



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

SHOPPINGDESTINATIONEN GÖTEBORG

En statistisk undersökning av konsumentens uppfattning om
Göteborg city som shoppingdestination

Kandidatuppsats i Marknadsföring
Företagsekonomiska institutionen
Handelshögskolan vid Göteborgs universitet
HT 2013

Författare
Adam Jigfelt
Andreas Rosander

Handledare
Ove Krafft

Abstract

Title

Shopping Destination Gothenburg

Summary

This bachelor thesis is written on behalf of Göteborg & Co, who are responsible for the project Gothenburg City Shopping. Through the use of a quantitative approach, this study aims to examine consumer's perceived overall experience of Gothenburg city as a shopping destination.

When analyzing the survey, the authors were able to identify two factors that counteract consumers' perceived overall experience of Gothenburg city as a shopping destination. It is mainly the distance between the shopping districts in Gothenburg city and the supply of goods which is the cause.

Keywords

*Gothenburg,
consumer behaviour,
destination marketing,
shopping tourism,
shopping destination.*

Förord

Denna kandidatuppsats har upprättats på *Handelshögskolan vid Göteborgs universitet*, inom ramen för *marknadsföring*, under höstterminen 2013. Fokus har riktats mot teorier inom *konsumentbeteende* för att – med stöd av dessa – studera, analysera och använda som grund för väl underbyggda slutsatser om shoppingen i *Göteborg city*.

Uppsatsen har skrivits på uppdrag av *Göteborg & Co* – för projektet *Göteborg City Shopping* – där syftet är att undersöka hur stadens besökare upplever de centrala delarna av Göteborg – ur ett shoppingperspektiv. Göteborg City Shopping är ett projekt, drivet av Göteborg & Co tillsammans med fastighetsägare, handlare och representanter från olika intresseområden i Göteborg. Projektet avser stärka, utveckla och öka attraktionen för Göteborg och shopping, ett av de stora tillväxtområdena inom turismen.

Författarna önskar rikta ett stort tack till projektledare *Jessica Blume* på Göteborg & Co för all hjälp som hon har bidragit med. Vidare vill författarna tacka alla sina nära och kära som gett stöd och uppmuntran under uppsatsens gång. Slutligen riktas ett stort tack till universitetslektor *Ove Krafft*, handledare under detta uppsatsarbete.

Göteborg den 9 januari 2014

Adam Jigfelt

Andreas Rosander

Sammanfattning

Bakgrund

Göteborgs ekonomi har under lång tid haft sin grund i enskilda stora företag inom bil- och varvsindustrin. Handeln och turistnäringen har haft mindre betydelse fram tills dess att den tog fart i början på 90-talet. När de större industrierna successivt minskat i betydelse har stadens fortsatta överlevnad varit mer beroende av evenemangsverksamhet, handel och turism – en möjlighet som staden måste utnyttja på bästa sätt för sin fortsatta positiva utveckling.

Syfte

Denna kandidatuppsats är skriven på uppdrag av *Göteborg & Co*, som ansvarar för projektet *Göteborg City Shopping*. Uppsatsen baseras på en kvantitativ studie med syfte att undersöka konsumentens upplevda helhetsbild av *Göteborg city* som shoppingdestination.

Teoretisk referensram

Uppsatsens teoretiska referensram baseras på teorier inom *destinationsmarknadsföring* och *shoppingturism*. Utöver detta undersöks även konsumenters *attityder* och *demografiska data* inom ämnet *konsumentbeteende*.

Metod

En *kvantitativ enkätstudie via internet* ansågs, enligt författarna, vara den bäst lämpade metoden för att erhålla störst mängd data. En länk till enkäten spreds via *sociala medier*. Dessutom sattes *affischer* upp, som hänvisade till webbenkäten, på samtliga kommunala anslagstavlor i centrala Göteborg.

Resultat

Undersökningen kan identifiera *två faktorer* som motverkar konsumenternas upplevda helhetsbild av Göteborg city som shoppingdestination. Det är främst *avståndet* mellan shoppingkvarteren i Göteborg city samt *utbudet* i dessa som var orsaken till den splittrade besöksfrekvensen.

Innehållsförteckning

1. Inledning	10
1.1 Problembakgrund	10
1.2 Syfte	11
1.3 Forskningsfrågor	11
1.4 Avgränsningar	12
2. Allmänt om staden Göteborg	13
2.1 Historia	13
2.2 Geografi	13
2.3 Befolkning	13
2.4 Industri	14
2.5 Logistik	14
2.6 Kultur och sevärdheter	16
2.7 Boende	17
2.8 Göteborg citys shoppingkvarter	17
2.8.1 Avenyn	17
2.8.2 Haga	18
2.8.3 Linnéområdet	18
2.8.4 Centralen/Nordstan	18
2.8.5 Innerstaden	19
2.9 Handelns växande betydelse	20
3. Teoretisk referensram	21
3.1 Destinationsmarknadsföring	21
3.2 Shoppingturism	24
4. Metod	28
4.1 Vetenskapligt förhållningssätt	28
4.2 Vetenskapliga ansatser	29
4.3 Undersökningsansats	30
4.4 Datainsamling	31
4.5 Undersökningsmetod	32
4.6 Validitet	33
4.7 Reliabilitet	34
4.8 Källkritik	36
4.9 Metodsammanfattning	37
5. Empiri och analys	38
5.1 Attityder	38

5.2 Demografi.....	50
5.3 Konkurrerande shoppingdestinationer	58
5.4 Helhetsbilden av Göteborg city	66
6. Slutsatser	68
6.1 Svar på forskningsfrågorna	68
6.2 Slutsats av forskningsfrågorna	69
6.3 Rekommendationer	70
6.4 Förslag till fortsatt forskning	70
7. Referenser	71
8. Appendix	80

Figurförteckning

Figur 4.1	Modell	<i>Vetenskapliga ansatser</i>	29
Figur 4.2	Modell	<i>Undersökningsansatser</i>	30
Figur 4.3	Modell	<i>Metodöversikt</i>	37
Figur 5.1	Cirkeldiagram	<i>Favoritshoppingkvarter – Avenyn</i>	38
Figur 5.2	Illustration	<i>Ordmoln – Avenyn</i>	38
Figur 5.3	Cirkeldiagram	<i>»Vad kopplar du främst ihop med Avenyn?«</i>	39
Figur 5.4	Stapeldiagram	<i>Besökare/boendes associationer – Avenyn</i>	40
Figur 5.5	Cirkeldiagram	<i>Favoritshoppingkvarter – Centralen/Nordstan</i>	41
Figur 5.6	Illustration	<i>Ordmoln – Centralen/Nordstan</i>	41
Figur 5.7	Cirkeldiagram	<i>»Vad kopplar du främst ihop med Centralen/Nordstan?«</i>	41
Figur 5.8	Stapeldiagram	<i>Besökare/boendes associationer – Centralen/Nordstan</i>	42
Figur 5.9	Cirkeldiagram	<i>Favoritshoppingkvarter – Haga</i>	43
Figur 5.10	Illustration	<i>Ordmoln – Haga</i>	43
Figur 5.11	Cirkeldiagram	<i>»Vad kopplar du främst ihop med Haga?«</i>	43
Figur 5.12	Stapeldiagram	<i>Besökare/boendes associationer – Haga</i>	44
Figur 5.13	Cirkeldiagram	<i>Favoritshoppingkvarter – Innerstaden</i>	46
Figur 5.14	Illustration	<i>Ordmoln – Innerstaden</i>	46
Figur 5.15	Cirkeldiagram	<i>»Vad kopplar du främst ihop med Innerstaden?«</i>	47
Figur 5.16	Stapeldiagram	<i>Besökare/boendes associationer – Innerstaden</i>	47
Figur 5.17	Cirkeldiagram	<i>Favoritshoppingkvarter – Linnéområdet</i>	48
Figur 5.18	Illustration	<i>Ordmoln – Linnéområdet</i>	48
Figur 5.19	Cirkeldiagram	<i>»Vad kopplar du främst ihop med Linnéområdet?«</i>	48
Figur 5.20	Stapeldiagram	<i>Besökare/boendes och associationer – Linnéområdet</i>	49

Figur 5.21	Stapeldiagram	»Besöker oftast Avenyn«	51
Figur 5.22	Cirkeldiagram	»Varför besöker du oftast Avenyn?«	51
Figur 5.23	Stapeldiagram	»Besöker oftast Centralen/Nordstan«	52
Figur 5.24	Cirkeldiagram	»Varför besöker du oftast Centralen/Nordstan?«	52
Figur 5.25	Stapeldiagram	»Besöker oftast Haga«	53
Figur 5.26	Cirkeldiagram	»Varför besöker du oftast Haga?«	53
Figur 5.27	Stapeldiagram	»Besöker oftast Innerstaden«	54
Figur 5.28	Cirkeldiagram	»Varför besöker du oftast Innerstaden?«	54
Figur 5.29	Stapeldiagram	»Besöker oftast Linnéområdet«	55
Figur 5.30	Cirkeldiagram	»Varför besöker du oftast Linnéområdet?«	55
Figur 5.31	Cirkeldiagram	Shoppingkvarter kvinnor oftast besöker fördelat på ålder	57
Figur 5.32	Cirkeldiagram	Shoppingkvarter män oftast besöker fördelat på ålder	57
Figur 5.33	Cirkeldiagram	»Shoppas hellre i någon av de nämnda städerna«	58
Figur 5.34	Stapeldiagram	»Shoppas hellre i Helsingfors«	59
Figur 5.35	Illustration	Ordmoln – Helsingfors	59
Figur 5.36	Stapeldiagram	»Shoppas hellre i Köpenhamn«	60
Figur 5.37	Illustration	Ordmoln – Köpenhamn	60
Figur 5.38	Stapeldiagram	»Shoppas hellre i Malmö«	61
Figur 5.39	Illustration	Ordmoln – Malmö	61
Figur 5.40	Stapeldiagram	»Shoppas hellre i Oslo«	62
Figur 5.41	Illustration	Ordmoln – Oslo	62
Figur 5.42	Stapeldiagram	»Shoppas hellre i Stockholm«	63
Figur 5.43	Illustration	Ordmoln – Stockholm	63
Figur 5.44	Stapeldiagram	»Har ej valt något av alternativen«	64
Figur 5.45	Cirkeldiagram	Boendesituation/shoppingdestinationspreferenser	65
Figur 5.46	Cirkeldiagram	Helhetsbilden av Göteborg city	66
Figur 5.47	Illustration	Ordmoln – Göteborg city	67

Appendix

Bilaga 1	<i>Enkät till huvudstudie</i>
Bilaga 2	<i>Sammanställning enkätundersökning huvudstudie</i>
Bilaga 3	<i>Affisch till enkätundersökning</i>

1. Inledning

I uppsatsens första kapitel kan läsaren ta del av problembakgrunden som studien grundas på. Vidare presenteras även studiens syfte samt de forskningsfrågor som författarna anser vara av intresse att kunna besvara. Slutligen beskrivs avgränsningen för denna studie.

1.1 Problembakgrund

Göteborg & Co är ett företag som grundades år 1991 och ägs av flera aktörer, bland dessa finns Göteborgs stad, Göteborgsregionen, Liseberg, Stena Line, Svenska Mässan med flera. Organisationens huvudsakliga uppdrag är att, i samarbete med det privata näringslivet och den offentliga sektorn, marknadsföra Göteborg samt bidra till utvecklingen av Göteborg som turist- och evenemangsstad. Utöver det ingår dessutom utvecklingen av Göteborg som en attraktiv storstadsregion i Europa – både för privatpersoner att bosätta sig i, för företag att etablera sig i, samt för turister att besöka.¹

Göteborg City Shopping är ett pågående projekt med syftet att lyfta Göteborg som shoppingdestination. Detta projekt drivs av Göteborg & Co tillsammans med bland annat fastighetsägare och handlare i Göteborg och det är på uppdrag av styrelsen i detta projekt som uppsatsen skrivs.²

Denna studie fokuserar på att framhäva de goda egenskaper Göteborg med dess shoppingkvarter innehar. Fokus ligger på de centrala shoppingkvarteren i *Göteborg city*, det vill säga; *Avenyn, Centralen/Nordstan, Haga, Innerstaden* och *Linnéområdet*. Författarna önskar synliggöra en eventuell diskrepans i den nu marknadsförda bilden av Göteborgs centrala shoppingkvarter samt besökarens attitydmässiga upplevelse av staden. En del av problembakgrunden är huruvida författarna kan få kunskap i hur enskilda individer upplever Göteborg city som shoppingdestination – hur de *uppfattar* de olika shoppingkvarteren som en helhet. Därefter relatera detta till de demografiska grupperingar som rör sig i de olika shoppingkvarteren, då Göteborg & Co söker svar på vilka stadens besökare är och huruvida de skiljer sig åt. Kan det sparas resurser i tid och pengar genom att finna gemensamma nämnare för de olika stadsdelarna och stadens besökare?

Staden Göteborg är beroende av en fortsatt positiv utveckling av shoppingturismen för att på så vis bidra till ökade inkomster i företag och skatteinkomster i samhället. Göteborg har haft en kontinuerlig positiv utveckling som besöksdestination i över 20 år. Ett vedertaget mått på turistdestinationers styrka som turistmål är antalet gästnätter (övernattningar på hotell, vandrarhem och campingområden) per år. Antalet gästnätter i Göteborg har sedan år 2000 haft en kontinuerlig positiv trend och var år 2012 över 3,5 miljoner – en ökning med närmare 1,3 miljoner.³

¹ Göteborg & Co. *Plattform för samverkan*. 2013.

² Göteborg & Co. *Projekt*. 2013.

³ Årsstatistik Göteborg 2012. Rapport/SCB & Tillväxtverket (1).

Göteborgs ekonomi har under lång tid utgjorts av enskilda stora företag inom bil- och varvsindustrin. Handeln och turistnäringen har haft mindre betydelse tills dess att den tog fart i början på 90-talet.⁴ När de större industrierna successivt minskat i betydelse har stadens fortsatta överlevnad varit mer beroende av evenemangsverksamhet, handel och turism – en möjlighet som staden måste utnyttja på bästa sätt för sin fortsatta positiva utveckling.

Göteborg har en god förmåga att arrangera evenemang, konserter, mässor med mera. Starkt bidragande faktorer till att Göteborg har lyckats etablera sig som en av de ledande evenemangstäderna i norden är stadens centralt lokaliserade nöjespark, arenor och mässhallar. Detta gör det betydligt enklare för turister att röra sig mellan evenemangen – något som är unikt för staden Göteborg, jämfört med övriga större städer i Sverige. Med stadens unika uppbyggnad finns det stora möjligheter att framhäva de centrala shoppingkvarteren och därmed erbjuda en attraktiv shoppingupplevelse, som särskiljer sig från sina konkurrenter och locka fler besökare. Problemet, eller utmaningen, som åligger oss författare är att på ett konstruktivt sätt lyfta fram den goda förmåga staden besitter när det gäller shopping.

1.2 Syfte

Syftet med denna studie är att undersöka konsumentens upplevda helhetsbild av Göteborg city som shoppingdestination.

1.3 Forskningsfrågor

Skiljer sig de centrala shoppingkvarteren åt när det gäller det upplevda utbudet?

Författarna upplever att de olika shoppingkvarteren skiljer sig åt – Centralen/Nordstan och Innerstadens centrala läge med en blandning av främst affärer, butiker och kaféer. Avenyn med sitt utbud av kaféer och krogar, samt Haga och Linnéområdet där främst restauranger dominerar. Skillnaden mellan de olika delarna är inte markant, men en yttlig gräns kan skönjas. En fråga är om denna gräns även upplevs hos de individer som besöker Göteborg city.

Problemet med eventuella känslomässiga gränser mellan shoppingkvarteren kan ha negativa följder där varje del upplevs som avskild från resterande. Detta kan begränsa stadens budskap som en sammanhållen shoppingdestination. Författarna strävar efter att få kunskap om detta fenomen genom att undersöka de attityder som stadens besökare har kring varje enskilt shoppingkvarter. Detta ger oss möjligheten att analysera och utforma idéer till en fortsatt utveckling för shoppingen i Göteborg city.

⁴ Klingberg, E. Turistnäringen i Göteborg slog nytt rekord. *Vårt Göteborg*. 2010-02-15.

Har demografiska variabler någon inverkan vid valet av shoppingkvarter?

De eventuella demografiska skillnader som kan finnas i de olika shoppingkvarteren kan vara ett problem för marknadsföringen av Göteborg city som en helhet. Kan exempelvis demografiska variabler som kön och ålder bidra till vilket shoppingkvarter en individ oftast besöker?

Författarna vill ha svar på om det finns någon skillnad mellan de olika shoppingkvarteren och vilken inverkan dessa skillnader kan tänkas ha.

Hur stark är Göteborg city som shoppingdestination i Skandinavien?

Som en del av undersökningen vill författarna söka svar på hur väl Göteborg city står sig i konkurrens med närliggande shoppingdestinationer. Då undersökningen är fokuserad på attityder och konsumentbeteende blir denna fråga avgränsad till att enbart söka svar på om konsumenter föredrar någon annan shoppingdestination i *Skandinavien*, och i så fall varför. Om det visar sig att den attitydmässiga uppfattningen om Göteborg city är positiv i jämförelse med övriga shoppingdestinationer kan det tyda på att det finns en bra grund att bygga på för att stärka den upplevda helhetsbilden. Med Skandinavien avses i denna studie länderna *Danmark, Finland, Norge* och *Sverige*.

Går det att identifiera några faktorer som motverkar den upplevda helhetsbilden av Göteborg city som shoppingdestination?

Tillgängligheten ser i viss mån annorlunda ut för respektive shoppingkvarter. Författarnas teori är att utgångspunkten för stadens besökare är Centralen/Nordstan och Innerstaden. Detta eftersom kommunikationerna till centrum samt de större parkeringshusen finns lokaliserade kring dessa shoppingkvarter. En ytterligare teori är att det stora utbudet i Centralen/Nordstan gör att stadens besökare stannar där och därmed uteblir från de övriga shoppingkvarteren. Författarna avser alltså undersöka om det finns några avgörande faktorer som motverkar den upplevda helhetsbilden av Göteborg city.

1.4 Avgränsningar

Denna studie undersöker den upplevda helhetsbilden av Göteborg city som shoppingdestination. För att få klarhet i detta undersöks de, ur ett konsumentperspektiv, olika attitydkomponenter som ligger till grund för hur shoppingkvarteren inom Göteborg city upplevs. Vidare undersöks hur de olika besökarna eventuellt skiljer sig åt demografiskt. Studien avgränsas geografiskt till att enbart undersöka de centrala shoppingkvarteren, det vill säga; *Avenyn, Centralen/Nordstan, Haga, Innerstaden* och *Linnéområdet*.

För studiens relevans avgränsas den teoretiska referensramen till att fokusera på teorier kring *shoppingturism* och *destinationsmarknadsföring*.

2. Allmänt om staden Göteborg

I följande avsnitt kan läsaren ta del av en kortare beskrivning av Göteborgs stad. Inledningsvis beskrivs delar som näringsliv, infrastruktur, logistik och kultur. Kapitlet avslutas med en redogörelse av Göteborg citys shoppingkvarter. Författarna har valt att koncentrera sig på de faktorer som har störst påverkan på staden ur ett shopping- och turismperspektiv.

2.1 Historia

Staden Göteborg grundades år 1621 av Konung Gustaf II Adolf och den samme kan i dag skådas, avbildad som staty på Gustav Adolfs torg, pekandes mot marken där staden enligt historien skulle grundas.⁵ Handeln har alltid varit stadens huvudnäring och från början var det framförallt sjöfarten som var dominerande.⁶ Efter Sveriges separation från Norge år 1905 kom industrin i Göteborg att blomstra och flera, än i dag starka, företag kom att grundas här. De starkast lysande stjärnorna som är kvar från denna tid är *AB Volvo* och *SKF AB*. Göteborg blev Sveriges industristad nummer ett, mycket tack vare hamnen och tillgängligheten till Europa. Industrierna var alltså en viktig pådrivare för Göteborgs tillväxt.⁷ I dag, hundra år och ett antal globala ekonomiska depressioner senare, står Göteborg och dess industrier fortfarande kvar och har klarat sig jämförelsevis bra.

2.2 Geografi

Göteborg kommuns landareal är 449,5 kvadratkilometer stort, varav cirka 28 procent består av någon form av stadsbebyggelse och cirka 13 procent består av parker och övriga grönområden.⁸ Staden är uppdelad i tio stadsdelar (Angered, Askim-Frölunda-Högsbo, Centrum, Lundby, Majorna-Linné, Norra Hisingen, Västra Göteborg, Västra Hisingen, Örgryte-Härlanda samt Östra Göteborg).⁹

2.3 Befolkning

Göteborg är i dag Sveriges näst största stad (efter Stockholm) med en befolkning på runt 530 000 invånare år 2013 (närmare sex procent av Sveriges totala befolkning).¹⁰ *Stor-Göteborg*, det vill säga staden Göteborg och dess tolv kringliggande kommuner (Ale, Alingsås, Härryda, Kungsbacka, Kungälv, Lerum, Lilla Edet, Mölndal, Partille, Stenungsund, Tjörn och Öckerö) hade år 2011 ett invånarantal på cirka 940 000 personer.¹¹ Invånarna i Göteborg har en medelålder på cirka 39 år och medianinkomsten låg på cirka 238 000 kr år 2012.¹²

⁵ Enhörning, G. (2010:182).

⁶ Stadsledningskontoret (2013:11).

⁷ Enhörning, G. (2010:184).

⁸ Stadsledningskontoret (2013:19).

⁹ Ibid. (21).

¹⁰ Göteborgs Stad. *Välkommen till Statistik Göteborg!*. 2013.

¹¹ Göteborgs Stad. *Välkommen till Statistisk årsbok Göteborg*. 2013.

¹² Ekonomifakta. *Göteborg*. 2013.

I Stor-Göteborg är cirka 17 procent av den totala befolkningen utrikes födda, jämfört med övriga delar av Sverige (exklusive Stor-Stockholm och Stor-Malmö, där andelen är 22 procent) där den utlandsfödda befolkningen utgör mellan 9 och 14 procent.¹³ Göteborg är alltså populärt att bosätta sig i som utrikes född och den kulturella mångfalden är en faktor som staden, enligt författarna, bör se till att ta vara på i sin destinationsmarknadsföring.

2.4 Industri

I Göteborg finns några av Sveriges starkaste industrier. Nedan följer ett par av de viktigaste aktörerna på marknaden.

AB Volvo

Med en omsättning på cirka 300 miljarder svenska kronor och fler än 100 000 anställda världen över vid årsskiftet 2012/2013 är AB Volvo inte bara Göteborgs, utan även en av Sveriges absolut största arbetsgivare. Företaget tillhandahåller produkter och tjänster inom allt från lastbilar till IT-lösningar och logistiktjänster.¹⁴

Stena AB

Stena AB är, likt AB Volvo, en mångsysslare och har produkter och tjänster inom såväl färjelinjer till Danmark och Tyskland, fastigheter, metallåtervinning och finans. Koncernen omsätter runt 100 miljarder svenska kronor och är också en av Sveriges riktigt stora aktörer.¹⁵

SKF AB

Svenska Kullagerfabriken grundades år 1907 i Gamlestaden i Göteborg och har sedan dess varit en av världens ledande lagertillverkare. I dag har SKF en omsättning på mellan 65–70 miljarder svenska kronor och drygt 44 000 anställda världen över.¹⁶

2.5 Logistik

En av Göteborgs främsta styrkor är tillgängligheten. Möjligheterna att transportera såväl människor som varor till och från staden är många. Med bland annat två flygplatser, en hamn och en centralstation för fjärrtåg och bussar finns bra förutsättningar för att skapa en stark shoppingturism. Nedan följer några av de mest betydande knypunkterna.

Göteborgs Hamn

Göteborgs Hamn är Skandinavians största hamn med cirka 11 000 besökande fartyg per år och nära en tredjedel av svensk utrikeshandel passerar denna hamn. Då Sveriges ekonomi är beroende av handel med utlandet blir det uppenbart hur viktig hamnen är för Göteborg och Sverige.¹⁷ År 2014 förväntas bli ett rekordår vad gäller ankommande kryssningsfartyg till Göteborgs Hamn. Det finns 74 fartyg inbokade med cirka 120 000 kryssningsturister som kommer att besöka Göteborgs stad. Göteborg & Co räknar med att passagerare som stannar i staden i mer än ett dygn spenderar uppemot 700 kronor per person på shopping och rundturer.

¹³ SCB. *Fortsatt ökning av utrikes födda i Sverige*. 2013.

¹⁴ Retriever Business. *Aktiebolaget Volvo*. 2013.

¹⁵ Retriever Business. *Sökning*. 2013.

¹⁶ Retriever Business. *Aktiebolaget SKF*. 2013.

¹⁷ Göteborgs Hamn. *Om hamnen*. 2013.

Detta genererar intäkter på cirka 84 miljoner kronor till staden, vilket ger en fingervisning på hur viktig hamnen är för stadens shoppingturism.¹⁸

Danmarks- och Tysklandsterminalen

Stena Line kör dagligen färjeturer mellan Göteborg–Fredrikshamn och Göteborg–Kiel, där passagerarna kan resa med eller utan bil för en jämförelsevis låg kostnad. Ett populärt resealternativ för exempelvis barnfamiljer och äldre som uppskattar att resa bekvämt.¹⁹

Göteborg Landvetter Airport

Västsveriges internationella flygplats, cirka 20 minuters bil- eller flygbussfärd från Göteborg city, har 90 direktlinjer ut i världen och totalt passerar närmare fem miljoner passagerare genom flygplatsens dörrar varje år. År 2012 var 3,55 miljoner av dessa utrikesresenärer. Landvetters flyglinjer når tre världsdelar och drygt tjugo olika länder.²⁰ En mycket stark tillgång för utvecklingen av Göteborgs shoppingturism.

Göteborg City Airport

Denna flygplats ligger ännu närmare Göteborg city (endast 15 minuter), men är något mindre än Landvetter, då 22 destinationer i tolv olika länder kan nå härifrån. Tre bolag för passagerarflyg finns här; lågprisbolagen *Ryanair* och *Wizzair* samt inrikesbolaget *Gotlandsflyg*, som flyger till och från Visby. Flygplatsen har i dagsläget cirka 800 000 passagerare per år, och trenden ser ut att vara fortsatt positiv.²¹

Göteborgs Centralstation

Centralstationen är belägen i Göteborg city med nära anknäring till stadens centrala shoppingkvarter samt de stora evenemangs- och idrottsarenorna (*Gamla och Nya Ullevi* samt *Scandinavium*). Totalt reser cirka 67 000 personer med buss eller tåg via Göteborgs Centralstation varje dag.²² Efter utbyggnaden av dubbelspåret mellan Göteborg–Trollhättan, och framförallt med den femtioprocentiga ökningen av avgångar mellan Göteborg–Stockholm från och med 2014²³ lär besökarantalet till Göteborg inte minska.

Trafikleder

Göteborg har en mängd stora vägar för biltrafik som går genom staden. Bland dessa kan nämnas europavägarna *E6*, *E20*, *E45* samt *Riksväg 40* mot Borås.²⁴ En mycket omdiskuterad trängselskatt infördes den 1 januari 2013. Trängselskatten innebär att en avgift tas ut från ägare till fordon som passerar en betalstation i Göteborg på vardagar mellan klockan sex på morgonen till halv sju på kvällen.²⁵ Det har funnits en oro från handlare i centrum att deras verksamheter skulle påverkas negativt av införandet av trängselskatten.²⁶ Denna oro har dock visat sig vara obefogad då *HUI Research* i september månad år 2013 presenterade en studie som visade att trängselskattens påverkan på handeln i Göteborg city var närmast obefintlig (skillnaden låg inom den statistiska felmarginalen). I studien jämfördes handeln under första kvartalet år 2012 (innan trängselskatten infördes) med handeln under första kvartalet år 2013.²⁷

¹⁸ Jungmar, S. Rekordmånga kryssningsturister. *Västnytt*. 2014-01-02.

¹⁹ Stena Line. *Vart vill du resa?*. 2013.

²⁰ Swedavia. *Fakta om flygplatsen*. 2013.

²¹ Göteborg City Airport. *Om flygplatsen*. 2013.

²² Jernhusen. *Göteborgs Centralstation*. 2013.

²³ Hellekant, J. Många avgångar när SJ utmanas. *Svenska Dagbladet*. 2013-09-16.

²⁴ Trafikverket. *Trafikverkets vägar i Västra Götaland*. 2013.

²⁵ Transportstyrelsen. *Trängselskatt i Göteborg*. 2013.

²⁶ Göteborg Direkt. Cityhandlarna: Trängselskatten påverkar shoppingvanor. *Sveriges Radio*. 2013-09-18.

²⁷ TT. Trängselskatten påverkar inte handeln. *Göteborgs-Posten*. 2013-09-18.

Trafikverket kommer att genomföra en rad åtgärder fram till cirka år 2028 för att förbättra och framtidssäkra infrastrukturen i Västsverige. Det så kallade *Västsvenska paketet* innehåller förbättringsåtgärder vad gäller resande i Västsverige med allt från tåg till bilar och cyklar.²⁸

Kollektivtrafik

Dagligen trafikeras Göteborg av 263 spårvagnar och 52 bussar, som körs och sköts av *Göteborgs Spårvägar*.²⁹ Just de blåvita spårvagnarna är en stark del av Göteborgs varumärke och varje dag görs närmare 440 000 resor ombord på dessa spårvagnar och bussar, som varit en del av Göteborg i 130 år.³⁰

Cykelvägar och gågator

Trafikkontoret på *Göteborgs Stad* påbörjade under sommaren 2013 byggandet av så kallade *cykelfartsgator* i centrala Göteborg. Syftet med cykelfartsgatorna är att göra Göteborg city till en cykelstad och få resenärerna att välja bort bilen när de ska in till centrum.³¹

Göteborg är en jämförelsevis lättillgänglig storstad för de som rör sig på stadens gator. Ett bevis på detta är det pris som *EU-kommissionen* år 2013 gav staden för sitt »*enastående arbete med att förbättra tillgängligheten till transport, bostäder och arbete för funktionshindrade och äldre*«. Priset kallas för »*Access City Award*« och delas sedan år 2010 årligen ut till den stad inom EU som har lyckats åstadkomma en förbättrad tillgänglighet på stadens gator och allmänna platser, och som även har planer för ytterligare förbättringar framöver.³²

2.6 Kultur och sevärdheter

Liseberg

Bara ett stenkast från Göteborgs centrala shoppinggator ligger Nordens ledande turistattraktion med närmare 3 miljoner besökare och 156 000 sålda säsongskort år 2012.³³ Ett givet besöksmål för turister i Göteborg, såväl under sommar som vinter.

Evenemang och mässor

Göteborgs arenor, lokaler och scener lockar många stora artister, mässor och idrottsevenemang. Inom en kilometers avstånd från Göteborgs Centralstation finner besökaren både Gamla och Nya Ullevi, och ett par spårvagnshållplatser längre bort finns både Scandinavium och Svenska mässan. Att dessa byggnader ligger centralt och nära varandra är en viktig tillgång för Göteborg som turistdestination. Flertalet musikfestivaler hålls i och runtom centrala Göteborg under året, där *Way Out West*, som arrangeras i Slottsskogen, är den största.

Museum

För den som är intresserad av historia, konst och natur finns det en mängd museum i Göteborg. *Göteborgs konstmuseum*, *Göteborgs Stadsmuseum*, *Maritiman*, *Naturhistoriska museet*, *Sjöfartsmuseet Akvariet*, *Världskulturmuseet* med flera.

²⁸ Trafikverket. *Vad är Västsvenska paketet?*. 2013.

²⁹ Göteborgs Spårvägar. *Vår flotta*. 2013.

³⁰ Göteborgs Spårvägar. *Om verksamheten*. 2013.

³¹ Rapp, J. Göteborg har fått sin första cykelfartsgata. *Göteborgs-Tidningen*. 2013-08-05.

³² Andersson Åkerblom, T. Göteborg får EU-pris för tillgänglighet. *Göteborgs-Posten*. 2013-12-03.

³³ Liseberg. *2012*. 2013.

2.7 Boende

I Göteborgsregionen finns det;

- över 70 hotell,
- cirka 20 »bed and breakfast«-boenden,
- 7 camping- och stugområden,
- 18 vandrarhem,
- samt 17 gästhamnar.

Majoriteten av dessa övernattningsformer ligger inom 20 minuters bilfärd från centrum.³⁴ År 2012 hade Göteborgsregionens hotell, vandrarhem och campingområden över 3,6 miljoner gästnätter, varav över 25 procent var utländska besökare.³⁵

2.8 Göteborg citys shoppingkvarter

Nedan följer en redogörelse för de olika shoppingkvarter som ingår i denna studies avgränsning.

2.8.1 Avenyn

Göteborgs paradgata omnämndes för första gången i stadsfullmäktiges protokoll från 7 mars 1867, där det skrevs om *Stora avenyen från Kungsportsbryggan*. Namnet kom att diskuteras och ändras ett par gånger under de närmaste åren, för att slutligen få det namn den bär i dag; *Kungsportsavenyen*, eller kort och gott *Avenyn*. De första åren dominerades Avenyn av lyxbostäder med breda förträdgårdar och promenadstråk för överklassens söndagspromenader och några butiker fanns knappast att skåda här. Det var först under 1930-talet som bygget av affärsverksamhet verkligen skulle börja ta fart och fortsätta fram till 1970-talet. Förträdgårdarna ersattes med femton meter öppna gångbanor utmed butiksfasaderna. De senaste fyrtio åren har inga större ombyggnationer gjorts varken på eller kring Avenyn.³⁶

År 2009 började *Stadsbyggnadskontoret*, på uppdrag av byggnadsnämnden, att ta fram »*Program för utveckling av Heden och Avenyn*« där slutmålet med projektet är att höja kvaliteten på Avenyn och kringliggande gator. Problemområden som lyfts fram i programrapporter³⁷ och lokala medier³⁸ är bland annat spårvagns- och biltrafiken som delar gatan i två delar, föråldrade och nedgångna fasader, brist på grönska, våldsbrott och fylla på helger och nätter samt bristande aktivitet och rörelse uppe på Götaplatsen och gatorna runt om Avenyn. I dag är den 860 meter långa och 45 meter breda gatan, som sträcker sig från Kungsportsplatsen i norr till Götaplatsen i söder, dominerad av restauranger och nattklubbar. Ett fåtal större klädkedjor, skoaffärer och några småbutiker finns också att besöka här. Från år 2015 och fram till staden Göteborgs 400-års jubileum år 2021 kommer Avenyn att rustas upp med förhoppning om att den återigen bli en bildskön, hållbar och inbjudande paradgata väl värd att ta en extra omväg för att besöka.

³⁴ Göteborg. *Bo*. 2013.

³⁵ Årsstatistik Göteborg 2012. Rapport/SCB & Tillväxtverket (1).

³⁶ Avenyn. *Om Avenyn*. 2013.

³⁷ Stadsbyggnadskontoret. Avenyn: Gestaltungsprogram. Rapport/Stadsbyggnadskontoret (3–6).

³⁸ Isitt, M. Paradgata som duffas bort. *Göteborgs-Posten*. 2013-03-12.

2.8.2 Haga

Den som är ute efter att få uppleva en bit av Göteborgs historia beger sig med fördel till Göteborgs äldsta förstad, som numera är inbyggd i stadens centrum. Stadsdelen grundades i mitten av 1600-talet och på 1980-talet renoverades stora delar av Haga för att därefter fortsätta vara en attraktiv, gammaldags liten pärla i staden Göteborg.³⁹ I dag bor ungefär 4 000 invånare i denna stadsdel (som mest bodde 14 000 personer här, på 1920-talet). Här finner besökaren närmare sjuttio olika affärsverksamheter som består av en blandning av kaféer, restauranger, second hand-butiker och lokala klädmodebutiker. Verksamheterna är inkvarterade i gamla landshövdingehus längs med båda sidor av gatustenstäckta *Haga nygata*. Haga nygata är ett shoppingstråk fritt från biltrafik och är ett populärt besöksmål för turister. Haga är även känt för sina marknader, exempelvis »*Bondens egen Marknad*« under hösthelgerna och julmarknaderna under adventshelgerna.⁴⁰

2.8.3 Linnéområdet

I Linnéområdet, som ligger mellan knutpunkten Järntorget och grönområdet Slottsskogen finns det gott om kaféer, småbutiker och restauranger. Huvudgatan i området, *Linnégatan*, är framförallt kantad av restauranger samt ett par större matbutiker och kaféer. Ur shoppinghänseende är Linnéområdet avslappnat och småskaligt. På sidogatorna finns många inbjudande lokala småbutiker och krogar.⁴¹

2.8.4 Centralen/Nordstan

Nordstan är, än så länge, Sveriges största köpcentrum med 37 miljoner besökare och en omsättning på närmare 4 miljarder kronor år 2012.⁴² Den är uppdelad i åtta kvarter som utgår från 1600-talets ursprungliga gatusystem som sedan byggts samman under ett och samma tak. Nordstan har cirka 200 butiker och restauranger⁴³ med en totalyta på 320 000 kvadratmeter. Entrén vid Brunnsparken leder in till de olika delarna där du kan hitta det mesta inom alla tänkbara områden. Det främsta utbudet finns inom mode – där kläder och skor dominerar. Utöver det hittar besökaren allt från bank till kosmetika. I anslutning till shoppingcentret finns ett parkeringshus med 2 700 platser⁴⁴, öppet dygnet runt och dessutom gratis varje vardag klockan 18–21 samt hela dagen på söndagar. Detta gör tillgängligheten och möjligheten att besöka Nordstan mycket god.

³⁹ Göteborgslokaler. *Om Haga*. 2013.

⁴⁰ Go:teborg. *Haga*. 2013.

⁴¹ Go:teborg. *Charmig shopping i Linné*. 2013.

⁴² Lindberg, S. iFramtiden. Trendrapport/Svensk Handel (5).

⁴³ Go:teborg. *Nordstan*. 2013.

⁴⁴ Nordstan. Välkommen till Sveriges ledande affärscentrum – Nordstan i Göteborg (2).

2.8.5 Innerstaden

Innerstaden i Göteborg city har ett rikt shoppingutbud. Större kedjor ligger i tät anslutning med små specialbutiker och ger besökaren stora valmöjligheter. Innerstaden består av mer än bara affärer. Här finns allt från restauranger och kaféer, museum, biograf, teater samt vackra gator och passager i citymiljö. Innerstaden i Göteborg omfattar de gator och kvarter som ligger inom vallgraven och är ursprungligen stadens handelscentrum.⁴⁵

Inom vallgraven finner besökaren tre av stadens större varuhus, *Arkaden*, *Kompassen* och *Nordiska Kompaniet (NK)*.

Arkaden

Gallerian vid Brunnsparken invigdes redan år 1899 och består i dag av 25 butiker fördelade på två plan. Till största del är det modebutiker som huserar här, men även kaféer, lunchrestauranger och inredningsbutiker finns att besöka.⁴⁶

Kompassen

En kort promenad längre ner på Fredsgatan ligger varuhuset Kompassen med närmare 20 modebutiker.⁴⁷

Nordiska Kompaniet

Varuhuset Nordiska Kompaniet (NK) grundades i Stockholm år 1902 och finns sedan år 1915 även på Hamngatan i Göteborg. NK-varuhuset i Göteborg har femtio stycken avdelningar som erbjuder varor och tjänster inom allt från modekläder till skönhetsprodukter, skor, matvaror, restaurang och kafé. Tillsammans har avdelningarna en genomströmning av drygt tre miljoner besökare årligen. Ett välkänt och uppskattat inslag i julhandeln är NK-husets stämningsfulla julskyltning.⁴⁸

Stora Saluhallen

För den som är ute efter att köpa delikatesser i alla dess former, både från när och fjärran, är ett besök till Stora Saluhallen att rekommendera. I den nyrenoverade saluhallen, som funnits på Kungstorget sedan mitten av 1800-talet, huserar närmare fyrtio olika butiker och restauranger som alla har sina egna specialiteter att erbjuda. Här hittar besökaren delikatesser och närodlad inom allt från grönsaker och frukt till praliner och charkuteriprodukter.⁴⁹

Feskekôrka

Göteborgs (och troligen även Sveriges) mest kända fiskmarknad kallas för *Feskekôrka*, ett namn påhittat tack vare den karaktäristiska arkitekturen som är inspirerad av norska stavkyrkor och gotiska stenkyrkor.⁵⁰ Huset byggdes 1874 och rymmer i dag fyra fiskhandlare och två restauranger, dessutom finns det möjlighet att anordna fester och events för både företag och privatpersoner.⁵¹

⁴⁵ Innerstaden Göteborg. *Innerstaden Göteborg*. 2013.

⁴⁶ Arkaden. *Om Arkaden*. 2013.

⁴⁷ Kompassen. *Butiker*. 2013.

⁴⁸ Nordiska Kompaniet. *Om NK*. 2013.

⁴⁹ Innerstaden Göteborg. *Stora Saluhallen*. 2013.

⁵⁰ Göteborg. *Feskekôrka*. 2013.

⁵¹ Feskekôrka. *Välkommen till Feskekôrka i Göteborg*. 2013.

2.9 Handelns växande betydelse

Göteborgs tillväxt har historiskt sett varit beroende av sina industrier och sjöfart, men turismen och handeln har på senare tid kommit att växa allt mer i betydelse för stadens fortsatta utveckling. Enligt nya siffror motsvarade exportvärdet för den utländska turismen år 2011 (98,8 miljarder svenska kronor) nästan lika stor andel som exportvärdet av personbilar och järn- och stålindustrin gjorde tillsammans det året (44,4 samt 68,4 miljarder svenska kronor).⁵²

Efter denna sammanfattande redogörelse över hur staden Göteborg är uppbyggd och vad den har att erbjuda tror författarna att läsaren har tillräckligt med bakgrundsinformation för att lättare kunna förstå och uppskatta varför forskningen genomförs på detta sätt.

I nästkommande kapitel kan läsaren ta del av den teoretiska referensram som författarnas analys och slutsats grundas i.

⁵² VisitSweden. Årsredovisning 2012. Rapport/VisitSweden (3).

3. Teoretisk referensram

I detta kapitel kan läsaren ta del av de två teorier som ligger till grund för denna studie. Inledningsvis redogörs viktiga aspekter inom destinationsmarknadsföring, därefter beskrivs teorier inom shoppingturism.

3.1 Destinationsmarknadsföring

Begreppet *destinationsmarknadsföring* avser de metoder och åtgärder som utförs för att generera en ökad turism till ett specifikt resmål. I detta fall handlar det om Göteborg och i synnerhet de centrala shoppingkvarteren. Destinationsmarknadsföring handlar alltså om att marknadsföra en plats som en hel och sammanhållen turistprodukt. Det kan endast genomföras genom att ta hänsyn till att marknadsföringens handlingsutrymme begränsas av den sociala kontext som platsen utgör.⁵³ Göteborg & Co:s vision av destinationsmarknadsföring grundas på faktorer som framtidsvisioner, helhetstänk, långsiktighet och samverkande.⁵⁴

En av Göteborg & Co:s främsta styrkor som destinationsmarknadsförare är det starka samarbetet med näringsliv, organisationer, kommuner, universitet och högskola i Göteborgsregionen. Dessa olika intressenter finns representerade i en gemensam styrelse, kallad *Näringslivsgruppen*, där alla kan hjälpa till att påverka och hitta nya spännande sätt att locka besökare till staden. Utöver detta samverkar Göteborg & Co även i ett antal internationella nätverk där samarbetsparterna arbetar för att utveckla sina destinationer och generera en ökad turism.⁵⁵

Marknadsföringen av destinationen påverkas av de olika värdegrunder aktörerna har. De olika värdegrunderna kan medföra att verkligheten tolkas på olika sätt.⁵⁶ I destinationsmarknadsföringens teori framträder två olika värdegrunder, vilka är »att tjäna destinationen« samt »att tjäna på destinationen«.⁵⁷ Den förstnämnda betyder att företaget och företagaren verkar på platsen utifrån *emotionella grunder*. Den sistnämnda värdegrunden uttrycker ett förhållande till platsen som är baserad på en mer *affärsmässig grund* för företagandet.⁵⁸ Om hänsyn tas till företagares olika värdegrunder och skilda intressen kan engagemanget för att marknadsföra en turistdestination som en sammanhållen produkt öka.⁵⁹

⁵³ Von Friedrichs Grängsjö (2001:195).

⁵⁴ Göteborg & Co. *Destinationsmarknadsföring*. 2013.

⁵⁵ Göteborg & Co. *Samverkan är nyckeln till framgång*. 2013.

⁵⁶ Von Friedrichs Grängsjö (2001:195).

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ Ibid.

Det finns tendenser till att de båda värdegrunderna verkar i varandra – det råder alltså ett dialektiskt förhållande.⁶⁰ Det är av betydelse att detta förhållande inte upphör utan uppmuntras för att utvecklingen av turistdestinationen som produkt ska fortgå. För att säkra den långsiktiga utvecklingen av destinationen behövs dessutom ett affärsmässigt förhållningssätt, vilket sker då vinst genereras för nya investeringar.⁶¹

En förändring av destinationen sker kontinuerligt, vilket gör att nya och »gamla« turister respektive företag attraheras till platsen. Destinationen och dess produkter marknadsförs redan innan turisterna är på platsen, samt när dessa kommit till platsen. Destinationsmarknadsföring måste alltså omfatta både extern massmarknadsföring som interaktiv marknadsföring och intern marknadsföring.⁶²

När en turistdestination marknadsförs är det viktigt att ha en detaljerad och väl genomtänkt plan.⁶³ Vidare förklarar bör en samarbetsorganisation ständigt arbeta efter att få återkommande gäster till destinationen, samt att dessa besöker platsen under hela året. En annan funktion för samarbetsorganisationen bör alltså vara arbetet med att kommunicera en enad bild av destinationen – att få besökarna att uppleva destinationen som en helhet.⁶⁴

Att marknadsföra en turistdestination kan te sig på olika sätt, där ett alternativ kan vara bildandet av en stark marknadsföringsavdelning som tar ansvaret över destinationens marknadsföring.⁶⁵ En betydande fördel med denna metod är att samordningsvinster kan göras inom ramen för organisationen samt att en specifik individ kan vara engagerad som pådrivare av arbetet.⁶⁶ Dessutom är det viktigt med en turistorganisation som samlar aktörerna på destinationen, samt att den lokala turistorganisationen är väl sammansvetsad för att uppnå effektivitet.⁶⁷

Organisationens samarbetsförmåga är alltså viktigt för marknadsföringen av turistdestinationen, vilket även produkten är. Men då en produkts egenskaper lätt kan kopieras, vilket leder till prissänkningar på marknaden, har varumärket blivit marknadsförarens främsta verktyg för att bekämpa detta och skapa ett större värde på sin produkt. Ett par bra exempel på produkter med starka varumärken som befinner sig på en marknad med snarlika produkter är *Apple* och *Coca-Cola*. Marknadsförare för turistdestinationer börjar mer och mer arbeta med utvecklingen av varumärket för att skapa ett starkare band till sina kunder.⁶⁸ Ett talande bevis för detta är de höga belopp som några av Sveriges kommuner spenderar på utvecklingen av sina kommunslogans. Som exempel betalade Gotlands kommun fem miljoner kronor för sin nya slogan »*Det magiska Gotland*«.⁶⁹

⁶⁰ Von Friedrichs Grängsjö (2001:195).

⁶¹ Ibid.

⁶² Ibid.

⁶³ Ibid (197).

⁶⁴ Ibid.

⁶⁵ Palmer (1998:185–201).

⁶⁶ Ibid.

⁶⁷ Ibid.

⁶⁸ Aaker (1991).

⁶⁹ Zachrisson. Olle. Sveriges dyraste slogans. *SvD Näringsliv*, 2012. 2008-09-17.

Enligt *Michael Porter* finns det tre strategier för att bli konkurrenskraftig på en given marknad; *övergripande kostnadsfördel* genom massproduktion, *differentierad produkt* samt *fokus* på en specifik demografisk grupp, produkt eller geografisk marknad. Den lärdom som destinationsmarknadsföraren kan ta av Porters tre strategier är främst vikten av att ha en differentierad produkt. Destinationen måste kunna erbjuda en blandning av unika och tilltalande varor, tjänster och upplevelser till sina besökare.⁷⁰

Det finns ett ramverk för analys av turistdestinationer som kallas för »*Six As Framework for the analysis of tourism destinations*«. Som namnet antyder innehåller ramverket sex olika byggstenar som tillsammans skapar en unik marknadsmix för en destination. Dessa är följande:

1. *Attraktioner* (attractions); kulturlämningar, events, speciella händelser.
2. *Tillgänglighet* (accessibility); transportsystem, kommunikationer.
3. *Bekvämligheter* (amenities); boendeformer och övernattnig.
4. *Tillgängliga paketeringar* (available packages); färdiga turistpaket för besökare.
5. *Aktiviteter* (activities); aktiviteter som besökare kan delta i på destinationen.
6. *Stödtjänster* (ancillary services); bank, post, sjukvård, tele, wifi och så vidare.⁷¹

Turistdestinationens marknadsmix inkluderar alltså allt från element som är svåra att ta på, såsom interaktion och deltagande, till mer greppbara faktorer som tillgänglighet och fysisk omgivning.⁷² Det är destinationerna som erbjuder den bästa blandningen som kommer att nå störst framgång.

Det finns tre viktiga saker turistdestinationer bör tänka på för att lyckas med sin marknadsföring framöver. Samarbete mellan samhälle och den privata sektorn samt utnyttjandet av tillgänglig ny teknologi och internet är viktigt. Turistdestinationerna måste även lära sig av tidigare misstag för att kunna optimera sitt marknadsföringsarbete.⁷³

⁷⁰ Porter (1980).

⁷¹ Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd & Wanhill (1998).

⁷² Kotler, Bowen & Makens (1996).

⁷³ Buhalis (2000).

Göteborg & Co är jämförelsevis duktiga på att marknadsföra sig via sociala medier. I dag har Göteborgs besöksguide »Göteborg/Gothenburg: The Official Guide«⁷⁴ nästan lika många följare som »Visit Stockholm«⁷⁵ har på Facebook; drygt 50 000 följare. Anmärkningsvärt är att Malmös turisthemsida »Malmotown« endast har cirka 5 000 följare på Facebook.⁷⁶ På Twitter är Göteborgs besöksguide överlägsen sina två främsta konkurrenter i Sverige. Där har Göteborg närmare 7 000 följare⁷⁷, Malmö 2 000⁷⁸ och Stockholm endast strax över 1 000 följare.⁷⁹

Vad spelar nu detta för roll? Andra människors åsikter en allt större betydelse vid valet av resedestination.⁸⁰ Det har gjorts studier som visar att »word of mouth« (WOM), eller i detta fallet »electronic word of mouth« (eWOM) är upp till nio gånger så effektivt som reklam när det gäller att påverka konsumentens uppfattning om en produkt eller tjänst.⁸¹ Det påstås att eWOM till och med kan vara mer effektivt än WOM, med tanke på mediets natur. Informationen kan nå ut till en oerhört stor mängd människor och är lätt att ta till sig, när som helst, var som helst.⁸² Slagkraften hos sociala medier ska alltså inte underskattas och det är oerhört viktigt för ett företag som vill vara konkurrenskraftigt att finnas tillgänglig där en stor del av diskussionerna om företaget äger rum, på sociala medier, vilket Göteborg & Co verkar vara medvetna om.

3.2 Shoppingturism

Begreppet *shoppingturism* kan definieras som turism där shopping är det primära syftet med resan, just shoppingen blir en upplevelse i sig och tillför resan ett mervärde.⁸³ Ett bra exempel på en shoppingdestination är Gekås i Ullared – Sveriges »shoppingmekka« dit shoppingsugna turister vallfärdar med bil eller i stora busslaster i jakt på att göra en god affär. Det finns till och med möjlighet för besökaren att övernatta på Gekås egna campingområde samt på deras nybyggda hotell. På så vis kan butiken locka ännu fler besökare samt få dem att stanna längre. I övrigt finns det, för den stora massan, inget speciellt som motiverar ett besök till den lilla orten Ullared. För att förtydliga kan det tilläggas att detta är en sorts försäljning till turister – när en turist reser till en destination för att inhandla en vara som egentligen skulle kunna inköpas närmare hemmet. Det är just detta som kallas för shoppingturism.⁸⁴ Motsatsen till shoppingturism är turismshopping, där shoppingen inte är huvudanledningen till att besöka destinationen. En attraktion, som exempelvis *Liseberg*, eller en affärsresa kanske är huvudsyftet med resan, men besökaren passar ändå på att shoppa under sitt besök på destinationen.⁸⁵

De kommuner i Sverige som är starka på just shoppingturism är Falkenberg (på grund av sin närhet till Gekås) och Strömstad (på grund av närheten till Norge och gränshandeln). Typiska turistshoppingdestinationer i Sverige är exempelvis Borgholm (som främst lockar turister för sol- och bad och kulturupplevelser), Åre (där skidåkning är det primära turistmålet) samt Älvdalen (dit turister främst åker för friluftslivet).⁸⁶

⁷⁴ Facebook. *Göteborg/Gothenburg: The Official Guide*. 2013.

⁷⁵ Facebook. *Visit Stockholm*. 2013.

⁷⁶ Facebook. *Malmotown*. 2013.

⁷⁷ Twitter. *Göteborg/Gothenburg*. 2013.

⁷⁸ Twitter. *Malmotown*. 2013.

⁷⁹ Twitter. *Visit Stockholm*. 2013.

⁸⁰ Gretzel & Yoo (2008).

⁸¹ Buttle (1998).

⁸² Bronner & de Hoog (2011).

⁸³ Cronholm & Kolterjahn (2005:21–22).

⁸⁴ *Ibid* (20–23).

⁸⁵ *Ibid* (23).

⁸⁶ *Ibid* (33–46).

Det går att identifiera en korrelation mellan kommuner med stark shopping och förekomsten av Ikea-varuhus. Ett av de nyaste Ikeavaruhusen byggdes exempelvis i närheten av Torps köpcentrum utanför Uddevalla, en typisk shoppingdestination för gränshandlande norrmän.⁸⁷

Kommunikation och samarbete vid utveckling av förhållandet mellan handel och turism är av stor betydelse. En bra shoppingturism är beroende av god kommunikation och samarbetsförmåga, vilket visar sig tydligt i de städer där det finns en god shoppingturism samt en väl utvecklad handel och turistnäring.⁸⁸

Det går att identifiera tre olika huvudsakliga orsaker till shoppingturismen som företeelse. Dessa är *varor*, *destination* och *priser*:

- Har shoppingdestinationen några specifika varor eller tjänster som är svårt att få tag på någon annanstans?
- Har destinationen i sig något specifikt att erbjuda förutom just handelsvarorna? Finns det några sevärdheter, berömda shoppingdistrikt eller spektakulära köpcentrum som kan motivera ett besök?
- Finns det möjlighet för besökaren att tjäna på att besöka destinationen, jämfört med att köpa varorna på hemorten eller via nätet?⁸⁹

För att en plats ska kunna definieras som en turistdestination ska den ha en väl fungerande *infrastruktur*, *stöd tjänster för shopping*, samt *attraktioner*. Dessa tre faktorer ovan är det som motiverar individer till att åka till den specifika destinationen.⁹⁰

En förklaring till de faktorerna ges nedan:

- Infrastruktur är en viktig faktor då det fungerar som en sorts kedja mellan destinationen och destinationens marknad. Det är av avgörande betydelse att hänsyn tas till samtliga transportmedel som individen använder sig av under sin vistelse när destinationen utformas.
- Stöd tjänster är en viktig del för destinationen så att den helt enkelt kan användas. Det krävs olika stöd tjänster för att enskilda individer ska besöka destinationen. Dessa stöd tjänster kan bestå av hotell, vandrarhem, livsmedelsaffärer, restauranger och så vidare.
- Attraktion är en drivkraft som attraherar individen av något på destinationen, vilket vidare leder individen till att besöka destinationen.⁹¹

⁸⁷ Grense Avisen. *Torp Köpcentrum, Uddevalla*. 2013.

⁸⁸ Cronholm & Kolterjahn (70).

⁸⁹ Timothy (2005).

⁹⁰ Bohlin & Elbe (2011).

⁹¹ Ibid.

En tydlig trend inom shoppingturismen som kan skönjas är att konsumenter ofta åker allt längre för att inhandla sina varor – de är allt mer mobila.⁹² En anledning till detta är att många konsumenter blir allt mer kräsna när de ska handla. Shoppingen bör innehålla en upplevelse i sig, där en heldag i exempelvis ett köpcentrum kan vara ett alternativ. Blickar vi över Atlanten till USA, visar det sig att shopping är den största turistaktiviteten. Även i Sverige blir denna aktivitet allt vanligare bland turister.⁹³ Det finns olika sätt att få besöksnäringarna att utvecklas positivt och realisera den potential som krävs för att besökarna ska uppfatta regionen som ett intressant alternativ.⁹⁴ Det finns flera faktorer som bidrar till att besökarna finner intresse i den specifika regionen och alltså spenderar sina pengar i den – dessa faktorer är olika viktiga beroende på vem besökaren är.⁹⁵ Det kan te sig naturligt att hotellutbudet och flygförbindelser är viktiga för affärsturister, och desto intressantare butiksutbudet är i regionen, desto mer sannolikt är det att affärsturisten väljer att konsumera under sitt besök.⁹⁶ Vidare beskrivet är ett attraktivt utbud av butiker, restauranger, hotell och turistverksamheter viktigt, då det kan bidra till att affärsturisten väljer att återkomma som privat turist.⁹⁷

Turister spenderar en stor del av sin disponibla inkomst på varuhandel av olika slag. Närmare en tredjedel av turisternas pengar spenderas på livsmedel och övrig handel.⁹⁸ Varorna som konsumenter köper brukar delas in i två olika kategorier; *dagligvaror* och *sällanköpsvaror*. I kategorin dagligvaror ingår varor som köps mer eller mindre dagligen, i huvudsak livsmedel, men även exempelvis tidningar och tobak ingår i denna kategori. Sällanköpsvaror, eller »varor som köps mer sällan«, innefattar teknikprodukter, kläder och så vidare. Det är denna typ av varor som bortprioriteras först, när konsumenten har mindre pengar att spendera. Men trots den rådande oron i världsekonomin har det ändå tillkommit över 2 500 nya butiksenheter för sällanköpsvaruhandel i Sverige sedan år 2000.⁹⁹

Nya siffror visar att svenskar som semesterar i Sverige spenderar mindre än utländska turister som kommer till Sverige på besök. Tilläggas kan att nästan hälften (46 procent) av pengarna som de utländska turisterna spenderar läggs på shopping och denna trend är uppåtgående. Kommunikationsbolaget *VisitSweden* satsar framförallt på marknadsföring mot turister från Finland, Kina, Norge, Ryssland och USA, då den turistandelen ökade under 2012. Dock är majoriteten av utländska turister från Norge och Tyskland, främst beroende på gränshandeln i exempelvis Strömstad.¹⁰⁰ Dessa två turistgrupper svarade för över 3,3 respektive 2,5 miljoner övernattningsnätter i Sverige år 2012. Kina och Ryssland ökade procentuellt sett mest år 2012, 11,6 respektive 12,2 procent¹⁰¹, en indikator på att dessa turistgrupper bör prioriteras, särskilt då de även är köpstarka och spenderar mycket pengar på shopping.

⁹² Cronholm & Kolterjahn (2005:71).

⁹³ Cronholm & Kolterjahn (2005:71).

⁹⁴ *Ibid* (72).

⁹⁵ *Ibid*.

⁹⁶ *Ibid*.

⁹⁷ Cronholm & Kolterjahn (2005:72).

⁹⁸ Kolterjahn, Johansson & Widmark. Den svenska shoppingturismen 2012. Rapport/Svensk Handel (20).

⁹⁹ *Ibid* (16).

¹⁰⁰ SvD.se. Svenska turister snålare än utländska. *Svenska Dagbladet*. 2012-03-21.

¹⁰¹ Tillväxtverket. IBIS 2012. Rapport/Tillväxtverket (41).

Det finns sex olika trender som Sveriges shoppingdestinationer bör ta till sig om de ska vara attraktiva resmål för shoppingturister även i framtiden.¹⁰²

- Shoppingdestinationer bör eftersträva ett brett och tilltalande utbud av varor och tjänster. Konsumenterna förväntar sig allt från ekologiskt och lyxigt till massproducerat och billigt.
- Framtidens konsumenter eftersöker tjänster och varor som är både billiga och lyxiga. De eftersöker möjligheten att skräddarsy sina varor efter egen smak. Gränserna suddas ut, reorna avlöser varandra och konsumenterna handlar både lyxiga sällanköpsvaror- och billiga dagligvaror i jakt på en bra affär. Genomsnittskonsumenten i världens i-länder väntas befinna sig på de övre nivåerna av *Maslows behovshierarki*, vilket innebär att de har behov av varor och tjänster som ger ökat självförtroende, status och självutveckling.¹⁰³
- Teknikens ständigt växande roll i vår vardag väntas fortlöpa. Allt ska gå att göra via mobiltelefonen och shoppingen blir mer »spelifierad« och upplevelseorienterad. Uttrycket spelifiering (även kallat »gamification«) syftar på integreringen av speldesign i icke-spelrelaterade applikationer och företeelser för att göra dessa mer intressanta och underhållande.¹⁰⁴
- Butikerna bör erbjuda ekologiska tjänster och varor för att gynna såväl samhälle som varumärke.
- Allt fler människor flyttar in till storstäderna och förutsättningarna för en attraktiv handel är en fungerande infrastruktur. Gratis wifi förväntas och väl utbyggda kommunikationer med bil, buss, spårvagn och tåg är också viktigt för handeln.

Slutligen nämner Svensk Handel att shoppingdestinationen måste vara en levande mötesplats som är spännande och unik för besökaren.

¹⁰² Lindberg, S. iFramtiden. Trendrapport/Svensk Handel (5).

¹⁰³ Kotler & Keller (2009).

¹⁰⁴ Johansson, Peter. Spelifiera rätt – från början. *Dataföreningen i Sverige*. 2013-08-30.

4. Metod

I följande kapitel presenteras de vetenskapliga metodval som författarna gör vid anskaffning av data och teorier. Inledningsvis ges en kortare förklaring av respektive metodverktyg, därefter följer argumentation och diskussion för de metodval för denna studie. Vidare förs en diskussion kring studiens validitet och reliabilitet där även en utvärdering av källorna görs. Avslutningsvis presenteras en sammanfattning av de valda metoderna.

4.1 Vetenskapligt förhållningssätt

Inom metodiken finns det två vanligt förekommande vetenskapliga förhållningssätt som är aktuella i diskussionen om forskning och vetenskap – *positivismen* och *hermeneutiken*.¹⁰⁵

Positivismen kommer ur en empirisk och naturvetenskaplig tradition, där en central del i förhållningssättet är att positivisterna vill dra en gränslinje mellan vetenskap och icke vetenskap som exempelvis religion, etik, politik och spekulation. Positivismen förlitar sig på den så kallade *verifierbarhetsprincipen*, vilken säger att varje teoretisk utsaga skulle kunna verifieras genom observationer.¹⁰⁶ Vidare ansågs det viktigt att varken en forskares person, känslomässiga, politiska samt religiösa läggning skulle tillåtas påverka forskningsresultatet. Detta är något som är väldigt svårt och positivismen har därför idag inte samma status som filosofisk skolbildning. Positivismen får ofta stå för kvantitativa metoder.¹⁰⁷

Hermeneutiken sägs vara positivismens raka motsats.¹⁰⁸ Betydelsen av ordet hermeneutik är i det närmaste tolkningslära, vilket numera är en vetenskaplig inriktning kring grundbetingelserna för den mänskliga existensen.¹⁰⁹

Studiens vetenskapliga förhållningssätt

Studien är en kvantitativ studie med utgångspunkten att kartlägga de demografiska variabler som existerar i Göteborg citys olika shoppingkvarter, samt tolka de attitydkomponenter hos besökarna som uppenbarar sig därtill. Författarna anser att det är lämpligt att använda ett positivistiskt förhållningssätt i denna undersökning då positivismen står för kvantitativa, statistiska hårddatametoder för analys.¹¹⁰ Då studien är inriktad på de demografiska variablerna samt attitydkomponenter när det gäller Göteborg city, passar det positivistiska förhållningssättet in på denna undersökning. Däremot måste det tilläggas att även ett hermeneutiskt förhållningssätt förekommer i delar av det empiriska materialet. Tolkningar när det gäller attitydkomponenterna hos besökarna genomfördes, vilket kan finnas svårigheter att förklara och beskriva. Det leder till författarnas försök att istället tolka och förstå dem i enlighet med ett hermeneutiskt förhållningssätt.

¹⁰⁵ Patel & Davidson (2011:26).

¹⁰⁶ Ibid (26).

¹⁰⁷ Ibid (27–28).

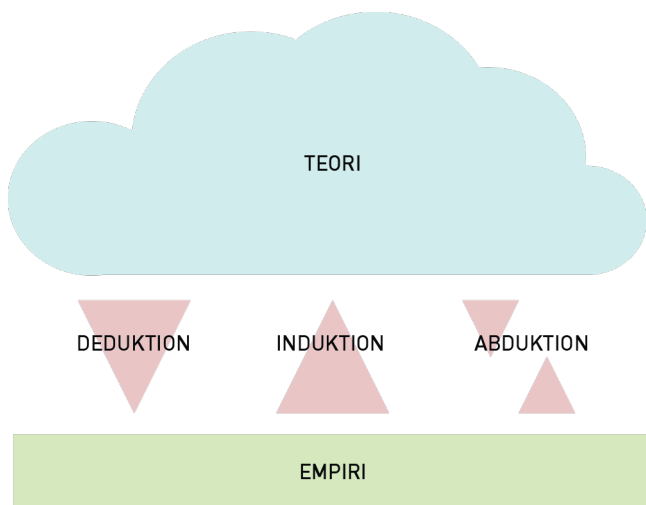
¹⁰⁸ Ibid (28).

¹⁰⁹ Ibid.

¹¹⁰ Ibid (29).

4.2 Vetenskapliga ansatser

Det finns tre olika vetenskapliga ansatser inom metodiken. De tre begrepp som introduceras är; *deduktion*, *induktion* och *abduktion*.¹¹¹ Inom all vetenskaplig forskning är det centrala problemet hur teori och verklighet ska relateras till varandra.¹¹² I *figur 4.1* illustreras de tre metoderna för att sedan kopplas till studien.



Figur 4.1: Vetenskapliga ansatser.

När en forskare arbetar *deduktivt* sägs den följa bevisandets väg.¹¹³ Ett deduktivt arbetssätt kännetecknas av att forskaren, utifrån allmänna principer och befintliga teorier, drar slutsatser för att komma fram till empirin i varje enskilt fall. Med den deduktiva ansatsen finns en redan befintlig teori som bestämmer vilken information som samlas in, samt hur denna information ska tolkas.¹¹⁴

Med en *induktiv* ansats sägs forskaren följa upptäckandets väg.¹¹⁵ Denna ansats är kort sagt den raka motsatsen till deduktion, då man först drar allmänna samt generella slutsatser utifrån empirin för att sedan formulera en teori. Det är en vanlig företeelse att en induktivt arbetande forskare har egna idéer och föreställningar i den specifika studien, som färgar de teorier som produceras.¹¹⁶

¹¹¹ Patel & Davidson (2011:23).

¹¹² Ibid.

¹¹³ Ibid.

¹¹⁴ Ibid.

¹¹⁵ Ibid.

¹¹⁶ Ibid (24).

Det tredje sättet att relatera teori och empiri i vetenskapligt arbete är en kombination av induktion och deduktion – nämligen *abduktion*.¹¹⁷ Denna ansats innebär att forskaren formulerar, utifrån enskilda fall, ett hypotetiskt mönster som förklarar det enskilda fallet.¹¹⁸ Den främsta fördelen med den abduktiva ansatsen är att forskaren inte riskerar att låsa sig i den grad som den deduktiva och induktiva ansatsen kan orsaka. Den abduktiva ansatsen gör att forskaren kan angripa problemet från båda hållen.¹¹⁹

Studiens vetenskapliga ansats

I början av studien hade författarna en viss kunskap om det specifika fallet. Således fortsatte studien genom att grundläggande teorier kring ämnet, som kretsade runt det givna fenomenet och syftet samlades in. Detta arbetssätt går att jämföra med den deduktiva ansatsen. Under arbetets gång fördjupade författarna sina kunskaper med att kontinuerligt läsa vetenskapliga texter som var relevanta för studien.

4.3 Undersökningsansats

Undersökningsansatsen förklarar sambandet mellan studiens inriktning och målsättning – där valet av undersökningsdesign har stor betydelse för vilken analysmetod som används.¹²⁰ Undersökningar kan grupperas efter syftet. Dessa grupperingar av övergripande syften är; *explorativa*, *deskriptiva* och *hypotesprövande*. I figuren nedan beskrivs syftenas samband med forskningsfrågor. Vilket typ av syfte det är beror på vilken fråga undersökningen söker svar på.¹²¹



Figur 4.2: Undersökningsansatser.

En klassificering för undersökningen kan ske utifrån hur mycket kunskap som finns inom ett visst problemområde innan undersökningen startar.¹²² Undersökningar i ett visst område som är mer utforskat, där det finns luckor i kunskapen, kallas för *explorativa undersökningar* – där det främsta syftet är att inhämta så mycket kunskap som möjligt om ett bestämt problemområde.¹²³

En *deskriptiv undersökningsansats* är beskrivande och mer lämplig då ett problemområde, som det redan finns mycket kunskap om, ska behandlas.¹²⁴ En vidare förklaring är att den deskriptiva ansatsen lämpar sig bra när man behöver få en förståelse samt beskriva ett existerande förhållande.¹²⁵

¹¹⁷ Patel & Davidson (2011:24).

¹¹⁸ Ibid.

¹¹⁹ Ibid.

¹²⁰ Faarup & Hansen (2008:36).

¹²¹ Christensen (2001:54–55).

¹²² Patel & Davidson (2011:12).

¹²³ Ibid.

¹²⁴ Ibid.

¹²⁵ Ibid (13).

Hypotesprövande innebär att kunskapsmängden blivit ännu mer omfattande inom ett problemområde att den kan provas i undersökningar.¹²⁶ Forskaren utgår från en grundhypotes om det som ska undersökas och presenterar sedan en mothypotes, målet är sedan att finna tillräckliga bevis för att kunna se vilken av hypoteserna som är sann. Denna ansats kräver att det finns tillräcklig kunskap om det befintliga området, samt att teorier kan testas mot verkligheten.¹²⁷

Studiens undersökningsansats

I studien används en deskriptiv modell. Detta på grund av att författarna redan hade en viss mängd kunskap om problemområdet.

Vår kunskapsnivå gällande Göteborg city var relativt hög innan studien, då båda författarna är boende i Göteborg. För författarnas del handlar det därför främst om att beskriva och tolka de redan existerande förhållandena inom Göteborg city. Författarna begränsar sig även, som tidigare nämnts, till att undersöka besökarnas attityder till de olika shoppingkvarteren samt de demografiska variablerna.

4.4 Datainsamling

Vid datainsamling av information kan en kategorisering göras tidigt, beroende på vilken typ av data det handlar om – man skiljer mellan primär- och sekundärdata.¹²⁸

Primärdata

Primärdatan är data som marknadsundersökarna själva samlat in med hjälp av olika undersökningsmetoder.¹²⁹ Det vill säga genom att använda olika datainsamlingstekniker som är anpassade och nödvändiga för aktuell studie.¹³⁰ Med primära datainsamlingstekniker kan forskaren samla in olika typer av information – exempelvis demografiska, sociala och ekonomiska karaktäristiska såsom yrke, ålder, kön, inkomst och socialklass.¹³¹ En stor mängd av datan är just av denna sort, då en avgörande del av studien fokuserar på de demografiska variablerna i Göteborg city. Det finns flera olika primära datainsamlingstekniker, där några av de vanligaste är enkäter, intervjuer och observationer.¹³² Den främsta fördelen med primärdata är att forskaren samlar in information som är anpassad till undersökningsproblemet. Det tar dock vanligen längre tid att genomföra en primärdataundersökning, jämfört med att ta del av sekundärdata, vilket innebär att det oftast medför större kostnader.¹³³

¹²⁶ Patel & Davidson (2011:13).

¹²⁷ Ibid.

¹²⁸ Faarup & Hansen (2008:21).

¹²⁹ Christensen (2001:69).

¹³⁰ Ibid.

¹³¹ Ibid (102).

¹³² Ibid (103).

¹³³ Ibid (105).

Sekundärdata

Sekundärdata är den data som samlats in vid ett tidigare sammanhang och med ett annat syfte än den aktuella studien.¹³⁴ Det kan handla om antingen interna eller externa data, där tidskrifter, artiklar, litteratur, rapporter och annan information från olika databaser ingår.¹³⁵ Den främsta fördelen med sekundärdata är dess effektivitet när det gäller tid och kostnad.¹³⁶ Det går snabbt att få tag på relevant information som kan ligga till grund för den aktuella undersökningen. Sekundära data är i de flesta fall billigare att använda än primära data, vilket beror på att informationen redan samlats in vid ett tidigare skede samt att de ofta används av många. Däremot förekommer likväl nackdelar när det gäller sekundärdatan, vilket är tillförlitligheten. Den information som erhålls kan alltså vara irrelevant och inaktuell för den egna undersökningen.¹³⁷

Studiens datainsamling

Primärdatan i huvudstudien är baserad på den kvantitativa enkätundersökningen. Insamlingen genomfördes under två veckors tid, från den 28 november till den 12 december, innan respondenternas svar sammanställdes. Vidare består sekundärdatan främst av rapporter, artiklar, tidskrifter, tidigare uppsatser samt elektroniska källor för det aktuella ämnesområdet. Författarna sökte även genom vetenskapliga databaser såsom *Emerald Insight*, *Retriever Business* och *Business Source Premier* för att finna relevant och intressant data inom ämnesområdet. Dessa databaser finns tillgängliga via Göteborgs universitetsbibliotek.

4.5 Undersökningsmetod

De metodiska arbetssätt som i huvudsak finns inom den vetenskapliga forskningen är *kvantitativ* och *kvalitativ* metod. Metoderna skiljer sig åt vid insamlandet av information samt på vilket sätt informationen analyseras.¹³⁸

Med kvantitativ forskning innebär det att mätningar genomförs vid datainsamlingen samt att statistiska bearbetnings- och analysmetoder används.¹³⁹ Kvantitativ forskning fokuserar framförallt på mängd, antal och frekvens av kvantifierbara ting – variabler – som kan analyseras och bearbetas statistiskt.¹⁴⁰

I den kvalitativa forskningen utgörs den insamlade datan främst av ord, text och handlingar där innebörden fokuseras. Vidare beskrivet sker insamlingen av data med hjälp av exempelvis kvalitativa intervjuer, där analysen är av tolkande art.¹⁴¹

¹³⁴ Christensen (2001:88).

¹³⁵ Faarup & Hansen (2008:22).

¹³⁶ Christensen (2001:101).

¹³⁷ Ibid (101–102).

¹³⁸ Patel & Davidson (2011:111–120).

¹³⁹ Ibid (111).

¹⁴⁰ Christensen (2001:67).

¹⁴¹ Ibid (67–68).

Studiens undersökningsmetod

Mot bakgrund om vad som diskuterats ovan och att utgångspunkten med studien är att göra en attitydundersökning om hur besökarna upplever stadens shoppingkvarter och om de eventuellt skiljer sig åt demografiskt, anser författarna att en kvantitativ inriktad forskningsmetod lämpar sig bäst för studien. En anonym webbenkät utformades för att få den kunskap som eftersträvades.

Det finns flera fördelar med en webbenkät – bland annat snabbheten att utforma den samt att få svar från respondenterna, vilket ansågs vara av stor betydelse för studien.¹⁴² Utöver det är simpliciteten, både för författarna och respondenterna, en avsevärd fördel. Webbenkäten kunde utformas på ett smidigt och enkelt sätt med hjälp av formulärfunktionen i nättjänsten *Google Drive*, vilket hade varit mer komplicerat om exempelvis en postenkät hade använts istället. Dessutom behövs ingen bearbetning efter datainsamlingen, vilket medför att mer tid kan ägnas åt den statistiska analysen av den insamlade datan.¹⁴³ Något som motiverade författarna vidare till att använda en kvantitativ undersökningsmetod, är att de flesta tidigare undersökningar är av kvalitativ karaktär. Författarna upplever att det fanns ett behov av att göra en undersökning av detta område med en kvantitativ ansats.

När webbenkäten väl hade utformats och informationsbehovet fanns i form av noga utvalda frågor, uppkom den främsta utmaningen när det gäller datainsamlingen. Utmaningen är på vilket sätt enkäten skulle spridas för att få högsta möjliga svarsfrekvens. De kanaler författarna väljer, vilka är väldigt lägliga i tiden, är främst sociala medier. Webbenkäten delas via Facebook, Twitter & Instagram, samt personligen till nära och kära så att de kan dela den vidare. Utöver dessa kanaler sätter författarna upp affischer, som hänvisar till webbenkäten, på samtliga kommunala anslagstavlor i centrala Göteborg. Attitydundersökningens omfattning kräver inte en kvalitativ tolkande analys, utan den kan bearbetas och tolkas med statistisk metod, då den endast ger besökarna i Göteborg citys uppfattning kring de olika shoppingkvarteren.

4.6 Validitet

Det är viktigt att i varje undersökning kontrollera att de frågor som ställs är ett uttryck för det som ska mätas. Validitet handlar om huruvida en viss undersökning konkret mäter det som avses.¹⁴⁴ Dessutom är validitet en viktig del av såväl hanteringen av data som genomförandet av undersökningen. Det kan sägas att kvaliteten på en kvantitativ studie står och faller med graden av säkerhet i den insamlade informationen.¹⁴⁵ Vidare menat sker insamlingen av information vid en kvantitativ studie i form av mätning. Mätning avses att tilldela numeriska värden, det vill säga siffervärden, på ett entydigt sätt till det forskaren studerar.¹⁴⁶ Den bakomliggande tanken med mätningen är alltså att den studerande egenskapen har ett »sant« värde som inte varierar slumpmässigt.¹⁴⁷

I enkätundersökningen ställs frågorna med detta i åtanke, för att kunna få så valida svar som möjligt. Det är viktigt att frågorna ger ett tydligt budskap till respondenterna – detta för att få

¹⁴² Christensen (2001:142).

¹⁴³ Ibid.

¹⁴⁴ Faarup & Hansen (2008:19).

¹⁴⁵ Patel & Davidson (2011:101).

¹⁴⁶ Ibid.

¹⁴⁷ Ibid.

största möjliga mängd valida svar. Det kan förekomma problem när forskarna själva konstruerar de datainsamlingsinstrument som används vid kvantitativa undersökningar, vilket är att de inte på samma självklara sätt vet att de får information om just det de vill – inte heller vet forskarna hur pass säker informationen är.¹⁴⁸ Författarna måste helt enkelt veta att det som avses undersökas verkligen är det som undersöks, vilket är noggrant genomtänkt vid utformandet av frågorna till webbenkäten.

Trovärdigheten i de svar som erhålls kan i vissa fall bli något osäkra. Författarna kan tyda att någon enstaka respondent inte lagt mycket energi till sina motiveringar – vilket kan ge, i viss mån, missvisande eller mindre trovärdiga svar. Vidare kan det ifrågasättas, i de enskilda fallen, om de verkligen svarat ärligt på frågorna och motiverat som de verkligen tycker. Författarna kan även se att någon enstaka respondent motiverar sitt svar ganska orimligt – vilket kan minska trovärdigheten. Men i det stora hela anser författarna att de erhållit valida svar från respondenterna.

4.7 Reliabilitet

Reliabilitet avser mätmetodens förmåga att stå emot slumpmässiga fel. Ett mätning som är fullständigt reliabel har inga slumpmässiga fel.¹⁴⁹ För att undersökningen ska vara reliabel ska forskaren alltså kunna uppnå samma resultat vid användandet av samma mätmetod vid upprepande mättillfällen.¹⁵⁰

Det så kallade *observerade värdet* som erhålls från en individ innehåller både det »sanna värdet« och ett »felvärde«. Felvärdet kan bero på flera olika faktorer som inte går att styra.¹⁵¹ Instrumentet kan vara känsligt för slumpmässiga variationer, vilket gör att forskaren alltid erhåller olika värden vid upprepande mätningar.¹⁵² När minsta felvärdet har erhållits och individens sanna värde har befasts är instrumentet reliabelt.¹⁵³

Inom kvantitativ forskning antas studieobjektet ha ett »sant« värde som forskaren kan komma åt om mätningen sker noggrant.¹⁵⁴ När en enkät används som mätinstrument, som är fallet i denna studie, har författarna ingen möjlighet att kontrollera tillförlitligheten i förväg. Det enda som kan göras är att försäkra att individerna som besvarar enkäten uppfattar den som det är tänkt.¹⁵⁵ Enkäten bör alltså vara uppställd på ett bra sätt som gör den enkel att besvara, samt som tidigare nämnts, att frågornas formulering inte går att missuppfattas.¹⁵⁶ Forskaren testar enkäten på en grupp som motsvarar den tänkta målgruppen, eller på exempelvis goda vänner samt familjen, för att säkerställa detta.¹⁵⁷ I detta fall har författarna testat enkäten i förväg genom att uppmana familjemedlemmar besvara den. Detta bidrog till att frågorna och upplägget kunde utformas och förbättras innan enkäten publicerades. Författarna strävade efter att utforma neutrala frågor för att undvika att leda respondenterna i en viss riktning, vilket leder till mer uppriktiga svar.

¹⁴⁸ Patel & Davidson (2011:101).

¹⁴⁹ Christensen (2001:290).

¹⁵⁰ Ibid.

¹⁵¹ Patel & Davidson (2011:103).

¹⁵² Patel & Davidson (2011:103–104).

¹⁵³ Ibid (104).

¹⁵⁴ Ibid.

¹⁵⁵ Ibid (105).

¹⁵⁶ Ibid.

¹⁵⁷ Ibid.

Författarna kunde redan i ett tidigt skede se, när de tagit del av svaren från familjemedlemmars test av enkäten, att en viss otydlighet finns i vad som omfattar Innerstaden. Det finns en viss osäkerhet kring Innerstaden – vart dess gränser sträcker sig inom Göteborg City. Det handlar främst om personer som sällan besöker staden.

Reliabiliteten i undersökningen anses vara god. Det finns dock någon enstaka fråga där det skulle kunnat finnas fler svarsalternativ för att förenkla för respondenterna, samt underlätta analysen – vilket författarna tagit lärdom av och kommer att beakta vid eventuella framtida studier. Som svarsalternativ på vissa frågor i webbenkäten kan respondenterna välja om de är »shoppingturist« eller inte, dock är det få respondenter som angett detta svarsalternativ. Det kan innebära att alternativet är dåligt formulerat eller snarlikt något av de övriga alternativen. Respondenterna svarade på samtliga frågor, men det finns två individer som inte har motiverat sitt val i frågan om shoppingkvarter – vilket inte är obligatoriskt.

Författarna upptäckte dessutom ett mindre antal identiska svar som inkom inom en minuts tid. Detta kan antas vara på grund av ett tekniskt fel. Av de 213 svar som erhöles i studien har två dubletter upptäckts. Författarna valde att inte påverka det empiriska materialet, då endast trenderna i stora drag avsågs undersökas. Hade antalet dubletter varit fler hade det kunnat ha en avgörande påverkan på studien.

Eftersom majoriteten av deltagarna i undersökningen är i åldern 20–25 och få av respondenterna finns i de äldre åldersgrupperna, finns risken att resultatet inte blir representativt för hela befolkningen. Valet att utforma en webbenkät medförde att författarna förstod att risken finns att denna främst skulle nå yngre åldersgrupper, men på grund av den begränsade tidsramen beslutades det ändå att göras på detta vis.

Åldersindelningens intervall i webbenkäten är annorlunda mellan de yngre åldersgrupperna och de äldre åldersgrupperna. Författarna valde 5 års intervall mellan de yngre åldersgrupperna för att sedan ha 10 års intervall i de äldre åldersgrupperna. Främsta anledningen till detta är att ungdomar är en stor grupp inom detaljhandeln.¹⁵⁸

Det finns en risk att sammanslagningen av namnen *Centralen* och *Nordstan* kan ha påverkat en del av enkätsvaren. Författarna valde att använda benämningen *Centralen/Nordstan* för shoppingkvarteret, då Göteborg & Co gjorde på detta vis i uppdragsbeskrivningen.

¹⁵⁸ Pooler (2002:44).

Sammanfattningsvis anser författarna att studien skulle kunna genomföras på liknande sätt och att liknande svar skulle kunna erhållas om den genomfördes på nytt. Däremot skulle vissa frågor med all säkerhet formuleras tydligare så att de personer som inte bor i Göteborg förstår utan några eventuella missförstånd. Kännedomen när det gäller de olika shoppingkvarteren är olika stor, och vissa individer som bor en bit från Göteborg anser att de inte är lämpade för denna undersökning – då de förklarar att de inte känner till alla delar så bra.

Författarna kan alltså konstatera att frågorna i webbenkäten hade kunnat vara något tydligare för att förenkla studien för respondenterna. En uppfattning finns om vad som skulle kunna förbättras för att optimera studien – men i det stora hela är författarna nöjda med både validiteten och reliabiliteten.

4.8 Källkritik

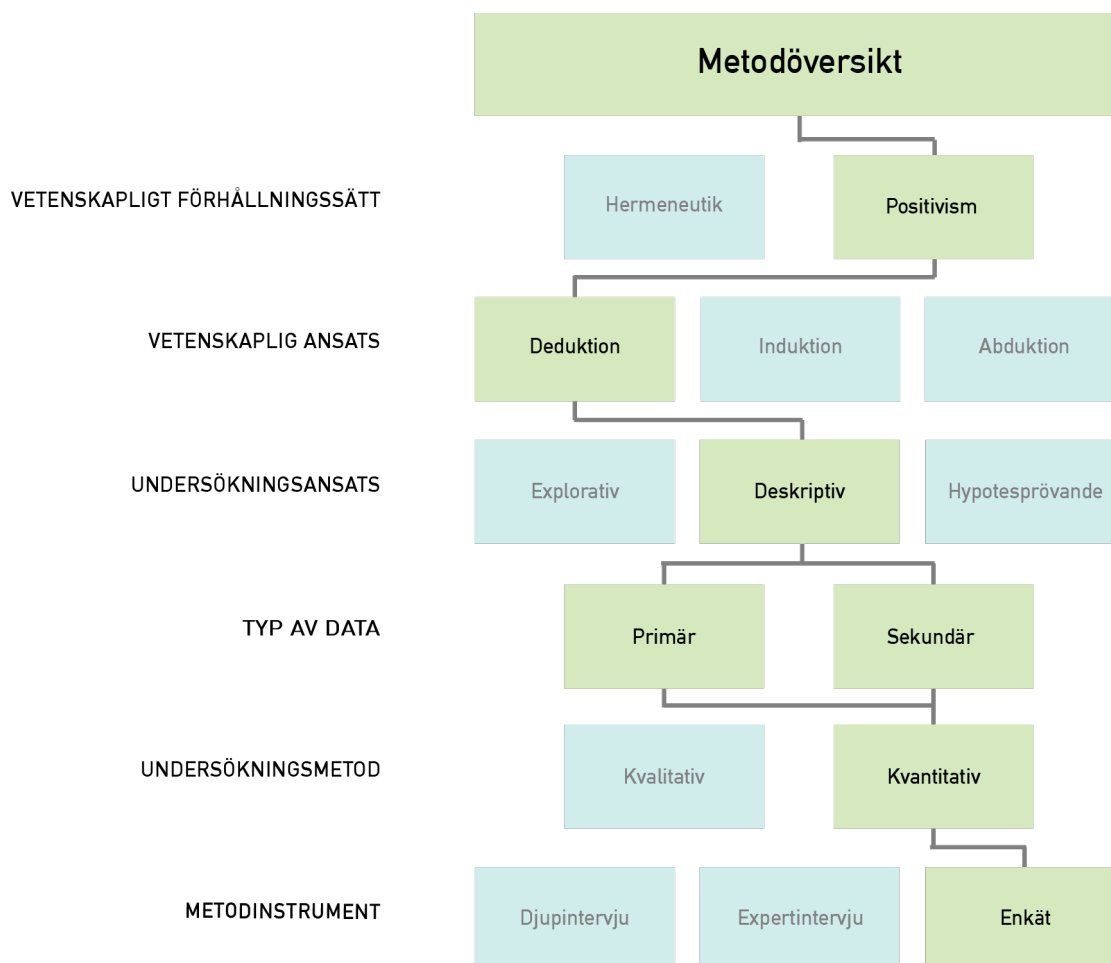
Källkritik handlar om att kontrollera fakta.¹⁵⁹ Sanningshalten i information som forskaren möter måste bedömas, vilket är ett problem källkritiken försöker lösa.¹⁶⁰ Författarna har valt att använda material från flera olika typer av källor i denna uppsats såsom olika elektroniska källor, litteratur samt tidigare uppsatser. Detta för att stärka uppsatsens trovärdighet. Genom *Göteborgs universitetsbibliotek* fick författarna tillgång till databaser såsom *Emerald Insight*, *Retriever Business* och *Business Source Premier*. Genom dessa tre databaser har författarna sökt och funnit relevant information som har värderats kritiskt. När det gäller elektroniska källor har författarna strävat efter att använda sig av information från pålitliga hemsidor. De rapporter och artiklar som används som underlag för denna studie har granskats noga, likväl avhandlingar och övrig litteratur som används.

¹⁵⁹ Thurén (2005:7).

¹⁶⁰ Ibid (9).

4.9 Metodsammanfattning

I figur 3.3 nedan presenteras de vetenskapliga förhållningssätt, vetenskapliga ansatser, undersökningsansatser, undersökningsmetoder, typer av data och metodinstrument som författarna har använt sig av uppsatsen. Börja med att studera figuren uppifrån och följ den svarta slingan nedåt för att ta del av de ansatser som använts i studien.



Figur 4.3: Metodöversikt.

Genom metodöversikten kan läsaren överst utläsa uppsatsens förhållningssätt, som är av positivistiskt slag. Uppsatsens vetenskapliga ansats är deduktion. Studiens undersökningsansats är deskriptiv, då författarna redan innan studien hade en viss mängd kunskap om problemområdet. Primärdatan i studien utgörs av den information och de svar som erhöles genom den kvantitativa webbenkäten. Sekundärdatan har hämtats från relevanta avhandlingar, artiklar, böcker och hemsidor.

5. Empiri och analys

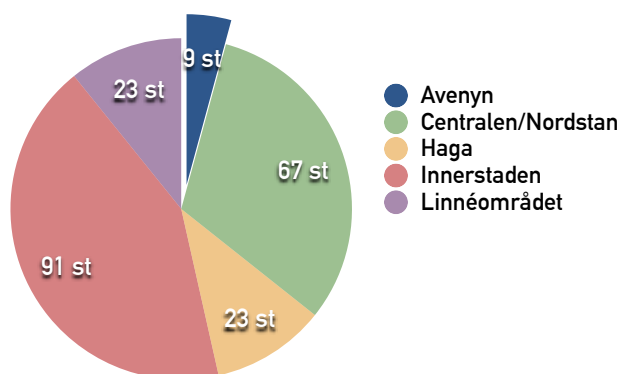
I följande kapitel presenteras och analyseras den empiriska data som samlats in från den anonyma webbenkäten. Då studien är av kvantitativ art och omfattande i datamängd har författarna valt att, för läsarens skull, slå ihop empiri och analys i ett och samma kapitel. Inledningsvis presenteras alltså analysen av empirin för de attityder respondenterna har kring Göteborg citys shoppingkvarter. Sedan analyseras de demografiska variablerna hos besökarna i respektive shoppingkvarter. Därefter följer analysen av de närliggande konkurrerande shoppingdestinationerna för Göteborg city. Avslutningsvis analyseras den, ur konsumentens synvinkel, upplevda helhetsbilden av Göteborg city som shoppingdestination.

5.1 Attityder

Som en del av studien har författarna valt att utföra en attitydundersökning hos stadens shoppingbesökare. Undersökningen avser finna svar på vilka shoppingkvarter besökare och boende föredrar samt vad de kopplar ihop med dessa. Författarna anser att denna kunskap bidrar till att få en klarhet i hur respondenterna upplever helhetsbilden av Göteborg city.

Avenyn

Vilket är ditt favoritshoppingkvarter?



Figur 5.1: Favoritshoppingkvarter – Avenyn.

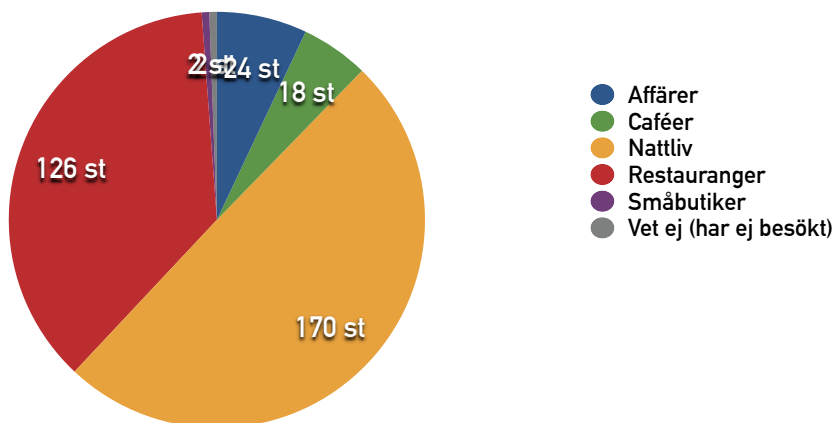
Stort enkelt
affärer
bekvämt
handla

Figur 5.2: Ordmoln – Avenyn.

I cirkeldiagrammet i *figur 5.1* kan läsaren utläsa hur stor andel av respondenterna som anser att Avenyn är deras favoritshoppingkvarter – 9 personer, (eller 4 procent) av den deltagande populationen anser detta. Anledningen till varför Avenyn är favoritkvarteret enligt dessa respondenter är att det är stort och enkelt att lokalisera, samt att det finns många affärer inom ett litet område som då gör det bekvämt att shoppa där. Detta kan illustreras i det så kallade *ordmolnet* i *figur 5.2*. Ordmolnet sammanställer de mest förekommande orden som respondenterna använt sig av för att beskriva sina favoritkvarter och arrangerar orden i storleksordning efter hur många gånger ordet förekommer (författarna har valt att filtrera bort ord som inte är av beskrivande art).

Till webbenkäten utformades en fråga angående vad varje enskild respondent kopplar ihop med respektive shoppingkvarter. Enligt cirkeldiagrammet nedan kan läsaren tydligt se vad de olika respondenterna kopplar ihop med Avenyn. De kunde välja 1–2 alternativ (de kunde inte »kryssa blankt«).

Vad kopplar du främst ihop med Avenyn?



Figur 5.3: »Vad kopplar du främst ihop med Avenyn?«.

Det går tydligt att se i *figur 5.3* att respondenterna associerar nattnivet samt utbudet av restauranger till Avenyn. De har alltså en tydlig bild av vad detta shoppingkvarter har att erbjuda, men den andel som föredrar Avenyn som shoppingkvarter påpekar tillgängligheten, läget och shoppingen som de avgörande faktorerna till ett besök.

Det finns ett ramverk för analys av turistdestinationer, det innehåller sex byggstenar som tillsammans skapar en unik marknadsmix för destinationen.

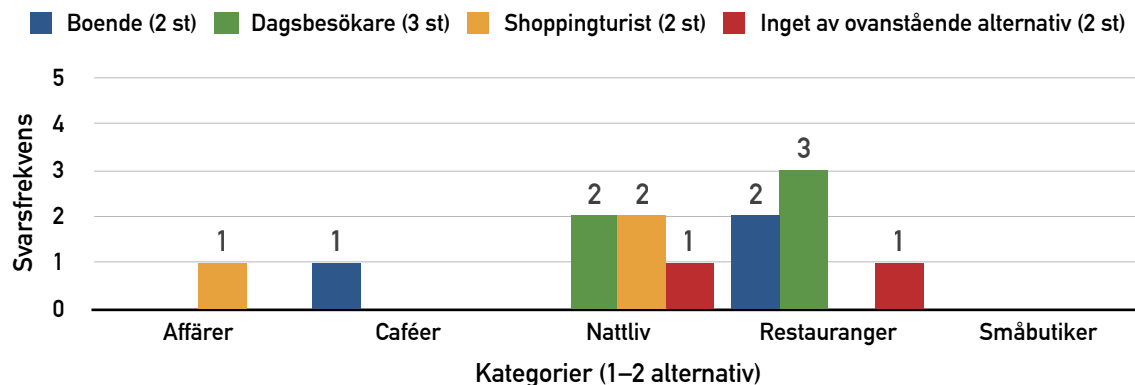
Dessa byggstenar är;

- attraktioner,
- tillgänglighet,
- bekvämligheter,
- tillgängliga paketeringar,
- aktiviteter,
- samt stödtjänster.¹⁶¹

Dessa förklaras utförligare i den teoretiska referensramen. Det författarna vill ha sagt är att dessa byggstenar kan finnas representerade på ett eller annat sätt på Avenyn vilket då ger denna upplevda bild.

¹⁶¹ Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd & Wanhill (1998).

Då antalet respondenter som föredrar Avenyn är relativt få blev variationen mellan huruvida de är boende eller besökare väldigt jämnt fördelat – vilket kan illustreras i stapeldiagrammet nedan.



Figur 5.4: Besökare/boendes associationer – Avenyn.

Enligt teorier inom destinationsmarknadsföring kan Avenyn framstå som »en symbol för Göteborg« vilket då kan uppmärksamma samt locka många besökare till denna del. Vidare kan detta förtydligas med hjälp av »Balance Theory«, som kan förklara varför majoriteten kopplar ihop Avenyn med nattliv och restauranger. Denna teori beskriver hur varje enskild individs attityder påverkas av andra människor och deras attityder. Teorin innebär att konsumenter försöker upprätthålla en balans mellan kognitiva och affektiva element, och i detta avseende stämmer teorin överens med det som kallas kognitiv konsistens (eller överensstämmelse).¹⁶² Om vi upplever en inkonsistens mellan elementen eller komponenterna, kommer vi att förändra vår attityd för att skapa harmoni.

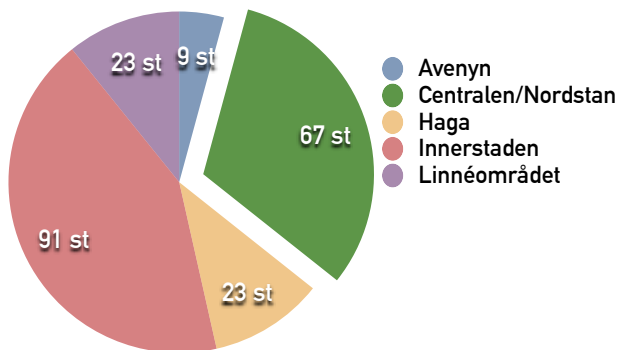
Det kan tilläggas att även »Social Judgment Theory« kan påverka enskilda individer i detta avseende, då individer utvärderar alla sociala och perceptuella stimuli till en referenspunkt eller jämförelsestandard. Där olika individer möjligtvis följer normen och alltså exempelvis »festar på Avenyn då alla andra går dit«.¹⁶³

¹⁶² Heider (1958).

¹⁶³ Sherif & Hovland (1961).

Centralen/Nordstan

Vilket är ditt favoritshoppingkvarter?



Figur 5.5: Favoritshoppingkvarter – Centralen/Nordstan.



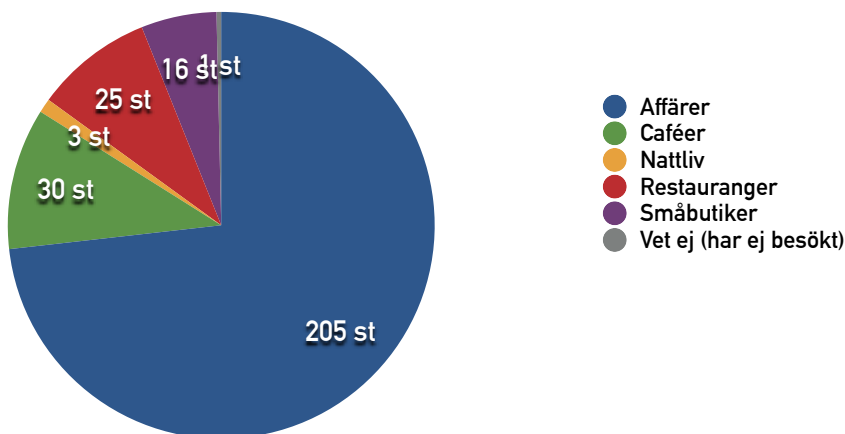
Figur 5.6: Ordmoln – Centralen/Nordstan.

I figur 5.5 kan läsaren se hur stor andel av respondenterna som anser att Centralen/Nordstan är deras favoritshoppingkvarter – där 67 av 213 personer anser detta. Respondenterna anger framförallt två olika anledningar till varför Centralen/Nordstan är deras favoritkvarter – det varierande och rika utbudet, samt tillgängligheten. I figur 5.6 ovan kan läsaren se de ord som respondenterna främst använt för att beskriva varför de föredrar att handla på Centralen/Nordstan.

Som tidigare nämnts utformades en fråga när det gäller vad varje enskild respondent kopplar ihop med respektive shoppingkvarter. När det gäller Centralen/Nordstan kan ett tydligt samband skådas mellan respondenternas motivering till varför de föredrar detta shoppingkvarter, samt den upplevda bilden av det samma – alltså vad varje enskild respondent kopplar ihop med Centralen/Nordstan.

I figur 5.7 kan läsaren tydligt se vad respondenterna kopplar ihop med Centralen/Nordstan.

Vad kopplar du främst ihop med Centralen/Nordstan?



Figur 5.7: »Vad kopplar du främst ihop med Centralen/Nordstan?«.

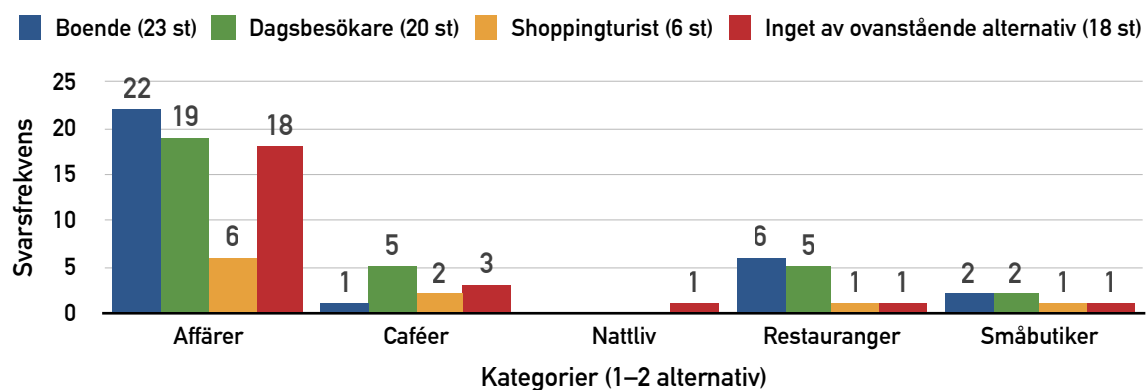
När statistiken analyseras kan det konstateras att en väldigt stor del relaterar detta shoppingkvarter med främst affärer. 205 respondenter associerar Centralen/Nordstan med affärer. Vidare finns det vissa uppfattningar om inslag av kaféer och restauranger. För att förtydliga kunde respondenterna alltså välja 1–2 alternativ. I detta fall är den upplevda bilden av Centralen/Nordstan densamma som orsaken till att respondenterna valt detta som favoritkvarter – utbudet av affärer är alltså en dominerande faktor.

Det finns det tre huvudsakliga orsaker till en god shoppingturism;

- varor,
- destination,
- samt priser.¹⁶⁴

I och med att Nordstan är ett av Sveriges största köpcentrum, och att tillgängligheten för bilister och tågresenärer är väldigt god, kan författarna se att dessa tre faktorer är mycket konkurrenskraftiga hos det nämnda shoppingkvarteret. Det går att se en tydlig trend till att allt fler konsumenter åker längre för att inhandla sina varor.¹⁶⁵ Centralen/Nordstans lättillgänglighet samt rika utbud gör attraktionskraften stor. Utöver detta finns en atmosfär med ett generöst utbud av event och upplevelser som kompletterar shoppingen. Allt fler konsumenter blir mer kräsna när de ska handla. Shoppingen bör innehålla en upplevelse i sig, där en heldag i exempelvis ett köpcentrum kan vara ett alternativ.¹⁶⁶

När svaren huruvida respondenterna som föredrar Innerstaden är boende eller besökare studeras, blev resultatet även här ganska jämnt fördelat.



Figur 5.8: Besökare/boendes associationer – Centralen/Nordstan.

Figur 5.8 kan förklara denna fördelning genom att Nordstan är ett rent shoppingcentrum som lockar shoppare i alla demografiska segment.

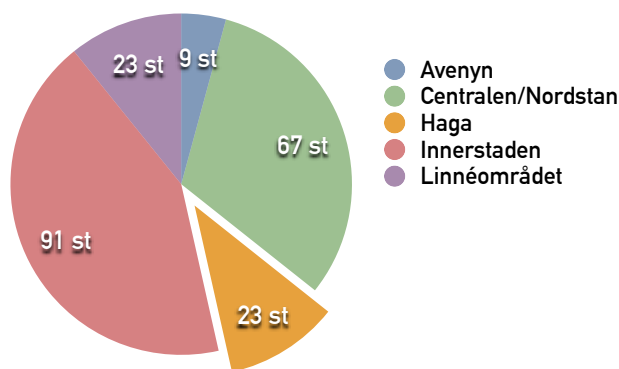
¹⁶⁴ Timothy (2005).

¹⁶⁵ Cronholm & Kolterjahn (2005).

¹⁶⁶ Ibid.

Haga

Vilket är ditt favoritshoppingkvarter?



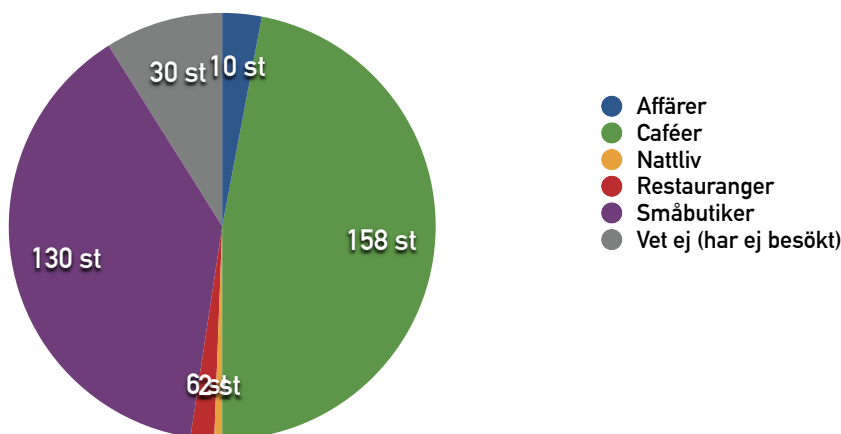
Figur 5.9: Favoritshoppingkvarter – Haga.



Figur 5.10: Ordmoln – Haga.

Figur 5.9 visar hur många i undersökningen som anser att Haga är deras favoritshoppingkvarter – 23 av 213 respondenter tyckte detta. Den främsta anledningen till det är atmosfären. Väldigt många har svarat att de anser att Haga är ett mysigt och trevligt shoppingkvarter, med fina byggnader samt charmiga småbutiker och kaféer. Författarna fann det intressant att just ordet »mysigt« användes så frekvent, då Hagas slogan är »Cosy shopping & fika since 1648«¹⁶⁷ (Engelskans »cosy« översätts ungefär som »mysigt« på svenska). Om denna slogan är skapad utefter vad opinionen har för uppfattning om gatan, eller om den sökt sig in i besökarnas undermedvetna är svårt att säga, men det är ändå ett intressant sammanträffande som författarna vill lyfta fram. Vidare undersöktes vad samtliga respondenter främst kopplar ihop med Haga. Där visar svaret samma tydliga samband mellan orsakerna till varför de föredrar shoppingkvarteret som vad respondenterna kopplar ihop med Haga.

Vad kopplar du främst ihop med Haga?



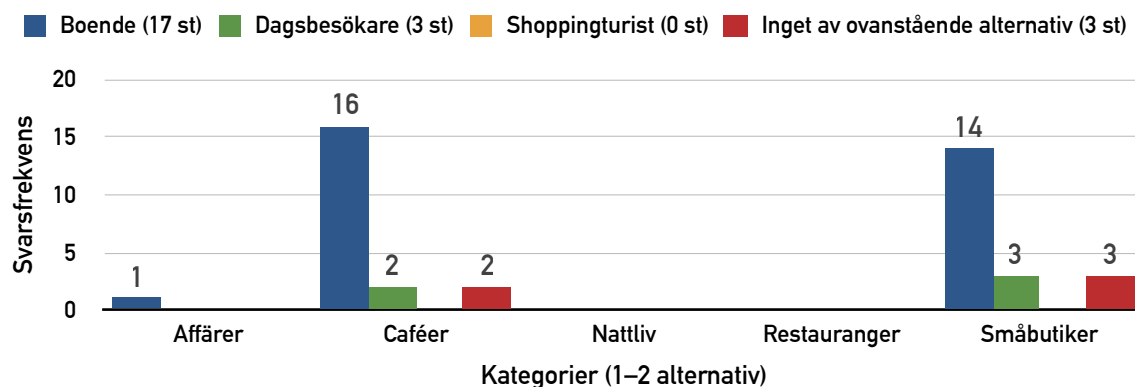
Figur 5.11: »Vad kopplar du främst ihop med Haga?».

¹⁶⁷ Göteborgslokaler. Om Haga. 2013.

Haga som shoppingkvarter har ett väldigt tydligt budskap till besökarna. De allra flesta har genomgående kopplat ihop Haga med kaféer och småbutiker – då respondenterna fick välja 1–2 alternativ på denna fråga kan författarna se att kaféer och småbutiker dominerade hos de 213 svarande.

Precis som Centralen/Nordstan förmedlar Haga en upplevd bild som stämmer överens med orsaken till varför en del av respondenterna föredrar Haga som shoppingkvarter. En tydlig majoritet av svaren från respondenterna poängterade den mysiga atmosfären i Haga. Ett av de mest varaktiga synsätten på attityder är påståendet att en attityd består av tre komponenter – *kognitiva* (åsikter), *affektiva* (känslor) och *konativa* (beteendebenägenhet). Dessa attitydkomponenter betonas under det inledande kapitlet, som en del i attitydundersökningen när det gäller helhetsbilden av Göteborg city. Det författarna vill poängtera i detta fall är vikten av de affektiva komponenterna som tycks ligga till grund för den upplevda bilden av Haga. Haga tycks förmedla en harmonisk och mysig stämning till besökarna, och dessa känslokomponenter kan förstärkas genom ytterligare stimuli – då dessa känslor kan vara både positiva eller negativa samt att de grundar sig på de åsikter om objektet som personen i fråga har.¹⁶⁸

Något som bör noteras är den andel av deltagarna som inte har besökt shoppingkvarteret. 30 stycken av respondenterna har alltså inte någon uppfattning om vad Haga har att erbjuda. När författarna utläser huruvida respondenterna som föredrar Haga är boende eller besökande, blev resultatet väldigt tydligt – vilket kan illustreras i *figur 5.12*.



Figur 5.12: Besökare/boendes associationer – Haga.

De flesta som valt Haga som favoritdel inom Göteborg city är boende i staden. Innebär det att stadens turister inte får tillräcklig information om Haga? Eller är inte tillgängligheten tillräckligt bra för detta shoppingkvarter? God infrastruktur, i detta fall bra förbindelser, mellan de olika shoppingkvarteren. Dessutom krävs stödtjänster till shoppingen i viss form för att locka turister.¹⁶⁹ Då majoriteten associerar Haga med småbutiker och kaféer är det inte självklart att besökarna attraheras tillräckligt mycket av utbudet i Haga, då ett snarlikt utbud likväl finns i de övriga shoppingkvarteren.

¹⁶⁸ Evans, Jamas & Foxall (2008:76–78).

¹⁶⁹ Bohlin & Elbe (2011).

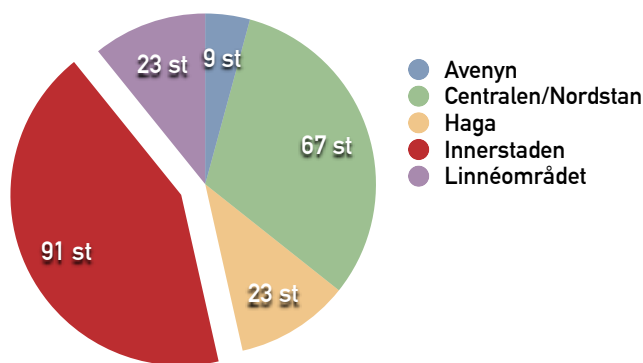
En attraktion bör finnas för att locka individer att besöka den tänkta destinationen.¹⁷⁰ Genom att förstärka Hagas egenskaper i detta fall skulle det eventuellt kunna locka fler besökare, dock måste det psykologiska avståndet vara i åtanke – där en kombination med förbindelsen och attraktionen är viktig för att framhäva det goda med Haga.

Under analysen av undersökningen har författarna upptäckt att Haga och Linnéområdet har flera gemensamma nämnare. Dessa shoppingkvarter ligger geografiskt nära varandra och det psykologiska avståndet från de övriga shoppingkvarteren gör att majoriteten av stadens besökare inte verkar finna några tillräckligt starka incitament till att ta denna omväg. Det författarna menar med detta är att Haga och Linnéområdet saknar »shoppingturismagneter«. En fortsatt diskussion kring detta sker längre fram i detta kapitel, där Linnéområdet beskrivs mer djupgående.

¹⁷⁰ Bohlin & Elbe (2011).

Innerstaden

Vilket är ditt favoritshoppingkvarter?



Figur 5.13: Favoritshoppingkvarter – Innerstaden.



Figur 5.14: Ordmoln – Innerstaden.

I *figur 5.13* kan läsaren se andelen som anser att Innerstaden är det mest populära shoppingkvarteret – 43%, eller 91 av de 213 personer som svarade på enkäten anser detta. Anledningarna till varför flest respondenter valt detta shoppingkvarter som favorit kan studeras via *figur 5.14*. Framförallt det stora utbudet av olika affärer och butiker som lockar besökare. Några andra vanligt förekommande motiveringar är exempelvis att omgivningen är trevligare än i köpcentrumet Nordstan. En stark faktor är den varierade gatumiljön, som väcker intresse och ger ett positivt intryck på besökarna.

En jämförelse med Nordstan tycks komma på tal relativt ofta och vissa anser att den upplevda stressen och mängden människor inte uppenbarar sig lika tydligt i Innerstaden. Det kan alltså vara logiskt att Innerstaden är det populäraste shoppingkvarteret enligt respondenterna – då många av de viktigaste aspekterna till god shoppingturism finns inom detta shoppingkvarter.¹⁷¹ En väl fungerande infrastruktur, stödtjänster för shopping, samt attraktioner bör finnas för att en plats ska kunna definieras som en turistdestination.¹⁷² Det är alltså dessa tre faktorer ovan som motiverar individer till att åka till den specifika destinationen. Innerstaden hyser dessa faktorer som på ett eller annat vis kan tilltala samtliga besökare.

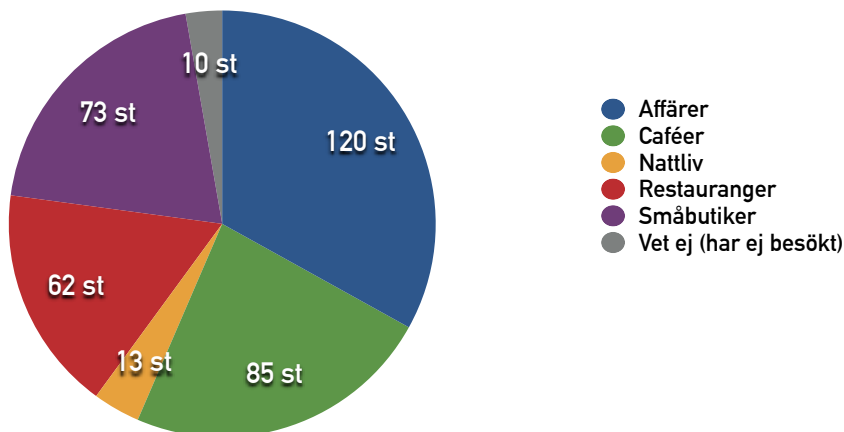
När författarna studerar svarsfördelningen i cirkeldiagrammet i *figur 5.15* konstateras det att affärer, kaféer, restauranger och småbutiker är ungefär lika dominerande i respondenternas upplevda bild av Innerstaden – vilket är unikt i denna undersökning. Inget annat shoppingkvarter har denna jämna fördelning. Som undersökningen antyder är Innerstaden det populäraste shoppingkvarteret. Eftersom de faktorer för god shoppingturism, som beskrivs ovan, är väl utvecklade i Innerstaden kan det förklara varför den upplevda bilden av Innerstaden är så pass positiv.¹⁷³

¹⁷¹ Bohlin & Elbe (2011).

¹⁷² Ibid.

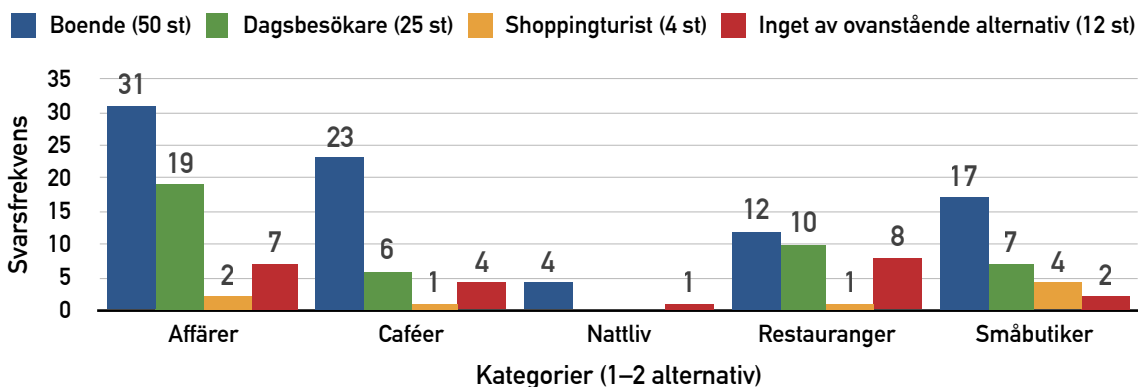
¹⁷³ Ibid.

Vad kopplar du främst ihop med Innerstaden?



Figur 5.15: »Vad kopplar du främst ihop med Innerstaden?«.

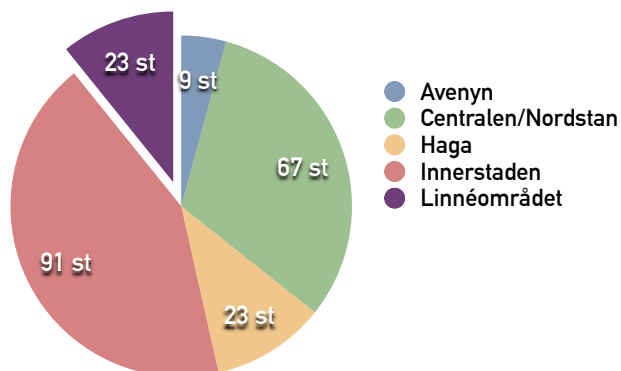
När författarna studerar huruvida respondenterna som föredrar Innerstaden är besökare eller boende, blev resultatet relativt jämnt fördelat – dock är majoriteten boende i staden (lite mer än hälften). Detta kan illustreras i figur 5.16. Jämförs andelen boende som föredrar Innerstaden i förhållande till Centralen/Nordstan kan läsaren se att denna andel är större i Innerstaden jämfört med Centralen/Nordstan. Författarna anser att en orsak till detta skulle kunna vara att Centralen/Nordstan är mer bekvämt och lättillgänglig för besökare och shoppingturister jämfört med Innerstaden. Centralen/Nordstan har informationstavlor, goda parkeringsmöjligheter, närhet till kommunikationer, turistbyrå och så vidare. Innerstaden är utspridd på en större yta som kan vara svårare att orientera sig i för besökare utan tidigare kännedom om området.



Figur 5.16: Besökare/boendes associationer – Innerstaden.

Linnéområdet

Vilket är ditt favoritshoppingkvarter?



Figur 5.17: Favoritshoppingkvarter – Linnéområdet.

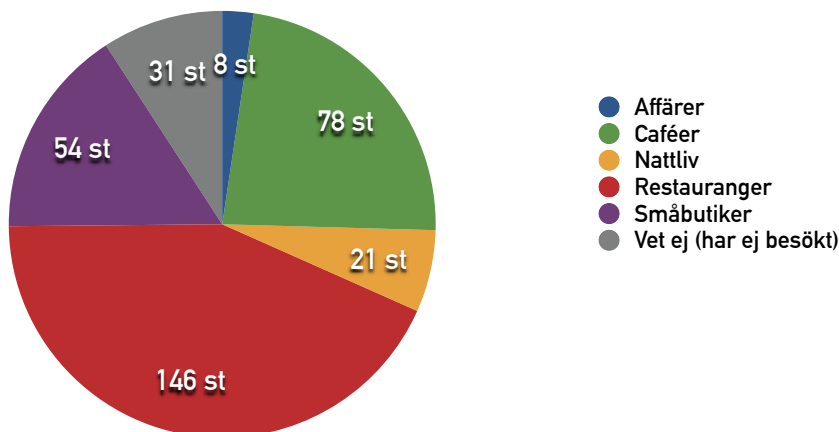


Figur 5.18: Ordmoln – Linnéområdet.

I figur 5.17 kan läsaren se att det är 23 av 213 personer som tycker bäst om Linnéområdet som shoppingkvarter. Förklaringarna till detta är olika, men där huvudorsakerna är atmosfären, utbudet och läget – många skrev att de bodde nära Linnéområdet, eller att det är en naturlig plats att passera.

Svaret för vad samtliga respondenter kopplar ihop med detta shoppingkvarter blev väldigt tydligt – vilket kan illustreras i figur 5.19.

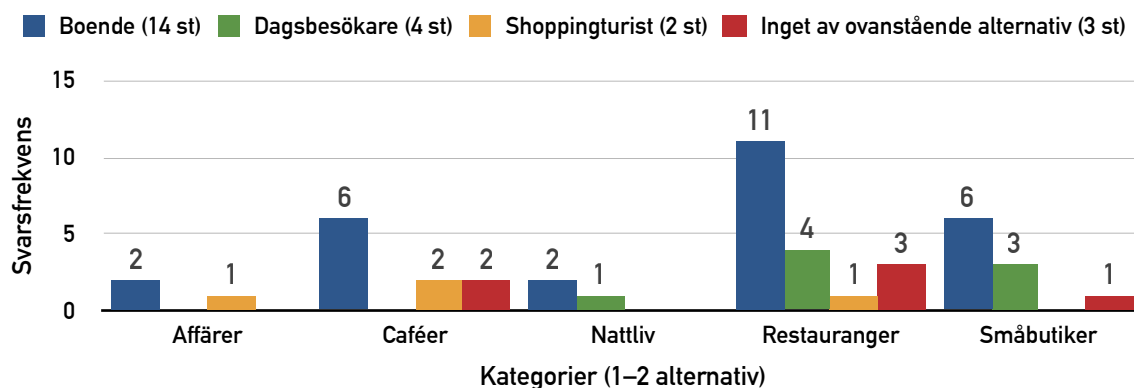
Vad kopplar du främst ihop med Innerstaden?



Figur 5.19: »Vad kopplar du främst ihop med Linnéområdet?«.

Linnéområdet utmärker sig främst genom sitt utbud av restauranger – då återigen 1–2 alternativ kunde väljas. Av samtliga 213 stycken har alltså 146 personer svarat att de upplever detta shoppingkvarter med restauranger. Noterbart för detta shoppingkvarter, som även visade sig för Haga, är den andel som inte besökt Linnéområdet. 31 personer i undersökningen har inte besökt Linnéområdet.

När författarna utläste huruvida respondenterna som föredrar Linnéområdet är boende eller besökare, blev resultatet väldigt tydligt – vilket illustreras i *figur 5.20*.



Figur 5.20: Besökare/boendes associationer – Linnéområdet.

De flesta som valt Linnéområdet som favoritdel inom Göteborg city är, likt fallet med Haga, är boende i staden. I *figur 5.20* ovan kan läsaren tydligt se hur de blåa staplarna bekräftar detta faktum. En återkoppling till teorin när det gäller god infrastruktur och förbindelser, samt de stödtjänster som kan behövas för att stärka en shoppingdestination kan förklara denna situation.¹⁷⁴ Det psykologiska avståndet till Linnéområdet från de övriga shoppingkvarteren kan upplevas som större när utbudet inte skiljer sig avsevärt mycket i jämförelse med exempelvis Avenyn. För den vanliga turisten och dagsbesökaren behövs något extra, en tydlig attraktion, för att få dessa att bege sig till Linnéområdet. Likt Haga upplevs detta shoppingkvarter som något avsidet i jämförelse med Avenyn, Centralen/Nordstan och Innerstaden. Det är enligt författarna ganska förstaeligt, då dessa marknadsförs tydligare för besökare samt har det utbud som majoriteten av shoppingturister kan tänkas efterfråga. Däremot kan besökarna som inte beger sig till Linnéområdet, och även Haga, missa de smultronställen och unika utbudet som karaktäriserar dessa två shoppingkvarter.

¹⁷⁴ Bohlin & Elbe (2011).

5.2 Demografi

I detta avsnitt kan läsaren ta del av demografiska data som avspeglar hur de olika shoppingkvarterens besökare eventuellt skiljer sig åt. I det inledande kapitlet betonas att respondenternas upplevda helhetsbild av Göteborg city är viktig att få kunskap om. Genom att analysera det empiriska materialet kring de demografiska variablerna kan författarna komma ett steg närmre syftet med studien.

Till en början nämns hur de demografiska variablerna *kön, ålder, civilstånd* och *sysselsättning* ser ut i respektive shoppingkvarter. Slutligen väljer författarna att illustrera hur fördelningen är mellan de olika shoppingkvarteren med hänsyn till variablerna kön och ålder. Författarna anser att det ger den tydligaste och mest relevanta översikten kring varje shoppingkvarter. De övriga variablerna kan läsaren ta del av via appendix. Då personer under 12 år eller över 17 år inte besvarat enkäten har författarna valt att inte ha med dessa ålderskategorier i redovisningen då detta inte bidrar med något värde vare sig för läsaren eller analysen.

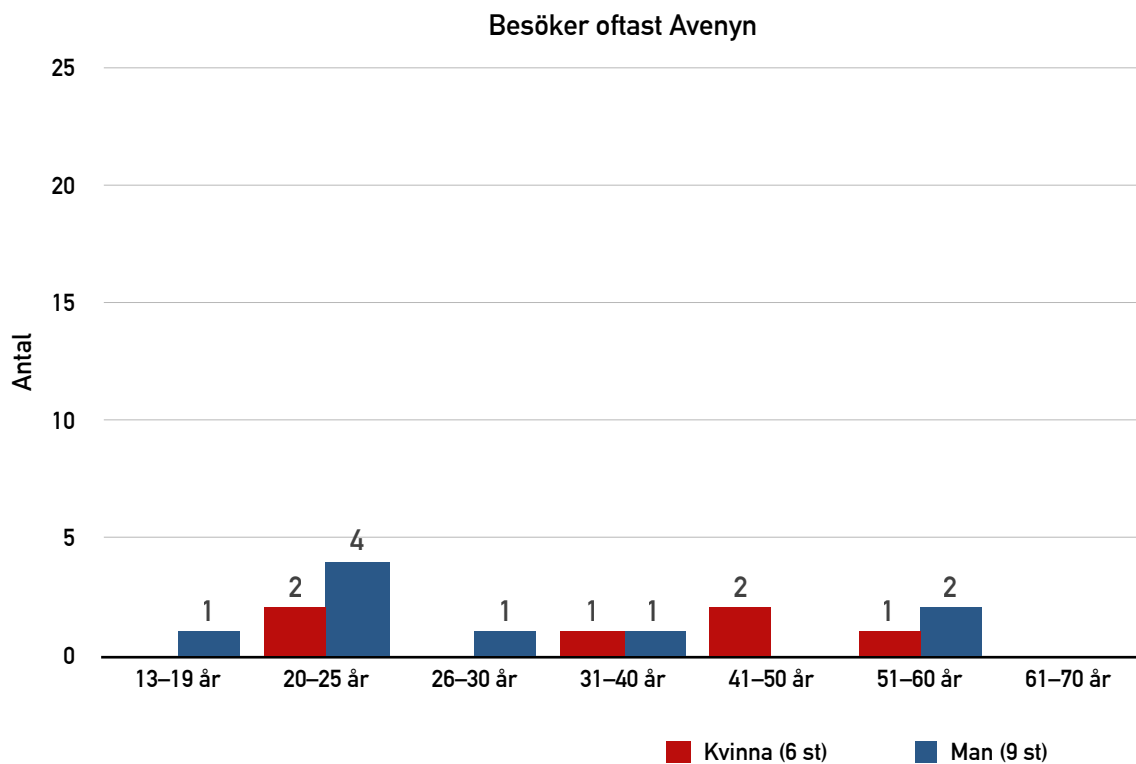
De olika shoppingkvarteren illustreras med hjälp av ett stapeldiagram med de demografiska variablerna kön och ålder för de individer som oftast besöker dessa, samt ett cirkeldiagram med utförligare förklaringar kring orsakerna till varför de gör detta.

Nivån på staplarna i *figur 5.21* indikerar antalet respondenter som besöker det angivna shoppingkvarteret. Författarna väljer att ha samma skala på y-axeln för samtliga shoppingkvarter – detta för att förtydliga skillnaden mellan antalet besökare i de olika shoppingkvarteren. Detta gör att staplarna i nedanstående diagram blir mycket lägre än de i diagrammet för exempelvis Centralen/Nordstan – vilket förtydligar att antalet besökare är större i det sistnämnda shoppingkvarteret.

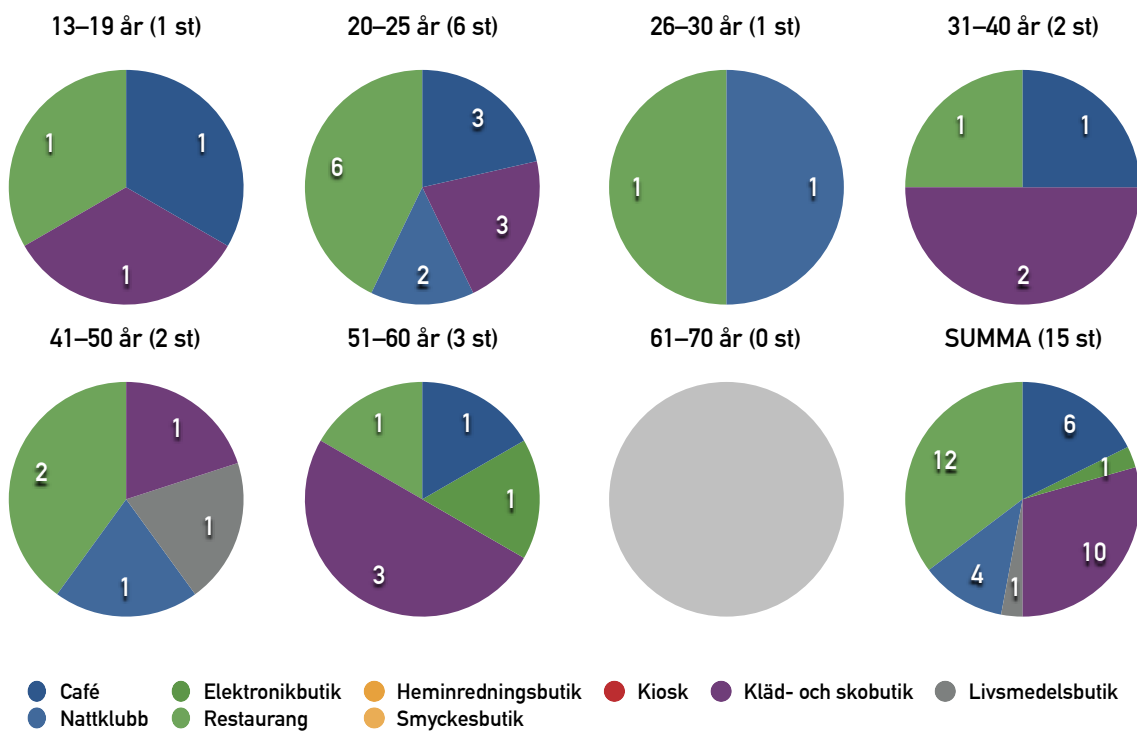
Vidare illustreras en översikt för de orsaker till *varför* respondenterna besöker det specifika shoppingkvarteret – där högst tre alternativ kan väljas. I *figur 5.22* nedan är uppdelningen gjord mellan *åldersgrupper*. Antalet svarande för respektive åldersgrupp visas inom parentes. De olika färgerna indikerar vilken kategori – orsak – till varför individerna i respektive åldersgrupp oftast besöker shoppingkvarteret.

Ett summeringsdiagram finns för varje enskilt shoppingkvarter där läsaren kan se vilken kategori som är mest betydande – har störst attraktionskraft – för det specifika shoppingkvarteret.

Avenyn

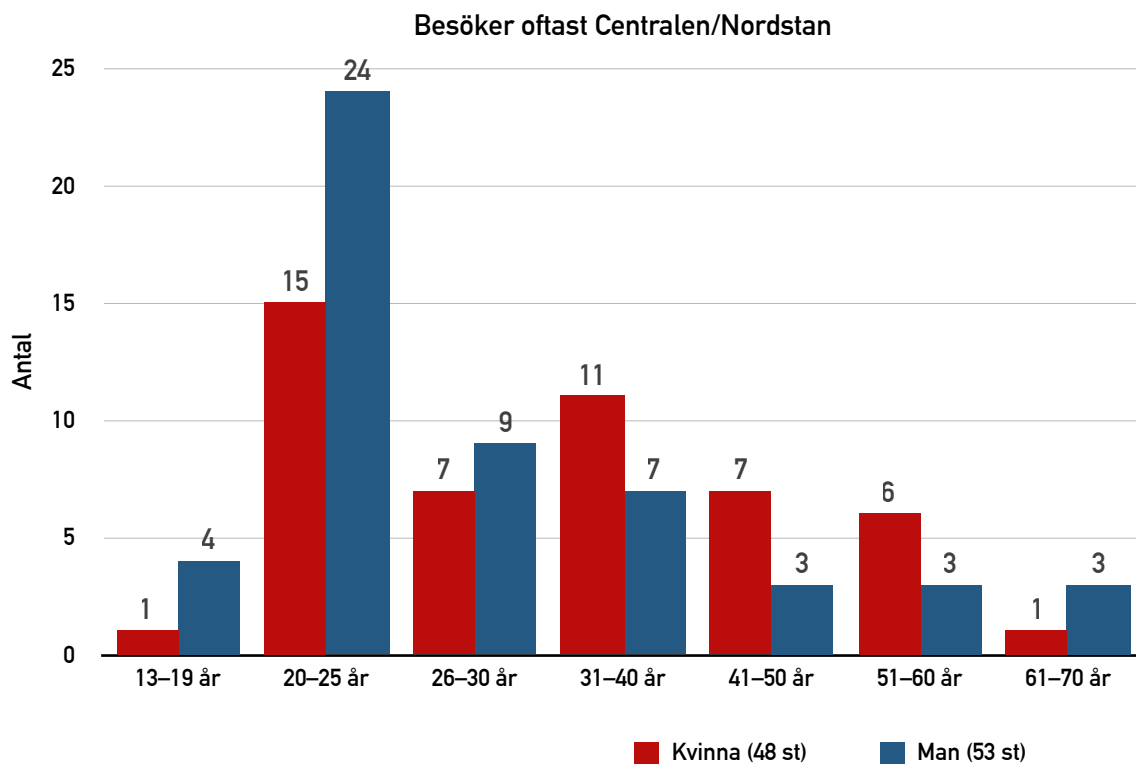


Figur 5.21: »Besöker oftast Avenyn«.

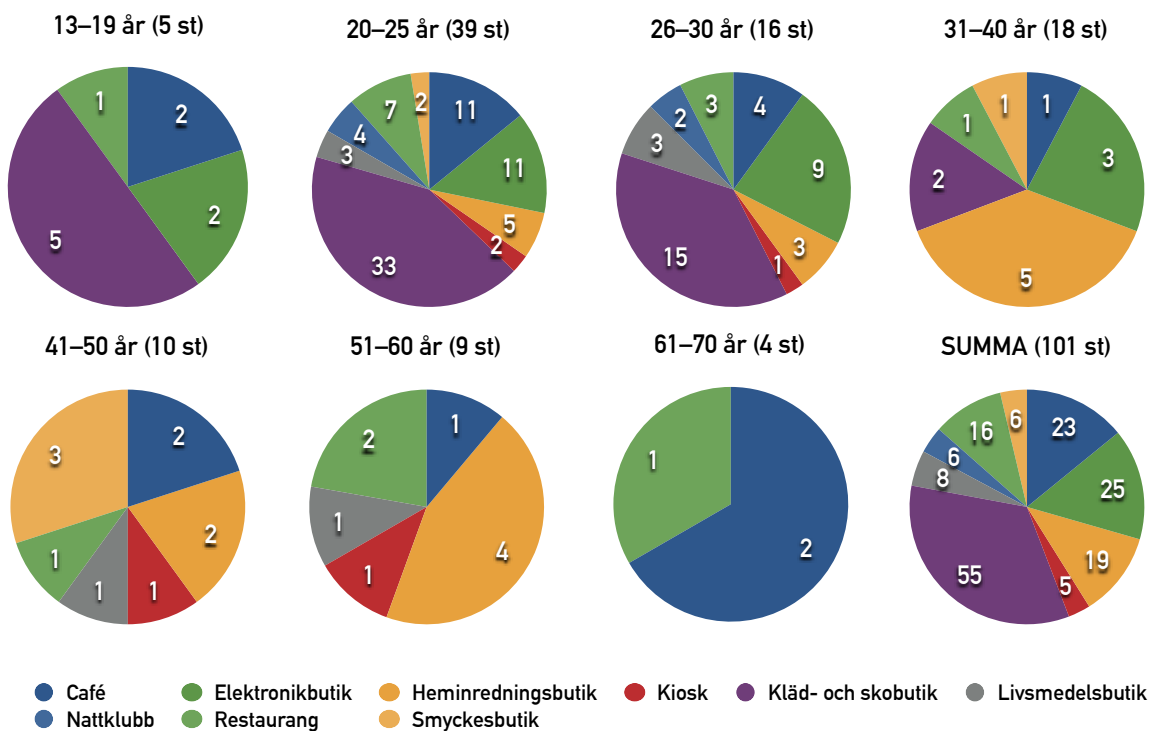


Figur 5.22: »Varför besöker du oftast Avenyn?«.

Centralen/Nordstan

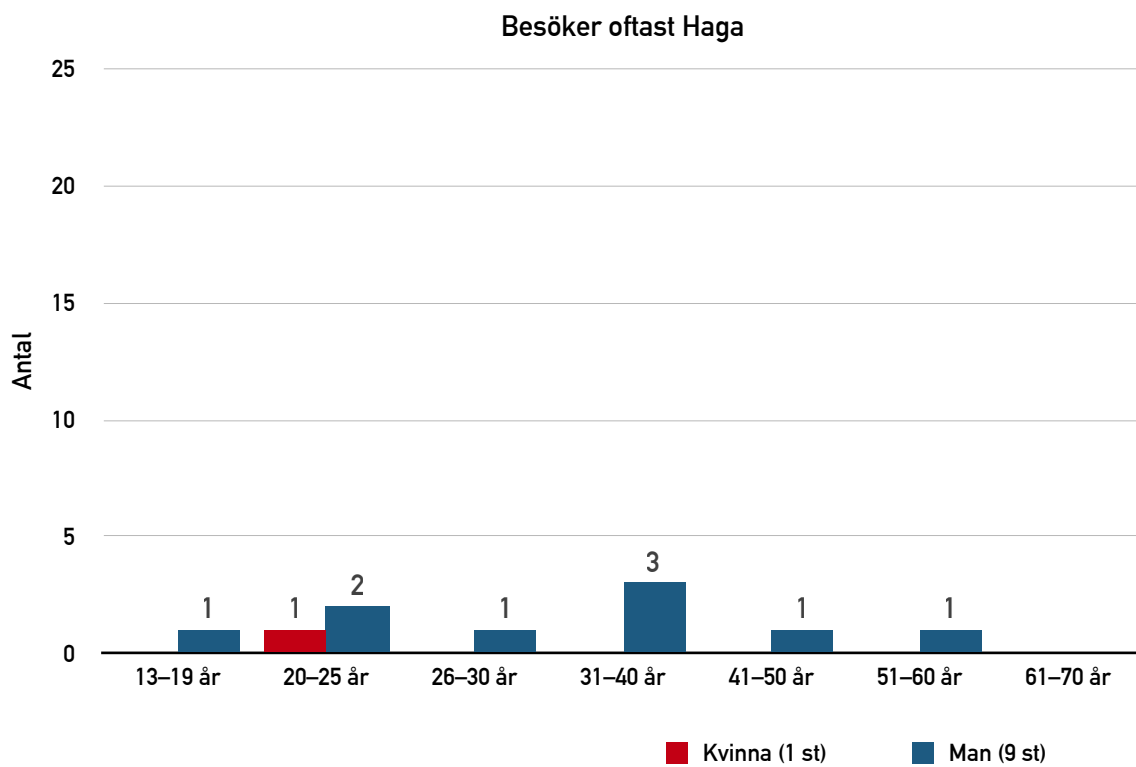


Figur 5.23: »Besöker oftast Centralen/Nordstan«.

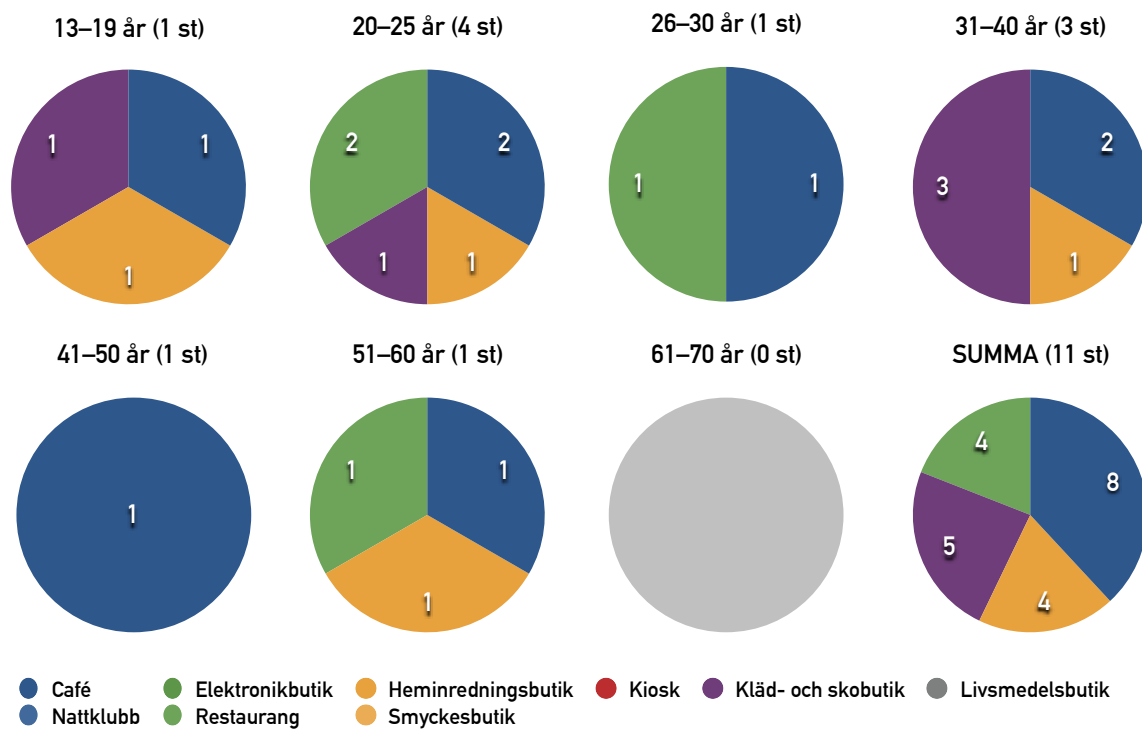


Figur 5.24: »Varför besöker du oftast Centralen/Nordstan?«.

Haga

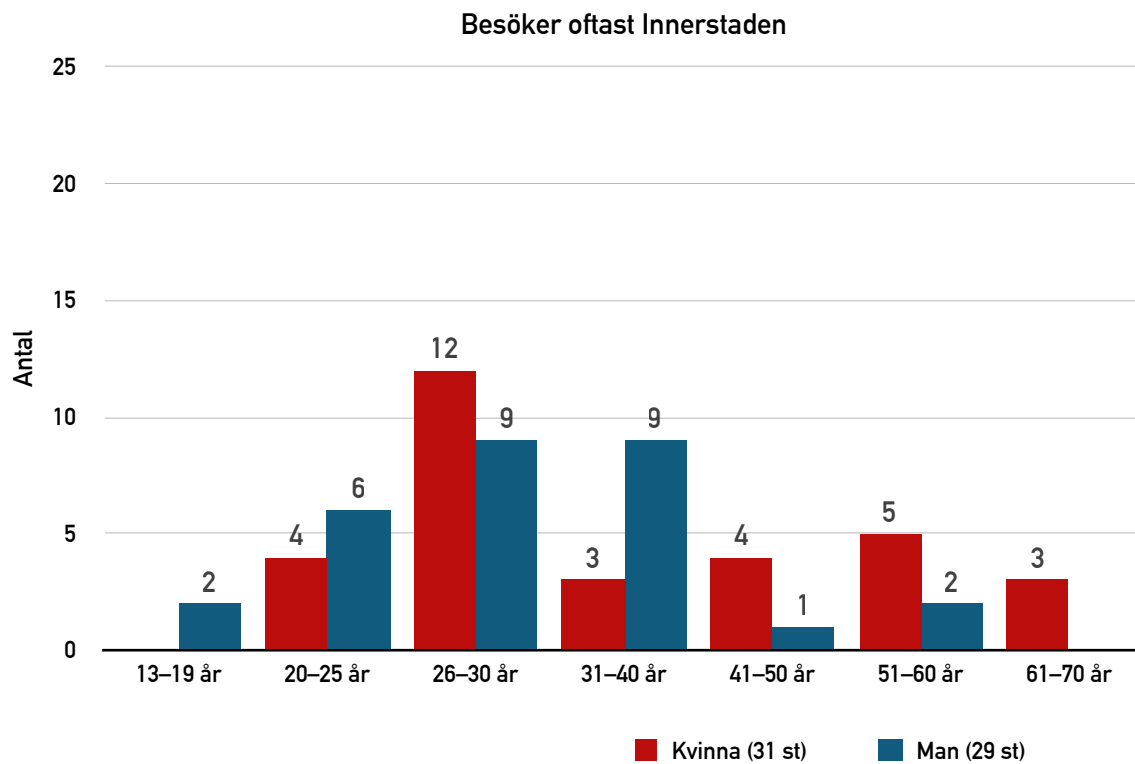


Figur 5.25: »Besöker oftast Haga«.

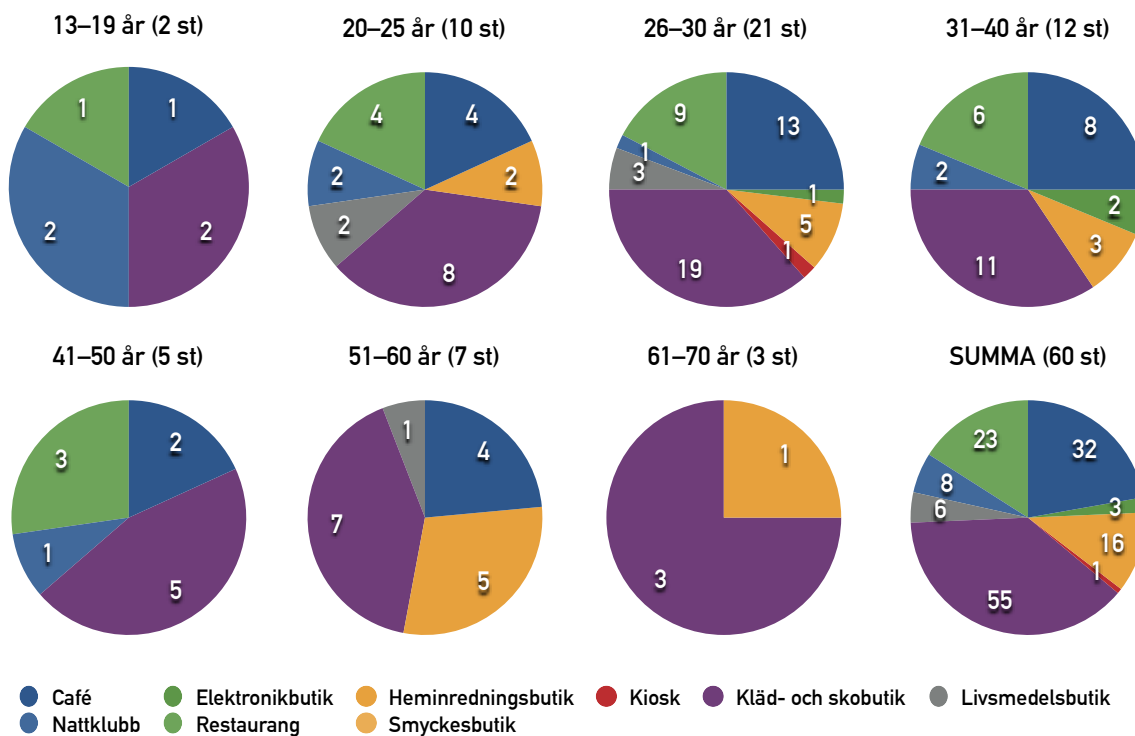


Figur 5.26: »Varför besöker du oftast Haga?«.

Innerstaden

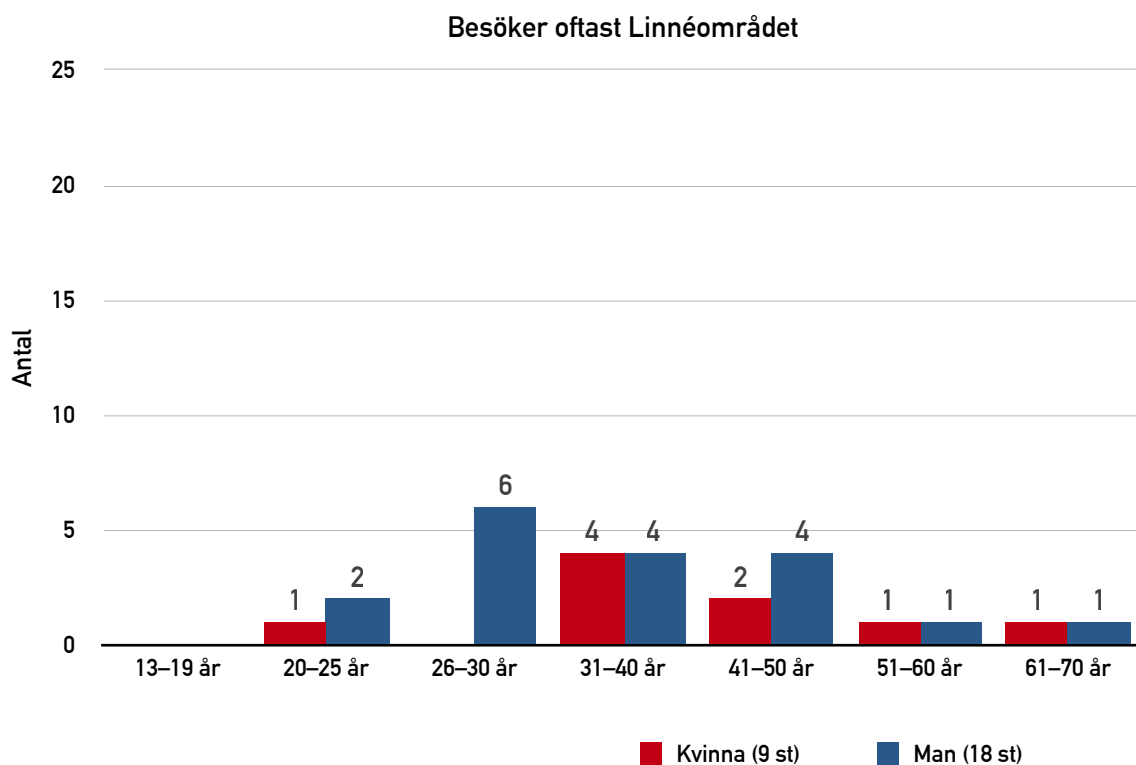


Figur 5.27: »Besöker oftast Innerstaden«.

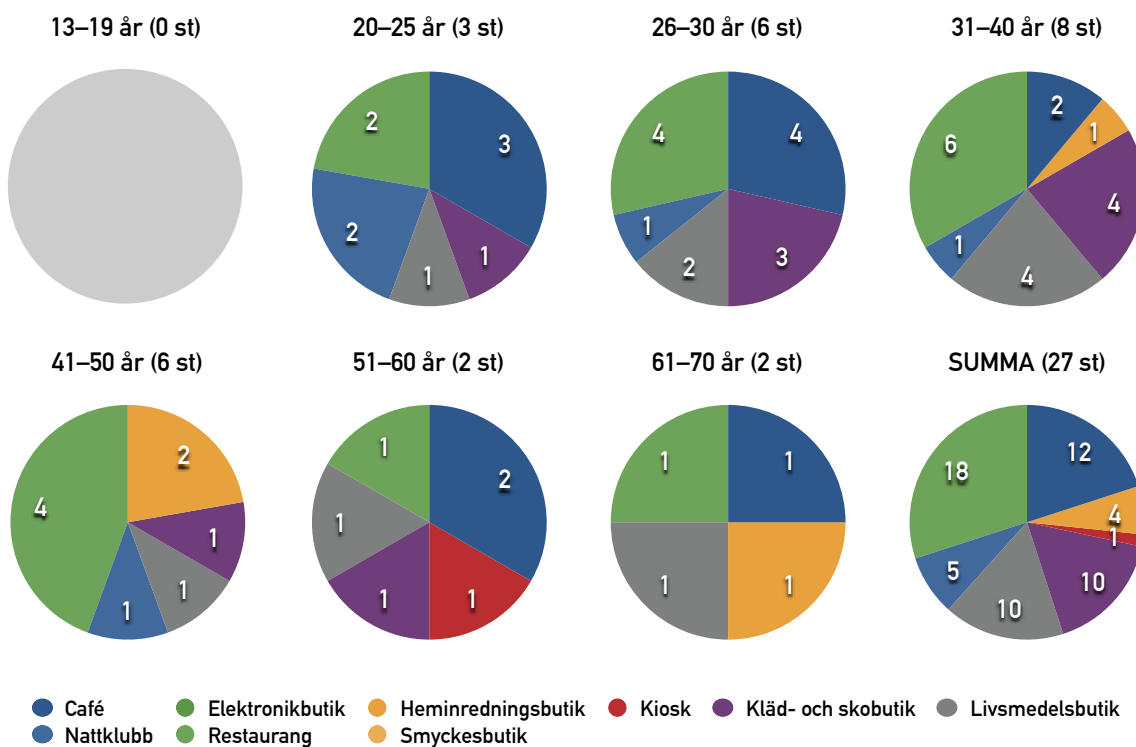


Figur 5.28: »Varför besöker du oftast Innerstaden?«.

Linnéområdet



Figur 5.29: »Besöker oftast Linnéområdet«.



Figur 5.30: »Varför besöker du oftast Linnéområdet?«.

Sammanfattning av demografi

Demografin spelar en viktig roll i detaljhandeln. Om exempelvis tre personer från olika demografiska grupperingar handlar i samma butik kan de ha helt olika förhållningssätt till sina shoppingmål.¹⁷⁵ Genom att jämföra diagrammen ovan kan det skönjas ett mönster kring hur åldersgrupperna varierar i de olika shoppingkvarteren. När det gäller Avenyn kan läsaren se att något fler unga vuxna i 20–25 års åldern och individer i medelåldern rör sig i detta shoppingkvarter – dock måste hänsyn tas till det låga antal respondenter som svarat på frågan.

I shoppingkvarteret Centralen/Nordstan är det flest unga vuxna i 20–25 års åldern, dock kan det i viss mån förklaras genom att denna åldersgrupp är vanligast bland respondenterna. Författarna kan se att resterande respondenter är relativt jämnt fördelade i övriga åldersgrupper. Noterbart är att kläd- och skobutiker är en dominerande orsak till besöken för den yngre delen respondenter. Vidare kan författarna utläsa att desto äldre respondenterna är, desto större betydelse har heminredningsbutiker och smyckesbutiker som orsak till besöket.

Vad gäller shoppingkvarteret Haga är antalet respondenter för få för att kunna dra några relevanta slutsatser. Det författarna kan utläsa är att åldersfördelningen hade en bred spridning och att det av tio respondenter endast är en kvinna. Orsaken till att besöka Haga är också den jämnt spridd.

I Innerstaden är det unga vuxna i åldern 26–30 år samt personer i medelåldern som är vanligast förekommande. På samma sätt som i Centralen/Nordstan, är det kläd- och skobutiker som är av betydande orsak till besöket. Även här blev heminredningsbutiker och smyckesbutiker mer förekommande i äldre åldersgrupper.

Slutligen kan författarna utläsa att det är flest individer i medelåldern och i de äldre åldersgrupperna som oftast besöker Linnéområdet. En tydlig och återkommande orsak bland respondenterna som frekvent besöker Linnéområdet är att gå på kaféer och restauranger samt besöka livsmedelsbutiker. I en tidigare del av analysen kan det utläsas att en stor del av Linnéområdets besökare är boende i Göteborg, vilket då kan förklara varför orsaken till livsmedelsbutiker är vanligt förekommande. Vuxna individerna definierar sig genom de saker de köper. Kläder, bilar, hus och andra objekt hjälper till att definiera personen i fråga. Samma sak gäller för barnkläder till spädbarn. Föräldrar definierar sina egna liv genom de saker de köper för sina barn.¹⁷⁶ En vidare teorikoppling kring de demografiska variablerna är att pojkar handlar med pojkar, och flickor handlar med flickor. Den uppdelning av butiker i sektioner för könen är viktig.¹⁷⁷ De unga är en unik demografisk grupp – det är en generation som har tid att handla. Det är vanligt med överskottsintäkter och dessutom frihet, vilket är något vanligare än för övriga demografiska grupper. De unga vuxna har mer självständighet, inga barn eller något annat betydande ansvarsområde. De är fria att göra vad de vill, när de vill.¹⁷⁸ Denna förklaring i hur individer definierar sig själv genom de val de gör, kan spegla de demografiska variablerna i undersökningen – vilka respondenter som rör sig vart.

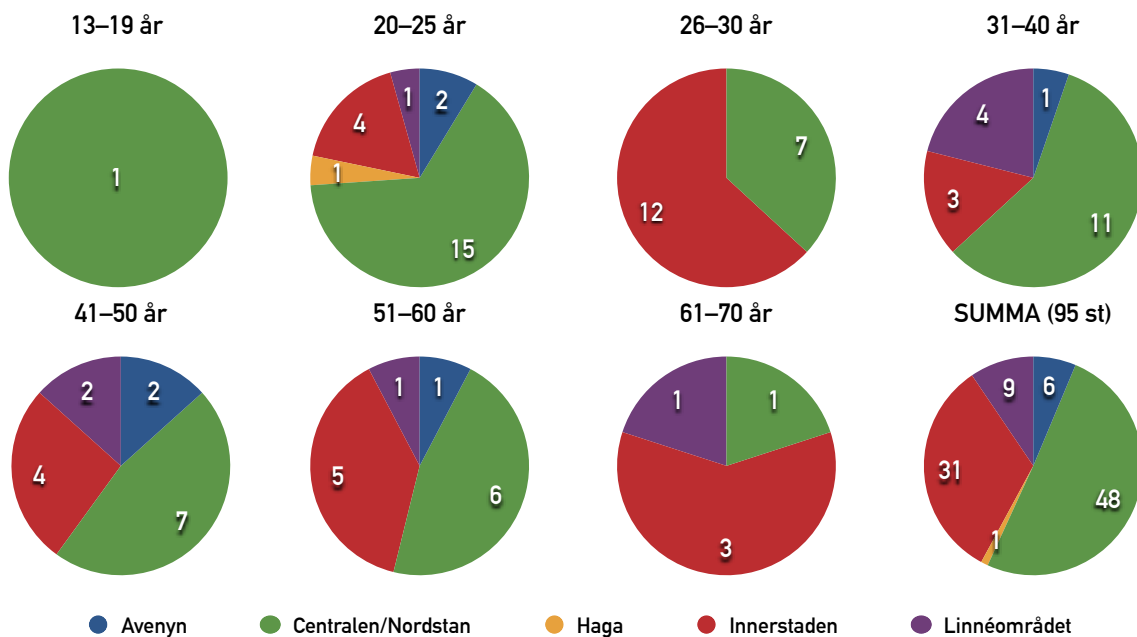
¹⁷⁵ Pooler (2002:1).

¹⁷⁶ Ibid (30).

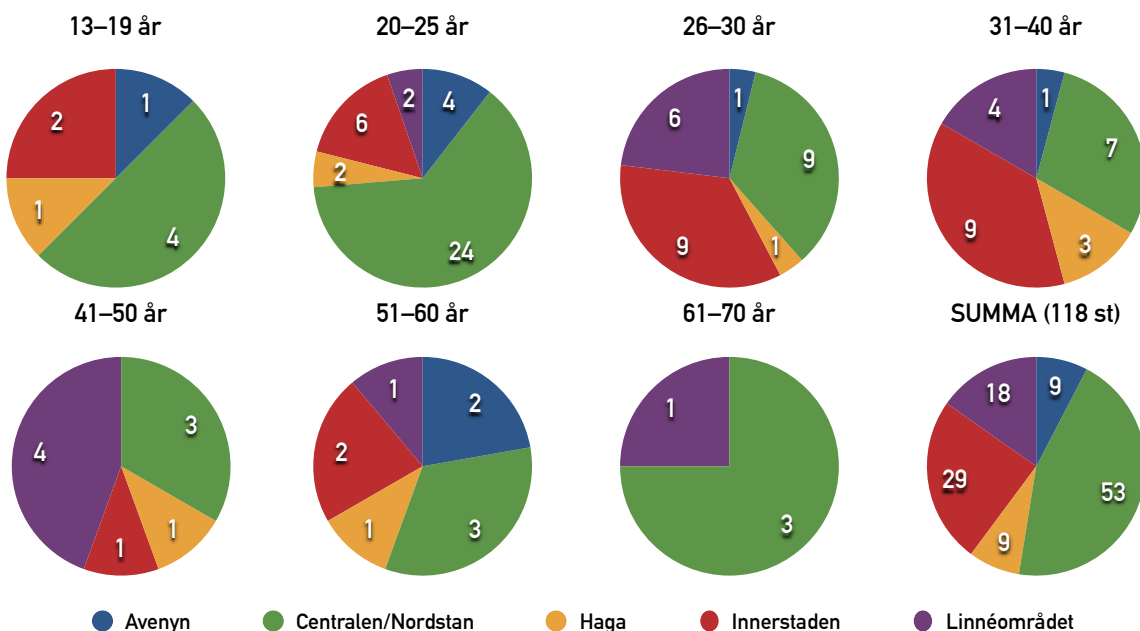
¹⁷⁷ Ibid (43).

¹⁷⁸ Ibid (71).

På föregående sidor har läsaren kunnat se hur fördelningen mellan kön och ålder ser ut i respektive shoppingkvarter. Men för att förtydliga de erhållna svaren vill författarna illustrera vilket av dessa shoppingkvarter som är populärast för respektive åldersgrupp. Läsaren kan ta del av hur fördelningen ser ut mellan kvinnorna i de olika åldersgrupperna i *figur 5.31* och därefter männen i *figur 5.32*.



Figur 5.31: Shoppingkvarter kvinnor oftast besöker fördelat på ålder.



Figur 5.32: Shoppingkvarter män oftast besöker fördelat på ålder.

Sammanfattningsvis kan det konstateras att Centralen/Nordstan, enligt denna undersökning, är det populäraste shoppingkvarteret totalt sett hos både kvinnor och män.

5.3 Konkurrerande shoppingdestinationer

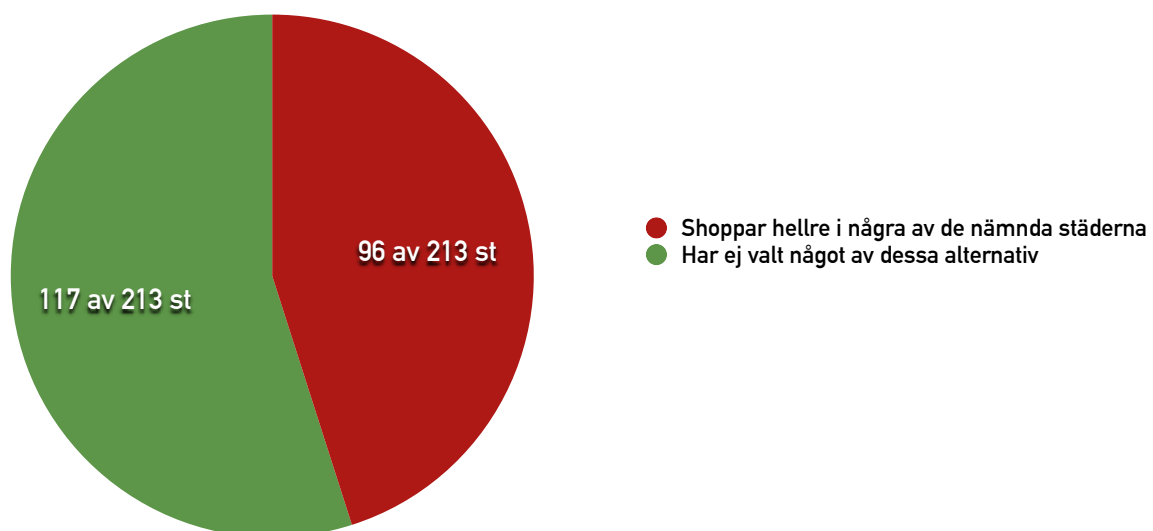
Med hänvisning till författarnas tredje forskningsfråga undersöktes även om konsumenterna hellre shoppar i några av de närmsta huvud- och storstäderna (konkurrerande shoppingdestinationer till Göteborg city). Dessa är; *Helsingfors, Köpenhamn, Malmö, Oslo* samt *Stockholm*.

Detta analysavsnitt består av tre delar:

1. I första delen redovisas hur stort antal av respondenterna som hellre shoppar i någon/några av de ovan nämnda städerna.
2. I andra delen analyseras dessa respondenter utifrån de demografiska variablerna kön och ålder för respektive stad. Dessutom presenteras ett ordmoln som ska visa vad som lockar mest i de olika städerna.
3. Slutligen presenteras och analyseras ett cirkeldiagram som visar respondenterna indelade i om de är besökare eller boende i Göteborg och huruvida dem föredrar att handla i Göteborg city eller inte.

Del 1

Författarna kan finna att drygt hälften av respondenterna inte valt någon av de angivna storstäderna. Detta betyder alltså att Göteborg är att föredra framför dessa för en knapp majoritet. Dock är det oklart om exempelvis starka shoppingdestinationer som London, Madrid och Paris lockar mer än Göteborg för de 117 respondenter som valt att inte svara på frågan. I denna del undersöktes återigen *kön, ålder, civilstånd* och *sysselsättning*. Författarna väljer slutligen att illustrera fördelningen med hänsyn till variablerna kön och ålder. Som tidigare nämnts anser författarna att dessa två variabler ger den tydligaste och mest relevanta översikten. Hur de övriga variablerna förhåller sig kan läsaren ta del av via appendix.



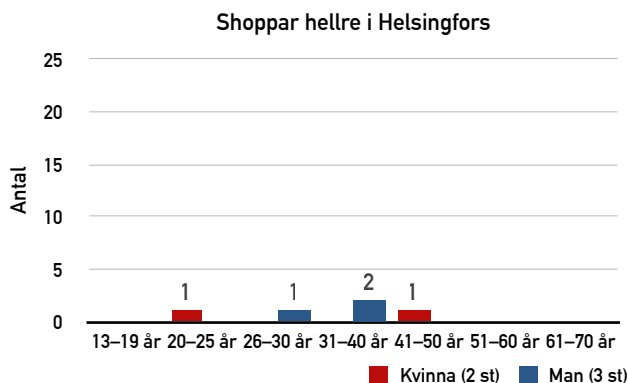
Figur 5.33: »Shoppas hellre i någon av de nämnda städerna«.

Del 2

På följande sidor kommer en kort redogörelse och analys för respektive stad, i bokstavsordning.

Helsingfors

I nedanstående stapeldiagram, *figur 5.34*, kan läsaren se antalet respondenter (kategoriserade genom kön och ålder) som har svarat att de föredrar Helsingfors framför Göteborg som shoppingdestination. I *figur 5.35* kan läsaren även ta del av de främsta anledningarna som respondenterna anger till varför Helsingfors är att föredra framför Göteborg som shoppingdestination.



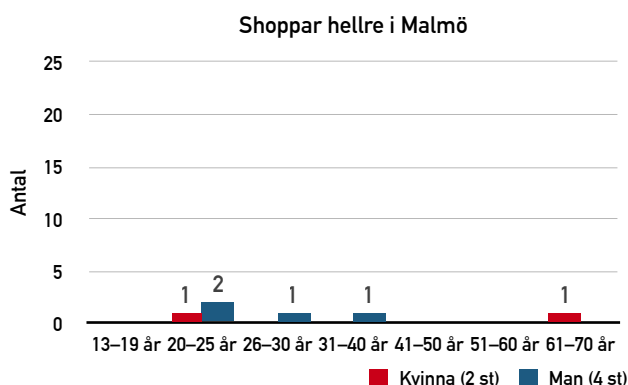
Figur 5.34: »Shoppas hellre i Helsingfors«.



Figur 5.35: Ordmoln – Helsingfors.

De slutsatser författarna kan dra av att analysera ovanstående diagram är att en väldigt liten del av undersökningens population föredrar Helsingfors som shoppingdestination, fem personer av totalt 213 stycken. Av dessa fem är två kvinnor och tre män och de är i åldrarna 20–50 år.

När författarna läser vidare i svarsformuläret kan det konstateras att en av kvinnorna är boende i Finland och därför har närmre till Helsingfors och Stockholm. Den andra kvinnan är boende i Göteborg, men har skrivit att Helsingfors är »bäst stad«, vilket gör att det kan antas att hon möjligtvis har en personlig koppling till Finland och Helsingfors. Ingen av männen har angett varför de föredrar Helsingfors framför Göteborg i shoppinghänseende.

Malmö

Figur 5.38: »Shoppas hellre i Malmö«.



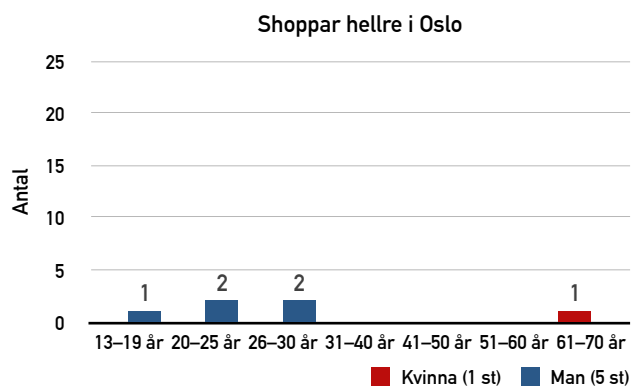
Figur 5.39: Ordmoln – Malmö.

I figur 5.38 ser läsaren att 2 kvinnor och 4 män i denna undersökning föredrar Malmö som shoppingdestination framför Göteborg – alltså sex personer av totalt 213 stycken. Läsaren kan ta del av de främsta anledningarna som respondenterna uttryckt i frågan i figur 5.39. De respondenter som föredrar Malmö framför Göteborg pekar bland annat på att utbudet upplevs bättre och atmosfären känns trevligare än i Göteborg. Då antalet respondenter som svarade att de föredrar Malmö är så få är det vanskligt att dra för stora slutsatser utan att ha samlat in fler svar. Två av de sex personerna förklarade även att avståndet till Malmö jämfört med Göteborg är den avgörande faktorn. Göteborg verkar alltså i dagsläget stå som vinnare i konkurrensen med Malmö som shoppingdestination.

Enligt ny statistik från 2012 framgår det att många av de turister som besöker Malmö övernattar egentligen i Köpenhamn, men passar på att besöka staden över dagen på grund av den korta resvägen med tåget över Öresundsbron.¹⁷⁹ Vidare kan det konstateras att 65 procent av Malmös besökare är från Sverige och att majoriteten av dessa gör en kortare dagsutflykt eller övernattar på vägen någon annanstans. Ingenstans i artikeln framhävs shoppingen som en turistdragare för Malmö stad.

¹⁷⁹ Larsson, Lennart. Malmöturisten kommer ofta från Köpenhamn. *Skånska Dagbladet*. 2013-08-26.

Oslo



Figur 5.40: »Shoppas hellre i Oslo«.



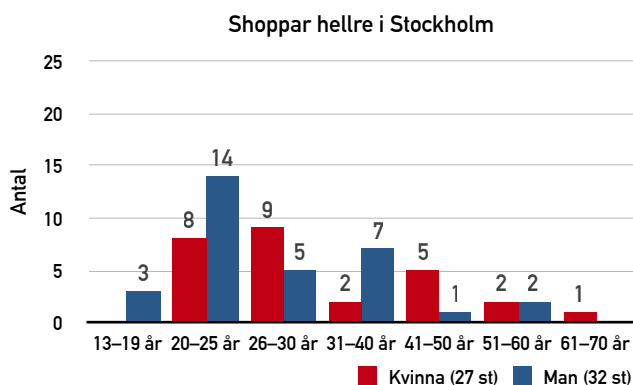
Figur 5.41: Ordmoln – Oslo.

För Oslos del kan läsaren utläsa i *figur 5.40* att en kvinna och fem män i undersökningen föredrar Oslo som shoppingdestination framför Göteborg – alltså sex personer av totalt 213 stycken. Oslo ligger alltså på likvärdig nivå som Helsingfors och Malmö gör i undersökningen. Det gavs spridda svar angående varför respondenterna hellre reser till Oslo än Göteborg, därför går det inte att sätta fingret på exakt vad som lockar mer i den norska huvudstaden. Läsaren kan ta del av de olika anledningarna som respondenterna uttryckt i frågan i *figur 5.41*.

En anledning till att så få av de som svarat på enkäten hellre åker till Oslo och shoppas kan vara en kostnadsfråga. Det är ingen slump att vi har haft i cirka 2,7 miljoner norrmän på besök i Sverige i snitt per år de senaste två åren, varav drygt hälften av dessa har Västsverige som resmål. Ungefär 90 procent av dessa 2,7 miljoner är privatresenärer.¹⁸⁰

¹⁸⁰ Tillväxtverket. IBIS 2012. Rapport/Tillväxtverket (27).

Stockholm



Figur 5.42: »Shoppar hellre i Stockholm«.



Figur 5.43: Ordmoln – Stockholm.

En, enligt författarna, intressant jämförelse är hur Göteborgs styrka som shoppingdestination stod sig i jämförelse med Stockholm. Som läsaren kan se i *figur 5.42* är det 27 kvinnor och 32 män i undersökningen som föredrar Stockholm som shoppingdestination framför Göteborg – alltså 59 personer av totalt 213 stycken (27,7 procent). Läsaren kan ta del av de främsta anledningarna som respondenterna uttryckt i frågan i *figur 5.43*. Sammanfattningsvis kan författarna konstatera att Stockholm och Köpenhamn är starka shoppingdestinationer efter att ha studerat respondenternas svar.

Om Göteborg city ska kunna konkurrera med övriga shoppingdestinationer anser författarna att det krävs något unikt för staden. Då respondenterna främst betonar utbudet och upplevelsen som orsak till att de hellre besöker någon närliggande shoppingdestination, anses att något unikt inom både utbud och upplevelse bör utformas inom Göteborg city.

Istället för att konkurrera för att bli bäst kan företag – shoppingdestinationer i denna studie – konkurrera för att bli unika. Värde är det centrala konceptet, och det handlar om att vara unik genom det värde som skapas och hur det skapas.¹⁸¹

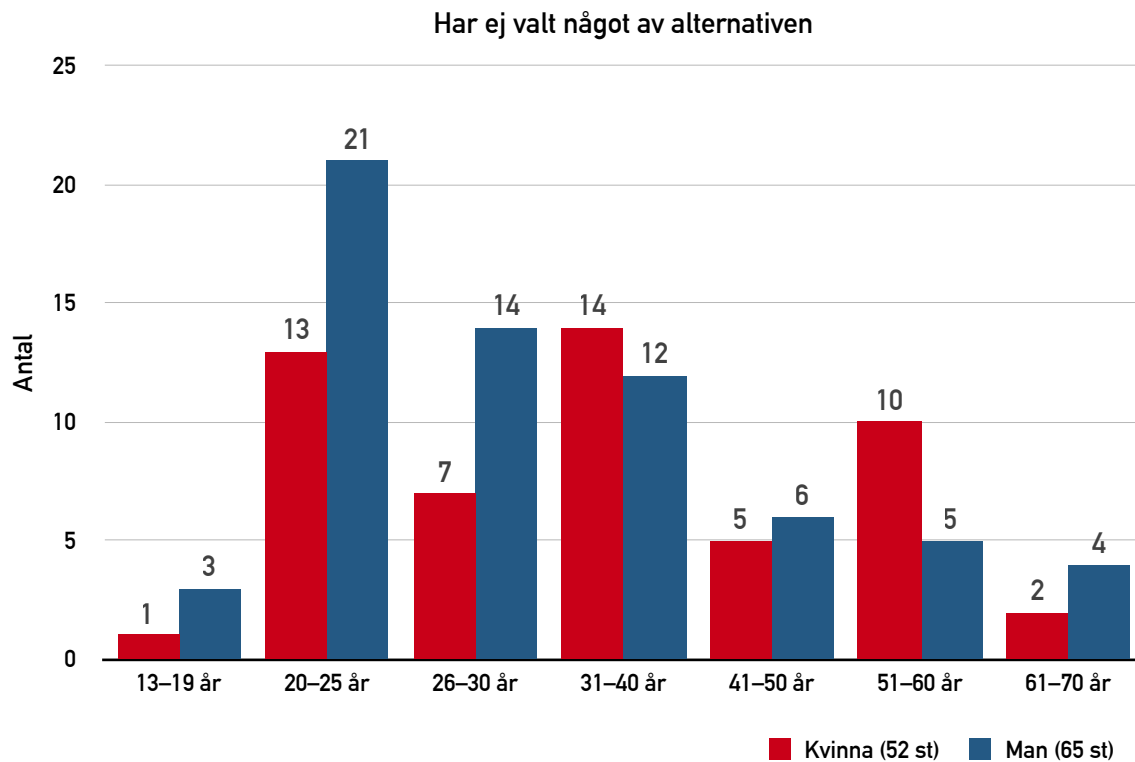
När ett företag – shoppingdestinationer i denna studie – konkurrerar för att bli unikt innebär det inte att konkurrenterna måste misslyckas för att detta ska lyckas. Konkurrens för att bli unik skiljer sig alltså från den gängse krigsmetaforen eftersom det inte krävs att motståndarna misslyckas för att ett företag ska bli framgångsrikt.¹⁸² Konkurrens för att bli unik kan leda till positiva effekter inom de flesta verksamhetsområden – men bara om ledarna förstår att deras val kommer påverka konkurrensen inom den verksamma branschen.¹⁸³

¹⁸¹ Magretta (2012:30).

¹⁸² Ibid (31).

¹⁸³ Ibid (33).

Respondenter av annan åsikt

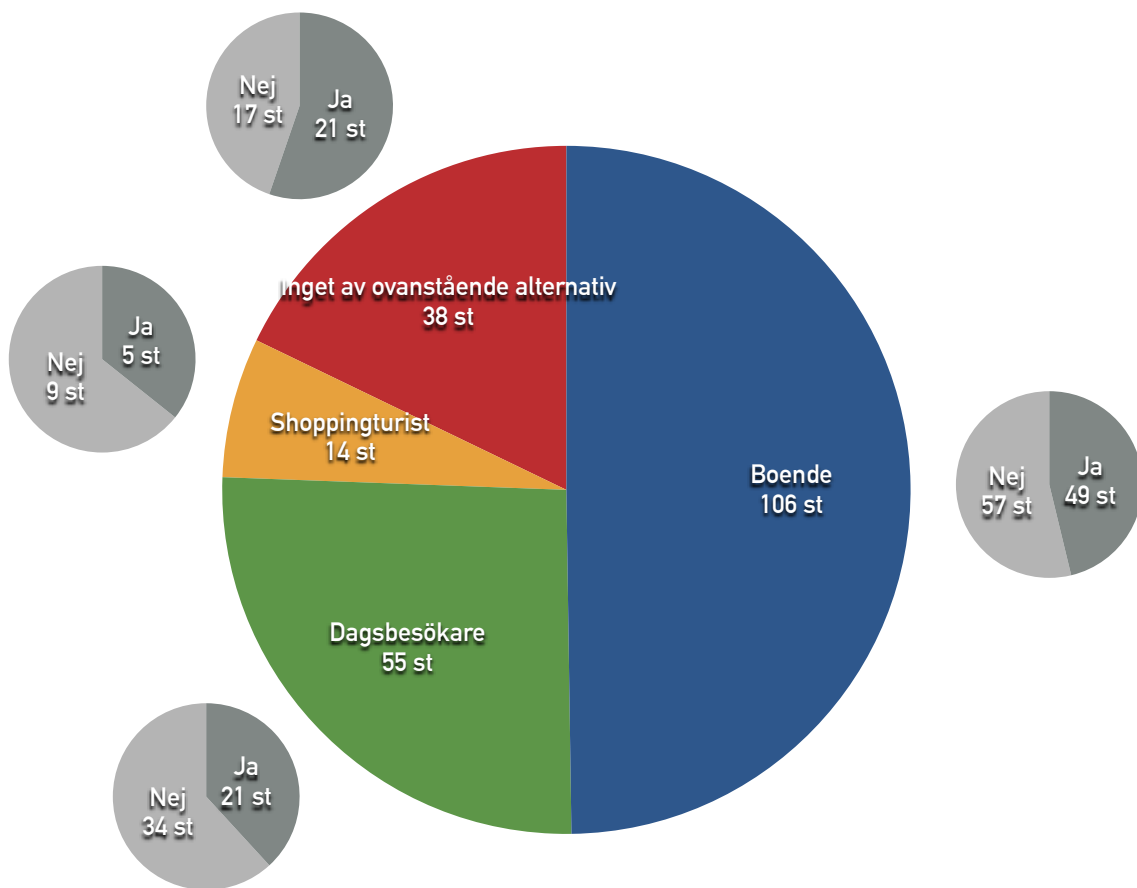


Figur 5.44: »Har ej valt något av alternativen«.

En knapp majoritet i undersökningen har, som tidigare nämnt, svarat att de inte föredrar någon av ovanstående shoppingdestinationer. Detta kan inte med säkerhet förklara att de respondenter som svarat på detta vis, hellre shoppar i Göteborg – det kan även betyda att de föredrar någon annan shoppingdestination i världen. I figur 5.44 kan läsaren se kön- och åldersfördelningen kring de respondenter som svarat att de inte föredrar någon av ovanstående shoppingdestinationer.

Del 3

Författarna vill även se om respondenterna som svarat på frågan ovan är boende eller besökare i Göteborg city. Detta illustreras i figur 5.45.

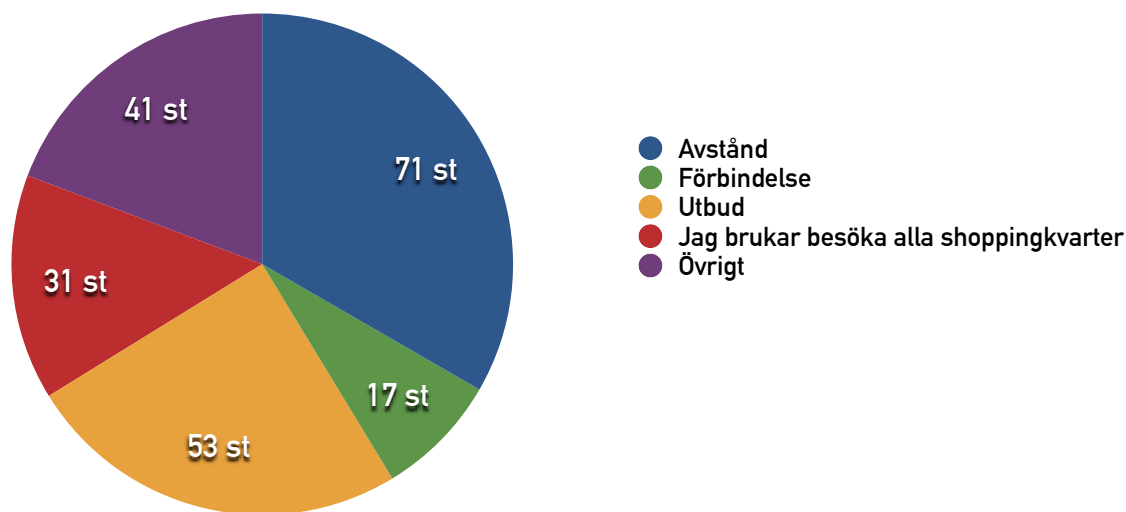


Figur 5.45: Boendesituation/shoppingdestinationspreferenser.

Exempel: Av de som är boende i Göteborg city har nästan hälften svarat att de hellre shoppar i en annan stad (49 av 106 personer). Ofta förekommande förklaringar till detta är reseupplevelsen i sig och kanske inte primärt shoppingen (men den är ändå väldigt betydande).

5.4 Helhetsbilden av Göteborg city

I analysens avslutande del avser författarna gå in lite djupare på den upplevda helhetsbilden av Göteborg city. En fråga utformades där respondenterna fick svara på om de avstod från att besöka några shoppingkvarter i Göteborg city – och i så fall varför. I *figur 5.46* illustreras dessa orsaker.



Figur 5.46: Helhetsbilden av Göteborg city.

Störst del av respondenterna har valt avståndet som den främsta orsaken till varför de inte besöker alla shoppingkvarter. Även utbudet är en betydande faktor. Dessa orsaker kan försämra den upplevda helhetsbilden av Göteborg city. Författarna kan återigen koppla detta resonemang till hur viktigt det är att organisera för själva marknadsföringen för en turistdestination. Som tidigare nämnts, att det bör finnas en samarbetsorganisation som ständigt arbetar med att få återkommande gäster till destinationen. Dessutom är det viktigt att denna samarbetsorganisation kommunicerar en enad bild av destinationen – för att på så vis få besökarna att uppleva destinationen som en helhet.¹⁸⁴

Då det i *figur 5.46* kan utläsas att främst avståndet spelar en betydande roll till varför respondenterna inte beger sig till alla shoppingkvarter, är det viktigt att ha detta i åtanke vid marknadsföringen av dessa. Hur ser respondenterna på helhetsbilden av Göteborg city? Då avståndet är en betydande orsak till varför respondenterna inte beger sig till alla delar – är det önskvärt att försöka lösa detta problem. Det psykologiska avståndet som kan upplevas bör försöka minskas. Tillgängligheten och gångavståndet blir en viktig aspekt i detta fall. De tre huvudsakliga företeelser som avgör individens val av destination – vilket författarna har beskrivit tidigare handlar det om priset, varorna och destinationen.¹⁸⁵ Vikten av en bra infrastruktur med en välutbyggd kollektivtrafik och parkeringsmöjligheter underlättar resandet. De fysiska aspekterna av en shoppingdestination är alltså av stor betydelse.¹⁸⁶ Det är av allra största vikt att shoppingdestinationen har ett ihopsamlat utbud av affärer, matställen och olika turistattraktioner.¹⁸⁷ Det bidrar till att destinationen blir mer lockande för

¹⁸⁴ Von Friedrichs Grängsjö (2001).

¹⁸⁵ Timothy (2005).

¹⁸⁶ Ibid.

¹⁸⁷ Getz, Joncas & Kelly (1994).

6. Slutsatser

I detta avslutande kapitel redogörs studiens resultat och de slutsatser författarna kommit fram till efter en analys av det empiriska materialet. Inledningsvis besvaras de forskningsfrågor och det syfte som ligger till grund för studien. Avslutningsvis ges rekommendationer till projektet Göteborg City Shopping samt förslag till fortsatt forskning inom ämnesområdet.

6.1 Svar på forskningsfrågorna

Skiljer sig de centrala shoppingkvarteren åt när det gäller det upplevda utbudet?

Respondenterna i enkätundersökningen upplever en skillnad i utbudet mellan de olika shoppingkvarteren. I den upplevda bilden av *Avenyn* består utbudet främst av restauranger och nattliv. Den upplevda bilden av *Centralen/Nordstan* bestod främst av affärer.

Haga förmedlar en tydlig bild av vad kvarteret har att erbjuda sina besökare. Här kan författarna tydligt se att kaféer och småbutiker dominerar i respondenternas svar. Det främst använda ordet som respondenterna använde för att beskriva Haga är ordet »mysigt«. Detta visar på att shoppingkvarteret har ett starkt unikt säljargument (eller »*unique selling proposition*«, även kallat »*USP*«). Anmärkningsvärt är att cirka 15 procent av de som deltog i undersökningen uppger att de inte har besökt kvarteret.

Innerstaden är det shoppingkvarter som ger det mest spridda svaret när det gäller det upplevda utbudet. En orsak som bidrar till detta, tror vi, är att Innerstaden inte är väldefinierad hos folk som sällan besöker Göteborg. Innerstaden i shoppinghänseende omfattar kvarteren innanför vallgraven, medan det exempelvis på bostadssajten *Hemnet* även innefattar stadsdelarna *Avenyn* och *Vasastan* med flera.

När *Linnéområdet* upplevda utbud undersöktes finner författarna att respondenterna till störst del upplever att utbudet består av restauranger och kaféer. En intressant aspekt med detta shoppingkvarter, likt Haga, är att det är en relativt stor andel i undersökningen som inte har besökt detta shoppingkvarter. Det fanns alltså ingen kännedom kring det upplevda utbudet för denna andel respondenter.

Sammanfattningsvis kan författarna konstatera att det upplevda utbudet i varje shoppingkvarter skiljer sig åt. Respondenterna hade en tydlig upplevd bild av samtliga shoppingkvarter förutom Innerstaden, där en större spridning erhöles i svaren när det gäller det upplevda utbudet.

Har demografiska variabler någon inverkan vid valet av shoppingkvarter?

Enligt studien besöker kvinnorna främst Centralen/Nordstan, men Innerstaden är populärast i åldersgrupperna 26–30 och 61–70. Totalt sett för alla åldersgrupper kan författarna se att drygt hälften av alla kvinnor i studien oftast befinner sig i shoppingkvarteret Centralen/Nordstan.

Även när skillnaderna mellan männen i de olika åldersgrupperna undersöks kan författarna konstatera att shoppingkvarteret Centralen/Nordstan är det populäraste totalt sett – där männen oftast rör sig. Dock kan författarna konstatera att männen tenderar att röra sig i fler

olika shoppingkvarter. Jämförs kvinnor med män i åldrarna 26–30 erhålls en klar bild av detta – då de kvinnliga respondenterna i denna åldersgrupp endast rör sig i Innerstaden och Centralen/Nordstan. Däremot nämns alla shoppingkvarter av männen i denna åldersgrupp.

Sammanfattningsvis kan författarna då konstatera att det finns tendenser till att ålder påverkar valet av shoppingkvarter för männen. För de kvinnliga respondenterna finns inte samma tendenser. Författarna kan inte konstatera att kön påverkar valet av shoppingkvarter.

Hur stark är Göteborg city som shoppingdestination i Skandinavien?

Enligt studien framstår Köpenhamn och Stockholm som Göteborgs starkaste konkurrenter som shoppingdestination, där orsakerna till detta främst är städernas rika utbud samt upplevelsen i sig. En knapp majoritet av respondenterna har inte valt något av de alternativ som gavs, vilket visar på möjligheten att Göteborg är en attraktiv shoppingdestination i Skandinavien. Hur staden står sig i förhållande till andra betydande shoppingdestinationer är dock oklar.

Går det att identifiera några faktorer som motverkar den upplevda helhetsbilden av Göteborg city som shoppingdestination?

Enligt respondenterna är avståndet den främsta orsaken till att inte besöka samtliga shoppingkvarter. Om individen menar att avståndet är geografiskt eller psykologiskt är oklart. Konstaterat är att avståndet i gemensam benämning är ett hinder för att ta sig mellan alla shoppingkvarter inom Göteborg city – och därmed försämrar den upplevda helhetsbilden.

Förutom avståndet är även utbudet en orsak som medförde att respondenterna inte besöker alla shoppingkvarter. Frågans formulering, »*Vilken är den FRÄMSTA anledningen till att INTE besöka alla shoppingkvarter i Göteborg city?*«, gör att den går att tolka på två vis. Antingen hittar respondenten det den söker i det shoppingkvarter den oftast besöker, vilket gör att den stannar där. Eller så saknas ett utbud i hela Göteborg, vilket betyder att respondenten hellre shoppar någon annanstans. I vilket fall som helst är detta ett problem som bör lösas för att göra hela Göteborg city till en attraktiv shoppingdestination.

6.2 Slutsats av forskningsfrågorna

Avslutningsvis kan författarna förtydliga det faktum att forskningsfrågorna blivit besvarade. Indikationer på hur utbudet skiljer sig åt mellan de olika shoppingkvarteren och i vilken utsträckning de demografiska variablerna har en inverkan vid valet av shoppingkvarter har kunnat åskådliggöras. För att kunna besvara syftet på bästa möjliga vis är det enligt författarna av betydelse att dessutom undersöka Göteborg citys främsta konkurrerande shoppingdestinationer i Skandinavien. Där kunde författarna se tendenser till att staden står sig väl i jämförelse. När författarna slutligen undersöker om några faktorer motverkar den upplevda helhetsbilden av Göteborg city, utmärker sig främst två faktorer. Dessa är avståndet samt utbudet i de olika shoppingkvarteren.

Författarna anser att de forskningsfrågor som utformats gemensamt har bidragit till den kunskap som eftersträvats när det gäller den upplevda helhetsbilden av staden. De människor som rör sig i de olika shoppingkvarteren verkar inte uppleva stadskärnan som en helhet i den grad som kan vara önskvärd. Genom de resultat som erhållits kan både författarna och Göteborg & Co finna grund till problemet – och med förhoppning använda denna kunskap till att ytterligare förstärka Göteborg city som shoppingdestination.

6.3 Rekommendationer

- Författarnas första rekommendation är att stärka shoppingutbudet i Göteborg city. Genom att erbjuda ett mer varierat utbud samt introducera fler unika butiker – exempelvis flaggskeppsbutiker och pop-up-butiker, kan intresset öka för att besöka staden för shopping.
- En andra rekommendation är att utnyttja vattnet mer. Eftersom Göteborg är en vattennära stad med Skandinaviens största hamn borde det vara lämpligt att bättre ta vara på området kring exempelvis Lilla bommen och Göteborgsoperan. Turistvänliga stråk med kaféer, parker och uteserveringar kan vara ett alternativ.
- En tredje rekommendation är att minska det psykologiska avståndet mellan de olika shoppingkvarteren. Som studien visat har Haga och Linnéområdet svårare att locka shoppingturister än övriga. Genom att binda ihop stadens shoppingkvarter, antingen med hjälp av attraktioner längs vägen, bättre kommunikationer eller marknadsföringsåtgärder tror författarna att detta problem kan lösas.

6.4 Förslag till fortsatt forskning

Författarnas förslag till fortsatt forskning omfattar två olika områden:

- *En kvantitativ studie där fokus läggs på utländska turister.*
Utländska turister från Ryssland, Norge och USA spenderar mest pengar per dag på konsumtion under sin vistelse i Sverige. Norrmän tenderar att gränshandla i exempelvis Strömstad, ryssar tenderar att främst besöka Stockholm.¹⁹² Hur kan Göteborg city locka till sig dessa köpkraftiga utländska turister?
- *En studie av affärsresenärens konsumtionsvanor.*
Då den genomsnittliga affärsresenären spenderar mer pengar under sina affärsresor, jämfört med privatresenären, anser författarna att det är viktigt att undersöka hur Göteborg city på bästa sätt kan stärka sin position som arrangör av kongresser och mässor.¹⁹³ Ny statistik visar att affärsresande människor i Sverige spenderar upp till fyra gånger mer än privatresande turister.¹⁹⁴

¹⁹² Tillväxtverket. IBIS 2012. Rapport/Tillväxtverket (41).

¹⁹³ Göteborg & Co. *Möten & kongresser*. 2014.

¹⁹⁴ Svensk Handel (2013:20).

7. Referenser

Elektroniska källor

Andersson Åkerblom, Tobias. Göteborg får EU-pris för tillgänglighet. *Göteborgs-Posten*. 2013-12-03.
<http://www.gp.se/nyheter/goteborg/1.2198267-goteborg-far-eu-pris-for-tillganglighet> (Hämtad 2013-12-03).

Arkaden. *Om Arkaden*. 2013.
<http://www.arkaden.nu/index.php/om-arkaden/> (Hämtad 2013-12-05).

Avenyn. *Om Avenyn*. 2013.
<http://www.avenyn.se/om-avenyn/> (Hämtad 2013-11-30).

Johansson, Peter. Spelifiera rätt – från början. *Dataföreningen i Sverige*. 2013-08-30.
<https://www.dfs.se/spelifiera-ratt-fran-borjan> (Hämtad 2014-01-06).

Ekonomifakta. *Göteborg*. 2013.
<http://www.ekonomifakta.se/sv/Fakta/Regional-statistik/Din-kommun-i-siffror/Oversikt-for-region/?region=1480> (Hämtad 2013-12-03).

Facebook. *Göteborg/Gothenburg: The Official Guide*. 2013.
<https://www.facebook.com/goteborgcom> (Hämtad 2013-12-12).

Facebook. *Malmotown*. 2013.
<https://www.facebook.com/Malmotown> (Hämtad 2013-12-12).

Facebook. *Visit Stockholm*. 2013.
<https://www.facebook.com/visitstockholm> (Hämtad 2013-12-12).

Feskekörka. Välkommen till Feskekörka i Göteborg. 2013.
<http://www.feskekorka.se/index.htm> (Hämtad 2013-12-06).

Go:teborg. *Bo*. 2013.
<http://www.goteborg.com/sv/bo/bo-startsida/> (Hämtad 2013-12-05).

Go:teborg. *Charmig shopping i Linné*. 2013.
<http://www.goteborg.com/Gora/Linne/> (Hämtad 2013-11-30).

Go:teborg. *Feskekörka*. 2013.
http://www.goteborg.com/sv/Gora/s/EventGuide/View/Platser_och_byggnader-Delikatesser/Feskekrka_5028 (Hämtad 2013-12-06).

Go:teborg. *Haga*. 2013.
http://www.goteborg.com/sv/Gora/s/EventGuide/View/Platser_och_byggnader-Shopping/Haga_Goteborg_5092/ (Hämtad 2013-11-30).

Go:teborg. *Nordstan*. 2013.
http://www.goteborg.com/sv/Gora/s/EventGuide/View/Varuhus/Nordstan_5234 (Hämtad 2013-11-30).

Grense Avisen. *Torp Köpcentrum, Uddevalla*. 2013.
<http://www.grenseavisen.com/torp-kopcentrum-uddevalla/> (Hämtad 2013-12-10).

Göteborg & Co. *Möten & kongresser*. 2014.
(<http://corporate.goteborg.com/projekt/moten-kongresser/>) (Hämtad 2014-01-05).

Göteborg & Co. *Destinationsmarknadsföring*. 2013.
<http://corporate.goteborg.com/turism/aktuella-kampanjer/> (Hämtad 2013-12-02).

Göteborg & Co. *Plattform för samverkan*. 2013.
<http://corporate.goteborg.com/om-goteborg-co/betydelsen-av-var-verksamhetaa/?lang=sv>
(Hämtad 2013-10-07).

Göteborg & Co. *Projekt*. 2013.
<http://corporate.goteborg.com/projekt/aktuella-projekt-2/> (Hämtad 2014-01-05).

Göteborg & Co. *Samverkan är nyckeln till framgång*. 2013.
<http://corporate.goteborg.com/projekt/samverkan-som-konkurrensmedel/> (Hämtad 2013-12-02).

Göteborg City Airport. *Om flygplatsen*. 2013.
http://www.goteborgcityairport.se/index.php?option=com_content&view=article&id=31&Itemid=103&lang=sv (Hämtad 2013-12-03).

Göteborg Direkt. Cityhandlarna: Trängselskatten påverkar shoppingvanor. *Sveriges Radio*. 2013-09-18.
<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=104&artikel=5649704> (Hämtad 2013-12-03).

Göteborgs Hamn. *Om hamnen*. 2013.
<http://goteborgshamn.se/Om-hamnen/Historik6/> (Hämtad 2013-12-03).

Göteborgs Spårvägar. *Vår flotta*. 2013.
<http://www.goteborgsspavagar.se/om-oss/var-flotta/> (Hämtad 2013-12-03).

Göteborgs Spårvägar. *Om verksamheten*. 2013.
<http://www.goteborgsspavagar.se/om-oss/foretagsfakta/> (Hämtad 2013-12-03).

Göteborgs Stad. *Välkommen till Statistisk årsbok Göteborg*. 2013.
<http://www4.goteborg.se/prod/sk/statistik/statistikR5.nsf> (Hämtad 2013-12-03).

- Göteborgs Stad. *Välkommen till Statistik Göteborg!*. 2013.
<http://www4.goteborg.se/prod/G-info/statistik.nsf> (Hämtad 2013-12-03).
- Göteborgslokaler. *Om Haga*. 2013.
<http://www.goteborgslokaler.se/sv/Haga/> (Hämtad 2013-11-30).
- Haga turisthemsida. *Haga*. 2013.
<http://www.goteborgslokaler.se/sv/Haga/> (Hämtad 2013-12-19).
- Hellekant, Johan. Många avgångar när SJ utmanas. *Svenska Dagbladet*. 2013-09-16.
http://www.svd.se/naringsliv/manga-avgangar-nar-sj-utmanas-mellan-stockholm-och-goteborg_8523150.svd (Hämtad 2013-12-03).
- Innerstaden Göteborg. *Innerstaden Göteborg*. 2013.
<http://innerstadengbg.se/innerstaden-goteborg/> (Hämtad 2013-11-30).
- Innerstaden Göteborg. *Stora Saluhallen*. 2013.
<http://innerstadengbg.se/foretag/stora-saluhallen/> (Hämtad 2013-12-05).
- Isitt, Mark. Paradgata som duttas bort. *Göteborgs-Posten*. 2013-03-12.
<https://www.gp.se/kulturnoje/1.1397177-paradgata-som-duttas-bort> (Hämtad 2013-11-30).
- Jernhusen. *Göteborgs Centralstation*. 2013.
<http://www.jernhusenmedia.se/index.php/vara-stationer/goeteborg-c/> (Hämtad 2013-12-03).
- Jungmar, Susanne. Rekordmånga kryssningsturister. *Västnytt*. 2014-01-02.
<http://www.svt.se/nyheter/regionalt/vastnytt/rekordmanga-kryssningsturister-2014> (Hämtad 2014-01-02).
- Klingberg, Elisabeth. Turistnäringen i Göteborg slog nytt rekord. *Vårt Göteborg*. 2010-02-15.
http://www.vartgoteborg.se/prod/sk/vargotnu.nsf/1/naringsliv,turistnaringen_i_goteborg_slog_nytt_rekord (Hämtad 2013-11-17).
- Kompassen. *Butiker*. 2013.
<http://www.kompassen.se/butiker-2/> (Hämtad 2013-12-05).
- Larsson, Lennart. Malmöturisten kommer ofta från Köpenhamn. *Skånska Dagbladet*. 2013-08-26.
<http://www.skanskan.se/article/20130826/MALMO/130829447/-/malmoturisten-kommer-ofta-fran-kopenhamn> (Hämtad 2013-12-28).
- Liseberg. *2012*. 2013.
<http://www.lisepedia.se/2012> (Hämtad 2013-12-04).
- Nordiska Kompaniet. *Om NK*. 2013.
<https://www.nk.se/sv/nk-goteborg/om-nk/> (Hämtad 2013-12-05).

Rapp, Johanna. Göteborg har fått sin första cykelfartsgata. *Göteborgs-Tidningen*. 2013-08-05.
<http://www.expressen.se/gt/goteborg-har-fatt-sin-forsta-cykelfartsgata/> (Hämtad 2013-12-03).

Retriever Business. *Aktiebolaget SKF*. 2013.
<http://web.retriever-info.com/services/businessinfo.html?method=displayBusinessInfo&orgnum=5560073495> (Hämtad 2013-12-03).

Retriever Business. *Aktiebolaget Volvo*. 2013.
<http://web.retriever-info.com/services/businessinfo.html?method=displayBusinessInfo&orgnum=5560125790>, Retriever Business (Hämtad 2013-12-03).

Retriever Business. *Sökning*. 2013.
<http://web.retriever-info.com/services/businessinfo.html>. Sökord: »Stena« (Hämtad 2013-12-03)-

SCB. *Fortsatt ökning av utrikes födda i Sverige*. 2013.
http://www.scb.se/sv_/Hitta-statistik/Artiklar/Fortsatt-okning-av-utrikes-fodda-i-Sverige/ (Hämtad 2013-12-03).

Stena Line. *Vart vill du resa?*. 2013.
<http://www.stenaline.se/farja/> (Hämtad 2013-12-03).

SvD.se. Svenska turister snålare än utländska. *Svenska Dagbladet*. 2012-03-21.
http://www.svd.se/resor/svenskar-ar-snalare-an-utlandska-turister_8017854.svd (Hämtad 2013-12-05).

Swedavia. *Fakta om flygplatsen*. 2013.
<http://www.swedavia.se/landvetter/om-goteborg-landvetter-airport/om-flygplatsen/fakta-om-flygplatsen/> (Hämtad 2013-12-03).

Trafikverket. *Trafikverkets vägar i Västra Götaland*. 2013.
<http://www.trafikverket.se/Privat/I-ditt-land/Vastra-gotaland/Trafikverkets-vagar/> (Hämtad 2013-12-03).

Trafikverket. *Vad är Västsvenska paketet?*. 2013.
<http://www.trafikverket.se/Privat/I-ditt-land/Vastra-gotaland/Vastsvenska-paketet/Vad-ar-Vastsvenska-paketet/> (Hämtad 2013-12-03).

Transportstyrelsen. *Trängselskatt i Göteborg*. 2013.
<http://www.transportstyrelsen.se/sv/Vag/Trangselskatt/Trangselskatt-i-goteborg/> (Hämtad 2013-12-03).

TT. Trängselskatten påverkar inte handeln. *Göteborgs-Posten*. 2013-09-18.
<http://www.gp.se/nyheter/sverige/1.2045664-trangselskatten-paverkar-inte-handeln> (Hämtad 2013-12-05).

Twitter. *Göteborg/Gothenburg*. 2013.
<https://twitter.com/goteborgcom> (Hämtad 2013-12-12).

Twitter. *Visit Stockholm*. 2013.
<https://twitter.com/visitstockholm> (Hämtad 2013-12-12).

Twitter. *Malmotown*. 2013.
<https://twitter.com/Malmotown> (Hämtad 2013-12-12).

Zachrisson, Olle. Sveriges dyraste slogans. *SvD Näringsliv*, 2012. 2008-09-17.
http://www.svd.se/naringsliv/nyheter/sverige/sveriges-dyraste-slogans_7047837.svd (Hämtad 2013-12-11).

Tryckta källor

Aaker, David A.
Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name.
New York: Free Press, 1991.

Berger, Ida E. and Andrew A. Mitchell.
The effect of advertising on attitude accessibility, attitude confidence, and attitude-behavior relationship.
Journal of Consumer Research. 16 (1989): 269-79.

Bohlin, Magnus & Elbe, Jörgen (red.)
Utveckla turistdestinationer: ett svenskt perspektiv, 2. uppl.
Malmö: Liber, 2011.

Bronner, F. och de Hoog, R. (2011).
Vacationers and eWOM: Who posts and why, where and what?
Journal of Travel Research. 50 no. 1 (2011): 115-26.

Buttle, F.
Word of mouth: Understanding and managing referral marketing.
Journal of Strategic Marketing. 6 no. 3 (1998): 241-254.

Buhalis, D. (2000).
Marketing the competitive destination of the future.
Tourism Management 21 no. 1 (2000): 97-116.

Christensen, Lars (red.).
Marknadsundersökning: en handbok, 2. uppl.
Lund: Studentlitteratur, 2001.

Cooper, Chris., Fletcher, John., Gilbert, David., Shepherd, Robert., och Wanhill, Stephen. (ed.).
Tourism: Principles and practices. 2. uppl.
England: Addison-Wesley, Longman, 1998.

- Cronholm, Michael. och Kolterjahn, Fredrik. Attraktiv shoppingturism: förutsättningar och potential i Sverige. Rapport/Turistdelegationen: 21-22. Stockholm : Turistdelegationen, 2005.
- Enhörning, Gunilla. City profile: Göteborg, Sweden. *Elsevier Cities* 27 (2010): 182–194.
- Evans, Martin, Foxall, Gordon R. & Jamal, Ahmad. *Konsumentbeteende*, 1. uppl. Malmö: Liber, 2008.
- Faarup, Poul K. & Hansen, Kenneth. *Marknadsundersökningar: i teori och praktik*. Stockholm: Liber, 2011.
- Fazio, Russel H. Attitudes as object-evaluation associations: Determinants, consequences, and correlates of attitude accessibility. I *Attitude strength: Antecedent and consequences*, ed. R. E. Petty och J. A. Krosnick, 247-82. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 1995.
- Getz, Donald., Joncas, Darrin. och Kelly, Michael. Tourist shopping villages in the Calgary region. *Journal of Tourism Studies*. 5 no. 1 (1994): 2–15.
- Gretzel, Ulrike. och Yoo, Kyung Hyan. Use and impact of online travel reviews. I *Proceedings of the International Conference: Information and Communication Technologies in Tourism*, Peter O'Connor, Wolfram Höpken och Ulrike Gretzel (red.), 35–46. Innsbruck: Springer, 2008.
- Heider, Fritz. *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley, 1958.
- Kolterjahn, Fredrik., Johansson, Stefan. och Widmark, Åsa. Den svenska shoppingturismen 2012. Rapport/Svensk Handel. Stockholm : Svensk Handel, 2013.
- Kotler, Philip., Bowen, John., och Makens, James. *Marketing for hospitality and tourism*. Storbritannien: Prentice-Hall, 1996.
- Kotler, Philip och Keller, Kevin Lane. *Marketing management*, 13. ed. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall, 2009.
- Lindberg, Sven-E. iFramtiden. Trendrapport/Svensk Handel: 3–37. Stockholm : Svensk Handel, 2013.

Lönn, Peter. och Kaaling, Jan. Statistisk årsbok Göteborg 2013: 11.
Göteborg : Stadsledningskontoret, 2013.

Magretta, Joan.

I huvudet på Michael Porter: guide till Porters centrala tankar om strategi för konkurrenskraft, 1. uppl.
Stockholm: Liber, 2012.

Nordstan. Välkommen till Sveriges ledande affärscentrum – Nordstan i Göteborg.
Faktablad/Nordstan : 2–10. Göteborg : Nordstan, 2013.

Palmer, A.

Evaluating the governance style of marketing groups.
Annals of Tourism Research 25 no. 1 (1998): 185–201.

Patel, Runa & Davidson, Bo.

Forskningsmetodikens grunder: att planera, genomföra och rapportera en undersökning, 4., [uppdaterade] uppl.
Lund: Studentlitteratur, 2011.

Pooler, James A.

Demographic targeting: the essential role of population groups in retail marketing.
Aldershot: Ashgate, 2002.

Porter, M.

Competitive strategy: Techniques for analysing industries and competitors.
New York: Free Press, 1980.

Stadsbyggnadskontoret. Avenyn: Gestaltningssystem. Rapport/Stadsbyggnadskontoret: 3–6.
Göteborg : Stadsbyggnadskontoret i Göteborgs Stad, 2013.

Sherif, Muzafer & Hovland, Carl I.

Social judgment: assimilation and contrast effects in communication and attitude change.
New Haven: Yale U.P., 1961

Thurén, Torsten.

Källkritik, 2., [rev. och utök.] uppl.
Stockholm: Liber, 2005.

Tillväxtverket. IBIS 2012. Rapport/Tillväxtverket: 41.
Stockholm : Tillväxtverket, 2013.

Timothy, Dallen J.,

Shopping tourism, retailing, and leisure.
Buffalo, NY: Channel View Publications, 2005.

VisitSweden. Årsredovisning 2012. Rapport/VisitSweden: 3.
Stockholm : VisitSweden, 2013.

Von Friedrichs Grängsjö, Y.

Destinationsmarknadsföring: En studie av turism ur ett producentperspektiv.

Diss., Stockholms universitet, 2001.

Årsstatistik Göteborg 2012. Rapport/SCB & Tillväxtverket: 1.

Stockholm : SCB & Tillväxtverket, 2012.

8. Appendix

DAGS ATT HANDLA!

Vill DU hjälpa till att göra Göteborg till en bättre stad att shoppa i?

Vi avser undersöka den, för konsumenten, upplevda bilden av Göteborg city som shoppingdestination.

Denna webbenkät ska fungera som underlag för en kandidatuppsats vid Göteborgs universitet på uppdrag av Göteborg & Co och nätverket Göteborg City Shopping.

Enkäten är HELT ANONYM.

Beräknad tid: ca 5–8 minuter.

Tack på förhand!
/Adam & Andreas

***Obligatorisk**



Exponering

Vi börjar med några frågor om Göteborg citys olika shoppingkvarter...

1. **Vilka av Göteborg citys shoppingkvarter känner du till? ***

Kryssa för de shoppingkvarter du känner till och har besökt.

Markera alla som gäller.

- Avenyn
- Centralen/Nordstan
- Haga
- Innerstaden
- Linnéområdet

2. Vilket shoppingkvarter besöker du oftast? *

Vilket shoppingkvarter i Göteborg city besöker du mest frekvent?

Markera endast en oval.

- Avenyn
- Centralen/Nordstan
- Haga
- Innerstaden
- Linnéområdet

3. Av vilken anledning besöker du ovan valda shoppingkvarter?

Välj MAX tre alternativ.

Markera alla som gäller.

- Café
- Elektronikbutik
- Heminredningsbutik
- Kiosk
- Kläd- och skobutik
- Livsmedelsbutik
- Nattklubb
- Restaurang
- Smyckesbutik

4. Vilken är den FRÄMSTA anledningen till att INTE besöka alla shoppingkvarter i Göteborg city? *

Välj ETT alternativ.

Markera endast en oval.

- Avstånd
- Förbindelse
- Utbud
- Jag brukar besöka alla shoppingkvarter
- Övrigt:

5. "Det är enkelt att få information om Göteborg citys olika shoppingkvarter." *

Evenemangsinformation, information om nya butiker etc...

Markera endast en oval.

	1	2	3	4	5	
Stämmer inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Stämmer mycket bra

Attityder

Vad tycker du om Göteborg citys shoppingkvarter?

6. Vad kopplar du främst ihop med Avenyn? *

Välj MAX två alternativ.

Markera alla som gäller.

- Affärer
- Caféer
- Nattliv
- Restauranger
- Småbutiker
- Vej ej (har ej besökt)

7. Vad kopplar du främst ihop med Haga? *

Välj MAX två alternativ.

Markera alla som gäller.

- Affärer
- Caféer
- Nattliv
- Restauranger
- Småbutiker
- Vej ej (har ej besökt)

8. Vad kopplar du främst ihop med Centralen/Nordstan? *

Välj MAX två alternativ.

Markera alla som gäller.

- Affärer
- Caféer
- Nattliv
- Restauranger
- Småbutiker
- Vej ej (har ej besökt)

9. Vad kopplar du främst ihop med Innerstaden? *

Välj MAX två alternativ.

Markera alla som gäller.

- Affärer
- Caféer
- Nattliv
- Restauranger
- Småbutiker
- Vej ej (har ej besökt)

10. Vad kopplar du främst ihop med Linnéområdet? *

Välj MAX två alternativ.

Markera alla som gäller.

- Affärer
- Caféer
- Nattliv
- Restauranger
- Småbutiker
- Vej ej (har ej besökt)

11. Vilket är ditt favoritshoppingkvarter? *

Vilket shoppingkvarter tycker du mest om?

Markera endast en oval.

- Avenyn
- Centralen/Nordstan
- Haga
- Innerstaden
- Linnéområdet

12. Varför?

Motivera kort varför du tycker bäst om ovan valda shoppingkvarter.

.....

Shopping

Ett par allmänna frågor om shoppingvanor...

13. **Saknar du något i Göteborg citys shoppingutbud?**

Om svaret är "Ja"; vad saknar du? Annars, lämna fältet blankt.

.....

14. **Shoppas du hellre i någon/några av följande storstäder?**

Om svaret är "Ja"; kryssa för den storstad du hellre shoppar i (jämfört med Göteborg city).

Markera alla som gäller.

- Köpenhamn
- Helsingfors
- Malmö
- Oslo
- Stockholm

15. **Varför?**

Om svaret är "Ja"; skriv en kort motivering. Annars, lämna fältet blankt.

.....

16. **Vilka är de främsta faktorerna som motiverar ditt besök i Göteborg? ***

Välj MAX två alternativ.

Markera alla som gäller.

- Besöka familj och/eller vänner
- Idrottsevenemang
- Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)
- Mat (café, restauranger etc.)
- Shopping
- Övrigt:

17. **"Jag shoppar (...) i veckan." ***

Hur många gånger i veckan uppskattar du att du shoppar något (i butik, på nätet etc.).

Markera endast en oval.

- mer än 5 gånger
- cirka 3 gånger
- någon gång
- mer sällan/inget av ovanstående

Demografi

Slutligen några anonyma kategorifrågor om dig som konsument...

18. **Kön ***

Är du kvinna eller man?

Markera endast en oval. Kvinna Man19. **Ålder ***

Hur gammal är du?

Markera endast en oval. -12 år 13-19 år 20-25 år 26-30 år 31-40 år 41-50 år 51-60 år 61-70 år 71+ år20. **"Jag är (...) i Göteborg city."**

Vilket av följande alternativ stämmer in på dig?

Markera endast en oval. boende dagsbesökare shoppingturist inget av ovanstående alternativ21. **Civilstånd ***

Vilken är din nuvarande livssituation?

Markera endast en oval. Sambo Singel Gift

22. **Sysselsättning ***

Välj din huvudsakliga sysselsättning.

Markera endast en oval.

- Arbetar
- Studerar
- Pensionär
- Arbetsökande

Tillhandahålls av



Enkätundersökning Göteborg City Shopping (Svar)

Tidstämpel	*Jag är (...) i Göteborg city.*	*Det är enkelt att få information om Göteborg citys olika shoppingkvarter.*	Vilket shoppingkvarter besöker du oftast?	Av vilken anledning besöker du ovan valda shoppingkvarter?	Vilken är den FRÄMSTA anledningen till att INTE besöka alla shoppingkvarter i Göteborg city?	Vilka av Göteborg citys shoppingkvarter känner du till?	Vad kopplar du främst ihop med Avenyn?	Vilket är ditt favoritshoppingkvarter?	Varför?	Saknar du något i Göteborg citys shoppingutbud?	Shopper du hellre någon/några av följande storstäder?	Varför?	Vilka är de främsta faktorerna som motiverar ditt besök i Göteborg? Besöka familj och/eller vänner, Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Kön	Ålder	Sysselättning	Civilstånd	*Jag shopper (...) i veckan.*	Vad kopplar du främst ihop med Haga?	Vad kopplar du främst ihop med Centralen/Nordstan	Vad kopplar du främst ihop med Innerstaden?	Vad kopplar du främst ihop med Linnéområdet?
2013-11-28 11.15.17	inget av ovanstående alternativ		3	Avenyn	Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan	Innerstaden	Nattliv	Innerstaden	dunno	nej	Stockholm	Man	13-19 år	Studerar	Singel	cirka 3 gånger	Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Nattliv, Restauranger	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-28 12.31.23	boende		3	Avenyn	Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan	Haga	Restauranger	Avenyn	Bäst stad		Helsingfors	Kvinna	20-25 år	Studerar	Singel	någon gång	Caféer	Affärer	Affärer	Nattliv
2013-11-28 14.11.50	boende		2	Centralen/Nordstan	Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan	Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Haga	mysigt			Kvinna	20-25 år	Studerar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Affärer, Caféer	Affärer	Affärer, Caféer	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 15.20.55	boende		3	Centralen/Nordstan	Elektronikbutik, Kläd- och skobutik, Restaurang	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan	Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Caféer, Restauranger	Avenyn				Man	20-25 år	Studerar	Singel	någon gång	Caféer	Affärer	Affärer, Caféer	Caféer, Restauranger
2013-11-28 15.56.09	boende		2	Centralen/Nordstan	Hemredningsbutik Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan	Innerstaden	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Allt finns.		Stockholm	Man	20-25 år	Studerar	Singel	någon gång	Caféer, Restauranger	Affärer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Caféer, Restauranger
2013-11-28 16.01.06	boende		2	Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik, Livsmedelsbutik, Nattklubb	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan	Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Stora utrymnen och stort utbud		Stockholm	Man	20-25 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Restauranger	Affärer	Affärer, Caféer	Caféer, Restauranger
2013-11-28 16.05.39	inget av ovanstående alternativ		3	Innerstaden	Café, Kläd- och skobutik	Besöker ett område i taget	Avenyn, Centralen/Nordstan	Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Affärer, Restauranger	Innerstaden	Offa inte så trångt Trevligare omgivning.	Det är samma butik överallt, för få alternativ.	Stockholm	Kvinna	51-60 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Caféer, Småbutiker
2013-11-28 16.09.45	boende		3	Innerstaden	Café, Hemredningsbutik alla Kläd- och skobutik	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan	Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Caféer, Nattliv	Innerstaden	Inte lika mycket folk o trängas med			Kvinna	26-30 år	Studerar	Singel	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer, Caféer	Caféer, Nattliv	Caféer, Restauranger
2013-11-28 16.11.50	boende		3	Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik	Väljer oftast ett ställe att gå till, inte alla.	Avenyn, Centralen/Nordstan	Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Nära hem och där finns oftast det jag behöver.		Köpenhamn	Kvinna	31-40 år	Arbetar	Singel	någon gång	Affärer, Caféer	Affärer	Caféer, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 16.19.15	boende		2	Centralen/Nordstan	Café, Kläd- och skobutik	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan	Haga, Innerstaden	Caféer, Restauranger	Haga	Trevligt och opretentiöst Mysig atmosfär och fin arkitektur. Charmiga, lite annorlunda butiker och roliga caféer. Kunde dock önskat fler roliga nischade butiker. Kanske framförallt mer lokala kreatörer av olika slag. Fler affärer/butiker med ekologisk inriktning.	Mer variation av butiker. Kanske framförallt mer lokala kreatörer av olika slag. Fler affärer/butiker med ekologisk inriktning.	Köpenhamn, Stockholm	Man	61-70 år	Arbetar	Gift	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 17.01.23	boende		5	Innerstaden	Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan	Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Haga			Köpenhamn, Stockholm	Kvinna	26-30 år	Studerar	Sambo	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Caféer, Småbutiker	Caféer, Restauranger
2013-11-28 17.18.36	shoppingturist		3	Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik Café, Kläd- och skobutik,	Förbindelse	Centralen/Nordstan		Vej ej (har ej besökt)	Centralen/Nordstan	Allt finns på samma ställe!		Stockholm	Man	20-25 år	Arbetar	Singel	någon gång	Vej ej (har ej besökt)	Affärer, Restauranger	Caféer, Småbutiker	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-28 17.21.19	shoppingturist		4	Avenyn	Restaurang	Avstånd	Avenyn	Centralen/Nordstan	Affärer, Nattliv	Avenyn	Stort och enkelt att hitta		Stockholm	Man	20-25 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Affärer	Restauranger	Affärer	Caféer
2013-11-28 17.22.46	boende		3	Centralen/Nordstan	Elektronikbutik, Kläd- och skobutik, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan	Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Stort och när min bostad			Man	20-25 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Affärer, Nattliv	Caféer, Småbutiker
2013-11-28 17.23.35	boende		2	Centralen/Nordstan	Café, Elektronikbutik, Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan	Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Mysigare och roligare upplevelse än Nordstan	Unika klädbutiker eller andra affärer som sticker ut	Stockholm	Man	20-25 år	Studerar	Singel	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Caféer, Restauranger
2013-11-28 17.33.44	inget av ovanstående alternativ		3	Centralen/Nordstan	Café, Hemredningsbutik Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan		Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan				Kvinna	20-25 år	Studerar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Vej ej (har ej besökt)	Affärer, Caféer	Vej ej (har ej besökt)	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-28 17.34.25	inget av ovanstående alternativ		3	Avenyn	Café, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan		Caféer, Restauranger	Centralen/Nordstan	Stor utbud på litet område		Köpenhamn, Oslo, Stockholm	Man	20-25 år	Studerar	Sambo	någon gång	Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Affärer, Caféer	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-28 17.35.09	inget av ovanstående alternativ		3	Avenyn	Café, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan		Caféer, Restauranger	Centralen/Nordstan	Stor utbud på litet område		Köpenhamn, Oslo, Stockholm	Man	20-25 år	Studerar	Sambo	någon gång	Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Affärer, Caféer	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-28 17.41.39	dagsbesökare		5	Innerstaden	Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan	Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden			Stockholm	Kvinna	26-30 år	Studerar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Caféer, Restauranger
2013-11-28 17.45.04	inget av ovanstående alternativ		4	Centralen/Nordstan	Nattklubb	Förbindelse	Centralen/Nordstan	Avenyn, Centralen/Nordstan	Nattliv	Centralen/Nordstan	nga lågförbindelsen samt spårnag förbindelser		Stockholm	Man	20-25 år	Studerar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Vej ej (har ej besökt)	Affärer, Nattliv	Affärer, Caféer	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-28 18.01.02	inget av ovanstående alternativ		2	Centralen/Nordstan	Café, Kläd- och skobutik, Nattklubb	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan	Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden	Mer intressanta butiker		Köpenhamn, Stockholm	Man	26-30 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Restauranger
2013-11-28 18.01.51	inget av ovanstående alternativ		3	Centralen/Nordstan	Café	Avstånd	Centralen/Nordstan	Avenyn, Centralen/Nordstan	Nattliv	Centralen/Nordstan	Närmast		Stockholm	Kvinna	20-25 år	Studerar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Nattliv	Affärer	Affärer	Caféer
2013-11-28 18.15.03	boende		3	Innerstaden	Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan	Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden				Kvinna	20-25 år	Studerar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer, Caféer	Affärer, Caféer	Caféer, Restauranger
2013-11-28 18.19.49	boende		4	Innerstaden	Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Mycket folk	Avenyn, Centralen/Nordstan	Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Linnéområdet	Mysigt, skön stämning	Mer gemensamma ytor i innerstaden, som parker. Är för luftigt vid nordstan.	Köpenhamn, Stockholm	Kvinna	26-30 år	Arbetar	Singel	cirka 3 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Småbutiker	Caféer, Restauranger
2013-11-28 18.25.47	boende		4	Innerstaden	Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	För mycket folk	Avenyn, Centralen/Nordstan	Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Haga	Mysfaktor			Kvinna	31-40 år	Arbetar	Singel	någon gång	Caféer	Affärer	Affärer, Caféer	Restauranger

Enkätundersökning Göteborg City Shopping (Svar)

Tidstämpel	*Jag är (...) i Göteborg city.*	"Det är enkelt att få information om Göteborg citys olika shoppingkvarter."	Vilket shoppingkvarter besöker du oftast?	Av vilken anledning besöker du ovan valda shoppingkvarter?	Vilken är den FRÄMSTA anledningen till att INTE besöka alla shoppingkvarter i Göteborg city?	Vilka av Göteborg citys shoppingkvarter besöker du tillf?	Vad kopplar du främst ihop med Avenyn?	Vilket är ditt favoritshoppingkvarter?	Varför?	Saknar du något i Göteborg citys shoppingutbud?	Shoppa du hellre i någon/några av följande storstäder?	Varför?	Vilka är de främsta faktorerna som motiverar ditt besök i Göteborg?	Kön	Ålder	Sysselsättning	Civilstånd	*Jag shoppa (...) i veckan.*	Vad kopplar du främst ihop med Haga?	Vad kopplar du främst ihop med Centralen/Nordstan	Vad kopplar du främst ihop med Innerstaden?	Vad kopplar du främst ihop med Linnéområdet?
2013-11-28 18.32.37	boende		3	Innerstaden	Café, Kläd- och skobutik, Livsmedelsbutik	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden		Stockholm		bor där	Man	26-30 år	Arbetar	Singel	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Småbutiker	Restauranger
2013-11-28 18.34.24	boende		3	Linnéområdet	Café, Kiosk, Restaurang	Trivsel	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Linnéområdet	Det mest trivsamma området	Ja, "märkes"affärer	Köpenhamn	Trivsammare stad	Man	51-60 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer	Caféer, Restauranger
2013-11-28 18.46.24	boende		3	Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik	frängselskatt	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Linnéområdet	Ligger närmast			Idrottsvenemang, Shopping	Man	61-70 år	Arbetar	Sambo	cirka 3 gånger	Caféer	Affärer	Affärer	Restauranger
2013-11-28 18.49.21	boende		2	Centralen/Nordstan	Café, Elektronikbutik, Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan NK		Stockholm		Större utbud av kläder, restauranger och nattliv, allt nära vart annat	Man	20-25 år	Studerar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer, Caféer	Affärer, Restauranger	Caféer, Restauranger
2013-11-28 18.49.52	ovanstående alternativ		3	Centralen/Nordstan	Nattklubb, Restaurang	Okunskap	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Ett par bra klädbutiker			Besöka familj och/eller vänner	Man	26-30 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Affärer, Caféer	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-28 18.56.50	boende		2	Innerstaden	Café, Kläd- och skobutik, Nattklubb		Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Specialiserade butiker och bra caféer.	Nespresso butik	Köpenhamn	Variation	Man	26-30 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 19.01.35	boende		2	Linnéområdet	Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Utbud	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Linnéområdet			Köpenhamn, Helsingfors, Oslo		Man	26-30 år	Studerar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 19.09.10	boende		3	Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik	pris	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Affärer	Centralen/Nordstan	förbindelse			bor här	Kvinna	31-40 år	Arbetsökande	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Småbutiker	Affärer, Restauranger	Restauranger	Småbutiker
2013-11-28 19.09.34	dagbesökare		4	Centralen/Nordstan	Elektronikbutik, Hemredningsbutik	Kläd- och skobutik	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Många butiker inom ett litet område			Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Man	51-60 år	Arbetar	Gift	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Caféer, Småbutiker	Caféer, Restauranger
2013-11-28 19.17.01	dagbesökare		3	Linnéområdet	Restaurang		Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Linnéområdet	Att de tomma ylorna byggdes med blandstad, mer bostäder småbutiker med ettiskt och ekologiskt och valdesignat utbud.			Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Man	41-50 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 19.19.17	boende		2	Avenyn	Kläd- och skobutik	Utbud	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden	Bäst utbud men inte särskilt bra ändå. Bor i Majorna och handlar i närområdet för att jag går 2 gynna närområdens butiker!			Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Kvinna	31-40 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Caféer, Småbutiker	Caféer, Restauranger
2013-11-28 19.36.46	dagbesökare		4	Linnéområdet	Café, Kläd- och skobutik, Livsmedelsbutik	Avstånd	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Linnéområdet				Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Kvinna	51-60 år	Pensionär	Singel	cirka 3 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 19.42.09	boende		4	Haga	Hemredningsbutik	Restaurang	Dåligt utbud av ekologiska produkter	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Linnéområdet	Mindre enskilt drivna butiker som inte drivs av någon stor kedja		Fler Ekologiska barnkläder i innerstaden	Kvinna	20-25 år	Studerar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Caféer, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 19.47.57	boende		3	Haga	Café, Restaurang		Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Haga	Haga ligger nära min skola och jag är bara intresserad av att konsumera kaffe och/eller mat.			Bosatt här.	Man	20-25 år	Studerar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer	Affärer	Affärer, Caféer	Caféer, Restauranger
2013-11-28 20.03.10	boende		3	Innerstaden	Kläd- och skobutik	Utbud	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden	Bra utbud			Mat (café, restauranger etc.)	Man	26-30 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer	Affärer	Småbutiker	Restauranger
2013-11-28 20.04.52	boende		3	Linnéområdet	Nattklubb, Restaurang		Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Affärer, Nattliv	Linnéområdet	Rättig kvartersstad			Jag bor där...	Man	41-50 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer	Affärer	Småbutiker	Nattliv, Restauranger
2013-11-28 20.06.43	boende		4	Centralen/Nordstan	Hemredningsbutik	Kläd- och skobutik, Smyckebutik	Dyr parkering	Nattliv, Restauranger	Haga	För några av mina favoritbutiker ligger där	Ja vissa butiks kedjor som Berchka	Köpenhamn	Kulturrevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Jag bor i Göteborg Kulturrevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	41-50 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer, Caféer	Restauranger, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 20.13.27	boende		3	Innerstaden	Café, Kläd- och skobutik, Livsmedelsbutik	Trivsel	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Affärer, Nattliv	Innerstaden	Brett utbud i kvartersbebyggelse	Samling av "ung design".		Mat (café, restauranger etc.)	Man	51-60 år	Arbetar	Gift	cirka 3 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer	Caféer, Småbutiker	Caféer, Restauranger
2013-11-28 20.14.32	boende		4	Linnéområdet	Café, Livsmedelsbutik, Restaurang	Avstånd	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Haga	Mysigt	Större mataffärer		Besöka familj och/eller vänner, Shopping	Man	26-30 år	Studerar	Singel	cirka 3 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer, Caféer	Restauranger, Småbutiker	Affärer, Caféer
2013-11-28 20.28.00	dagbesökare		3	Innerstaden	Café, Elektronikbutik, Kläd- och skobutik		Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Restauranger	Innerstaden	Utbud, närhet		Köpenhamn	Större utbud	Man	31-40 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer	Affärer	Caféer, Småbutiker	Caféer, Småbutiker
2013-11-28 20.30.05	boende		3	Innerstaden	Café, Kläd- och skobutik, Nattklubb	Förbindelse	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Affärer, Nattliv	Innerstaden	Bäst butiker för mig		Köpenhamn, Oslo	Flagship	Man	13-19 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer, Caféer	Caféer, Småbutiker	Caféer, Restauranger
2013-11-28 20.43.05	boende		3	Linnéområdet	Café, Livsmedelsbutik, Restaurang		Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	bäst bredd		Köpenhamn, Stockholm	Större utbud, framförallt restaurang.	Man	31-40 år	Arbetar	Singel	cirka 3 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Restauranger, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 20.43.36	boende		3	Linnéområdet	Café, Nattklubb, Restaurang	Utbud	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden	För att det är blandat	Variation, allt är likadant	Köpenhamn, Stockholm	Mer utbud och iche.	Kvinna	20-25 år	Studerar	Singel	någon gång	Caféer	Affärer	Affärer	Småbutiker
2013-11-28 20.52.51	boende		3	Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik	Avstånd	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Gillar att gå i gatunljö	Större variation, inte bara stora kedjor		Bor i Göteborg	Man	41-50 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Caféer, Restauranger
2013-11-28 21.02.35	shoppingturist		3	Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik	Utbud	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Caféer, Restauranger	Centralen/Nordstan	Lätt att ta sig dit			Besöka familj och/eller vänner, Shopping	Kvinna	13-19 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Vej ej (har ej besökt)	Affärer, Caféer	Affärer	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-28 21.03.21	shoppingturist		5	Centralen/Nordstan	Hemredningsbutik	Kläd- och skobutik, Restaurang	Svårt att få parkering	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Lätt att ta sig dit	Tredjögångsträdd, bra utbud på butiker, caféer samt att allt ligger tätt ihop		Besöka familj och/eller vänner, Shopping	Kvinna	31-40 år	Arbetar	Gift	mer än 5 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer, Småbutiker	Affärer, Småbutiker	Caféer, Småbutiker
2013-11-28 21.09.32	boende		4	Innerstaden	Café, Hemredningsbutik	Kläd- och skobutik	Avstånd mellan butikerna i Linné vid dåligt väder.	Nattliv, Restauranger	Innerstaden			Stockholm	Större utbud, fler alternativ bredvid de stora butiks kedjorna.	Kvinna	31-40 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Caféer, Restauranger

Enkätundersökning Göteborg City Shopping (Svar)

Tidstämpel	*Jag är (...) i Göteborg city.* inget av alternativ	*Det är enkelt att få information om Göteborg citys olika shoppingkvarter.*	Vilket shoppingkvarter besöker du oftast?	Av vilken anledning besöker du ovan valda shoppingkvarter?	Vilken är den FRÄMSTA anledningen till att INTE besöka alla shoppingkvarter i Göteborg city? Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Vilka av Göteborg citys shoppingkvarter känner du till?	Vad kopplar du främst ihop med Avenyn?	Vilket är ditt favoritshoppingkvarter	Varför?	Saknar du något i Göteborg citys shoppingutbud?	Shoppar du hellre i någon/några av följande storstäder?	Varför?	Vilka är de främsta faktorerna som motvarar ditt besök i Göteborg?	Kön	Alder	Sysselsättning	Civilstånd	*Jag shopper (...) i veckan.*	Vad kopplar du främst ihop med Haga?	Vad kopplar du främst ihop med Centralen/Nordstan	Vad kopplar du främst ihop med Innerstaden?	Vad kopplar du främst ihop med Linnéområdet?
2013-11-28 21.10.48	ovanstående		4	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Centralen/Nordstan					Besöka familj och/eller vänner	Man	20-25 år	Arbetar	Singel	någon gång	Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Caféer	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-28 21.10.51	dagsbesökare		4	Innerstaden Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden					Shopping Besöka familj och/eller vänner, Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Man	31-40 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Restauranger	Småbutiker	Affärer	Nattliv
2013-11-28 21.21.42	boende		1	Centralen/Nordstan Elektronikbutik, Kläd- och skobutik, Livsmedelsbutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Centralen/Nordstan	Mest utbud på minsta yta				Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Kvinna	26-30 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Restauranger
2013-11-28 21.22.02	boende		4	Centralen/Nordstan Elektronikbutik, Kläd- och skobutik	Förbindelse	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Affärer, Nattliv	Centralen/Nordstan	Bäst oppetider på bolaget				Jag bor här	Man	20-25 år	Studerar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Restauranger	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 21.31.43	inget av ovanstående alternativ		3	Haga Café, Hemiredningsbutik Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Haga	Trevligast miljö	Finns för lite av allt	Stockholm	Bättre utbud	Besöka familj och/eller vänner Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.)	Man	31-40 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Restauranger	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 21.33.29	boende		1	Innerstaden Kläd- och skobutik, Elektronikbutik, Kiosk	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Har bäst butik Stort utbud på butik.	Urban outfitters	Köpenhamn	Fler butiker	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Kvinna	26-30 år	Studerar	Sambo	någon gång	Caféer	Affärer	Affärer	Restauranger
2013-11-28 21.38.36	dagsbesökare		3	Centralen/Nordstan Elektronikbutik, Kiosk	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Restauranger	Centralen/Nordstan					Mat (café, restauranger etc.)	Man	26-30 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer	Affärer, Restauranger	Affärer, Restauranger	Restauranger
2013-11-28 21.44.43	shoppingturist		3	Centralen/Nordstan Hemiredningsbutik Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Restauranger	Innerstaden	Det finns många olika butiker att välja på och det är gångavstånd till centralstationen Pga variation av allt som stan erbjuder och dessutom så är det korta avstånd mellan affärer, caféer, restauranger och det är utomhus vilket jag föredrar vid fint väder.	Mera variation, flera olika klädbutiker, skobutiker, butiker som inte tillhör ngr kedjor		Jag har vaBåda städer pplevde jag mer internationella och utbudet var större av allt.	Kvinna	51-60 år	Arbetar	Gift	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer, Caféer	Affärer, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker	
2013-11-28 21.48.50	boende		3	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik		Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter		Köpenhamn, Stockholm		Jag bor här	Kvinna	31-40 år	Arbetar	Singel	cirka 3 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Affärer, Restauranger	Nattliv, Restauranger
2013-11-28 21.51.50	dagsbesökare		3	Linnéområdet Kläd- och skobutik, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	utbudet				arbete	Kvinna	31-40 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 21.52.13	dagsbesökare		3	Linnéområdet Kläd- och skobutik, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	utbudet				arbete	Kvinna	31-40 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 21.55.23	boende		2	Innerstaden Café, Hemiredningsbutik Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Småstadskänsla, bra och varierat utbud, fritt från de stora kedjorna		Köpenhamn		Jag bor mitt i stan, gör alla mina ärenden där	Kvinna	31-40 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Caféer, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 22.08.04	boende		2	Innerstaden Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Bra utbud, utan den hysteriska stress som finns i Nordstan.				Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.)	Man	20-25 år	Studerar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Caféer, Nattliv
2013-11-28 22.10.47	inget av ovanstående alternativ		1	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Caféer, Restauranger	Haga	Mysigt med de gamla				Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Kvinna	31-40 år	Arbetar	Gift	mer än 5 gånger	Småbutiker	Affärer	Vej ej (har ej besökt)	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-28 22.19.05	boende		3	Linnéområdet Kläd- och skobutik, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Affärer, Nattliv	Linnéområdet	På gångavstånd hemifrån				Jag bor i Göteborg Besöka familj och/eller vänner, Mat (café, restauranger etc.)	Man	31-40 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Caféer, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 22.41.55	dagsbesökare		2	Centralen/Nordstan Café, Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Centralen/Nordstan	Variert utbud				Besöka familj och/eller vänner Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.)	Man	20-25 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer, Småbutiker	Affärer, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 22.42.26	boende		2	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik	Tidsbrist	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Restauranger	Centralen/Nordstan			Köpenhamn		Besöka familj och/eller vänner Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.)	Man	31-40 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Caféer, Restauranger
2013-11-28 22.44.26	boende		4	Haga Café, Restaurang		Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden	stort område				Fler butiker. Fler små inredningsbutiker. Bättre secon hand utbud.	Man	26-30 år	Studerar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer	Affärer	Affärer	Restauranger
2013-11-28 22.47.36	boende		2	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik, Smyckesbutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Bra förbindelser och stort utbud		Stockholm		Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Kvinna	20-25 år	Arbetar	Singel	någon gång	Caféer	Affärer, Caféer	Affärer, Småbutiker	Nattliv, Restauranger
2013-11-28 22.49.28	boende		3	Innerstaden Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden			Köpenhamn, Stockholm	mer utbud	Besöka familj och/eller vänner, Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	26-30 år	Studerar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer	Nattliv, Restauranger
2013-11-28 22.50.55	dagsbesökare		3	Innerstaden Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	lugnt		Köpenhamn, Malmö, Stockholm	större utbud	Besöka familj och/eller vänner, Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Shopping	Man	31-40 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Affärer	Affärer, Caféer	Affärer, Restauranger	Caféer, Nattliv
2013-11-28 22.50.59	boende		4	Innerstaden Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Caféer, Småbutiker	Innerstaden	Hittar det mesta på litet område.	Mindre unika butiker	Köpenhamn	Mindre unika butiker	Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Shopping	Kvinna	41-50 år	Arbetar	Singel	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 22.51.14	dagsbesökare		2	Centralen/Nordstan Café, Kläd- och skobutik, Smyckesbutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Haga	Mysigt hemtrevlig öppet vandringskvarter				Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	41-50 år	Arbetar	Singel	cirka 3 gånger	Småbutiker	Affärer	Småbutiker	Nattliv
2013-11-28 23.01.54	dagsbesökare		3	Centralen/Nordstan Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Restauranger	Centralen/Nordstan					Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Man	26-30 år	Studerar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Vej ej (har ej besökt)	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-28 23.05.24	boende		3	Innerstaden Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Bra mix av affärer på lagom avstånd.		Stockholm	Större utbud.	Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Man	31-40 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Affärer, Caféer	Affärer	Caféer, Restauranger	Caféer, Restauranger

Enkätundersökning Göteborg City Shopping (Svar)

Tidstämpel	*Jag är (...) i Göteborg city.*	*Det är enkelt att få information om Göteborg citys olika shoppingkvarter.*	Vilket shoppingkvarter besöker du oftast?	Av vilken anledning besöker du ovan valda shoppingkvarter?	Vilken är den FRÄMSTA anledningen till att INTE besöka alla shoppingkvarter i Göteborg city?	Vilka av Göteborg citys shoppingkvarter känner du till?	Vad kopplar du främst ihop med Avenyn?	Vilket är ditt favoritshoppingkvarter	Varför?	Saknar du något i Göteborg citys shoppingutbud?	Shopper du hellre i någon/några av följande storstäder?	Varför?	Vilka är de främsta faktorerna som motvarar ditt besök i Göteborg?	Kön	Ålder	Sysselsättning	Civilstånd	*Jag shopper (...) i veckan.*	Vad kopplar du främst ihop med Haga?	Vad kopplar du främst ihop med Centralen/Nordstan	Vad kopplar du främst ihop med Innerstaden?	Vad kopplar du främst ihop med Linnéområdet?
2013-11-28 23.16.49	dagsbesökare		1	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Restauranger	Linnéområdet	Atmosfär och originellt utbud.	Virtage, kreativitet, interaktion.	Stockholm	Roigare utbud.	Shopping Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Kvinna	41-50 år	Arbetar	Gift	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Restauranger, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 23.18.21	dagsbesökare		1	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik	Hemiredningsbutik	Utbud	Centralen/Nordstan Innerstaden, Linnéområdet	Restauranger	Centralen/Nordstan	Där finns de affärer som jag vill handla i			Shopping Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Kvinna	31-40 år	Arbetar	Sambo	cirka 3 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Restauranger	Caféer, Restauranger
2013-11-28 23.21.58	boende		5	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Affärer	Centralen/Nordstan	Närhet mycket att välja på	Även oftast in till Göteborg för att handla något			Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	51-60 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Caféer	Affärer	Caféer, Natliv	Caféer, Restauranger
2013-11-28 23.27.58	dagsbesökare		3	Innerstaden Kläd- och skobutik	Ofta en väldigt stressad miljö, både i och utanför butikerna i Nordstan	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Små, udda butiker. Specialare helt enkelt med det där lilla extra				Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	20-25 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Restauranger	Caféer, Restauranger
2013-11-28 23.31.47	dagsbesökare		3	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik, Restaurang	Elektronikbutik, Kläd- och skobutik, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Restauranger	Centralen/Nordstan				Idrottsvenemang, Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	26-30 år	Arbetar	Sambo	mer än 5 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer, Caféer	Nattliv, Restauranger	Caféer, Restauranger
2013-11-28 23.32.12	boende		4	Centralen/Nordstan Café, Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Utbudet, närheten	Plus size	Stockholm	Mer variation	Bor här. Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Kvinna	26-30 år	Studerar	Sambo	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Vej ej (har ej besökt)	Caféer, Restauranger
2013-11-28 23.36.53	shoppingturist		3	Centralen/Nordstan Café, Kiosk, Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	allt samlat på ett ställe.				Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	20-25 år	Arbetsökande	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Vej ej (har ej besökt)	Affärer, Caféer	Caféer, Småbutiker	Caféer, Restauranger
2013-11-28 23.43.19	boende		3	Linnéområdet Livsmedelsbutik	Stil	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Affärer, Nattliv	Haga	Mysigt		Köpenhamn	Massor av småbutiker	Jag bor här	Kvinna	41-50 år	Arbetar	Gift	mer än 5 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Restauranger, Småbutiker
2013-11-28 23.45.13	boende		2	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden	mysig miljö plus bra unika affärer	andra hand o loppisar			Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	41-50 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Småbutiker	Affärer	Småbutiker	Caféer
2013-11-28 23.56.69	boende		2	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik	Förbindelse	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Allt finns på ett ställe	Affären New Yorker			Idrottsvenemang, Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	31-40 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Nattliv, Restauranger
2013-11-29 00.25.55	boende		3	Innerstaden Nattklubb	båååring	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	inte instängt som nordstan	kvalité till lågpris			bor där...	Man	31-40 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Småbutiker	Caféer, Restauranger
2013-11-29 00.29.54	boende		2	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Störst utbud av affärer	Mer variation av affärer istan, där finns mest kedjor. Mer restauranger i nordstan. Mer shopping i linne	Stockholm	Ströme utbud av affärer och restauranger som inte är stora kedjor	Kvinna	20-25 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Caféer, Restauranger	
2013-11-29 01.34.46	dagsbesökare		3	Innerstaden Hemiredningsbutik Kläd- och skobutik, Restaurang	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden	Butiker och shopping i trevligare miljö än ex nordstan. Samt bra kommunikationer. Charmiga kvarter, roliga småbutiker, mysiga caféer, totalt sett en varm och trevlig atmosfär		Köpenhamn	Besöka familj och/eller vänner. Egentligen en fråga om märken och design. Kphs utbud är bäst. Sen är stadsken	Man	26-30 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer	Affärer	Restauranger, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker	
2013-11-29 03.58.49	inget av alternativ		4	Centralen/Nordstan Café, Hemiredningsbutik Kläd- och skobutik	Förbindelse	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Haga			Köpenhamn	Större stad, ett mer varierat utbud	Kvinna	31-40 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Caféer, Småbutiker	Nattliv, Restauranger	
2013-11-29 06.58.42	boende		3	Centralen/Nordstan Café, Hemiredningsbutik Kläd- och skobutik	Mkt folk	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden	Blandning mellan utbud och stämning		Köpenhamn, Stockholm	Bättre utbud	Kvinna	26-30 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer	Affärer	Affärer	Restauranger	
2013-11-29 08.02.46	dagsbesökare		3	Centralen/Nordstan Café, Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Caféer, Nattliv	Centralen/Nordstan	Stort utbud	Tycker bäst om affärer längs Kungsgatan, vara utomhus mellan butikerna.			Mat (café, restauranger etc.)	Man	61-70 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer, Caféer	Restauranger, Småbutiker	Restauranger
2013-11-29 08.47.37	dagsbesökare		3	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden					Besöka familj och/eller vänner. Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	26-30 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Caféer, Restauranger
2013-11-29 08.54.13	ovanstående alternativ		3	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik	Bor inte i Göteborg	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Restauranger	Innerstaden	Shopper sällan				Arbete	Kvinna	51-60 år	Arbetar	Gift	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer, Caféer	Caféer, Restauranger	Restauranger, Småbutiker
2013-11-29 08.56.09	dagsbesökare		3	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik, Smykesbutik	Då handlar man lätt för mycket	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden	Variationen				Jag bor här	Kvinna	31-40 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Caféer, Restauranger
2013-11-29 09.17.30	dagsbesökare		3	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik, Livsmedelsbutik, Restaurang	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter tar för lång tid.	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Där finns allt under tak				Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Kvinna	51-60 år	Arbetar	Singel	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Affärer, Småbutiker	Caféer, Restauranger
2013-11-29 09.18.54	shoppingturist		4	Innerstaden Kläd- och skobutik	Oftast har jag bara ett par timmar på mig att hitta det jag är ute efter.	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Caféer, Restauranger	Innerstaden	finns små klädbutiker som oftast har det jag är ute efter.	inredning och möbler	Malmö, Stockholm	"nya butiker"	Kvinna	61-70 år	Arbetar	Singel	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Restauranger, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker	
2013-11-29 09.30.43	boende		2	Innerstaden Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden					Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	26-30 år	Arbetar	Singel	någon gång	Caféer	Affärer	Affärer	Restauranger
2013-11-29 09.34.55	dagsbesökare		3	Innerstaden Café, Kläd- och skobutik, Nattklubb	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Det finns affärer där som inte finns i de andra. Nordslans är så kommersiell. Sen är det när till mig också				Man	20-25 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Restauranger	Restauranger	
2013-11-29 10.32.04	dagsbesökare		2	Centralen/Nordstan Elektronikbutik, Kläd- och skobutik, Livsmedelsbutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Bra blandning av allt. stora butiker, mindre spec butiker, fik och mat. samt att det är snyggt och ligger centralt.	Bättre secondhand, billigare fallfä.	Köpenhamn	Bättre second hand, billigare fallfä.	Man	26-30 år	Arbetar	Singel	cirka 3 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Caféer, Restauranger	

Enkätundersökning Göteborg City Shopping (Svar)

Tidstämpel	*Jag är (...) i Göteborg city.*	*Det är enkelt att få information om Göteborg citys olika shoppingkvarter.*	Vilket shoppingkvarter besöker du oftast?	Av vilken anledning besöker du ovan valda shoppingkvarter?	Vilken är den FRÄMSTA anledningen till att INTE besöka alla shoppingkvarter i Göteborg city?	Vilka av Göteborg citys shoppingkvarter känner du till?	Vad kopplar du främst ihop med Avenyn?	Vilket är ditt favoritshoppingkvarter	Varför?	Saknar du något i Göteborg citys shoppingutbud?	Shopper du hellre i någon/några av följande storläder?	Varför?	Vilka är de främsta faktorerna som motverkar ditt besök i Göteborg?	Kön	Ålder	Sysetsättning	Civilstånd	*Jag shopper (...) i veckan.*	Vad kopplar du främst ihop med Haga?	Vad kopplar du främst ihop med Centralen/Nordstan	Vad kopplar du främst ihop med Innerstaden?	Vad kopplar du främst ihop med Linnéområdet?
2013-11-29 10.42.07	dagsbesökare	3	Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik Kläd- och skobutik, Nattklubb, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Innerstaden	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Stort utbud				Besöka familj och/eller vänner, Nattklubb/krog Besöka familj och/eller vänner, Idrottsvenemang	Man	20-25 år	Studerar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer	Affärer, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker	Restauranger
2013-11-29 10.46.31	shoppingturist	3	Avenyn	Kläd- och skobutik, Nattklubb, Restaurang	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Avenyn	Lättillgängligt, bra shopping & inte lika mycket folk som i nordstan	Mer exklusiva butiker. NK räcker inte.	Köpenhamn	Närmare De har bra shopping, bra butiker och allt är kompakt.	Bor här	Man	20-25 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Restauranger, Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Caféer	Affärer, Restauranger
2013-11-29 10.48.14	boende	5	Innerstaden	Kläd- och skobutik, Nattklubb, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden			Köpenhamn	Mer ihoptryckt, affärer överallt och mer unika affärer. Bättre utbud och mer ordning på de stora kedjorna som hm	Bor här	Man	13-19 år	Arbetar	Singel	någon gång	Caféer	Småbutiker	Nattliv, Restauranger	Affärer, Restauranger
2013-11-29 10.51.15	dagsbesökare	1	Centralen/Nordstan	Heminredningsbutik Kläd- och skobutik	Känner ej till dom	Centralen/Nordstan	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan			Stockholm	Större utbud bland märken o stan är mysig		Kvinna	20-25 år	Studerar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Vej ej (har ej besökt)	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-29 10.53.50	dagsbesökare	3	Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan	Nattliv	Centralen/Nordstan	Bäst utbud		Stockholm		Besöka familj och/eller vänner	Man	13-19 år	Studerar	Sambo	någon gång	Affärer	Restauranger		Vej ej (har ej besökt)
2013-11-29 11.01.43	boende	4	Innerstaden	Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Affärer, Nattliv	Innerstaden	Bra utbud av det jag är intresserad av				Jag bor här	Man	31-40 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Affärer, Caféer	Restauranger, Småbutiker
2013-11-29 11.49.37	boende	3	Linnéområdet	Heminredningsbutik Kläd- och skobutik, Livsmedelsbutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Linnéområdet	Nära, trevligt, lätt tillgängligt för mig som ej bot i gbg				Bor här Besöka familj och/eller vänner, Shopping	Kvinna	31-40 år	Arbetsökande	Sambo	cirka 3 gånger	Caféer	Affärer	Affärer	Affärer, Restauranger
2013-11-29 11.52.12	dagsbesökare	3	Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik	vet ej var de andra finns	Avenyn, Centralen/Nordstan	Affärer, Caféer	Centralen/Nordstan					Besöka familj och/eller vänner, Shopping	Kvinna	20-25 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Affärer, Caféer	Nattliv		Vej ej (har ej besökt)
2013-11-29 11.52.26	boende	3	Linnéområdet	Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Linnéområdet	En bra blandning av allt.		Köpenhamn, Stockholm	Större utbud av bredd.	Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Man	20-25 år	Studerar	Sambo	någon gång	Caféer	Affärer	Affärer, Småbutiker	Caféer, Småbutiker
2013-11-29 12.28.39	dagsbesökare	3	Centralen/Nordstan	Heminredningsbutik Kläd- och skobutik	Förbindelse	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Samma utbud som Nordstan fast mer utspjitt och lugnare, lättare att sätta sig ner - typ vid domkyrkan...	ibland hade jag velat ha något som Bauhaus eller Rusta. Lite bygggrejer, utomhusgrejer osv...	Malmö	Mycket mysigare. Även deras gallerier är bättre än Nordstan.	Kvinna	20-25 år	Studerar	Sambo	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Restauranger	Caféer, Restauranger	
2013-11-29 13.06.18	boende	3	Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden	Nattliv	Innerstaden	Mindre folk än i nordstan men med bra utbud	fler valmöjligheter bland klädbutiker	Stockholm	större utbud	Shopping Idrottsvenemang, Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Kvinna	20-25 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer	Affärer	Affärer	Småbutiker
2013-11-29 13.29.01	dagsbesökare	3	Avenyn	Kläd- och skobutik, Livsmedelsbutik, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Restauranger	Avenyn					Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Kvinna	41-50 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Caféer	Affärer	Restauranger	Småbutiker
2013-11-29 13.41.28	boende	2	Innerstaden		Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden			Köpenhamn		Besöka familj och/eller vänner	Man	20-25 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer, Caféer	Affärer, Nattliv	Caféer, Restauranger
2013-11-29 13.51.22	boende inget av ovanstående	1	Innerstaden	Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Restauranger	Innerstaden	finns det jag behöver		Köpenhamn	ovanliga saker o kläder	jag bor där Besöka familj och/eller vänner, jobb	Kvinna	61-70 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Caféer	Restauranger
2013-11-29 13.57.32	alternativ	3	Avenyn	Nattklubb, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	darför			är en göteborgare som flyttat till Finland så alternativet är närmast likaså stkim	Man	28-30 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Småbutiker	Affärer, Caféer	Caféer, Småbutiker	Caféer, Restauranger	
2013-11-29 13.59.40	inget av ovanstående alternativ	5	Linnéområdet	Heminredningsbutik Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Haga, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Linnéområdet	mysigt och inte så likriktat		Helsingfors, Stockholm		Besöka familj och/eller vänner, Idrottsvenemang, Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Shopping	Kvinna	41-50 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Restauranger	Restauranger, Småbutiker
2013-11-29 14.46.41	boende	5	Centralen/Nordstan	Elektronikbutik, Kläd- och skobutik, Nattklubb	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Bra affärer på samma ställe		Köpenhamn, Stockholm		Besöka familj och/eller vänner, Idrottsvenemang, Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Man	20-25 år	Arbetar	Singel	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer, Småbutiker	Vej ej (har ej besökt)	Caféer, Restauranger
2013-11-29 15.07.39	boende	4	Innerstaden	Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Bra affärer och bra tillgänglighet	Uppläver att det mest finns stora kedjor i Göteborg.	Stockholm	Större utbud	Bor i Göteborg Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Kvinna	26-30 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Caféer, Restauranger
2013-11-29 15.46.19	boende	2	Centralen/Nordstan	Elektronikbutik, Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Närmst.				Besöka familj och/eller vänner, Shopping	Man	20-25 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Småbutiker	Affärer	Caféer, Småbutiker	Småbutiker
2013-11-29 16.16.36	dagsbesökare	2	Innerstaden	Café, Heminredningsbutik Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden	stort utbud, trevligt område				Besöka familj och/eller vänner, Shopping	Kvinna	51-60 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Småbutiker	Affärer	Affärer	Caféer
2013-11-29 16.17.26	boende	5	Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Centralen/Nordstan	bra utbud				jagbor här Besöka familj och/eller vänner, Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Kvinna	31-40 år	Arbetar	Singel	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Restauranger
2013-11-29 16.37.49	boende	4	Linnéområdet	Heminredningsbutik Restaurang	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Linnéområdet	Känner mig hemma här Mer varierad kvartersstad än Haga och större utbud än Linné				Besöka familj och/eller vänner, Idrottsvenemang, Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Man	41-50 år	Arbetar	Gift	cirka 3 gånger	Småbutiker	Affärer, Caféer	Affärer, Småbutiker	Caféer, Restauranger
2013-11-29 16.46.09	boende	3	Centralen/Nordstan	Kiosk, Livsmedelsbutik, Restaurang	Förbindelse	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	är dock oxå intressant men Centralen och Drottningtorget känns otroligt nog ofta ganska ösigt och tråkigt.	Områden med 24/7-länk.			Besöka familj och/eller vänner, Idrottsvenemang, Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Man	41-50 år	Arbetar	Singel	mer än 5 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer, Caféer	Caféer, Småbutiker	Caféer, Restauranger
2013-11-29 16.58.07	dagsbesökare	3	Linnéområdet	Restaurang	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden					Mat (café, restauranger etc.)	Man	31-40 år	Arbetar	Gift	cirka 3 gånger	Caféer	Affärer	Småbutiker	Restauranger
2013-11-29 16.59.48	inget av ovanstående alternativ	1	Linnéområdet	Restaurang	dyr parkering	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Caféer, Restauranger	Linnéområdet	mest lättillgängligt				Mat (café, restauranger etc.)	Man	61-70 år	Arbetar	Singel	någon gång	Caféer	Affärer	Caféer	Caféer, Restauranger

Enkätundersökning Göteborg City Shopping (Svar)

Tidstämpel	*Jag är (...) i Göteborg city.*	*Det är enkelt att få information om Göteborg citys olika shoppingkvarter.*	Vilket shoppingkvarter besöker du oftast?	Av vilken anledning besöker du ovan valda shoppingkvarter?	Vilken är den FRÄMSTA anledningen till att INTE besöka alla shoppingkvarter i Göteborg city?	Vilka av Göteborg citys shoppingkvarter känner du till?	Vad kopplar du främst ihop med Avenyn?	Vilket är ditt favoritshoppingkvarter?	Varför?	Saknar du något i Göteborg citys shoppingutbud?	Shoppa du hellre i någon/några av följande storstäder?	Varför?	Vilka är de främsta faktorerna som motvarer ditt besök i Göteborg?	Kön	Ålder	Sysselsättning	Civilstånd	*Jag shoppa (...) i veckan.*	Vad kopplar du främst ihop med Haga?	Vad kopplar du främst ihop med Centralen/Nordstan	Vad kopplar du främst ihop med Innerstaden?	Vad kopplar du främst ihop med Linnéområdet?
2013-11-29 16.59.57	dagsbesökare		4 Centralen/Nordstan	Café, Elektronikbutik, Kläd- och skobutik	Förbindelse	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden	Mest stadsmässigt				Shopping	Man	13-19 år	Studerar	Singel	någon gång	Småbutiker	Affärer	Affärer	Restauranger
2013-11-29 17.22.32	boende		3 Innerstaden	Kläd- och skobutik, Nattklubb, Restaurang	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Mest diverserat utbud	Vissa dyrare märkesbutiker			Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Man	31-40 år	Arbetar	Singel	någon gång	Caféer	Affärer	Restauranger, Småbutiker	Restauranger
2013-11-29 18.11.43	boende		3 Linnéområdet	Restaurang	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Bättre utbud och större variation	Bättre utbud och större variation	Stockholm		Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Man	26-30 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer, Caféer	Affärer, Caféer	Restauranger, Småbutiker
2013-11-29 19.02.09	inget av ovanstående alternativ		2 Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik, Restaurang	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Innerstaden	Nattliv	Centralen/Nordstan	Har lite av allt, finner det man söker!				Kulturrevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Man	20-25 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Vej ej (har ej besökt)	Affärer, Restauranger	Småbutiker	Caféer
2013-11-29 19.20.02	dagsbesökare		1 Centralen/Nordstan	Elektronikbutik	Förbindelse	Avenyn, Centralen/Nordstan Innerstaden	Nattliv	Innerstaden	Gåvännligt, märksågade skolor, underbar gammal stadskärna, stadsliv i des samma bemärkelse.				Idrottsvenemang	Man	51-60 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Småbutiker	Affärer	Småbutiker	Restauranger
2013-11-29 19.35.10	boende		3 Innerstaden	Café, Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden					Stadsmässig bebyggelse.	Man	20-25 år	Arbetsökande	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Caféer, Småbutiker	Nattliv, Restauranger
2013-11-29 19.59.38	dagsbesökare		2 Innerstaden	Kläd- och skobutik	Parkering	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Restauranger	Innerstaden	Nk		Stockholm Köpenhamn, Helsingfors, Stockholm	Bättre utbud	Shopping	Kvinna	41-50 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Affärer	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-29 20.05.32	inget av ovanstående alternativ		1 Avenyn	Kläd- och skobutik, Restaurang	Avstånd	Avenyn	Restauranger	Avenyn	Märkes affärer				Jobb	Man	31-40 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer	Vej ej (har ej besökt)	Affärer, Restauranger	Caféer
2013-11-29 20.20.22	dagsbesökare		2 Innerstaden	Hemredningsbutik Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Caféer, Restauranger	Haga	Mysig miljö				Kulturrevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Shopping	Kvinna	51-60 år	Arbetar	Gift	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Caféer, Restauranger
2013-11-29 20.28.48	dagsbesökare		2 Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Affärer	Innerstaden			Köpenhamn		Kulturrevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Shopping	Kvinna	51-60 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Affärer, Caféer	Affärer	Restauranger	Restauranger
2013-11-29 20.34.40	shoppingturist		3 Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik	P avgift	Avenyn, Centralen/Nordstan Innerstaden	Restauranger	Centralen/Nordstan	Allt samlat	Tycker om att gå till olika spec. Butiker och att gå på små mysiga fik.			Kulturrevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Shopping	Kvinna	51-60 år	Arbetar	Gift	någon gång	Caféer	Affärer	Småbutiker	Restauranger
2013-11-29 20.39.11	dagsbesökare		4 Innerstaden	Hemredningsbutik Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden					Kulturrevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Shopping	Kvinna	51-60 år	Arbetar	Gift	mer än 5 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Affärer, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker
2013-11-29 21.06.05	boende		3 Innerstaden	Livsmedelsbutik, Nattklubb, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Caféer, Nattliv	Linnéområdet	rustikt		Stockholm	större utbud.	bor där	Man	20-25 år	Studerar	Singel	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Caféer, Restauranger	Caféer, Småbutiker
2013-11-29 21.09.28	boende		3 Linnéområdet	Café, Hemredningsbutik Livsmedelsbutik	shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Affärer, Småbutiker	Haga	Mysig atmosfär	Udda butiker			Det är min stad	Kvinna	61-70 år	Pensionär	Singel	cirka 3 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Affärer, Caféer	Caféer, Småbutiker
2013-11-29 23.06.51	boende		1 Linnéområdet	Nattklubb	shopping är bäst på nätet	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Linnéområdet	slipper alla kedjor, nu börjar 2 lång tyvärr gentrificeras.	mer småbutiker, färre kedjor			Det är större utbud i Stockholm och det är en promenadvänligare stad med mindre avstånd mellan intressanta punkter i centrum och det är färre bannärer för att komma till nya platser.	Kvinna	31-40 år	Studerar	Singel	någon gång	Småbutiker	Affärer	Affärer	Nattliv, Restauranger
2013-11-29 23.08.10	boende		1 Centralen/Nordstan	Elektronikbutik, Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Linnéområdet	För att staden känns äkta i Linnéområdet, det finns en lokalbefolkning som lever och handlar där, medan övriga shoppingkvarter är mer rena shoppingkvarter för turister och besökare. (Ja, forumet Haga som jag ser som ett nästan rent bostadsområde)	I stora delar av city så saknar jag udda småbutiker, utan ser en dominans av stora kedjor som har samma sortiment i alla sina butiker och där de butikerna återkommer var 500 meter, vilket för mig som konsument är lite meningslöst. Två butiker ger mig inte ett större sortiment än en.	Stockholm		Jag bor i Göteborgs centrum, jag besöker inte Göteborg. Om jag skulle besöka Göteborg så hade det varit för att träffa familj och vänner.	Man	31-40 år	Arbetar	Singel	mer än 5 gånger	Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Affärer, Småbutiker	Affärer, Restauranger
2013-11-29 23.08.48	dagsbesökare		4 Innerstaden	Hemredningsbutik Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Caféer, Restauranger	Innerstaden	Gillar de butikerna.				Kulturrevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Shopping	Man	51-60 år	Arbetar	Gift	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Restauranger
2013-11-29 23.40.27	boende		3 Innerstaden	Elektronikbutik, Kläd- och skobutik, Restaurang	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Bäst	Mer småskalighet			Arbetet ligger där	Man	31-40 år	Arbetar	Gift	cirka 3 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer, Småbutiker	Nattliv, Småbutiker	Nattliv, Restauranger
2013-11-30 00.26.57	boende		2 Innerstaden	Kläd- och skobutik, Restaurang	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden	Störst utbud av stora och små butiker.				Mat (café, restauranger etc.)	Man	26-30 år	Studerar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer	Affärer	Småbutiker	Restauranger, Småbutiker
2013-11-30 10.54.03	inget av ovanstående alternativ		3 Centralen/Nordstan	Kiosk	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan	Affärer, Restauranger	Centralen/Nordstan	Känner bäst till av alternativen		Malmö	Avstånd	Kulturrevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Shopping	Man	20-25 år	Studerar	Singel	någon gång	Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Restauranger, Småbutiker	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-30 11.09.26	inget av ovanstående alternativ		3 Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik	Förbindelse	Avenyn, Centralen/Nordstan Innerstaden	Caféer, Restauranger	Centralen/Nordstan	Har inte besökt Göteborg så ofta men anser att det är mest lättillgängligt.				Kulturrevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Shopping	Man	20-25 år	Studerar	Sambo	någon gång	Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Nattliv, Restauranger	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-30 11.14.57	dagsbesökare		3 Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik, Restaurang	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Affärer, Restauranger	Centralen/Nordstan	Störst utbud, kort avstånd mellan butikerna		Stockholm	Mycket finare och större stad	Liseberg	Man	13-19 år	Studerar	Singel	cirka 3 gånger	Vej ej (har ej besökt)	Affärer, Caféer	Affärer, Restauranger	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-30 11.39.20	dagsbesökare		4 Centralen/Nordstan	Elektronikbutik, Kläd- och skobutik	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan					Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Man	13-19 år	Studerar	Singel	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Caféer	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-30 11.54.26	boende		4 Haga	Café, Hemredningsbutik Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Haga	Mysig stämning och fina butiker och kaféer				Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Man	13-19 år	Studerar	Singel	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer, Caféer	Affärer, Caféer	Affärer, Restauranger
2013-11-30 12.32.20	dagsbesökare		3 Centralen/Nordstan	Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan	Nattliv	Centralen/Nordstan	centralt systembolag	förbud mot zigenare/figgare	Oslo	mindre zigenare numera	Kulturrevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Shopping	Kvinna	61-70 år	Pensionär	Singel	någon gång	Nattliv	Restauranger	Nattliv	Caféer
2013-11-30 12.53.40	boende		3 Centralen/Nordstan	Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Det känns som utbudet är det största				Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Man	20-25 år	Arbetar	Sambo	cirka 3 gånger	Caféer	Affärer, Restauranger	Caféer, Småbutiker	Caféer

Enkätundersökning Göteborg City Shopping (Svar)

Tidstämpel	*Jag är (...) i Göteborg city.*	*Det är enkelt att få information om Göteborg citys olika shoppingkvarter.*	Vilket shoppingkvarter besöker du oftast?	Av vilken anledning besöker du ovan valda shoppingkvarter?	Vilken är den FRÄMSTA anledningen till att INTE besöka alla shoppingkvarter i Göteborg city?	Vilka av Göteborg citys shoppingkvarter känner du till?	Vad kopplar du främst ihop med Avenyn?	Vilket är ditt favoritshoppingkvarter	Varför?	Saknar du något i Göteborg citys shoppingutbud?	Shoppar du hellre i någon/några av följande storstäder?	Varför?	Vilka är de främsta faktorerna som motiverar ditt besök i Göteborg?	Kön	Ålder	Sysselsättning	Civilstånd	*Jag shoppar (...) i veckan.*	Vad kopplar du främst ihop med Haga?	Vad kopplar du främst ihop med Centralen/Nordstan	Vad kopplar du främst ihop med Innerstaden?	Vad kopplar du främst ihop med Linnéområdet?
2013-11-30 13.03.12	inget av ovanstående alternativ		3 Avenyn	Elektronikbutik, Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan			Stockholm	Bor där	Besöka familj och/eller vänner, Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Man	51-60 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Affärer, Restauranger	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-30 13.18.52	dagsbesökare		2 Avenyn	Kläd- och skobutik, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan	Nattliv, Restauranger	Avenyn			Stockholm		Besöka familj och/eller vänner, Idrottsvenemang, Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Man	51-60 år	Arbetar	Singel	någon gång	Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Nattliv, Restauranger	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-30 13.39.16	boende		3 Haga	Café, Kläd- och skobutik	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga	Affärer, Nattliv	Haga	Affärens ligger inte långt ifrån varandra.				Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Man	20-25 år	Arbetsökande	Singel	någon gång	Caféer, Småbutiker	Caféer, Restauranger	Vej ej (har ej besökt)	Nattliv
2013-11-30 13.41.18	shoppingturist inget av alternativ		3 Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik, Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan	Affärer, Restauranger	Centralen/Nordstan					Besöka familj och/eller vänner, Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Shopping	Kvinna	20-25 år	Arbetar	Singel	någon gång	Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Caféer, Småbutiker	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-30 14.48.22	ovanstående alternativ		3 Innerstaden	Elektronikbutik, Heminredningsbutik Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Innerstaden	Nattliv, Restauranger	Innerstaden			Stockholm	Känner mig mer hemma	Besöka familj och/eller vänner	Man	41-50 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Restauranger, Småbutiker	Affärer, Caféer	Restauranger, Småbutiker	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-30 14.49.20	boende		2 Centralen/Nordstan	Elektronikbutik, Heminredningsbutik Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Restauranger	Innerstaden	Bra utbud				Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Man	26-30 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer	Affärer	Affärer	Småbutiker
2013-11-30 15.49.22	dagsbesökare inget av alternativ		2 Centralen/Nordstan	Elektronikbutik, Heminredningsbutik Kläd- och skobutik, Café	Förbindelse	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Gillar småbutiker, utbudet är dligt i stort	Ja, utbud alla affärskedjor har samma artiklar			Idrottsvenemang, Mat (café, restauranger etc.)	Man	41-50 år	Arbetar	Gift	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Caféer, Småbutiker	Restauranger
2013-11-30 16.45.04	ovanstående alternativ		3 Innerstaden	Café, Heminredningsbutik Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Vill känna att jag är i Göteborg och handlar.		Stockholm	Storre och bättre utbud. Närliggande shoppingstråk	Besöka familj och/eller vänner, Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Kvinna	51-60 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer, Caféer	Affärer, Småbutiker	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-30 17.38.01	dagsbesökare		1 Avenyn	Nattklubb, Restaurang	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden	Caféer, Nattliv	Centralen/Nordstan			Köpenhamn, Stockholm		Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Kvinna	41-50 år	Arbetar	Gift	cirka 3 gånger	Småbutiker	Affärer	Småbutiker	Vej ej (har ej besökt)
2013-11-30 18.55.03	boende		2 Centralen/Nordstan	Elektronikbutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Haga	Trevlig stämning.	Trevlig stämning, Biterna.	Köpenhamn	Trevlig stämning.	Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Man	31-40 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Småbutiker	Caféer, Nattliv
2013-12-01 02.50.47	boende		3 Centralen/Nordstan	Heminredningsbutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Centralen/Nordstan	Har mest affärer				Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Man	20-25 år	Arbetar	Sambo	cirka 3 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Affärer, Caféer	Caféer, Restauranger
2013-12-01 14.38.00	shoppingturist		3 Innerstaden	Café, Kläd- och skobutik, Livsmedelsbutik	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Allt finns inom liten radie				Idrottsvenemang, Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	26-30 år	Studerar	Singel	någon gång	Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Caféer, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker
2013-12-01 20.44.16	boende		4 Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Caféer, Nattliv	Centralen/Nordstan	Darfoöbör		Stockholm		Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Kvinna	20-25 år	Studerar	Sambo	någon gång	Affärer, Caféer	Affärer	Caféer, Småbutiker	Caféer
2013-12-02 08.32.17	boende		4 Innerstaden	Heminredningsbutik Kläd- och skobutik, Restaurang	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden					Bor här	Kvinna	20-25 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Restauranger	Restauranger
2013-12-02 11.28.21	boende		3 Innerstaden	Café	att jag inte behöver fler saker.	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden	för att jag var tvungen att välja ett. Har inget favoritshoppingkvarter för jag gillar inte att shoppa.	Självinsikt			Allt bo och leva	Man	26-30 år	Studerar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer	Affärer	Caféer, Restauranger	Restauranger
2013-12-02 12.03.10	boende		5 Innerstaden	Café, Kiosk, Restaurang	jag har redan det jag behöver	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden					Jag bor här	Kvinna	26-30 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Restauranger
2013-12-02 13.22.51	shoppingturist		2 Innerstaden	Heminredningsbutik Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden	Affärer	Innerstaden	Där ligger de affärer jag helst handlar i.				Shopping Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), nattliv	Kvinna	61-70 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Småbutiker	Vej ej (har ej besökt)
2013-12-02 14.30.16	inget av ovanstående alternativ		4 Centralen/Nordstan	Café, Kläd- och skobutik, Smyckesbutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Bra utbud under ett tak				Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	20-25 år	Studerar	Singel	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer, Caféer	Kaféer	Vej ej (har ej besökt)
2013-12-02 14.46.13	boende		2 Centralen/Nordstan	Elektronikbutik, Kläd- och skobutik, Livsmedelsbutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Affärer, Nattliv	Haga	utbudet är bra	secondhand butiker			Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	20-25 år	Studerar	Sambo	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Vej ej (har ej besökt)	Nattliv, Restauranger
2013-12-02 14.53.21	boende		3 Centralen/Nordstan	Café, Livsmedelsbutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Haga	Lugnt allt som oftast				Jag bor här. Besöka familj och/eller vänner, Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Man	20-25 år	Studerar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer	Restauranger
2013-12-02 15.58.40	inget av ovanstående alternativ		4 Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik, Nattklubb, Restaurang	Vet inte	Avenyn, Centralen/Nordstan	Restauranger	Centralen/Nordstan	Utbudet		Malmö	Närme	Besöka familj och/eller vänner, Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Man	20-25 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Affärer	Vej ej (har ej besökt)
2013-12-02 16.23.43	boende		1 Centralen/Nordstan	Elektronikbutik, Restaurang	För mycket folk	Avenyn, Centralen/Nordstan	Restauranger	Centralen/Nordstan	Närmast				Mat (café, restauranger etc.)	Man	20-25 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Vej ej (har ej besökt)	Affärer, Restauranger	Vej ej (har ej besökt)	Vej ej (har ej besökt)
2013-12-02 17.20.54	boende		4 Centralen/Nordstan	Elektronikbutik, Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Det finns allt i Nordstan (kläder, elektronik, skor, Hemkop, etc etc.				Besöka familj och/eller vänner, Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Kvinna	41-50 år	Arbetar	Sambo	cirka 3 gånger	Restauranger, Småbutiker	Affärer	Restauranger, Småbutiker	Caféer, Restauranger
2013-12-02 19.12.39	inget av ovanstående alternativ		3 Innerstaden	Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Linnéområdet	Trevlig atmosfär		Stockholm	Storre utbud	Besöka familj och/eller vänner	Man	20-25 år	Arbetar	Singel	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Caféer, Restauranger
2013-12-02 20.45.27	dagsbesökare		2 Haga	Kläd- och skobutik	tid	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Haga		hållbarhet, fler miljövänliga alternativ			?	Man	31-40 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Caféer, Småbutiker	Caféer, Restauranger
2013-12-02 20.49.37	boende		4 Centralen/Nordstan	Elektronikbutik, Kläd- och skobutik, Restaurang	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan	Restauranger	Centralen/Nordstan			Köpenhamn	Cheaper	Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	26-30 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Småbutiker	Restauranger	Restauranger	Restauranger

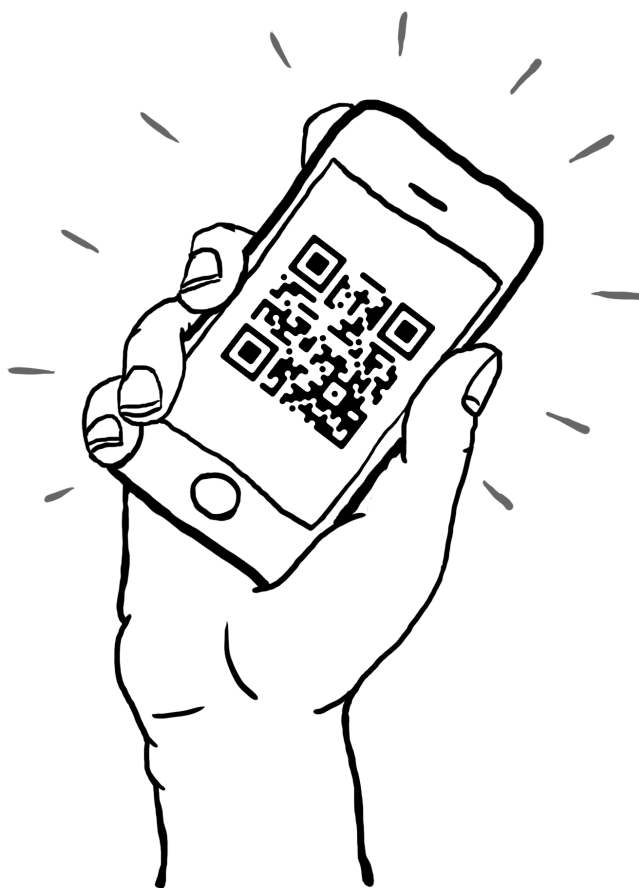
Enkätundersökning Göteborg City Shopping (Svar)

Tidstämpel	*Jag är (...) i Göteborg city.*	*Det är enkelt att få information om Göteborg citys olika shoppingkvarter.*	Vilket shoppingkvarter besöker du oftast?	Av vilken anledning besöker du ovan valda shoppingkvarter?	Vilken är den FRÄMSTA anledningen till att INTE besöka alla shoppingkvarter i Göteborg city?	Vilka av Göteborg citys shoppingkvarter känner du till?	Vad kopplar du främst ihop med Avenyn?	Vilket är ditt favoritshoppingkvarter?	Varför?	Saknar du något i Göteborg citys shoppingutbud?	Shoppa du hellre i någon/några av följande storstäder?	Varför?	Vilka är de främsta faktorerna som motiverar ditt besök i Göteborg?	Kön	Ålder	Sysselsättning	Civilstånd	*Jag shopper (...) i veckan.*	Vad kopplar du främst ihop med Haga?	Vad kopplar du främst ihop med Centralen/Nordstan	Vad kopplar du främst ihop med Innerstaden?	Vad kopplar du främst ihop med Linnéområdet?
2013-12-02 23.15.31	boende		3 Innerstaden	Hemirredningsbutik Kläd- och skobutik, Restaurang	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Flest butiker. NK		Köpenhamn	Exklusiva butiker	Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Kvinna	26-30 år	Arbetar	Singel	cirka 3 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Affärer, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker
2013-12-03 01.48.13	boende		3 Innerstaden	Hemirredningsbutik Kläd- och skobutik, Livsmedelsbutik	Utbud	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Bäst butiker		Stockholm	Bättre utbud	Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	20-25 år	Studerar	Sambo	nägon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Restauranger, Småbutiker
2013-12-03 09.07.43	dagsbesökare		3 Centralen/Nordstan	Café, Kläd- och skobutik, Smyckesbutik	Avstånd	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan			Köpenhamn	Shopping	Shopping	Kvinna	41-50 år	Arbetar	Gift	nägon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Affärer, Caféer	Affärer, Caféer
2013-12-03 10.06.38	boende		3 Linnéområdet	Café, Livsmedelsbutik, Restaurang	För mycket folk och trångt utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Linnéområdet	lagom med folk och intressant utbud		Köpenhamn, Stockholm	bättre utbud	Mat (café, restauranger etc.)	Man	31-40 år	Arbetar	Gift	nägon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Caféer, Småbutiker
2013-12-03 20.59.05	inget av ovanstående alternativ		3 Innerstaden	Café, Hemirredningsbutik Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Finns de stora affärerna men inte lika mycket folk som i Nordstan		Stockholm	Större utbud, närmare avstånd, fler shoppinggallerior	Besöka familj och/eller vänner	Kvinna	26-30 år	Studerar	Sambo	nägon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Nattliv, Restauranger
2013-12-03 21.59.30	inget av ovanstående alternativ		3 Innerstaden	Elektronikbutik, Hemirredningsbutik Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Det finns flera av de butiker som jag föredrar i innerstaden.		Stockholm	Det är närmare med Sthlm då jag bor där.	Besöka familj och/eller vänner. Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Man	26-30 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Vej ej (har ej besökt)	Affärer, Caféer	Affärer, Restauranger	Affärer, Småbutiker
2013-12-03 22.21.36	inget av ovanstående alternativ		4 Centralen/Nordstan	Elektronikbutik, Kläd- och skobutik	Utbud	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Bäst utbud samt att affärerna ligger nära varandra	Fler specifika märkesbutiker	Stockholm	Bor i Stockholm rutförden...	Besöka familj och/eller vänner, idrottsvenemang	Man	26-30 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer	Affärer	Caféer	Caféer, Restauranger
2013-12-04 15.33.19	dagsbesökare		4 Innerstaden	Café, Hemirredningsbutik Kläd- och skobutik	Brist på parkering/för dyr parkering.	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Tillgänglighet och variation på utbudet.	ja, färre H&M och weekdays och allt vad det heter.	Köpenhamn	Mer variation och andra typer av butiker.	Man	31-40 år	Arbetar	Singel	nägon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Caféer, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker	
2013-12-04 15.43.59	boende		4 Linnéområdet	Café, Kläd- och skobutik, Nattklubb	vidrig kommersialism.	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Haga	mindre butiker med någon slags kvalitetskänsla, en del begagnat.	ja, färre H&M och weekdays och allt vad det heter. stora variation och färre superkedjor.	Köpenhamn	kompisar. det alternativt kulturutbudet.	Man	26-30 år	Studerar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Restauranger, Småbutiker	Caféer, Restauranger	
2013-12-04 15.53.47	boende		5 Linnéområdet	Café, Livsmedelsbutik, Nattklubb	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Haga	Jag gillar inte stora butikskedjor som försär stadsbilden genom stilt tråkiga, homogena utbud och inredning. Dessa får som tur inte plats i Haga.	Alternativa, specialiserade småbutiker. Finns många stora kedjor, exempelvis H&M.		Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Man	20-25 år	Studerar	Singel	cirka 3 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Caféer, Restauranger	
2013-12-04 15.58.58	shoppingturist		1 Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik	Förbindelse	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Linnéområdet	Bäst stadskvalitet i Linnéområdet	Ja, rena märkesbutiker			Man	31-40 år	Arbetar	Gift	cirka 3 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Småbutiker	Caféer, Restauranger	
2013-12-04 16.03.52	boende		2 Linnéområdet	Kläd- och skobutik, Livsmedelsbutik, Restaurang	Demografin	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Bäst utbud				Jag bor här	Man	26-30 år	Arbetar	Sambo	nägon gång	Affärer, Caféer	Affärer	Affärer, Restauranger	Caféer, Restauranger
2013-12-04 16.32.05	boende		2 Innerstaden	Café, Kläd- och skobutik, Restaurang	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden	Bäst utbud sett till de olika områdena	Vissa butiker, ex Nespresso store	Köpenhamn, Malmö, Oslo	Utbud och trevligare atmosfär	Man	26-30 år	Arbetar	Sambo	nägon gång	Affärer, Caféer	Caféer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Caféer, Restauranger	
2013-12-04 16.54.20	dagsbesökare		3 Haga	Café, Hemirredningsbutik, Restaurang	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Affärer, Nattliv	Linnéområdet	Ligger bra till för mej	Ännu inte förstort av politikern som vill göra området "bättre"	Köpenhamn	Shopping	Man	51-60 år	Arbetar	Gift	cirka 3 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Affärer, Nattliv	Nattliv, Restauranger	
2013-12-04 17.21.41	shoppingturist		2 Haga	Café	Bilfientlighet	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Linnéområdet		Illgängliga parkeringsplatser	Köpenhamn		Man	41-50 år	Arbetar	Gift	cirka 3 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer	Restauranger	Affärer, Caféer	
2013-12-04 17.53.12	dagsbesökare		1 Haga	Café, Kläd- och skobutik	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden	utbud				Besöka familj och/eller vänner	Man	31-40 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer	Affärer	Affärer	Restauranger
2013-12-04 21.43.51	dagsbesökare		1 Centralen/Nordstan	Kiosk, Kläd- och skobutik, Restaurang	Utbud	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Centralen/Nordstan	Allt finns under ett tak	Olika ovanliga butiker			Shopping	Man	51-60 år	Arbetar	Gift	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer, Caféer	Affärer, Småbutiker	Caféer, Restauranger
2013-12-04 22.18.53	inget av ovanstående alternativ		1 Centralen/Nordstan	Elektronikbutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Restauranger	Centralen/Nordstan	Nära till tåget och det mesta finns där.				Idrottsvenemang	Man	31-40 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Småbutiker	Affärer	Caféer	Småbutiker
2013-12-05 13.56.32	boende		2 Linnéområdet	Restaurang	Förbindelse	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden			Köpenhamn		Besöka familj och/eller vänner	Man	41-50 år	Arbetsökande	Sambo	nägon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Caféer, Restauranger
2013-12-05 17.19.09	boende		3 Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Affärer, Nattliv	Centralen/Nordstan	Finns all och öppet länge			Bor här	Kvinna	41-50 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Caféer	Restauranger	
2013-12-06 09.34.02	inget av ovanstående alternativ		4 Avenyn	Kläd- och skobutik, Nattklubb, Restaurang	Förbindelse	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Avenyn					Besöka familj och/eller vänner, Shopping	Kvinna	20-25 år	Studerar	Singel	nägon gång	Vej ej (har ej besökt)	Affärer	Caféer	Restauranger
2013-12-06 10.46.21	inget av ovanstående alternativ		2 Centralen/Nordstan	Kläd- och skobutik	Öppetider och väder	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden	Mysejare än Nordstan, men har ändå de flesta vanliga butikerna, plus lite mindre butiker och matställen öppna under bra tid.				Besöka familj och/eller vänner. Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.)	Kvinna	20-25 år	Studerar	Sambo	cirka 3 gånger	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Restauranger	Restauranger, Småbutiker
2013-12-08 19.40.32	boende		4 Avenyn	Café, Kläd- och skobutik	Jag brukar besöka alla shoppingkvarter	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Affärer, Nattliv	Haga	Varierat utbud utan affärs-kedjorna. Det finns många affärer inom ett lite område vilket gör det bekvämt att handla.				Kulturevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Shopping	Kvinna	51-60 år	Arbetar	Sambo	nägon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer, Nattliv	Affärer, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker
2013-12-08 19.41.29	dagsbesökare		4 Centralen/Nordstan	Elektronikbutik, Hemirredningsbutik Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Avenyn					Besöka familj och/eller vänner, Shopping	Man	31-40 år	Arbetar	Sambo	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker	Caféer, Småbutiker
2013-12-08 20.02.44	inget av ovanstående alternativ		1 Linnéområdet	Café	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden			Köpenhamn		Besöka familj och/eller vänner	Man	26-30 år	Arbetar	Sambo	nägon gång	Caféer	Affärer	Restauranger	Restauranger

Enkätundersökning Göteborg City Shopping (Svar)

Tidstämpel	*Jag är (...) i Göteborg city.*	*Det är enkelt att få information om Göteborg citys olika shoppingkvarter.*	Vilket shoppingkvarter besöker du oftast?	Av vilken anledning besöker du ovan valda shoppingkvarter?	Vilken är den FRÄMSTA anledningen till att INTE besöka alla shoppingkvarter i Göteborg city?	Vilka av Göteborg citys shoppingkvarter känner du till?	Vad kopplar du främst ihop med Avenyn?	Vilket är ditt favorithoppingkvar?	Varför?	Saknar du något i Göteborg citys shoppingutbud?	Shopper du hellre i någon/några av följande storstäder?	Varför?	Vilka är de främsta faktorerna som motiverar ditt besök i Göteborg?	Kön	Ålder	Sysselsättning	Civilstånd	*Jag shopper (...) i veckan.*	Vad kopplar du främst ihop med Haga?	Vad kopplar du främst ihop med Centralen/Nordstan	Vad kopplar du främst ihop med Innerstaden?	Vad kopplar du främst ihop med Linnéområdet?
2013-12-08 21.35.32	boende		3	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik	Förbindelse	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden	Nattliv, Restauranger	Innerstaden					Shopping Kulturrevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Shopping	Man	20-25 år	Studerar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Restauranger	Nattliv, Restauranger
2013-12-08 22.05.42	inget av ovanstående alternativ		2	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik	Förbindelse	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Blandat utbud och inte lika trångt som i Nordstan				Mat (café, restauranger etc.), Shopping	Man	20-25 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Restauranger	Restauranger
2013-12-08 23.12.40	inget av ovanstående alternativ		3	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Centralen/Nordstan					Mat (café, restauranger etc.), Shopping Kulturrevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	31-40 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Småbutiker	Affärer, Småbutiker	Affärer, Restauranger	Restauranger, Småbutiker
2013-12-08 23.59.48	inget av ovanstående alternativ		4	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden					Shopping Kulturrevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.)	Man	26-30 år	Arbetar	Singel	mer sällan/inget av ovanstående	Caféer	Affärer, Nattliv	Restauranger	Nattliv, Restauranger
2013-12-09 07.52.04	dagsbesökare		3	Innerstaden Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Restauranger	Innerstaden	Stort utbud av butiker	Saknar Hötorget i Sihims utbud av blommor och frukt/grönsaker.	Stockholm	amma som i ovanstående svar	Shopping Kulturrevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.)	Kvinna	41-50 år	Pensionär	Gift	cirka 3 gånger	Affärer	Affärer	Affärer	Restauranger
2013-12-09 10.31.17	dagsbesökare		1	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik	Avstånd	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Centralen/Nordstan	allt finns på liten yta		Köpenhamn, Helsingfors		Shopping Kulturrevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Mat (café, restauranger etc.)	Man	31-40 år	Arbetar	Gift	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Caféer, Restauranger	Caféer, Restauranger
2013-12-09 12.07.00	dagsbesökare		1	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik, Livsmedelsbutik	Avstånd	Centralen/Nordstan Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Vej ej (har ej besökt)	Centralen/Nordstan	Har bara varit där.		Stockholm	Närmare hem.	Jobb Kulturrevenemang (musik, mässor, Liseberg etc.), Shopping	Kvinna	26-30 år	Arbetar	Sambo	cirka 3 gånger	Vej ej (har ej besökt)	Affärer, Restauranger	Vej ej (har ej besökt)	Vej ej (har ej besökt)
2013-12-09 23.04.33	boende		2	Innerstaden Café, Kläd- och skobutik, Livsmedelsbutik	Utbud	Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv, Restauranger	Innerstaden	Bra atmosfär, bäst utbud och blandning				Goare känsla - Köpenhamn har något mer än bra butiker. SMÅskalighet men ändå på kontinenten	Man	26-30 år	Arbetar	Sambo	någon gång	Caféer, Småbutiker	Affärer	Affärer, Restauranger	Restauranger
2013-12-11 14.19.10	boende		5	Innerstaden Kläd- och skobutik, Nattklubb, Restaurang	Även om Gbg är litet är det ibland lite utspritt när man går	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Innerstaden	Jag gillar olikheten och önskar att det fanns färre kedjor i innerstan.	Fler mindre ställen med riktig mat dvs foodtruck	Köpenhamn		Bor här	Kvinna	41-50 år	Arbetar	Gift	cirka 3 gånger	Caféer	Affärer	Restauranger, Småbutiker	Restauranger, Småbutiker
2013-12-12 20.15.06	inget av ovanstående alternativ		2	Centralen/Nordstan Kläd- och skobutik	Utbud	Avenyn, Centralen/Nordstan Haga, Innerstaden, Linnéområdet	Nattliv	Centralen/Nordstan	ett bra utbud	Media markt			Besöka familj och/eller vänner, idrottsvenemang	Man	26-30 år	Studerar	Sambo	någon gång	Caféer	Affärer	Affärer, Småbutiker	Restauranger

DAGS ATT HANDLA!



SKANNA QR-KODEN ELLER GÅ IN PÅ: goo.gl/NaW81n VIA WEBBLÄSAREN I DIN MOBIL



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN