basler stadtbuch cms
Christoph Merian Stiftung

Abendverkauf und die Attraktivität der Basler Innerstadt

Autor(en): Rainer Füeg

Quelle: Basler Stadtbuch

Jahr: 1988

https://www.baslerstadtbuch.ch/.permalink/stadtbuch/b2a4772b-4301-46e9-be89-8fabeff7b41d

Nutzungsbedingungen
Die Online-Plattform www.baslerstadtbuch.ch ist ein Angebot der Christoph Merian Stiftung. Die auf dieser Plattform veröffentlichten Dokumente stehen für nichtkommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung gratis zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des vorherigen schriftlichen Einverständnisses der Christoph Merian Stiftung.

Haftungsausschluss
Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Die Online-Plattform baslerstadtbuch.ch ist ein Service public der Christoph Merian Stiftung.
http://www.cms-basel.ch
https://www.baslerstadtbuch.ch

Rainer Füeg

Abendverkauf und die Attraktivität der Basler Innerstadt

Am 8. Mai 1988 kam in Basel-Stadt eine Gesetzesinitiative zur Abstimmung, durch deren Annahme der ein Jahr zuvor versuchsweise eingeführte Abendverkauf wieder verboten wurde. Das Ladenschlussgesetz wurde verschärft und dem Regierungsrat die Kompetenz entzogen, von der ‹normalen› Öffnungszeit abweichende Regelungen (ausser im Monat Dezember) zu bewilligen.

Mit dieser Gesetzesänderung wurde – wohl für längere Zeit – ein Schlussstrich unter die Bemühungen gezogen, mittels längerer Ladenöffnungszeiten die Attraktivität Basels als Einkaufsort zu fördern.

Die Ladenöffnungszeiten sind allerdings keineswegs ein Thema, das erst in den späten achtziger Jahren unseres Jahrhunderts zur Diskussion gekommen ist. Bestimmungen über die Öffnungszeiten von ‹Betrieben, die dem Detailverkauf dienen›, bestanden von alters her und waren aus gesundheitspolizeilichen (Schutz des Arbeitnehmers) wie auch aus gewerbepolitischen (Konkurrenzschutz) Gründen erlassen und im Laufe der Zeit an sich verändernde gesellschaftspolitische Gegebenheiten angepasst worden.

Das heute noch geltende Ladenöffnungsgesetz stammt aus dem Jahre 1942 und legt die Öffnungszeiten an Werktagen grundsätzlich auf 06.30 bis 18.30 Uhr fest. Es liess aber bis vor kurzem noch eine gewisse Flexibilität zu, indem der Regierungsrat die Kompetenz hatte, Ausnahmen zu bewilligen, falls die Sozialpartner darüber ein Einvernehmen erzielten. Von dieser Kompetenz wurde allerdings praktisch nur in der Vorweihnachtszeit Gebrauch gemacht.

1976 sollte erstmals eine Abendverkaufsregelung gesetzlich verankert werden, mit welcher einmal pro Woche die Läden bis um 21.00 Uhr hätten offen bleiben können. Die entsprechende Vorlage wurde von gewerkschaftlicher Seite bekämpft und vom Stimmbürger an der Urne abgelehnt. Die erneute Ablehnung des Abendverkaufs im Mai 1988 ist damit keine neuartige Erscheinung.

Gründe für den Abendverkaufsversuch

Die Nordwestschweiz ist – gemessen am Pro-Kopf-Einkommen – eine der wohlhabendsten Regionen der Schweiz. Ein Programm zur Steigerung der wirtschaftlichen Attraktivität dieses Wirtschaftsraums oder seines Zentralorts Basel mutet von da her erst einmal merkwürdig an. Eine Reihe von Gegnern des Abendverkaufs hat sich auch in diesem Sinne geäussert.

Ebensowenig zu übersehen wie der hohe Stand des Pro-Kopf-Einkommens ist indes die Tatsache, dass die Zuwachsraten in der Nordwestschweiz häufig niedriger ausfallen als in andern Regionen der Schweiz, dass also ein Verlust an Wettbewerbsfähigkeit und ein relatives Absinken der Bedeutung als wirtschaftliches Zentrum festgestellt werden muss.

Im Detailhandel des Kantons Basel-Stadt sind derartige Tendenzen noch ausgeprägter zu spüren als in der gesamten regionalen Wirtschaft. Dafür sind im wesentlichen drei Gründe anzuführen:

1. Seit Jahren verliert der Kanton Basel-Stadt Einwohner, sei es durch Abwanderung, sei es dadurch, dass mehr Kantonseinwohner sterben als neu geboren werden. Zwischen 1970 und 1980 betrug der Bevölkerungsverlust rund 13%; seither ist die Bevölkerung um weitere 5,5% zurückgegangen.
Güter des täglichen Bedarfs, welche unkompliziert zu beschaffen sind, täglich neu gebraucht und in gewissen Mengen eingekauft werden, besorgt sich der Konsument vorwiegend am Wohnort oder dort, wo er mit dem Auto bequem hinfahren kann. Für den in die Agglomeration oder gar in die weitere Region gezogenen Konsumenten ist dieser Wohnort eben nicht mehr Basel. Zwar hat die Erreichbarkeit der Innerstadt mit dem öffentlichen Verkehrsmittel deutliche Fortschritte gemacht; mit dem Auto wird ein Einkauf in der Innerstadt aber von Jahr zu Jahr mühsamer. Die Grossverteiler haben diese Entwicklung berücksichtigt und in den letzten zwei Jahrzehnten ihre Verkaufsflächen auch in der Agglomeration deutlich vergrössert und ihr Warenangebot verbessert. Der Lebensmittelfachhandel kann entsprechende Strategien nur beschränkt nachvollziehen und hat entsprechend in Basel ein bedeutendes Marktpotential verloren: 1975 zählte Basel noch 466 Lebensmittelfachhändler (inkl. Metzger, Bäcker usw.); 1985 waren es noch 378 Betriebe oder gut 20% weniger.
2. Basel-Stadt hat im Vergleich zu andern Kantonen auch eine andere Bevölkerungsstruktur. Der Anteil der Rentner ist überdurchschnittlich hoch, ebenso der Anteil von Sozialhilfeempfängern (Arbeitslose, Fürsorgeempfänger, Asylanten usw.). Der ‹durchschnittliche Basler Konsument› dürfte aus diesen demografischen Gründen ein anderes Konsumverhalten zeigen als der ‹durchschnittliche Schweizer Konsument›, was sich unter anderem auch auf die Nachfrage nach dauerhaften Konsumgütern auswirkt.
3. Im Gegensatz zu andern Wirtschaftsregionen der Schweiz liegt in Basel ein Teil des Einzugsgebiets der Stadt im Ausland. Das Vorhandensein einer Landesgrenze ist schon aus psychologischen Gründen und wegen der Vorschriften über den Warenverkehr ein Hindernis. Die aktuellen Wechselkursrelationen, welche sich seit Jahren eher zuungunsten des Schweizer Frankens entwickelt haben, verstärken diesen Effekt noch: nicht nur fällt ein erheblicher Teil der potentiellen elsässischen und badensischen Käuferschaft weg, weil Basel für sie keine Alternative als Einkaufsort darstellt; auch ein Teil der einheimischen Konsumenten macht sich die Vorteile der grenznahen Wohnlage zunutze und kauft (günstiger) im Ausland ein.
Basel als Einkaufsort hat somit sowohl bei Gütern des täglichen Bedarfs als auch bei dauerhaften Konsumgütern gegen erhebliche Handicaps zu kämpfen, wenn es nur schon seinen Marktanteil halten will. Dass dies nicht immer gelungen ist, kommt in den seit Jahren unterdurchschnittlichen Zuwachsraten des Innerstadt-Detailhandels deutlich zum Ausdruck. Aus dieser Situation heraus werden Anstrengungen zur Steigerung der Attraktivität Basels als Einkaufsort absolut verständlich.
Solche Anstrengungen richteten sich in den vergangenen Jahren hauptsächlich auf Werbung/Verkaufsförderung sowie Public-Relations-Massnahmen für die Innerstadt, auf politische Vorstösse zur Verbesserung des Zugangs mit dem Auto (Parkplätze) und eben auf die Verlängerung der Ladenöffnungszeiten durch die Einführung des Abendverkaufs am Donnerstag.

Abendverkauf – ein taugliches Mittel?

Von seiten der Gegner des Abendverkaufs wurde immer wieder ins Feld geführt, dieser rentiere nicht oder er führe zu einer unerwünschten zusätzlichen Belastung des gewerblichen Fach-

händlers und zur Verschiebung von Marktanteilen zugunsten der Grossverteiler. Die Arbeitnehmerschaft erhob zudem den Einwand, die Belebung der Innerstadt mit Hilfe des Abendverkaufs erfolge einseitig auf Kosten des Verkaufspersonals.

Diese Befürchtungen widersprachen indes zum Teil den Erfahrungen, die man in anderen Städten mit dem Abendverkauf gemacht hatte. Zur Abklärung der tatsächlichen Auswirkungen sollte daher in den Jahren 1987/88 ein 18monatiger *Versuch* durchgeführt und in einer wissenschaftlichen Begleitstudie analysiert werden.

Aufgrund der Untersuchungsergebnisse hätte nach Abschluss der Versuchsphase entschieden werden sollen, ob und mit welchen Modifikationen der Abendverkauf hätte definitiv eingeführt werden können. Nach der Abstimmung im Mai war ein derartiger Entscheid allerdings nicht mehr nötig; die Befürworter akzeptierten den Volksentscheid, der Abendverkauf wurde unverzüglich eingestellt.

Die Begleitstudie zeigte ein sehr differenziertes Bild des Abendverkaufs. Er war weder ein durchschlagender Erfolg – viele Ladengeschäfte, insbesondere aus dem Fachhandel, beteiligten sich nur einige Monate lang und/oder empfanden den erwirtschafteten Umsatz als völlig ungenügend – noch war er ein klarer Misserfolg: eine Reihe von andern Ladengeschäften aus allen Branchen erzielte befriedigende bis gute Ergebnisse.

Verglichen mit den übrigen Öffnungszeiten, wurden am Abendverkauf nämlich allgemein höhere Umsätze pro Stunde erzielt; verkaufsintensiver war in allen Branchen nur der Samstag. Diese höheren Durchschnittsumsätze kamen indes nicht zustande, weil mehr, sondern weil im Schnitt teurere Produkte gekauft wurden als während einer normalen Stunde Öffnungszeit. Wenn für viele Geschäfte dennoch der Ertrag unbefriedigend ausfiel, so lag dies daran, dass am Abendverkauf die Bruttomarge zwar gleich gross war wie sonst, die Betriebskosten pro Stunde aber höher ausfielen.

Die detaillierten Analysen zeigten zwar, dass in der Regel die Arbeitszeit während des Abendverkaufs durch entsprechende Freizeit an andern Tagen kompensiert wurde, also nicht zu zusätzlichen Kosten führte. Was hingegen ebenso deutlich zum Ausdruck kam, ist der Umstand, dass die Arbeitszeit am Abend – wenn die meisten andern Erwerbstätigen frei haben – sowohl vom Verkaufspersonal als auch von Inhabern kleinerer Geschäfte als besonders belastend empfunden wurde. Nur eine Minderheit – meist jüngere Verkäufer – stellte sich positiv zur Abendarbeit und der damit verbundenen Kompensation zu andern Zeiten. Die grosse Mehrheit des Verkaufspersonals dagegen empfand die Arbeit am Abend als absolute Zumutung.

Aus gesamtwirtschaftlicher Sicht hat der Abendverkauf für die Basler Innerstadt das gebracht, was von ihm erwartet worden ist: der Umsatzzuwachs der Innerstadtgeschäfte insgesamt lag 1987/88 über jenem der übrigen Detailhandelsgeschäfte; bei den Teilnehmern am Abendverkauf ergaben sich im Schnitt bessere Werte als bei den Nichtteilnehmern.

Misst man den Erfolg des Abendverkaufs nicht an den wirtschaftlichen Ergebnissen, sondern an seiner Auswirkung auf die Belebung der Innerstadt, so zeigt sich ebenfalls ein positives Bild. Von vielen Verkäufer/-innen wurde bestätigt, dass der Abendverkauf die Konsumenten zum Verweilen in der Innerstadt einlädt – häufig aber ohne dass deswegen etwas gekauft würde.

Der vermehrte Besuch der Basler Innerstadt während des Abendverkaufsversuchs liess sich auch an andern Faktoren ablesen: Auch die Gaststätten verzeichneten parallel zu den Verkaufsgeschäften eine Zunahme des Umsatzes am Donnerstag. Die Nachfrage nach Parkplät-

zen war in den innerstadtnahen Parkhäusern während der Versuchsdauer deutlich grösser als vor- und nachher.
Wenn nun trotzdem eine knappe Mehrheit der Innerstadtgeschäfte und über 80% des Verkaufspersonals den Abendverkauf negativ beurteilten – und mit ihrer Meinung die Mehrheit der Stimmbürger überzeugen konnten –, so hat dies vorwiegend mit der Betroffenheit der Beteiligten zu tun, für die nicht Attraktivitätsüberlegungen für Basel oder die Region, sondern das direkte Ergebnis in der Ladenkasse bzw. der Zeitpunkt des Feierabends im Vordergrund stehen.
Dazu kommt, dass die Nutzniesser des Abendverkaufs nicht in erster Linie die in der City wohnhaften Konsumenten waren, sondern jene in den Randgebieten der Stadt und in der Agglomeration. Die besondere politische Situation der Region Basel brachte es mit sich, dass ein grosser Teil dieser Konsumenten an der Urne gar nicht mitstimmen konnte.

Und die Zukunft?

Mit dem Abstimmungsergebnis vom 8. Mai 1988 ist in Basel nicht nur der Abendverkauf verunmöglicht worden. Auf (wahrscheinlich) längere Zeit ist wohl auch jede Veränderung der Ladenöffnungszeiten in Richtung freiheitlichere Regelung verbaut. Modelle wie Verschiebungen der Tagesöffnungszeiten – z.B. spätere Öffnung am Morgen mit späterer Schliessung am Abend, branchen- und lagespezifisch unterschiedliche Öffnungszeiten oder (für Basel) ganz utopische Varianten wie völlig freie Öffnungszeiten unter Beachtung der Arbeitszeitregelungen für das Personal usw. – brauchen in nächster Zukunft gar nicht mehr diskutiert zu werden.
Freuen darüber können sich allenfalls die Autobahnraststätte in Pratteln, die auch in Zukunft das einzige jeden Abend geöffnete Verkaufszentrum in der Region bleibt, oder Rheinfelden, das seinen Abendverkauf weiterhin durchführt. Profitieren werden im weitern die Verkaufsgeschäfte in der Region, weil vermehrt am Wohnort eingekauft wird, und profitieren wird das grenznahe Ausland, welches wie Frankreich ohnehin liberalere Öffnungszeiten kennt oder wie Baden-Württemberg solche plant (‹Dienstleistungsabend›).
Und Basel? Basel bleibt trotz allem regionales Einkaufszentrum, dürfte aber auch weiterhin – kaum merklich, aber stetig – an Bedeutung verlieren, und zwar zugunsten einer dynamischeren Umgebung. Das zeitliche Zusammentreffen der Verschärfung der Ladenschlussgesetze in Basel und der Schaffung eines von vielen Fesseln befreiten EG-Binnenmarktes unmittelbar daneben sagt diesbezüglich eigentlich alles.
Die Attraktivität einer Stadt bemisst sich gewiss nicht nur nach ihrer Bedeutung als Einkaufsort und der Breite ihres Warenangebots. Kulturelle Angebote, die bauliche Substanz, Wohn- und Lebensqualität sind genauso wichtige Faktoren. Nur: eine Stadt lebt und entwickelt sich aufgrund ihrer wirtschaftlichen Aktivitäten, ihrer Fähigkeit, sich an neue Entwicklungen anzupassen, und ihrer Leistungsbereitschaft – und nicht dadurch, dass möglichst jeder Aspekt des Lebens oder des Wirtschaftens unter Heimatschutz gestellt wird.