

Das Image von Basel

Wohnort, Arbeitsort, Touristendestination und Unternehmensstandort

Rita Schneider-Sliwa, Claudia Erismann und Claudia Saalfrank
unter Mitarbeit von Christine Griebel, Christof Klöpfer, Nadezhda Sliwa und Fiona Wieland

Inhalt

| | |
|---|-----------|
| Abbildungsverzeichnis | IV |
| Tabellenverzeichnis..... | IV |
| Executive Summary – Zusammenfassung für den eiligen Leser..... | VI |
| Teil I – Hintergrund und konzeptionelle Grundlagen..... | 1 |
| 1 Image als Standortfaktor | 3 |
| 1.1 Hintergrund und Ziel der Studien..... | 3 |
| 1.2 Leitfragen..... | 4 |
| 2 Konzeptionelle Grundlagen | 5 |
| 2.1 Wahrnehmungsprozesse – Einflussfaktoren und Auswirkungen..... | 5 |
| 2.2 Stadt-Image in Theorie und Praxis | 5 |
| Teil II – Das Image von Basel als Wohnort, Arbeitsort und Touristendestination | 9 |
| 3 Das Sample der befragten Bewohner und Besucher | 11 |
| 3.1 Herkunft..... | 11 |
| 3.2 Wohndauer in der Trinationalen Agglomeration Basel..... | 12 |
| 3.3 Personenbezogene Angaben | 15 |
| 3.4 Besuchshäufigkeit, nach Wohnort..... | 17 |
| 3.5 Gründe für den Besuch in Basel bei Befragten aus Freiburg und Mulhouse | 17 |
| 3.6 Zwischenfazit zu den Merkmalen der Stichprobe..... | 18 |
| 4 Basel als Wohn- und Arbeitsort – ein Überblick | 19 |
| 4.1 Auswertung nach Herkunft der Befragten | 19 |
| 4.2 Auswertung nach Geschlecht und Alter | 19 |
| 4.3 Auswertung nach Bildungsabschluss..... | 22 |
| 4.4 Auswertung nach Erwerbstätigkeit..... | 22 |
| 4.5 Auswertung nach Einkommen | 32 |
| 4.6 Zwischenfazit – Janusgesichtigkeit des Stadt-Images..... | 32 |
| 5 Basel als Wohn- und Arbeitsort: Eigen-Image und Fremd-Image..... | 33 |
| 5.1 Eigen- und Fremd-Image..... | 33 |

| | |
|--|-----------|
| 5.2 Das Eigen-Image: Einschätzung der Attraktivitätsfaktoren von Basel..... | 33 |
| 5.2.1 Das Bild der Basler von ihrer Stadt, nach Wohnort und Wohndauer..... | 33 |
| 5.2.2 Das Bild der Basler von ihrer Stadt, nach Geschlecht und Alter..... | 38 |
| 5.2.3 Das Bild der Basler von ihrer Stadt, nach Bildungsabschluss..... | 40 |
| 5.2.4 Das Bild der Basler von ihrer Stadt, nach Erwerbstätigkeit..... | 40 |
| 5.2.5 Das Bild der Basler von ihrer Stadt, nach Einkommen..... | 41 |
| 5.2.6 Zwischenfazit zum Eigen-Image von Basel..... | 41 |
| 5.3 Das Fremd-Image von Basel aus Sicht der Befragten in Freiburg und Mulhouse..... | 50 |
| 5.3.1 Die Attraktivität Basels aus Sicht der Befragten in Freiburg und Mulhouse..... | 50 |
| 5.3.2 Basels kulturelles Angebot aus Sicht der Befragten in Freiburg und Mulhouse..... | 50 |
| 5.3.3 Basels Wohnumfeldqualität aus Sicht der Befragten in Freiburg und Mulhouse..... | 50 |
| 5.3.4 Basels Umweltqualität aus Sicht der Befragten in Freiburg und Mulhouse..... | 53 |
| 5.3.5 Zwischenfazit..... | 53 |
| 6 Image-prägende Faktoren, Assoziationen und Stadteigenschaften von Basel | 55 |
| 6.1 Bewertung ausgewählter Sehenswürdigkeiten und Image-prägender Faktoren..... | 55 |
| 6.2 Image-prägende Begriffe von Basel – Spontanassoziationen..... | 57 |
| 6.2.1 Spontanassoziationen der Bewohner und Touristen..... | 57 |
| 6.2.2 Spontanassoziationen der Basler Befragten, nach Wohndauer..... | 61 |
| 6.2.3 Spontanassoziationen, nach Geschlecht..... | 61 |
| 6.2.4 Spontanassoziationen, nach Alter..... | 63 |
| 6.2.5 Spontanassoziationen, nach Bildungsabschluss..... | 63 |
| 6.2.6 Spontanassoziationen, nach Erwerbstätigkeit und Einkommen..... | 66 |
| 6.2.7 Zwischenfazit..... | 66 |
| 6.3 Beurteilung ausgewählter Eigenschaften von Basel..... | 68 |
| 6.3.1 Eigenschaften von Basel aus Sicht aller Befragten..... | 68 |
| 6.3.2 Eigenschaften von Basel aus Sicht aller Befragten, nach Einkommen..... | 71 |
| 6.3.3 Eigenschaften von Basel aus Sicht der Bewohner, nach Wohnort..... | 71 |
| 6.3.4 Eigenschaften von Basel aus Sicht der Bewohner, nach sozioökonomischen Merkmalen..... | 73 |
| 6.3.5 Zwischenfazit..... | 74 |
| 7 Basel als Touristendestination – die Sicht der Besucher | 76 |
| 7.1 Herkunft der Touristen und Grund für die Reise nach Basel..... | 76 |
| 7.2 Erwartungen an die Touristendestination Basel..... | 77 |
| 7.3 Erwartungen an Basel, nach personenbezogenen Merkmalen | 79 |
| 7.4 Bekanntheit von Basler Image-Faktoren aus Sicht der Touristen..... | 86 |
| 7.5 Spontanassoziationen zu Basel, nach Herkunft der Touristen..... | 89 |
| 7.6 Bewertung der Stadteigenschaften von Basel, nach Herkunft der Touristen..... | 89 |
| 7.7 Zwischenfazit | 91 |
| Teil III – Das Image von Basel als Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort aus Sicht von Hochtechnologieunternehmen und Forschungsgruppen..... | 93 |
| 8 Hintergrund..... | 95 |
| 8.1 Der Wirtschaftsraum Basel..... | 95 |
| 8.2 Datengrundlagen | 95 |
| 8.3 Datenerhebung der Unternehmen und Forschungsgruppen | 97 |

| | |
|--|-----|
| 9 Ergebnisse – Basels Image als Unternehmens- und Wirtschaftsstandort | 99 |
| 9.1 Eigenschaften Basels in der Wahrnehmung von Hochtechnologieunternehmen und Forschungsgruppen | 99 |
| 9.2 Gründe für oder gegen Basel als Wirtschaftsstandort | 100 |
| 9.3 Relevanz ausgewählter Standortfaktoren bei der Standortentscheidung..... | 101 |
| 9.4 Beurteilung ausgewählter Standortfaktoren im Hinblick auf Basel..... | 105 |
| 9.5 Zukünftige internationale Bedeutung, Fremd- und Eigen-Image von Basel..... | 113 |
| 9.6 Zwischenfazit..... | 115 |
| Zusammenfassung und Gesamtfazit | 117 |
| Literaturverzeichnis | 120 |

Abbildungsverzeichnis

Teil I – Hintergrund und konzeptionelle Grundlagen

| | |
|---|---|
| Abb. 2.1 Einflussgrößen der Imagebildung bei Städten..... | 6 |
|---|---|

Teil II – Das Image von Basel als Wohnort, Arbeitsort und Touristendestination

| | |
|--|----|
| Abb. 3.1 Befragungsorte und Herkunft der befragten Bewohner und Besucher | 12 |
| Abb. 3.2 Die Trinationale Agglomeration Basel (TAB), innere und äussere Agglomeration..... | 14 |

Teil III – Das Image von Basel als Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort aus Sicht von Hochtechnologieunternehmen und Forschungsgruppen

| | |
|---|-----|
| Abb. 8.1 In der Hochtechnologie Beschäftigte (Vollzeitäquivalente) und Standortquotient je MS-Region, 2001..... | 96 |
| Abb. 8.2 Die Wahl der Standortfaktoren | 98 |
| Abb. 9.1 Eigenschaften von Basel aus Sicht der Befragten | 99 |
| Abb. 9.2 Standortfaktoren zur Bedarfsorientierung | 105 |
| Abb. 9.3 Standortfaktor Erreichbarkeit..... | 106 |
| Abb. 9.4 Standortfaktoren bezüglich Konkurrenzsituation und Agglomerationsvorteilen..... | 107 |
| Abb. 9.5 Die Stadtfunktionen betreffende Standortfaktoren | 108 |
| Abb. 9.6 Standortfaktoren zu zwischen- und ausserbetrieblichen Interaktionen..... | 109 |
| Abb. 9.7 Standortfaktoren zu Raumbedarf, -angebot und -kosten..... | 109 |
| Abb. 9.8 Standortfaktoren der Standortbeeinflussung durch übergeordnete Institutionen..... | 110 |
| Abb. 9.9 Betriebsinterne Standortfaktoren..... | 111 |
| Abb. 9.10 Standortfaktoren zur Repräsentation und zum Image | 112 |
| Abb. 9.11 Image der Standortfaktoren in Basel | 114 |
| Abb. 9.12 Zukünftige internationale Bedeutung von Basel..... | 115 |

Tabellenverzeichnis

Teil II – Das Image von Basel als Wohnort, Arbeitsort und Touristendestination

| | |
|---|----|
| Tab. 3.1 Ort der Befragung..... | 11 |
| Tab. 3.2 Herkunft der befragten Bewohner, Besucher und Touristen | 13 |
| Tab. 3.3 Wohndauer in der Trinationalen Agglomeration Basel (TAB), nach Wohnort..... | 13 |
| Tab. 3.4 Geschlechterverteilung, nach Befragungsort..... | 15 |
| Tab. 3.5 Altersverteilung, nach Befragungsort | 15 |
| Tab. 3.6 Höchster erreichter Bildungsabschluss, nach Befragungsort..... | 15 |
| Tab. 3.7 Beschäftigungsstruktur, nach Befragungsort | 16 |
| Tab. 3.8 Einkommen, nach Befragungsort..... | 16 |
| Tab. 3.9 Besuchshäufigkeit, nach Befragungs- und Herkunftsorten | 17 |
| Tab. 3.10 Gründe für den Besuch in Basel..... | 18 |
| Tab. 3.11 Gründe, um nicht nach Basel zu kommen | 18 |
| Tab. 4.1 Attraktivitätsfaktoren von Basel aus Sicht aller Befragten | 20 |
| Tab. 4.2 Attraktivitätsfaktoren von Basel aus Sicht aller Befragten, nach Geschlecht..... | 23 |
| Tab. 4.3 Attraktivitätsfaktoren von Basel aus Sicht aller Befragten, nach Alter | 24 |
| Tab. 4.4 Attraktivitätsfaktoren von Basel aus Sicht aller Befragten, nach Bildungsabschluss | 26 |
| Tab. 4.5 Attraktivitätsfaktoren von Basel aus Sicht aller Befragten, nach Erwerbstätigkeit..... | 28 |
| Tab. 4.6 Attraktivitätsfaktoren von Basel aus Sicht aller Befragten, nach Einkommen..... | 30 |

| | | |
|-----------|---|----|
| Tab. 5.1 | Attraktivitätsfaktoren aus Sicht der Basler Befragten, nach Wohnort..... | 34 |
| Tab. 5.2 | Attraktivitätsfaktoren aus Sicht der Basler Befragten, nach Wohndauer | 36 |
| Tab. 5.3 | Attraktivitätsfaktoren aus Sicht der Basler Befragten, nach Geschlecht | 39 |
| Tab. 5.4 | Attraktivitätsfaktoren aus Sicht der Basler Befragten, nach Alter | 42 |
| Tab. 5.5 | Attraktivitätsfaktoren aus Sicht der Basler Befragten, nach Bildungsabschluss..... | 44 |
| Tab. 5.6 | Attraktivitätsfaktoren aus Sicht der Basler Befragten, nach Erwerbstätigkeit | 46 |
| Tab. 5.7 | Attraktivitätsfaktoren aus Sicht der Basler Befragten, nach Einkommen..... | 48 |
| Tab. 5.8 | Einschätzung ausgewählter Attraktivitätsfaktoren von Basel, nach Wohnort..... | 51 |
| Tab. 5.9 | Das kulturelle Angebot, nach Alterskategorien | 52 |
| Tab. 5.10 | Das kulturelle Angebot, nach erreichtem Bildungsabschluss | 52 |
| Tab. 5.11 | Wohnumfeldqualität (Ruhe, Stadtgrün, Freiräume etc.), nach Alterskategorien..... | 52 |
| Tab. 5.12 | Wohnumfeldqualität (Ruhe, Stadtgrün, Freiräume etc.), nach erreichtem Bildungsabschluss | 53 |
| Tab. 5.13 | Umweltqualität in Basel (Luft, Lärm etc.), nach Alterskategorien..... | 53 |
| Tab. 5.14 | Umweltqualität in Basel (Luft, Lärm etc.), nach erreichtem Bildungsabschluss..... | 54 |
| Tab. 6.1 | Bewertung ausgewählter Imagefaktoren für Basels Bekanntheit, aus Sicht aller Befragten..... | 56 |
| Tab. 6.2 | Bewertung der Spontanassoziationen, nach Herkunft der Befragten..... | 58 |
| Tab. 6.3 | Bewertung der Spontanassoziationen, nach Wohndauer in der Stadt/Agglomeration Basel..... | 62 |
| Tab. 6.4 | Spontanassoziationen zu Basel, nach Geschlecht..... | 64 |
| Tab. 6.5 | Spontanassoziationen zu Basel, nach Alter..... | 65 |
| Tab. 6.6 | Spontanassoziationen zu Basel, nach Bildungsabschluss | 67 |
| Tab. 6.7 | Eigenschaften von Basel aus Sicht der Befragten im Dreiland..... | 70 |
| Tab. 6.8 | Bewertung ausgewählter Stadteigenschaften, nach Wohnort..... | 72 |
| Tab. 7.1 | Herkunft der Besucher und Touristen | 76 |
| Tab. 7.2 | Hauptgrund für die Reise nach Basel, nach Herkunft | 77 |
| Tab. 7.3 | Entscheidung für Basel als Reiseziel..... | 77 |
| Tab. 7.4 | Hauptgrund und Häufigkeit eines Aufenthaltes in Basel..... | 77 |
| Tab. 7.5 | Erfüllung der Erwartungen von Touristen in Basel, nach Herkunft | 78 |
| Tab. 7.6 | Erfüllung der Erwartungen von Touristen in Basel, nach Geschlecht..... | 80 |
| Tab. 7.7 | Erfüllung der Erwartungen von Touristen in Basel, nach Bildungsabschluss..... | 82 |
| Tab. 7.8 | Erfüllung der Erwartungen von Touristen in Basel, nach Erwerbstätigkeit | 83 |
| Tab. 7.9 | Erfüllung der Erwartungen von Touristen in Basel, nach Einkommen..... | 85 |
| Tab. 7.10 | Bedeutung ausgewählter Imagefaktoren für Basels Bekanntheit, nach Herkunft der Befragten..... | 87 |
| Tab. 7.11 | Ausgewählte Spontanassoziationen, nach Herkunft..... | 90 |
| Tab. 7.12 | Stadteigenschaften, nach Herkunft der Befragten..... | 92 |

Teil III – Das Image von Basel als Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort aus Sicht von Hochtechnologieunternehmen und Forschungsgruppen

| | | |
|----------|---|-----|
| Tab. 9.1 | Relevanz ausgewählter Standortfaktoren aus Sicht der Unternehmen und Forschungsgruppen..... | 102 |
|----------|---|-----|