

Titel/titolo

**Shoppen in Südtirol
Compere in Alto Adige**

Autoren/autori

**Ulrich Becker
Helmuth Pörnbacher**

Institut/istituto



**Auftraggeber
Committente**

**Verbraucherzentrale Südtirol
Centro Tutela Consumatori Utenti**

Datum/data

23.1.2007

Seite 1

ÜBERSICHT-SOMMARIO

Ziele und Stellenwert - obiettivi

Methode - metodo

Ergebnisse - risultati

Preferenzen - preferenze

Aspekte beim Einkauf – aspetti

Attraktivität - attrattività

Einkaufszentrum – centro commerciale

- ⚙ Referendum zum Thema Einkaufszentrum?
- ⚙ Marktstudie zum Thema?
- ⚙ Diskussionsbeitrag für ordnungspolitische Maßnahmen!

- ⚙ Referendum sulla tematica dei Centri Commerciali?
- ⚙ Analisi di mercato?
- ⚙ Contributo allo sviluppo delle misure in materia di regolamentazione nel settore del commercio!

ÜBERSICHT- SOMMARIO

Ziele und Stellenwert-
obiettivi

Methode-metodo

Ergebnisse-risultati

Preferenzen-
preferenze

Aspekte beim
Einkauf-aspetti

Attraktivität-
attrattività

Einkaufszentrum-
centro commerciale

- ☀ Telefonische Repräsentativbefragung von 400 Südtirolerinnen und Südtirolern mittels eines standardisierten Fragebogens im apollis-Telefonlabor (CATI)
- ☀ Grundgesamtheit: Südtiroler Wohnbevölkerung in Privathaushalten ab 16 Jahren (390.445 Personen)
- ☀ Zweistufige Zufallsziehung aus Telefondatenbank. 699 kontaktierte Haushalte, 406 befragte Zielpersonen, Gewichtung nach Stadt-Land, Geschlecht und Altersklassen
- ☀ Feldphase vom 21.11.2006 bis zum 11.12.2006

ÜBERSICHT- SOMMARIO

Ziele und Stellenwert-
obiettivi

Methode-metodo

Ergebnisse-risultati

Preferenzen-
preferenze

Aspekte beim
Einkauf-aspetti

Attraktivität-
attrattività

Einkaufszentrum-
centro commerciale

- ☀ Sondaggio rappresentativo per la popolazione altoatesina. 400 persone intervistate tramite questionario standardizzato dal laboratorio CATI di apollis
- ☀ Universo: popolazione residente over 15 anni (390.445 persone)
- ☀ Campione casuale con due meccanismi di casualità: famiglia e persona nella famiglia. 699 famiglie contattate, 406 persone intervistate, ponderazione dei dati con tre variabili: città-fuori città, sesso ed età.
- ☀ Interviste svolte dal 21-11-2006 al 11-12-2006.

ÜBERSICHT-SOMMARIO

Ziele und Stellenwert-objektivi

Methode-metodo

Ergebnisse-risultati

Preferenzen-preferenze

Aspekte beim Einkauf-aspetti

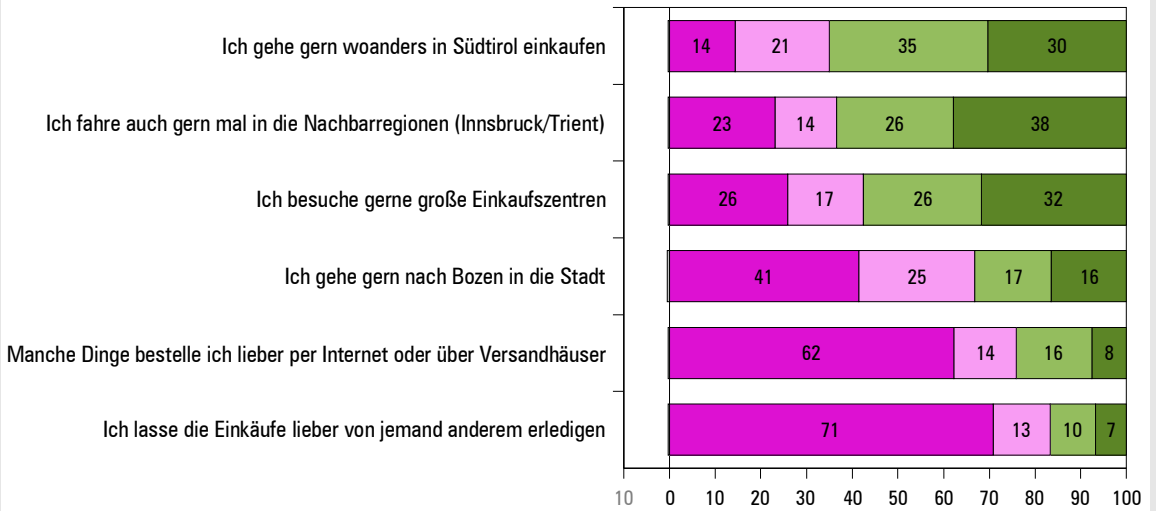
Attraktivität-attrattività

Einkaufszentrum-centro commerciale

Präferenzen beim Einkaufen/Shoppen

Stimme ... zu

■ [keine Angabe] ■ überhaupt nicht ■ eher nicht ■ eher ■ voll und ganz



Anteile [keine Angabe] in Prozent (Basis: n=406) | Anteile in Prozent (Basis: jeweils gültige Angaben)

Shoppen in Südtirol - Compere in Alto Adige

ÜBERSICHT-SOMMARIO

Ziele und Stellenwert-objektivi

Methode-metodo

Ergebnisse-risultati

Preferenzen-preferenze

Aspekte beim Einkauf-aspetti

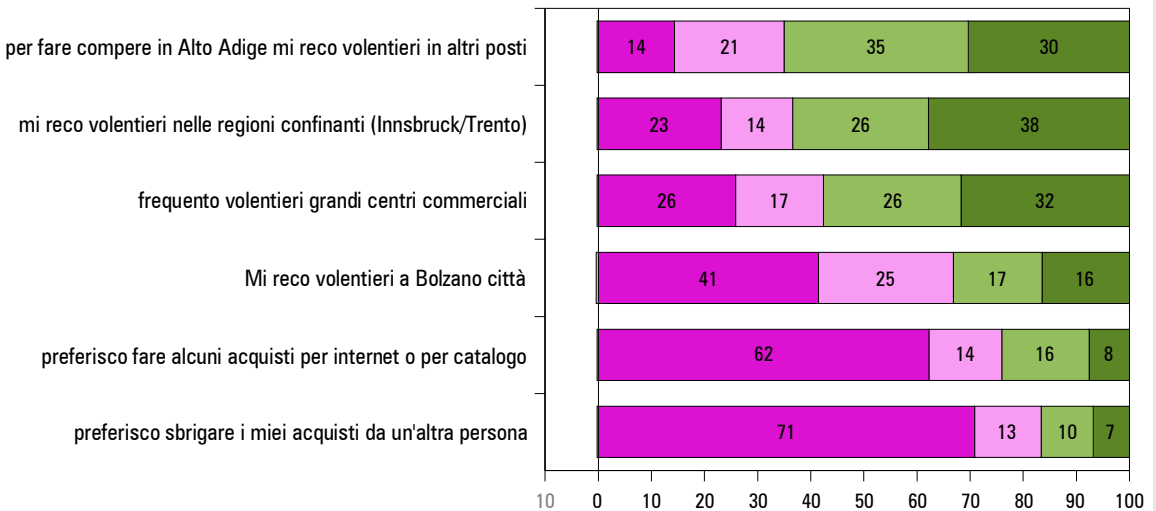
Attraktivität-attrattività

Einkaufszentrum-centro commerciale

Preferenze al fare compere

... d'accordo

■ [non so] ■ per niente ■ poco ■ abbastanza ■ completamente



percentuali [non so] (base: n=406) | percentuali (base: risposte valide)

Shoppen in Südtirol - Compere in Alto Adige

ÜBERSICHT-SOMMARIO

Ziele und Stellenwert-objektivi

Metode-metodo

Ergebnisse-risultati

Preferenzen-preferenze

Aspekte beim Einkauf-aspetti

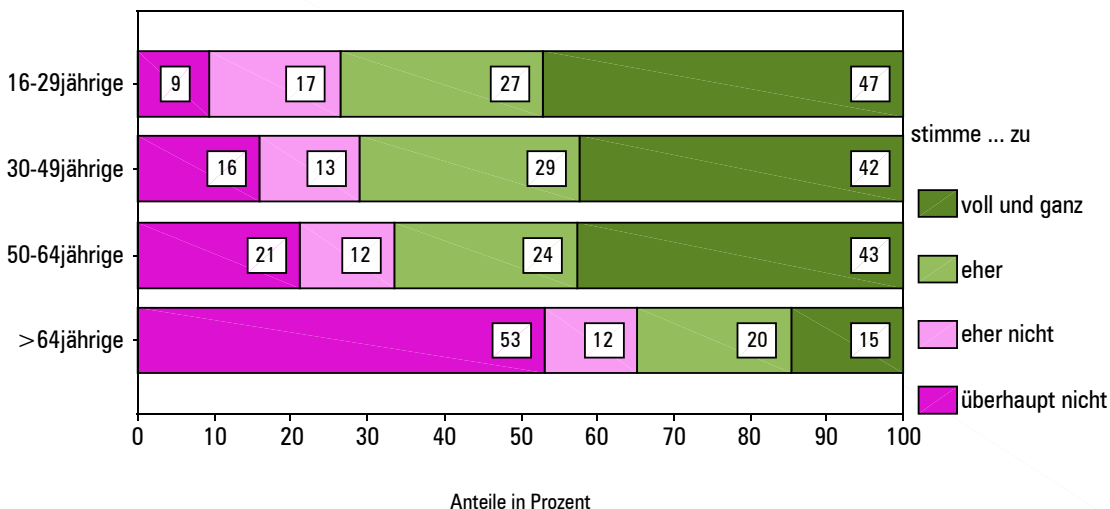
Attraktivität-attrattività

Einkaufszentrum-centro commerciale

Präferenzen beim Einkaufen/Shoppern

Ich fahre auch gerne mal in die Nachbarregionen (Innsbruck/Trient)

nach Altersklassen (Basis: n=406)



Shoppern in Südtirol - Compere in Alto Adige

ÜBERSICHT-SOMMARIO

Ziele und Stellenwert-objektivi

Metode-metodo

Ergebnisse-risultati

Preferenzen-preferenze

Aspekte beim Einkauf-aspetti

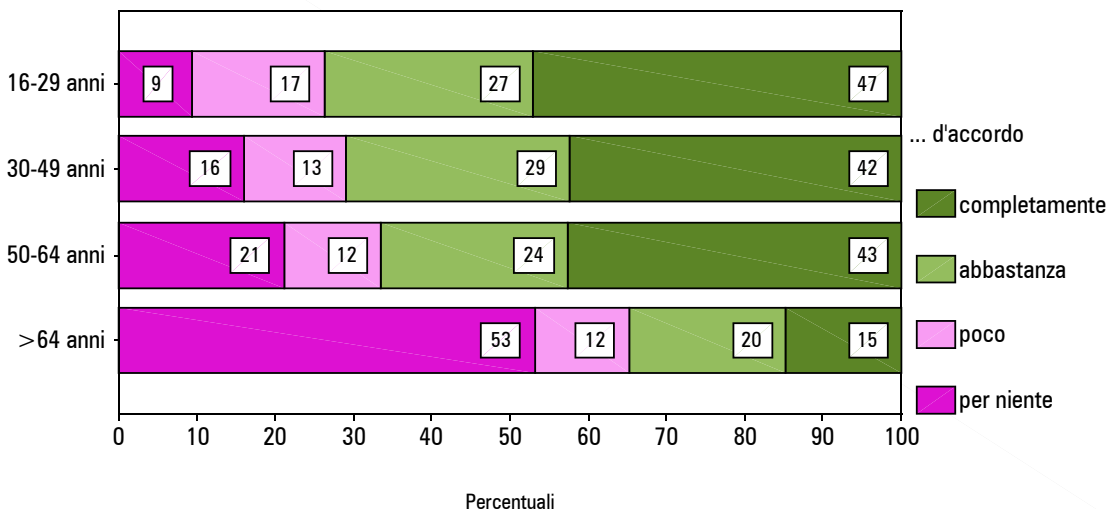
Attraktivität-attrattività

Einkaufszentrum-centro commerciale

Preferenze al fare compere

Mi reco volentieri nelle regioni confinanti (Innsbruck/Trento)

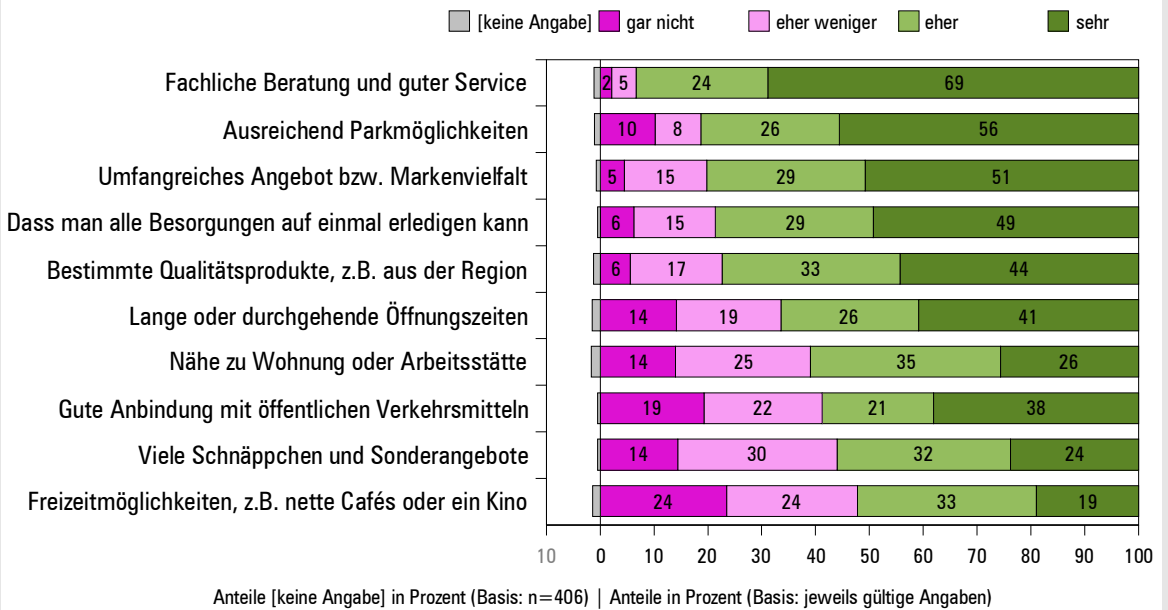
per classi d'età (base: n=406)



Shoppern in Südtirol - Compere in Alto Adige

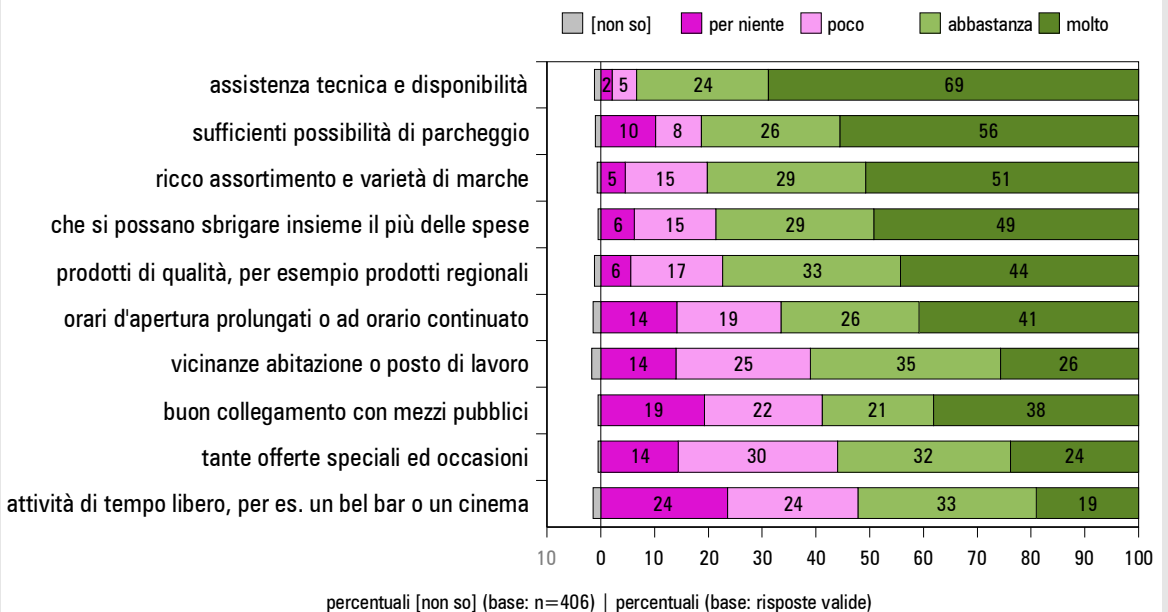
Was ist Ihnen da wo Sie einkaufen wichtig?

Ist mir ... wichtig



Cosa ritiene importante per fare compere?

... importante



ÜBERSICHT-SOMMARIO

Ziele und Stellenwert-objektivi

Metode-metodo

Ergebnisse-risultati

Preferenzen-preferenze

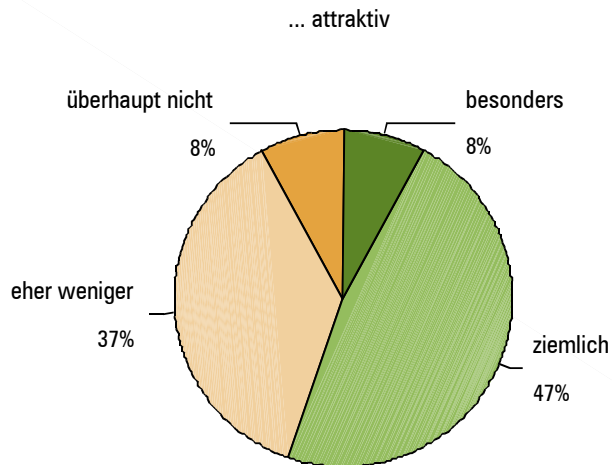
Aspekte beim Einkauf-aspetti

Attraktivität-attrattività

Einkaufszentrum-centro commerciale

Wie attraktiv ist der Einkaufsstandort Südtirol?

Anteile in Prozent (Basis: n=406)



Shopper in Südtirol - Compere in Alto Adige

ÜBERSICHT-SOMMARIO

Ziele und Stellenwert-objektivi

Metode-metodo

Ergebnisse-risultati

Preferenzen-preferenze

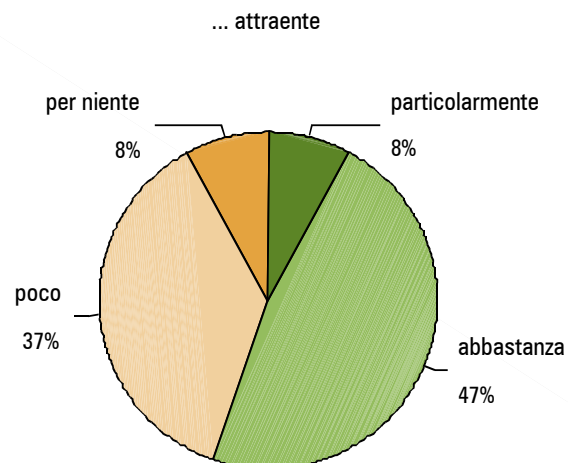
Aspekte beim Einkauf-aspetti

Attraktivität-attrattività

Einkaufszentrum-centro commerciale

Come giudica l'Alto Adige in fatto di shopping?

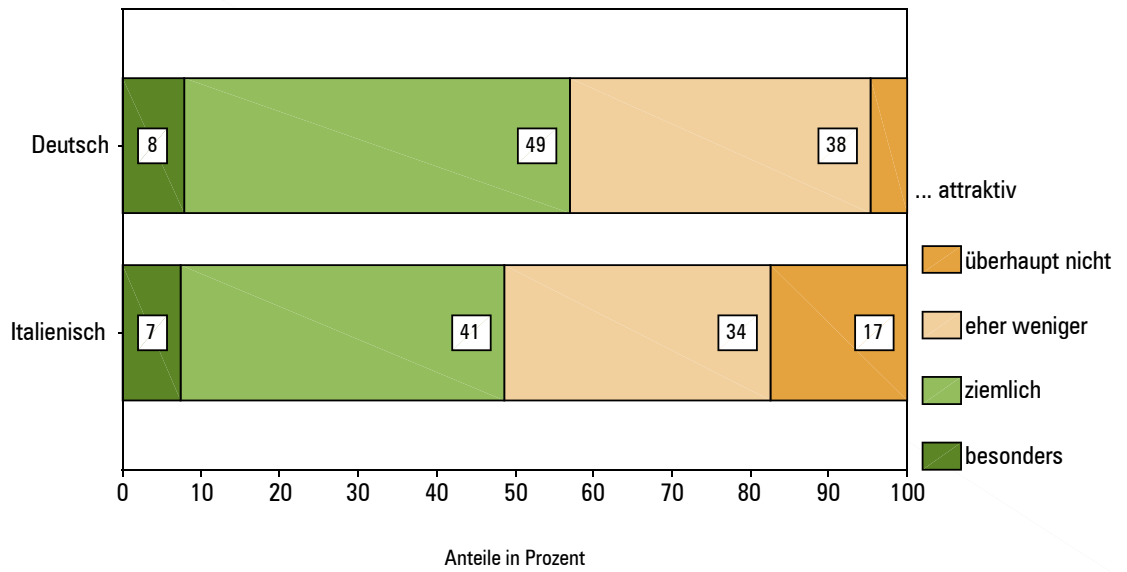
Percentuali (base: n=406)



Shopper in Südtirol - Compere in Alto Adige

Wie attraktiv ist der Einkaufsstandort Südtirol?

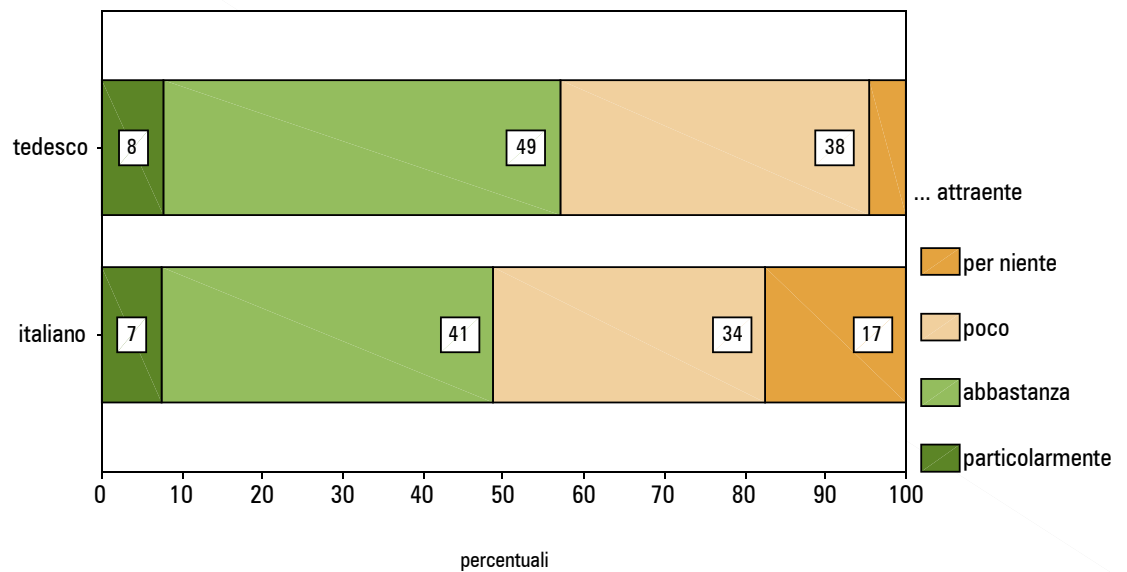
nach Muttersprache (Basis: n=406)



Shopper in Südtirol - Compere in Alto Adige

Come giudica l'Alto Adige in fatto di shopping

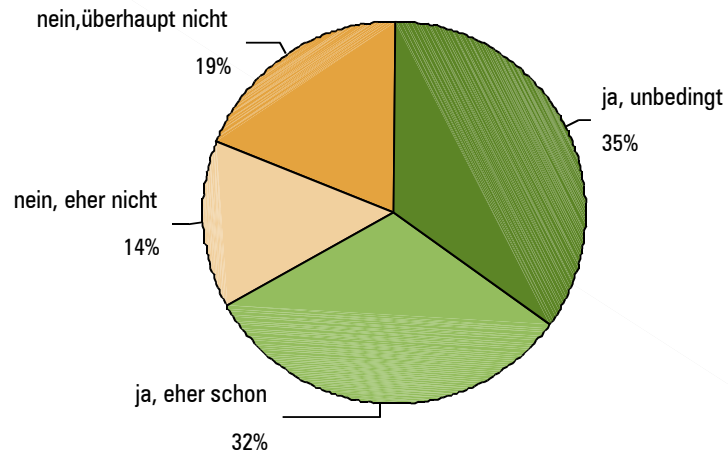
per madrelingua (base: n=406)



Shopper in Südtirol - Compere in Alto Adige

Braucht es in Südtirol ein großes Einkaufszentrum

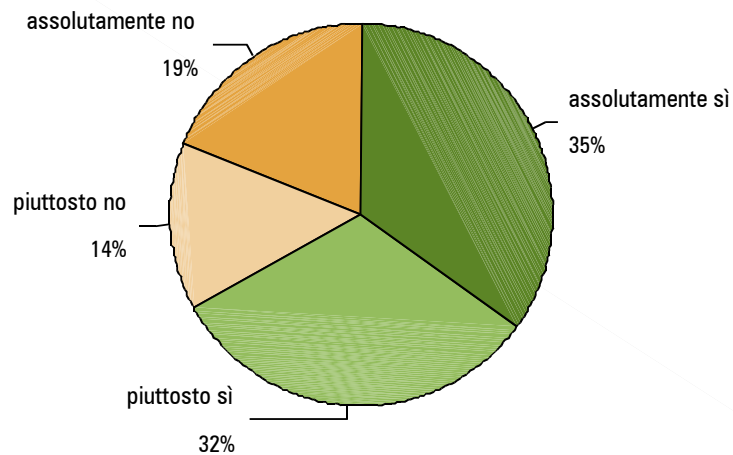
Anteile in Prozent (Basis: n=406)



Shopper in Südtirol - Compere in Alto Adige

In AA c'è bisogno di un grande centro commerciale?

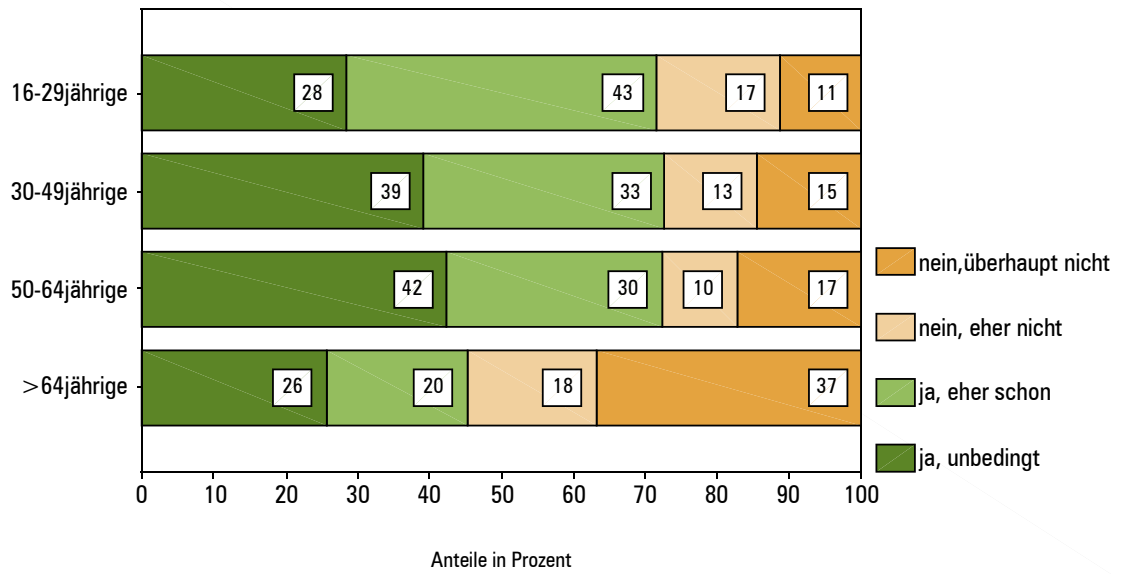
Percentuali (base: n=406)



Shopper in Südtirol - Compere in Alto Adige

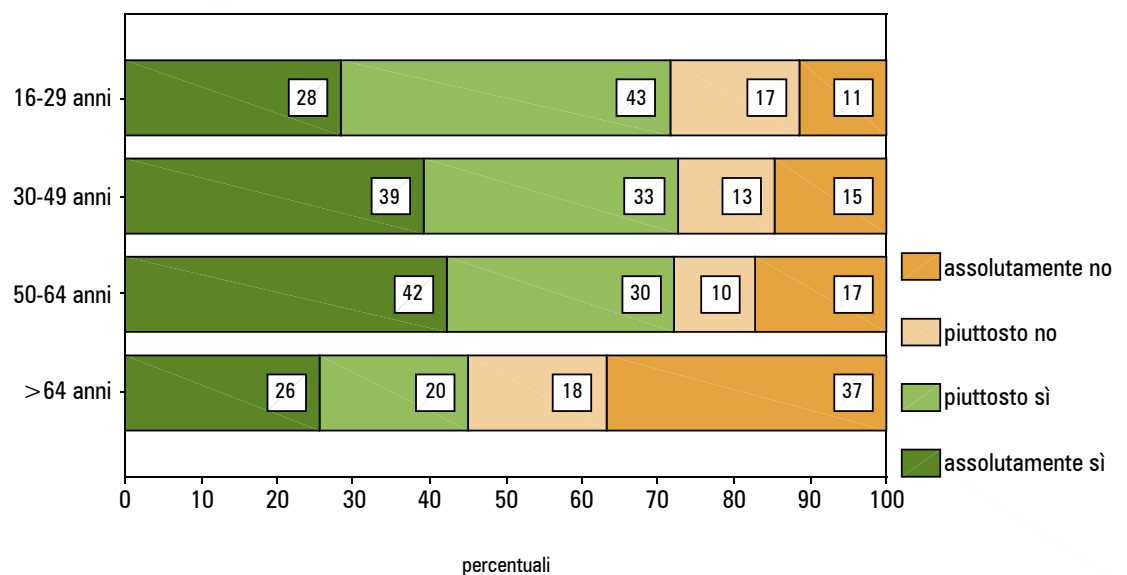
Braucht es in Südtirol ein großes Einkaufszentrum?

nach Altersklassen (Basis: n=406)



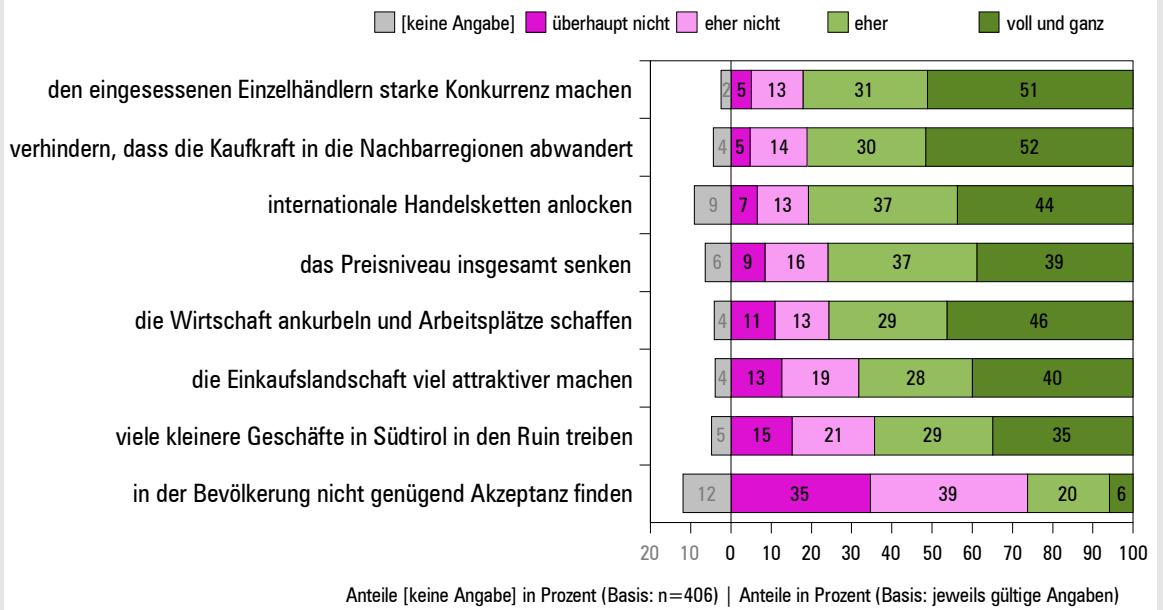
In AA c'è bisogno di un grande centro commerciale?

per classi d'età (base: n=406)



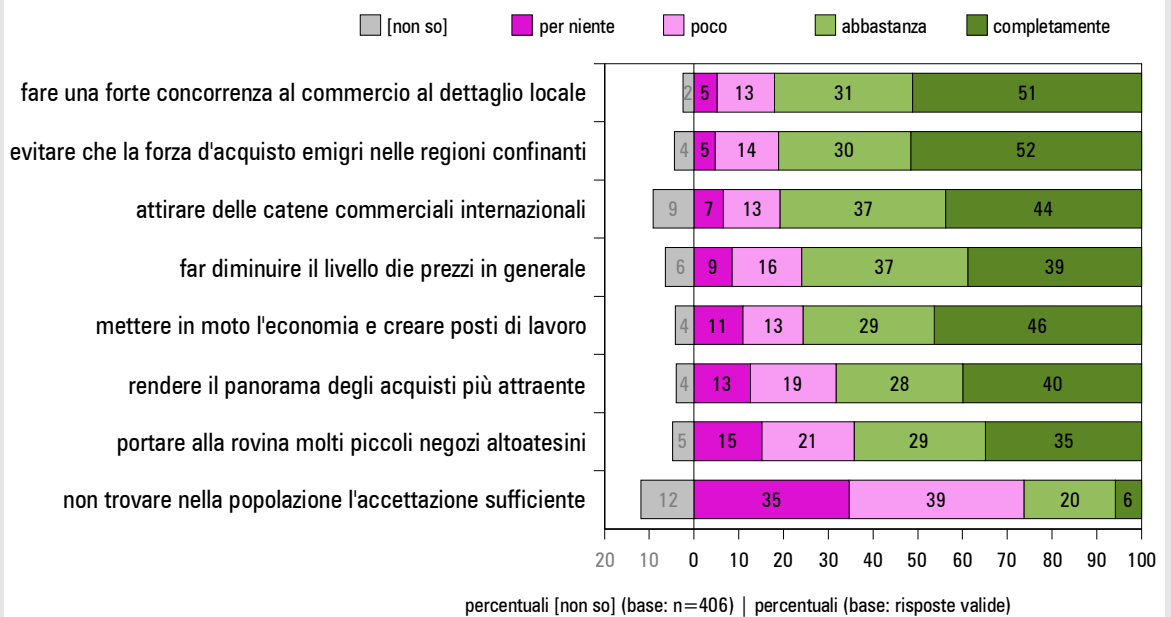
Pro und Kontra: ein Einkaufszentrum in Südtirol täte...

Stimme ... zu



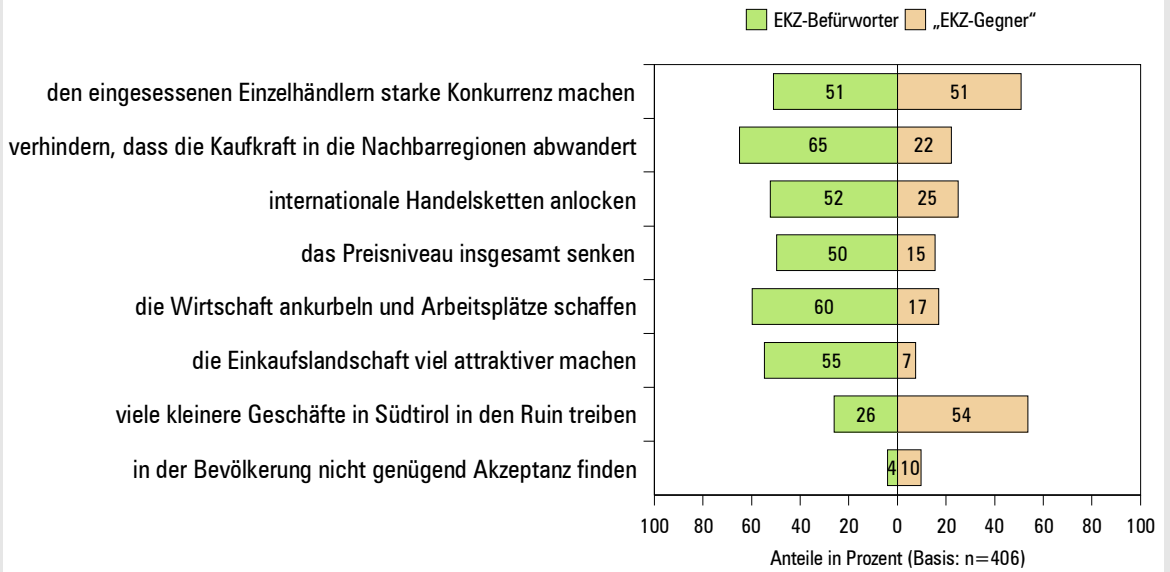
Pro e contro: centro commerciale in Alto Adige potrebbe...

... d'accordo



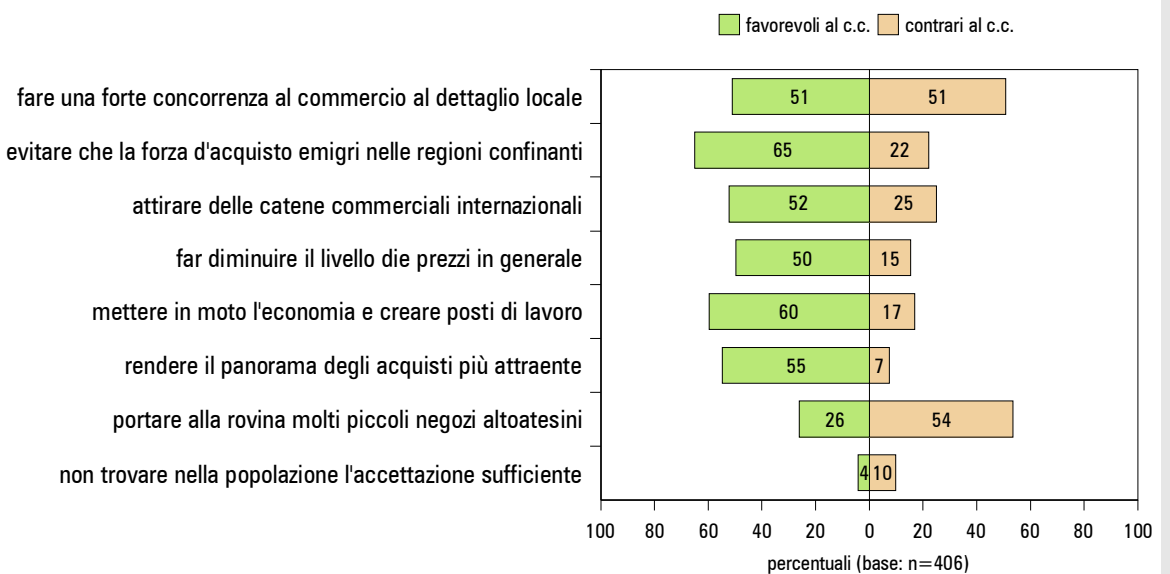
Ein Einkaufszentrum in Südtirol täte...

% "stimme voll und ganz zu" nach Zustimmung/Ablehnung eines großen Einkaufszentrums in Südtirol



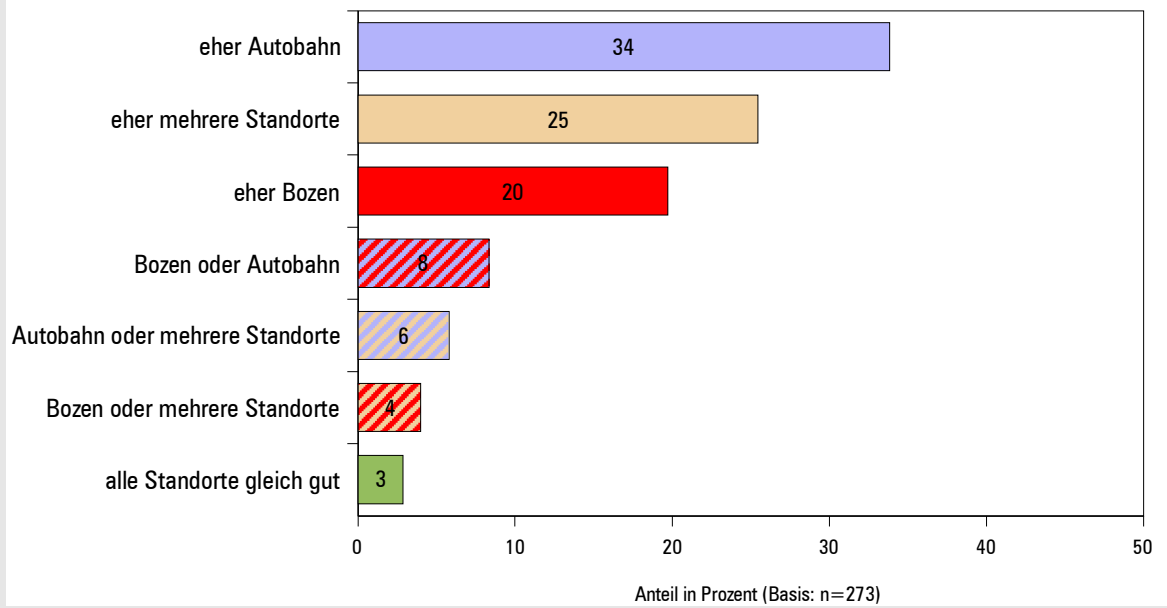
Un centro commerciale in Alto Adige potrebbe ...

% di "completamente d'accordo" per consenso/rifiuto di un grande centro commerciale in Alto Adige



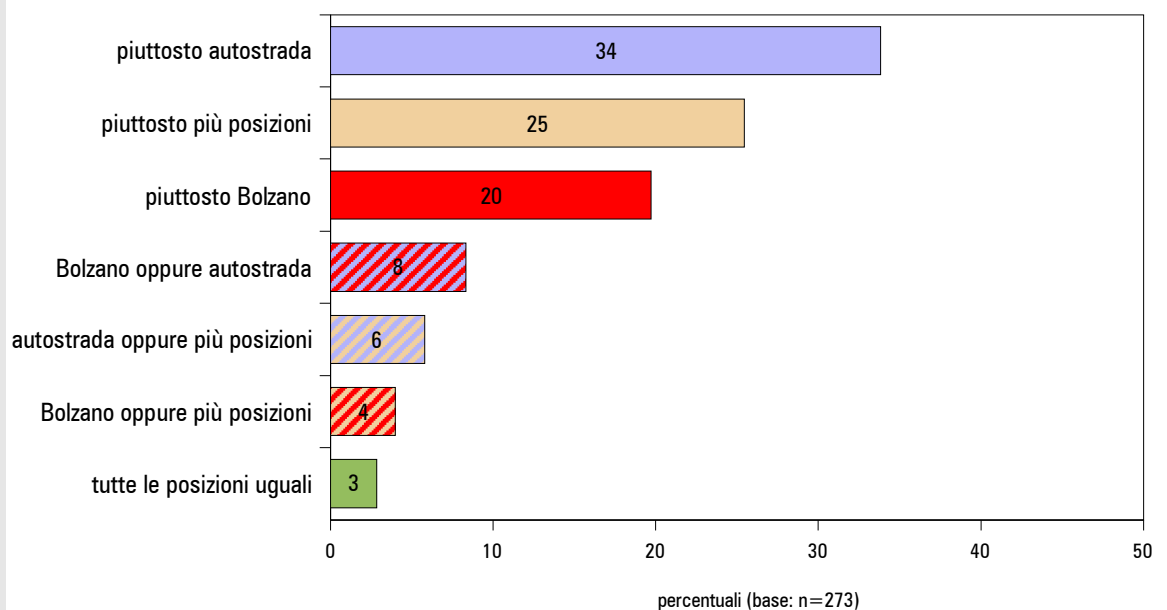
Nur EKZ-Befürworter: Standortpräferenz

Zustimmung zu Standortargumenten: Verteilung der Kombinationen



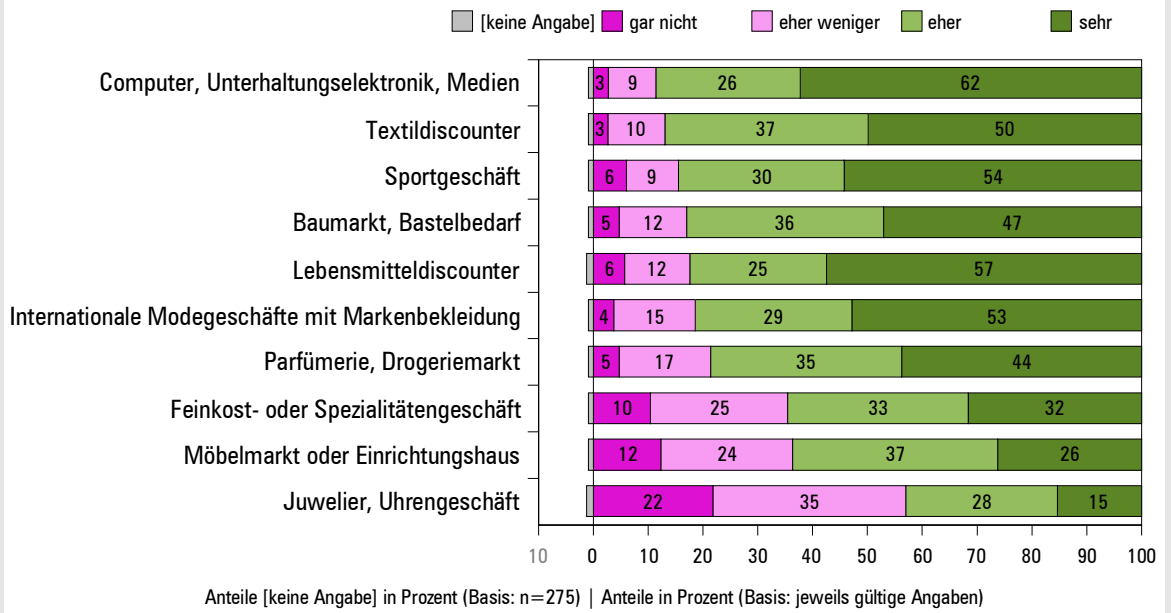
Solo favorevoli al c.c.: posizione preferita

Consenso a argomenti: preferenze chiare e combinazioni



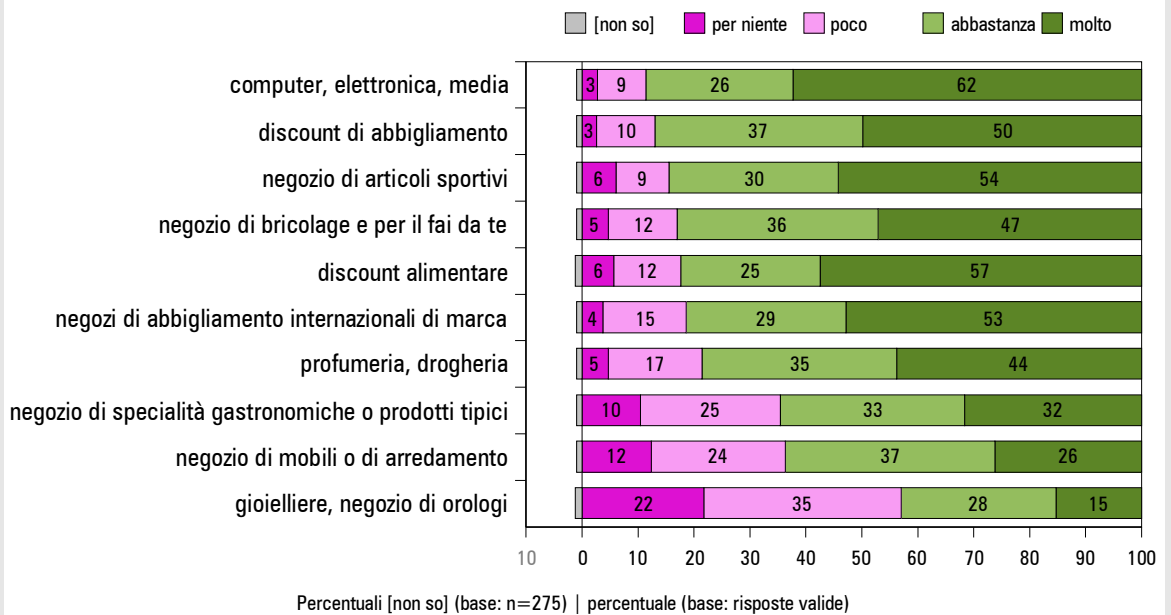
Nur EKZ-Befürworter: Welche Geschäfte sind wichtig?

Ist mir ... wichtig



Solo favorevoli al c.c.: quali negozi ci dovrebbero essere?

... importante



- ❁ Einkaufsgewohnheiten:
 - ❁ Einkaufszentren in Nachbarregionen/Ausland werden besucht
 - ❁ Bozen ist heute nicht das Einkaufszentrum Südtirols
 - ❁ Einkauf per Katalog oder online ist noch kein Massenphänomen, könnte aber zunehmen.

- ❁ Abitudini di spesa:
 - ❁ I Centri commerciali fuori provincia sono frequentati
 - ❁ Oggigiorno Bolzano non è il Centro commerciale dell'Alto Adige
 - ❁ Le compere per catalogo o via Internet non sono attualmente un fenomeno di massa, potrebbero però aumentare nel tempo.

☀ Qualitätskriterien beim Einkauf:

- ☀ Fachliche Beratung und guter Service, aber auch ...
- ☀ Parkplätze, Markenvielfalt und Produktvielfalt.
 - ☀ Nachgeordnet: Schnäppchen, Sonderangebote und attraktive Freizeitangebote.
 - ☀ Anbindung an den Nahverkehr für nicht motorisierte Bevölkerungsschichten zentral.

☀ Präferenzen nelle compere:

- ☀ assistenza tecnica e disponibilità, ma anche ...
- ☀ parcheggi, ricco assortimento e varietà di marche.
 - ☀ In seconda linea offerte speciali ed occasioni oppure attività di tempo libero.
 - ☀ Buon collegamento con mezzi pubblici è centrale per consumatori non motorizzati.

☀ Einkaufszentren in Südtirol

- ☀ Südtirol schneidet als Einkaufsland insgesamt recht gut ab
- ☀ Die Haltung zu Einkaufszentren ist nicht einheitlich, eine Mehrheit ist aber für die Errichtung eines großen Einkaufszentrums
- ☀ Zur Standortfrage gibt es keine eindeutigen Meinungen
- ☀ Geschäfte mit Computern, Unterhaltungselektronik und Medien, dann Textildiscounter, Sportgeschäfte, Baumärkte, Lebensmitteldiscounter werden (in dieser Reihenfolge) gewünscht.

☀ Centri commerciali in Alto Adige

- ☀ In fatto di shopping l'Alto Adige viene valutato piuttosto bene.
- ☀ La questione dei Centri commerciali non è vista in maniera univoca anche se una maggioranza sarebbe a favore di un grande centro
- ☀ Sulla posizione ottimale di un Centro Commerciale non si trovano maggioranze chiare.
- ☀ Negozi di computer, elettronica e media, discount di abbigliamento, articoli sportivi, negozi di bricolage, discount alimentare: questo è l'ordine dei gruppi merceologici richiesti.

❁ Einkaufszentren in Südtirol

- ❁ Die „Gegner“ sind offenbar bereits mit dem Einkaufstandort Südtirol zufrieden, denn sie bezweifeln den Zugewinn an Attraktivität, den wirtschaftsfördernden Effekt und die Akzeptanz in der Gesellschaft.
- ❁ „Befürworter“ versprechen sich neben den wirtschaftlichen Vorteilen für das Land vor allem sinkende Preise und ein attraktiveres Warenangebot - gerade durch die Präsenz internationaler Discounterketten und möglicherweise auch auf Kosten der kleineren Anbieter.

❁ Centri commerciali in Alto Adige

- ❁ Le persone che si dichiarano contrarie sono soddisfatte dell'offerta, dubitano dell'effetto dell'attrattività, dubitano degli effetti sull'economia altoatesina e sono anche scettiche sul grado di accettazione tra la popolazione
- ❁ Le persone che si dichiarano favorevoli si aspettano innanzitutto un calo dei prezzi e un assortimento più vasto oltre agli effetti sull'economia altoatesina. I meccanismi sarebbero soprattutto la presenza di catene internazionali – anche a scapito dei commercianti più piccoli.