

## Informacja prasowa: 22-11-2011, Katowice

Marcin Tadus/Guarana Communications

Biuro Prasowe Silesia City Center

tel. 517 854 188, mail. marcin.tadus@guarcom.pl

*Wszystkie wypowiedzi zawarte w tekście są autoryzowane.*

*Pozostają do pełnej dyspozycji redakcji.*



33 proc. klientów centrów handlowych to osoby w wieku 16-25 lat. Na zakupach szukamy nowych znajomości

## Trzy godziny na zakupach, ale bez partnera

Kobiety nadal dominują w centrach handlowych, na zakupach spędzamy nawet powyżej trzech godzin, i – co zaskakujące – aż 41 proc. klientów na zakupy wybiera się w pojedynkę, bez życiowego partnera, bądź znajomych. Jednocześnie bywamy w centrach handlowych także po to aby... nawiązać nowe znajomości. Takie wnioski płyną z badań przeprowadzonych przez MillwardBrown SMG/KRC dla Silesia City Center w Katowicach.

### Kobiety i młodzi opanowali centra handlowe

60 proc. odwiedzających centrum handlowego to kobiety. 60 proc. z nich ma mniej niż 35 lat. W sumie 1/3 klientów to osoby bardzo młode i młode. Aż 33 proc. klientów to osoby w wieku 16-25 lat, 27 proc. to osoby w przedziale wiekowym 26-35 lat, 16 proc. – 36-45 lat, 11 proc. – 46-55 lat oraz 12 proc. – 56 lat i więcej.

- Mężczyźni coraz bardziej dbają o swój wygląd, coraz częściej interesują się modą i chcą ubierać się według panujących trendów. Ale mimo wszystko to kobiety częściej odwiedzają centra handlowe i to nie tylko ze względu na zakupy związane z ubraniami, modą czy kosmetykami, ale także w celu zrobienia zakupów podstawowych, spożywczych. Natomiast 60 proc. kobiet poniżej 35 roku, systematycznie odwiedzających centrum handlowe, to bez wątpienia panie, które świat mody znają na wylot. Doskonale też wszyscy zdajemy sobie sprawę, że wiele z nas to po prostu zakupoholiczki – śmieje się Dominika Musialik, marketing manager Silesia City Center.

Mimo, że spora część klientów to osoby do 25 roku życia, to i tak ogółem aż 43 proc. robiących zakupy w centrum handlowe legitymuje się wykształceniem wyższym. 40 proc. ma ukończoną szkołę średnią, tylko 10 proc. zawodową, a 7 proc. stanowią osoby z wykształceniem podstawowym.

### Z partnerem na zakupy? Niekoniecznie

O tym, że kochamy zakupy w centrach handlowych, świadczą kolejne statystyki opracowane przez MillwardBrown dla Silesia City Center. Ankietowani deklarują średni wydatek rzędu 150 zł podczas jednej wizyty. Tylko 10 proc. klientów przebywa w centrum handlowym krócej niż godzinę. Aż 40 proc. przebywa na zakupach średnio do 2 godzin, 32 proc. z nas aż do 3 godzin. Powyżej 180 minut w centrach handlowych przebywa 13 proc. klientów.

- Zakupy, które zamykamy w ciągu godziny, to przeważnie produkty spożywcze. Jeśli przebywamy w centrum handlowym więcej niż godzinę, dwie, czy nawet trzy, to bez wątpienia spędzamy ten czas kupując ubrania, buty, akcesoria albo spotykamy się ze znajomymi w restauracji czy kawiarni – mówi Musialik.

Ciekawostką jest natomiast, że aż 41 proc. ankietowanych do centrum handlowego przychodzi samodzielnie, bez swojej drugiej połówki czy znajomych. Z mężem/żoną bądź partnerem/partnerką na zakupy wybiera się tylko 31 proc. z nas. 19 proc. chętnie na zakupy wybiera się ze swoimi znajomymi. Jednocześnie na pytanie, czy „Przychodzisz do centrum handlowego by poznać nowe osoby?”, 14 proc. odpowiedziało „zdecydowanie tak”, a 41 proc. „raczej tak”. Tylko 11 proc. odpowiedziało „zdecydowanie nie”.