21.11.2013 bis 29.11.2013
ART DER BERFRAGUNG:	Telefonische Erhebung und Online
DURCHFÜHRUNG DER INTERVIEWS:	Dr. Gruber & Partner GmbH
SAMPLE:	at random
DATENQUELLE:	Amtliches Telefonbuch und Online-Panel Südtirol Trends
ERREICHTE INTERVIEWS:	605
TABELLENBASIS:	600
THEORETISCHE SCHWANKUNGSBREITE:	± 3,70 %

Erläuterungen zu den Ergebnissen in Tabellen und Grafiken

K.A. = Keine Angabe; Prozentsatz jener Befragten, die auf die Fragestellung keine Antwort gegeben haben

Mean = Arithmetisches Mittel aus den Codes der Antwortkategorien (z.B. 1,2,3,4) oder absoluten Angaben (z.B. Alter in Jahren o. .99)

Längsstrich (-) = Antwortkategorie bzw. Zelleninhalt o. Für die Breaks bzw. Frageuntergliederungen bedeutet dies, dass Befragte aus dieser **Subgruppe diese Antwortvorgabe nicht beantwortet haben**

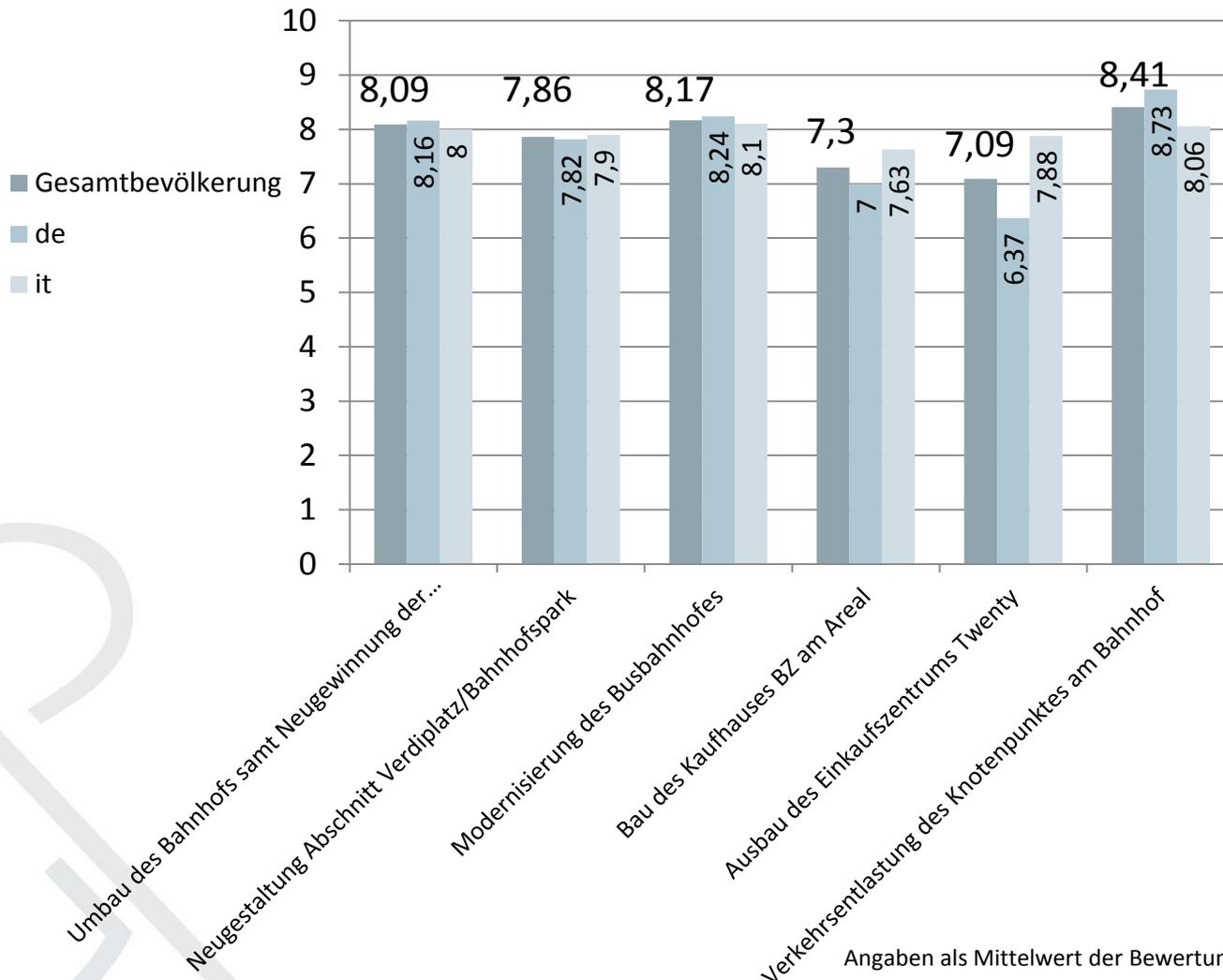
o% = Prozentwert der Zelle >0 und <1

Basis = weist die Stichprobengröße bzw. die Fallzahl (Anzahl der Befragten) der Subgruppe aus. Basiszählungen weisen in den Tabellen die Ergebnisse für eine bestimmte Subgruppe (z.B. berufstätige Frauen) aus und gehen in der Regel aus einer vorangestellten Filterfrage hervor

I. DIE ZUORDNUNG DER WICHTIGKEIT VON VORHABEN IN BOZEN

„Wie bewerten Sie die folgenden Vorhaben der Stadt Bozen auf einer Skala von 5 (überhaupt nicht wichtig) bis 10 (absolut wichtig)?“

QUELLE: (n=600 Interviews) - ±3,70 % - telefonisch/online Interviews durchgeführt zwischen 21.11.2013 bis 29.11.2013



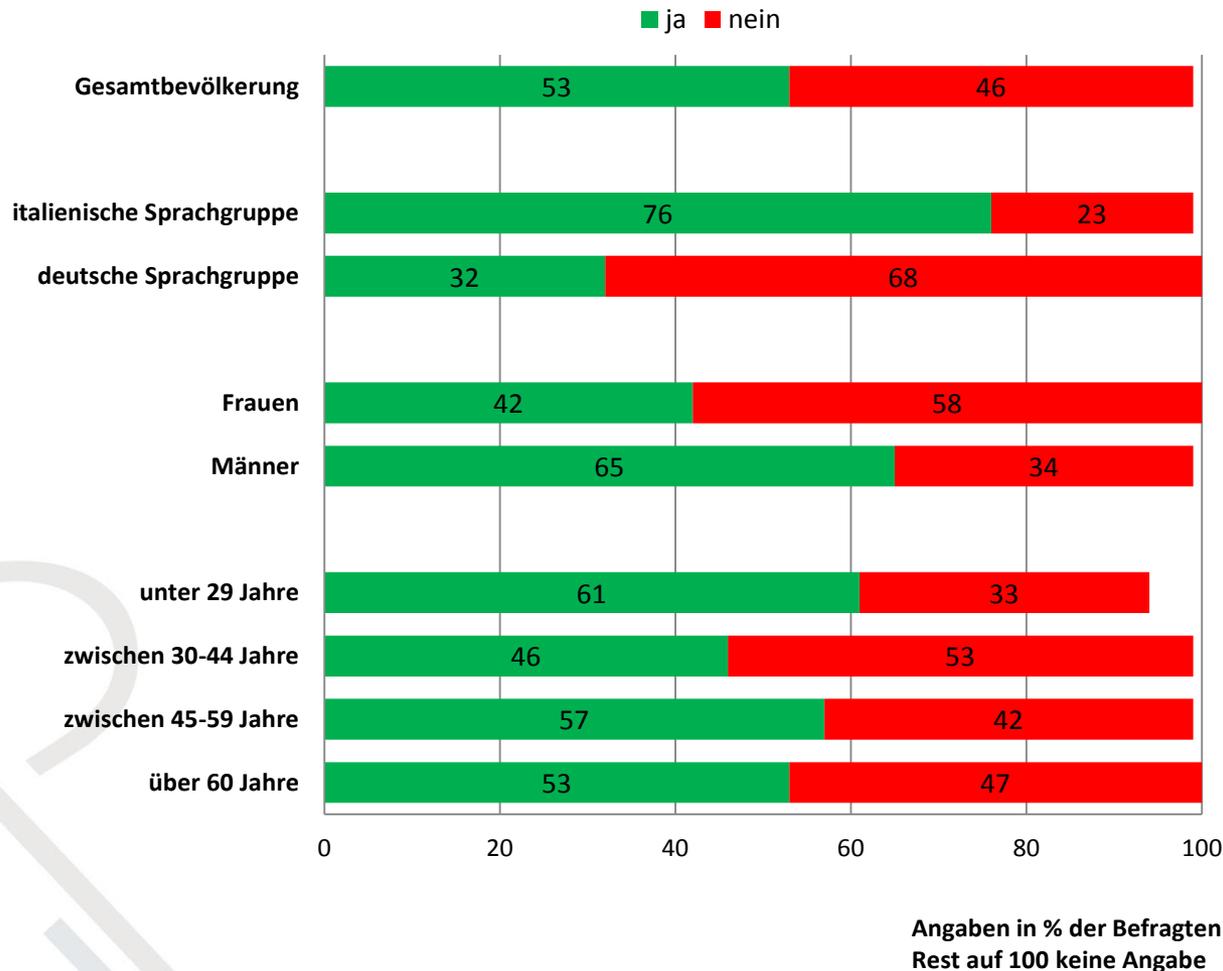
Der Trend

Die Vorhaben der Stadt Bozen werden im Mittel durchwegs als wichtig bewertet. Die Verkehrsentslastung des Knotenpunktes am Bahnhof ist dabei der Spitzenreiter. Gefolgt von der Modernisierung des Busbahnhofs und dem Umbau des Bahnhofs samt Neugewinnung der Flächen. Der Bau des Kaufhauses in Bozen am Areal und der Ausbau des Einkaufszentrums Twenty erhält durchschnittlich eine zufriedenstellende Bewertung.

II. DIE AKZEPTANZ DER ARGUMENTE

„Sind Sie der Meinung, dass die Innenstadt zusätzliche Belebung braucht?“

QUELLE: (n=600 Interviews) - ±3,70 % - telefonisch/online Interviews durchgeführt zwischen 21.11.2013 bis 29.11.2013

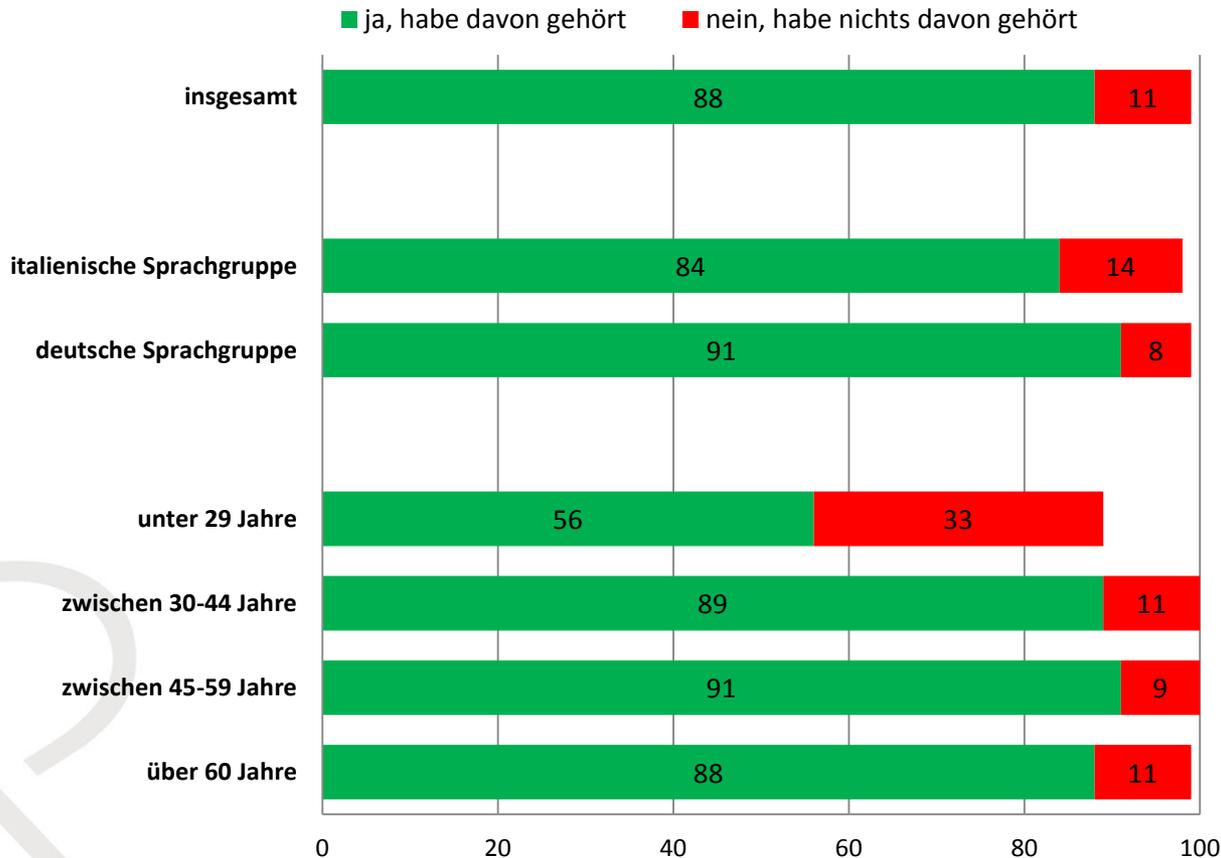


Der Trend

Bei der Frage, ob die Innenstadt zusätzliche Belebung braucht, kann man in den Altersstufen keinen nennenswerten Unterschied erkennen. Es lässt sich lediglich eine deutlichere Ausprägung, bei den unter 29-jährigen festhalten.

„Fühlen Sie sich über dieses Projekt ausreichend informiert?“

(QUELLE: (n=600 Interviews) - $\pm 3,70\%$ - telefonisch/online Interviews durchgeführt zwischen 21.11.2013 bis 29.11.2013)



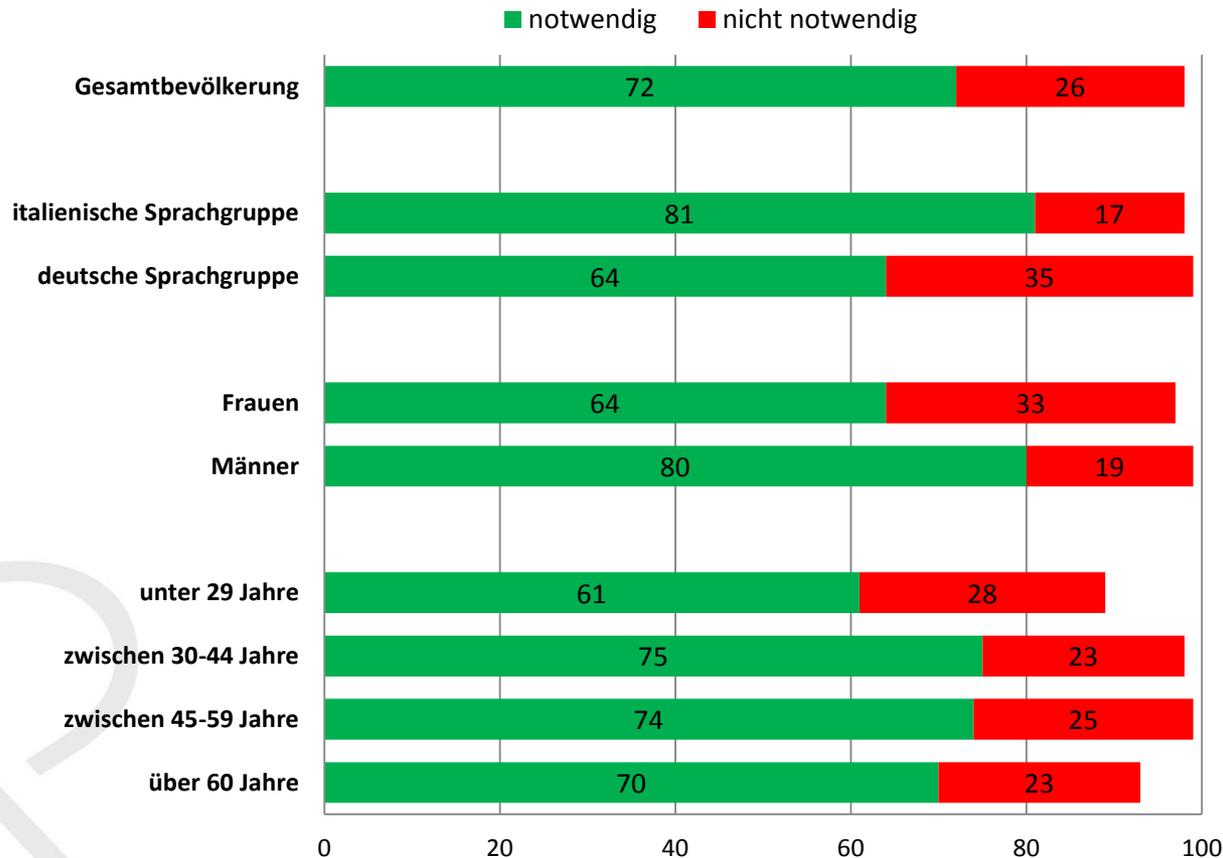
Angaben in % der Befragten
Rest auf 100 keine Angabe

Der Trend

88% der Befragten haben vom Projekt rund um das Hotel Alpi gehört. Es fällt auf, dass nur 56% der unter 29-jährigen von diesem Projekt gehört haben.

„Sind Sie der Meinung, dass eine Neugestaltung dieses Areals notwendig wäre oder nicht notwendig ist?“

QUELLE: (n=600 Interviews) - $\pm 3,70\%$ - telefonisch/online Interviews durchgeführt zwischen 21.11.2013 bis 29.11.2013



Angaben in % der Befragten
Rest auf 100 keine Angabe

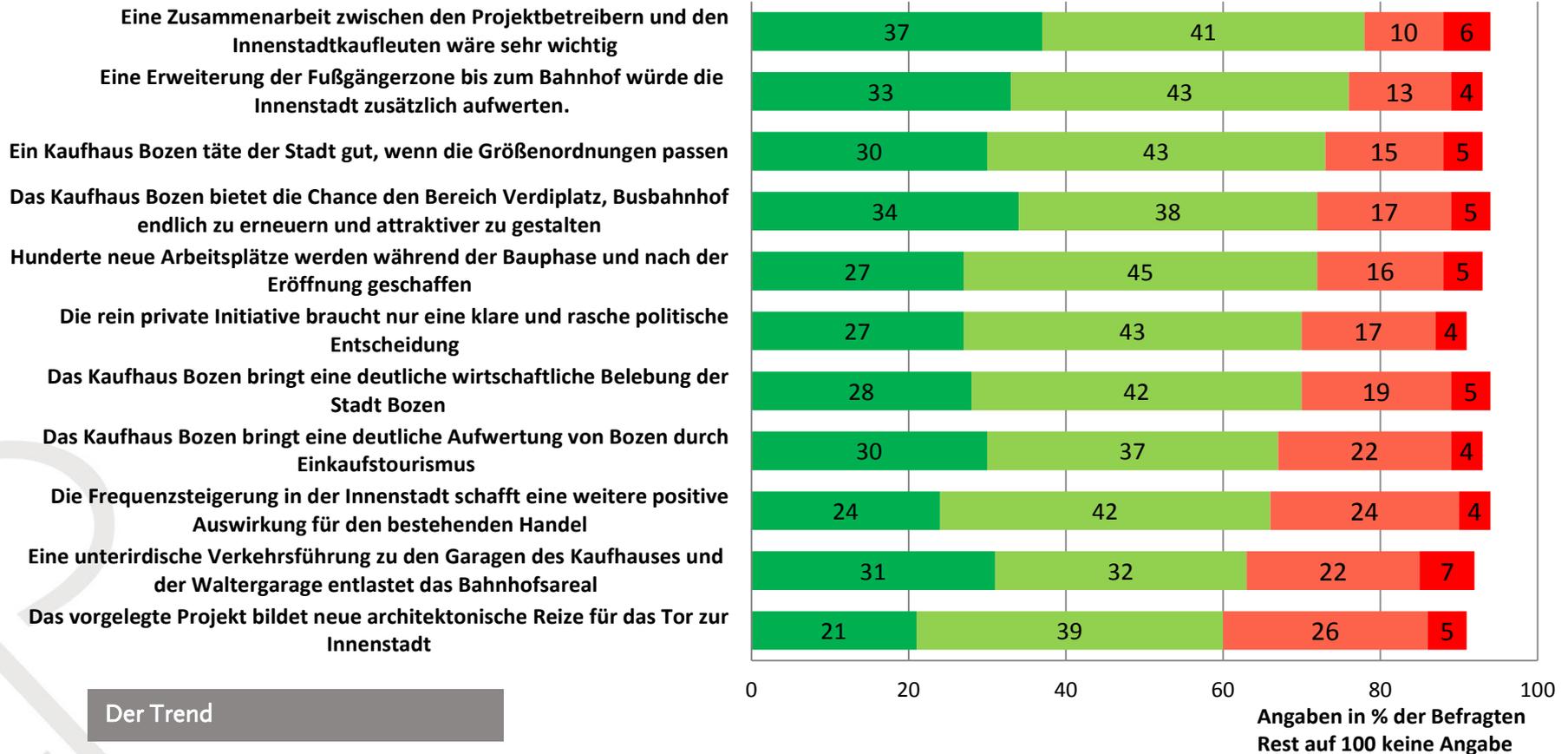
Der Trend

Die Umgestaltung des betroffenen Areals ist für eine mehr als deutliche Mehrheit absolut notwendig. Besonders für die Bürger der italienischen Sprachgruppe und männlichen Befragten sowie Personen zwischen 30 und 60 Jahren gilt dies.

„Ich nenne Ihnen nun einige Aussagen zum Projekt Kaufhaus Bozen und Sie sagen mir jeweils, ob Sie diesen Aussagen eher zustimmen oder eher nicht zustimmen?“

QUELLE: (n=600 Interviews) - ±3,70 % - telefonisch/online Interviews durchgeführt zwischen 21.11.2013 bis 29.11.2013

■ stimme absolut zu ■ stimme eher zu ■ stimme eher nicht zu ■ stimme absolut nicht zu

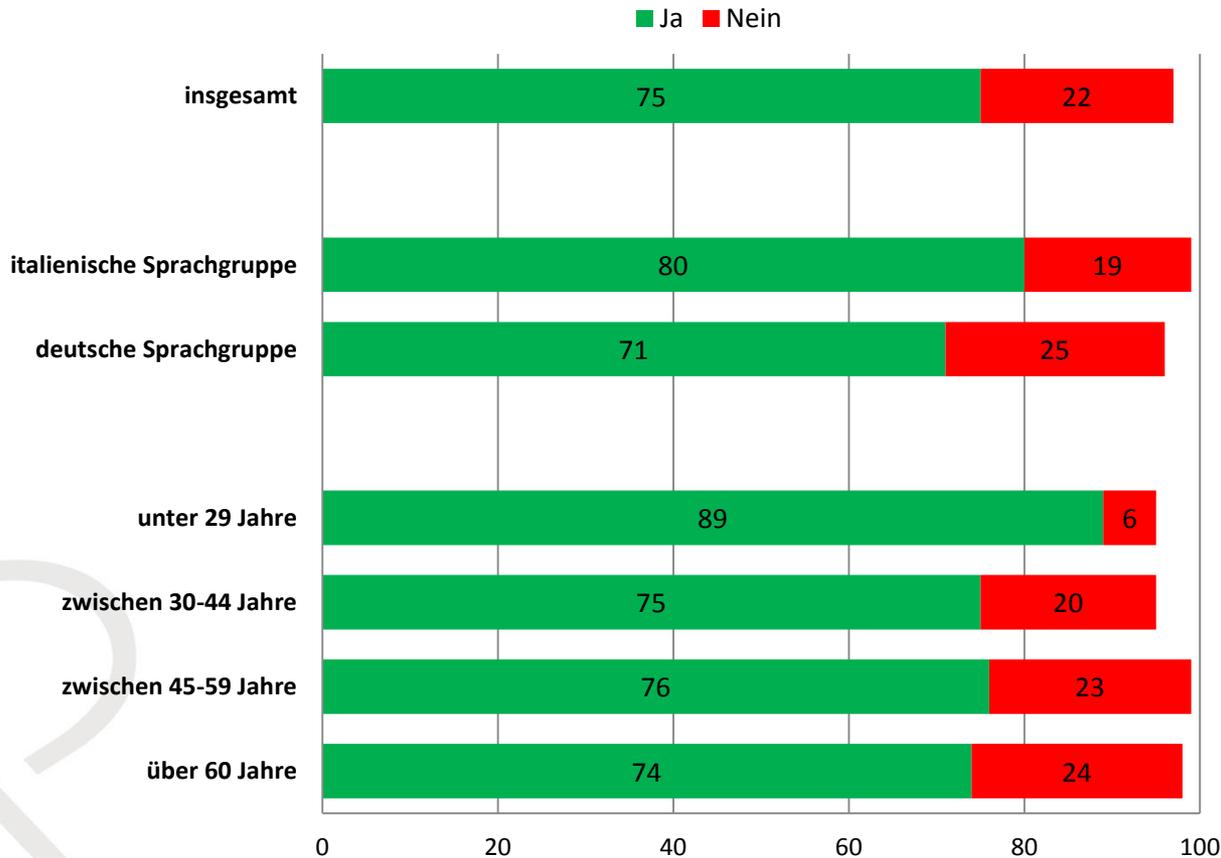


In der Gesamtbevölkerung erreichen alle abgefragten Argumentations-Statements eine deutliche Mehrheit. Die Argumente „Zusammenarbeit“ und „Erweiterung der Fußgängerzone“ sind die am besten akzeptierten.

III. EINKAUFsverhalten

„Würden Sie persönlich ein Kaufhaus Bozen für Ihre Einkäufe nutzen?“

QUELLE: (n=600 Interviews) - ±3,70 % - telefonisch/online Interviews durchgeführt zwischen 21.11.2013 bis 29.11.2013



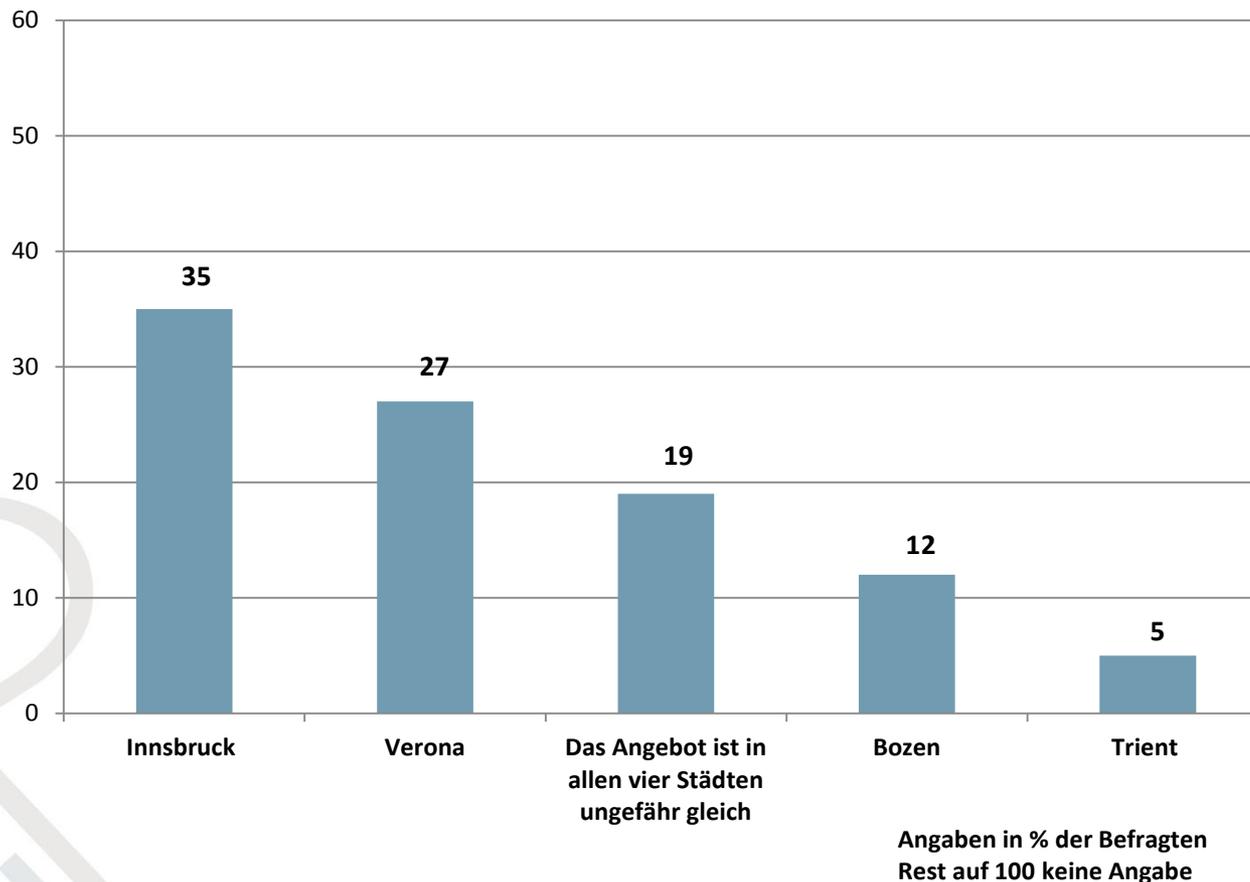
Angaben in % der Befragten
Rest auf 100 keine Angabe

Der Trend

Drei Viertel der Befragten würden das Kaufhaus Bozen für Ihre Einkäufe nutzen. Innerhalb der italienischen Sprachgruppe ist der Anteil der deklarierten Kaufhaus Bozen Nutzer sogar 80 %.

„Denken Sie jetzt einmal bitte an die Einkaufsmöglichkeiten in der Stadt Bozen im Vergleich zu den anderen beiden Landeshauptstädten Innsbruck und Trient. Welche der folgenden Städte hat aus Ihrer Sicht das beste, wer das weniger gute und welche Stadt hat das schlechteste Angebot?“

QUELLE: (n=600 Interviews) - ±3,70 % - telefonisch/online Interviews durchgeführt zwischen 21.11.2013 bis 29.11.2013

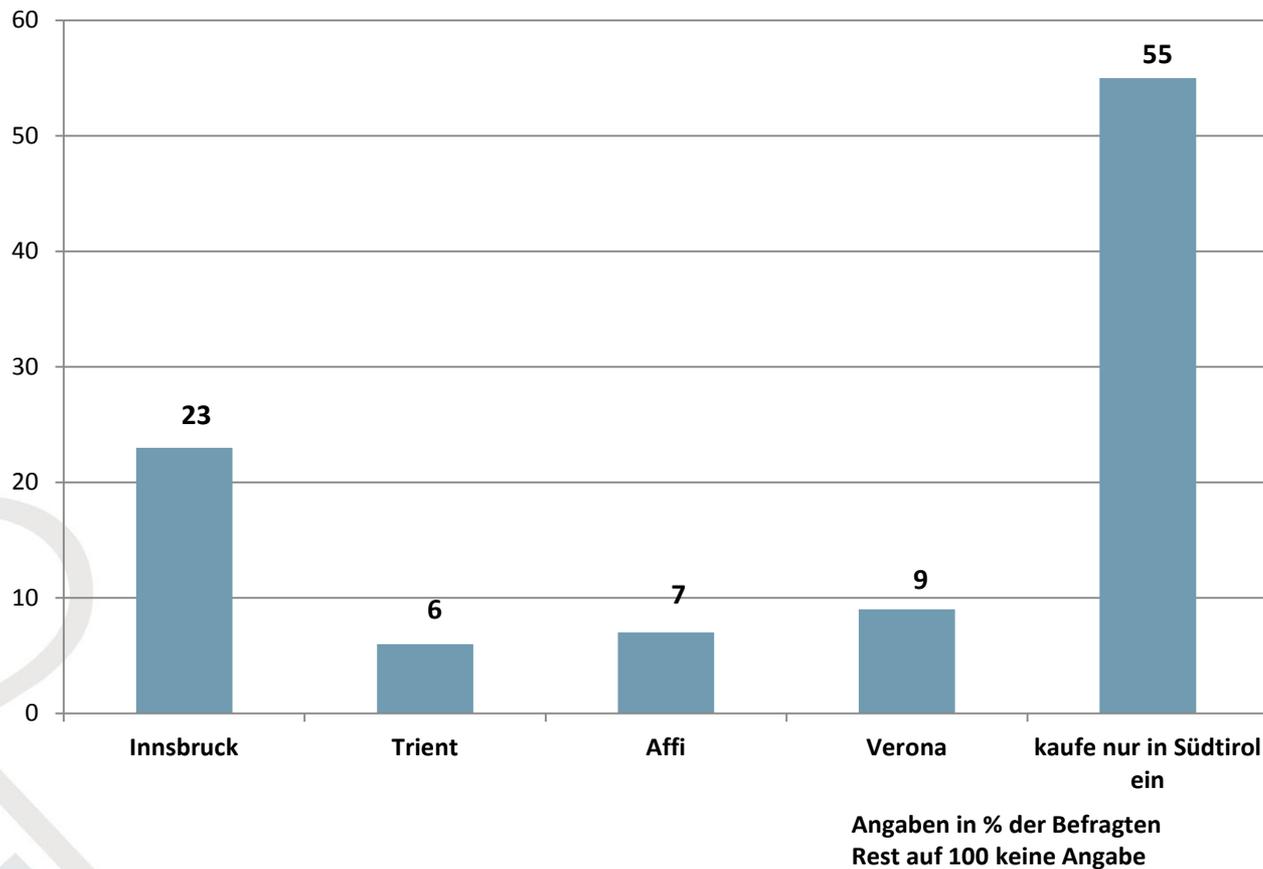


Der Trend

Betrachtet man die Nennungen des ersten Ranges (Nennung als Beste) dieser Fragestellung erkennt man zwei klare Sieger-Städte: Innsbruck und Verona. Diese entsprechen auch der „Einkaufsorientierung“ der deutschen Sprachgruppe Richtung Norden und der italienischen Richtung Süden.

„Wohin fahren Sie persönlich zum Einkaufen?“

QUELLE: (n=600 Interviews) - ±3,70 % - telefonisch/online Interviews durchgeführt zwischen 21.11.2013 bis 29.11.2013

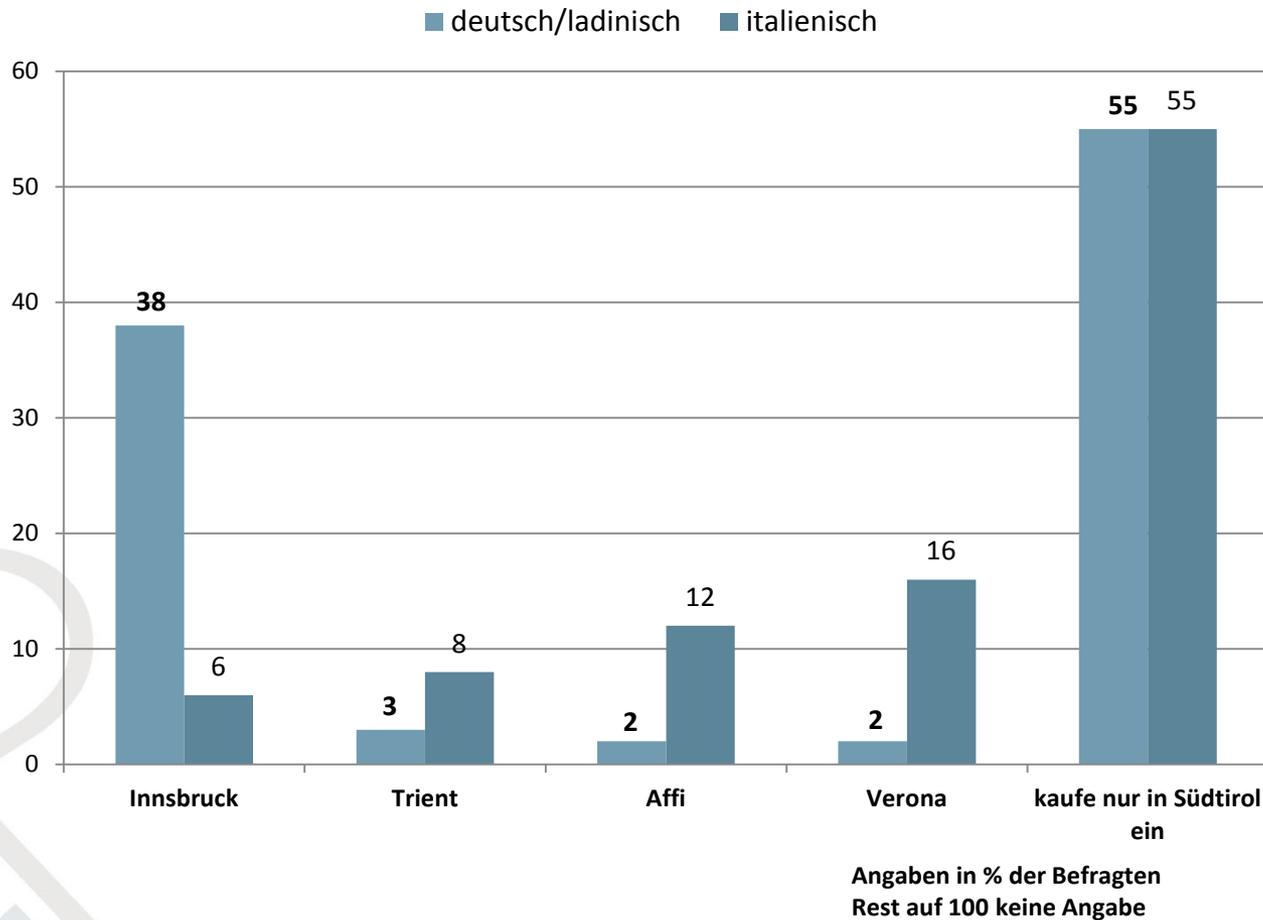


Der Trend

Über die Hälfte der Befragten kaufen nur in Südtirol ein. 23 % der Befragten fahren hierfür nach Innsbruck. In den anderen Einkaufsdestinationen liegt der Wert unter 10%.

„Wohin fahren Sie persönlich zum Einkaufen?“

QUELLE: (n=600 Interviews) - ±3,70 % - telefonisch/online Interviews durchgeführt zwischen 21.11.2013 bis 29.11.2013

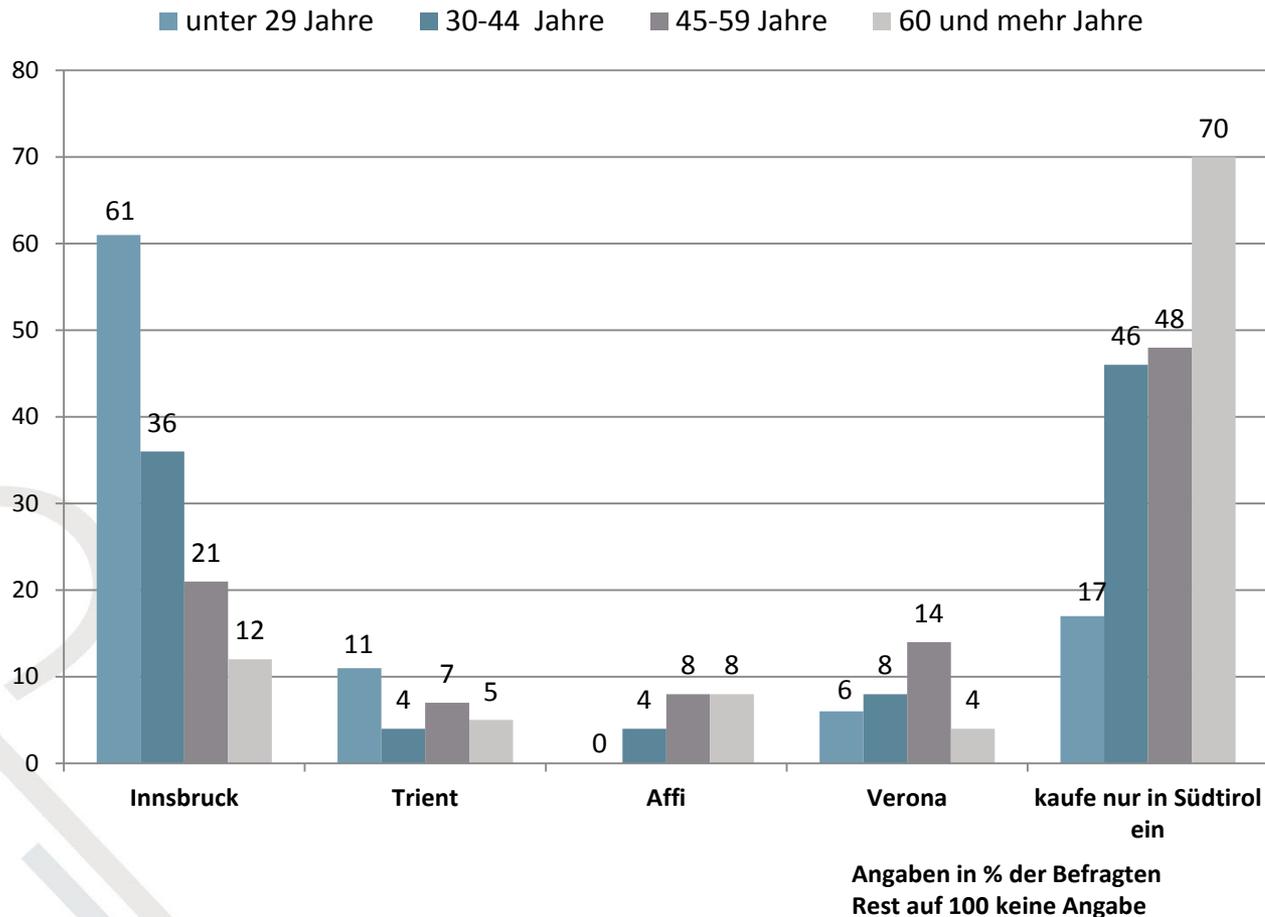


Der Trend

Die deutsch- ladinischsprachigen Befragten kaufen außerhalb Südtirols vorwiegend in Innsbruck ein. Bei den italienischsprachigen Befragten ist der Trend genau umgekehrt.

„Wohin fahren Sie persönlich zum Einkaufen?“

QUELLE: (n=600 Interviews) - ±3,70 % - telefonisch/online Interviews durchgeführt zwischen 21.11.2013 bis 29.11.2013

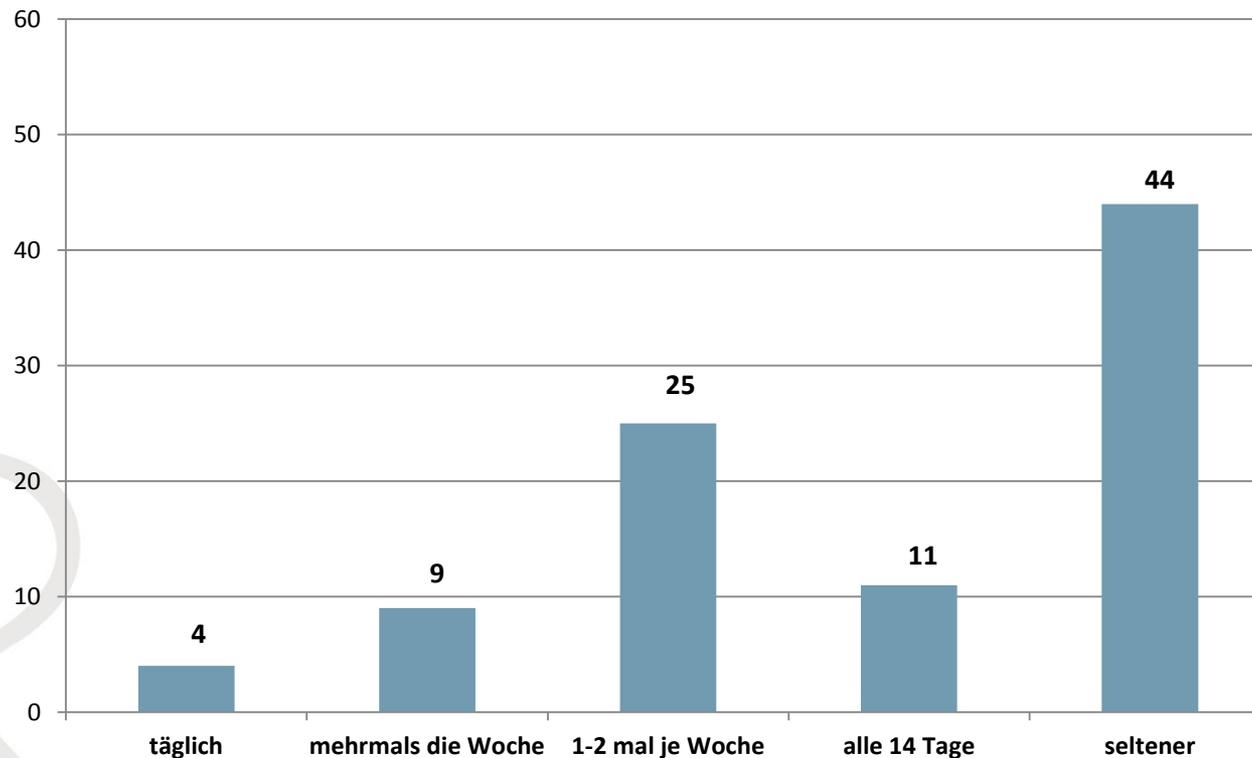


Der Trend

Die Befragten unter 29 Jahren kaufen 61% ihrer Waren in Innsbruck, bei den 30-44 jährigen sind es noch 36%. Hingegen kaufen die über 60 jährigen ihre Waren zu 70% nur in Südtirol ein. Bei den 45-59 jährigen tun dies 48%, bei den 30-44 jährigen tun dies noch 46%. Bei den Einkaufsdestinationen Trient, Affi und Verona, kann man in den Altersklassen keine nennenswerte Unterschiede erkennen.

„Und wie oft gehen Sie zum Einkaufen / Shoppen in die Bozner Innenstadt?“

QUELLE: (n=600 Interviews) - ±3,70 % - telefonisch/online Interviews durchgeführt zwischen 21.11.2013 bis 29.11.2013



Angaben in % der Befragten
Rest auf 100 keine Angabe

Der Trend

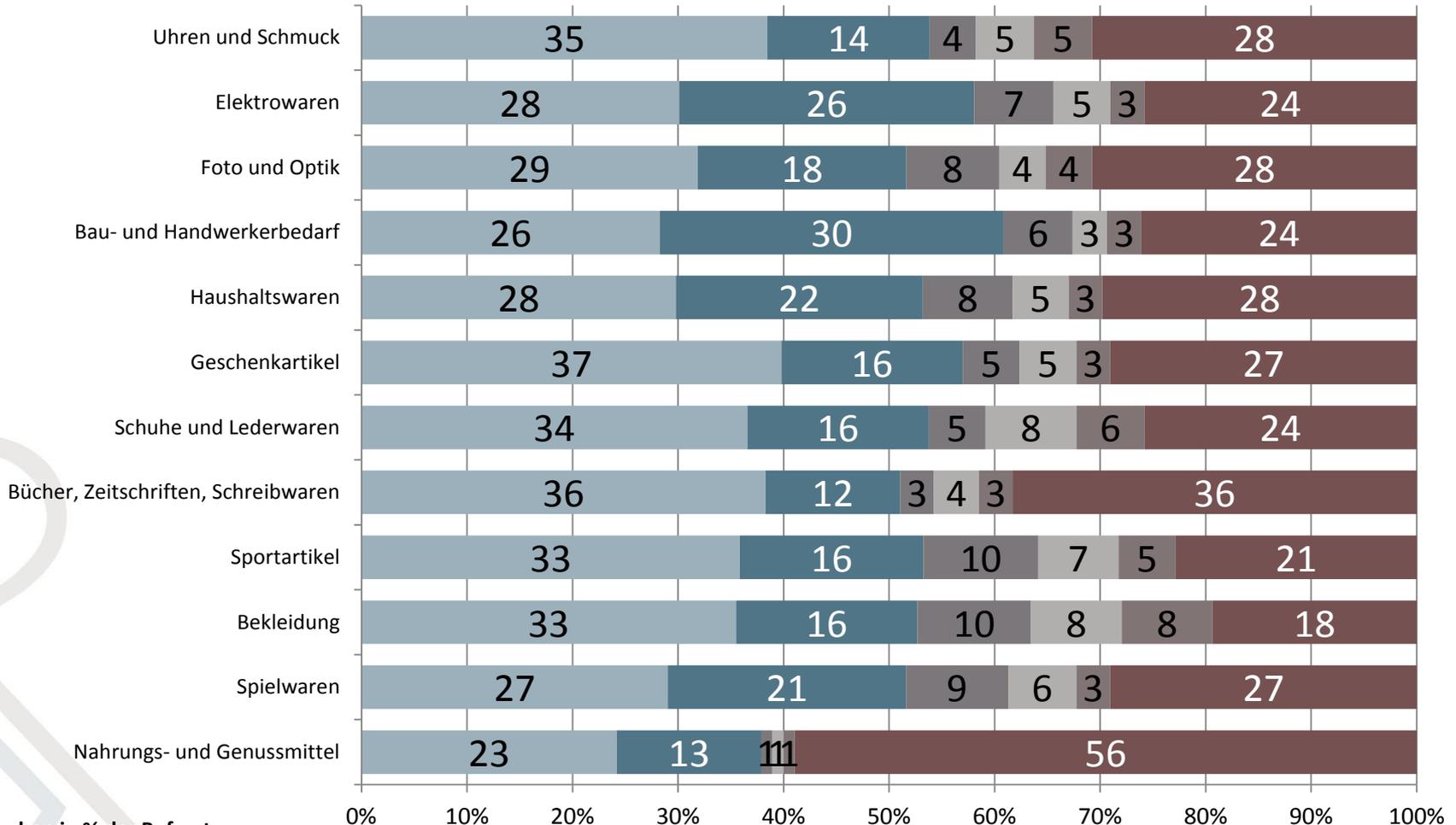
Nur rund 14 % der Befragten gehen täglich oder mehrmals die Woche zum Einkaufen in die Innenstadt.

Die größte Gruppe der Befragten (44%) geht seltener als alle 14 Tage in die Bozner Innenstadt zum einkaufen.

„ Bitte sagen Sie mir nun zu folgenden Produktgruppen, wo Sie sie am ehesten einkaufen: eher in der Bozner Innenstadt oder eher in den Einkaufszentren am Rand von Bozen, in Innsbruck bzw. Trient oder in Ihrem Viertel/Wohnort?“

QUELLE: (n=600 Interviews) - ±3,70 % - telefonisch/online Interviews durchgeführt zwischen 21.11.2013 bis 29.11.2013

■ Innenstadt ■ Twenty / BZ Süd ■ Innsbruck ■ Trient/Affi ■ Verona ■ Eigener Ort/Viertel



Angaben in % der Befragten
Rest auf 100 keine Angabe