

Sauber soll's sein im Einkaufstempel

Eine Marketagent-Umfrage ist der Frage nachgegangen, worauf es Konsumenten beim Shopping im EKZ ankommt.



© Florian Propper

WIEN. Der „Shopping Center Report“ von Marketagent hat die wichtigsten Kriterien bei Shoppingcentern aus Kundensicht eruiert – und dabei durchaus Überraschendes festgestellt: Der Umfrage unter 2.556 Teilnehmern zufolge sind allgemeine Sauberkeit (91,9% „sehr wichtig“ oder „eher wichtig“), Sauberkeit der Toilettenanlagen (90,5%) und gute Luftqualität (87,9%) ungleich wichtiger als etwa eine attraktive Auswahl an Gastronomie-Lokalen (59,3%) und moderne Architektur (36,1%).

Nahversorgerzentren beliebt

Was das Top-Kriterium Sauberkeit betrifft, können laut Umfrage vor allem kleinere, lokale Shopping Center am stärksten punkten. Das Riverside in Wien Liesing, der Murpark in Graz und das Einkaufszentrum in Oberwart teilen sich hier die Top-3. „Auch in Sachen Sympathie können vor allem ‚Local He-

roes‘, also Zentren, die auch eine gewisse Nahversorgerfunktion erfüllen, das Ranking für sich entscheiden“, führt Alexander Nusschold-Bertschler, Sales-Manager bei Marketagent, aus. In Sachen Attraktivität der Ge-

„

In Sachen Sympathie können vor allem ‚Local Heroes‘, also Zentren, die auch eine gewisse Nahversorgerfunktion erfüllen, das Ranking für sich entscheiden.

Alexander Nusschold-Bertschler
Marketagent

“

Augenweide

Was die Architektur und Gestaltung betrifft, schneidet das Villacher Atrio (Bild) am besten ab: 87% der Befragten gefällt es sehr gut oder eher gut, Platz zwei geht an die Linzer PlusCity (85,7%).

schäfte und Marken haben dagegen größere Zentren wie das DEZ Innsbruck und die beiden Center Westfield Donau Zentrum und Shopping City Süd die Nase vorne.

Bei der Architektur und Innengestaltung landen das Atrio Villach, die Linzer PlusCity und das Designer Outlet Parndorf auf dem Siegerpodest.

Frequenzbringer Gastro

„Dass in Einkaufszentren nicht nur geshoppt, sondern auch geschlemmt wird, ist schon seit vielen Jahren Trend. Neben Markengeschäften gehören Gastronomiebetriebe zum festen Inventar in Shopping Centern“, betont Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent. Das Angebot dieser sogenannten Food-Courts überzeugt laut Umfrage besonders in der Linzer PlusCity, der Westfield Shopping City Süd und im Europark in Salzburg. (red)

HOFER

Comeback für Blutspendetag

SATTLEDT. Einmal im Jahr verwandelt sich die Hofer-Hauptniederlassung in Sattledt zur Blutspendezentrale – und kürzlich war es wieder so weit: Nach einjähriger, coronabedingter Pause konnten die Mitarbeiter des Diskonters zum nunmehr siebten Mal direkt am Firmengelände Blut spenden. Als Teil des Corporate Volunteering-Programms wird die gute Tat als Arbeitszeit angerechnet und mit einer herzhaften Jause und süßen Snacks belohnt.

1.000 Konserven täglich

„Jeder Mensch kann in die Lage geraten, eine Bluttransfusion zu benötigen. Durch die Blutspendeaktion bei Hofer wird uns das Helfen besonders einfach gemacht – es ist eine tolle Sache, direkt vom Arbeitsplatz zur Blutspende gehen zu können“, berichtet Nicole Gaar (Bild), CR-Managerin bei Hofer. Die Abwicklung und Betreuung übernahm das Team der Blutzentrale des Roten Kreuzes in Linz.

Allein in Österreich werden rd. 1.000 Blutkonserven pro Tag benötigt, die Konserven kommen neben Unfällen auch bei Operationen und Behandlungen schwerer Krankheiten zum Einsatz. Bei einer Blutspende werden rund 450 ml Blut abgenommen. (red)



© Hofer