

Publication

Konsumentenstruktur und Einkaufsverhalten im Raum Basel

Authored Book (Verfasser eines eigenständigen Buches)**ID** 1210685**Author(s)** Schneider-Sliwa, Rita; Gonzalez, Ramon; Griebel, Christine; Saalfrank, Claudia; Sliwa, Nadezhda; Gloor, Esther**Author(s) at UniBasel** [Schneider-Sliwa, Rita](#) ; [Gonzalez, Ramon](#) ; [Griebel, Christine](#) ; [Saalfrank, Claudia](#) ; [Sliwa, Nadezhda](#) ; [Gloor, Esther](#) ;**Year** 2012**Title** Konsumentenstruktur und Einkaufsverhalten im Raum Basel**Publisher** Schwabe Verlag**Place of Publication** Basel**ISSN/ISBN** 978-3-7965-2854-5**Series title** Basler Stadt- und Regionalforschung**Volume** 35**Keywords** Konsumentenstruktur, Einkaufsverhalten, Shopping-Zentren; Basel; Weil am Rhein

Ausgangslage. Ausgehend von ersten Zentren in den Vereinigten Staaten in den 1950er Jahren, haben sich Einkaufszentren inzwischen in praktisch allen Industrie- und Schwellenländern etabliert. Inzwischen sind sie in fast allen Städten Bestandteil eines umfassenden Strukturwandels geworden. So entstanden auch in der Schweiz seit Anfang der 1970er Jahre weit über 100 Einkaufszentren (z.B. Schultz 2003: 23; Wüest & Partner 2002: 56). In Basel wurden, relativ spät, in den letzten zehn Jahren verschiedene Zentren, wie der St. Jakob-Park oder das Stücki Shopping, eröffnet. Der Bau weiterer Zentren ist geplant. Wie viele davon in welcher Grössenordnung wirklich gebaut werden, und ob diese dann tatsächlich wettbewerbsfähig sind, ist fraglich. Die Kritik in den Medien und in der Bevölkerung ist gross, befürchtet man doch eine noch grössere Schwächung des innenstädtischen Detailhandels. Die Problematik ist komplex: Einerseits wächst die Verkaufsfläche rasant an, gleichzeitig wird nur wenig neues Personal eingestellt. Momentan stagniert oder sinkt die Kaufkraft der Kunden aufgrund sinkender Reallöhne sowie der allgemeinen Wirtschaftskrise, die zu vorsichtigerem Ausgabeverhalten führt. Zudem werden neue Einkaufsangebote von Kunden eher zögerlich wahrgenommen, und Kunden stehen dem Angebot generell kritischer gegenüber. Oft entscheiden sie bewusst oder unbewusst nur aufgrund einiger weniger Kernkriterien – wie die Distanz vom Wohn- oder Arbeitsplatz, oder dem Preis –, wo sie einkaufen sollen. Dadurch wird die Konkurrenzsituation für bestehende Einkaufsstandorte zunehmend akzentuiert. Die Studie. Ziel der vorliegenden Studie war es festzustellen, aufgrund welcher Kriterien Kunden in der tri-nationalen Region Basel einen Einkaufsstandort gewählt oder gemieden haben. Im Mittelpunkt stand die Frage, ob das Angebot und Ambiente von Einkaufszentren die bestehenden Angebote des innenstädtischen Detailhandels eher ergänzen, ob sich Konkurrenzsituationen ergeben, oder ob sich die jeweiligen Standorte in bestimmten Nischenpositionen etablieren können. Dabei wurde auch die Zufriedenheit der Kundschaft mit dem jeweiligen Angebot an den jeweiligen Standorten ermittelt. Die im Frühjahr 2011 durchgeführte Studie zu Regionalen Einkaufszentren und dem innenstädtischen Detailhandel im Raum Basel erfasste insgesamt 2032 Kunden und Passanten an folgenden Standorten: •drei Einkaufszentren (St. Jakob-Park und Stücki Shopping in Basel sowie das Rhein Center im grenznahen Weil am Rhein) und •zwei Einkaufsstrassen (Freie Strasse im Zentrum Basels und die Hauptstrasse in Weil am Rhein). Der zur Befragung benutzte Fragebogen zeichnete die sozioökonomischen Merkmale der befragten Personen, die Wahl der Transportmittel zum Standort, das Einkaufsverhalten, die mit dem Einkauf gekoppelten Aktivitäten und die Kundenzufriedenheit auf.

edoc-URL <http://edoc.unibas.ch/dok/A5966693>

Full Text on edoc Available;