

Zeitschrift: Regio Basiliensis : Basler Zeitschrift für Geographie
Herausgeber: Geographisch-Ethnologische Gesellschaft Basel ; Geographisches Institut der Universität Basel
Band: 39 (1998)
Heft: 2

Artikel: Innerstädtische Differenzierung und Wandel zentralörtlicher Strukturen in Basel am Beispiel der Freien Strasse
Autor: Kampschulte, Andrea
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1088487>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 15.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Innerstädtische Differenzierung und Wandel zentralörtlicher Strukturen in Basel am Beispiel der Freien Strasse

Andrea Kampschulte

Zusammenfassung

Der fortschreitende Suburbanisierungsprozess sowie die allgemeinen Entwicklungstendenzen im Einzelhandel, die mit den Schlagwörtern "Textilisierung" und "Filialisierung" umrissen werden können, führen auch in Basel zu Attraktivitäts- und Funktionsverlusten der Innenstadt. Dieser Beitrag zeigt auf der Basis empirischer Untersuchungen potentielle Massnahmen struktureller und funktionaler Art zur Erhaltung bzw. Steigerung der Anziehungskraft der City auf.

1 Städtischer Strukturwandel und Einzelhandelsentwicklung

Die Innenstädte übernehmen in unserer Gesellschaft vielfältige Funktionen: Sie bilden den Kern städtischen Lebens, dienen als sozialer Treffpunkt, als Erlebnis- und Freizeitraum, sind Anziehungs- und Orientierungspunkt für Auswärtige und tragen nicht zuletzt zentrale Versorgungsfunktionen.

Dominierendes Element der City ist der Einzelhandel, der bei einer funktional ausgewogenen Durchmischung wesentlich zur Belebung der Innenstadt beiträgt. Entsprechend ist die aktuelle Stadtentwicklung eng mit den Entwicklungen im Einzelhandel verbunden. Zugleich bestehen aber auch unterschiedliche Raum-

Adresse der Autorin: Dr. phil. Andrea Kampschulte, Abteilung Humangeographie/Stadt- und Regionalforschung, Departement Geographie, Universität Basel, Klingelbergstr. 16, CH-4056 Basel

nutzungskonflikte. Die allgemeine Entwicklung im Einzelhandel kann mit dem Schlagwort der "Dezentralisierung der Zentralität" (*Sailer-Fliege* 1996) gekennzeichnet werden. Wesentliche Merkmale dieser keineswegs neuen Entwicklungen sind Kundenschwund, Attraktivitätsverluste, Kaufkraftumlenkungen zu grossflächigen Einzelhandelsbetrieben am Stadtrand, Verschiebungen im Branchenspektrum der Hauptgeschäftsstrassen hin zur Textilisierung (Funktionsentmischung) sowie die zunehmende Filialisierung im Fachgeschäftsbereich als Folge fortschreitender Konzentrationsprozesse (z.B. *Heinritz* 1989; *Giese & Seifert* 1989; *Fricke & Scholle* 1995). Insgesamt ergibt sich daraus die Gefahr des Bedeutungs- und Funktionsverlustes und letztendlich einer Verödung der Innenstädte.

Ähnliche Entwicklungen, gekoppelt mit demographischen, ökonomischen und stadtstrukturellen Veränderungen, die sich nachhaltig auf das Einkaufsverhalten, die Kaufkraftströme und die Einkaufsstandorte auswirken, sind auch in der Innenstadt Basels zu beobachten (*Bühler, Bienz & Buchmann* 1976, 92; *Eichenberger* 1994, 1-4). Um nachteiligen Prozessen entgegenzuwirken, zählt es daher zu den vordringlichen Forschungsaufgaben, die für die zukünftige Entwicklung der Basler Innenstadt bestimmenden Faktoren sowie Massnahmen zur Erhaltung bzw. Steigerung ihrer Attraktivität und Funktionsfähigkeit zu ermitteln. Bisher ist der aktuelle städtische Strukturwandel in Basel aber weder flächendeckend noch in Form detaillierter Analysen untersucht worden. Hier setzt das vom Departement Geographie der Universität Basel initiierte Projekt an.

2 Ziele und Methoden des Projekts

Mittels aktueller empirischer Untersuchungen sollen Persistenz und Wandel in Physiognomie, Struktur und Funktion der Basler Innenstadt analysiert werden. Dabei wird sowohl aus der Sicht der Geschäftsinhaber (Anbieter) als auch der Konsumenten (Nachfrager) eine detaillierte Erfassung und Bewertung der Einkaufssituation in der City und der diesbezüglich unterschiedlichen Ansprüche an den innerstädtischen Raum vorgenommen. Zu den zentralen Untersuchungsaspekten zählen dabei die Struktur der Einzelhandelsgeschäfte, die Bewertung der zukünftigen Geschäftsentwicklung und das Konsumentenverhalten. Durch eine aktuelle Abgrenzung der City werden zudem zukünftige Entwicklungsrichtungen (weitere Ausdehnung, Stagnation oder Schrumpfung, flächenhafte Entwicklung oder Entwicklungsachsen) ausgemacht. Insgesamt sollen der Wirtschaft und der Stadtentwicklungsplanung damit objektive Beurteilungsgrundlagen für zukünftige Entscheidungen geliefert werden.

Um diesem vielfältigen Ansatz gerecht zu werden, wird ein breites Methodenspektrum eingesetzt:

- qualitative und quantitative Kartierungen der Nutzungsstruktur;
- Befragungen von Konsumenten und Geschäftsinhabern;
- Auswertung von Branchen- und Adressbüchern;
- Auswertung von Statistiken.

Die im folgenden dargestellten ersten Ergebnisse des Projektes basieren auf einer von der Autorin durchgeführten Kartierung der Freien Strasse sowie einer im Rahmen eines Methodikkurses des Departements Geographie der Universität Basel durchgeführten „Teilbefragung“ von 323 Passanten in der Basler Innenstadt. Anhand dieser empirischen Untersuchungen werden zum einen die anfangs skizzierten Entwicklungen im innerstädtischen Einzelhandel nachgezeichnet und zum anderen ausgewählte Merkmale des Konsumverhaltens und der Einkaufssituation in Basel dargelegt.

3 Struktur und Funktion der Freien Strasse in Basel

Zahlreiche Untersuchungen (z.B. *Demmler-Mosetter 1978; Hödebeck 1986; Sailer-Fliege 1995*) belegen, dass Hauptgeschäftsstrassen als wesentlichstes Element der City die innerstädtische Entwicklung besonders deutlich widerspiegeln und sich Struktur- und Funktionsveränderungen an ihnen beispielhaft erfassen und erklären lassen. Analog wird hier der Versuch gemacht, Entwicklungstrends in der Basler Innenstadt exemplarisch an der Freien Strasse aufzuzeigen.

3.1 Historische Entwicklung, Lage innerhalb der City und Physiognomie der Freien Strasse

Die Freie Strasse (“libera strata”), die 1241 erstmals urkundlich erwähnt wird, geht bereits auf römische Ursprünge zurück. Als Teilstück der von Augusta über St. Jakob und die heutige Aeschenvorstadt kommenden, über den Marktplatz zur Schiffslände und von dort ins Elsass bzw. nach Baden führenden alten Militär- und Handelsstrasse hat sich die Freie Strasse frühzeitig zur Hauptverkehrsader der Stadt entwickelt (*Bühler, Bienz & Buchmann 1976, 72*). Ihre Bedeutung als Hauptstrasse lässt sich auch daran ablesen, dass sie (mit Ausnahme der erst in jüngster Zeit entstandenen Falkner Strasse) als einziger Verkehrsweg in der Grossbasler Altstadt die Bezeichnung “Strasse” trägt.

Den sich ändernden Ansprüchen an den Verkehrsraum entsprechend, hat sich das Bild der Strasse im zeitlichen Verlauf stark gewandelt. Besonders seit der Mitte des 19. Jahrhunderts kam es im Zuge der Verbreiterung der Strasse zu starken baulichen Umgestaltungen (Abbruch der alten Bausubstanz, Zurückversetzung der Häuserfronten, Zusammenlegung von Grundstücken, Ausweitung der Bebauungshöhe). Die heutige Physiognomie der Freien Strasse wird, neben den aus der oben genannten Phase des “Historismus” stammenden Gebäuden, vor allem durch die Bautätigkeiten nach dem zweiten Weltkrieg bestimmt, wo Stahl, Beton und Glas als Baumaterialien (vor allem im Erdgeschossbereich) bevorzugt Verwendung fanden (*Bühler, Bienz & Buchmann 1976, 77-90*).

Eine weitere einschneidende Veränderung im Strassenbild trat 1980 mit der Umwandlung der Freien Strasse in eine Fussgängerzone ein, wenngleich der Charakter der Verkehrsstrasse (deutliche Trennung des Verkehrsraumes in Trottoirs und Strasse, Strassenbelag) in weiten Teilen erhalten blieb. Berücksichtigt man

darüber hinaus die auch heute noch vergleichsweise geringe Breite und Länge der Strasse und ihren leicht gekrümmten Verlauf, so bleibt zu konstatieren, dass der Freien Strasse insgesamt das Flair einer grossstädtischen Hauptgeschäftsstrasse fehlt (*Bühler, Bienz & Buchmann* 1976, 72).

3.2 Wandel der Nutzungsstruktur in der Freien Strasse 1975 und 1997

Grundlage der Analyse bildet die Erdgeschossnutzung in der Freien Strasse in den Jahren 1975 und 1997, die in Nutzungseinheiten, d.h. unabhängig von den tatsächlich zugrunde liegenden Geschäftsflächen, erfasst wurde. Differenziert wird der Einzelhandel nach neun Nutzungskategorien (Abb. 1), die in Anlehnung an die Konsumgruppen von *Lichtenberger* (1963) sowie die Bedarfsgruppen bei *Heineberg* (1977) ausgeschieden wurden.

Während die Anzahl der Nutzungseinheiten zu beiden zeitlichen Querschnitten konstant geblieben ist, lassen sich deutliche Verschiebungen bei den Anteilen der Geschäfte an den einzelnen Bedarfsgruppen ausmachen (Abb. 1). Einer Abnahme der Zahl der Geschäfte im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, Hausratbedarf, Bildung, Kunst und Zierbedarf und Unterhaltungsbedarf steht ein deutlicher Anstieg der Bekleidungs- und Textiliengeschäfte gegenüber. Mit einem Anteil von 50 % der Geschäfte (einschliesslich der [Textil-]Kaufhäuser) dominieren sie die Nutzungsstruktur der Freien Strasse, gefolgt von der Schmuckbranche, auf die zu beiden Zeitpunkten ein Anteil von 13 % entfällt. Für das Ausstattungsniveau der Strasse ist folglich die Entwicklung auf dem Bekleidungssektor von ganz entscheidender Bedeutung.

Insgesamt kann anhand der Kartierungen auch für die Freie Strasse eine zunehmende Textilisierung und Filialisierung bei einer gleichzeitigen Verminderung der Funktionsvielfalt und Standardisierung der Angebote festgestellt werden. Betrachtet man den Anteil der nutzungen an den einzelnen Bedarfstufen bzw. den

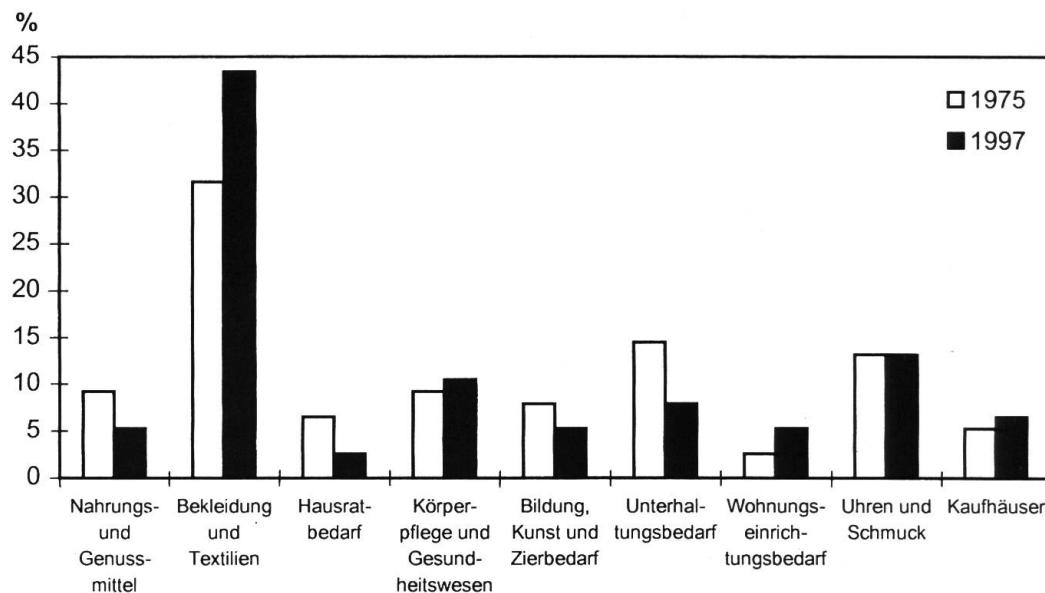


Abb. 1 Wandel der Einzelhandelsstruktur im Erdgeschoss der Freien Strasse 1975 und 1997.
Quelle: Eigene Erhebungen

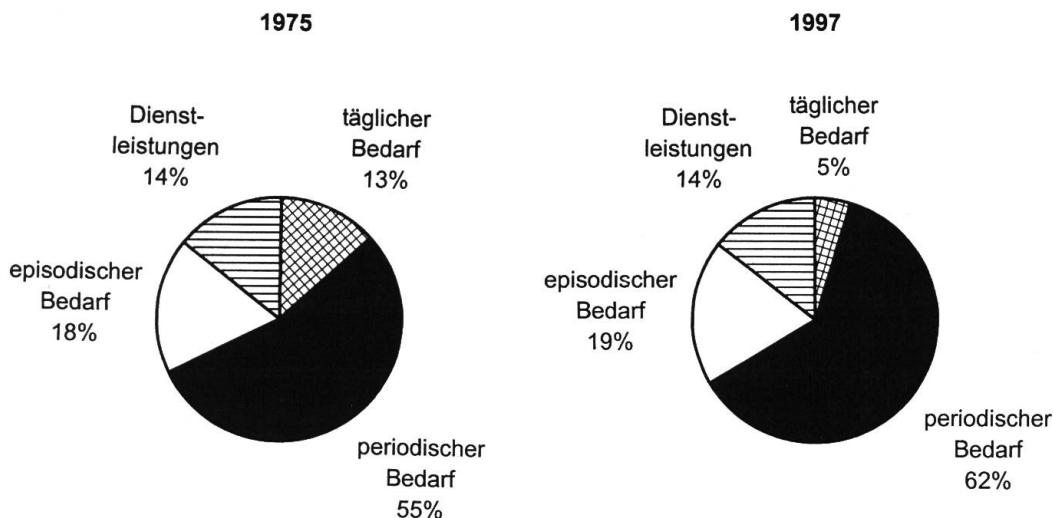


Abb. 2 Erdgeschossnutzung in der Freien Strasse differenziert nach Bedarfsstufen und Dienstleistungen 1975 und 1997.
Quelle: Eigene Erhebungen

Dienstleistungen i.e.S., so zeigt sich deutlich die Abnahme des Anteils der Geschäfte mit Waren des täglichen Bedarfs zugunsten des Anteils der Geschäfte zur periodischen Bedarfsdeckung, die den Angebotsschwerpunkt bilden (Abb. 2).

Der hohe Grad der Filialisierung, der sich insbesondere im Bekleidungs- und Textilienbereich zeigt, wird deutlich, wenn man die für verschiedenrangige Geschäftsstrassen ermittelten Preisindizes betrachtet (Abb. 3). Der Preisindex, der auf der Basis der im Schaufenster ausgestellten Artikel berechnet wird, stellt das arithmetische Mittel der Preise dieser Artikel dar. Während in der Schmuck- und Uhrenbranche, die in der Freien Strasse überwiegend durch "echte" Citygeschäfte vertreten ist, ein der Hierarchie der Strassen entsprechendes deutliches Gefälle auszumachen ist, sind die Unterschiede im Bereich der Oberbekleidung nur noch

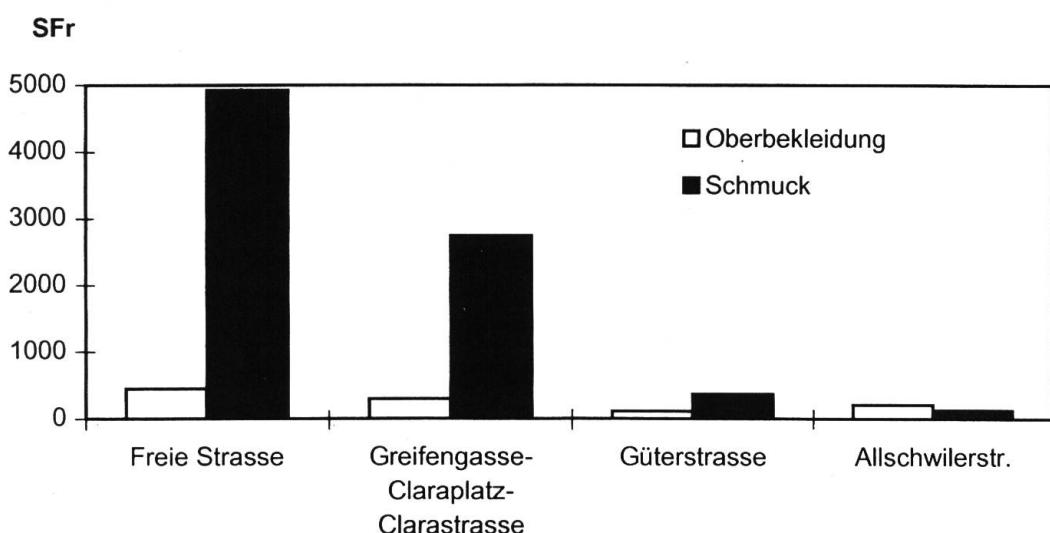


Abb. 3 Preisindex in verschiedenrangigen Geschäftsstrassen in Basel-Stadt.
Quelle: Eigene Erhebungen

relativ gering (sinkende Exklusivität zugunsten preisgünstigerer Konfektions-/Massenware). Insbesondere überregional verbreitete Filialgeschäfte (C&A, H&M, Orsay, Benetton, Esprit), die sich in allen Städten durch die gleiche Geschäftsaufmachung, ein einfaches Ausstattungsniveau und weitgehend identische Warenangebote auszeichnen, tragen zum Verlust des individuellen Charakters und zur qualitativen Abwertung der Hauptgeschäftsstrasse bei.

Hinsichtlich der räumlichen Verteilung der einzelnen Nutzungen bestehen innerhalb der Strasse deutliche Unterschiede. Während sich die Bekleidungs- und Schmuckgeschäfte sowie die Kaufhäuser im unteren und mittleren Abschnitt konzentrieren, sind Geschäfte des Wohnungseinrichtungsbedarfs und Dienstleistungseinrichtungen (Banken, Einrichtungen des Gaststätten- und Unterhaltungsgewerbes) stärker im oberen Abschnitt (Richtung Aeschenvorstadt) vertreten. Die daraus resultierenden Attraktivitätsunterschiede zwischen den Strassenabschnitten schlagen sich u.a. im Passantenaufkommen, das im oberen Abschnitt im Wochendurchschnitt um ein Drittel geringer ist (Zählung November 1997), nieder.

4 Die Attraktivität der Innenstadt aus der Sicht der Konsumenten

Ein wesentlicher Attraktivitätsfaktor der Innenstadt ist das vielfältige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot auf kleinem Raum. Dieses ermöglicht es, verschiedene Besorgungen und Aktivitäten miteinander zu koppeln und so den Zeit-, Mühen- und Kostenaufwand zu minimieren. Entsprechend zählen auch bei den Befragten die Faktoren Angebot/Auswahl (2/3) und Nähe/Erreichbarkeit (23 %) zu den wichtigsten Gründen in der Innenstadt einzukaufen. Nur etwa ein Drittel der Befragten kommt ausschliesslich zu Einkaufszwecken in die City. Am häufigsten gekoppelt werden Einkäufe mit beruflichen Aktivitäten, einem Schaufensterbummel und Restaurant-/Cafébesuchen. Eine geringere Kopplungsintensität weisen dagegen kulturelle Aktivitäten sowie Arzt- und Behördenbesuche auf.

Zusammenhänge bestehen hinsichtlich der Häufigkeit des Innenstadtbesuchs und der durchschnittlich pro Einkauf ausgegebenen Summe. So ist der hohe Anteil der Befragten, die die Innenstadt mehrmals pro Woche aufsuchen zu einem Grossteil auf die hohe Zahl der in der City Beschäftigten zurückzuführen. Gleichzeitig tätigt diese Gruppe überwiegend Kleineinkäufe im Wert zwischen 20 und 50 Franken. Andererseits steigt mit sinkender Häufigkeit des Besuchs und/oder hoher Kopplungsintensität, d.h. auch längerer Verweildauer in der Innenstadt, die durchschnittlich für Einkäufe aufgewendete Summe. Über 100 Franken gibt jedoch nur ein Fünftel der Befragten je Einkauf aus (Abb. 4). Hierin spiegelt sich insgesamt der Wandel in der Wechselbeziehung zwischen Angebotsstruktur (Geschäfte mit preiswerten Warensortimenten und mit Massenartikeln aufgestockte Citygeschäfte) und Kundenkreis wider.

Betrachtet man die von den Befragten bevorzugten Einkaufstage, so zeigt sich ein eindeutiger Zusammenhang mit den Ladenöffnungszeiten, der auch in den unterschiedlichen Passantenfrequenzen in der Freien Strasse seinen Ausdruck

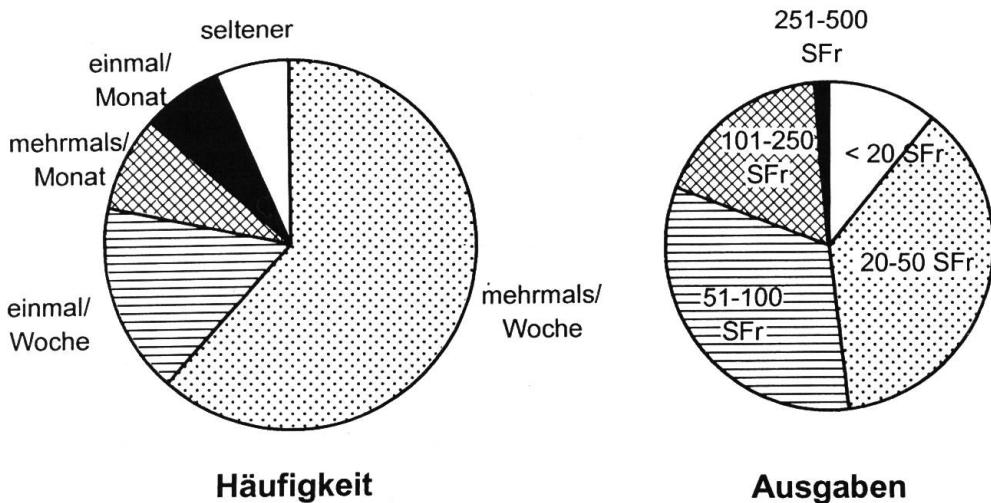


Abb. 4 Häufigkeit der Bedarfsdeckung in der Innenstadt und durchschnittliche Ausgaben-
summe.
Quelle: Eigene Erhebungen

findet. Die Mehrzahl (42.1 %) bevorzugt den arbeitsfreien Samstag, knapp ein Fünftel den "langen" Donnerstag, an dem das Passantenaufkommen zwischen 18 und 19 Uhr über ein Drittel höher ist als zu den normalen Geschäftszeiten an anderen Werktagen. Am Samstag steigt die Zahl der Passanten zwischen 11 und 12 Uhr um das 2.5-fache, zwischen 14 und 15 Uhr um das 3.5-fache an.

Unter den Merkmalen zur Einkaufssituation in der Innenstadt werden die Parkmöglichkeiten mit Abstand am schlechtesten bewertet (nur 13.1 % gut). Mit der Bedienung/Beratung sind nur etwas über ein Drittel der Befragten zufrieden, wobei hier der Filialisierungsgrad mit seinem hohen Anteil an (Teil-) Selbstbedienung eine entscheidende Rolle spielen dürfte. Schlecht beurteilt werden von der Mehrzahl zudem das Preisniveau (39.1 % gut) und die Aufenthaltsmöglichkeiten in der City (44.7 % gut). Auch die Atmosphäre, die einen weiteren wesentlichen Faktor für die Attraktivität und Anziehungskraft der Innenstadt darstellt, wird immerhin von einem Drittel der Befragten bemängelt. Einen Bedarf bei der Verbesserung der Öffnungszeiten sehen noch 36.6 %. Überwiegend positiv beurteilt werden dagegen die Erreichbarkeit und die Qualität und Vielfalt des innerstädtischen Angebotes (Abb. 5).

Letzteres widerspricht scheinbar der tatsächlich festgestellten qualitativen Abwertung der Freien Strasse. Berücksichtigt werden muss jedoch, dass bei der vorliegenden Befragung die Einkaufssituation in der gesamten Innenstadt beurteilt werden sollte und zudem nur Passanten befragt wurden, die die City als Einkaufsort in Anspruch nehmen. Auf den sich vollziehenden Anpassungsprozess zwischen Angebots- und Nachfragestruktur wurde bereits hingewiesen. Um detailliertere Aussagen dazu zu machen, ob sich der qualitative Wandel der Hauptgeschäftsstrasse in einer sinkenden Attraktivität und Besuchshäufigkeit niederschlägt, müssen folglich Befragungen im weiteren Umland Basels und insbesondere von Personen, die das Angebot in der Innenstadt nicht nutzen, durchgeführt werden. Darüber hinaus ist eine weitere Differenzierung der Befragten nach sozioökonomischen Merkmalen vorzunehmen.

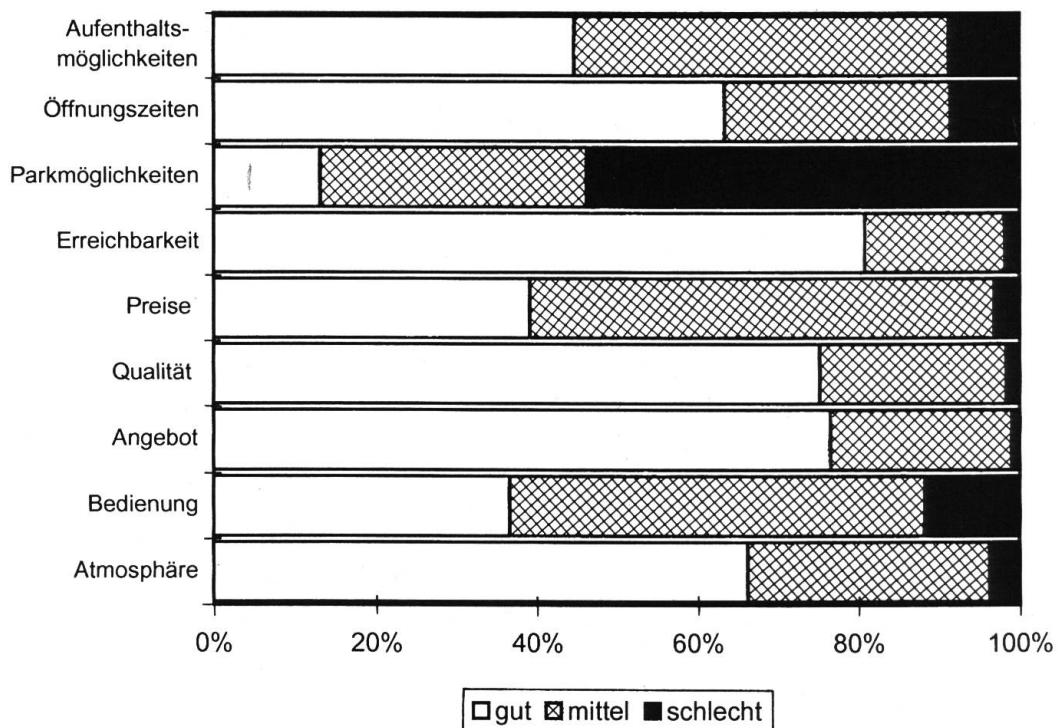


Abb. 5 Beurteilung einzelner Merkmale der Einkaufssituation in der Innenstadt.

Quelle: Eigene Erhebungen

Als Massnahmen zur Attraktivitätssteigerung werden entsprechend von 61 % der Befragten eine stärkere Begrünung der Innenstadt, eine ansprechende Gestaltung der Fußgängerzonen (45 %) sowie von je etwa einem Drittel die Einrichtung von Strassencafés und Sitzbänken sowie Verbesserungen im Bereich des "Nachtlebens" genannt. Immerhin knapp ein Fünftel der Befragten kritisiert den Mangel an Spezialgeschäften (Folge der Filialisierung). Aus verkehrspolitischer Sicht

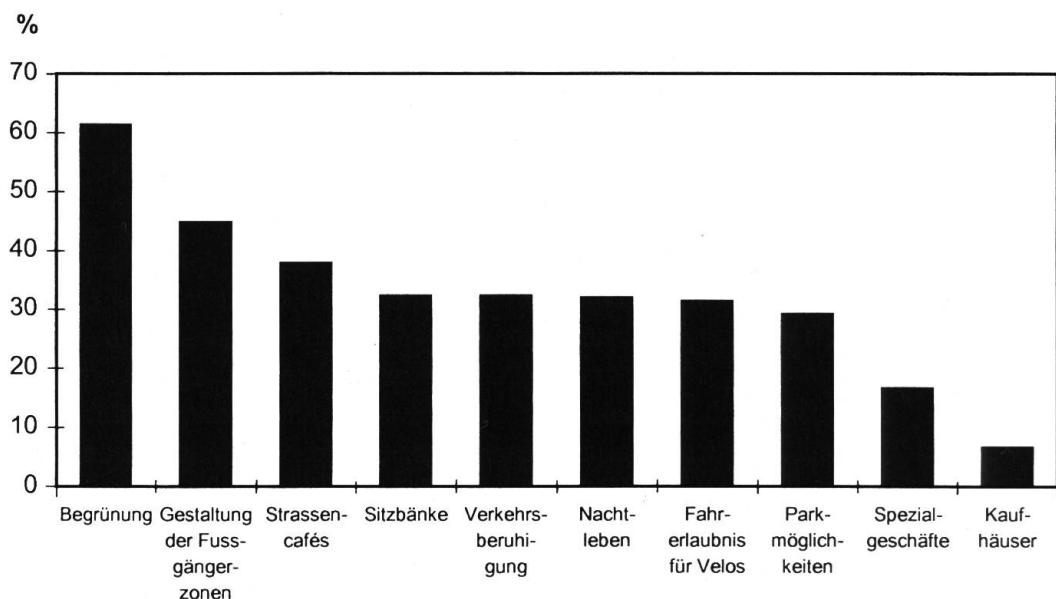


Abb. 6 Massnahmen zur Steigerung der Attraktivität der Innenstadt.

Quelle: Eigene Erhebungen

würden vor allem Massnahmen zur Verminderung des Autoverkehrs in der City, bessere Parkmöglichkeiten im Cityrandbereich und die Fahrerlaubnis für Velos im gesamten Innenstadtbereich die Attraktivität erhöhen (Abb. 6).

5 Fazit und Ausblick

Aus wirtschaftlicher und stadtplanerischer Sicht können die folgenden, für den innerstädtischen Einzelhandel und die Attraktivität der City insgesamt problematischen Entwicklungen identifiziert werden:

1. Die Prozesse der Textilisierung und Filialisierung führen zu einer “Banalisierung” und “Uniformisierung” (*Sailer-Fliege* 1995, 49) des Einzelhandelsangebotes und damit zum Verlust des individuellen Charakters der Hauptgeschäftsstrassen und einer qualitativen Abwertung.
2. Durch die räumlichen Dekonzentrationsprozesse im Einzelhandel entsteht der Innenstadt zunehmende Konkurrenz durch gut ausgestattete Subzentren sowie Shopping-Center im In- und nahen Ausland. Infolge der oben beschriebenen Prozesse kommt es zu einer zunehmenden Nivellierung des Angebotes. Die positiv beurteilten Merkmale Erreichbarkeit, Qualität und Angebot sind kein alleiniger Vorteil der City mehr.
3. Der fortschreitende Prozess der Suburbanisierung und die damit verbundene Abwanderung bestimmter Bevölkerungsschichten (Besserverdienende, Familien, die einen höheren Versorgungsbedarf aufweisen) verursacht nicht nur eine Verringerung des Steueraufkommens, sondern führt auch zur Umlenkung von Kaufkraftströmen. Entscheidend ist in diesem Zusammenhang auch, dass die Bevölkerung zunehmend in den äusseren Agglomerationsring abwandert, d.h. die Distanz zur Innenstadt immer grösser wird.

Um die Innenstadt als den Kern des städtischen Lebens und folglich ihre Anziehungskraft für die Bewohner der Agglomeration zu erhalten bzw. zu stärken, können aus der bisherigen Untersuchung zwei Massnahmenpakete abgeleitet werden:

1. Massnahmen struktureller Art:
 - Stärkung der Position der noch vorhandenen kleinen und mittleren selbständigen Betriebe, die aufgrund der besseren Wettbewerbsbedingungen der grossen Filialunternehmen einem verschärften Konkurrenzkampf am Standort ausgesetzt sind;
 - insbesondere Stärkung der hochspezialisierten und exklusiven Citygeschäfte, die ein kaufkräftiges Publikum anziehen, wesentliche Attraktionspunkte darstellen und zu einer ausgewogenen Durchmischung beitragen;
 - Schaffung eines deutlich andersartigen Angebots als in den suburbanen Zentren und Einkaufszentren, um sich von diesen positiv abzuheben;
 - Verbesserungen im Bedienungsbereich durch Betonung der individuellen, qualifizierten fachlichen Beratung;
 - weitere Flexibilisierung der Öffnungszeiten.

2. Massnahmen, die die qualitativen Ansprüche der Konsumenten an den städtischen Raum befriedigen, d.h. zu einer Aufwertung der städtischen Atmosphäre und der Aufenthaltsqualität beitragen:
 - einheitliche Pflasterung in der Fußgängerzone, damit diese auch optisch als solche wahrnehmbar wird;
 - attraktive Gestaltung des öffentlichen Raumes (Münsterplatz, Marktplatz, Barfüßerplatz, Theaterplatz), um die Verweildauer in der City zu erhöhen (Begrünung, Strassencafés, Sitzbänke, usw.);
 - Verminderung des Verkehrsaufkommens in der Innenstadt und Lösung der Parkraumprobleme etwa durch Ausbau der Park-and-Ride-Systeme;
 - Schaffung eines vielfältigen Nachtlebens, um eine Belebung der Innenstadt auch nach Geschäftsschluss zu gewährleisten.

Literatur

- Bühler H., G. Bienz & W. Buchmann 1976. Die Freie Strasse – eine Basler Geschäftsstrasse: Geschichte und Baubestand – Bild und Probleme einer Geschäftsstrasse – Bemerkungen zu einer Funktionalaufnahme. *Regio Basiliensis* 17/2, 72-98.
- Demmler-Mosetter H. 1978. *Die Maximilianstrasse. Entwicklung, Gestalt und Funktionswandel eines zentralen Raumes der Stadt Augsburg*. Augsburger Sozialgeographische Hefte 2.
- Eichenberger P. 1994. *Veränderungsprozesse und Entwicklungschancen des innerstädtischen Einzelhandels am Beispiel der Verkehrspolitik und Ladenöffnungszeitregelung der Stadt Basel*. Diss. Hallstadt.
- Fricke W. & A. Scholle 1995. Die Probleme des Heidelberger Einzelhandels als Ergebnis veränderter regionaler und nationaler Rahmenbedingungen. *Heidelberger Geographische Arbeiten* 97, 1-26.
- Giese E. & V. Seifert 1989. Die Entwicklung innerstädtischer Geschäftszentren in Mittelhessen unter besonderer Berücksichtigung des Einzelhandels. *Geographische Zeitschrift* 77/1, 1-22.
- Heineberg H. 1977. *Zentren in West- und Ost-Berlin. Untersuchungen zum Problem der Erfassung und Bewertung grossstädtischer funktionaler Zentrenausstattungen in beiden Wirtschafts- und Gesellschaftssystemen Deutschlands*. Bochumer Geographische Arbeiten Sonderband 9. Paderborn.
- Heinritz G. 1989. Der “Wandel im Handel” als raumrelevanter Prozess. *Münchner Geographische Hefte* 63, 15-128.
- Hödebeck H. 1986. Die Große Strasse in Osnabrück. Funktionswandel einer Citygeschäftsstrasse unter dem Einfluss raum-zeitlicher Wirkungen städtebaulicher Massnahmen. *Berichte zur Deutschen Landeskunde* 60/2, 319-355.

- Lichtenberger E. 1963. Die Geschäftsstrassen Wiens. Eine statistisch-physiognomische Analyse. *Mitteilungen der Österreichischen Geographischen Gesellschaft* 105/III, 463-504.
- Sailer-Fliege U. 1995. Jüngere Veränderungen im Einzelhandel in der Heidelberger Hauptstrasse. *Heidelberger Geographische Arbeiten* 97, 49-82.
- Sailer-Fliege U. 1996. Die Dezentralisierung der Zentralität: der Marburger Einzelhandel im Spiegel seiner Kunden. *Jahrbuch 1995 der Marburger Geographischen Gesellschaft*, 154-161.

