

Publication

Der Einkaufsstandort Bad Säkingen : Marktstudie zur Migros-Lohgerbe, zu Konsumentenverhalten und Entwicklungen im Einzelhandel

Authored Book (Verfasser eines eigenständigen Buches)

ID 61981

Author(s) Schneider-Sliwa, Rita; Kampschulte, Andrea

Author(s) at UniBasel [Schneider-Sliwa, Rita](#) ;

Year 2002

Title Der Einkaufsstandort Bad Säkingen : Marktstudie zur Migros-Lohgerbe, zu Konsumentenverhalten und Entwicklungen im Einzelhandel

Publisher Geographisches Institut der Universität Basel

Place of Publication Basel

ISSN/ISBN 978-3-7965-2333-5

Series title Basler Stadt- und Regionalforschung

Volume 23

Keywords Marktstudie, Bad Säkingen, Migros, Konsumentenverhalten, Einzelhandel

Im Rahmen der seit mehr als dreissig Jahren betriebenen umfassenden Stadtentwicklungsplanung in Bad Säkingen wurde jüngst das Lohgerbeareal als neues Geschäfts- und Dienstleistungszentrum konzipiert. Das in der Innenstadt angesiedelte Geschäftszentrum mit dem Magneten Migros, weiteren Einzelhandels-, Büro-, Praxis- und Wohnflächen und dem von der Stadt betriebenen Parkhaus Lohgerbe soll die vorhandene urbane Struktur ergänzen. Durch das Multifunktionszentrum soll Bad Säkingen einen Wertzuwachs erfahren, der sich u.a. in Form einer Innenstadtbelebung, Frequenzsteigerung für den Einzelhandel, grösseren wirtschaftlichen Stabilität für die Innenstadt, steigenden Zentralität des Einkaufsstandortes Bad Säkingen und einer Erhöhung des Wohnwertes äussern soll. Die vor diesem Hintergrund im Juli 2002 vom Geographischen Institut der Universität Basel durchgeführten Kartierungen und Befragungen in Bad Säkingen befassen sich mit dem Funktionswandel der Innenstadt, der Kundenfrequenz und Preisstruktur von Migros und anderen innerstädtischen Lebensmittelmärkten, der Kundenstruktur und dem Kaufverhalten der Migroskunden resp. Nicht-Migroskunden und der Attraktivität Bad Säkingens als Einkaufsort. Ein Vergleich der Kartierungen der Erdgeschossnutzung in der Bad Säkinger Innenstadt von 2000 bis 2002 zeigt eine Abnahme des Einzelhandels und einen Anstieg der Dienstleistungen und des Leerstandes. Das Verhältnis zwischen Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen ist 2002 ausgeglichen (je 35%). Innerhalb des Einzelhandels ist eine Verschiebung vom episodischen zum periodischen Bedarf festzustellen. Da vor allem der Einzelhandel zur Belebung und Urbanität beiträgt, deutet die derzeitige Entwicklung auf einen möglichen Verlust der Angebotsvielfalt und Innenstadtattraktivität. Die Befragung von 115 Einzelhändlern und Dienstleistern bestätigt, dass der Einzelhandel in Bad Säkingen mit Problemen zu kämpfen hat. 90% der Befragten sind der Meinung, dass die Attraktivität Bad Säkingens gesteigert werden müsste, angeführt werden vor allem eine konsequentere Einhaltung der Verkehrsberuhigung und ein anderer Branchenmix. Die Eröffnung des Geschäftszentrums Lohgerbe hat zu keinen Veränderungen der Kunden- oder Umsatzzahlen geführt. Die Migros ist knapp ein Jahr nach der Eröffnung weder die befürchtete Konkurrenz noch der erwartete Frequenzbringer.

edoc-URL <http://edoc.unibas.ch/dok/A2789653>

Full Text on edoc Available;