

**STUDIE** ATTRAKTIVITÄT, BESCHILDERUNG UND KOMPETENZ DER MITARBEITER BEWERTET

# Einkaufszentren im Test: AEZ auf Platz 2

Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat 15 Shoppingcenter in Berlin, Hamburg und München bewertet.

Ulrich Gaßdorf

Viele Fachgeschäfte unter einem Dach, ein großes Gastronomieangebot und ausreichend Parkplätze. Das sind einige der Vorteile von Einkaufszentren. Auch in Hamburg gibt es zahlreiche Shoppingcenter. Das Deutsche

Institut für Service-Qualität GmbH (DISQ) bewertete jetzt bundesweit 15 bedeutende Einkaufspassagen in der Hansestadt, Berlin und München. Die Spitzenposition erreichte das Berliner Center East Gate. Das Alstertal-Einkaufszentrum (AEZ) in Poppenbüttel belegte dabei im bundesweiten Vergleich den zweiten Platz. Das Schlusslicht unter den fünf in Hamburg bewerteten Zentren bildet die Europa-Passage, die im bundesweiten Vergleich auf dem achten Platz landete.

Für die Studie wurden bundesweit 15 verdeckte Testbesuche gemacht. Die Kontrolleure bewerteten Gestaltung und Attraktivität der Center, Beschilderung

und Freundlichkeit sowie die Kompetenz der Mitarbeiter. Zudem nahmen die Tester das Angebot an Fachhandel, Dienstleistungen und Gastronomie sowie die Parkplatzsituation unter die Lupe.

Den ersten Platz unter den Hamburger Passagen belegte das AEZ. Das punktete mit der größten Auswahl an Geschäften und besonderem Service wie Kinderbetreuung. Das AEZ wird von der ECE betrieben, wurde vor drei Jahren umfassend erweitert und bietet heute rund 240 Läden: „Wir freuen uns besonders über dieses Ergebnis, weil das AEZ unser Flaggschiff ist. Hier versuchen

wir immer besonders innovativ zu sein und den bestmöglichen Kundenservice zu bieten“, sagte ECE-Sprecher Christian Stammerjohanns.

Den zweiten Platz in der Han-

*„Das sind Momentaufnahmen, die auch die persönlichen Präferenzen der Tester widerspiegeln.“*

Stefan Knorr, Europa-Passage

sestadt und den dritten Platz bundesweit belegte das Billstedt-Center, das unter den gestesteten Centern bundesweit über das vielseitigste gastronomische Angebot verfügt.

Das schlechte Abschneiden der Europa-Passage begründete die

DISQ vor allem mit der mangelnden Kompetenz der Mitarbeiter am Info-Point. Außerdem kommt die Studie zu dem Ergebnis, dass dort ein bis zwei Stunden Parken im Vergleich zu den anderen Einkaufszentren zu teuer ist. Auch das Angebot an Fachhandel und Dienstleistungen wurde negativ bewertet, die Angebotsdichte war im Verhältnis zu allen Geschäften

im Center am geringsten: „Das sind Momentaufnahmen, die auch die persönlichen Präferenzen der Tester widerspiegeln“, sagte Centermanager Stefan Knorr. Er kündigte aber an: „Wir sind dabei, den Branchenmix weiter zu optimieren.“