

Konsumentenstruktur und Einkaufsverhalten im Raum Basel

Ausgangslage

In Basel entstanden in den letzten zehn Jahren mehrere grössere Einkaufszentren, wie der St. Jakob-Park oder das Stücki Shopping. Weitere sind geplant. Die Kritik in den Medien und in der Bevölkerung ist gross, denn eine zunehmende Schwächung des innenstädtischen Detailhandels und eine akzentuierte Konkurrenzsituation werden befürchtet. Auch ist es fraglich, ob neue Einkaufszentren wirklich gebraucht werden, und ob sie überlebensfähig sind. In den letzten Jahren hat die Kaufkraft der Kunden stagniert oder ist gesunken, was zu vorsichtigerem Ausgabeverhalten geführt hat. Zudem zeigt die Erfahrung, dass neue Einkaufsangebote von Kunden oft eher zögerlich angenommen werden.



Freiestrasse Basel



Marktplatz Basel

Ausgewählte Ergebnisse

Wahl des Einkaufsstandortes und Verkehrsmittelwahl

Wichtigstes Kriterium war die Erreichbarkeit. Für Frauen spielten auch Produktauswahl und Warenangebot eine zentrale Rolle. Einzig das Rhein Center wurde primär wegen der vergleichsweise günstigen Preise besucht. Einkaufszentren und die Hauptstrasse Weil am Rhein wurden tendenziell häufiger mit dem Auto besucht (Tab.1). Kunden der Freien Strasse bevorzugten den öffentlichen Verkehr. Durch die schlechter empfundene Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz wurde das Stücki Shopping vor allem von Autofahrern favorisiert, der St. Jakob-Park wurde dagegen von verschiedenen Verkehrsteilnehmern gleichermaßen genutzt. Je weiter weg von Basel ein Befragter wohnte, desto eher kam das Auto zum Einsatz.

Standort	Freie Strasse (in %) (n=445)	St. Jakob-Park (in %) (n=323)	Stücki Shopping (in %) (n=420)	Rhein Center (in %) (n=449)	Weil Hauptstr. (in %) (n=386)	Gesamt (in %) (n=2023)
Verkehrsmittel						
Auto/Motorfahrzeug	13.7	34.7	59.8	64.4	48.4	44.5
Öffentlicher Verkehr	56.9	43.3	19.5	10.2	14.8	26.6
Fahrrad	12.4	13.3	8.1	5.6	7.3	9.1
Zu Fuss	13.5	7.7	11.4	18.9	28.0	16.1
Anderes	0.2	0.6	0.5	0.0	0.5	0.3
Kombination	3.4	0.3	0.7	0.9	1.0	1.3
Gesamt	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tab. 1: Verkehrsmittelwahl, nach Standort.
Quelle: Humangeographie / Stadt- und Regionalforschung, Kundenbefragung März/April 2011.



Rhein Center, Weil

Einkaufshäufigkeit und Einkaufserlebnis

Einkaufszentren wurden allgemein seltener, oft aber für Grosseinkäufe von Gütern des täglichen (vor allem Lebensmittel) oder des langfristigen Bedarfs (z.B. Elektronik, Kleider) aufgesucht. Die Einkaufsstrassen wurden generell für kleinere Einkäufe des täglichen Bedarfs benutzt. Die Freie Strasse wurde auch häufig zum Erwerb von Modedateien aufgesucht. Mehr als die Hälfte - und vor allem die jüngeren - der befragten Kunden kopplten ihren Einkauf mit anderen Aktivitäten, z.B., der Nutzung von Dienstleistungen oder Gastronomie. Vor allem jüngere Personen nutzten den Einkauf öfter auch für die Pflege sozialer Kontakte und das «Shoppen» im Sinne eines Einkaufserlebnisses.

Die Studie

Ziel der im Frühjahr 2011 durchgeführten Studie war es festzustellen, aufgrund welcher Kriterien Kunden in der Region Basel einen Einkaufsstandort wählen oder meiden. Können Einkaufszentren und innerstädtischer Detailhandel nebeneinander existieren, sich ergänzen oder besteht eine Konkurrenz? Können sich Standorte in Nischenpositionen etablieren? Wie zufrieden ist die Kundschaft mit den Standorten? Insgesamt wurden 2032 Kunden und Passanten in drei Einkaufszentren (St. Jakob-Park und Stücki Shopping in Basel sowie im Rhein Center im grenznahen Weil am Rhein) und an zwei Einkaufsstrassen (Freie Strasse im Zentrum Basels und Hauptstrasse in Weil am Rhein) befragt.

Ausgaben

Die meisten Befragten gaben maximal 250 CHF aus, etwa zwei Fünftel weniger als CHF 50 (Tab. 2). Vor allem das Rhein Center in Weil wurde von Befragten - darunter auch vielen Schweizern - aufgrund der niedrigen Preise aufgesucht. Vergleichsweise hohe Preise waren aber kein Grund, die Freie Strasse zu meiden: Hier wurden potentiell kaufkräftige Kunden durch die zentrale Lage und das reichhaltige Angebot angelockt. Befragte, die mit dem Auto einkauften, gaben tendenziell am meisten Geld aus.

Gründe dafür sind möglicherweise die höhere Transportkapazität und die Bereitschaft, für teurere Einkäufe längere Anfahrtszeiten in Kauf zu nehmen.

Standort	Freie Strasse (in %) (n=290)	St. Jakob-Park (in %) (n=287)	Stücki Shopping (in %) (n=337)	Rhein Center (in %) (n=409)	Weil Hauptstr. (in %) (n=300)	Gesamt (in %) (n=1617)
Durchschn. Ausgaben						
1-50 CHF	41.4	48.8	37.5	36.4	59.7	43.8
51-100 CHF	25.5	21.3	22.1	28.9	22.7	24.4
101-250 CHF	23.4	22.3	27.2	29.8	13.7	23.8
251-400 CHF	3.4	6.3	8.2	3.7	3.3	4.9
Mehr als 400 CHF	6.2	1.4	5.1	1.2	1.7	3.0
Gesamt	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tab. 2: Durchschnittliche Ausgaben, nach Einkaufsstandort.
Quelle: Humangeographie / Stadt- und Regionalforschung, Kundenbefragung März/April 2011.

Beurteilung der Stärken

Alle Befragungs-Standorte zeigten Stärken in einer oder mehreren Branchen (Tab. 3). Das Rhein Center wies eine besonders hohe Besucherzahl in den Bereichen Lebensmittel, Gesundheit und Hygiene auf, die beiden Einkaufsstrassen insbesondere bei Dienstleistungen. Zusätzlich verfügte die Hauptstrasse Weil über ein gut besuchtes Angebot von Speziallebensmittelgeschäften. In der Freien Strasse dominierten Bekleidungs- und Unterhaltungsgeschäfte. Häufig erwähnt wurden auch die Bereiche Basteln, Hobby, Handarbeit und Unterhaltung. Im St. Jakob-Park wurden Geschäfte der Sport- und Freizeitbranche häufiger als an anderen Standorten erwähnt. Aufgrund des Unterhaltungselektronik-Riesen Saturn verzeichnete das Stücki Shopping die meisten Verkäufe in der Elektronikbranche. Einkaufszentren, insbesondere der St. Jakob-Park, verzeichneten grössere Frequenzen in der Gastronomie als die Einkaufsstrassen.

Standort	Eher positive Bewertung	Eher negative Bewertung
Freie Strasse	Erreichbarkeit, Einkaufsatmosphäre	Freizeitangebot, Gastronomie, Öffnungszeiten, Familienfreundlichkeit, Parkplatzangebot
Stücki Shopping	Aufenthaltsqualität, Einkaufsatmosphäre, Gestaltung (Umfeld und Gebäude)	Erreichbarkeit, Freizeitangebot
St. Jakob-Park	Vielfalt der Geschäfte, Erreichbarkeit	Freizeitangebot
Rhein Center	Parkplatzangebot, Freizeitangebot	Fachliche Beratung
Hauptstr. Weil	Fachliche Beratung, Familienfreundlichkeit	Freizeitangebot

Tab. 3: Bewertung der untersuchten Standorte; nur hervorsteckende Beurteilungen werden erwähnt.
Quelle: Humangeographie / Stadt- und Regionalforschung, Kundenbefragung März/April 2011.

Schlussfolgerungen

Periphere Einkaufszentren vs. Innenstadt: Konkurrenz oder Ergänzung?

Es zeichnet sich eine gewisse Sättigung des Basler Marktes in Bezug auf die Dichte der Einkaufsstandorte ab. So hat beispielsweise das Stücki Shopping seit seiner Eröffnung mit Schwierigkeiten zu kämpfen. Die Gründe dafür sind vielschichtig. Neben der Anlaufzeit, die nötig ist, um eine gewisse Kundschaft anzulocken, ist dieses Zentrum auch nicht optimal erreichbar, und liegt in der Nähe von relativ preisgünstigen deutschen Einkaufsstandorten. Andere ähnlich peripher positionierte Einkaufszentren locken durch zusätzliche Faktoren und Angebote Kunden an: Beim Rhein Center sind dies die vergleichsweise tiefen Lebensmittelpreise. Der St. Jakob-Park ist nicht nur von Sportanlagen und Parks umgeben, sondern weist auch eine ausgezeichnete Verkehrsanbindung auf. Kunden, des Stücki Shopping, kommen oft ausschliesslich dorthin, um ein bestimmtes Geschäft aufzusuchen - vor allem den Frequenzbringer Saturn. Autofahrer bevorzugen Standorte, die motorisiert leicht erreichbar sind. Eine Ausnahme ist der St. Jakob-Park, der gleichermaßen von Autofahrern wie von Benutzern des öffentlichen Verkehrs besucht wird. Dies dürfte nicht nur mit dem besonders breit gefächerten Angebot des St. Jakob-Parks, sondern auch mit der Vielfalt an Sportanlagen und -möglichkeiten in der nächsten Umgebung zusammenhängen, die wahrscheinlich die Kundenfrequenz erhöhen. Die Etablierung von Einkaufszentren an der Basler Peripherie führt momentan noch nicht zum befürchteten «Innenstadt-Sterben», obwohl es zu Kaufkraftabflüssen vom Zentrum in die Peripherie kommt, vor allem in gewissen Preis- und Produktsegmenten (z.B. Lebensmittel). Zusätzliche neue und grössere Einkaufszentren könnten den innenstädtischen Detailhandel aber nachhaltig schwächen. Einkaufszentren verändern die Einkaufskultur, vor allem durch das Vermitteln eines umfassenden «Einkaufserlebnisses». In den Innenstädten besteht in diesem Punkt Nachholbedarf. Zurzeit fehlt es in der Freien Strasse an einer Durchdringung zwischen Aussen- und Innenräumen. Auch fehlt weitgehend der gastronomische Anreiz, der Kunden zu einer längeren Verweildauer verführen könnte und auch die Aufenthaltsqualität verbessern würde.

Handlungsempfehlungen für eine bessere Inwertsetzung

Vor allem in der Freien Strasse wurden Defizite im gastronomischen Bereich und bei der Familienfreundlichkeit wahrgenommen, die behoben werden sollten. Zusätzlich sollten bewährte Stärken, darunter die gute fachliche Beratung in Geschäften, ausgebaut werden. Auch beim Stücki Shopping wäre weiteres Wertschöpfungspotential vorhanden, wenn die Verweildauer durch den Konsum von Essen und Trinken erhöht würde. Der St. Jakob-Park setzte hier offenbar dahingehend Massstäbe, dass er trotz peripherer Lage optimal erreichbar ist, und dass hier das Manora-Restaurant eine Schlüsselfunktion einnimmt. Auch die Sport- und Freizeitmöglichkeiten in der unmittelbaren Umgebung sind ein starker Standortvorteil. Die Ergebnisse zeigten zur Zeit der Datenerhebung weder eine klare Konkurrenzsituation noch ein komplexeres Nebeneinander von Einkaufszentren und Innenstädten, obwohl die Einkaufszentren den Innenstädten in bestimmten Bereichen den Rang abliefen (z.B. Lebensmittel- und Elektronikbereich). Dominant waren die Innenstädte weiterhin bei den Dienstleistungen (Bank, Post, Arzt etc.). Für welchen Einkaufsort sich die Befragten entschieden, hing vor allem von der Erreichbarkeit, aber auch von personenbezogenen Merkmalen (vor allem Alter und Haushaltsgrösse), und den konsumierten Gütern, ab.