

Clarissa Schaffer

Konsumententypen eines städtisch integrierten Factory Outlet Centers. Eine empirische Untersuchung am Fallbeispiel Bad Münstereifel

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2017 GRIN Verlag
ISBN: 9783668584969

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/381403>

Clarissa Schaffer

Konsumententypen eines städtisch integrierten Factory Outlet Centers. Eine empirische Untersuchung am Fallbeispiel Bad Münstereifel

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Bonner Zentrum für Lehrerbildung (BZL)
der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn

Bachelorarbeit im Fach Geographie zur Erlangung des akademischen Grades
„Bachelor of Arts (B.A.)“

**Konsumententypen eines städtisch integrierten Factory Outlet Centers -
Eine empirische Untersuchung am Fallbeispiel Bad Münstereifel**

Vorgelegt von:

Clarissa Christina Schaffer

Studiengang: Anglistik / Geographie (LA BA)

Sommersemester 2017

Abgabedatum: Bonn, den 08.08.2017

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis.....	V
Abkürzungsverzeichnis	V
1 Einleitung	1
1.1 Hintergrund	1
1.2 Fragestellungen	2
1.3 Methodik	3
1.4 Aufbau der Arbeit.....	4
2 Das Konzept eines Factory Outlet Centers	5
2.1 Die Begriffe „Factory Outlet“ und „Factory Outlet Center“	5
2.2 Merkmale eines Factory Outlet Centers	6
2.2.1 Standort und Einzugsgebiet eines Factory Outlet Centers	6
2.2.2 Verkaufsfläche und architektonische Gestaltung.....	8
2.2.3 Branchenmix und Mietermix	10
2.2.4 Sortimentsstruktur und Preisstruktur	10
2.2.5 Center-Management und Marketing	11
2.2.6 Konsumentenstruktur	12
3 Konsumententypen.....	13
3.1 Smart Shopper	15
3.2 Convenience Shopper.....	17
3.3 Erlebnis Shopper	18

3.4	Versorgungseinkäufer	20
4	Umsetzung des FOC-Konzepts in Bad Münstereifel	21
4.1	Standort	21
4.1.1	Geographische Einordnung der Lage und potentiell es Einzugsgebiet des FOCs in Bad Münstereifel	21
4.1.2	Tourismus-und Freizeitangebot in und um Bad Münstereifel	22
4.2	Verkaufsfläche und architektonische Gestaltung	23
4.3	Branchenmix und Sortiments-/ und Preisstruktur	25
5	Methodik der empirischen Untersuchung	27
5.1	Vorbereitung der Datenbeschaffung	27
5.1.1	Auswahl der Befragten und des Untersuchungszeitraums.....	27
5.1.2	Aufbau und Inhalt des Fragebogens.....	29
5.2	Datenorganisation.....	30
5.3	Datenaufbereitung und Datenbeschreibung	30
6	Beschreibung und Diskussion der Ergebnisse der empirischen Untersuchung	32
6.1	Konsumententypen des FOCs in Bad Münstereifel	32
6.1.1	Smart Shopper des FOCs in Bad Münstereifel	34
6.1.2	Erlebnis Shopper des FOCs in Bad Münstereifel	35
6.1.3	Convenience Shopper des FOCs in Bad Münstereifel.....	36
6.1.4	Versorgungseinkäufer des FOCs in Bad Münstereifel.....	37
6.2	Konsumententypen des FOCs an einem Wochentag vs. am Wochenende	38
6.3	Konsumentenstruktur des FOCs in Bad Münstereifel vs. theoretische Zielgruppe eines FOCs.....	41

6.3.1	Geschlechterverteilung der Konsumenten des FOCs in Bad Münstereifel	41
6.3.2	Alter der Konsumenten des FOCs in Bad Münstereifel	42
6.3.3	Haushaltsform der Konsumenten des FOCs in Bad Münstereifel	44
6.3.4	Berufsform der Konsumenten des FOCs in Bad Münstereifel	45
6.3.5	Bildungsabschluss und monatliches Haushaltsnettoeinkommen der Konsumenten des FOCs in Bad Münstereifel	46
6.3.6	Anreiseart und Anreisedauer der Konsumenten des FOCs in Bad Münstereifel	49
6.3.7	Aufenthaltsdauer und Besuchshäufigkeit der Konsumenten des FOCs in Bad Münstereifel.....	52
7	Fazit.....	54
7.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	54
7.2	Kritische Reflexion der Arbeit und Ausblick für weitere empirische Untersuchungen.....	57
8	Literaturverzeichnis.....	59
8.1	Literatur	59
8.2	Digitale Medien	63
9	Anhang	66

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 Verkaufsfläche der bestehenden Outlet-Center in Deutschland (Stand September 2016)	9
Abb. 2 Konsumenten-Klassifikations-Matrix	16
Abb. 3 Verkaufsfläche in der Innenstadt Bad Münstereifel	24
Abb. 4 Konsumententypen des FOCs in Bad Münstereifel	33
Abb. 5 Gegenüberstellung der Konsumententypen	38
Abb. 6 Gegenüberstellung des durchschnittlichen Alters donnerstags vs. samstags	39
Abb. 7 Gegenüberstellung der Berufstätigen vs. Nichtberufstätigen donnerstags	40
Abb. 8 Gegenüberstellung der Berufstätigen vs. Nichtberufstätigen samstags	40
Abb. 9 Geschlechterverteilung der Probanden des FOCs in Bad Münstereifel	42
Abb. 10 Vergleich der Altersgruppenverteilung der Probanden des FOCs mit der Altersgruppenverteilung der Einwohner Deutschlands	44
Abb. 11 Verteilung der Haushaltsformen unter den Probanden des FOCs in Bad Münstereifel	45
Abb. 12 Berufsformen der Probanden des FOCs in Bad Münstereifel	46
Abb. 13 Bildungsabschlüsse der Probanden des FOCs in Bad Münstereifel	47
Abb. 14 Haushaltsnettoeinkommen der Probanden des FOCs in Bad Münstereifel	49
Abb. 15 Haushaltsnettoeinkommen der deutschen Privathaushalte (Stand 2015)	49
Abb. 16 Anreiseart der Probanden des FOCs in Bad Münstereifel	50
Abb. 17 Anreisedauer der PKW-Fahrer unter den Probanden des FOCs in Bad Münstereifel	50
Abb. 18 Abweichende Wohnorte des potentiellen Einzugsgebietes des FOCs	51
Abb. 19 Aufenthaltsdauer der Probanden des FOCs in Bad Münstereifel	53