BBE
Handelsberatung

Wissen schafft Zukunft

Einkaufsverhalten arabischer Gäste in München 2015

07. Oktober 2015

Ergebnisse der Studie

Foto: clipdealer

www.bbe.de

Vergleich arabische Touristen 2012 / 2015

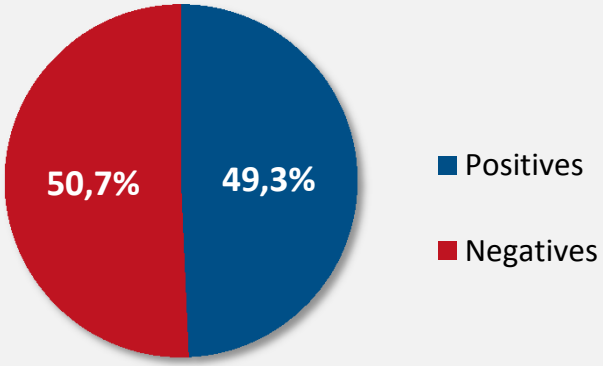
2012		2015
58% modernes Erscheinungsbild	Erscheinungsbild	69% modernes Erscheinungsbild
Ø 9 Tage	Aufenthaltsdauer	Ø 12,5 Tage
Ø 274 € Person/Tag	Shoppingausgaben	Ø 367 € Person/Tag

- **Der durchschnittliche arabische Tourist bleibt 3,5 Tage länger in München und gibt dabei 93 € (+34 %) mehr pro Tag aus als noch 2012. Obwohl durchschnittlich mehr Geld zum Shoppen ausgegeben wird, wird doch eher das mittelpreisige Segment bevorzugt (siehe Folie 14). In Kombination mit einem zunehmend moderneren äußeren Erscheinungsbild, stärkt dies die Vermutung, dass zunehmend die arabische Mittelschicht München als Urlaubs- und Shopping-Destination entdeckt.**

Eindrücke von München

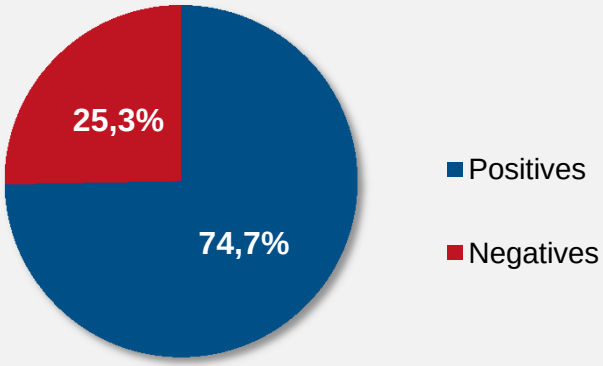
BBE Handelsberatung

Eindrücke beim Shoppen in München 2012



Quelle: BBE

Eindrücke beim Shoppen in München 2015



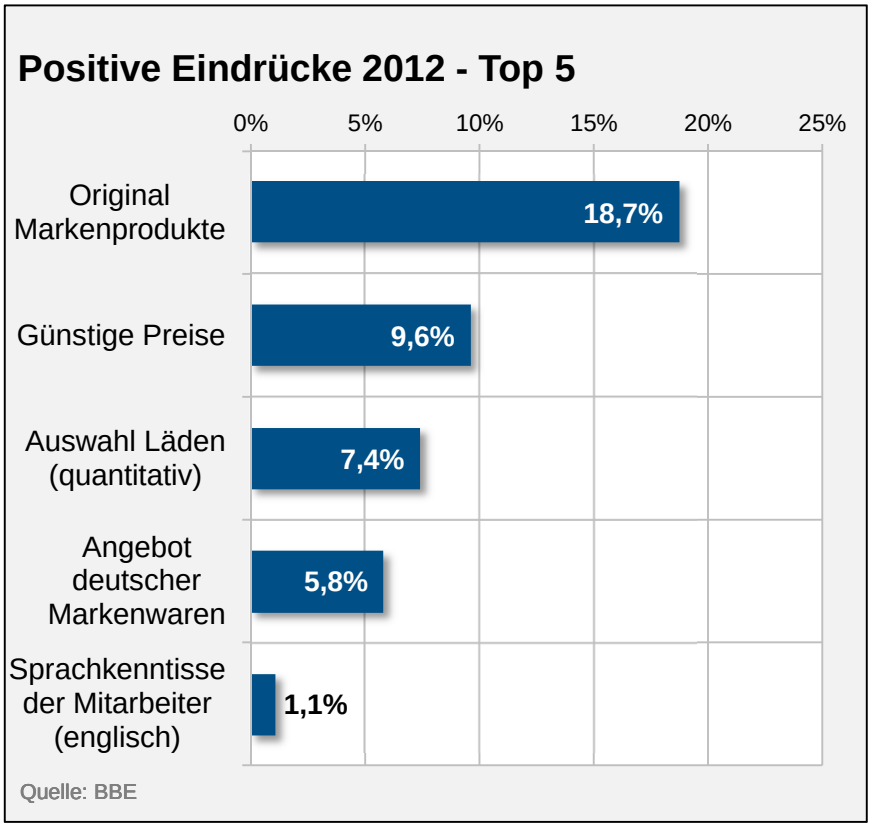
Quelle: BBE

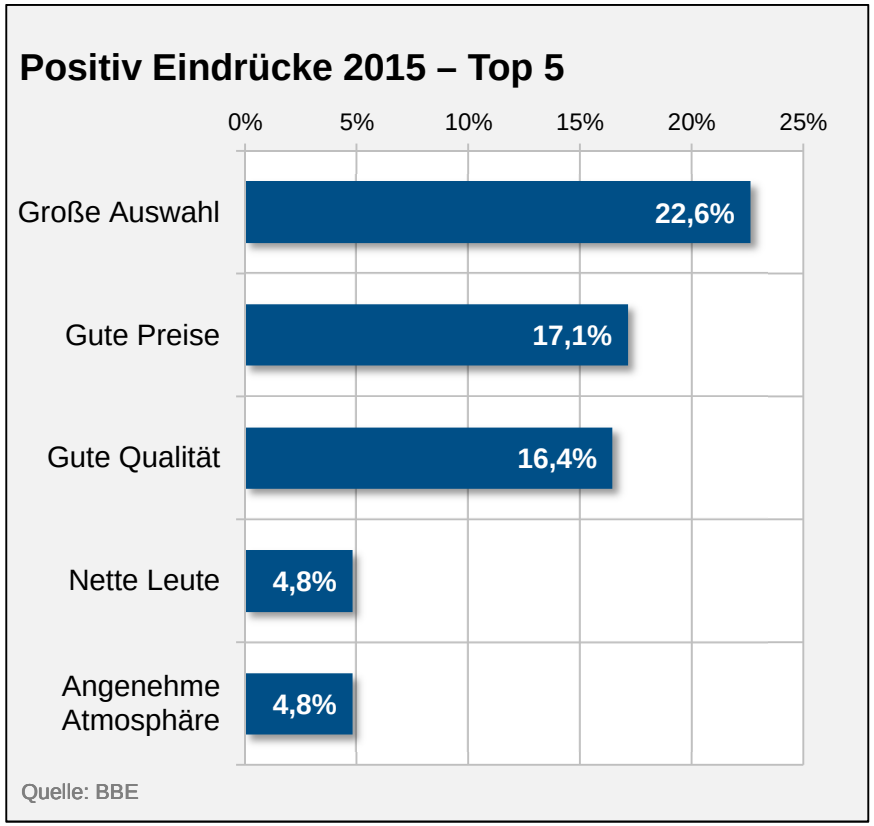
Wichtigste Erkenntnisse

- **Die Shopping-Destination München wird im Vergleich zur Befragung 2012 wesentlich positiver wahrgenommen.**

Eindrücke beim Shoppen in München

BBE Handelsberatung



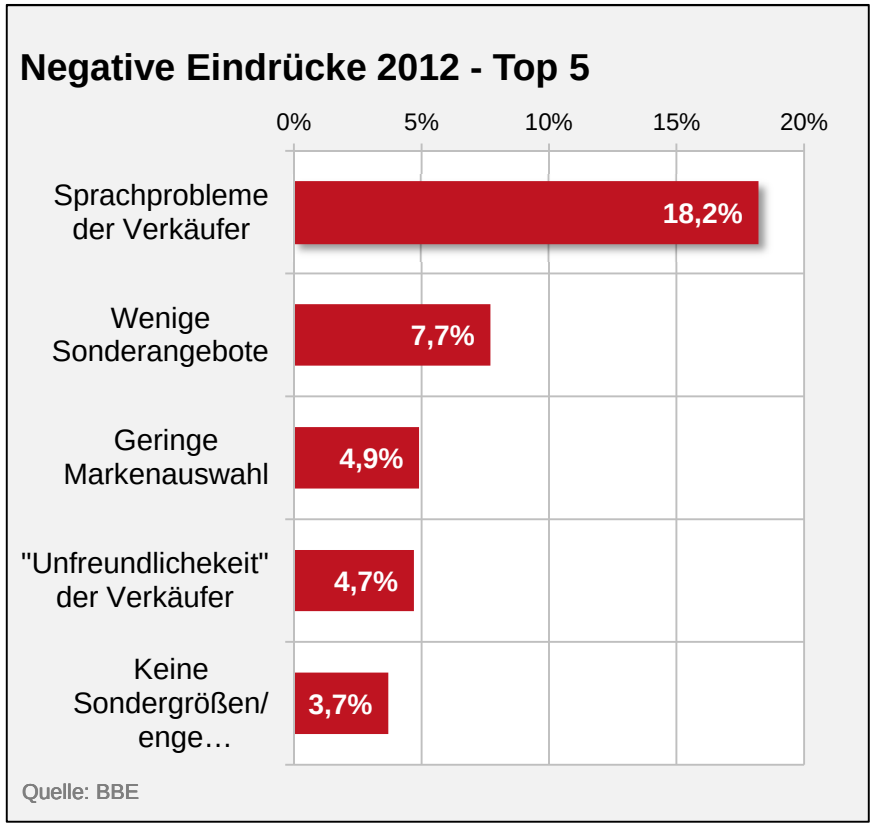


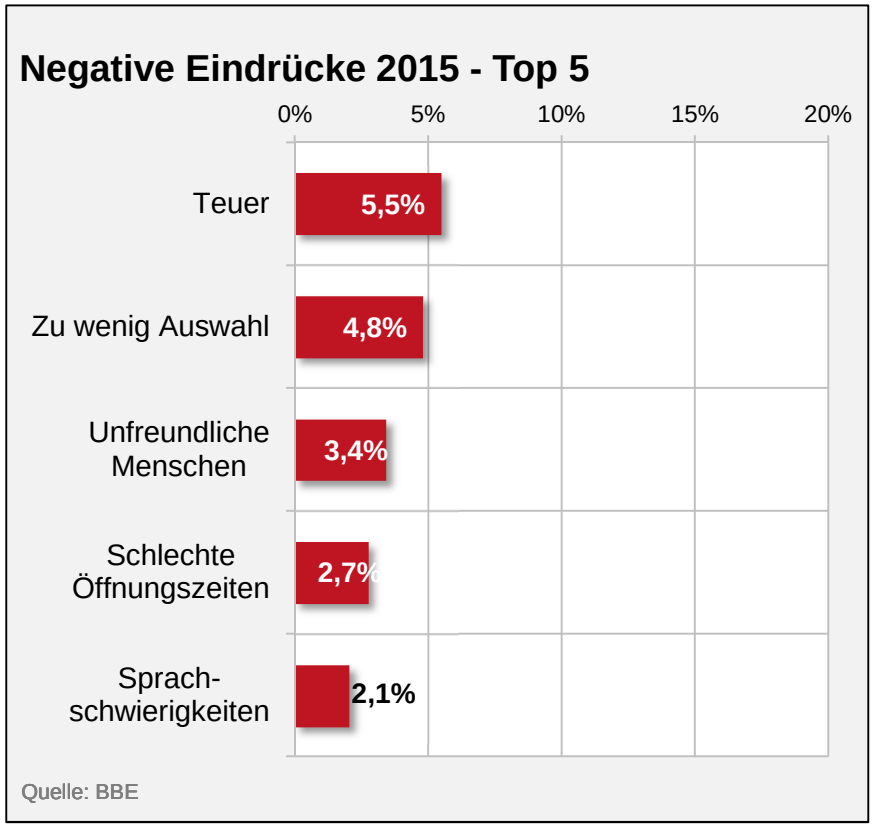
- **Ähnlich wie 2012 sind Auswahl, Preise und Qualität die wichtigsten Gründe um in München einzukaufen.**

)* Mehrfachnennung möglich, Anteile bezogen auf die Gesamtzahl der Befragten

Eindrücke beim Shoppen in München

BBE Handelsberatung





- **Waren 2012 die Sprachproblem der Mitarbeiter noch mit Abstand das größte Problem, sind es nun im geringeren Maße der Preis und die Auswahl bei den angebotenen Waren.**

)* Mehrfachnennung möglich, Anteile bezogen auf die Gesamtzahl der Befragten

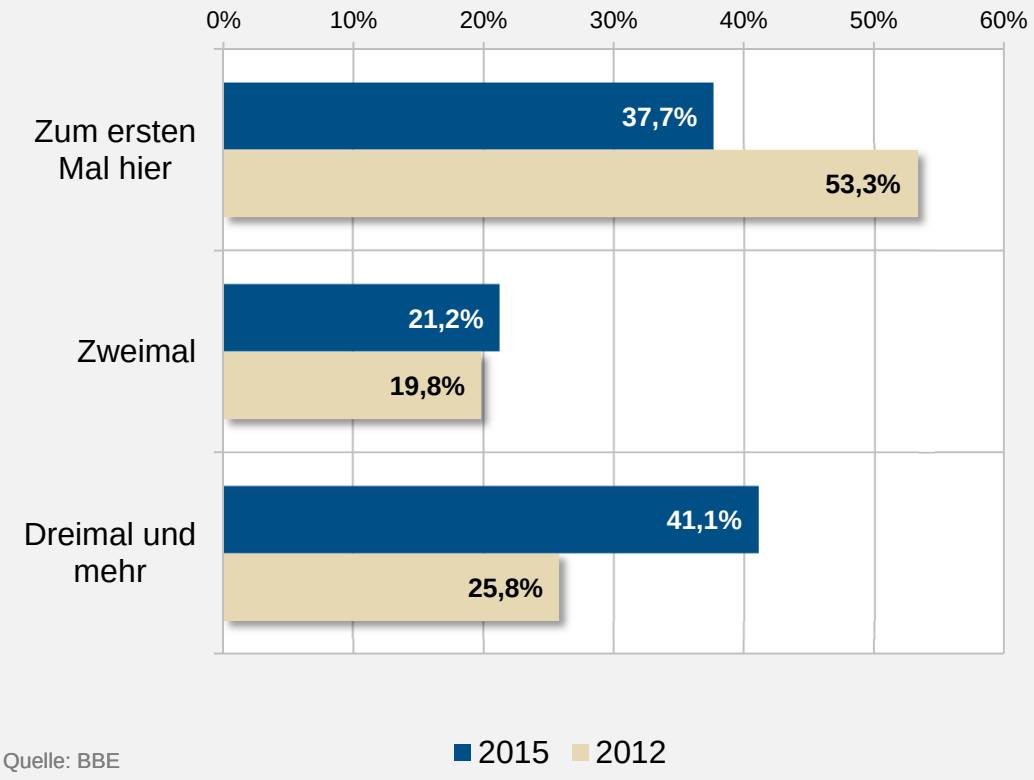
Besuchshäufigkeit

BBE Handelsberatung

Wichtigste Erkenntnisse

- **Die Besucher, die München zum ersten mal aufsuchen, haben sich um über 15% reduziert.**
- **Im Gegenzug hat sich die Anzahl der Mehrfachbesucher beinahe verdoppelt.**
- **Die hohe Zahl an Wiederkehrern untermauert die Beliebtheit von München bei den arabischen Touristen.**

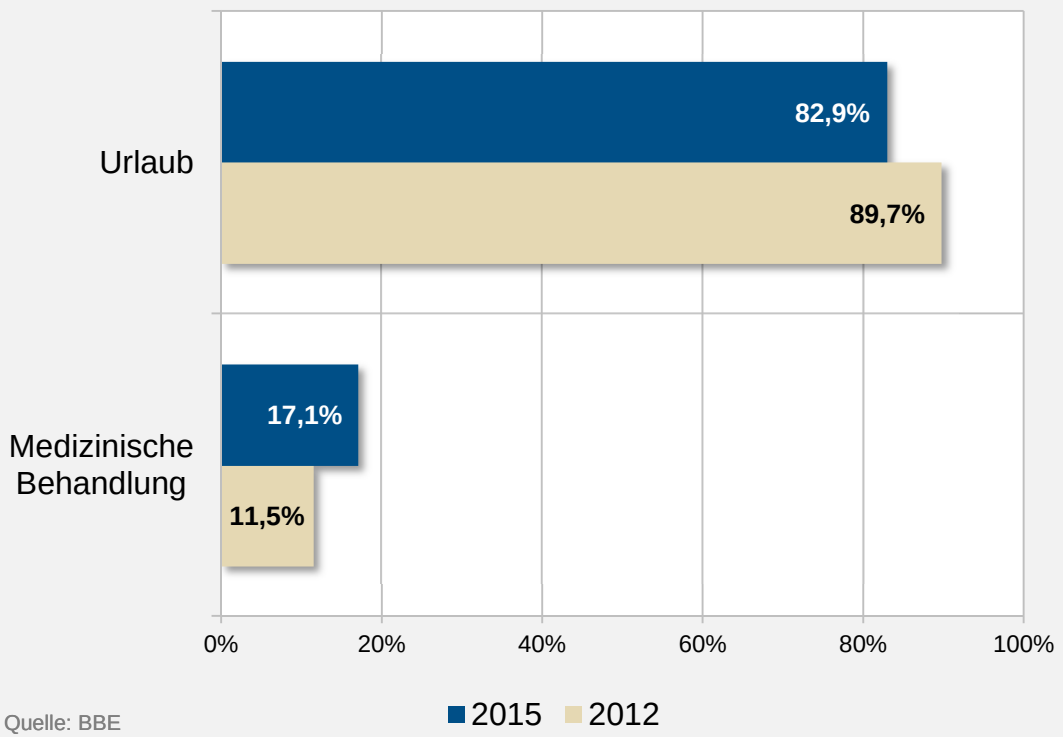
Wie oft haben Sie schon München besucht?



Quelle: BBE

Hauptbesuchsgrund

Hauptgrund des Besuches?



Quelle: BBE

Wichtigste Erkenntnisse

- **Für mehr als 80% der Befragten ist ein Besuch in München primär mit Urlaub verbunden.**
- **Dies ist ein etwas geringerer Anteil als in der letzten Befragung 2012.**

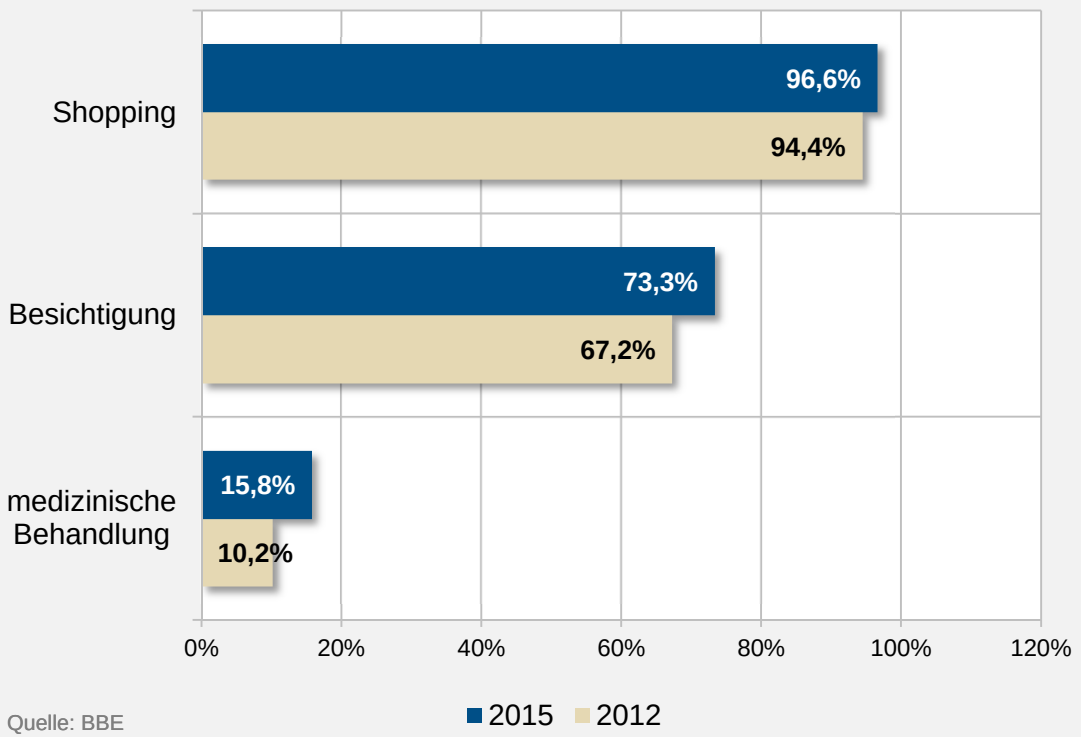
Hauptaktivitäten vor Ort

BBE Handelsberatung

Wichtigste Erkenntnisse

- **Ein Besuch in München wird vor allem mit Shopping assoziiert. Erst an zweiter Stelle folgt klassisches Sightseeing.**

Hauptaktivitäten in München?

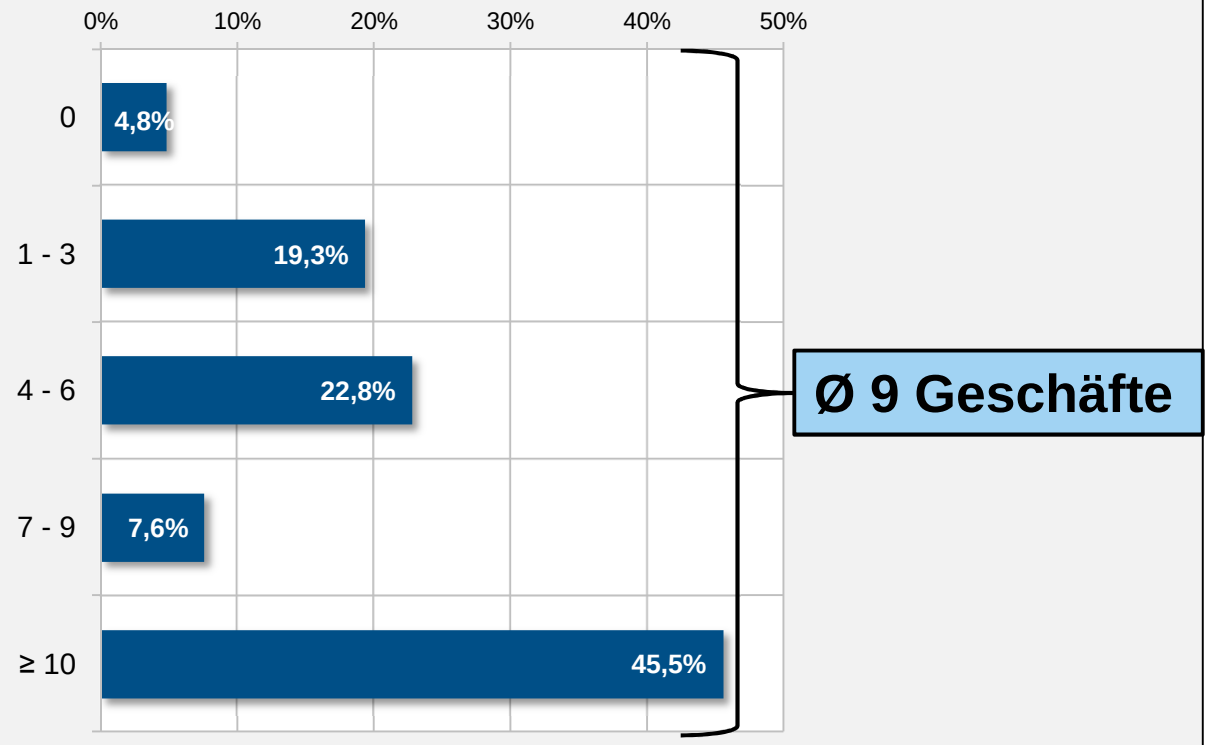


Quelle: BBE

)* Mehrfachnennung möglich

Anzahl der besuchten Geschäfte

Anzahl der besuchten Geschäfte am Befragungstag



Quelle: BBE

Wichtigste Erkenntnisse

- **Beinahe die Hälfte der Befragten suchte am Befragungstag mindestens 10 Geschäfte in München auf.**
- **Im Gesamtdurchschnitt wurden 9 Geschäfte aufgesucht.**

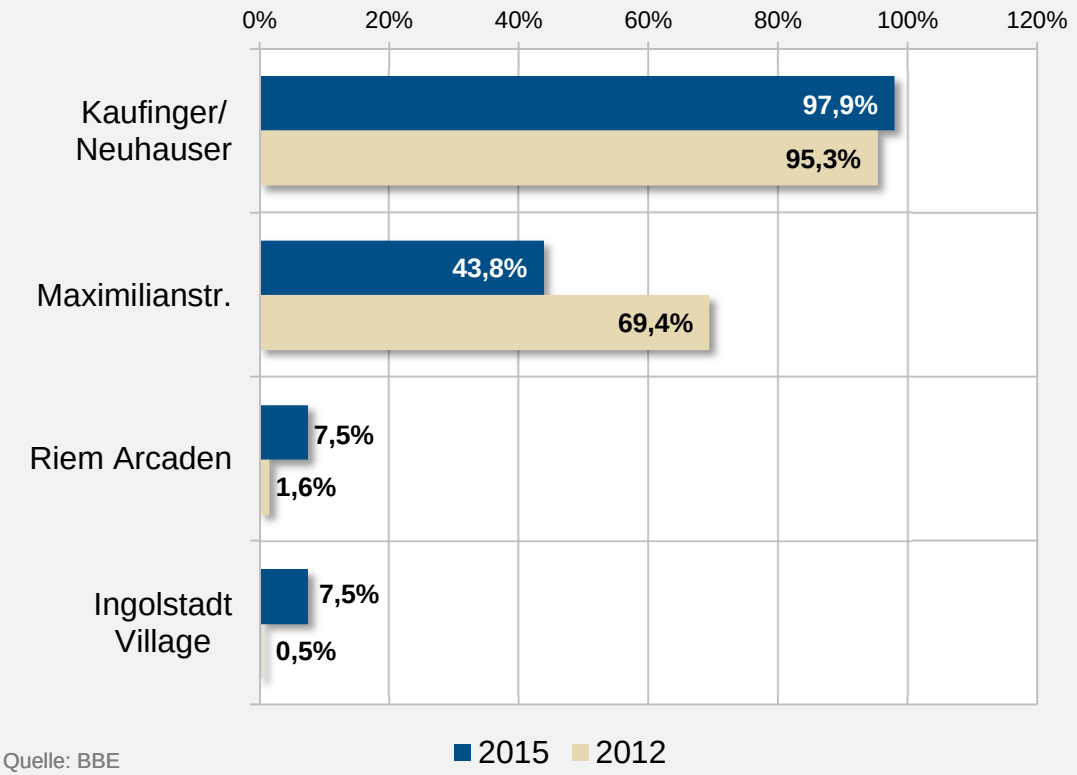
Einkaufsorte

BBE Handelsberatung

Wichtigste Erkenntnisse

- **Die beliebtesten Einkaufsorte der arabischen Touristen sind mit Abstand die Kaufinger- /Neuhauser Straße sowie die Maximilianstraße im Zentrum Münchens.**
- **Die Außenlagen gewinnen an Beliebtheit bzw. Bekanntheit.**
- **Die Maximilianstr. hat allerdings deutlich an Einfluss verloren.**
- **Ein möglicher Grund ist eine starke Orientierung am mittelpreisigen Segment (siehe Folie 14).**

Welche Einkaufsorte haben/werden Sie heute besuchen?

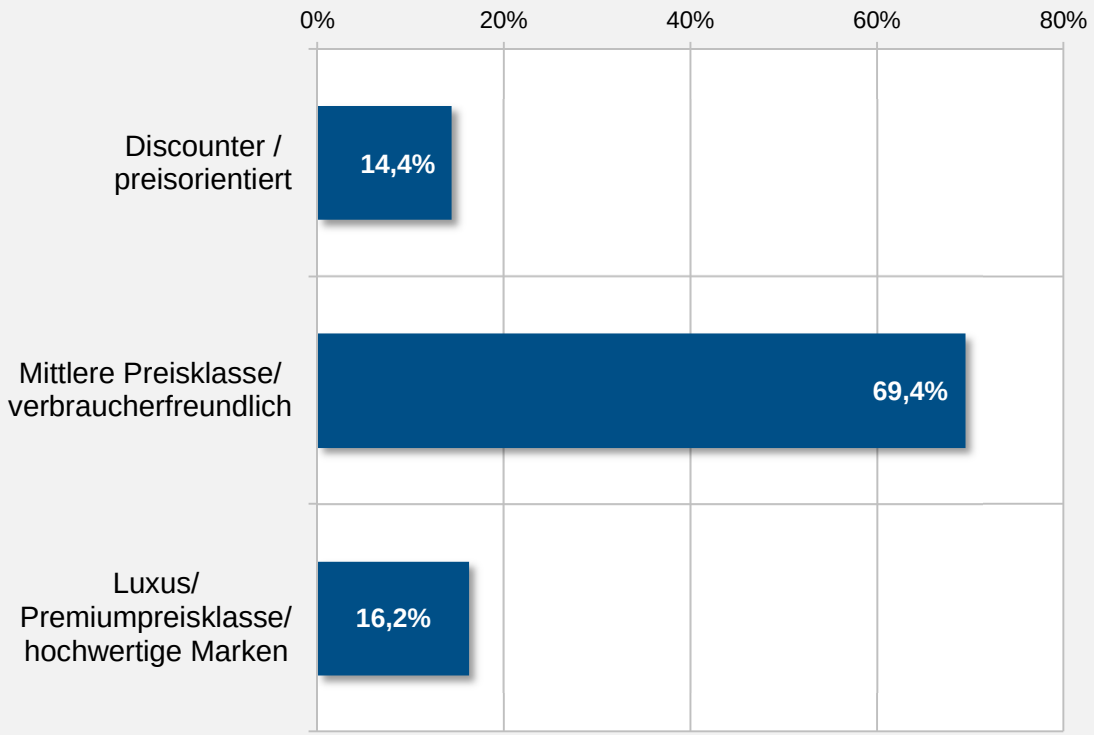


Quelle: BBE

)* Mehrfachnennung möglich

Bevorzugte Preissegmente

In welchen Preissegment kaufen Sie bevorzugt ein?



Quelle: BBE

Wichtigste Erkenntnisse

- **Nahezu 70% der Befragten gaben an, eher im mittleren, verbraucherfreundlichen Preissegment einzukaufen.**

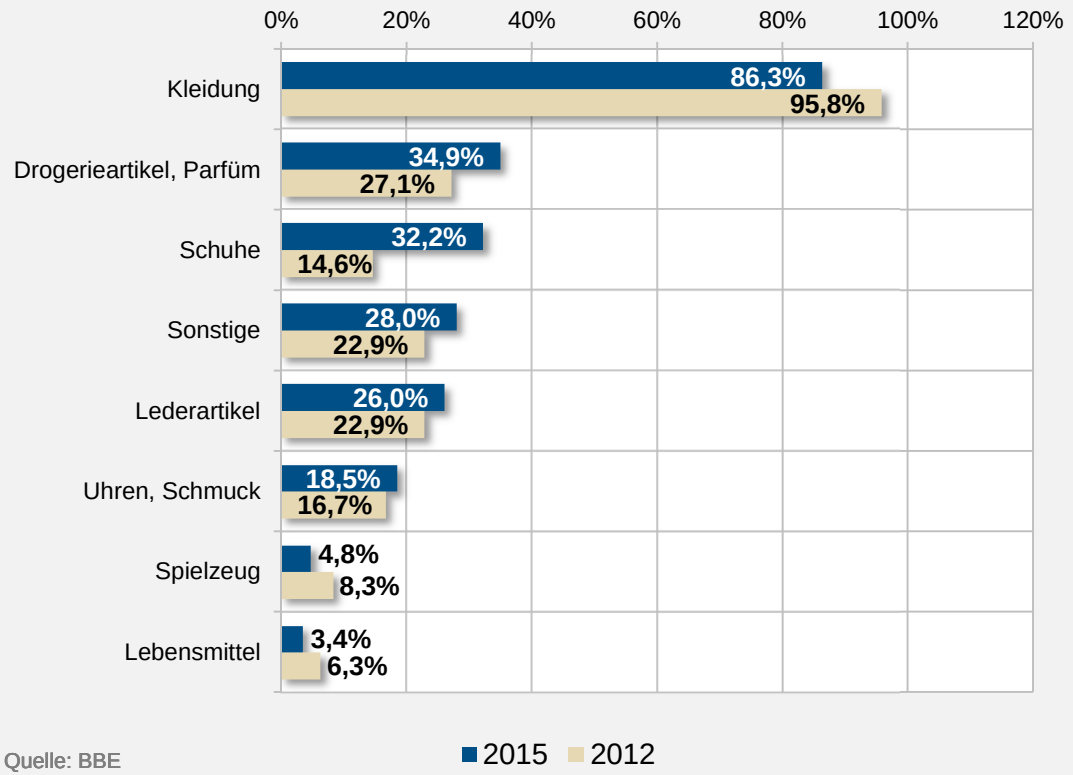
Geplante Einkäufe

BBE Handelsberatung

Wichtigste Erkenntnisse

- **Mehrheitlich sind die Einkäufe von Bekleidungs- und Drogerieartikel geplant.**
- **Deutlich höhere Präferenz für Schuhe als noch 2012.**

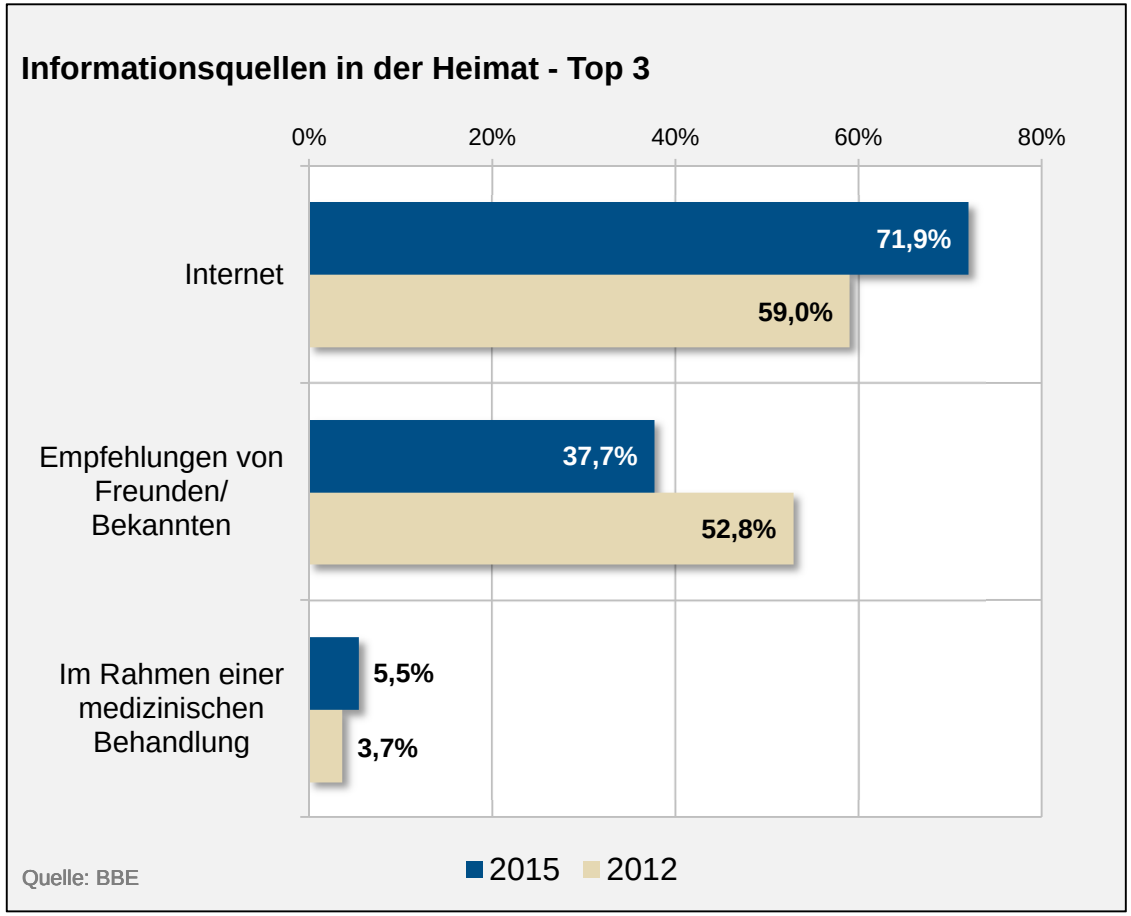
Für welche Artikel haben Sie geplant Geld auszugeben?



Quelle: BBE

)* Mehrfachnennung möglich

Informationsquellen



Wichtigste Erkenntnisse

- **Gegenüber der letzten Befragung haben die Empfehlungen von Freunden und Bekannten bei der Auswahl der Shoppingorte an Bedeutung verloren.**
- **Im Gegenzug hat das Internet an Einfluss weiter zugenommen.**
- **Dies liegt möglicherweise auch an der steigenden Zahl von Wiederkehrern, die schon über eine gewisse Ortskenntnis verfügen.**

)* Mehrfachnennung möglich, Anteile bezogen auf die Gesamtzahl der Befragten

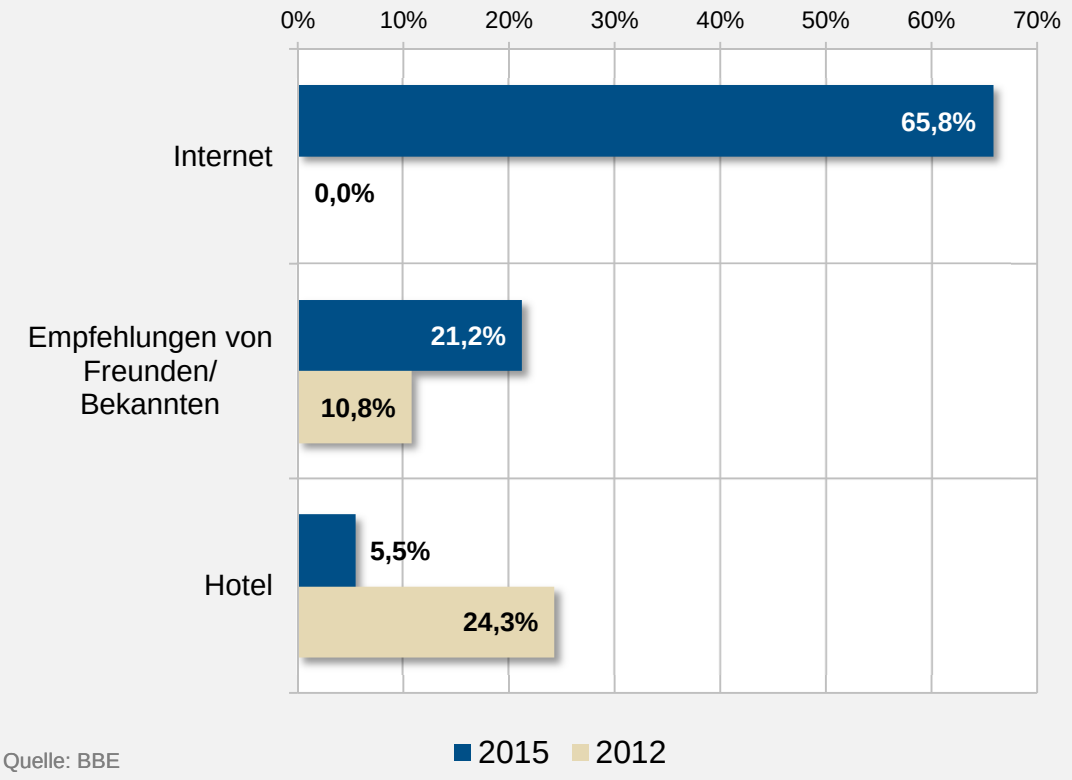
Informationsquellen

BBE Handelsberatung

Wichtigste Erkenntnisse

- **Die Informationsbeschaffung vor Ort in den Hotels hat sehr stark nachgelassen.**
- **Ein möglicher Grund hierfür ist wiederum die steigende Zahl an Wiederkehrern.**
- **Ersetzt wird dies durch Nachforschungen im Internet, die innerhalb von 3 Jahren extrem an Einfluss gewonnen hat.**

Infomationsquellen in München - Top 3



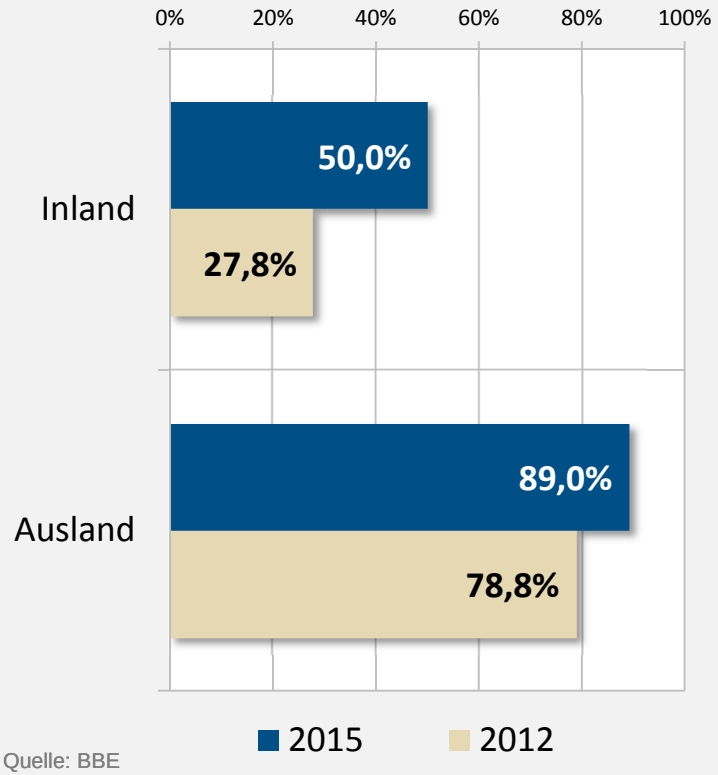
Quelle: BBE

)* Mehrfachnennung möglich, Anteile bezogen auf die Gesamtzahl der Befragten

Weitere Reiseziele

BBE Handelsberatung

Kopplung mit anderen Urlaubszielen



Top-Ziele Inland*

Garmisch-Partenkirchen

Frankfurt a.M.

Baden-Baden

Düsseldorf

Top-Ziele Ausland*

Österreich

Schweiz

Italien

Frankreich

* Offene Nennungen

Quelle: BBE

Wichtigste Erkenntnisse

- **Im Vergleich zur letzten Befragung 2012 sucht ein wesentlich höherer Anteil Befragter weitere Reiseziele auf. Insbesondere im deutschen Inland werden vermehrt weitere Shopping-Destinationen aufgesucht.**
- **Die Alpenregionen bleiben jedoch am beliebtesten.**

Abschließende Gesamtbeurteilung

BBE Handelsberatung

- Hohes Kaufkraft-Potenzial aufgrund der hohen pro-Kopf-Ausgabe (Ø 367 €/ Tag u. Person). Die täglichen Ausgaben sind somit um 93 € pro Person höher (+ 34 %) als noch 2012.
- Die Schwierigkeiten, die 2012 festgestellt wurden (besonders Sprachprobleme der Verkäufer), sind von Stadt und Handel beinahe vollständig behoben worden.
- Anteil arabischer Touristen mit modernem Erscheinungsbild ist weiter gestiegen.
- Der Anteil der Touristen aus der arabischen Mittelschicht hat sich scheinbar erhöht.
- Anteil der Wiederkehrer hat sich gegenüber 2012 beinahe verdoppelt.

Abschließende Gesamtbeurteilung

BBE Handelsberatung

- Hauptbesuchsgrund ist Urlaub (Hauptbeschäftigung: Shoppen).
- Sehr hohe Aufenthaltsdauer mit durchschnittlich 12,5 Tagen (2012: 9 Tage).
- Im Durchschnitt werden ca. 9 Geschäfte aufgesucht. Vornehmlich in der Kaufinger- und der Maximilianstraße.,
- Wichtigste Warengruppen beim Shoppen sind: Bekleidung, Kosmetikartikel, Schuhe und Lederartikel. Bevorzugt wird im mittleren Preissegment gekauft.
- Wichtigste Informationsquelle beim Shoppen, sowohl in der Heimat als auch in München, ist inzwischen das Internet.

Empfehlungen Handel

BBE Handelsberatung

- Produktorientierung mehr auf den mittelpreisigen Bereich.
- Um die Touristen bereits vor dem Urlaubsantritt zu erreichen, sollten sich die Marketingmaßnahmen verstärkt auf den Online- und Empfehlungsbereich konzentrieren.
- Positives Auftreten der Mitarbeiter professionell fördern. So lässt sich der Umsatz pro Kunde und der Anteil an Wiederkehrern langfristig steigern.
- Produktinformationen auf Englisch bzw. Arabisch am Point of Sale.
- Um auf die vermehrte Nutzung des Internets durch mobile Endgeräte zu reagieren, sollten neben kundenspezifischen Apps auch freies WLAN in den Geschäften angeboten werden.

Empfehlungen Stadt

- Um das Informationsangebot zielgerichteter an die jeweiligen Interessengruppen heranzutragen, ist eine verstärkte Nutzung des Internets unumgänglich. Daher sollten neben dem Online Portal der Stadt zusätzlich gruppenspezifische Apps angeboten werden.
- Neben den arabischen Gästen kommen auch viele andere Touristen aus Gegenden, in denen ein städteweites Netz aus kostenlosen WLAN-Hotspots gang und gäbe ist. Damit sie sich wohlfühlen und zudem leichter an Informationen kommen, wäre der Ausbau kostenloser Hotspots ein wichtiger Schritt.

Firmenverbund mit über 120 Retail Experten

BBE Handelsberatung

Fokus Handel

Unternehmensberatung
- Positionierung – Strategie
- Markt- und Standortanalysen
- Controlling – Sanierung
- Erfahrungsaustausch

brand eins Thema 2015 BESTE BERATER

Standortberatung
- Auswirkungsanalysen
- Einzelhandels- und Zentrenkonzepte
- Marktpotenzialanalysen
- Due Diligence – Portfolioprüfung

Research & Tools
- Markt:Monitore
- Kunden- und Verbraucherforschung
- Qualitätsoffensive
- KK- u. Zentralitätskennziffern
- Mystery Shopping
- Strategie-Navigator – Chefplan

Fokus Multichannel

- E-Commerce Strategieberatung
- Multichannel-Prozesse
- Konzeption und Umsetzungsbegleitung
- Performance Optimierung
- Coaching und Schulung

Fokus Immobilie

Projektentwicklung
- Funktions- und Nutzungskonzepte
- Branchenmixkonzepte
- Mietertragsprognosen
- Rentabilitätsberechnungen
- Begleitung Genehmigungsverfahren
- Revitalisierung
- Handelsimmobilien-Check
- Vermietung

Investment
- Steuerung Verkaufsprozess
- Ankauf- und Verkaufsberatung

Management
- Center Management
- Kaufmännisches Objektmanagement
- Supervision technisches Objektmanagement
- Parkraumbewirtschaftung

Regionale Präsenz der BBE und IPH

BBE Handelsberatung

BBE Niederlassung

IPH Niederlassung

Handelsimmobilien unter IPH-Management