

Konsumentenstruktur und Einkaufsverhalten im Raum Basel

Rita Schneider-Sliwa, Ramon Gonzalez, Christine Griebel und Claudia Saalfrank
unter Mitarbeit von Nadezhda Sliwa und Esther Gloor

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary – Zusammenfassung für den eiligen Leser	IV
Ausgewählte Ergebnisse	IV
Synthese	VI
Teil I – Einleitung	1
1 Konzeptionelle Grundlagen	3
1.1 Hintergrund	3
1.1.1 Historischer Hintergrund	3
1.1.2 Entwicklung der Einkaufszentren in der Schweiz	3
1.1.3 Der Basler Kontext und die Problemlage	4
1.2 Zielsetzungen	4
1.3 Methodik und Begriffsdefinitionen	5
1.4 Die Befragungs-Standorte	5
Teil II – Konsumentenstruktur, Einkaufsstandorte, Verkehrsmittelwahl	9
2 Stichprobe	11
3 Entscheidungsgründe für die Standortwahl	14
3.1 Wahl des Einkaufsstandortes	14
3.1.1 Gründe für die Wahl des Einkaufsstandortes, nach Standort	14
3.1.2 Wahl des Einkaufsstandorts, nach Geschlecht	15
3.1.3 Wahl des Einkaufsstandorts, nach Herkunftsland	16
3.1.4 Wahl des Einkaufsstandorts, nach Erwerbstätigkeit	16
3.1.5 Beurteilung der Vielfalt der Geschäfte	16
3.2 Gründe gegen den Einkauf in der Basler Innenstadt	17
3.3 Zwischenfazit zur Wahl des Einkaufsstandorts	18
4 Verkehrsmittelwahl	19
Teil III – Einkaufsbedarf und -häufigkeit, Kopplung verschiedener Aktivitäten	25
5 Einkaufshäufigkeit	27
5.1 Überblick zur Einkaufshäufigkeit	27
5.2 Einkaufshäufigkeit, nach Einkaufsstandorten	28
5.3 Zwischenfazit zur Einkaufshäufigkeit	31
6 Einkaufsverhalten und Einkaufsgüter	32
6.1 Einkaufsverhalten, nach Geschäften	32

6.2 Besucherhäufigkeiten, nach Branchen	33
6.3 Einkaufsverhalten, nach Standorten und Branchen	35
6.4 Meistbesuchte Geschäfte, nach Standort und personenbezogenen Merkmalen	39
6.5 Zwischenfazit zum Einkaufsverhalten	41
7 Kopplung von Aktivitäten mit dem Einkauf	42
7.1 Häufigkeitsverteilung der mit dem Einkauf gekoppelten Aktivitäten	42
7.2 Standort- und personenbezogenes Einkaufsverhalten	42
7.3 Zwischenfazit zur Kopplung von Aktivitäten	46
Teil IV – Ausgaben, Bewertung und Vergleich von Einkaufsstandorten	47
8 Ausgaben und Preisvergleich	49
8.1 Einleitung	49
8.2 Ausgaben allgemein	49
8.3 Einkommen und Ausgaben	50
8.4 Standorte	51
8.5 Preisbewusstes Einkaufen	52
8.6 Verkehrsmittel und Ausgabenhöhe	54
8.7 Preisvergleich eines Warenkorbes, nach Standort	54
8.8 Zwischenfazit zu Ausgaben und Preisvergleich	55
9 Beurteilung der Einkaufsstandorte	58
9.1 Allgemeine Beurteilungen aller Einkaufsstandorte	58
9.2 Beurteilungen der einzelnen Einkaufsstandorte	58
9.3 Beurteilung der Einkaufsstandorte, nach personenbezogenen Angaben	64
9.4 Vergleich der Beurteilungen von Einkaufszentren und -strassen	74
9.5 Zwischenfazit zur Beurteilung der Einkaufsstandorte	76
10 Vergleich von Einkaufszentren und Einkaufsstrassen hinsichtlich ausgewählter Beurteilungskriterien	78
10.1 Standortbezogene Unterscheidungsmerkmale	78
10.1.1 Branchen	78
10.1.2 Gekaufte Artikel	78
10.1.3 Gründe für den Besuch	79
10.1.4 Gekoppelte Aktivitäten	79
10.2 Personenbezogene Merkmale befragter Kunden in den Einkaufszentren und Einkaufsstrassen	81
10.3 Zwischenfazit zum Vergleich von Einkaufszentren und Innenstädten	84
Teil V – Diskussion und Fazit	85
Diskussion und Fazit	87
Literaturverzeichnis	90
Zeitungsartikel	90
Internet-Quellen	91
Abbildungsverzeichnis	92
Tabellenverzeichnis	93

