

Attraktiverer Einkaufsstandort?

Seit Oktober beschäftigen sich zwei Teams von Studierenden mit der Zentrumsgemeinde Buchs. Ziel der Forschungsarbeiten sind die Analyse sowie Attraktivitätssteigerung des Einkaufsstandortes.

Buchs. – Gemeinsam mit der Interessengemeinschaft Einkaufszentrum Buchs Igeb wird der Fokus bei der von Buchs Marketing initiierten Studie auf den Branchenmix und das Angebot von Bahnhof- und Grünaustrasse gelegt.

«Zentrum beleben und fördern»

Unter diesem Leitgedanken initiierte Buchs Marketing zusammen mit der Interessengemeinschaft Einkaufszentrum Buchs Igeb Anfang 2007 eine Arbeitsgruppe, die sich mit der Einkaufsmeile der Region beschäftigt. Der Schwerpunkt liegt in den Bereichen Synergienutzung, Vernetzung und Kommunikation, Attraktivitätssteigerung Zentrum sowie Zentrumsaktivitäten fördern und begleiten.

Ein besonderes Augenmerk wird auf den Themenkomplex Branchenmix gesetzt. Bei den Bestrebungen zur Analyse und Attraktivitätssteigerung des Zentrums arbeitet Buchs Marketing mit Studierenden und anerkannten Bildungsinstitutionen zusammen.

Die HFT Engiadina (Höhere Fachschule für Tourismus in Samedan) durchleuchtete im Herbst in einer Semesterarbeit den Branchenmix des

regionalen Zentrums. Die drei Verfasser des Berichts orientierten sich an den durch die Initianten formulierten Leitfragen: Wie steht es um die Einkaufsvielfalt in Buchs? Gibt es Branchen-Schwerpunkte? Welche Angebote fehlen am Standort – oder gegenüber Shoppingdestinationen rund um Buchs? Buchs Marketing und die IGEB erhielten eine aussagekräftige Übersicht zum lokalen Branchenmix.

Präsentation im April

Die seit Ende 2007 verfügbaren Daten fließen in die zweite Forschungsarbeit ein. Eine Studentengruppe der Wissenstransferstelle der Fachhochschule St. Gallen beschäftigt sich im Frühjahr 2008 ebenfalls mit dem Buchser Einkaufszentrum. Die Praxisarbeit zum Thema «Wie wird Buchs als Einkaufszentrum attraktiver?» befasst sich im Kern mit der Anziehungskraft der Bahnhof- und Grünaustrasse im Vergleich zu anderen Angeboten. Vier Studierende führen seit Mitte März rund 500 Interviews durch. Aus der Analyse der erhobenen Daten ergeben sich mögliche Massnahmenansätze für eine Attraktivitätssteigerung.

Erste Resultate und Zwischenberichte aus den beiden Forschungsarbeiten werden an der Mitgliederversammlung von Buchs Marketing am 7. April vorgestellt. Die Schlusspräsentation der über 700 Arbeitsstunden intensiven Untersuchung durch die Fachhochschule St. Gallen wird in der zweiten Hälfte des Monats September erfolgen. (pd)

