



**BB**CENTRUM

The choice of multinationals

# **PRŮZKUM BB CENTRA 2008**

**ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA A HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ  
Z VÝSLEDKŮ PRŮZKUMU**

**(KRÁTKÝ PŘEHLED PRO TOP MANAGEMENT NÁJEMCŮ)**

Praha, KVĚTEN 2008

## BB Centrum očima nájemců.....

- „Ostatní areály si mohou brát příklad z BB Centra“
- „I love our Microsoft building, very innovative design....“
- „.....architektonicky se jeví jako moderní a estetické“
- „In my experience BB Centrum exceeds the facilities found in most European major cities“
- „Dobré prostředí k práci i k relaxaci“
- “A great business center with zero security measures. Great opportunity to become a "small city" for the people who have no time to do their shopping because they're stuck.”

## 1. PREAMBULE

Předkládaná studie je krátkým přehledem závěrečné zprávy z kvantitativního on-line průzkumu BB Centra, který proběhl v termínu 4. - 15. 2. 2008. Průzkum zadala společnost PASSERINVEST GROUP, a.s., developer areálu BB Centra, který tak získává ojedinělou zpětnou vazbu nájemců a jejich zaměstnanců ke kvalitě budované lokality.

Tématem průzkumu bylo vnímání areálu zaměstnanci firem, které v něm sídlí, zmapování současného hodnocení BB Centra, míra využívání jeho služeb a spokojenost s nimi a získání informací a podnětů k dalšímu rozvoji areálu.

### Využití a distribuce výstupů Průzkumu BB Centra 2008

- a) interní potřeby společnosti PASSERINVEST GROUP – slouží k určení strategie budoucího rozvoje areálu a služeb v něm
- b) nájemci BB Centra a majitelé budov – obdrží detailní výstup z průzkumu včetně zpětné vazby developera k jednotlivým okruhům
- c) provozovatelé služeb v BB Centru – získají zpětnou vazbu ke kvalitě jimi poskytovaných služeb
- d) veřejnost (tiskové zprávy)

Plná verze výstupu z Průzkumu BB Centra 2008 se všemi grafy, detailním zjištěním, volnými komentáři a rozdělením vhodných témat dle hodnocení nájemců jednotlivých budov, je k dispozici u developera areálu. Kontakty jsou uvedeny na poslední straně tohoto dokumentu.

Tato krátká zpráva je k dispozici též v anglické mutaci.

**OBSAH:**

1.	PREAMBULE.....	3
2.	HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ A ZPĚTNÁ VAZBA DEVELOPERA .....	5
2.1	Informace o respondentech a struktura vzorku .....	5
2.2	Společenský status.....	6
2.3	Sociodemografie .....	7
2.4	Stávající služby areálu .....	8
2.5	Potenciál nových služeb areálu.....	9
2.6	Stravování .....	10
2.7	Image BB Centra .....	12
2.8	Časopis BB Centrum Review .....	14
2.9	Bytová výstavba .....	14
2.10	Školka v Komunitním (společenském) centru .....	15
2.11	Doprava do BB Centra .....	16
2.12	Autem do BB Centra .....	17
2.13	Hromadná a kyvadlová doprava.....	19
2.14	Sportovní aktivity .....	21
2.15	Volnočasové aktivity.....	22
2.16	Spotřební chování .....	22
2.17	Vzkaz BB Centru .....	23
2.18	Tipy jak zpříjemnit prostředí v BB Centru? .....	23
3.	KONTAKT .....	24

## 2. HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ A ZPĚTNÁ VAZBA DEVELOPERA

### 2.1 INFORMACE O RESPONDENTECH A STRUKTURA VZORKU

#### INFORMACE O RESPONDENTECH PRŮZKUMU

**Celkem osloveno:** 7 365 zaměstnanců ze všech 30 společností sídlících v BB Centru a z 5 správcovských společností jednotlivých budov

**Počet respondentů:** 1 861 respondentů

- pro plnohodnotnou návratnost počítáme pouze respondenty jež vyplnili alespoň 80 % dotazníku
- komentáře čerpaly ze všech vypěných dotazníků **od 2 488 respondentů** - tzn. těch, kteří vyplnili alespoň 1 % dotazníku

**Návratnost:** 25,3 % = hodnoceno jako velmi dobrý výsledek

#### SHRNUTÍ VÝSTUPU Z PRŮZKUMU

Velmi pozitivně hodnoceno
<ul style="list-style-type: none"><li>• Služby jako Česká pošta, lékárna, Pizzeria Grosseto, bankomaty</li><li>• Dopravní dostupnost BB Centra autem i hromadnou dopravou</li><li>• Čistota areálu</li><li>• Areálový autobus</li><li>• Čistota, personál a hygiena v kantýnách</li><li>• Budova Brumlovka (se svými službami je považována za přínos pro BB Centrum)</li></ul>
Významný podíl negativního hodnocení
<ul style="list-style-type: none"><li>• Okolí budov (chybí zeleň)</li><li>• Pestrost nabídky, kvalita jídla a poměr cena vs. kvalita jídla v kantýnách</li><li>• Dostupnost veřejných parkovišť (neplacená parkoviště jsou nedostupná)</li><li>• Obchody s golfovým vybavením, autopůjčovna SIXT</li></ul>

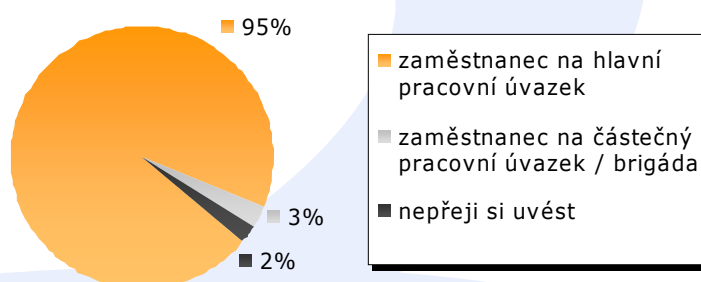


## 2.2 SPOLEČENSKÝ STATUS

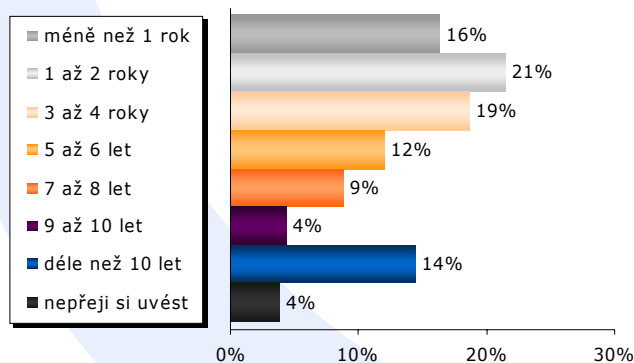
### TYPICKÝ RESPONDENT, KTERÝ SE ZÚČASTNIL VÝZKUMU – PRACOVNÍ ZAŘAZENÍ

- pracuje v BB Centru na plný úvazek (95 %)
- tráví v kanceláři v BB Centru celý den, maximálně má občas schůze a jednání mimo kancelář (83 %)
- je to IT specialista (19 %) nebo příslušník středního managementu (19 %), případně pracuje v administrativě (10 %)
- na své současné pozici je méně než tři roky (59 %)
- u svého současného zaměstnavatele pracuje méně než 6 let (57 %)
- v BB Centru pracuje méně než tři roky (57 %)
- vydělává v průměru kolem 25 tisíc čistého

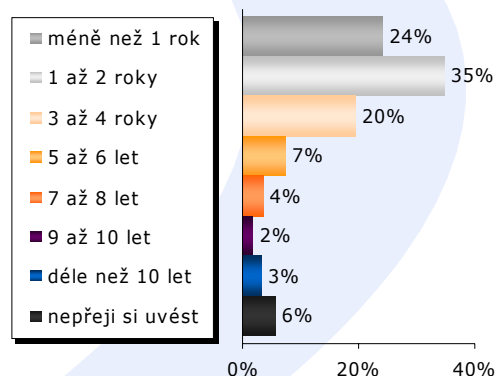
#### Q77. Jaký je charakter Vaší práce pro společnost sídlící v BB Centru?



#### Q79. Kolik let jste zaměstnán/a nebo pracujete u současné společnosti?



#### Q81. Jak dlouho pracujete na současné pozici?

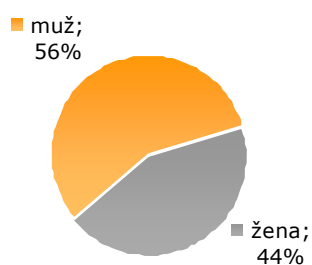


## 2.3 SOCIODEMOGRAFIE

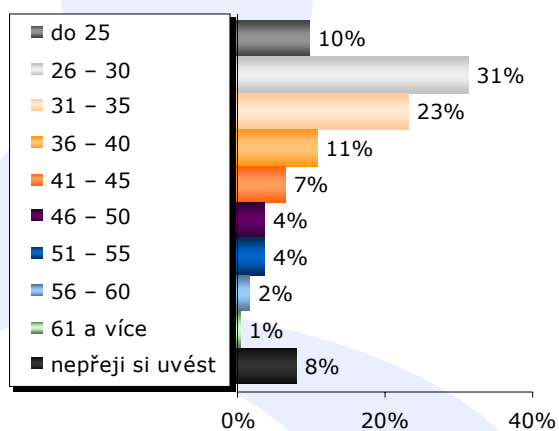
### TYPICKÝ RESPONDENT, ZAMĚSTNANEC V BB CENTRU, KTERÝ SE ZÚČASTNIL VÝZKUMU

- je mu mezi 26 a 35 lety (54 %)
- 56 % mužů, 44 % žen
- nemá žádné děti (54 %)
- ateista (69 %)
- nekuřák (81 %)
- sportuje 1-3x týdně (62 %)

#### Q87. Jste muž, nebo žena?



#### Q86. Jaký je Váš věk?



## 2.4 STÁVAJÍCÍ SLUŽBY AREÁLU

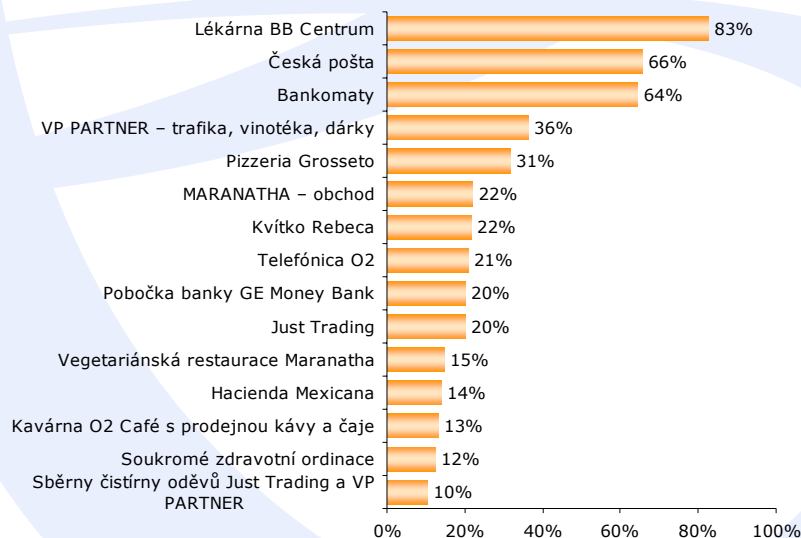
### STÁVAJÍCÍ SLUŽBY V AREÁLU

- Nejčastěji využívanými službami jsou lékárna, pošta, bankomaty, obchod Maranatha a trafika a drobné zboží v budově A. Nejčastěji využívanou restaurací je Pizzeria Grosseto.
- Brumlovka je 80% respondentů vnímána jako přínos. Nejvíce je v ní oceňována pošta a výběr z restaurací. Některé služby a obchody v Brumlovce jsou však respondenty považovány za dražší.

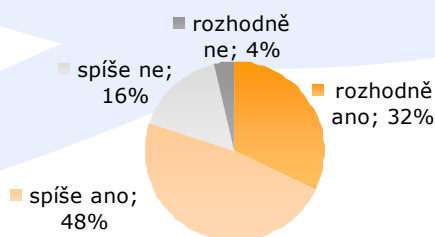
### Zpětná vazba developera

Při plánování nových služeb v areálu (vyhledávání provozovatelů) se soustředíme na kvalitu provozovatele se zkušenostmi a dobrým jménem na trhu. Je známo, že kvalita s sebou přináší i vyšší cenové nároky. Na kvalitu provozovatelů máme zatím kladné reakce. Je však nutné nastavenou kvalitu udržet a zároveň vnímat názory klientů. Věříme tedy, že výstupy, které předáme jednotlivým provozovatelům (i těm budoucím) pro ně budou dalším popudem ke zlepšování poskytovaných služeb a nastavení vhodných cenových relací.

### Q03a. Zaškrtněte prosím na této stránce maximálně šest služeb, které jsou pro Vás v BB Centru **nepostradatelné**. (Top 15)



### Q04. Chápete budovu Brumlovka jako přínos do areálu BB Centra, tedy do Vašeho pracovního prostředí?





## 2.5 POTENCIÁL NOVÝCH SLUŽEB AREÁLU

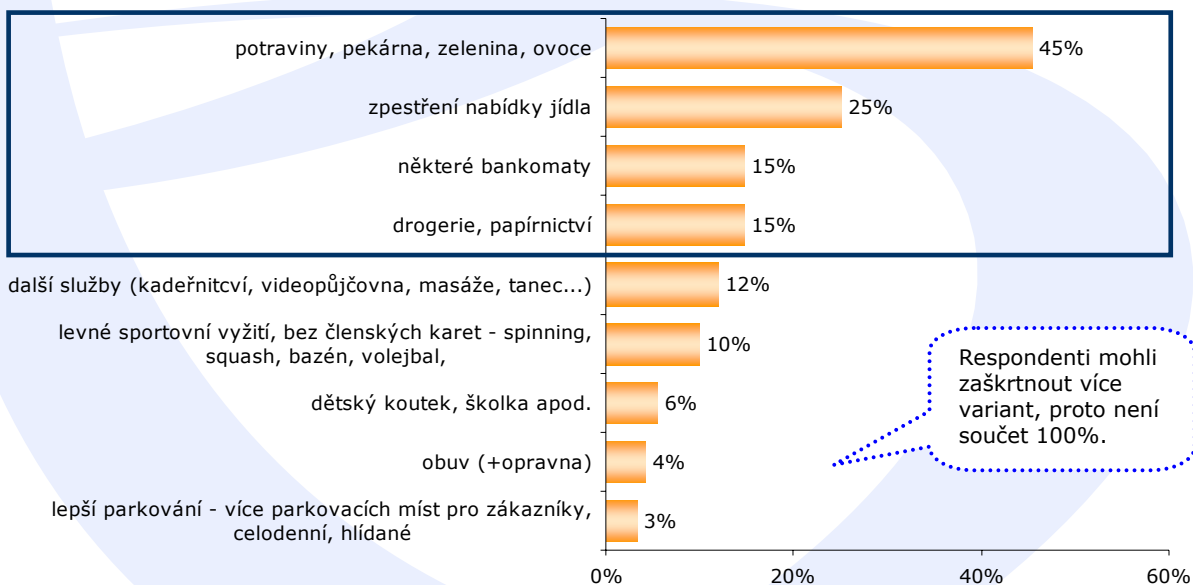
### POTENCIÁL NOVÝCH SLUŽEB V AREÁLU

- Nejžádanější službou je prodejna potravin (ovoce, zelenina, pekařství) – přálo si ji 45 % z 858 respondentů, kteří vyjádřili přání umístění nové služby. Samoobsluhu nebo menší prodejnu potravin by alespoň jednou týdně navštívilo 80 % respondentů (34 % by prodejnu využílo denně).
- 25 % respondentů by uvítalo i další zpestření nabídky stravování.
- Kvalitní fast-food či take-away by alespoň jednou týdně navštívilo 36 % dotázaných.

### Zpětná vazba developera

Většinu z těchto potřeb a přání by měla vyřešit budova FILADELFIE, jež bude dokončena v létě roku 2010 a bude skýtat řadu ze jmenovaných služeb. Dle nejvyšších preferencí respondentů jsme vstoupili do jednání s vhodnými provozovateli a v budově FILADELFIE by měl být market, fast-food restaurant v podobě sendvič baru a sushi/rybího baru, obě s nabídkou take-away. Rozsah a nabídku těchto služeb předurčuje spotřební chování respondentů – jak často nakupují cestou z práce, kolik utratí, apod.

### Q06. Které služby v areálu BB Centra zcela postrádáte a uvítal/a byste jejich přítomnost? Spontánní odpovědi – otevřená otázka



## 2.6 STRAVOVÁNÍ

### STRAVOVÁNÍ

- 80 % zaměstnanců se stravuje alespoň 3x týdně v jídelně. V restauracích se zaměstnanci stravují jen výjimečně - 67 % tam jí méně často než 4x měsíčně.
- V jídelnách jsou zaměstnanci převážně spokojeni s čistotou, personálem a rychlostí obsluhy (70 %). Nespokojenost panuje s pestrostí nabídky, kvalitou a cenou jídel (součet velmi spokojených a spíše spokojených je v těchto aspektech mezi 37 a 42 %).
- Nejlépe hodnotí kvalitu jídel, zaměstnanci z Office Parků, kteří ironicky nemají vlastní jídelnu, a chodí tedy do některé z okolních jídelen.
- Respondenti by uvítali rozšíření nabídky stravování o českou (50 %), nebo čínskou levnější (37 %) restauraci. Spontánní zájem je i o fast-food/bufet.
- Nová restaurace by měla být spíše levnější s rychlou obsluhou, protože 50 % respondentů disponuje rozpočtem na oběd, který je nižší než 80 Kč (dalších 41 % utratí průměrně 80-120 Kč za jídlo) a 57 % zaměstnanců má na oběd vyhrazeno pouze 30 minut.

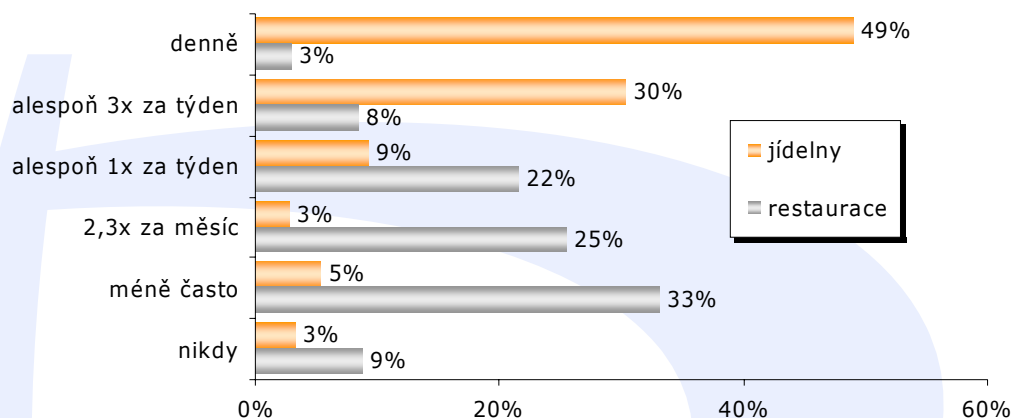
### Zpětná vazba developera

Detailní výstupy a komentáře k jednotlivým kantýnám předáme jejich provozovatelům a majitelům budov, aby dle zpětné vazby respondentů zhodnotili možnosti zlepšení stravování ve svých budovách. Každá z budov v areálu má jiného provozovatele (v areálu provozují kantýny největší hráči na trhu – GTH, Sodexho, Eurest, Aramark, Zátíší) a každý má svá pozitiva či negativa. Věříme tedy, že celoareálové zhodnocení stravování v kantýnách napoví, co jejich strážníkům chybí a co oceňují u jiných provozovatelů.

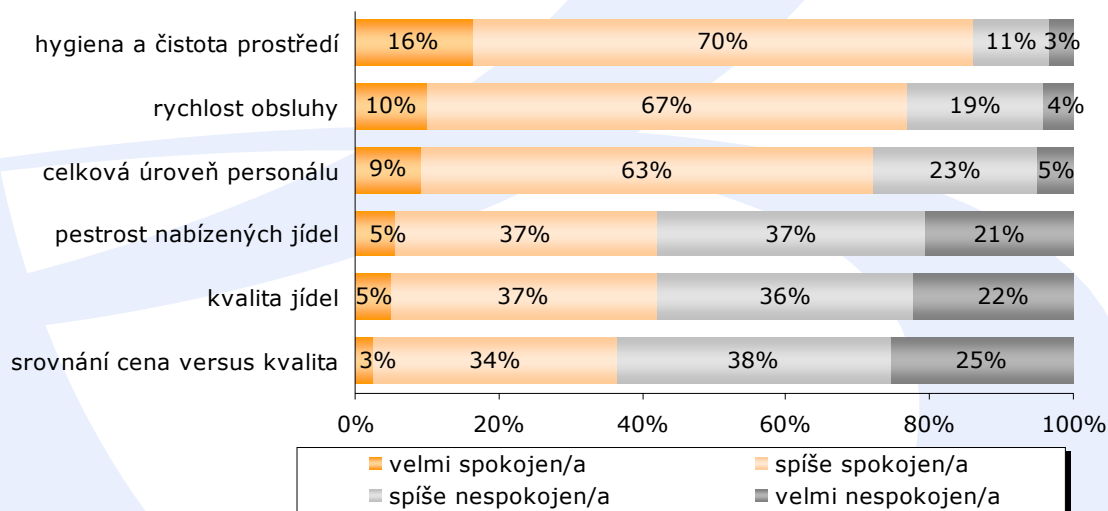
Také požadavky na rozšířenou možnost stravování pomůže vyřešit budova FILADELFIE, kde bude otevřeno hned několik gastronomických provozoven nejrůznějšího zaměření, kterélepší stravování v rámci areálu. Kromě kantýny, kterou budou moci využívat i nájemci z jiných budov v areálu, zde budou výše zmíněné fast-foody, plánovány jsou i restaurace a freshbar s nabídkou čerstvých ovocných salátů a nápojů.



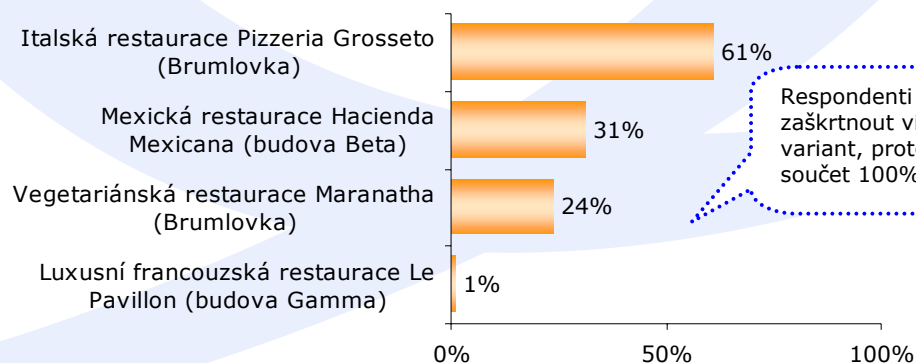
**Q09. Kolikrát týdně se stravujete v jednotlivých gastronomických provozovnách?**



**Q14. Jak jste spokojen/a se službami jídelen z uvedených hledisek?**



**Q15. Která z restaurací v areálu BB Centra je vám nejbližší svou nabídkou?**



Respondenti mohli zaškrtnout více variant, proto není součet 100%.

## 2.7 IMAGE BB CENTRA

### IMAGE BB CENTRA

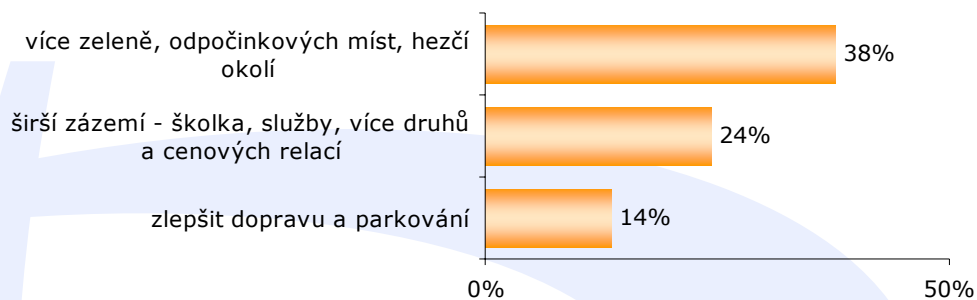
- BB Centrum je hodnoceno celkově pozitivně. U všech aspektů, které byly hodnoceny i v roce 2004, došlo ke zlepšení hodnocení.
- Velmi příznivě je hodnocena čistota areálu a dopravní dostupnost.
- V rámci dalšího rozvoje BB Centra by zaměstnanci uvítali především více zeleně a odpočinkových míst, širší zázemí a rozšíření nabídky služeb (za dobré ceny) a zlepšení dopravy a parkování.
- Za největší přednost BB Centra je považována dopravní dostupnost lokality BB Centra, šíře nabídky služeb v jeho rámci a jeho vysoká úroveň, čistota, a z nich pramenící prestiž.
- I mezi negativy je na prvním místě doprava – zejména parkování a jak vyplývá i z ostatních otázek, přetíženost ve špičkách. Dalšími kriticky hodnocenými aspekty jsou kvalita stravování v jídelnách a předraženost některých služeb, které areál poskytuje.

### Zpětná vazba developera

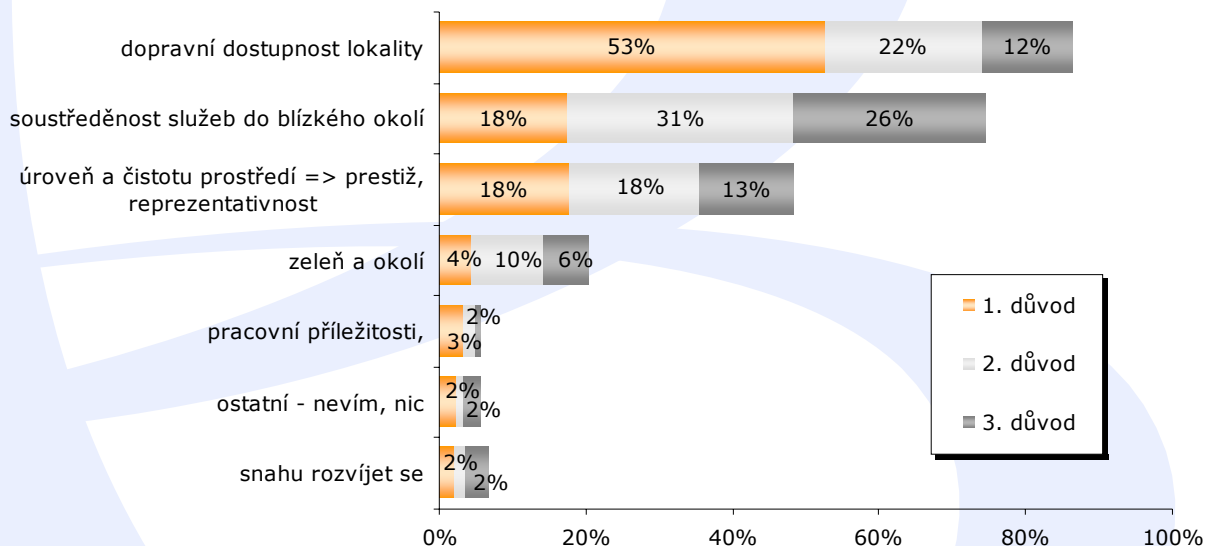
K tomuto tématu je nutné připomenout, že v projektu BB Centra jsou zahrnuty dva rozsáhlé parky, které budou odpočinkovou zónou a vhodným místem k relaxaci zaměstnanců. První z parků bude realizován s výstavbou budovy FILADELFIE, druhý pak koncem roku 2010. K dopravě se vyjadřujeme u okruhu dopravy a parkování na straně č. 16 a 17 tohoto dokumentu.



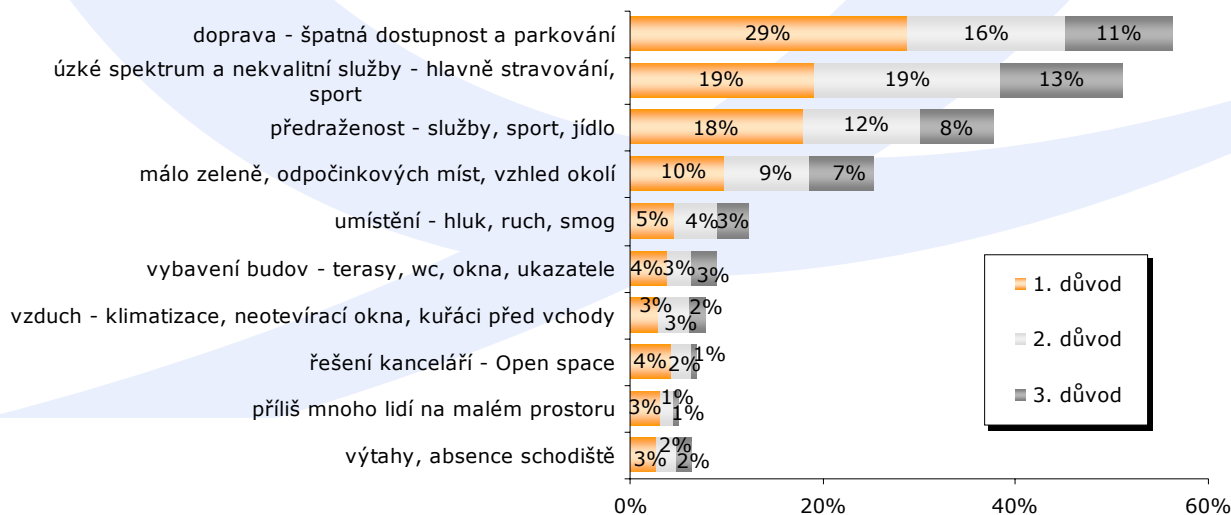
**Q20. Co by si mělo BB Centrum vzít jako příklad z jiných českých nebo i zahraničních administrativních center? Uveďte prosím konkrétně.**



**Q21. Které tři věci nejvíce oceňujete na BB Centru? Seřad'te je prosím od nejdůležitějších po nejméně důležité.**



**Q22. Které tři věci nejméně oceňujete na BB Centru? Seřad'te je prosím od nejdůležitějších po nejméně důležité.**

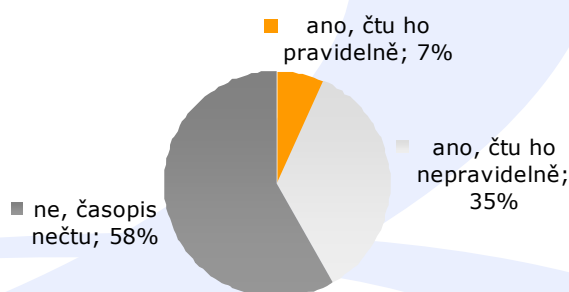


## 2.8 ČASOPIS BB CENTRUM REVIEW

### ČASOPIS BB CENTRUM REVIEW

- 42 % respondentů čte areálový časopis BB Centrum Review a 55 % ví, kde je k dispozici. Menší podíl čtenářů má mezi mladšími zaměstnanci.
- 31 % všech respondentů (tedy zhruba ¾ těch, kteří ho alespoň občas čtou) považuje BB Centrum Review za spíše zajímavý.
- 34 % zaměstnanců časopis nezná.
- Nejvíce je BB Centrum Review ceněn jako zdroj informací o BB Centru a o aktuálních novinkách. Pozitivně je vnímána i grafika.

### Q23. Čtete areálový časopis BB Centrum Review?



## 2.9 BYTOVÁ VÝSTAVBA

### BYTOVÁ VÝSTAVBA

- Koupě bytu v lokalitě BB Centra je zajímavá pro 21 % respondentů.
- Zájem mají více svobodní, bezdětní a mladší respondenti, kteří oceňují především výhodnou pozici lokality.
- Nejpreferovanější velikostí bytu je 71- 90 m<sup>2</sup> (32 %) za cenu do 50.000 Kč/m<sup>2</sup> (79 %). 49 % preferuje klasický standard za nižší cenu. 45 % je pro vyšší standard.



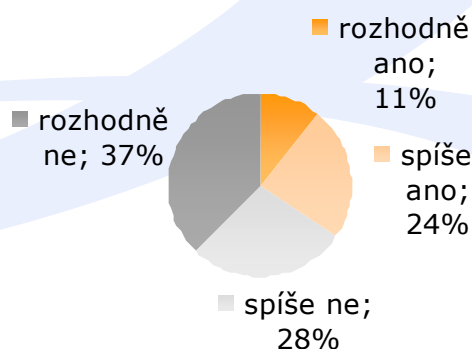
## 2.10 ŠKOLKA V KOMUNITNÍM (SPOLEČENSKÉM) CENTRU

### ŠKOLKA VE SPOLEČENSKÉM CENTRU

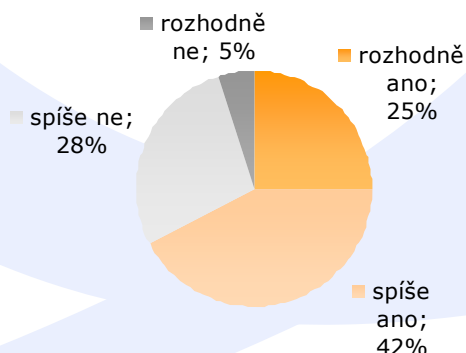
\*Jako součást BB Centra je též plánováno Komunitní (společenské) centrum s křesťanskou školkou s individuálním přístupem k dětem.

- 35 % respondentů by uvažovalo o umístění svého dítěte do školky v Komunitním centru (též Společenské centrum). Zájem projevují spíše dosud bezdětní a svobodní zaměstnanci ve věku 31-35 let a spíše ženy. Zájem je motivován především časovými a praktickými důvody.
- Ti, kteří zájem nemají, se obávají křesťanského zaměření školky. Také preferují, aby dítě chodilo do školky blíže bydlišti.
- 30 % zaměstnanců by bylo ochotno za školku platit do 1000 Kč měsíčně. Pro 39 % je akceptovatelné rozpětí 1000 - 2500 Kč.
- Vysoký zájem je o možnost umístění dítěte do školky na zkrácenou dobu. Preferovány jsou především modely 4 hod. denně na 5 dní v týdnu a 8 hod. denně na 3-4 dny v týdnu.

#### Q35. Uvažoval/a byste o umístění svého dítěte do této školky?



#### Q39. Uvítali byste možnost umístění svého dítěte do této školky pouze na část dne nebo na některý den/některé dny v týdnu?



Zdroj: základ grafu tvoří všichni respondenti, kteří by měli zájem o umístění svého dítěte ve školce (N=932).

## 2.11 DOPRAVA DO BB CENTRA

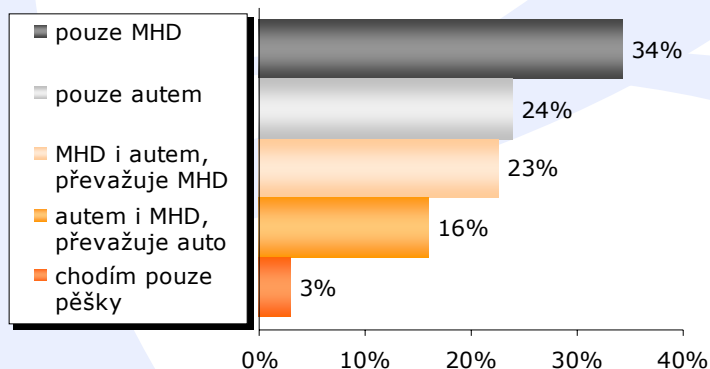
### DOPRAVA DO BB CENTRA

- Nejvíce zaměstnanců dojíždí do BB Centra z Prahy 4 (17 %), Středočeského kraje (16 %) a z Prahy 10 (10 %).
- Největší část zaměstnanců jezdí do práce MHD (převažuje u 57 %), zbytek jezdí autem či chodí pěšky.
- Většina zaměstnanců (54 %) přijíždí do práce mezi 8. a 9. hodinou ráno a odjíždí mezi 17. a 18. hodinou (46 %).

### Zpětná vazba developera

**Dopravní situace v okolí BB Centra** – v současnosti probíhá příprava rekonstrukce klíčových křižovatek lokality Vyskočilova / rampy z 5.května (D1) a Vyskočilova / Michelská. Účelem rekonstrukce obou křižovatek je navýšení kapacity jejich propustnosti.

### Q42. Jakým způsobem dojíždíte do zaměstnání?



Zdroj: základ grafu tvoří všichni respondenti (N=1831).



## 2.12 AUTEM DO BB CENTRA

### AUTEM DO BB CENTRA

- S dostupností BB Centra autem jsou zaměstnanci spokojenější (82%) než s parkováním (48 %).
- S parkováním je velmi nebo spíše spokojeno pouze 48 % respondentů. Některé zaměstnance trápí nedostatek bezplatných veřejných parkovacích míst.
- Nejspokojenější s parkováním jsou ti, kteří mají firemní parkovací místo v podzemních garážích (72 % z nich je velmi a spíše spokojených).
- S parkováním na placených parkovištích je spokojeno 18 % a nespokojeno 19 % respondentů. Ostatní s ním nemají zkušenosti.
- Návštěvy společností sídlících v BB Centru jsou s parkováním spokojeny, pokud parkují v podzemních garážích nebo na placených parkovištích.

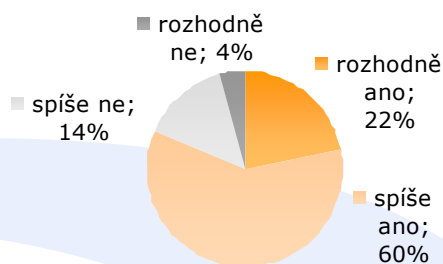
### Zpětná vazba developera

**Parkování v areálu BB Centra** – v současné době je v BB Centru zaměstnáno zhruba 9000 osob včetně externích pracovníků či pracovníků na částečný úvazek. Do areálu dojíždí cca 40 % stálých zaměstnanců autem, což znamená zhruba 3.100 vozidel denně. Zapotřebí je uspokojit i parkovací kapacity pro návštěvy nájemců a externí pracovníky. V BB Centru je k dispozici 2800 podzemních parkovacích míst a 800 povrchových stání. Při stavbě budov myslíme na parkovací nároky nájemců - každá z budov má o 10 -15 % větší parkovací kapacity, než-li určuje předpis. Nicméně, technicky je budování podzemních parkovišť velmi omezující (hloubka výkopů, statika budov, apod.) a tato omezení nelze přehlížet. Před výstavbou nových povrchových parkovišť preferujeme výstavbu parků a dostatek zeleně v areálu. Navíc, abychom podpořili zaměstnance nájemců, zajistili jsme kyvadlovou dopravu, která maximálně eliminuje intervaly spojení s metrem a tak i časovou náročnost dojíždění do zaměstnání.

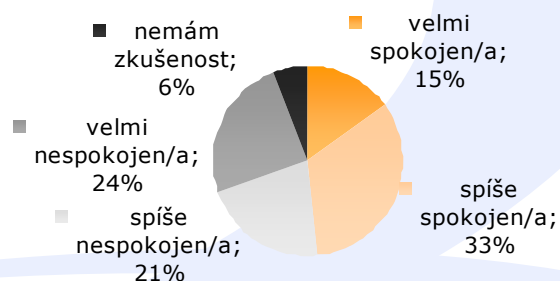
Nájemci BB Centra si pronajímají především podzemní parkoviště pod svými budovami či v jejich okolí, které dle interních směrnic rozdělují mezi své zaměstnance. Výhodu má samozřejmě ten, který takové parkovací místo získá. V takto velké administrativní lokalitě (s extrémními požadavky na parkovací kapacity) nelze očekávat parkování zdarma pro ostatní zaměstnance, ekonomicky to ani není možné. Náklady na pozemky, vybudování parkovišť, jejich údržba a další související náklady jednoznačně určují zpoplatněné parkování. Nutno dodat, že například veřejné parkoviště pod Brumlovkou či za budovou Beta není zcela využíváno a denně je zde k dispozici několik desítek volných parkovacích míst.



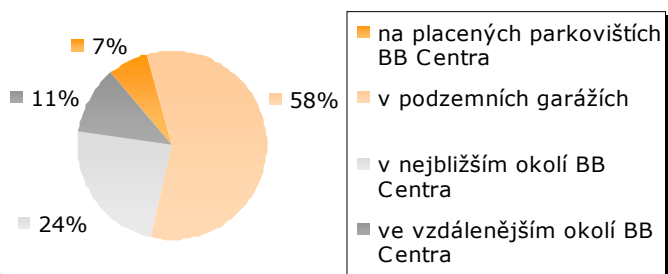
**Q47. Považujete dostupnost BB Centra autem za uspokojivou?**



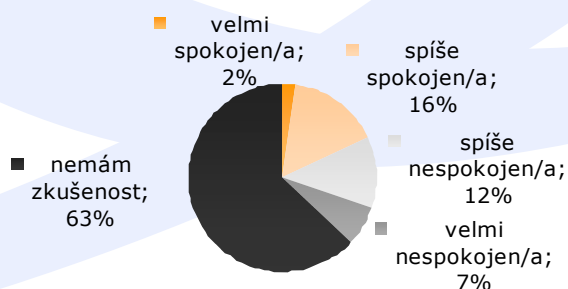
**Q48. Jak jste spokojen/a s parkováním v BB Centru?**



**Q49. Kde převážně parkujete, pokud přijedete do BB Centra autem?**



**Q52. Jak jste spokojen/a s parkováním na placených parkovištích?**



## 2.13 HROMADNÁ A KYVADLOVÁ DOPRAVA

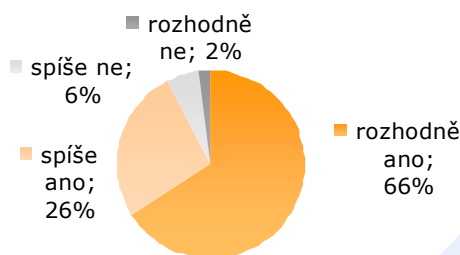
### HROMADNÁ A KYVADLOVÁ DOPRAVA

- Dostupnost BB Centra hromadnou dopravou v kombinaci s areálovým autobusem hodnotí 88 % jako uspokojivou. Intervaly MHD a BB Centrum busu vyhovují 75% respondentů.
- BB Centrum bus (kyvadlová doprava) je velmi oceňován - 92 % respondentů ho vnímá jako přínos.
- Nejvíce je na areálové kyvadlové dopravě oceňováno, že doplňuje MHD a vozidla jsou čistá, doprava s nimi je pohodlná a řidiči jsou přívětiví.
- I tak ale BB Centrum bus bývá v ranní špičce přeplněn a měl by dle zaměstnanců být ještě posílen. Také by měl lépe vyplňovat mezery mezi intervaly MHD – lepší synchronizace.

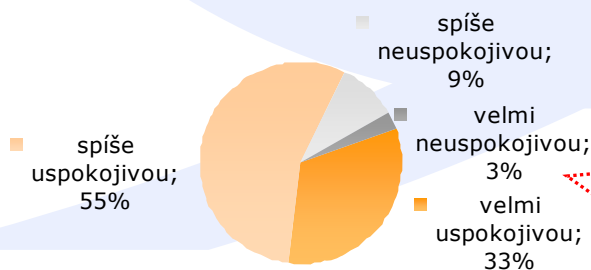
### Zpětná vazba developera

U tohoto okruhu je zajímavé a zároveň velmi potěšující srovnání spokojenosti s veřejnou dopravou oproti roku 2004. Z průzkumu v roce 2004 nám totiž vyplynula nutnost zlepšení dostupnosti areálu veřejnou dopravou. Po neúspěšné snaze posílit linky MHD jsme jednoznačně dospěli k projektu vlastní kyvadlové dopravy, která za souhlasu všech nájemců areálu byla zřízena v květnu 2007. Rok po zahájení jízdy bublinkových autobusů hodnotí 92 % respondentů kyvadlovou dopravu jako jasný přínos při dopravě do zaměstnání, což je pro nás známkou spokojenosti nájemců s touto službou. Výše uvedené připomínky (synchronizace s příjezdem linek MHD) budeme řešit s provozovatelem autobusů, pravděpodobně částečnou změnou jízdních řádů. Vnímáme i připomínky k občasnému přetížení autobusů a s rozvojem areálu zvažujeme nárůst počtu autobusů, zatím je však tato myšlenka finančně neúnosná. Jakékoli připomínky k provozu autobusů můžete zasílat na [info@bbcservices.cz](mailto:info@bbcservices.cz)

### Q56. Je podle Vás kyvadlová doprava BB Centra (areálový autobus) přínosem při dojíždění do zaměstnání?



### Q57. Považujete dostupnost BB Centra MHD (v kombinaci s areálovým autobusem) za uspokojivou?



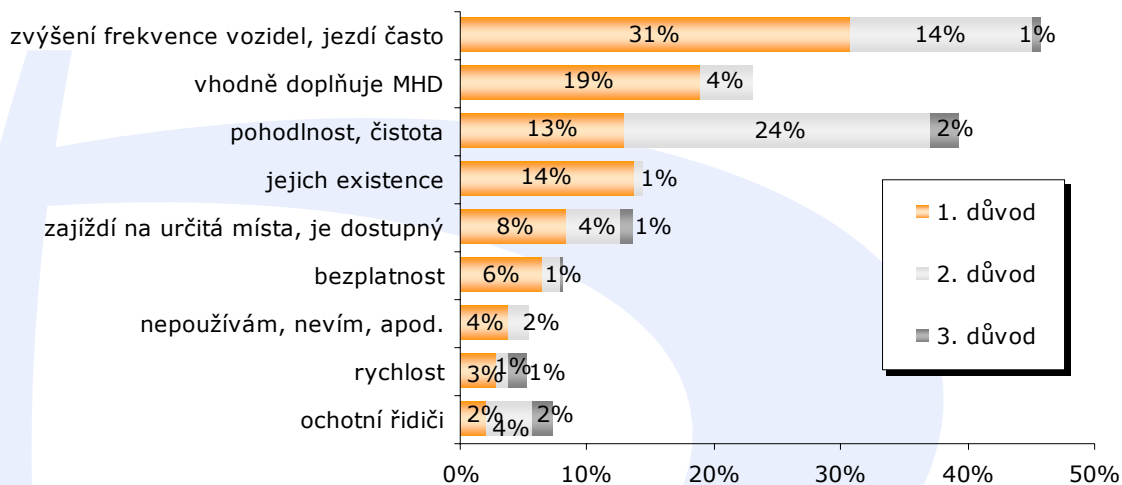
V Průzkumu BB Centra 2004 byli respondenti dotazováni, na to, zda považují dostupnost BB Centra MHD za uspokojivou.

#### Procenta odpovědí v roce 2004:

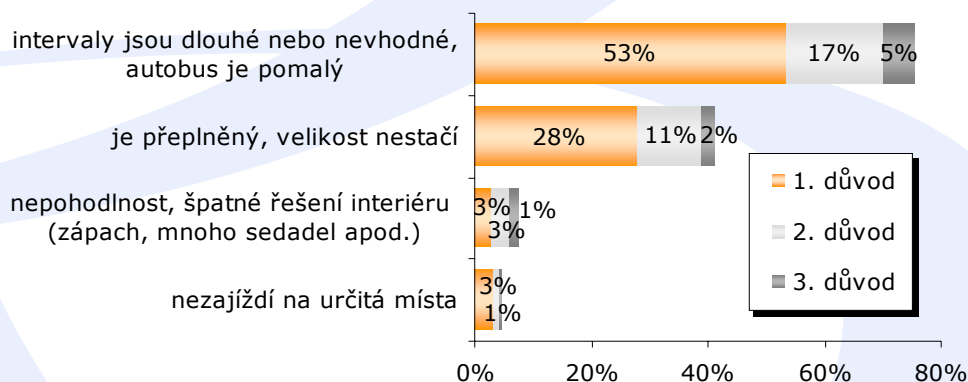
velmi uspokojivou 32 %  
spíše uspokojivou 52 %  
spíše neuspokojivou 10 %  
velmi neuspokojivou 2 %

=> spokojenost se změnila nepatrně k lepšímu, což je při nárůstu počtu zaměstnanců v areálu pozitivní!

**Q60. Vypište tři důvody spokojenosti s areálovými autobusy seřazené od nejdůležitějšího po nejméně důležitý:**



**Q61. Vypište tři důvody nespokojenosti s areálovými autobusy seřazené od nejdůležitějšího po nejméně důležitý:**

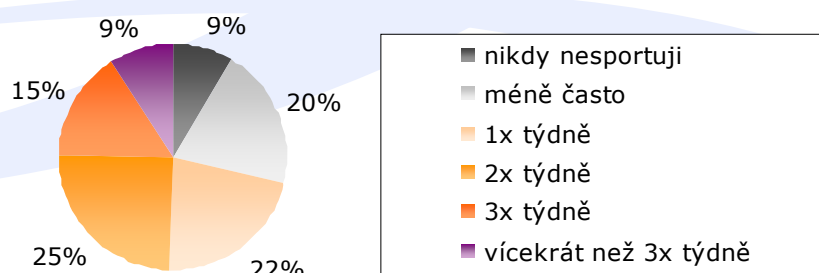


## 2.14 SPORTOVNÍ AKTIVITY

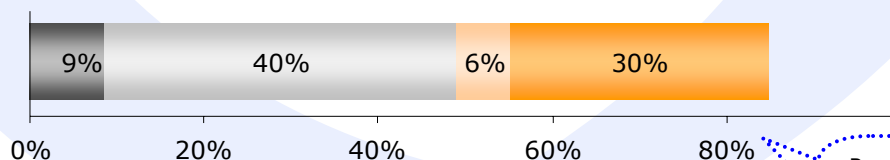
### SPORTOVNÍ AKTIVITY RESPONDENTŮ

- 71 % respondentů sportuje alespoň jednou týdně.
- 55 % z těch, kdo alespoň někdy sportují utratí měsíčně za sport více než 500 Kč.
- Zaměstnavatel hradí 40% sportujících alespoň část nákladů na sport a 30 % uvedlo, že zaměstnavatel organizuje nepravidelné sportování.
- Pouze 21 % sportujících má možnost provozovat sportovní a rekreační aktivity v pracovní době.
- 30 % sportujících má předplaceno členství v nějakém sportovním klubu.
- Balance Club Brumlovka navštívilo 37 % sportujících, 21 % ale jen za účelem prohlídky. Typický aktivní člen Balance Clubu ho navštěvuje 2x - 4x týdně.
- Ti, kteří nejsou členy klubu a přitom by měli o sportovní vyžití zájem argumentují příliš vysokými cenami a členským systémem. Mají často zájem jen o jednu službu a nechce se jim platit paušál.

#### Q62. Kolikrát týdně chodíte sportovat?



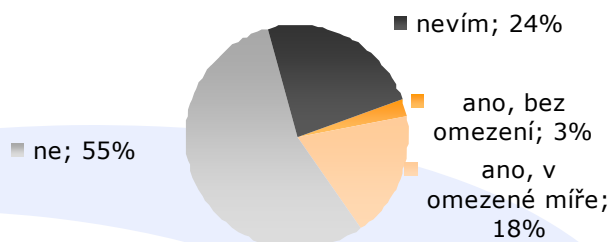
#### Q64. Podporuje Váš zaměstnavatel sportovní aktivity některým z uvedených způsobů?



- hradí mi předplatné na sportovní aktivity
- hradí mi část nákladů vynaložených na sport
- organizuje pravidelně kolektivní sportování
- organizuje nepravidelné sportování

Respondenti mohli zaškrtnout více variant, proto není součet 100%.

## Q65. Umožňuje Vám zaměstnavatel provozovat sportovní a rekreační aktivity v pracovní době?



### 2.15 VOLNOČASOVÉ AKTIVITY

#### VOLNOČASOVÉ AKTIVITY RESPONDENTŮ

- Nejčastějšími mimopracovními aktivitami zaměstnanců jsou rodina, televize, nakupování potravin, sport a četba knih.
- Tomu odpovídají i možnosti volnočasového vyžití, které by si zaměstnanci přáli (kino, fitcentrum/posilovna, bazén, squash a bowling).

### 2.16 SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ

#### SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ RESPONDENTŮ

- Téměř všichni respondenti (95 %) nakupují alespoň část potravin pro chod domácnosti, ve které žijí. 21 % respondentů nakupuje potraviny denně, dalších 61 % alespoň jednou týdně.
- 53 % respondentů neutratí týdně za potraviny koupené cestou z práce více než 500 Kč.



## 2.17 VZKAZ BB CENTRU

### VZKAZ BB CENTRU

- 36 % vzkazujících vyjadřovalo spokojenost a nemělo potřebu nic vzkázat, 13 % si přálo snížení cen. Dalšími přáními bylo zlepšení kvality stravování v jídelnách, rozšíření spektra služeb a obchodů a připomínky k zástavbě, architektuře a dalšímu rozvoji BBC.

## 2.18 TYPY JAK ZPŘÍJEMNIT PROSTŘEDÍ V BB CENTRU?

### • PŘÍJEMNÁ POLEDNÍ PAUZA

- Zpestření nabídky stravování – restaurace, fast food, prodejna potravin.
- Zasadit se o vyšší kvalitu jídel v jídelnách a komunikovat tuto snahu.
- Zeleně a klidových zón není nikdy dost.

### • PŘÍJEMNĚ DO PRÁCE

- S rozvojem areálu posílení kyvadlové dopravy v ranní špičce (lépe proložit s odjezdy MHD).

### • PŘÍJEMNĚ V PRÁCI

- Vyhradit kuřákům prostor na kouření jinde než u vchodů budov (před vchodem svým kouřením obtěžují nekuřáky jdoucí kolem).

Hlavní strategie rozvoje areálu a služeb bude prezentována zástupcům nájemců na jednom z dalších workshopů, které Passerinvest pravidelně pro nájemce pořádá.



### 3. KONTAKT

PRŮZKUM BB CENTRA 2008 realizovala výzkumná agentura NMS (Network Media Service, s.r.o.) pro společnost Passerinvest Group, a.s. a její dceřinou společnost BB C - SERVICES, s.r.o. v únoru 2008.

Za BB C - SERVICES, s.r.o. zpracovala:

Martina Čapková  
BB C Services Manager

**Network Media Service, s.r.o.**  
Norbertov 5  
162 00 Praha 6

tel.: +420 222 351 611  
fax: +420 233 312 363  
[www.nms.cz](http://www.nms.cz)



**PASSERINVEST GROUP, a.s.**  
Vyskočilova 1461/2a  
140 00 Praha 4 - Michle

tel.: +420 221 582 111  
fax: +420 222 515 521  
[www.bbcentrum.cz](http://www.bbcentrum.cz)



**BBCENTRUM**  
The choice of multinationals