



Kanton Basel-Stadt

Bau- und Verkehrsdepartement des Kantons Basel-Stadt | Städtebau & Architektur | **Planungsamt**
Präsidialdepartement des Kantons Basel-Stadt | **Kantons- und Stadtentwicklung**



**INNENSTADT
QUALITÄT IM ZENTRUM**

NUTZERSTUDIE INNENSTADT

Schlussbericht

Mai 2012



Inhalt

Vorwort	III
Warum diese Studie?	IV
Die wichtigsten Ergebnisse	VI
Wer nutzt die Innenstadt und wie lange?	VI
Was tun die Menschen in der Innenstadt?	VII
Gründe für das Nichtkommen	VII
Wie erreichen die Nutzerinnen und Nutzer die Innenstadt?	IX
Beliebte und unbeliebte Orte	IX
Wünsche, Bedürfnisse und Verbesserungspotenzial	X
Folgerungen	XI
Wie geht es weiter?	XI

Anhang

Schlussberichte gfs-zürich

Nutzerstudie Modul 1	Umfang 33 Seiten
Nutzerstudie Modul 2	Umfang 44 Seiten





Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser

Wie nutzen Sie die Basler Innenstadt? Für den samstäglichen Einkaufsbummel im Grossbasel oder für einen gemütlichen Abend in einer der unzähligen Beizen im Kleinbasel? Aus welchen Gründen kommen Sie in die Innenstadt? Fahren Sie mit dem ÖV oder gehen Sie zu Fuss in die Innenstadt? Welche Erwartungen haben Sie an die künftige Entwicklung?

All diese Fragen standen im Fokus einer Studie, die das Ziel verfolgte, mehr über die Nutzung unserer Innenstadt zu erfahren. Insgesamt haben die Forschenden über 2000 Personen befragt: Nutzerinnen und Nutzer, Bewohnerinnen und Bewohner sowie Gewerbetreibende der Innenstadt.

Dass kein Aufwand gescheut wurde, zeigt der weitreichende Befragungsperimeter: Entsprechend dem Einzugsgebiet wurden auch Personen befragt, die im Umkreis von bis zu 40 km rund um die Innenstadt leben, z.B. im Kanton Basel-Landschaft, im Landkreis Lörrach oder im Arrondissement Mulhouse.

Was uns freut: Die Ergebnisse der Studie sind deutlich ausgefallen und bestätigen drei Kernpunkte. Erstens zeigen sie, dass unsere Innenstadt attraktiv ist, auch für Menschen, die ausserhalb der Innenstadt leben. Zweitens kommt die Studie zum Schluss, dass die Vielfalt an Nutzungen in der Innenstadt zu stärken ist. Diese Erkenntnis deckt sich mit der Zielsetzung unseres Regierungsprogramms. Drittens verdeutlichen die Ergebnisse, dass die Erwartungen und Bedürfnisse der verschiedenen Nutzerinnen und Nutzer sehr unterschiedlich sind. Dieses Resultat bestätigt unser bisher dreijähriges Engagement im Rahmen des Projekts «Innenstadt – Qualität im Zentrum». Dieses Projekt setzt sich intensiv mit ebendiesen verschiedenen Erwartungen und Bedürfnissen auseinander und moderiert den Dialog mit den Beteiligten vor Ort.

Dank der aussagekräftigen Ergebnisse verfügen wir nun über die notwendigen objektiven Grundlagen. Zum Beispiel dienen uns die Ergebnisse als wertvoller Input für die weiterführende Diskussion mit den verschiedenen Interessenvertreterinnen und -vertretern zur künftigen Nutzung der Innenstadt. Die Erkenntnisse sind aber auch für die anstehende Arbeit bei den bereits laufenden Teilprojekten von Bedeutung: Sie fliessen direkt in das Gestaltungskonzept sowie in den Entwicklungsrichtplan Innenstadt ein.

Bei der Lektüre wünschen wir Ihnen viel Freude!




Dr. Guy Morin
Regierungspräsident

Warum diese Studie?

Ausgangspunkt

Das Projekt «Innenstadt – Qualität im Zentrum» hat zum Ziel, im Dialog mit den Beteiligten ein Entwicklungskonzept für die Basler Innenstadt 2020+ zu erarbeiten und damit die Innenstadt qualitativ hochwertig zu entwickeln. In ersten Mitwirkungsveranstaltungen und Arbeitsgruppen haben Vertreterinnen und Vertreter von 50 Interessensorganisationen sowie der Verwaltung des Kantons Basel-Stadt über die zukünftige Entwicklung der Innenstadt diskutiert. Das Ergebnis liegt in Form von Wunschbildern, Zielen und Handlungsfeldern zu den drei Themen Nutzung des Raums, Einkaufen und Gastronomie sowie Mobilität vor.¹

Die Beteiligten wünschten, dass die Funktionsvielfalt der Innenstadt mit Angeboten für alle Alters- und Interessensgruppen sowie einem vielfältigen Einkaufs- und Gastronomieangebot gestärkt werde, um sich gegen die Konkurrenz im Umfeld behaupten zu können. Sie wünschten weiter, dass die Wohnqualität im Zentrum gesteigert werde, indem die Aufenthaltsqualität verbessert und das Angebot an Erholungsräumen vergrössert wird. Ein Nutzungsmanagement sei wichtig, um mögliche Konflikte zwischen den verschiedenen Interessen zu minimieren. Kulturelle Angebote und Veranstaltungen sollen zu einer Belebung der Plätze und Strassen beitragen. Eine für die Innenstadt verträgliche Mobilität mit einem ausgebauten ÖV-System soll angestrebt, der Langsamverkehr bevorzugt und die Zufahrt für Autos beschränkt werden, ausserdem sollen die Regeln vereinheitlicht werden.

Um diese Ergebnisse weiterzuentwickeln und die nötigen objektiven Grundlagen für die Weiterbearbeitung im Rahmen des Projekts «Innenstadt – Qualität im Zentrum» zu erhalten, haben die zuständigen Verwaltungsstellen im Planungsamt (Bau- und Verkehrsdepartement) und in der Kantons- und Stadtentwicklung (Präsidialdepartement) gemeinsam eine Studie zur Struktur und zu den Bedürfnissen der Besucherinnen und Besucher, der Bewohnerinnen und Bewohner sowie des Gewerbes der Basler Innenstadt in Auftrag gegeben. Diese nun vorliegenden Ergebnisse liefern die Grundlagen für die weitere Arbeit auf dem Weg hin zu einer langfristigen Sicherung der hohen Qualität der Innenstadt.

Die Studie

Die bei gfs-zürich in Auftrag gegebene Studie besteht aus zwei Modulen.

Im Modul 1 wurden mittels mündlicher Befragung und Zählung von Passantinnen und Passanten Antworten auf folgende drei Grundfragen gesucht:

- Wer nutzt die Innenstadt?
- Was machen die Nutzerinnen und Nutzer in der Innenstadt?
- Wie kommen die Nutzenden in die Innenstadt und mit welchen Verkehrsmitteln bewegen sie sich in der Innenstadt?

Die Erhebungen wurden an sechs verschiedenen Standorten der Basler Innenstadt (siehe Karte) und zu unterschiedlichen Tages- und Wochenzeiten durchgeführt. Es wurden insgesamt 1237 Personen befragt.²

Im Modul 2 standen die konkreten Bedürfnisse an die Innenstadt im Vordergrund:

- Wo sehen die Nutzenden die Stärken der Basler Innenstadt und wo liegen die Schwächen? Welche Wünsche bestehen an die zukünftige Entwicklung?
- Welche spezifischen Bedürfnisse haben die Innenstadtbewohnerinnen und -bewohner sowie das Gewerbe?
- Warum kommen die sogenannten Nichtnutzer nicht in die Innenstadt und was müsste anders sein, damit sie in die Innenstadt kommen?

Es wurden 1203 Personen telefonisch befragt, die in einem Umkreis von bis zu 40 km um die Innenstadt leben, aufgeteilt nach den folgenden vier Regionen: Basel-Stadt und Umgebung, weitere Agglomeration aus der Schweiz, dem Landkreis Lörrach und dem Arrondissement Mulhouse.

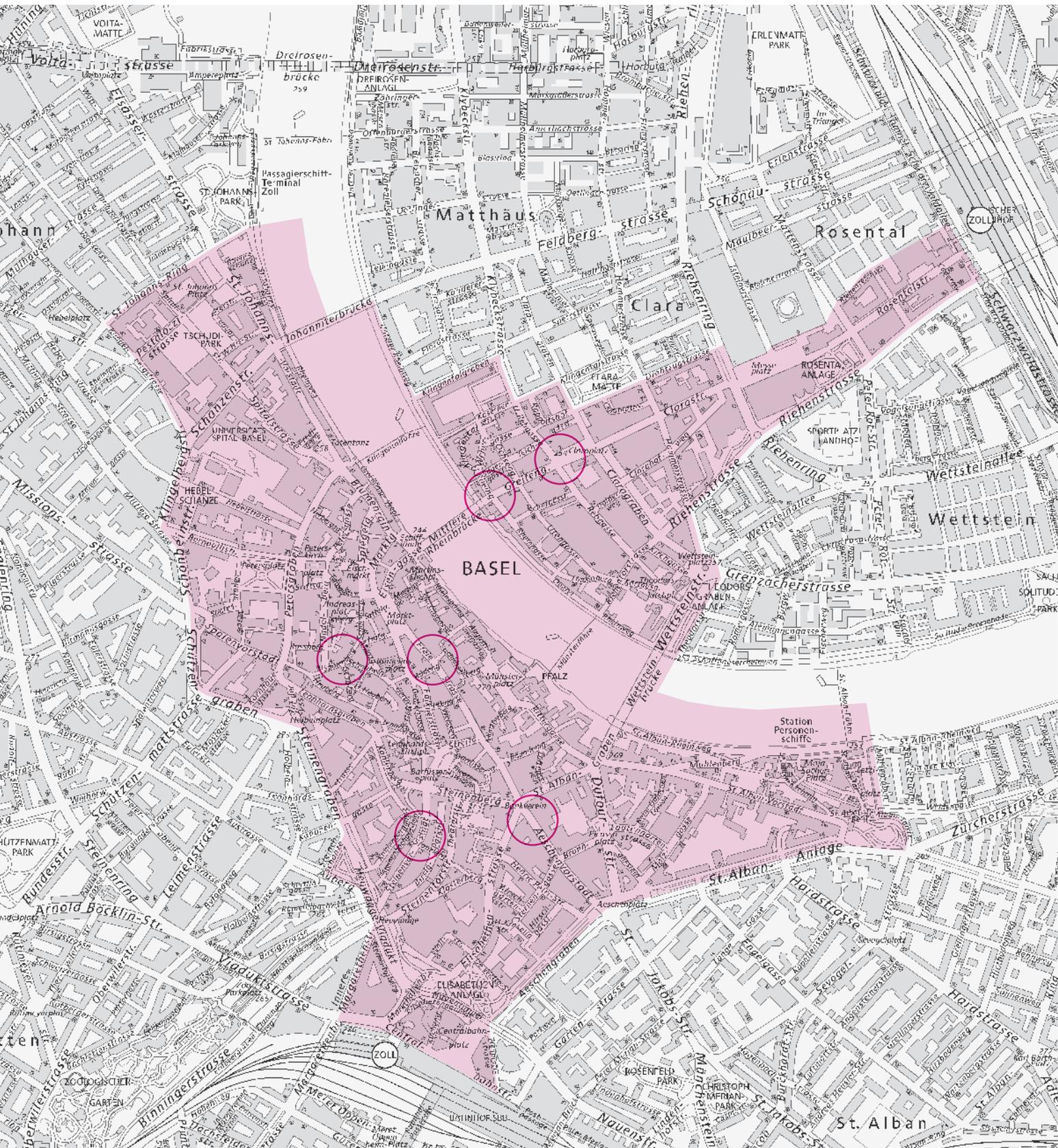
Zusätzlich wurden 182 Bewohnerinnen und Bewohner aus den Quartieren Altstadt Gross- und Kleinbasel, Vorstädte und Clara sowie 159 Gewerbebetriebe innerhalb der Innenstadt schriftlich nach ihren spezifischen Bedürfnissen befragt.³

1 www.innenstadt.bs.ch

2 Siehe Anhang: Schlussbericht gfs-zürich, Juni 2011. *Innenstadt – Qualität im Zentrum, Nutzerstudie Modul 1.*

3 Siehe Anhang: Schlussbericht gfs-zürich, Oktober 2011. *Innenstadt – Qualität im Zentrum, Nutzerstudie Modul 2.*

Perimeter «Innenstadt – Qualität im Zentrum»
mit den sechs Standorten der Passantenbefragung



Die wichtigsten Ergebnisse

Wer nutzt die Innenstadt und wie lange?

Als Nutzerinnen und Nutzer der Innenstadt werden in der vorliegenden Studie jene Personen definiert, die mindestens einmal im Monat die Basler Innenstadt besuchen.

Besucherstruktur

90% der befragten Bewohnerinnen und Bewohner aus Basel und Umgebung, 70% aus der weiteren Agglomeration in der Schweiz und 30–35% aus dem angrenzenden Ausland kommen mindestens einmal im Monat in die Innenstadt. Je näher der Wohnort einer Person an der Innenstadt liegt, desto häufiger nutzt sie die Innenstadt.

Die Frequenzählung der Passantinnen und Passanten zeigt, dass die grösste Gruppe der Nutzenden die 35- bis 64-Jährigen (41%) sind, gefolgt von den 21- bis 34-Jährigen (36%). Im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung kommen mehr Jugendliche und junge Erwachsene in die Innenstadt. Übervertreten sind auch Personen mit einem hohen Bildungsabschluss. Kinder und Pensionierte sind hingegen untervertreten. Es kommen mehr Frauen (52%) als Männer in die Innenstadt.

Aufenthalts- und Nutzungsdauer

Im Mittel beträgt die Aufenthaltsdauer in der Innenstadt rund vier Stunden, an den Ausgangsabenden Freitag und Samstag tendenziell mehr. Einen Einfluss auf die Aufenthaltsdauer hat die Herkunft der Befragten: Personen aus Basel-Stadt halten sich im Mittel drei Stunden, Personen aus der Agglomeration vier Stunden in der Innenstadt auf. Wer von ausserhalb der Agglomeration anreist, bleibt fünf Stunden. Der Aufenthalt von Besucherinnen und Besuchern aus dem weiter entfernten Ausland dauert mit sechs Stunden am längsten. Je näher zur Innenstadt wohnend, desto kürzer ist der Aufenthalt zur Nutzung, dafür umso häufiger.

54% der Bewohnerinnen und Bewohner der Innenstadt nutzen Angebote in der Innenstadt täglich und mehrmals die Woche, aus dem nahen Frankreich sind dies 30%, aus der weiteren Agglomeration der Schweiz sind es 27% und aus der Region Lörrach 14%.

Was tun die Menschen in der Innenstadt?

Einkauf

Einkaufen ist der häufigste Grund für den Gang in die Basler Innenstadt. In der Passantenbefragung gab ein gutes Viertel, unter den Frauen ein Drittel an, der Einkaufsmöglichkeiten wegen in der Innenstadt zu sein. Diese Tendenz bestätigte sich bei der telefonischen Befragung (82%).

Über 90% der Befragten aller vier Regionen kaufen Güter des periodischen Bedarfs wie Kleider, Haushaltsartikel oder Unterhaltungsmedien. Bei Einkäufen des täglichen Bedarfs gibt es regionale Unterschiede: 40% aus Basel und Umgebung, 41% aus der Region Lörrach und 51% aus dem Arrondissement Mulhouse gaben an, auch Einkäufe des täglichen Bedarfs in der Innenstadt zu tätigen. Aus der weiteren Agglomeration in der Schweiz sind es nur 22%.

Freizeit

An zweiter Stelle der Gründe für einen Innenstadtbesuch werden von 64% der telefonisch Befragten Freizeitaktivitäten angegeben. Sie kommen, um zu flanieren, um Freunde zu treffen oder die Kulturangebote zu nutzen. 61% gehen in Restaurants oder Cafés, etwas, das gerne in Kombination mit anderen Tätigkeiten, beispielsweise einem Einkauf, unternommen wird. Sightseeing machen drei Fünftel der aus dem entfernteren Ausland kommenden Besucherinnen und Besucher, aber nur 5% der in der Schweiz Wohnenden. Diese besuchen dafür signifikant häufiger ein Museum.

Arbeit

Für 16% der Passantinnen und Passanten und für 14% der telefonisch und schriftlich Befragten ist die Innenstadt der Arbeitsort. Es fällt auf, dass vier Mal mehr Befragte aus Frankreich als aus Deutschland in der Basler Innenstadt arbeiten. Das heisst nicht, dass mehr Personen aus Frankreich in der Innenstadt arbeiten, aber deren Anteil unter den Innenstadtnutzern ist entsprechend höher.

Gründe für das Nichtkommen

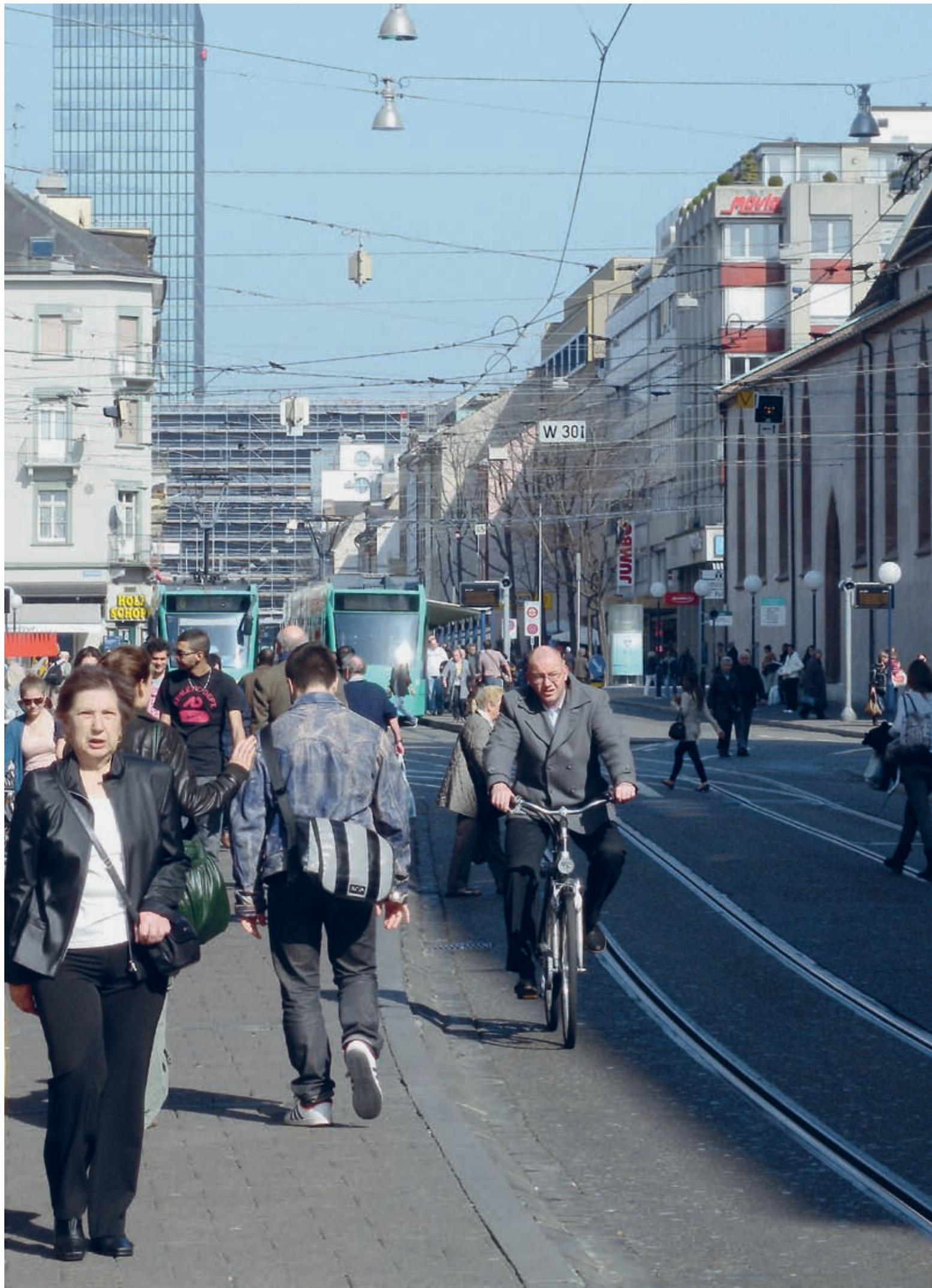
Einkauf

Bei der Frage, warum jemand nicht in der Basler Innenstadt einkauft, gibt es je nach Region unterschiedliche Akzentsetzungen. Die telefonisch Befragten geben mehrheitlich an, keinen Bedarf für entsprechende Einkaufsausflüge zu haben. Besonders häufig wird diese Begründung von jungen Menschen bis 35 Jahre angeführt. Ein Viertel der im nahen Umkreis um die Basler Innenstadt Lebenden findet das Angebot andernorts besser.

Sehr viele Befragte aus Deutschland sowie 50% der Alleinerziehenden empfinden die Preise in Basel als zu teuer und verzichten darum darauf, hier einzukaufen. Bei den französischen Befragten wiederum ist die ungenügende Erreichbarkeit der Basler Innenstadt der Hauptgrund, nicht zum Einkaufen herzufahren.

Gastronomie

Deutlicher als beim Einkauf bewerten mehr Personen die Preise in der Basler Gastronomie als zu hoch; bei den Befragten aus Deutschland sogar fast die Hälfte und aus Frankreich ein gutes Drittel. Die in der Schweiz lebenden Befragten, die nicht in Restaurants oder Cafés in der Basler Innenstadt gehen, geben ähnlich wie beim Einkauf an, keinen Bedarf dafür zu haben. Deutlich höher als beim Einkauf sind die Werte für die Aussage, das Angebot sei andernorts besser. Dies ist insbesondere bei den Befragten aus der weiteren Agglomeration und aus Frankreich der Fall.



Wie erreichen die Nutzerinnen und Nutzer die Innenstadt?

Mobilität

Tram und Bus sind in beiden Befragungsmodulen das weitest beliebteste Verkehrsmittel, um in die Basler Innenstadt zu gelangen. Häufig werden Tram und Bus mit dem Zug, dem Fahrrad oder dem Auto kombiniert. Überdurchschnittlich werden Tram und Bus durch Personen im Pensionsalter und von Frauen genutzt. 13% der telefonisch und schriftlich Befragten aus der näheren Umgebung und 36% bis 44% von weiter her Anreisenden kommen mit dem Auto – dabei signifikant mehr Männer als Frauen. Mehr Parkplätze wünschen sich 12% aus Frankreich, 8% aus der Region Lörrach, 3% aus der weiteren Agglomeration und 2% aus Basel und Umgebung. Diese Angaben sprechen dafür, dass die nähere Umgebung gut, die weitere Umgebung, insbesondere Frankreich, schlecht durch den öffentlichen Verkehr erschlossen ist. Für das Gewerbe stellt die gute Erreichbarkeit mit dem ÖV, dem Fahrrad und zu Fuss ein wichtiger Standortvorteil dar.

Beliebte und unbeliebte Orte

Um die Erwartungen an eine zukünftige Entwicklung zu erfassen und möglichen Handlungsbedarf vor Ort abzuleiten, wurde einerseits nach Lieblingsorten gefragt, andererseits nach Orten, die gemieden werden.⁴

Beliebte Orte

Am besten an der Basler Innenstadt gefällt den Befragten durchwegs die Lage am Rhein, beziehungsweise das Rheinufer. Im Weiteren werden die Altstadt und die Atmosphäre allgemein genannt, wobei die beste Atmosphäre dem Theaterplatz zugesprochen wird. Bei den Auswärtigen und speziell bei 54% der Befragten aus Frankreich hat der Marktplatz die höchste Gunst, wobei dieser Ort von nur 13% der Bewohnerinnen und Bewohner der Innenstadt als Lieblingsort genannt wird. Der Münsterplatz ist für ein Viertel bis ein Fünftel der Befragten ein besonders schöner Ort, wird jedoch nur von 5% der französischen Befragten genannt. Die Freie Strasse findet mehr Anhängerinnen und Anhänger bei Leuten aus der nahen Agglomeration (11%) als bei den Bewohnerinnen und Bewohnern der Innenstadt (4%) und wurde somit vergleichsweise selten als ein Lieblingsort genannt.

Die Vorlieben sind je nach Alter und Herkunft unterschiedlich: Das Rheinufer wird von der jüngsten Gruppe der bis 20-Jährigen besonders geschätzt. Mit zunehmendem Alter der Befragten erhalten Altstadt, Plätze und Gassen einen grösseren Stellenwert. Ausländische Besucherinnen und Besucher schätzen das gepflegte Stadtbild und die Freundlichkeit der Einheimischen.

Unbeliebte Orte

Sollen die Befragten Orte bezeichnen, an denen sie sich nicht gerne aufhalten, steht zum einen der Stadtteil Kleinbasel und dort im Speziellen der Claraplatz im Vordergrund und zum anderen die Steinenvorstadt. Während für die Innenstadtbewohnerinnen und -bewohner die Steinenvorstadt, für die Schweizer Befragten der Claraplatz und der Stadtteil Kleinbasel den unangenehmsten Ort darstellen, bezeichnen die Deutschen und Franzosen einerseits den Stadtteil Kleinbasel sowie andererseits den Centralbahnplatz als den Ort, an dem sie sich am wenigsten gerne aufhalten.

Als Gründe, weshalb jemand einen der genannten Orte meidet, werden der Lärm (Steinenvorstadt), die mangelnde Sicherheit (Steinenvorstadt, Stadtteil Kleinbasel, Claraplatz) sowie die mangelnde Verkehrssicherheit (Centralbahnplatz) genannt.

⁴ Siehe Anhang: Schlussbericht gfs-zürich, Oktober 2011. *Innenstadt – Qualität im Zentrum, Nutzerstudie Modul 2.* Seite 32: Übersicht der beliebten und ungeliebten Orte.

Wünsche, Bedürfnisse und Verbesserungspotenzial

Interessant ist, dass fast ein Viertel der Passantinnen und Passanten keinen Verbesserungsbedarf sieht. Auch wird die Sicherheit fast überall als gut eingestuft, Verbesserungsbedarf wird einzig am Barfüsserplatz und am Rheinufer ausgemacht. Aus allen Regionen kommt der Wunsch nach grösseren Fussgängerzonen und grosszügigeren Grünflächen in der Innenstadt, wobei dies die Befragten aus der Schweiz deutlich häufiger äussern als Menschen aus dem nahen Ausland. Der Wunsch nach mehr Spielplätzen wird von allen geäussert, häufiger jedoch vom Gewerbe als von Besucherinnen und Besuchern und Bewohnerinnen und Bewohnern der Innenstadt. Die Verweil- und Sitzmöglichkeiten werden von allen vielerorts als ungenügend taxiert, insbesondere aber in der Freien Strasse, auf dem Marktplatz, am Spalenberg und auf dem Barfüsserplatz. Ebenso wird die Barrierefreiheit bemängelt.

Weniger Abfall, weniger Baustellen und je nach Ort mehr Sicherheit wünschen sich zwischen 9% und 11%. Vereinzelt, im Durchschnitt unter 5% wünschen sich mehr Polizei, mehr Ausgehmöglichkeiten, bessere Verbindungen des öffentlichen Verkehrs, mehr Parkplätze und günstigere Preise.

Belebung

Sowohl für die befragten Nutzerinnen und Nutzer von ausserhalb als auch für die Bewohnerinnen und Bewohner der Innenstadt ist die Basler Innenstadt von Montag bis Donnerstag genügend belebt. Nachholbedarf hat in deren Augen der Sonntag, an dem die Innenstadt als zu wenig belebt empfunden wird. Stark belebt – und für zwei Fünftel der Befragten sogar zu stark – ist die Innenstadt am Freitag und am Samstagnachmittag und bis in die Nacht. Die Gewerbetreibenden bewerten die Lebendigkeit der Basler Innenstadt hingegen durchwegs geringer: Sie empfinden nicht nur die Sonntage als zu wenig belebt, sondern auch die Zeit von Montag bis Donnerstag, sowohl abends als auch in der Nacht. Die Bedürfnisse nach Belebung sind also je nach Interessengruppe unterschiedlich.

Angebote im öffentlichen Raum

Bei den telefonisch und schriftlich Befragten wünschen sich 65% der von auswärts Kommenden, 30% der Bewohnerinnen und Bewohner der Innenstadt sowie 40% des Gewerbes keine weiteren Angebote im öffentlichen Raum. Sie bewerten das Angebot im öffentlichen Raum grundsätzlich als genügend. An zweiter und dritter Stelle werden von 6% bis 16% mehr Restaurants und Strassencafés beziehungsweise mehr Veranstaltungen gewünscht. Nur 4% meinen, es gäbe zu viele kommerzielle Veranstaltungen.

Unter den befragten Bewohnerinnen und Bewohnern der Innenstadt gehen die Meinungen bezüglich den Angeboten im öffentlichen Raum stärker auseinander als bei den Auswärtigen: 15% äussern den Wunsch nach mehr Veranstaltungen, gleichzeitig finden jedoch 12% das bestehende Angebot zu gross. Bei den Angeboten an Boulevardrestaurants und Buvetten, Märkten und Aufenthalts- und Flaniermöglichkeiten zeigt sich diese Aufteilung in die zwei Lager noch deutlicher, auch bei den Gewerbetreibenden: Die einen wollen mehr, für die andern gibt es bereits zu viel. Auch wenn die Mehrheit aller Befragten mit dem bestehenden Angebot zufrieden ist, überwiegt der Wunsch nach mehr Angeboten gegenüber dem Wunsch nach einer Verringerung.

Spezifische Wünsche der Bewohnerinnen und Bewohner

Bei den befragten Innenstadtbewohnerinnen und -bewohnern steht der Wunsch nach Durchsetzung der Rechtslage (Lärmvorschriften, Verkehrsregeln etc.) an der Spitze. Sie wünschen sich zudem mehr Fussgängerzonen und mehr Sauberkeit – dies in Übereinstimmung mit den Wünschen der Auswärtigen.

Bei den Verbesserungswünschen für die verschiedenen Verkehrsmittel setzen die befragten Innenstadtbewohnerinnen und -bewohner andere Akzente als die von ausserhalb in die Innenstadt kommenden Nutzerinnen und Nutzer: Zuoberst auf ihrer Wunschliste stehen der Ausbau des Velowegnetzes (18%), die Eindämmung des motorisierten Verkehrs (14%) sowie die Vergünstigung des öffentlichen Verkehrs (9%).

Deutlich häufiger als andere befragte Nutzerinnen und Nutzer der Basler Innenstadt frequentieren die Bewohnerinnen und Bewohner der Innenstadt Bars und Clubs (52% gegenüber 2–11%). Und der Anteil derer, die in der Innenstadt arbeiten, ist bei den Innenstadtbewohnerinnen und -bewohnern mit 42% im Vergleich zu den Menschen, die in der näheren Umgebung wohnen (14%), relativ hoch.

Folgerungen

Wie geht es weiter?

Rund ein Drittel der Befragten wünscht sich mehr Märkte, mehr Aufenthalts- und Flaniermöglichkeiten und mehr Spielplätze, ein Viertel möchte mehr Boulevardrestaurants und Buvetten. Vor allem bei den über 65-jährigen Bewohnerinnen und Bewohnern gibt es aber auch solche, denen es zu viele kommerzielle Veranstaltungen und Boulevardgastronomie in der Innenstadt gibt.

Ein Viertel der bis 45-jährigen Bewohnerinnen und Bewohner wünscht sich mehr Restaurationsangebote.

Spezifische Wünsche des Gewerbes

Wie bereits erwähnt, empfinden die befragten Gewerbetreibenden die Innenstadt als zu wenig belebt. Jedoch nur ein Fünftel der Gewerbetreibenden wünscht sich mehr kommerzielle Veranstaltungen und mehr Boulevardgastronomie im öffentlichen Raum. Dafür sähen mehr Gewerbeleute einen Vorteil, wenn es mehr Märkte, Aufenthalts- und Flaniermöglichkeiten und Spielplätze in der Innenstadt gäbe.

Der eindeutig am besten bewertete Standortfaktor der Innenstadt aus Sicht des befragten Gewerbes ist die Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr, zu Fuss und mit dem Velo. Dazu im Kontrast stehen in der Bewertung die Erreichbarkeit und die Anlieferungsmöglichkeiten mit dem Auto: Beide Aspekte werden als schlecht taxiert, besonders in der Grossbasler Altstadt. Als eindeutig ungenügend bewerten die Gewerbetreibenden das Parkplatzangebot für die Kundinnen und Kunden. Ebenfalls verbesserungswürdig sind für das Gewerbe die Sicherheit und die Sauberkeit, wobei die Sicherheit vor allem im Kleinbasel als schlecht bewertet wird. Als schlecht beurteilt das Gewerbe zudem die Verweilmöglichkeiten, die Verkehrssituation, die Verkehrssicherheit und die Lärmsituation.

Im Rahmen des Projekts «Innenstadt – Qualität im Zentrum» wurden neben der vorliegenden Untersuchung bereits mehrere Studien durchgeführt zu den Themen Nutzung und Gestaltung (Atmosphären der Innenstadt, Kunst im öffentlichen Raum), Einkaufen und Gastronomie (Erdgeschossnutzungen) sowie Mobilität (Auswirkungen des Herzstücks der Regio-S-Bahn).⁵

Die Ergebnisse über die Struktur und die Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer ergänzen auf sinnvolle Weise diese Studienergebnisse sowie die Erkenntnisse, welche im Mitwirkungsprozess des Projekts «Innenstadt – Qualität im Zentrum» deutlich geworden sind. Es werden die Standortvorteile und Vorzüge, aber auch die Defizite der Angebote, der verkehrlichen Erschliessung und der Qualität der öffentlichen Räume sichtbar. Die Ergebnisse bestätigen zudem den hohen Nutzungsdruck in der Basler Innenstadt.

Die gewonnenen Erkenntnisse werden in die laufenden Teilprojekte des Projekts «Innenstadt – Qualität im Zentrum» einbezogen, im Besonderen in das Gestaltungskonzept und den Entwicklungsrichtplan Innenstadt. Das Gestaltungskonzept erarbeitet Prinzipien, nach denen Plätze, Strassen und Gassen der Innenstadt zukünftig umgestaltet werden. Der Entwicklungsrichtplan koordiniert die Nutzung des Raumes und zeigt die räumliche Entwicklung der Basler Innenstadt in den nächsten 10 bis 15 Jahren auf.

Die vorliegende Nutzerstudie dient somit als wichtige Grundlage bei der konkreten Umsetzung von Projekten, die die Innenstadt betreffen, sei dies beispielsweise bei der Umgestaltung der Freien Strasse oder bei den Diskussionen über die Nutzung des Münsterplatzes.

⁵ Verfügbar unter www.innenstadt.bs.ch



Anhang

Schlussbericht gfs-zürich Modul 1

Nutzerstudie Modul 1/Juni 2011, Umfang 33 Seiten
Reproduktion in der Originalfassung/-darstellung



Innenstadt – Qualität im Zentrum Nutzerstudie Modul 1

| Schlussbericht

Martin Abele, lic. phil, Projektleiter

Dr. Peter Spichiger-Carlsson, Institutsleiter

Nina Blumenfeld, Projektassistentin

**Projekt: 10724
Juni 2011**

Inhaltsverzeichnis

HAUPTRESULTATE IN KÜRZE	4
I AUFGABENSTELLUNG UND VORGEHEN	5
II ERGEBNISSE IM DETAIL.....	7
1 WER frequentiert die Basler Innenstadt?	7
1.1 Besucher nach Standorten	7
1.2 Besucher nach Wochentagen	8
1.3 Besucher nach Tageszeiten	10
2 WAS machen die Besucher in der Innenstadt?	11
2.1 Grund für Innenstadt-Besuch	11
2.1.1 Grund für Innenstadtbesuch nach Standorten	11
2.1.2 Grund für Innenstadtbesuch nach Wochentag	12
2.1.3 Grund für Innenstadtbesuch nach Tageszeit	13
2.1.4 Grund für Innenstadtbesuch nach Alter	15
2.1.5 Grund für Innenstadtbesuch von Jugendlichen	16
2.1.5 Grund für Innenstadtbesuch von Haushalten mit Kindern	17
2.2 Tätigkeiten in der Basler Innenstadt	17
2.2.1 Tätigkeiten nach Standorten	18
2.2.2 Tätigkeiten nach Alter	19
2.2.3 Tätigkeiten nach Herkunft	20
2.3 Dauer des Aufenthalts in der Basler Innenstadt	21
3 WELCHE Aspekte der Basler Innenstadt gefallen, welche nicht?	23
3.1 Pluspunkte	23
3.1.1 Pluspunkte nach Alter	23
3.1.2 Pluspunkte nach Herkunft	24
3.2 Minuspunkte	24
3.2.1 Minuspunkte nach Alter	25
3.2.2 Minuspunkte nach Herkunft	26
3.2.3 Minuspunkte bei Haushalten mit Kindern	26

4	WIE gelangen die Besucher in die Innenstadt?	27
4.1	Häufigste Verkehrsmittel	27
4.1.1	Verkehrsmittel nach Alter	27
4.1.2	Verkehrsmittel nach Herkunft	28
4.1.3	Verkehrsmittel nach Standorten	28
4.1.4	Verkehrsmittel nach Grund für Innenstadtbesuch	29
4.2	Am Befragungstag benutztes Verkehrsmittel	31
4.2.1	Benutzte Verkehrsmittel der Jugendlichen	31
4.2.1	Benutzte Verkehrsmittel von Haushalten mit Kindern	32
III	TECHNISCHER BERICHT	33

Hauptresultate in Kürze

- a) Über drei Viertel der Besucher (76.6%) sind zwischen 20 und 65 Jahre alt, die Frauen sind in der Mehrzahl.
- b) Der häufigste Grund für den Gang in die Basler Innenstadt ist der Einkauf.
- c) Spontan wird häufig zum eigentlichen Anlass noch einen Einkauf, einen Restaurant/Cafébesuch oder einen Bummel angehängt.
- d) 41% der Stadtbasler Innenstadtbesucher und 34% aus der Agglomeration kaufen ein.
- e) Sightseeing machen drei Fünftel der aus dem entfernteren Ausland kommenden Besucher, aber nur 5% der Schweizer. Diese kommen dafür signifikant häufiger zu einem Museumsbesuch nach Basel.
- f) Jugendliche kommen in die Innenstadt, um durch die Läden zu ziehen und um Freunde zu treffen. Sie wünschen sich zum Teil bessere Ausgehangebote.
- g) Baselstädter halten sich im Mittel drei Stunden, von ausserhalb der Agglomeration Anreisende fünf Stunden und aus dem weiteren Ausland Kommende sechs Stunden in der Innenstadt auf.
- h) Am Besten an der Basler Innenstadt gefällt den Besuchern die Lage am Rhein. An zweiter Stelle folgt das Einkaufsangebot, an dritter Stelle die Altstadt und die Atmosphäre. Ausländer schätzen das gepflegte Stadtbild und finden die Basler nett.
- i) 23% der Befragten geben keine negativen Punkte an. Anschliessend werden die Problempunkte Abfall (Littering), Verkehr und Baustellen genannt. Nur 4% monieren, es gebe zu wenige Parkplätze in der Innenstadt.
- j) Tram und Bus sind das weitaus beliebteste Verkehrsmittel, um in die Basler Innenstadt zu gelangen. 43% benutzen es exklusiv und weitere 15% in Kombination mit einem anderen Verkehrsmittel. Die häufigsten Verkehrsmittel-Kombinationen im Laufe der Strecke sind Zug/Tram, Tram/Velo und Auto/Tram. 16% gehen in der Regel zu Fuss und je 9% nehmen entweder das Velo (hauptsächlich die Stadtbasler) oder das Auto (die Auswärtigen).
- k) Die weitaus am häufigsten benutzten Verkehrsmittel fürs Einkaufen (44%) und den Restaurant-Besuch (38%) sind Tram und Bus. Das Auto folgt erst an vierter Stelle, nach dem zu Fuss gehen und dem Velo. Ins Restaurant fahren 11% mit dem Auto, zum Einkaufen kommen 7% mit dem eigenen Wagen. Es ist also nicht so, dass fürs Einkaufen häufiger das Auto als Transportmittel verwendet wird.

I Aufgabenstellung und Vorgehen

Die Aufgabenstellung

Das Projekt „Innenstadt – Qualität im Zentrum“ hat zum Ziel mithilfe eines Mitwirkungsprozesses ein Entwicklungskonzept für die Basler Innenstadt 2020+ zu erarbeiten. Vertreter von 50 Interessenorganisationen und der Verwaltung des Kantons Basel-Stadt haben in Mitwirkungsveranstaltungen und Arbeitsgruppensitzungen über die zukünftige Entwicklung der Innenstadt diskutiert. Das Ergebnis dieser Mitwirkung liegt in Form von Wunschbildern, Zielen und Handlungsfeldern zu den drei Themen Nutzung des Raums, Einkaufen & Gastronomie und Mobilität vor. Um diese Ergebnisse nun in der zweiten Phase des Projekts gezielter umzusetzen, soll eine Studie zur Nutzerstruktur und den Nutzerbedürfnissen der Besucher und Bewohner der Basler Innenstadt das Bild vervollständigen und objektive Grundlagen liefern.

Die Studie soll auf folgende drei Grundfragen Antworten geben:

- o Wer nutzt die Innenstadt?
- o Was machen die Nutzer in der Innenstadt?
- o Wie kommen die Nutzer in die Innenstadt, wie bewegen sie sich in ihr fort?

Das Vorgehen

Zur Erhebung der aktuellen Struktur, der Tätigkeiten und des Mobilitätsverhaltens der Nutzer der Innenstadt braucht es ein zweiteiliges Verfahren. Zur Bestimmung der Struktur (wer, welche Segmente) wurden anhand von Beobachtungen oder Frequenzmessungen die Besucherströme analysiert. Was die Leute in der Innenstadt machen, wie sie sich hin- und fortbewegen wurde anhand eines kurzen Fragebogens von 3-5 Minuten Dauer erfragt.

Die Erhebungen wurden an sechs verschiedenen Punkten der Basler Innenstadt durchgeführt, die zusammen mit dem Auftraggeber definiert wurden. Es sind folgende Orte, die (zu bestimmten Zeiten) wegen einer spezifischen Nutzung, wie Kultur, Einkauf, Ausgang, etc. besonders stark frequentiert werden: Steinenvorstadt, Aeschenvorstadt, Freie Strasse, Spalenberg, Greifengasse, Claraplatz.

Die Erhebungen wurden auf 15 Zeitfenster zu unterschiedlichen Tages-/ Wochenzeiten verteilt:

	09.00- 11.30	11.30- 14.00	14.00- 16.30	16.30- 19.00	19.00- 21.30	21.30- 24.00
- Dienstag:	x	x				
- Mittwoch:			x	x		
- Donnerstag:	x	x				
- Freitag:				x	x	x
- Samstag:			x	x	x	x
- Sonntag:		x	x			

Die oben vorgeschlagenen Zeitfenster berücksichtigen die unterschiedlichen Publikums-Zusammensetzungen an den verschiedenen Wochentagen und Tageszeiten. Um Beeinflussungen wie Wetter, spezielle Anlässe usw. ausgleichen zu können, wurde die Interviewzeit auf zwei Wochen festgelegt. Es gab also insgesamt 2 x 15 x 6 Messpunkte, das sind total 180 Erhebungspunkte à 2.5 Stunden, also eine Gesamterhebungszeit von 450 Stunden.

Die Befragungen

Die Befragungen der sich vor Ort befindlichen Passanten erfolgten in Form persönlicher "face-to-face"-Interviews. Zwecks Gewährleistung der Repräsentativität hatten die InterviewerInnen den Auftrag, jeweils nach dem letzten Interview (oder der letzten Absage für ein Interview) die 10. Person, welche eine imaginäre Linie durchquert, zu befragen. Dieses Verfahren gewährleistete die grösstmögliche Zufallsauswahl. Um einer Verzerrung durch die subjektive Auswahl durch die Interviewenden noch mehr zu vorzubeugen, wurden zudem zu den selben Zeitpunkten und Wochentagen in den beiden Wochen die Interviews durch unterschiedliche InterviewerInnen durchgeführt. Ausserdem kontrollierte die Supervision stichprobenweise bei jeder eingesetzten Interviewerin die korrekte Durchführung der Interviews.

Die eingesetzten Interviewer konnten mindestens Deutsch und Englisch. Nebst dem deutschen Grundfragebogen waren auch je eine französische und englische Version verfügbar.

Strukturerhebung (Frequenzzählungen)

Zur Messung der Besucherstruktur wurden zwischen den Befragungen die Passanten vor Ort notiert. Dabei hielten die Interviewer Alter und Geschlecht der Passanten sowie allfällige Beförderungs-Hilfsmittel (Kinderwagen, Rollstuhl, etc.) fest. Bei Kindern wurde nicht nach Geschlecht unterschieden. Diese Daten wurden später hochgerechnet und analysiert.

Anmerkungen zum Lesen des Berichtes

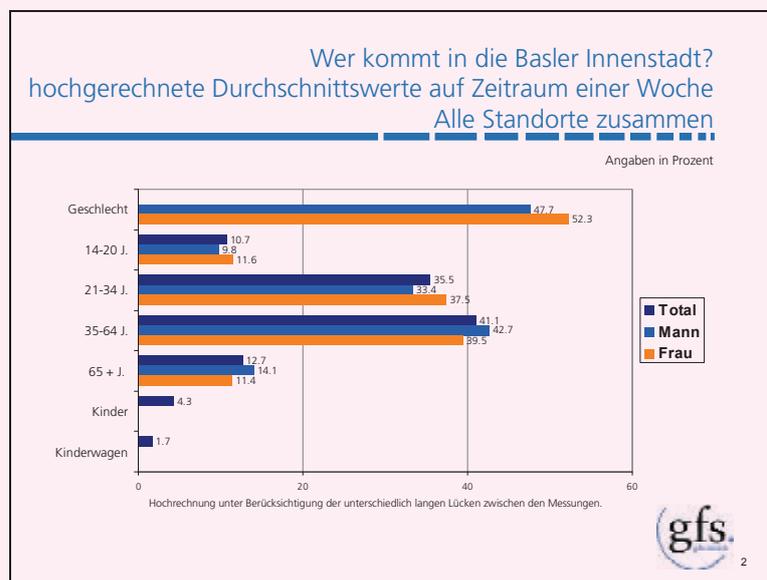
Im Bericht wird nur die männliche Form verwendet. Bei allgemeinen Bezeichnungen von Personengruppen (Besucher) sind die Frauen immer mit eingeschlossen.

II Ergebnisse im Detail

| 1 WER frequentiert die Basler Innenstadt?

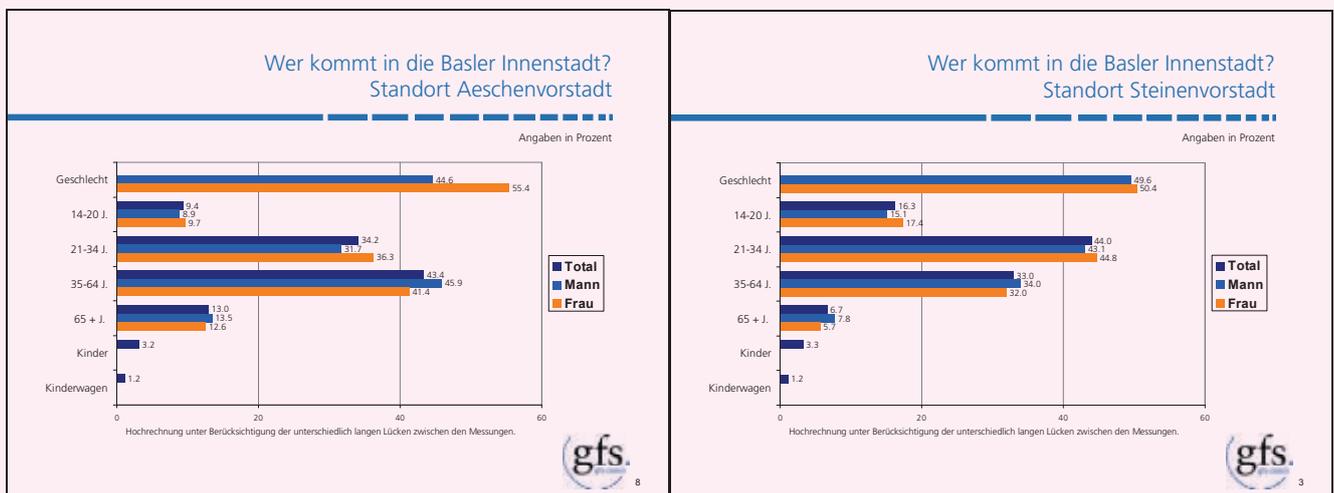
Zur Ermittlung der Besucherfrequenzen wurden die Durchschnittswerte pro Erhebungssequenz errechnet und dann auf den gesamten Zeitraum eines Tages (von 06.30 bis 24.00 Uhr) hochgerechnet. Nimmt man alle sechs Standorte zusammen und ermittelt einen Wochenschnitt, dann kann Folgendes festgestellt werden:

- Die Innenstadt wird von mehr Frauen als Männern frequentiert
- Über drei Viertel der Besucher (76.6%) sind zwischen 20 und 65 Jahre alt
- Im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung sind die Jugendlichen über- und die über 40-jährigen sowie die Kinder unterrepräsentiert.

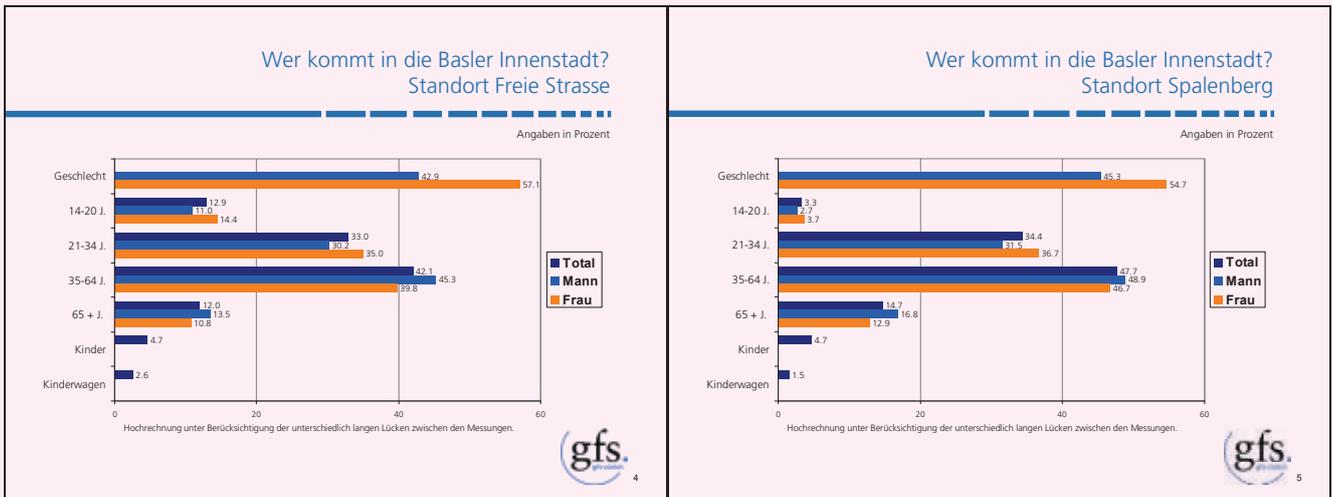


| 1.1 Besucher nach Standorten

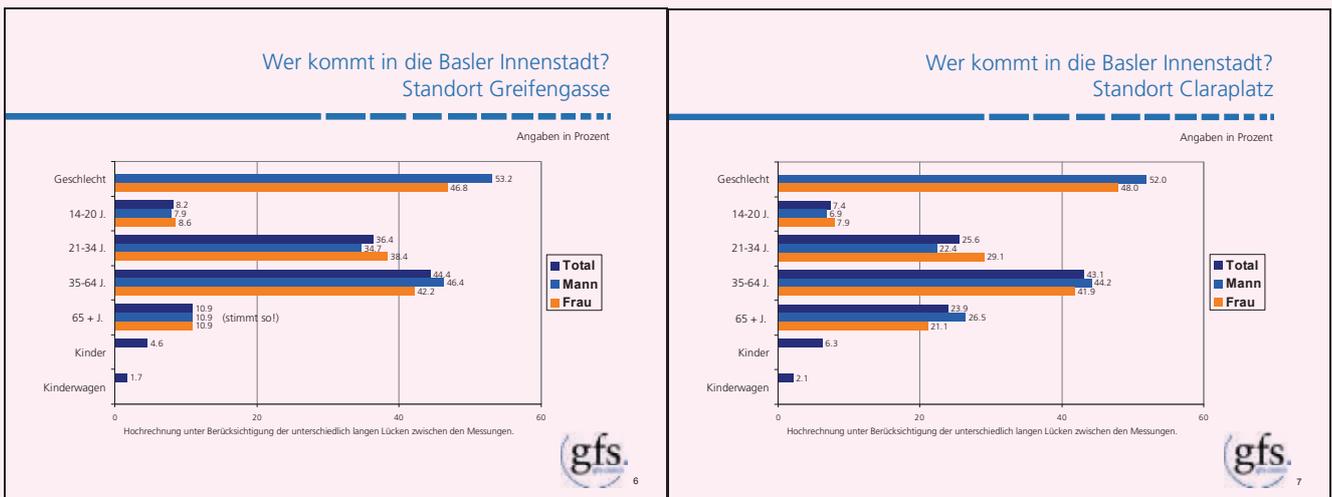
Während sich die Zusammensetzung der Passanten am Standort Aeschenvorstadt nicht wesentlich vom städtischen Gesamtbild unterscheidet, sind am Standort Steinenvorstadt deutlich mehr Jugendliche und gleich viele Frauen wie Männer anzutreffen.



Am Standort Freie Strasse ist der Frauenanteil erhöht, altersmässig ist die Zusammensetzung durchschnittlich. Am Standort Spalenberg weisen die Passanten hingegen ein höheres Durchschnittsalter auf, Jugendliche zwischen 14 und 20 Jahren sind nur selten anzutreffen.



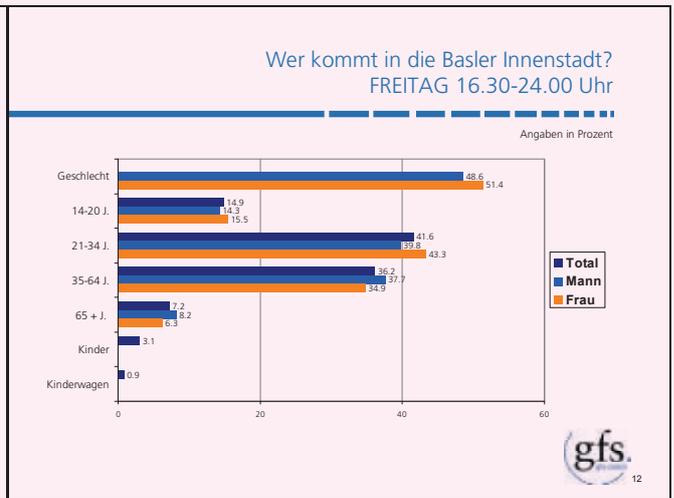
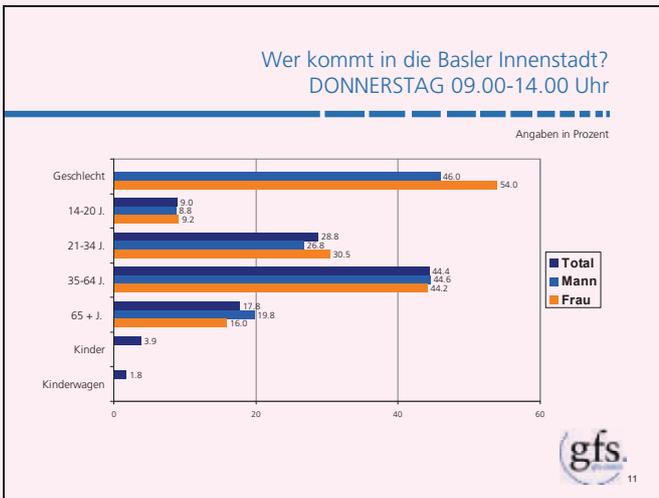
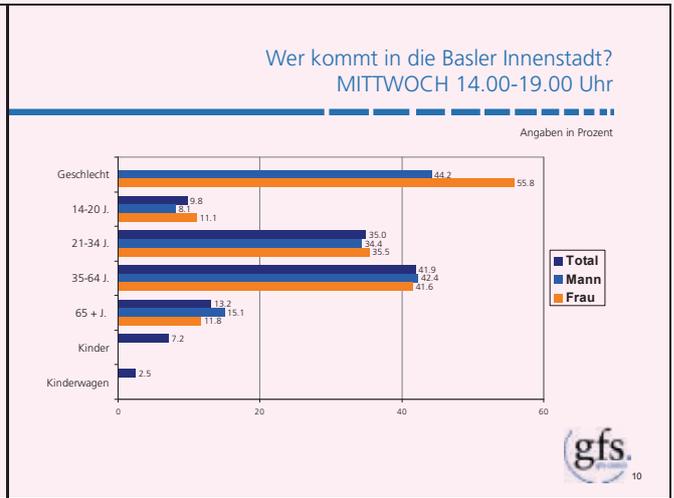
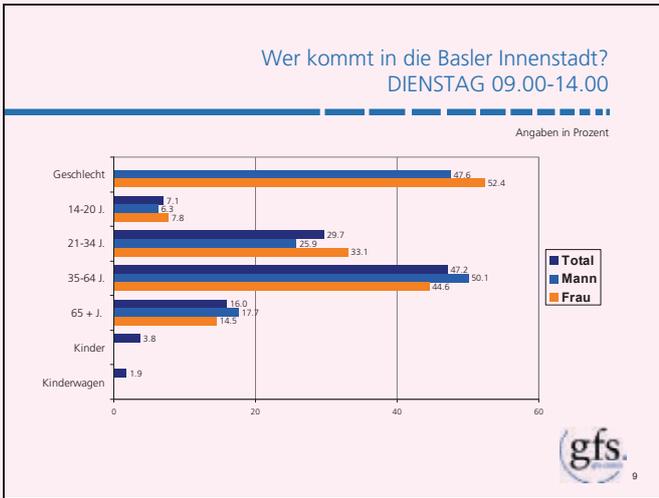
An den Standorten Greifengasse und Claraplatz trifft man mehr Männer an, als es dem innerstädtischen Durchschnitt entspricht. Am Standort Claraplatz bewegen sich zudem mehr ältere Personen über 65.



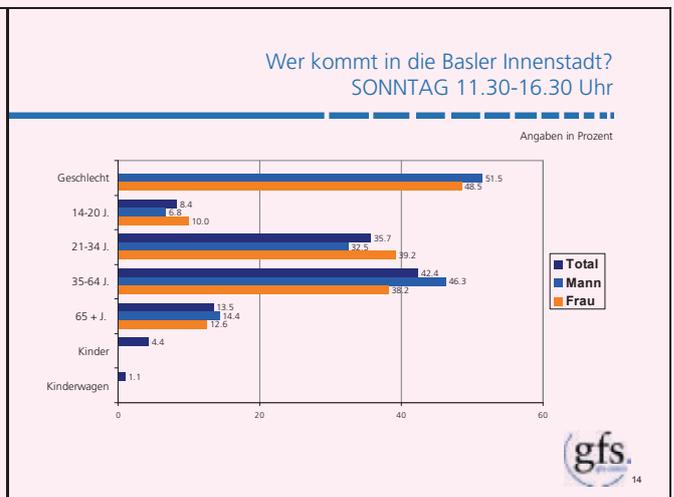
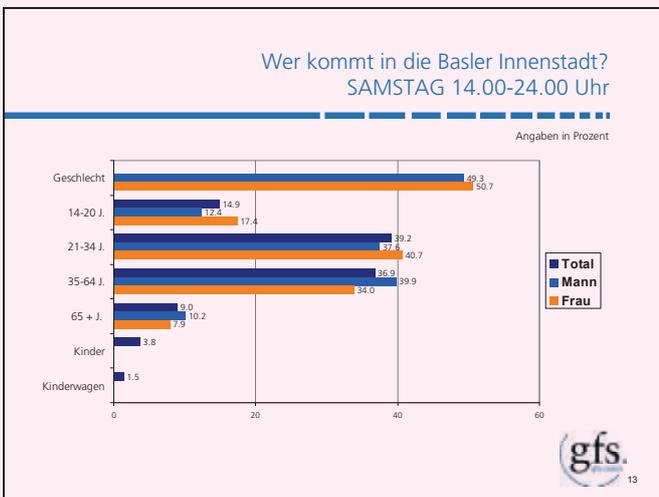
1.2 Besucher nach Wochentagen

Die Frequenzmessungen lassen keine vollständigen Schlüsse auf die Besucherströme pro Wochentag zu, weil an den einzelnen Tagen zu unterschiedlichen Zeiten gemessen wurde. Einige Feststellungen können aber trotzdem gemacht werden.

An den Werktagen sind von 9 bis 14 Uhr fast zur Hälfte Leute im Alter von 35 bis 64 Jahren in der Innenstadt anzutreffen. Gegenüber dem Gesamtschnitt untervertreten sind die unter 35-jährigen Personen. Am Mittwochnachmittag bewegen sich deutlich mehr Kinder und Mütter mit Kinderwagen in der Innenstadt. Die Verteilung der Altersgruppen entspricht bei den über 14-jährigen ungefähr dem Gesamtschnitt.

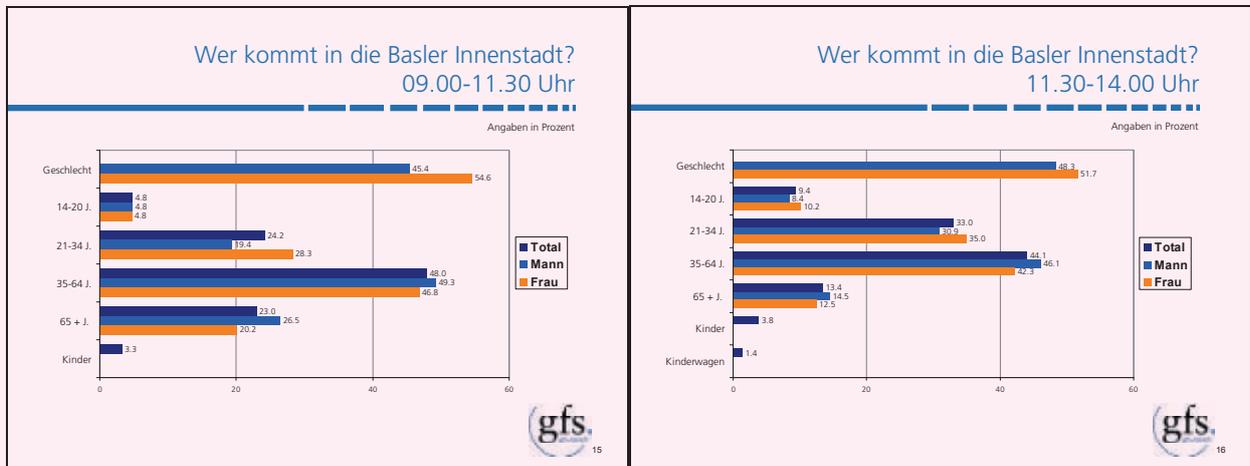


Am Freitag, wo ab 16.30 Uhr bis Mitternacht gemessen wurde, ist bereits eine Verlagerung zu einem männlicheren und jugendlicheren Publikum festzustellen. Das Bild ist am Samstag ähnlich, wobei (wegen dem Einbezug des Nachmittags) mehr Mädchen und jugendliche Frauen anzutreffen sind. Am Sonntag gibt es einen leichten Überhang an Männern, der aus der Gruppe der 35-64-jährigen stammt. Möglicherweise gibt es in dieser Altersklasse Männergruppen, die sich am Sonntagnachmittag verabreden.

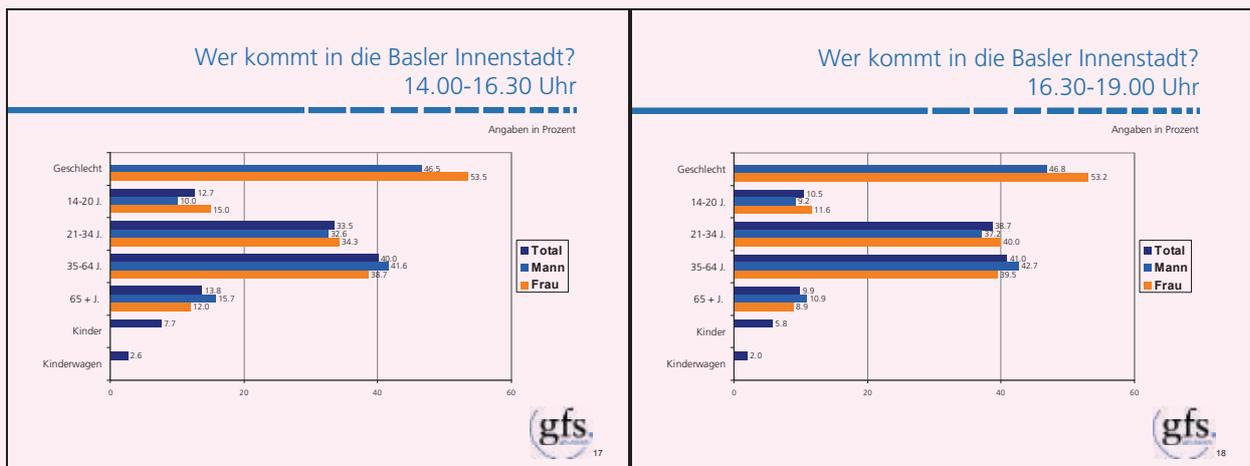


1.3 Besucher nach Tageszeiten

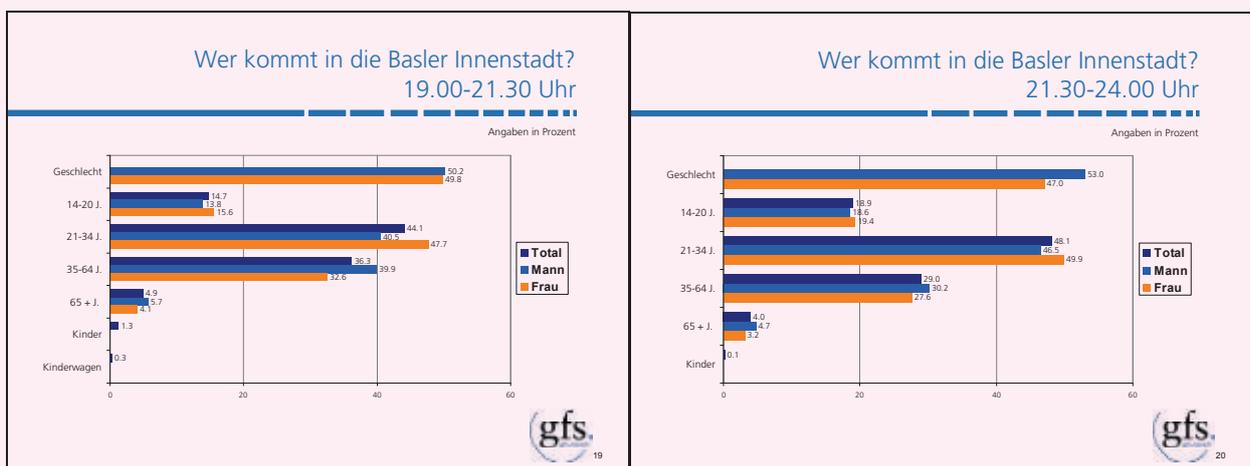
Morgens von 9 bis 11.30 Uhr gibt es einen erhöhten Frauen- und Seniorenanteil, während gleichzeitig nur wenige unter 20-jährige in der Innenstadt sind. Zur Mittagszeit entspricht die Zusammensetzung der Innenstadt-Besucher ziemlich genau dem Gesamtschnitt.



Am Nachmittag ist das Geschlechterverhältnis gleich wie am Morgen. Es bewegen sich aber mehr jüngere Menschen und Kinder in der Innenstadt. Am Vorabend nimmt der Anteil der älteren Besucher ab, während derjenige der 21-34-jährigen zunimmt.



Am frühen Abend ist die Geschlechterverteilung ausgeglichen, wobei sich die Unterschiede innerhalb der Altersklassen akzentuiert haben. Der Seniorenanteil ist nur noch klein, dafür sind relativ viele Jugendliche unterwegs. Am späteren Abend sind die Männer in der Mehrzahl.

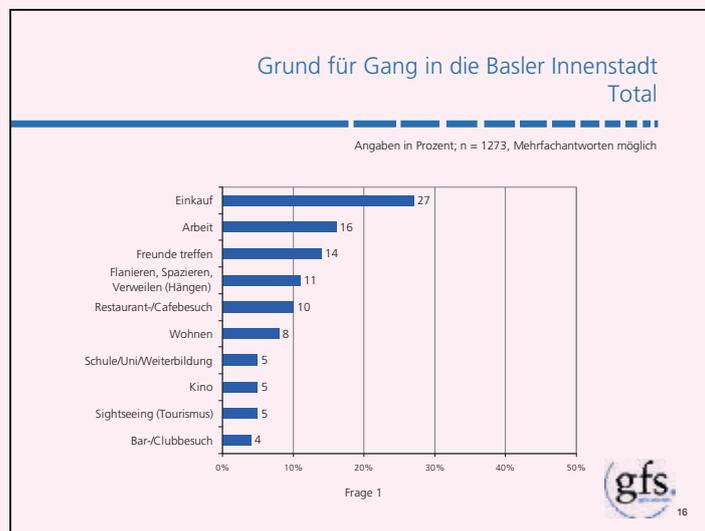


2 WAS machen die Besucher in der Innenstadt?

Bei der Frage, was die Besucher in der Innenstadt machen, wurde unterschieden zwischen dem Motiv, welches Anlass war für den Gang in die Innenstadt und den Tätigkeiten, die schliesslich effektiv unternommen wurden.

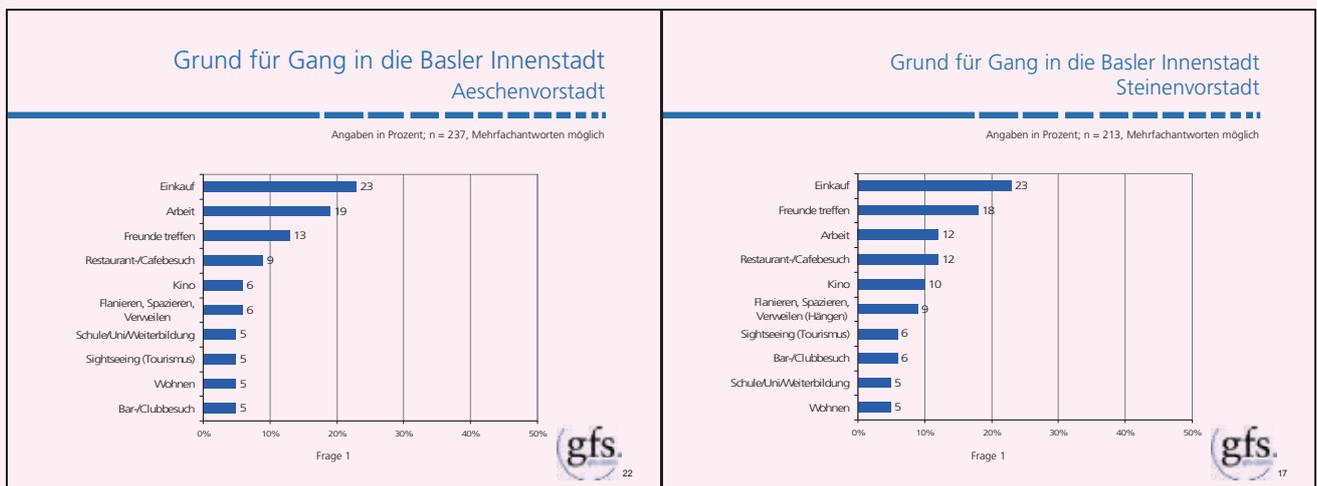
2.1 Grund für Innenstadt-Besuch

Der häufigste Grund für den Gang in die Basler Innenstadt ist der Einkauf. Ein gutes Viertel der Befragten – unter den Frauen sogar ein Drittel! - kommt wegen den Einkaufsmöglichkeiten in die Innenstadt. Für 16% (Männer 19%, Frauen 13%) ist die Innenstadt der Arbeitsort. An zweiter Stelle unter den Freizeitaktivitäten steht das Motiv, Freunde zu treffen. Je ein Zehntel der Befragten kam zum Flanieren/Spazieren und zum Essen, bzw. Kaffeetrinken in die Innenstadt. 8% wohnen selber in der Innenstadt. Je rund 5% kommen zu Bildungszwecken, für den Besuch eines Kinos oder fürs Sightseeing ins Stadtzentrum.

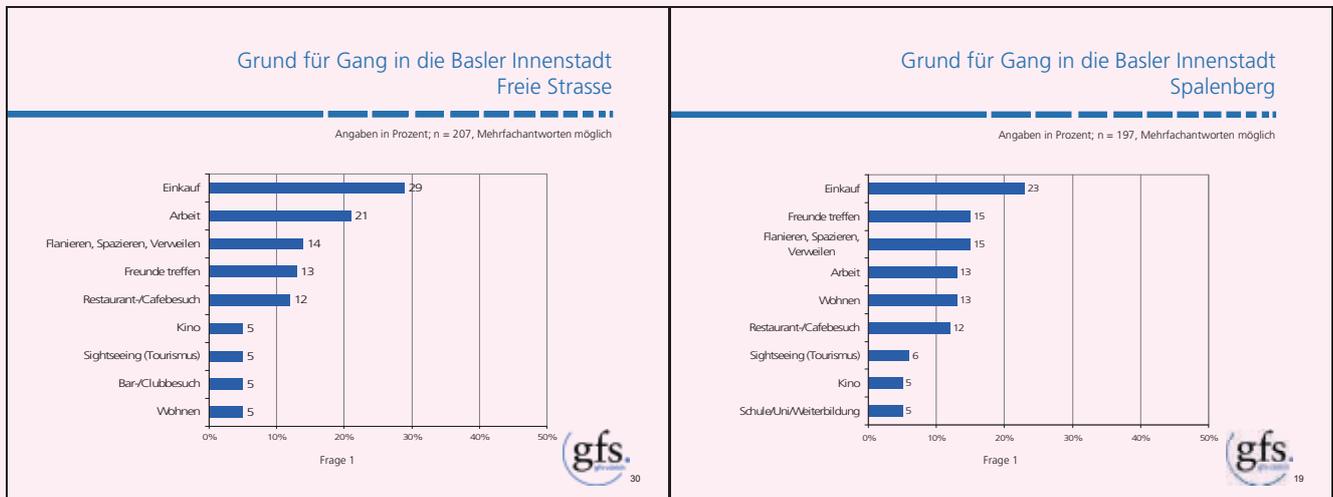


2.1.1 Grund für Innenstadtbesuch nach Standorten

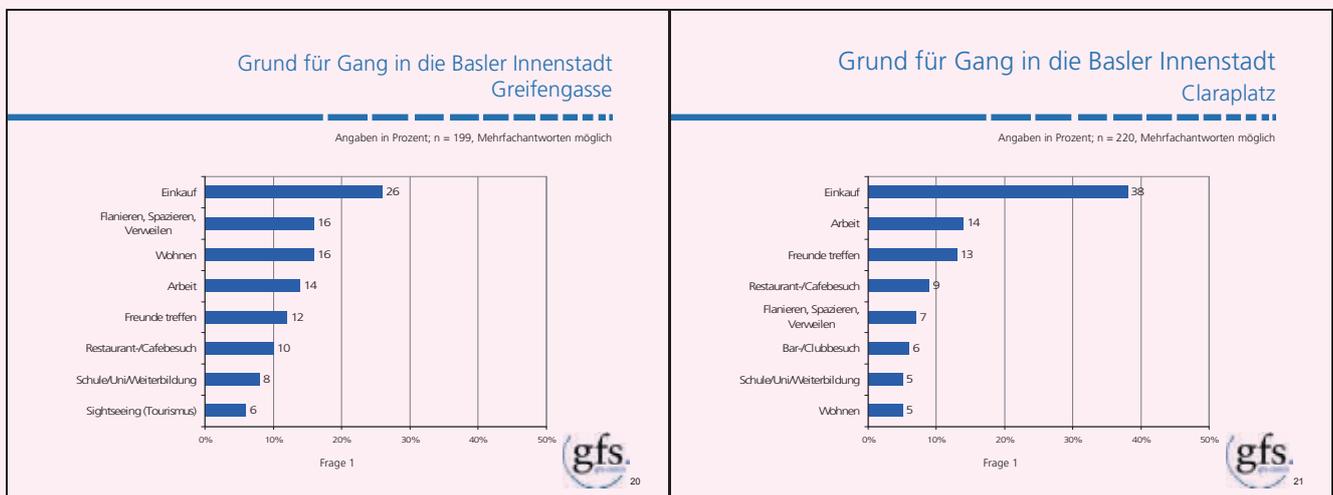
Beim Standort Aeschenvorstadt als Eingangstor zur Innenstadt trifft man besonders viele Menschen an, die in der Innenstadt arbeiten. Beim Standort Steinenvorstadt zeigt sich ihr Charakter als Vergnügungsmeile durch einen erhöhten Anteil an Kino- und Barbesuchern.



An der Freie Strasse ist das Einkaufsmotiv stärker ausgeprägt als an den anderen Grossbasler Standorten. Auch hier trifft man einen erhöhten Anteil an Arbeitnehmenden an. Am Spalenberg ist der Anteil der dort Wohnenden im Verhältnis zum Besucheranteil höher als an den anderen Standorten.



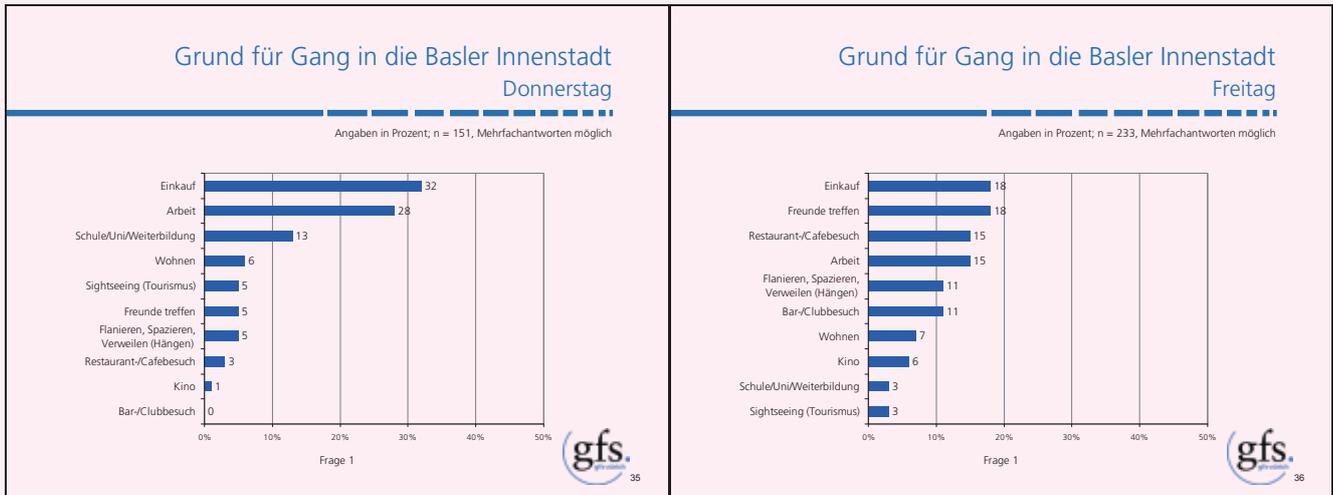
Auch am Standort Greifengasse ist der Anteil der dort Wohnenden erhöht, es werden viele Bewohner aus Kleinbasel angetroffen. Besonders häufig sind hier auch Menschen zum Flanieren unterwegs, was auf die Nähe des Rheins zurückzuführen ist. Am Standort Claraplatz gibt über ein Drittel der Befragten den Einkauf als Grund dafür an, weshalb sie sich dorthin begeben haben. Dies bestätigt, dass der Claraplatz zentraler Einkaufsort für tägliche Güter der Kleinbasler Bevölkerung ist. Obschon 25% der am Claraplatz angetroffenen Menschen im 4057 wohnen, gaben nur 5% dies als Aufenthaltsmotiv an.



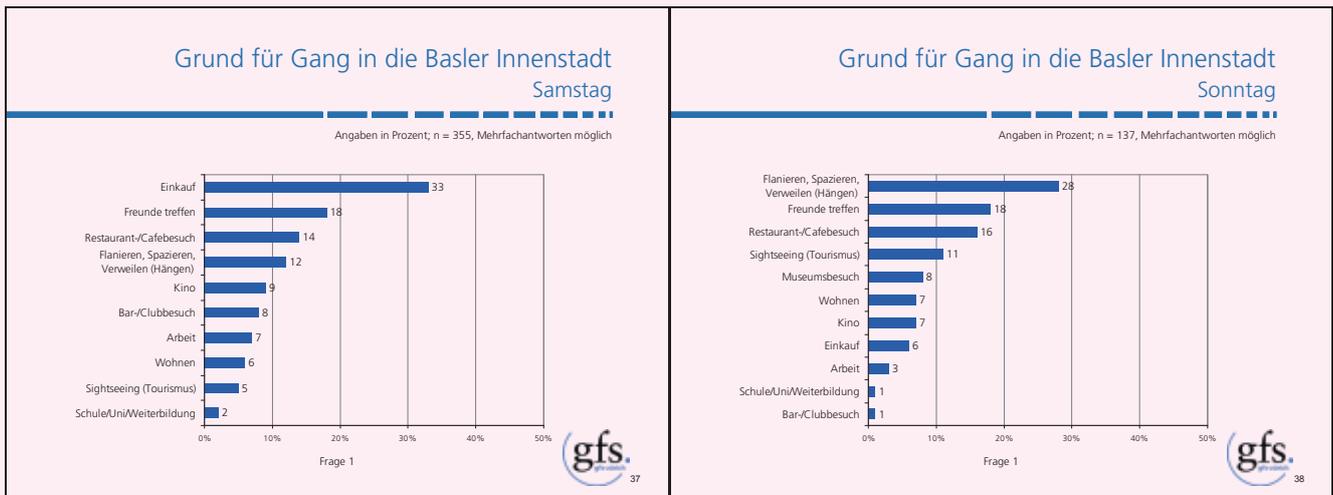
2.1.2 Grund für Innenstadtbesuch nach Wochentag

Analysiert man die Motive nach Wochentagen, muss berücksichtigt werden, zu welchen Zeiten die Interviews stattfanden (siehe Seite 5). So schlägt beim Einkauf zu Buche, dass am Freitag erst ab 16.30 Uhr befragt wurde. Damit wurde zwar der Abendverkauf erfasst, nicht aber der normale Einkauf, was sich am Beispiel des Claraplatzes verdeutlicht, wo am Freitag nur halb so viele Leute zum Einkauf hingegangen sind.

Es ist aber eindeutig, dass am Freitag und Samstag durch die vermehrten Abend-Aktivitäten andere Motive in den Vordergrund rücken als an den ersten vier Wochentagen. Dazu gehören das Treffen von Freunden, Restaurant- und Cafésbesuche sowie Bar- und Clubbesuche.

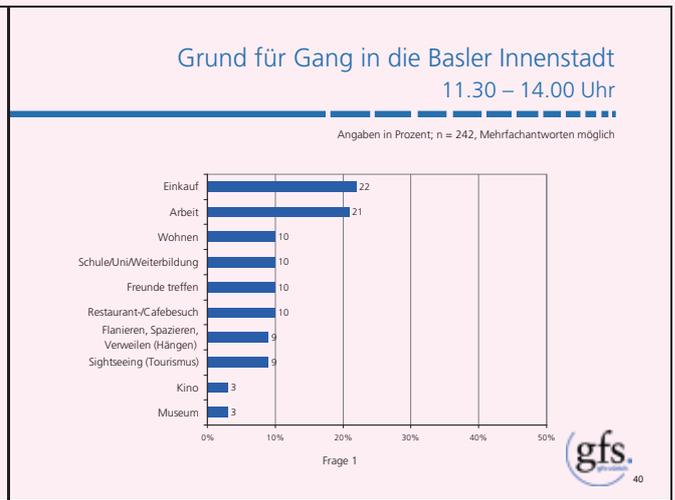
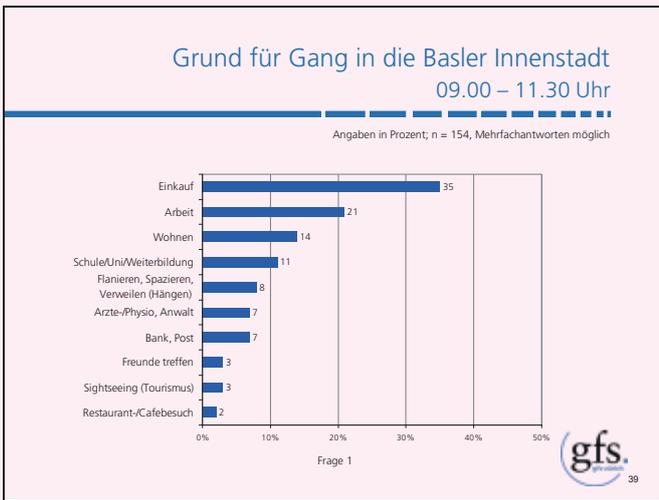


Am Samstag hat der Einkauf wiederum hohe Priorität, bevor das Treffen von Freunden, auswärts Essen, Kinovorstellungen und Bars/Clubs aktuell werden. Am Sonntag geht man hauptsächlich zum Spazieren/Flanieren in die Innenstadt, man trifft sich aber auch gerne mit Freunden oder geht in ein Café. Sightseeing und Museumsbesuche stehen sonntags vermehrt auf dem Ausflugsplan.

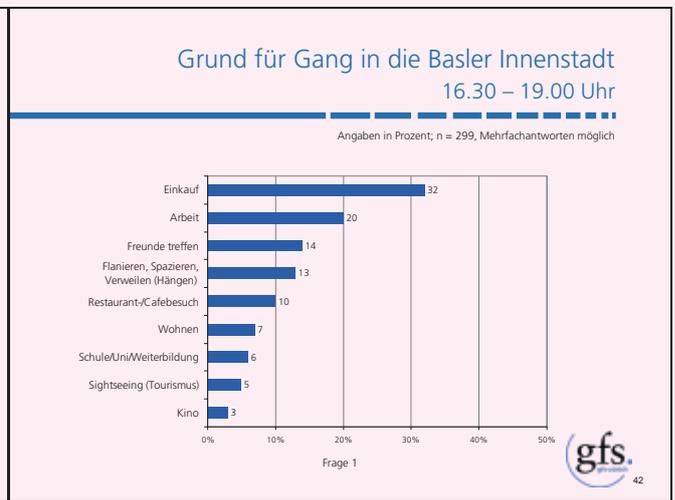


2.1.3 Grund für Innenstadtbesuch nach Tageszeit

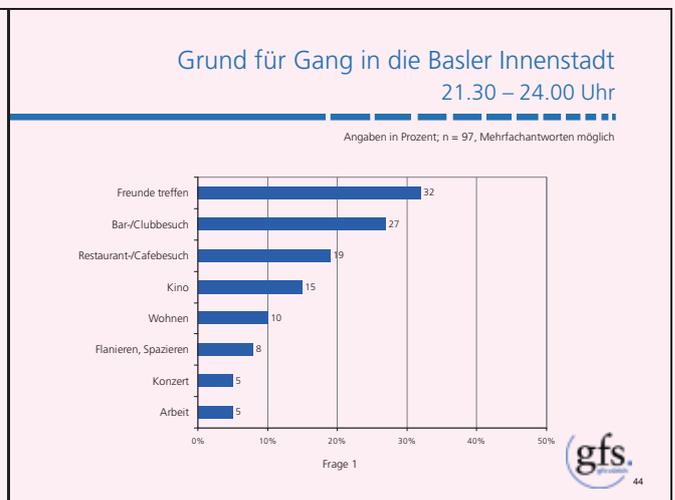
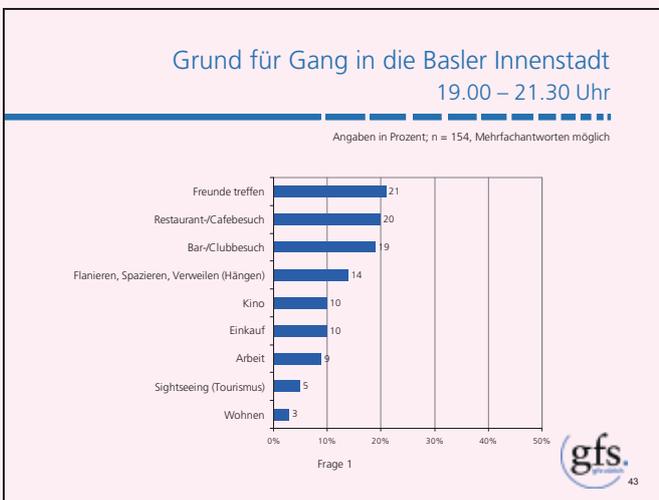
Morgens ist die Erledigung täglicher Bedürfnisse und Verpflichtungen der wichtigste Grund, um in die Innenstadt zu gehen. Nebst Einkauf, Arbeit und Schule gehören auch Arztbesuche und Bank-/Postgeschäfte dazu. Am Mittag nimmt die Bedeutung des Einkaufs ab, während deutlich mehr Menschen ins Restaurant gehen und Freunde treffen wollen.



Am Nachmittag ist der Einkauf mit Abstand das wichtigste Motiv für den Innenstadtbesuch. Viele gehen dann auch gerne Flanieren (besonders Sonntags). Am Vorabend trifft man viele Leute an, die von der Arbeit kommen. Es gehen auch nach wie vor viele einkaufen.

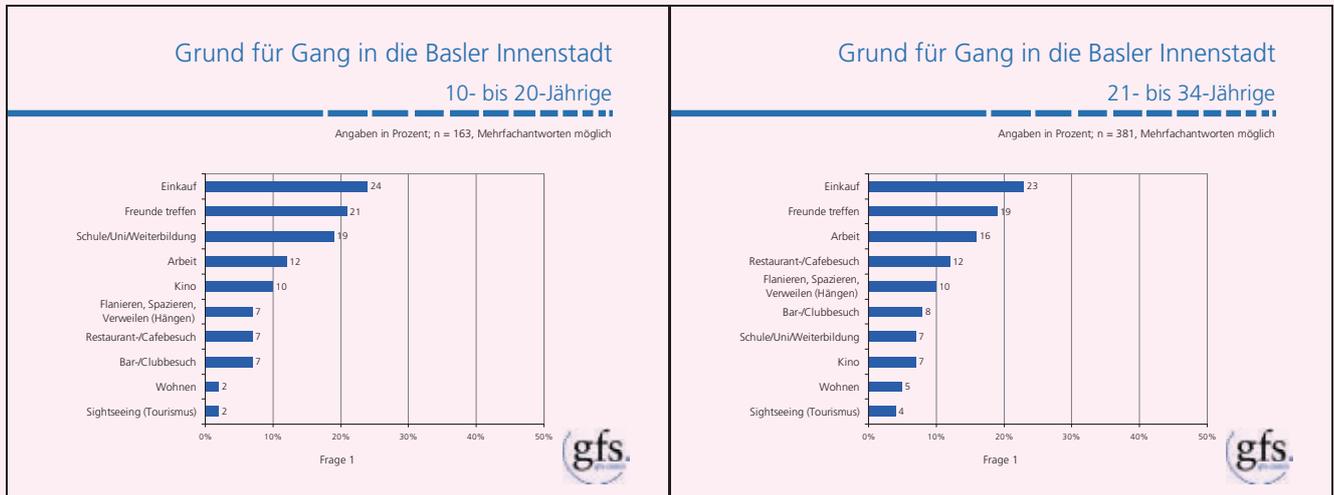


Nach 19 Uhr steht der Einkauf nicht mehr an erster Stelle. Das Treffen von Freunden, Restaurant- und Barbesuche stehen nun im Vordergrund. In den späteren Abendstunden gewinnen Bars und Clubs sowie Kinos an Bedeutung.

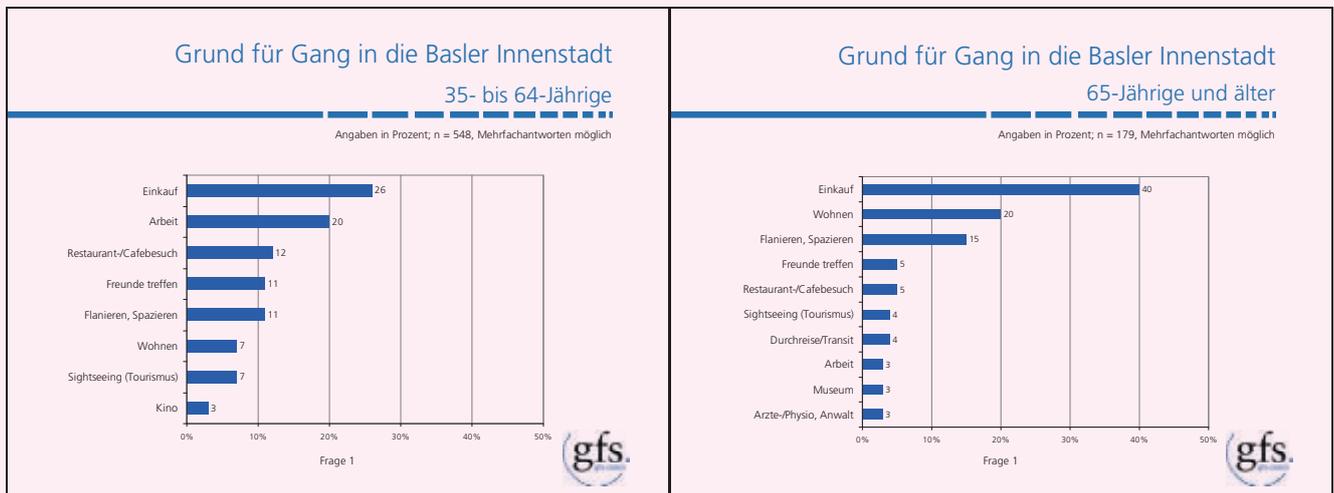


2.1.4 Grund für Innenstadtbesuch nach Alter

Die Motive für den Innenstadtbesuch sind bei den verschiedenen Altersgruppen recht unterschiedlich. Bei Kindern und Jugendlichen sind nebst dem Läden, das bei ihnen ebenfalls hoch im Kurs steht, vor allem das Treffen von Freunden und die Schule die wichtigsten Gründe für den Gang in die Innenstadt. Auch Kino ist bei dieser Altersgruppe recht beliebt. Bei den 21-34-Jährigen erhält die Arbeit bereits einen erhöhten Stellenwert. Wichtiger werden auch Flanieren und Restaurant-/Café-Besuche.

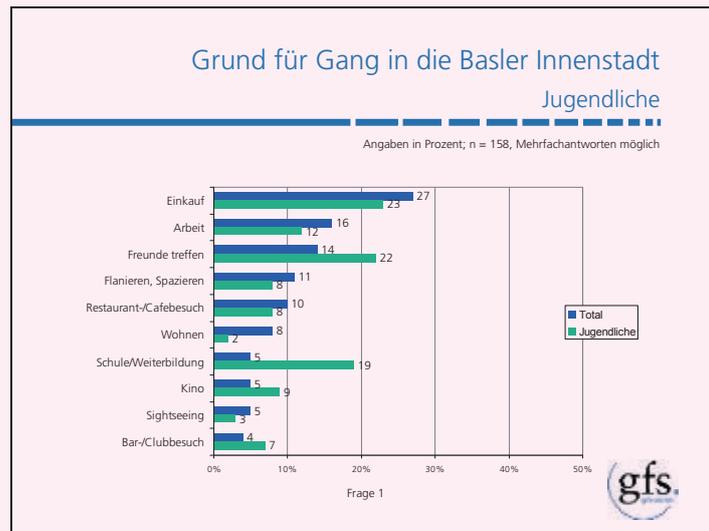


Bei den 35-64-Jährigen sind der Einkauf und die Arbeit die beiden wichtigsten Motive für den Innenstadtbesuch. Die Touristen sind hauptsächlich in diesem Alter. Die über 65-Jährigen kommen kaum mehr für Freizeitwecke in die Innenstadt. Dafür gehen 40% von Ihnen ihren (täglichen) Einkäufen nach und 20% wohnen hier. Von grösserer Bedeutung ist für die ältesten Besuchenden noch das Flanieren und Spazieren.

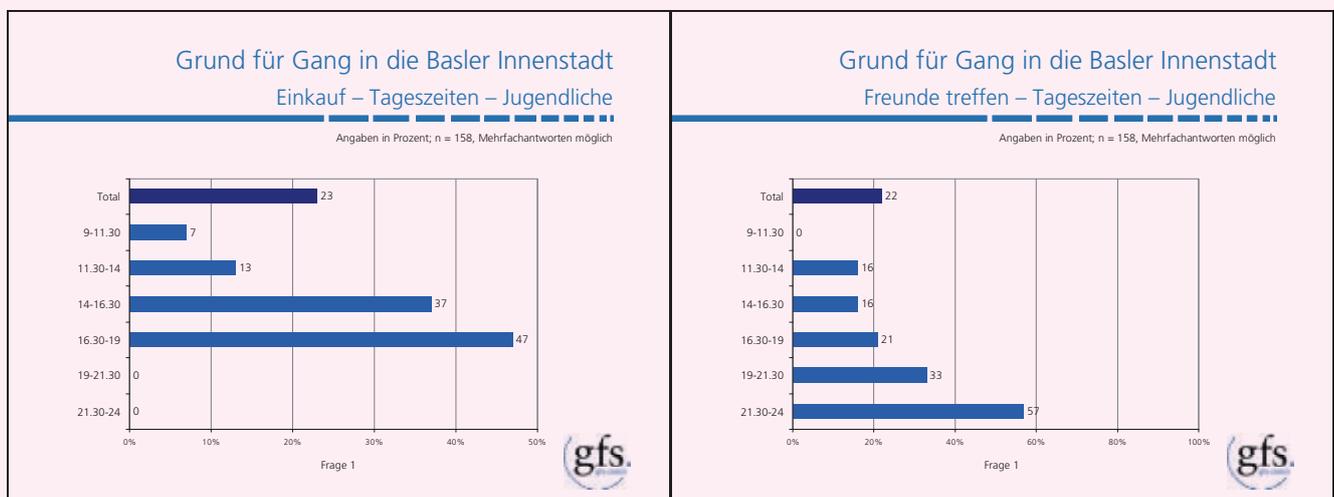


2.1.5 Grund für Innenstadtbesuch von Jugendlichen

Jugendliche im Alter zwischen 14 und 20 Jahren haben zum Teil andere Prioritäten beim Besuch der Innenstadt. Bei Ihnen hat „Freunde treffen“ praktisch die gleiche Bedeutung wie der Einkauf, der allerdings bei Mädchen (29%) klar an erster Stelle liegt. Ein knappes Fünftel der Jugendlichen kommt zur Ausbildung in die Innenstadt. Deutlich häufiger als bei den anderen Altersgruppen sind Kino- und Bar-/Clubbesuche. Es fällt aber auf, dass diese konkreten Ausgeh-Orte deutlich seltener als Grund fürs in die Stadt gehen angegeben werden, als das Treffen von Freunden; sie sind offenbar das Mittel zum Zweck, aber nicht unbedingt das Motiv für den Innenstadtbesuch. Der Anteil an Jugendlichen, die in der Innenstadt wohnen, ist verhältnismässig klein.

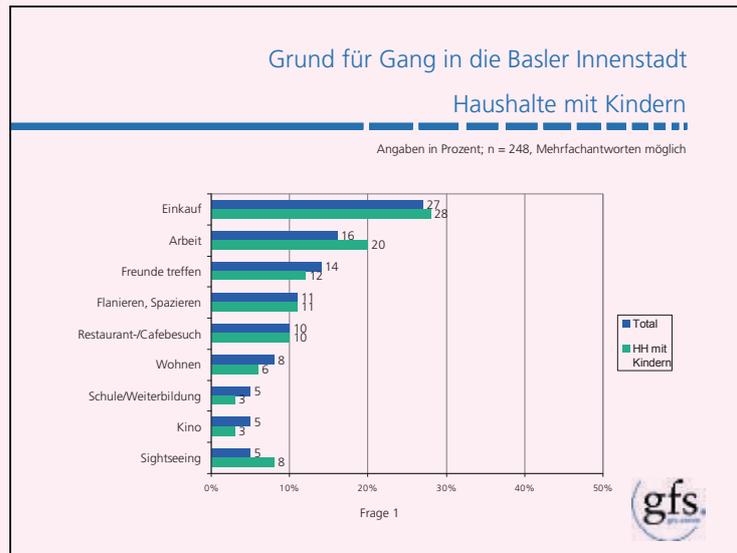


Während sich bei der Gesamtstichprobe die Einkäufe auf die gesamte Zeit zwischen 9 und 19 Uhr verteilen, gehen die Jugendlichen hauptsächlich nachmittags einkaufen, mit einem Peak am Vorabend. Vormittags bewegen sich die Jugendlichen hauptsächlich wegen der Schule in der Innenstadt. Abends steht das Zusammensein mit Freunden im Vordergrund. Je später der Abend, desto mehr ist dies der Grund für den Aufenthalt in der Innenstadt. Die Kinobesuche der Jugendlichen verteilen sich übrigens über den gesamten Zeitraum zwischen Mittag und spätem Abend, es gibt also keine Konzentration auf den Abend. Für Bar- und Clubbesuche hingegen kommt man explizit erst am Abend in die Innenstadt.



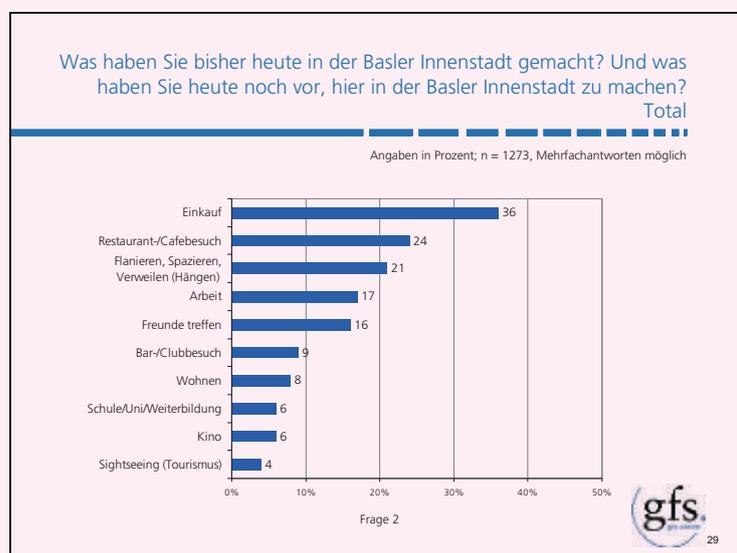
2.1.5 Grund für Innenstadtbesuch von Haushalten mit Kindern

Bei den Haushalten mit Kindern unterscheidet sich die Motivation für den Innenstadt-Besuch nicht wesentlich von derjenigen der Gesamtstichprobe. Erwartungsgemäss sind in dieser Gruppe mehr Personen zu finden, die zur Arbeit gehen und weniger, die Freunde treffen, eine Schule besuchen oder ins Kino gehen, was ausgeprägt Aktivitäten der Jugendlichen sind (siehe 2.1.4). Signifikant mehr Personen aus Haushalten mit Kindern als Alleinstehende halten sich aber zum Sightseeing in der Innenstadt auf. Der Grund dafür liegt darin, dass ein Drittel der ausländischen Innenstadt-Besucher Kinder im Haushalt haben, wo hingegen dieser Anteil bei den Schweizern nur gerade 15-19% beträgt.



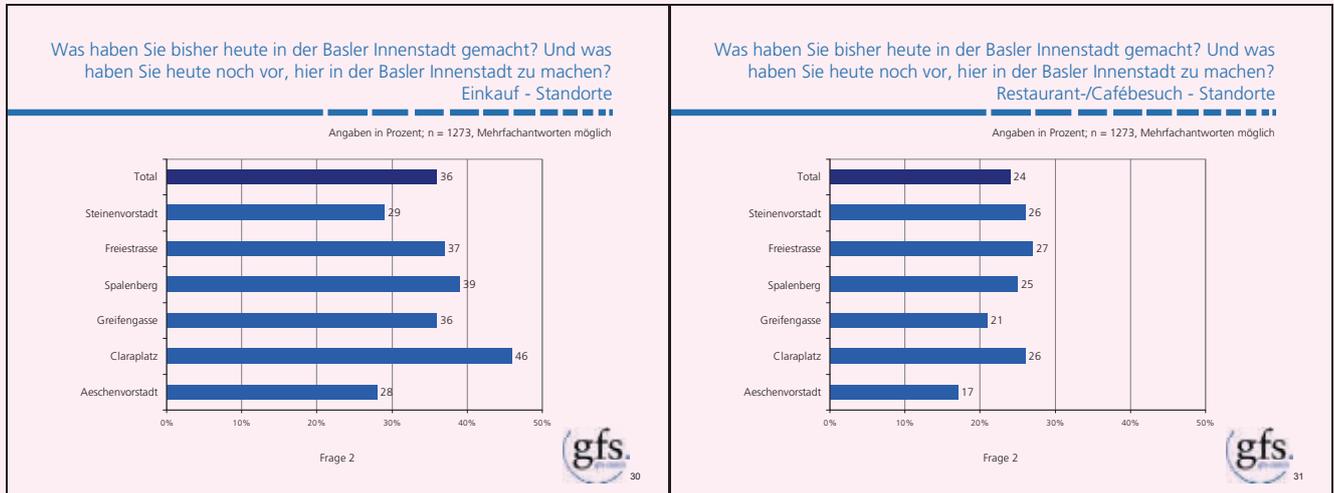
2.2 Tätigkeiten in der Basler Innenstadt

Neben dem eigentlichen Motiv, welches die Leute in die Innenstadt führt, wird dort in der Regel eine Vielzahl weiterer Tätigkeiten vorgenommen. Arbeit, Wohnen und Schule, aber auch Sightseeing und Kino sind dabei die Grundaktivitäten, zu denen dann spontan noch anderes hinzukombiniert wird. Besonders häufige Zusatz-Unternehmungen sind Einkäufe, Restaurant- und Cafébesuche und das Flanieren. Auch Bars und Clubs werden effektiv doppelt so häufig besucht als dass diese als Motiv für den Innenstadtbesuch angegeben wurden.

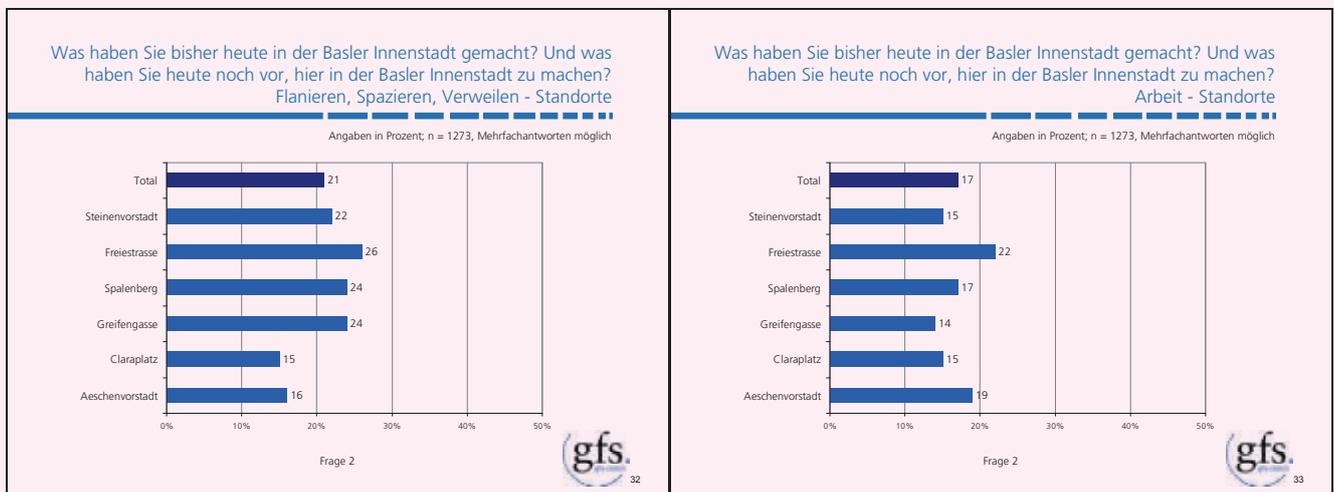


2.2.1 Tätigkeiten nach Standorten

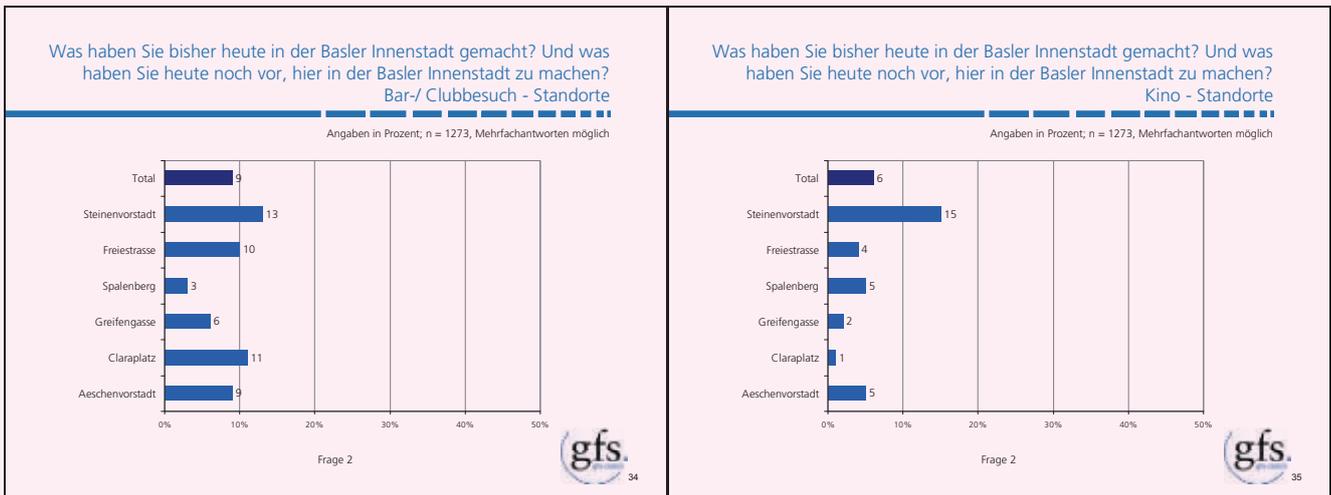
An allen Standorten ausser der Aeschenvorstadt und der Steinenvorstadt hat mindestens ein Drittel der Befragten eingekauft. Am Claraplatz war es fast die Hälfte. Rund ein Viertel war während dem Innenstadt-Besuch in einem Restaurant- oder Café, wobei dies an den Standorten Greifengasse und Aeschenvorstadt etwas seltener vorkam.



Ein Fünftel der Besucher war zum Flanieren, Spazieren in der Innenstadt. An den Standorten Freie Strasse (Einkaufsspaziergang), Spalenberg und Greifengasse waren es leicht mehr, an den Standorten Claraplatz und Aeschenvorstadt deutlich weniger. Die meisten Leute, die in der Innenstadt arbeiten, trifft man an den Standorten Freie Strasse und Aeschenvorstadt an.

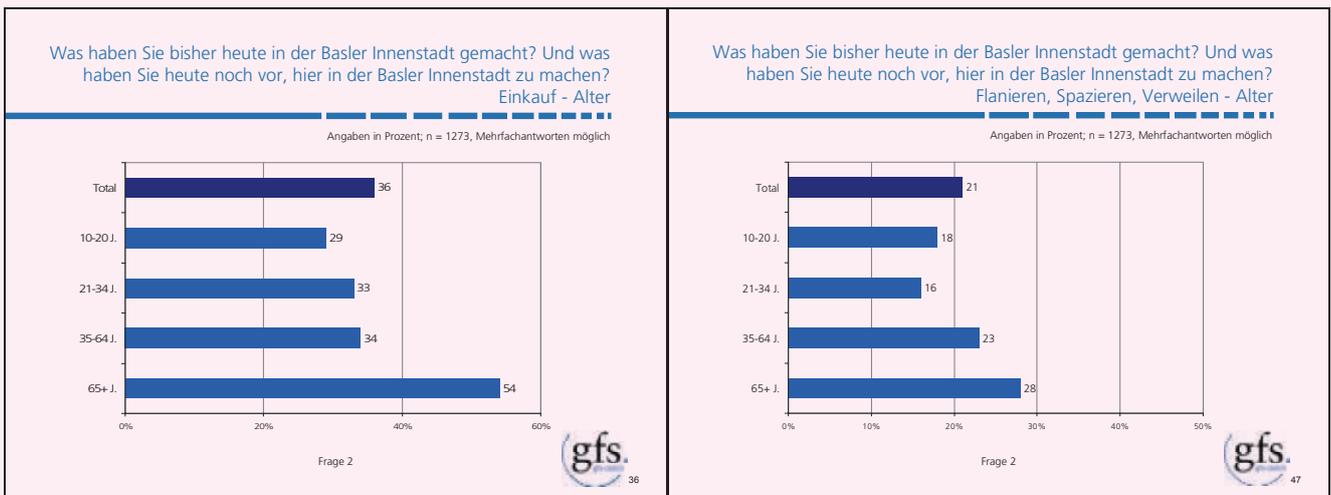


Bar- und Clubbesucher trifft man an den Standorten Steinenvorstadt und Claraplatz signifikant häufiger an, als am Standort Spalenberg. Die grosse Kinomeile ist eindeutig die Steinenvorstadt.

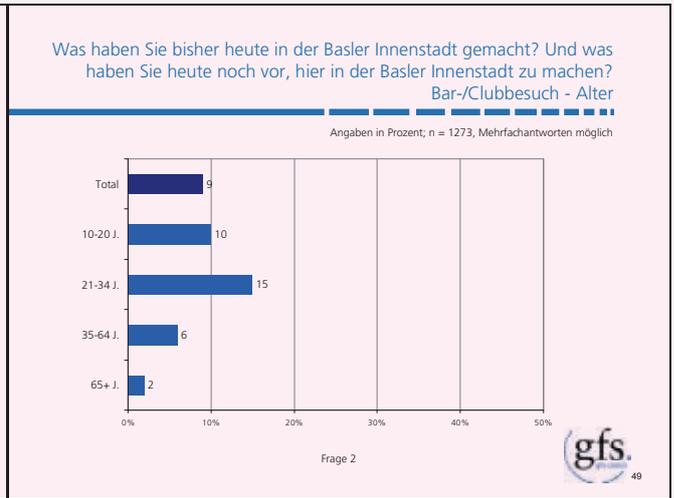
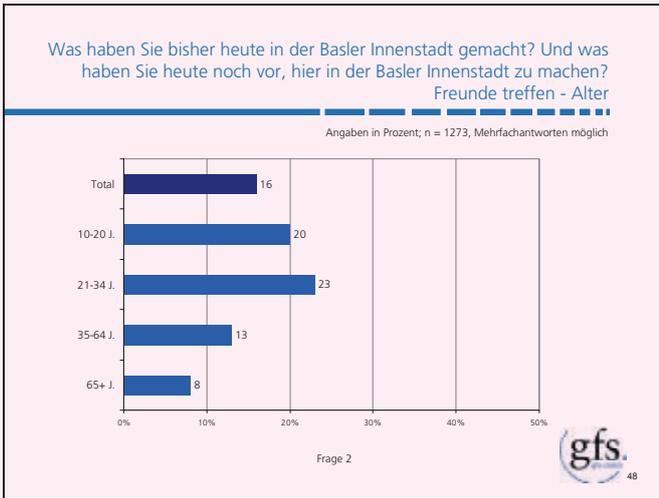


2.2.2 Tätigkeiten nach Alter

Dem Einkauf geht insgesamt ein Drittel der Besucher, aber gut die Hälfte der über 65-jährigen nach. Der Anteil der Flanierenden nimmt mit zunehmendem Alter zu, wobei sich der Akzent vermutlich verlagert. Die Jüngsten verstehen darunter wohl mehr ein „Hängen“ oder auch den Einkaufsbummel, bei den Älteren ist damit vermehrt ein klassischer Spaziergang gemeint.

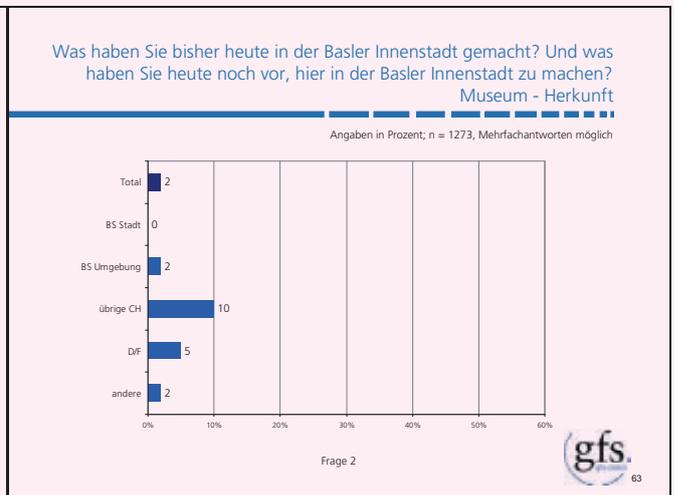
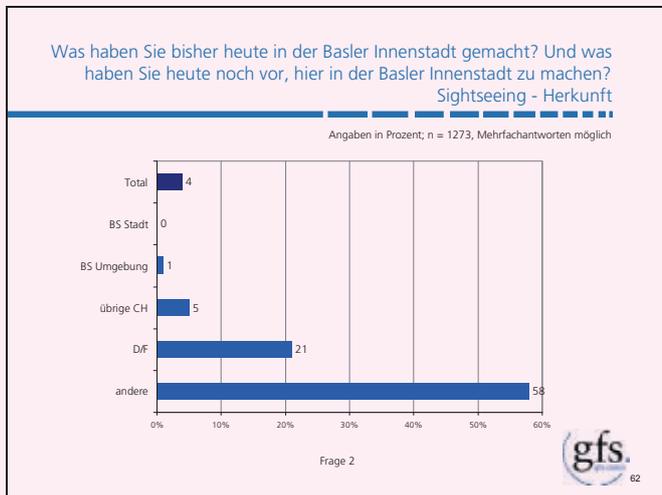
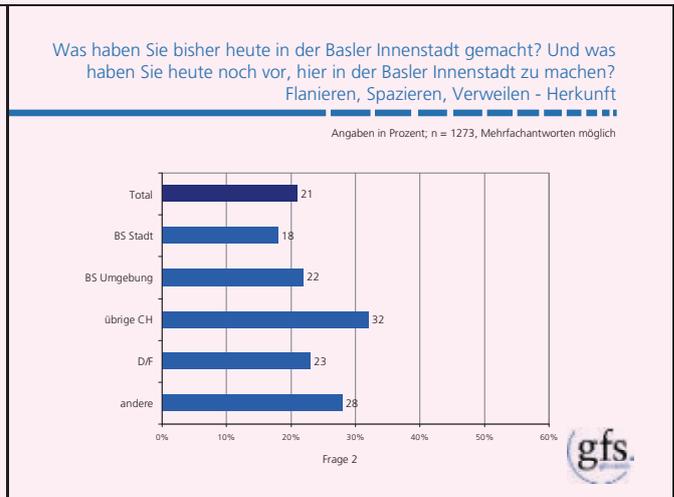
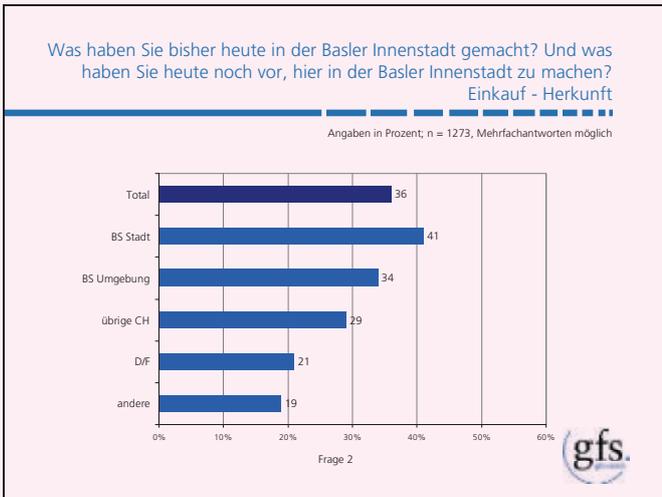


Freunde in der Innenstadt zu treffen, ist hauptsächlich eine Tätigkeit der unter 35-jährigen, genau gleich wie Bar- und Clubbesuche.



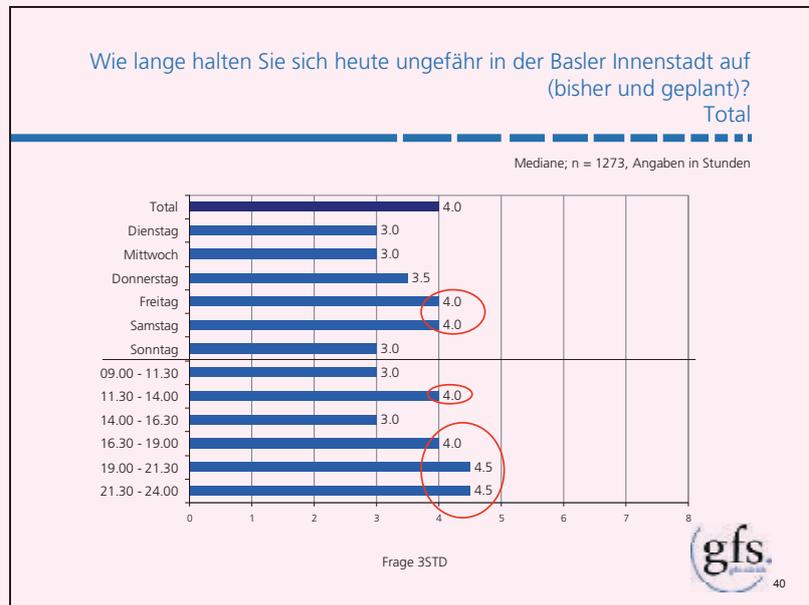
2.2.3 Tätigkeiten nach Herkunft

Der Einkauf gehört für die Menschen aus Basel-Stadt und Agglomeration signifikant häufiger zu den Aktivitäten in der Innenstadt. 41% der Stadtbasler Innenstadtbesucher und 34% aus der Agglomeration kaufen ein. Dem Flanieren frönen hingegen die von weiter her Anreisenden mehr. Sightseeing machen drei Fünftel der aus dem entfernteren Ausland stammenden Besucher, aber nur 5% der Schweizer. Diese kommen dafür signifikant häufiger zu einem Museumsbesuch nach Basel.

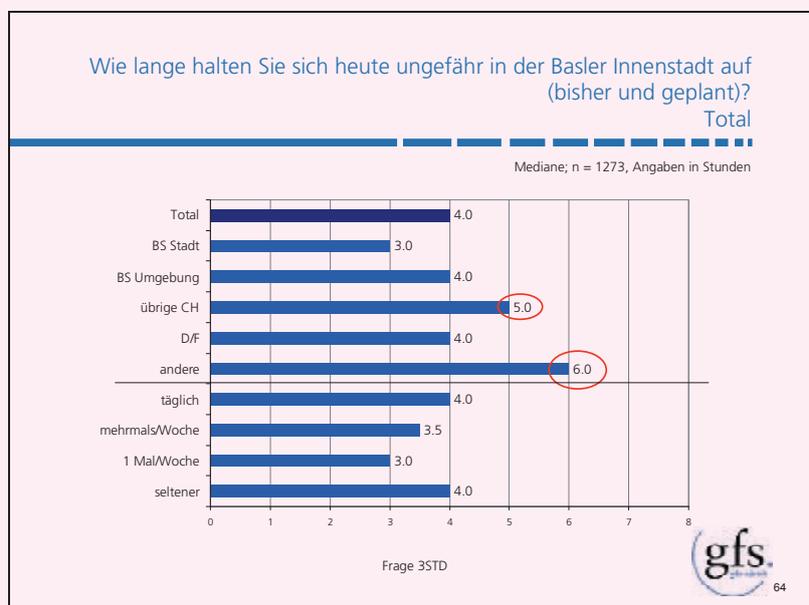


2.3 Dauer des Aufenthalts in der Basler Innenstadt

Der Mittelwert der Aufenthaltsdauer in der Innenstadt (Median) beträgt rund vier Stunden. An den Ausgangsabenden halten sich die Menschen tendenziell länger in der Stadt auf.

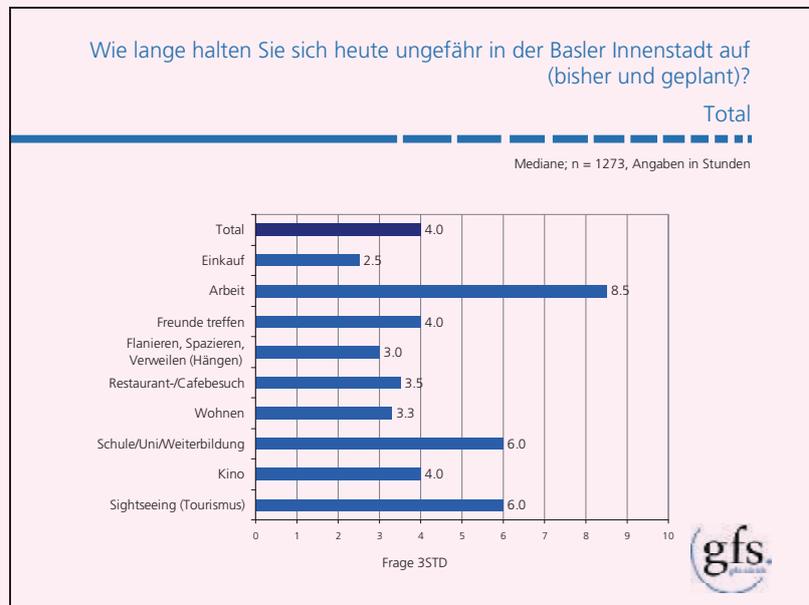


Einen Einfluss auf die Aufenthaltsdauer hat auch die Herkunft der Besucher: wer von weit her anreist, verbringt auch mehr Zeit in der Innenstadt. Baselstädter halten sich im Mittel drei Stunden, von ausserhalb der Agglomeration Anreisende fünf Stunden und aus dem weiteren Ausland Kommende sechs Stunden in der Innenstadt auf.

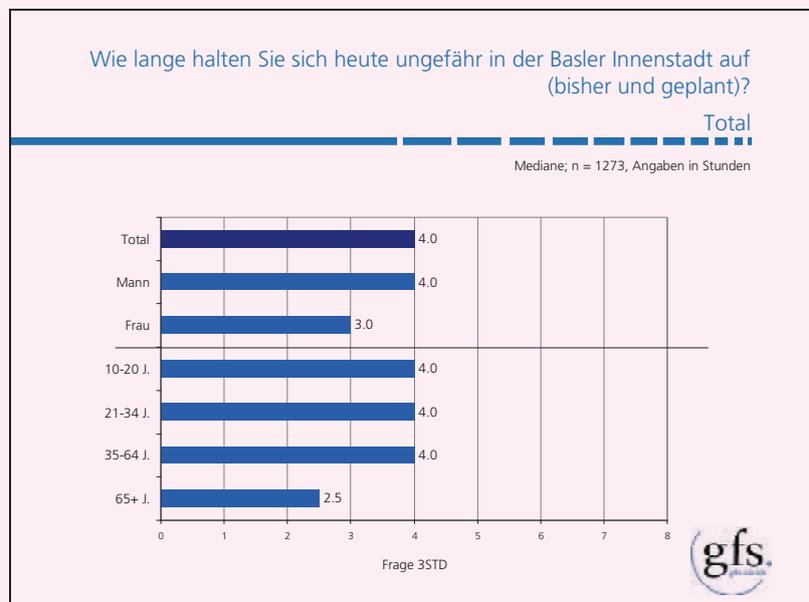


Die täglich in die Innenstadt kommenden Leute halten sich im Mittel länger auf als diejenigen, die nur an einigen Tagen pro Woche in die Innenstadt kommen. Dies dürfte darauf zurückzuführen sein, dass diejenigen, die in der Innenstadt arbeiten oder zur Schule gehen, den Schnitt nach oben drücken. Unter denjenigen, die seltener als ein Mal pro Woche in die Basler Innenstadt kommen, sind viele Touristen, die entsprechend längere Tagesaufenthalte haben.

Tatsächlich sind es die oben erwähnten drei Aufenthaltsgründe, für die am meisten Zeit in der Innenstadt verbracht wird. Am längsten halten sich die Arbeitenden in der Innenstadt auf (im Mittel 8.5 Stunden). Schüler und Touristen sind im Mittel je sechs Stunden pro Tag in der Basler Innenstadt. Am wenigsten Zeit braucht man für den Einkauf, der im Mittel nach 2.5 Stunden beendet ist. Allerdings drücken hier die Standorte Claraplatz, Aeschenvorstadt und Greifengasse mit einem Median von zwei Stunden den Durchschnitt nach unten. An den Standorten Steinenvorstadt und Freie Strasse verbringt man rund eine Stunde länger zum Einkaufen, am Spalenberg beträgt die Aufenthaltsdauer sogar fast vier Stunden.



Männer verbringen im Mittel etwas mehr Zeit in der Innenstadt als Frauen. Bei ihnen wirkt sich aus, dass mehr von ihnen zum Arbeiten hier sind.

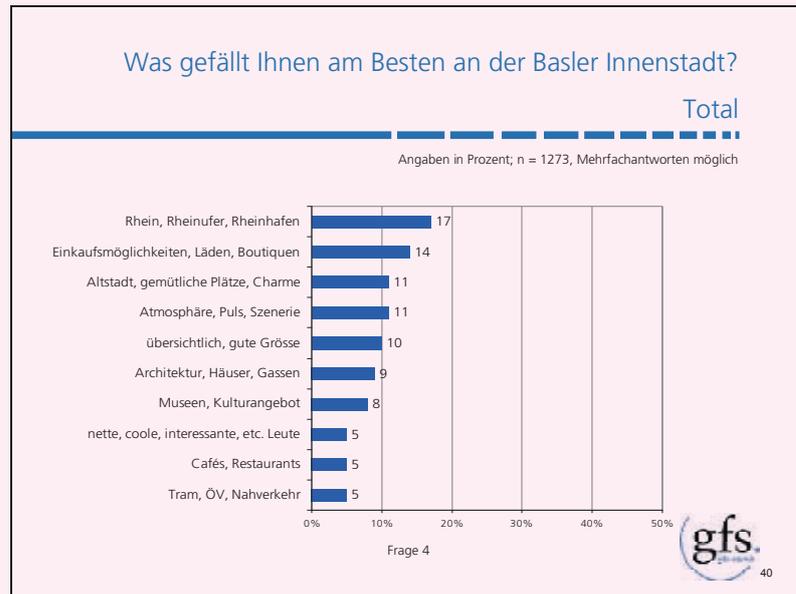


Bis zum 65. Altersjahr halten sich die Besucher im Mittel rund vier Stunden in der Innenstadt auf. Nach der Pensionierung wird die Aufenthaltsdauer deutlich kürzer. Hier kommt einerseits zum Tragen, dass die Arbeit als Grund für den Gang in die Innenstadt wegfällt und andererseits, dass ältere Menschen grundsätzlich weniger Zeit auswärts verbringen. Der Mittelwert der Aufenthaltsdauer wäre sogar unter zwei Stunden, würde man diejenigen, die in der Innenstadt wohnen, abziehen.

3 WELCHE Aspekte der Basler Innenstadt gefallen, welche nicht?

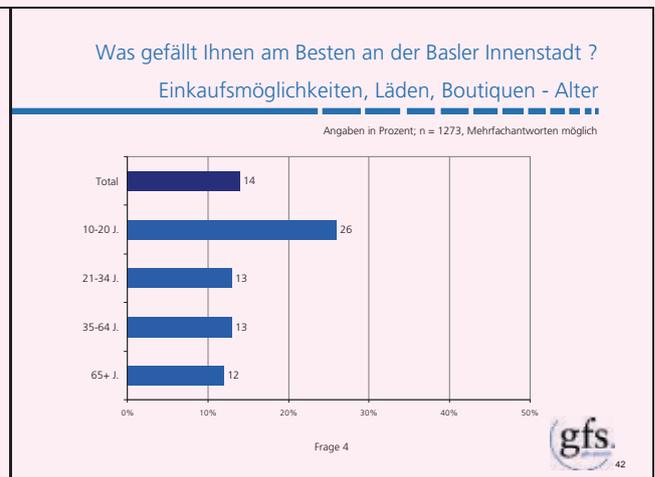
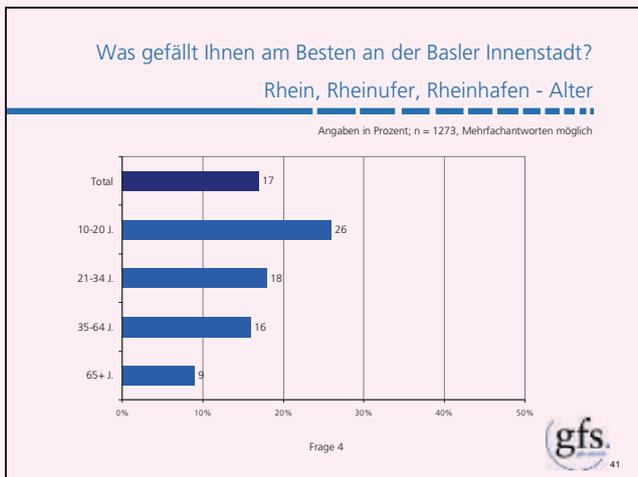
3.1 Pluspunkte

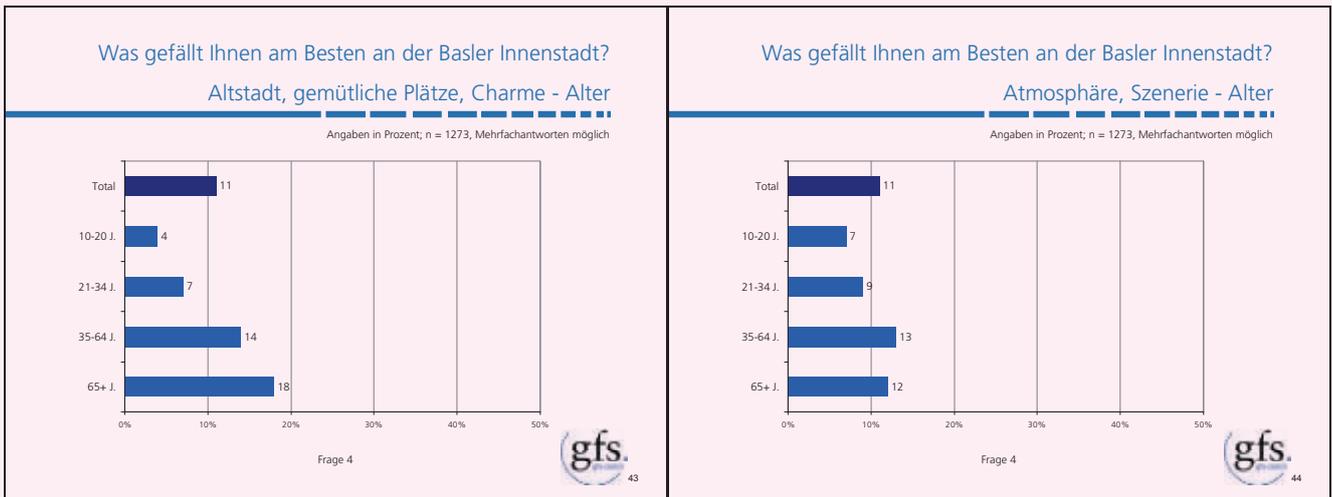
Die Basler Innenstadt kommt bei den Besuchern sehr gut an. Es werden sehr viele positive Punkte aufgezählt. Viele haben mit der Atmosphäre in Basel zu tun, sei es allgemein, landschaftlich, städtebaulich oder zwischenmenschlich. Am meisten positive Nennungen entfallen auf den Rhein, der auch von Basel Tourismus als eines der Wahrzeichen Basels gepriesen wird. An zweiter Stelle folgt das Einkaufsangebot, das ja für die meisten auch der Grund für den Gang in die Innenstadt ist.



3.1.1 Pluspunkte nach Alter

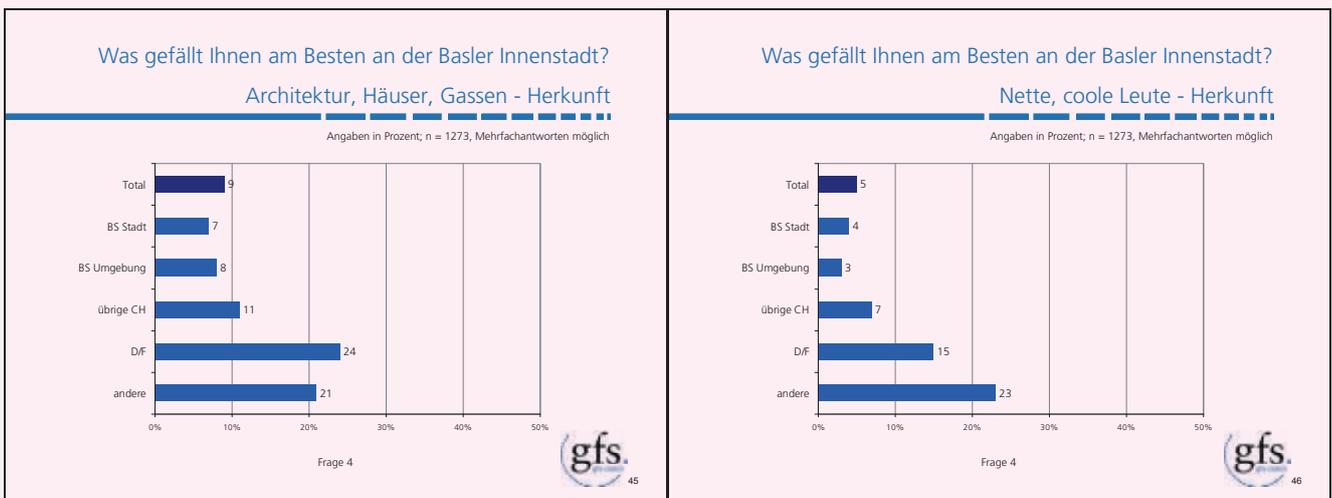
Zwischen den Altersgruppen gibt es unterschiedliche Priorisierungen. Der Rhein und seine Ufer sowie die Einkaufsmöglichkeiten werden von der jüngsten Gruppe der bis 20-jährigen besonders geschätzt. Mit zunehmendem Alter erhalten die Altstadt, die Plätze und Gassen einen grösseren Stellenwert.





3.1.2 Pluspunkte nach Herkunft

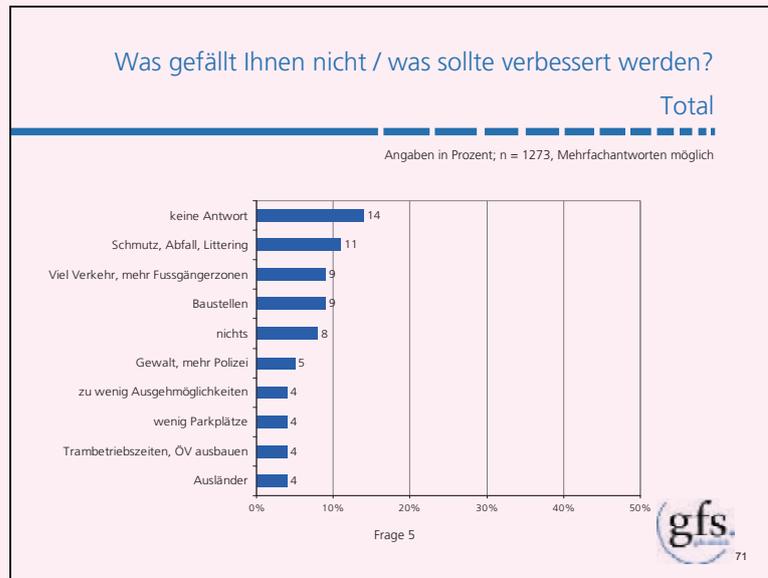
Während sich die Menschen aus der Agglomeration Basel besonders mit dem Rhein identifizieren und die guten Einkaufsmöglichkeiten in der Innenstadt hervorheben, gefallen den von weiter her Anreisenden andere Aspekte noch besser. So gefällt den Deutschen und Franzosen vor allem das gepflegte Stadtbild. Auch für andere Ausländer ist dies ein besonderes Gütezeichen, nebst den in Basel lebenden Menschen, die sie sehr nett finden.



3.2 Minuspunkte

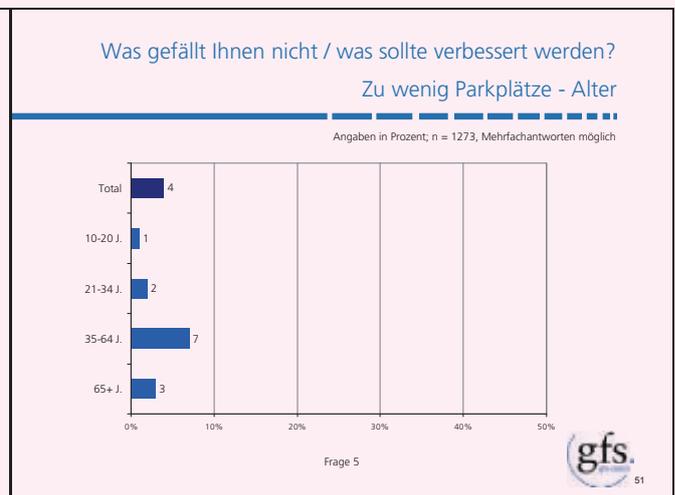
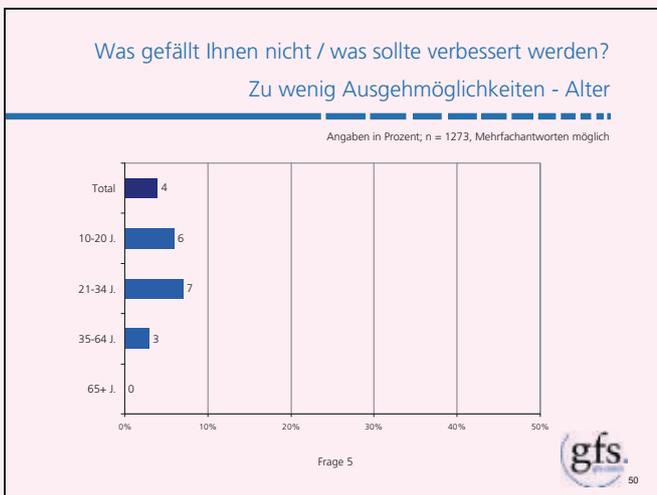
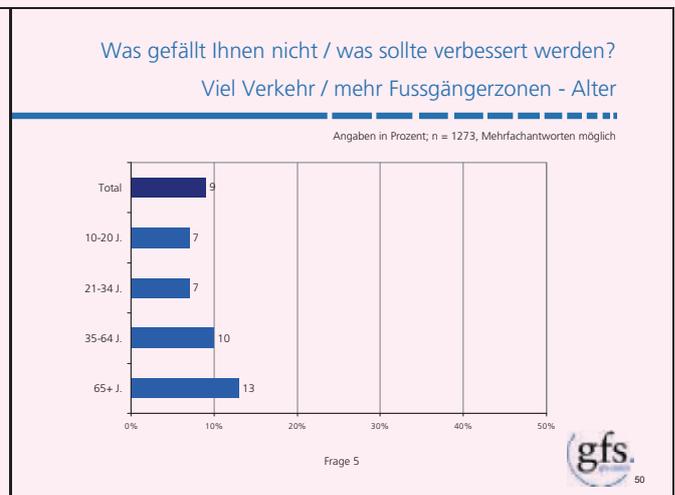
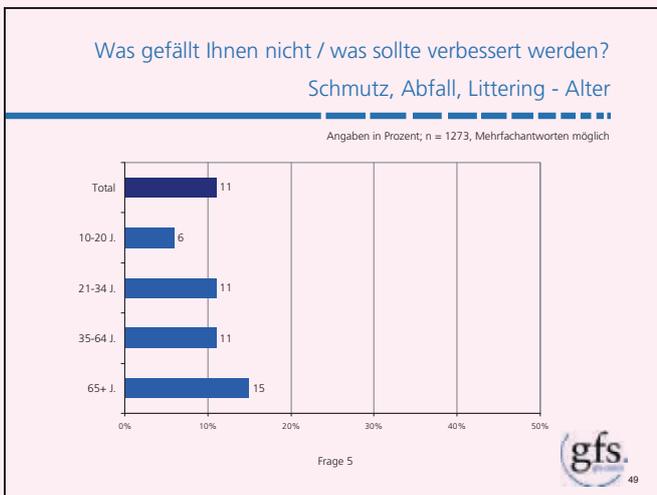
Minuspunkte werden von den Innenstadtbesuchern weniger genannt als Pluspunkte. 23% der Befragten machten hierzu keine Angabe. An vorderster Stelle der Problempunkte stehen der Abfall (Littering), der Verkehr und die Baustellen (9-11%). Je 4-5% monieren Gewalt, das knappe Angebot an Unterhaltungsmöglichkeiten, zu wenig Parkplätze, die Trambetriebszeiten und die vielen Ausländer.

Eine Detailanalyse der Befragten, die sich an zu wenigen Parkplätzen stören, zeigt, dass 31% von ihnen zur Arbeit in die Innenstadt kommen und 22% zum Einkaufen. Am Tag der Befragung sind 55% dieser Personen mit dem Auto gekommen; bei der Frage nach dem am häufigsten verwendeten Verkehrsmittel geben jedoch nur 43% das Auto an, 39% kommen üblicherweise per Bus und Tram.



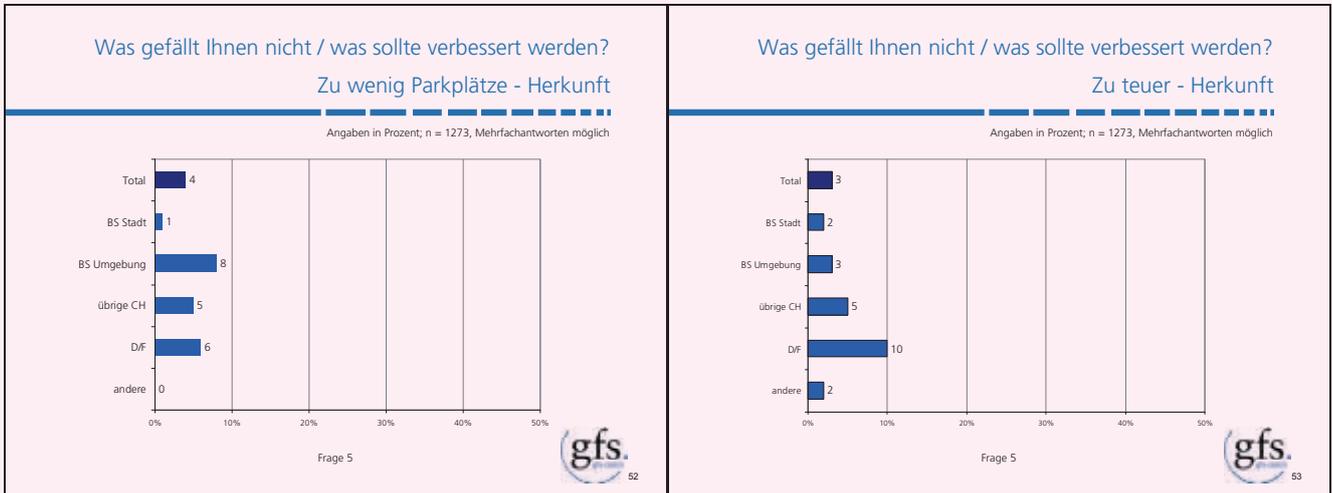
3.2.1 Minuspunkte nach Alter

Die jüngsten Innenstadtbesucher sind am wenigsten kritisch. 28% von Ihnen nennen überhaupt keine Punkte, die verbessert werden müssten. Das Littering ist für alle Altersgruppen über 20 Jahren das grösste Problem, knapp vor dem Verkehr. Es sind insbesondere auch Besucher mit Kindern, die sich mehr Fussgängerzonen wünschen. Die Jungen hätten zum Teil gerne ein breiteres Ausgangsangebot. Für die 35-64-jährigen ist auch das Parkplatzangebot ein Thema.



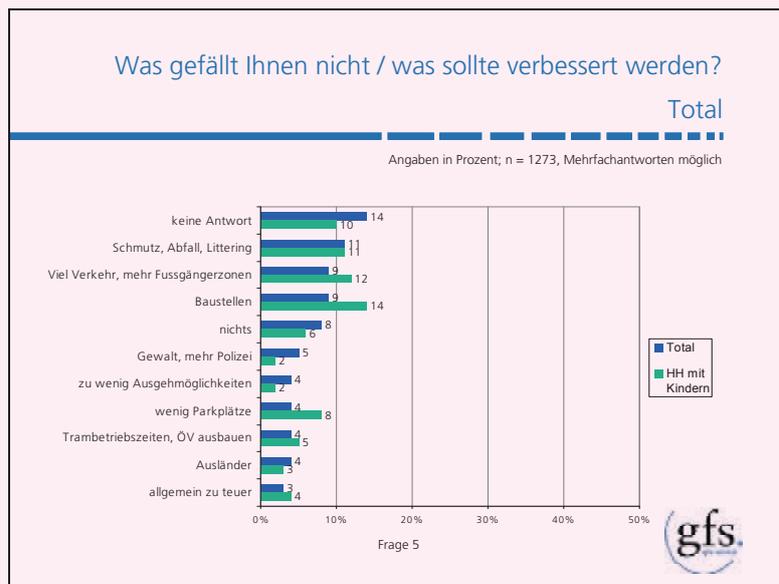
3.2.2 Minuspunkte nach Herkunft

Die Basler und die Besucher aus der näheren Umgebung stören sich naturgemäss an mehr Dingen in der Innenstadt als die von weiter her Anreisenden, weil sie sich häufiger dort aufhalten. Die Baustellen zum Beispiel werden umso weniger als Problem empfunden, je weiter die Besucher herkommen. Auswärtige fordern dafür deutlich häufiger als die Stadtbasler mehr Parkplätze. Deutsche und Franzosen empfinden Basel zudem zuweilen als teures Pflaster.



3.2.3 Minuspunkte bei Haushalten mit Kindern

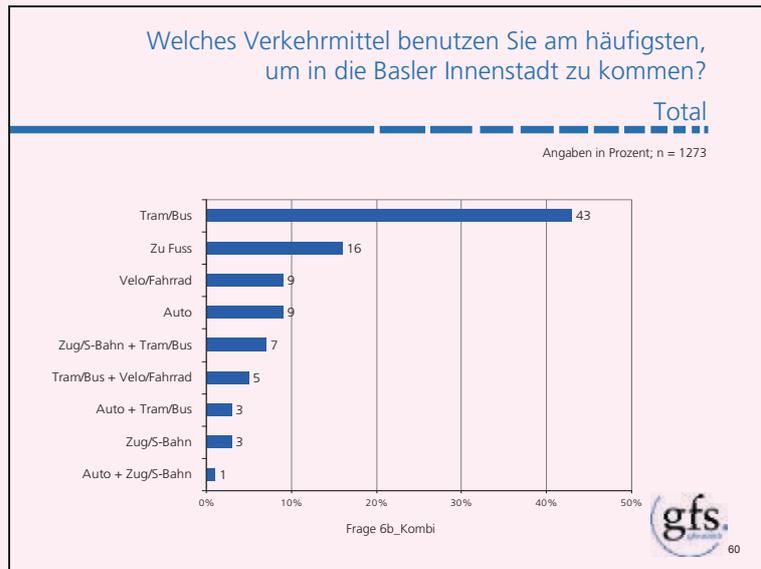
Personen, bei denen noch Kinder im Haushalt leben, monieren signifikant stärker die vielen Baustellen und die zu geringe Zahl an Parkplätzen in der Stadt. Sie wünschen sich auch häufiger mehr Fussgängerzonen. Interessanterweise sind es die gleichen Leute, die sich mehr Parkplätze wünschen, die sich am Verkehr in der Innenstadt stören. Ob diese (vor allem Besucher aus der Umgebung von Basel) dann auch die Parkhäuser ausserhalb der Innenstadt nutzen, und selber nicht in die Innenstadt fahren, muss eine andere Studie zeigen.



4 WIE gelangen die Besucher in die Innenstadt?

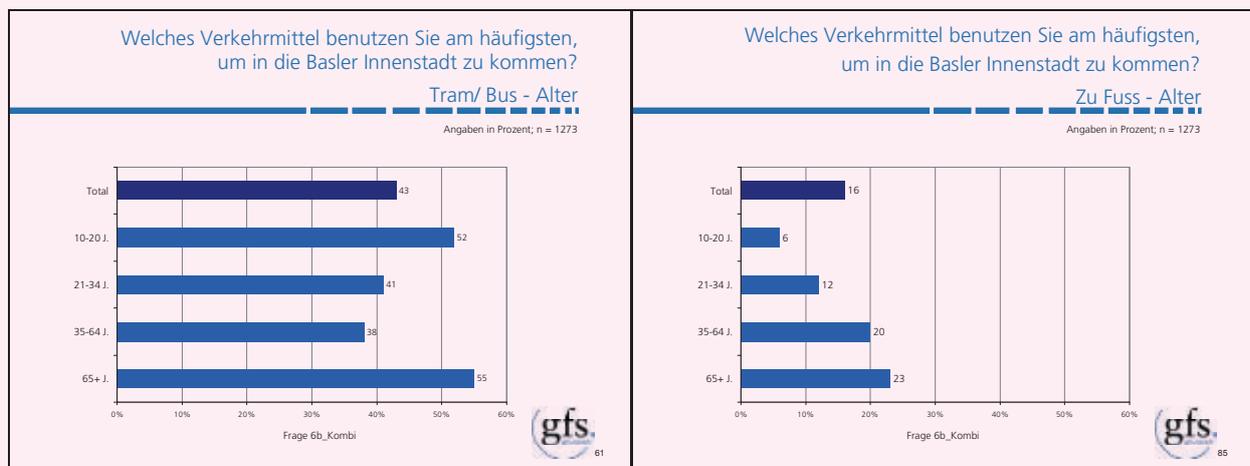
4.1 Häufigste Verkehrsmittel

Das Tram ist das weitaus beliebteste Verkehrsmittel, um in die Basler Innenstadt zu gelangen. 43% benutzen es exklusiv und weitere 15% in Kombination mit einem anderen Verkehrsmittel. 16% gehen in der Regel zu Fuss und je 9% nehmen entweder das Velo (hauptsächlich die Stadtbasler) oder das Auto (die Auswärtigen). Die häufigsten Verkehrsmittel-Kombinationen im Laufe der Strecke sind Zug/Tram, Tram/Velo und Auto/Tram. Eher selten werden Auto und Zug kombiniert.



4.1.1 Verkehrsmittel nach Alter

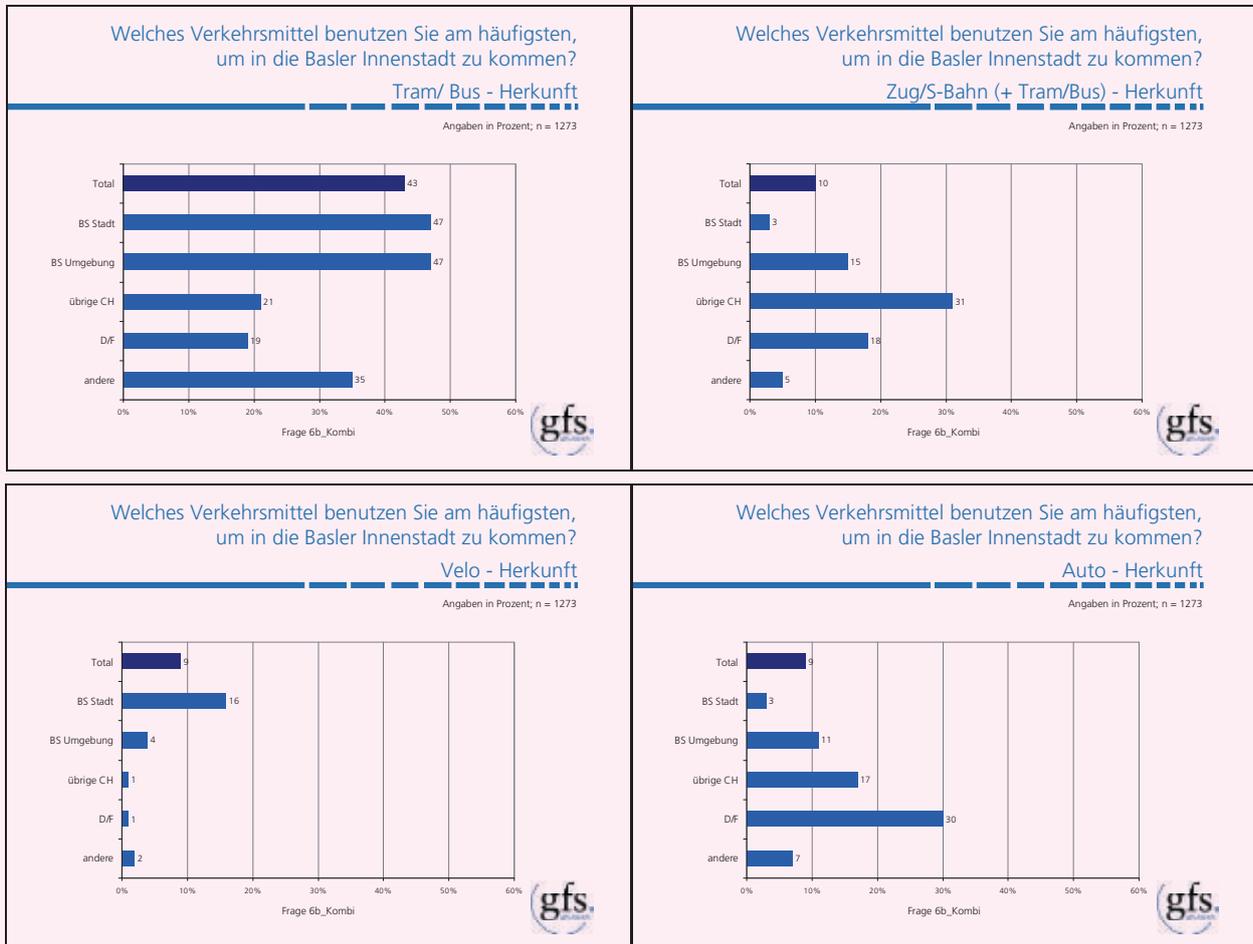
Die öffentlichen Verkehrsbetriebe sind für die jüngste und älteste Altersgruppe deutlich häufiger das wichtigste Fortbewegungsmittel, um in die Innenstadt zu gelangen, als für die mittleren Jahrgänge. Der Anteil der Fussgänger steigt mit zunehmendem Alter an.



Der Anteil der Velofahrer liegt bis zu einem Alter von 64 Jahren ausgeglichen bei rund 10%. Bei den älteren Personen beträgt der Anteil nur mehr 2%. Bei den Autofahrern gibt es keine signifikanten Unterschiede; ihr Anteil ist im Alter zwischen 21 und 64 Jahren am bedeutendsten.

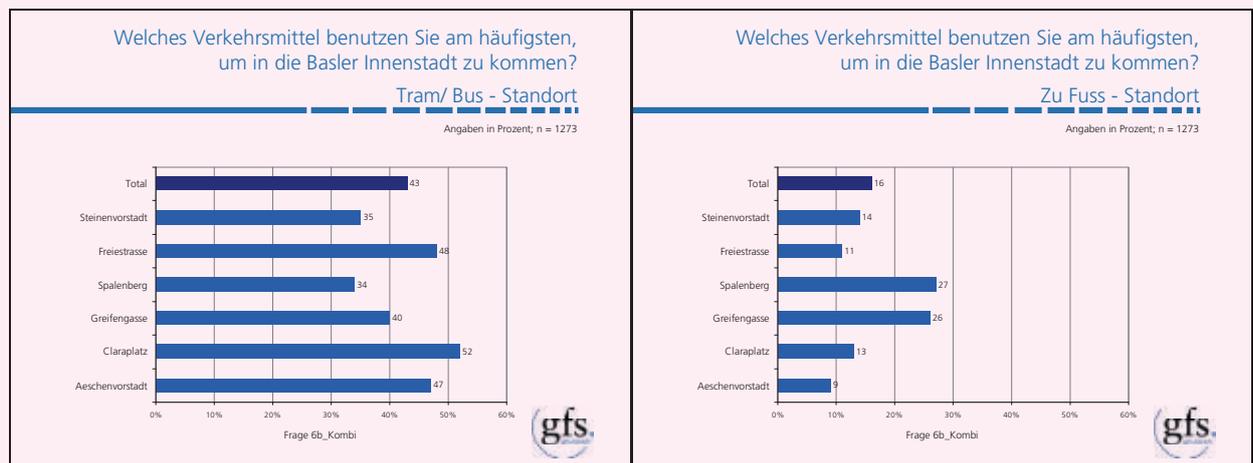
4.1.2 Verkehrsmittel nach Herkunft

Die Städter und die aus angrenzenden Gemeinden Anreisenden benutzen signifikant häufiger Tram und Bus zur Anreise als von weiter her Kommende. Schweizer, die von ausserhalb der Agglomeration Basel anreisen, tun dies häufiger als andere mit dem Zug. Mit dem Velo reisen hauptsächlich die Städter an, die gleichzeitig im Gegensatz zu den übrigen Besuchern bei der Fahrt in die Innenstadt fast gänzlich auf das Auto verzichten. Diejenigen, die häufigsten mit dem Auto in die Innenstadt reisen, sind Deutsche und Franzosen.

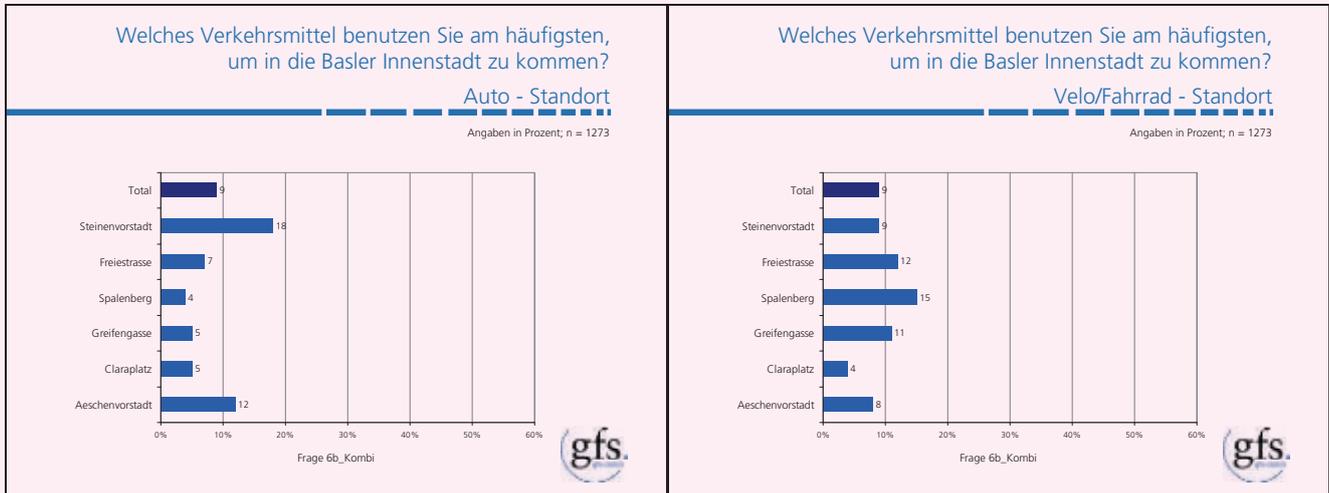


4.1.3 Verkehrsmittel nach Standorten

An allen Standorten ist der ÖV das am häufigsten benutzte Verkehrsmittel. An den Standorten Spalenberg und Greifengasse bewegt man sich besonders häufig zu Fuss.

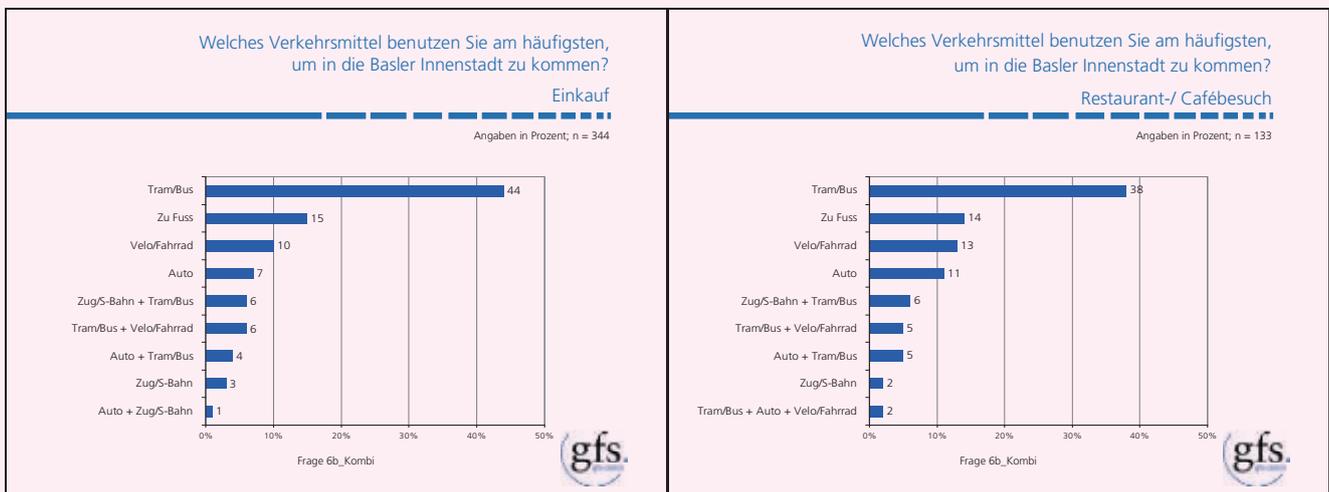


Am meisten Autofahrer trifft man am Standort Steinenvorstadt an, wo sich mehrere Parkhäuser in der Nähe befinden. Ausser am Standort Aeschenvorstadt sind nur wenige Passanten anzutreffen, die mit dem Auto angereist sind. Leute, die mit dem Velo unterwegs sind, trifft man überall in der Innenstadt gleichermassen an. Dass am Standort Claraplatz nur wenige Velofahrer angetroffen wurden, hängt wohl damit zusammen, dass der Claraplatz eher als Umsteigedrehpunkt für Trampassagiere dient¹.



4.1.4 Verkehrsmittel nach Grund für Innenstadtbesuch

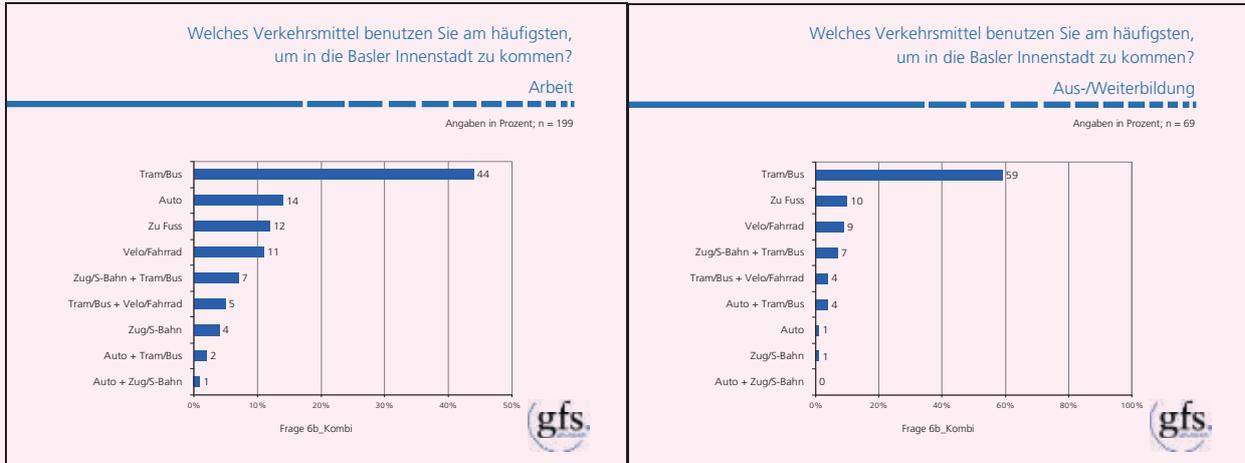
Für die meisten Verrichtungen sind die öffentlichen Verkehrsbetriebe das meistbenutzte Verkehrsmittel, um in die Innenstadt zu gelangen. Je nach Grund des Innenstadtbesuchs wählen zwischen 35 und 60% der Besucher den ÖV zur Fahrt in die Innenstadt.



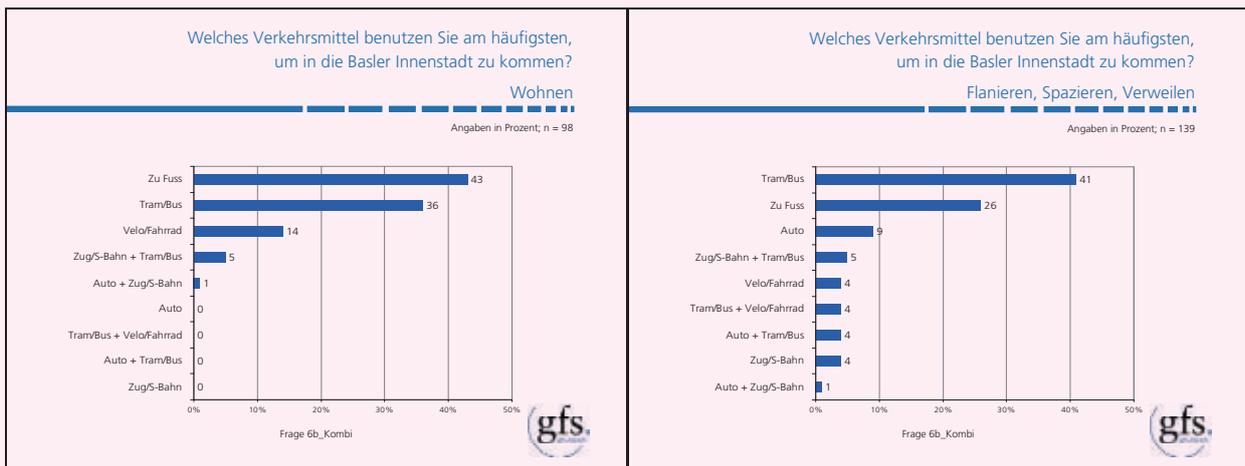
Die Reihenfolge der Verkehrsmittel ist bei denjenigen, die zum Einkauf oder Restaurant-/ Cafébesuch in die Stadt kommen, identisch. Weitaus das am häufigsten benutzte Verkehrsmittel ist in beiden Fällen Tram/Bus. Das Auto folgt erst an vierter Stelle, nach dem zu Fuss gehen und dem Velo. Ins Restaurant fahren 11% und zum Einkaufen 7% mit dem Auto. Es ist also nicht so, dass fürs Einkaufen häufiger das Auto als Transportmittel verwendet wird.

¹ Die Velofahrer sind wahrscheinlich die am schwierigsten zu erfassende Gruppe der Innenstadtbesucher. Da sie in der Regel sehr direkt zu ihrem Ziel fahren, legen sie häufig nur verhältnismässig kurze Distanzen zu Fuss zurück und sind entsprechend schwer erreichbar für die Befragungen vor Ort.

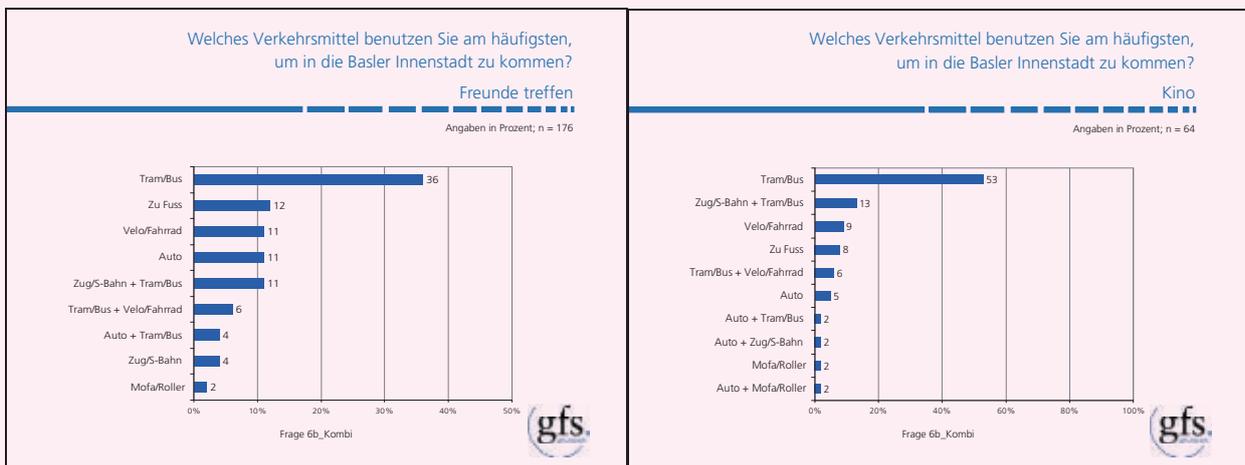
Für den Weg zur Arbeit wird etwas häufiger das Auto verwendet, allerdings sind es auch nur 14%. Wahrscheinlich ist es von einem zur Verfügung stehenden Parkplatz abhängig, ob man mit dem Auto oder ÖV zur Arbeit fährt. Ganz eindeutig ist es bei den Schülern: sie kommen in aller Regel per Tram/Bus zur Aus-/Weiterbildung, allenfalls kombiniert mit Zug oder Fahrrad.



Diejenigen, die in der Innenstadt Wohnen, können sich grösstenteils zu Fuss bewegen. Tram/ Bus oder das Velo sind Alternativen für sie. Zum Flanieren kommt ein grösserer Teil zu Fuss.

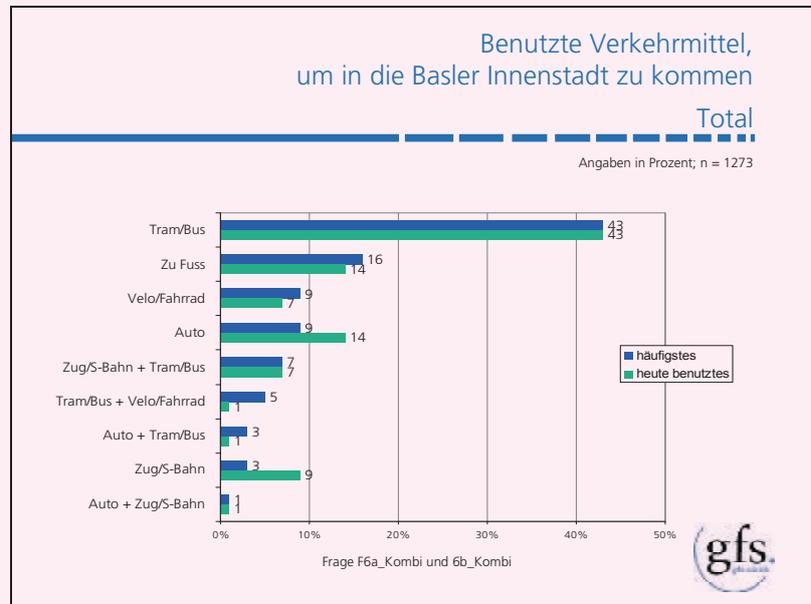


Wer Freunde treffen will, kommt seltener als der Gesamtdurchschnitt mit Tram/Bus oder zu Fuss. Leicht erhöht sind dagegen die Anteile von Velo, Auto und S-Bahn. Ins Kino gehen nur halb so viele zu Fuss, wie im Gesamtschnitt. Die meisten nehmen Tram/Bus, es kommen aber auch viele Auswärtige, die per Zug und Tram anreisen.



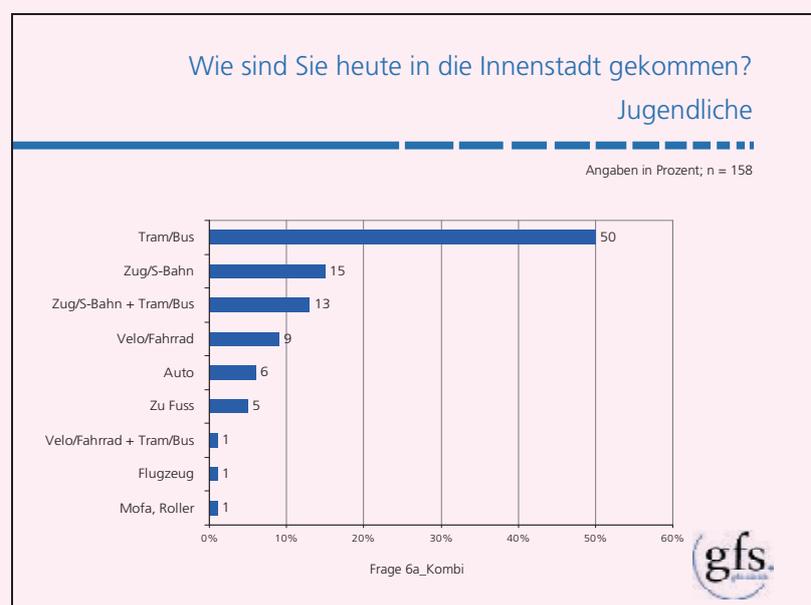
4.2 Am Befragungstag benutztes Verkehrsmittel

Interessant ist ein Vergleich der am häufigsten benutzten Verkehrsmittel mit denjenigen, die am Tag der Befragung benutzt wurden. Dabei fällt auf, dass die Anteile von Auto und Zug am Tag der Befragung deutlich höher waren, als sie als häufigstes Transportmittel angegeben wurden. Beim Auto liegt der Grund darin, dass dieses am Mittwoch Nachmittag, am Freitag und Samstag Abend sowie am Sonntag Nachmittag vermehrt für Gelegenheitsfahrten in die Stadt benutzt wird.

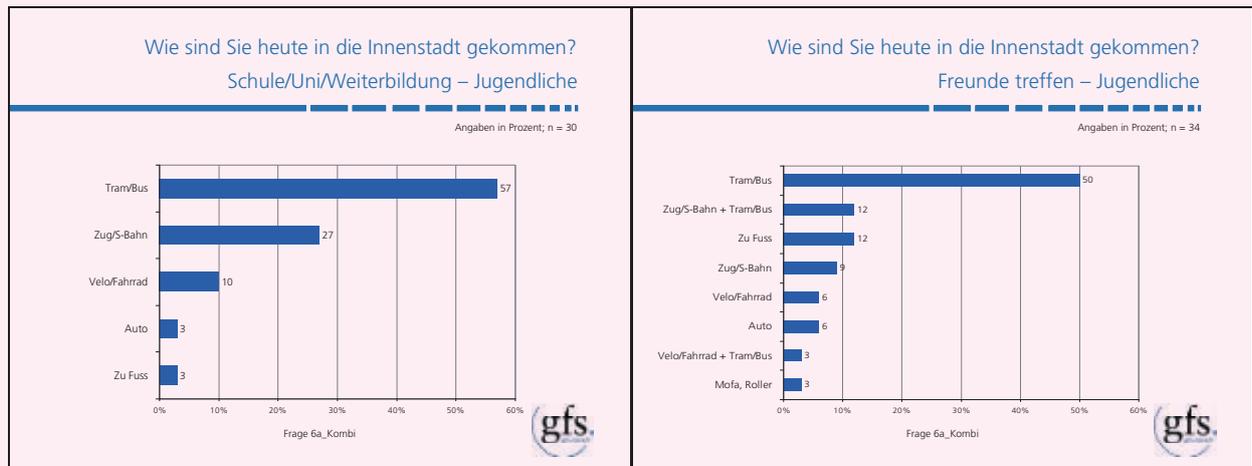


4.2.1 Benutzte Verkehrsmittel der Jugendlichen

Jugendliche benutzen erwartungsgemäss häufiger die öffentlichen Verkehrsmittel. Die Hälfte der Befragten ist mit dem Tram/Bus in die Stadt gekommen, weitere 28% liessen sich mit dem Zug transportieren, zum Teil kombiniert mit Tram/Bus. Das Velo hat den gleichen Anteil wie bei der Gesamtstichprobe. Deutlich geringer sind die Anteile der Autofahrer und derjenigen, die den ganzen Weg zu Fuss gegangen sind.

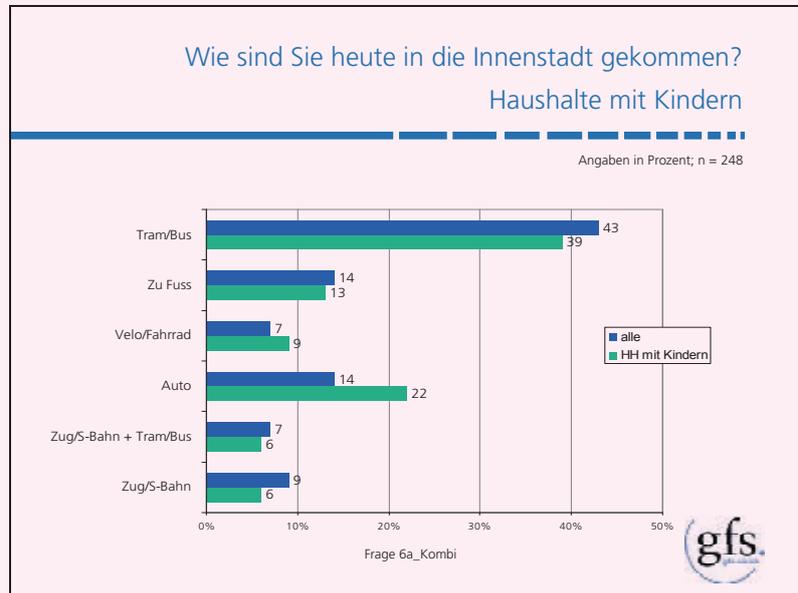


Jugendliche, die zu Ausbildungszwecken in die Innenstadt kommen, tun dies zu 84% mit dem öffentlichen Verkehr. Für den Ausgang ist die Wahl der Verkehrsmittel etwas differenzierter. Es gibt mehr Kombinationen und ein deutlich höherer Anteil geht zu Fuss.



4.2.1 Benutzte Verkehrsmittel von Haushalten mit Kindern

Personen aus Haushalten mit Kindern kommen deutlich häufiger als andere mit dem Auto in die Stadt. Dies hängt sicher auch damit zusammen, dass diese zu der Altersgruppe gehören, die am häufigsten mit dem Auto in die Innenstadt kommt (siehe 4.1.1). Es ist gleichzeitig diejenige Altersgruppe, die zur erwerbstätigen Bevölkerung gehört, welche wiederum einen erhöhten Anteil an Autofahrten aufweist (siehe 4.1.4).



III Technischer Bericht

Methode:	face to face
Zeitraum der Befragung:	9. – 22. Oktober 2010
Realisierte Stichprobe:	76'533 Besucher (Frequenzzählungen) 1'237 Interviews (Befragungen)
Ausschöpfung Befragung:	24.5%
Besondere Vorkommnisse:	<ul style="list-style-type: none"> - Wetterbedingt wurden in der ersten Woche eher mehr Interviews realisiert. Durch den Kälteeinbruch und den Regen am Samstag, 16.10. und Sonntag 17.10. waren die Passanten eher weniger bereit für ein Interview. Aufgrund der Regenfälle mussten die Interviewer den Standort jeweils 1-3 Meter verschieben, um ein regenfreies Interview zu führen. Die imaginäre Linie hat sich dabei aber nicht verschoben. - Der Standort am Claraplatz war abends etwas schwierig, da sich einige Junkies oder eigenartige Gestalten am Ort aufhielten. Eine Mitarbeiterin fühlte sich dort einmal derart unwohl, dass sie um 22:00 Uhr den Standort auf die andere Strassenseite zur Busstation wechselte und schliesslich die Schicht eine Stunde früher beendete. - Am Samstag, 16.10. fand in Basel eine Demonstration statt. Der Zug lief durch die ganze Basler Innenstadt, was es für ca. 15 Minuten sehr schwierig bis unmöglich machte, Umfragen zu führen oder sämtliche Passanten zu notieren.
Verantwortliches Institut:	gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung
Verantwortliche Projektleiter:	Martin Abele, lic. phil. Dr. Peter-Spichiger-Carlsson

Schlussbericht gfs-zürich Modul 2

Nutzerstudie Modul 2 / Oktober 2011, Umfang 44 Seiten
Reproduktion in der Originalfassung / -darstellung

/ 2

Innenstadt - Qualität im Zentrum Nutzerstudie Modul 2

| Schlussbericht

Martin Abele, lic. phil, Projektleiter

Dr. Peter Spichiger-Carlsson, Institutsleiter

**Projekt: 11708
Oktober 2011**

Inhaltsverzeichnis

HAUPTRESULTATE IN KÜRZE	4
I AUFGABENSTELLUNG UND VORGEHEN	6
II ERGEBNISSE IM DETAIL.....	8
1 Persönliche Nutzung der Basler Innenstadt?	8
1.1 Häufigkeit der Innenstadtbesuche	8
1.2 Tätigkeiten der Innenstadt-Nutzer	9
1.2.1 Tätigkeiten der ausserhalb der Innenstadt Wohnenden	9
1.2.1.1 Einkäufe	10
1.2.1.2 Gastronomie	13
1.2.2 Tätigkeiten der Innenstadt-Bewohner	15
1.2.2.1 Einkäufe	15
1.2.2.2 Gastronomie	16
1.3 Benutzte Verkehrsmittel	17
1.3.1 Verkehrsmittel der ausserhalb der Innenstadt Wohnenden	17
1.3.2 Verkehrsmittel der Innenstadt-Bewohner	18
2 Qualität der öffentlichen Räume	20
2.1 Lieblingsorte	20
2.1.1 Beurteilung verschiedener Aspekte an den Lieblingsorten	21
2.1.1.1 Atmosphäre	21
2.1.1.2 Gestaltung (Ästhetik)	21
2.1.1.3 Verweil-, Sitzmöglichkeiten, Aufenthalt	22
2.1.1.4 Barrierefreiheit (wenig Stufen, etc.)	22
2.1.1.5 Verkehrssituation	23
2.1.1.6 Verkehrssicherheit	23
2.1.1.7 Lärmsituation	24
2.1.1.8 Sicherheit (Kriminalität)	24
2.1.1.9 Sauberkeit	25
2.1.1.10 Infrastruktur (WC, Beleuchtung, etc.)	25
2.2 Orte, wo man nicht gerne ist	26
2.2.1 Beurteilung verschiedener Aspekte ungeliebten Orten	27
2.2.1.1 Atmosphäre	27
2.2.1.2 Gestaltung (Ästhetik)	27

2.2.1.3	Verweil-, Sitzmöglichkeiten, Aufenthalt	28
2.2.1.4	Barrierefreiheit (wenig Stufen, etc.)	28
2.2.1.5	Verkehrssituation	29
2.2.1.6	Verkehrssicherheit	29
2.2.1.7	Lärmsituation	30
2.2.1.8	Sicherheit (Kriminalität)	30
2.2.1.9	Sauberkeit	31
2.2.1.10	Infrastruktur (WC, Beleuchtung, etc.)	31
2.3	Übersicht der beliebten und ungeliebten Orte	32
3	Belebung der Innenstadt	33
3.1	Belebung zu verschiedenen Tageszeiten	33
3.1.1	Belebung gemäss den ausserhalb der Innenstadt Wohnenden	33
3.1.2	Belebung gemäss den Innenstadt-Bewohnern	33
3.1.3	Belebung gemäss den Gewerbetreibenden	34
3.2	Menge an Angeboten im öffentlichen Raum	34
3.2.1	Angebotsmenge gemäss den ausserhalb der Innenstadt Wohnenden	34
3.2.2	Angebotsmenge gemäss den Innenstadt-Bewohnern	35
3.2.3	Angebotsmenge gemäss den Gewerbetreibenden	35
3.3	Zusätzlich gewünschte Angebote im öffentlichen Raum	36
3.3.1	Angebotswünsche der ausserhalb der Innenstadt Wohnenden	36
3.3.2	Angebotswünsche der Innenstadt-Bewohner	36
3.3.3	Angebotswünsche der Gewerbetreibenden	37
3.4	Verzichtbare Angebote im öffentlichen Raum	37
3.4.1	Verzichtbares gemäss den ausserhalb der Innenstadt Wohnenden	37
3.4.2	Verzichtbares gemäss den Innenstadt-Bewohner	38
3.4.3	Verzichtbares gemäss den Gewerbetreibenden	38
4	Standortfaktoren für das Gewerbe	39
4.1	Bewertung verschiedener Standortfaktoren der Innenstadt	39
4.2	Was zeichnet eine gute Standortqualität aus?	40
5	Verbesserungswünsche	41
5.1	Wünsche der ausserhalb der Innenstadt Wohnenden	41
5.2	Wünsche der Innenstadt-Bewohner	41
5.3	Wünsche der Gewerbetreibenden	42
6	Schlussfolgerungen aus Modul 1 und 2	43
III	TECHNISCHER BERICHT	44

Hauptresultate in Kürze

- a) 90% der Bewohner aus Basel und Umgebung, 70% aus der weiteren Agglomeration und 30-35% aus dem angrenzenden Ausland kommen mindestens einmal im Monat in die Basler Innenstadt.
- b) Es fällt auf, dass vier Mal so viele französische Nutzer in der Basler Innenstadt arbeiten als deutsche. Dadurch ist die Besuchsfrequenz der Nutzer aus dem französischen Grenzgebiet deutlich grösser als diejenige aus dem grenznahen Deutschland. 20% der französischen Nutzer kommen täglich in die Innenstadt, das sind fast gleich viele wie aus Basel und Umgebung.
- c) Besonders häufig in die Innenstadt gehen junge Menschen, die noch im Elternhaus wohnen (42% mehrmals wöchentlich), deutlich seltener die Pensionierten (nur 18% mehrmals wöchentlich). Häufiger als andere kommen zudem die Personen mit hohem Bildungsabschluss in die Innenstadt (32% mehrmals wöchentlich).
- d) Sehr viele Deutsche empfinden die Preise in Basel als zu teuer und verzichten darum darauf, dort einzukaufen. Dasselbe Argument bringen auch 50% der Alleinerziehenden vor. Bei den Franzosen wiederum ist die ungenügende Erreichbarkeit der Basler Innenstadt der Hauptgrund, nicht dorthin zum Einkaufen zu fahren.
- e) Bei der Gastronomie sind die Werte für die Aussage, das Angebot sei woanders besser, deutlich höher als beim Einkauf. Dies ist insbesondere bei den Befragten aus der weiteren Agglo und aus Frankreich der Fall.
- f) Insgesamt kommen 58% der Nutzer mit dem öffentlichen Verkehr in die Basler Innenstadt, 11% bewegen sich zu Fuss oder per Velo fort und 30% benutzen das Auto oder den Roller. Die Nutzer aus der nahen Umgebung bewegen sich zu zwei Dritteln mit dem ÖV in die Innenstadt und auch der Anteil der Velofahrer ist markant höher als bei den anderen Nutzern. Dafür benutzen nur 13% das Auto, was für die gute Erschliessung durch den öffentlichen Verkehr spricht. Bei den von weiter her Anreisenden beträgt der Anteil der Autofahrer hingegen zwischen 36 und 44%.
- g) Nutzer im Pensionsalter benutzen zu zwei Dritteln die Trams und Busse. Auch Frauen verkehren überdurchschnittlich häufig mit den öffentlichen Verkehrsbetrieben, während der Anteil der Frauen bei den Fahrradfahrern und den Autofahrern signifikant tiefer ist als derjenige der Männer.
- h) Bei den Innenstadt-Bewohnern ist das Rheinufer mit Abstand der beliebteste Ort. Bei den Auswärtigen und speziell bei den Franzosen geniesst der Marktplatz die höchste Gunst, der nur von 13% der Innenstadt-Bewohner zum Lieblingssort erklärt wurde. Der Münsterplatz ist für ein Viertel der Befragten aus allen Regionen ausser aus Frankreich ein besonders schöner Ort. Die Freie Strasse wiederum findet bei den Leuten aus der näheren Umgebung signifikant mehr Anhänger als bei den Innenstadt-Bewohnern.
- i) Die beste Atmosphäre wird dem Theaterplatz zugeschrieben, der fast aus allen Regionen die Topnote 4 erhält.
- j) Die Verweil- und Sitzmöglichkeiten werden vielerorts als ungenügend bewertet, insbesondere an der Freie Strasse, am Marktplatz, am Spalenberg und am Barfüsserplatz.

- k) Die Sicherheit wird an den meisten Orten, an denen sich die Innenstadtbewohner gerne aufhalten als gut beurteilt. Schlechtere Bewertungen erhalten der Barfüsserplatz und das Rheinufer, womit wohl hauptsächlich die Kleinbasler Seite gemeint ist.
- l) Zwei Brennpunkte stehen im Vordergrund, wenn die Leute Orte bezeichnen sollen, an denen sie sich nicht gerne aufhalten: zum einen Kleinbasel und dort im Speziellen der Claraplatz; und zum anderen die Steinenvorstadt. Auch der Centralbahnplatz und der Barfüsserplatz sind Orte, die (zu gewissen Zeiten) gemieden werden.
- m) Die virulentesten Probleme, die für das negative Bild an diesen Orten verantwortlich sind, sind die Lärmsituation und die Sicherheit. Bezüglich Lärm werden der Barfüsserplatz und die Steinenvorstadt besonders problematisch eingeschätzt. Kleinbasel allgemein, der Claraplatz und die Steinenvorstadt haben offenbar den Ruf, unsichere Gegenden zu sein.
- n) Der Centralbahnplatz und der Barfüsserplatz gelten in Bezug auf die Verkehrssicherheit als sehr problematisch. Gemeint ist wohl die Tramdichte, die viele Leute überfordert.
- o) Die Basler Innenstadt gilt grundsätzlich von Montag bis Donnerstag als genügend belebt. Nachholbedarf hat der Sonntag, an dem die Innenstadt von vielen als zu wenig belebt empfunden wird. Stark belebt, und für zwei Fünftel der Befragten zu stark, ist die Innenstadt am Freitag und Samstagnachmittag und Abend.
- p) Die Gewerbetreibenden bewerten die Basler Innenstadt durchwegs als weniger belebt als die Auswärtigen und die Nutzer. Sie empfinden nicht nur die Sonntage als zu wenig belebt, sondern auch Montag bis Donnerstagabend und Nacht.
- q) Die von auswärts Kommenden bewerten das Angebot in der Basler Innenstadt grundsätzlich als genügend.
- r) Ein Viertel der bis 45-jährigen Bewohner und 30% der höher Gebildeten wünschen sich mehr Restaurant/Bar-Angebote.
- s) Bei den Gewerbetreibenden steht der Wunsch nach einer zusätzlichen Belebung der Innenstadt und insbesondere mehr Gastro-Angeboten im Vordergrund. Sie wünschen sich zudem mehr Parkmöglichkeiten sowie eine verbesserte Sauberkeit.
- t) Der eindeutig am besten bewertete Standortfaktor der Innenstadt aus Sicht des Gewerbes ist die Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr, zu Fuss und mit dem Velo. Dazu im Kontrast stehen die Erreichbarkeit und die Anlieferungswege mit dem Auto, die beide als schlecht taxiert werden, besonders in der Grossbasler Altstadt und in Kleinbasel. Als eindeutig ungenügend bewerten die Gewerbetreibenden das Parkplatzangebot für die Kunden. Ebenfalls verbesserungswürdig sind für das Gewerbe die Sicherheit und die Sauberkeit, wobei die Sicherheit vor allem in Kleinbasel als schlecht bewertet wird. Als schlecht beurteilt das Gewerbe zudem die Verweilmöglichkeiten, die Verkehrssituation, die Verkehrssicherheit und die Lärmsituation.
- u) Bei den Schweizer Nutzern steht der Wunsch nach einem Ausbau der Fussgängerzonen im Vordergrund. Die Innenstadt-Nutzer aus dem grenznahen Ausland äussern am häufigsten den Wunsch nach mehr Parkmöglichkeiten. Aus allen Regionen kommt der Wunsch nach grosszügigeren Grünflächen. Besonders die Nutzer aus Basel-Stadt und Umgebung möchten, dass mehr für die Sicherheit und die Sauberkeit getan wird.
- v) Bei den Innenstadt-Bewohnern steht der Wunsch nach Durchsetzung der Rechtslage (Lärmvorschriften, Verkehrsregeln, etc.) an der Spitze. Wie die Auswärtigen wünschen sich auch die Bewohner mehr Fussgängerzonen und mehr Sauberkeit. Das Gewerbe fordert in erster Linie einen Ausbau des Parkplatzangebots.

I Aufgabenstellung und Vorgehen

Die Aufgabenstellung

Das Projekt „Innenstadt – Qualität im Zentrum“ hat zum Ziel, mithilfe eines Mitwirkungsprozesses ein Entwicklungskonzept für die Basler Innenstadt 2020+ zu erarbeiten. Vertreter von 50 Interessenorganisationen und der Verwaltung des Kantons Basel Stadt haben in Mitwirkungsveranstaltungen und Arbeitsgruppensitzungen über die zukünftige Entwicklung der Innenstadt diskutiert. Das Ergebnis dieser Mitwirkung liegt in Form von Wunschbildern, Zielen und Handlungsfeldern zu den drei Themen Nutzung des Raums, Einkaufen & Gastronomie und Mobilität vor. Um diese Ergebnisse nun in der zweiten Phase des Projekts gezielter umzusetzen, soll eine Studie zur Nutzerstruktur und den Nutzerbedürfnissen der Besucher und Bewohner der Basler Innenstadt das Bild vervollständigen und objektive Grundlagen liefern.

In einem ersten Teil (Modul 1) wurde mittels Frequenzmessungen und Passantenbefragungen den drei Grundfragen nachgegangen:

- o Wer nutzt die Innenstadt?
- o Was machen die Nutzer in der Innenstadt?
- o Wie kommen die Nutzer in die Innenstadt, wie bewegen sie sich in ihr fort?

Im Modul 2, zu welchem hier Bericht erstattet wird, stehen die konkreten Bedürfnisse der Nutzer, aber auch derjenigen, welche nicht in die Basler Innenstadt kommen, im Vordergrund:

- o Welches sind die Erwartungen der Nutzer an die zukünftige Entwicklung der Innenstadt?
- o Welche spezifischen Bedürfnisse haben die Innenstadt-Bewohner und das Gewerbe?
- o Warum kommen die Nicht-Nutzer nicht in die Innenstadt und was müsste anders sein, damit sie in die Innenstadt kommen?

Das Vorgehen

Es wurden drei Befragungen durchgeführt:

1. Bevölkerung ausserhalb der Basler Innenstadt

Die Grundgesamtheit wurde definiert als diejenigen Personen ab 14 Jahren, die im Umkreis von bis zu 40 Kilometern um den Perimeter der Basler Innenstadt leben. Die Stichprobe betrug $n=1200$, aufgeteilt nach den folgenden vier Regionen: Basel-Stadt/Umgebung¹, weitere Agglomeration aus der Schweiz, Landkreis Lörrach, Arrondissement Mulhouse.

Es galten folgende Quoten:

	BS und Umgebung	weitere Agglomeration	LK Lörrach	Arr. Mulhouse
Nutzer	300	300	100	100
Nicht-Nutzer	100	100	100	100

Die Befragungen erfolgten telefonisch (CATI).

¹ Basel-Stadt und Umgebung definiert sich als das Schweizer Gebiet ausserhalb des Perimeters Innenstadt, der durch das Verkehrsnetz der Basler Verkehrsbetriebe erschlossen wird.

2. Innenstadt-Bewohner.

Die Grundgesamtheit wurde definiert als diejenigen Personen, die seit mindestens 1 Jahr in der Basler Innenstadt (Wohnquartiere Altstadt Grossbasel, Vorstädte, Altstadt Kleinbasel und Clara) gemeldet sind.

Die Befragten hatten die Wahl, den Fragebogen online oder schriftlich auszufüllen.

3. Gewerbebetriebe

Die Grundgesamtheit wurde definiert als diejenigen Gewerbebetriebe, die Mitglieder des Gewerbeverbandes Basel sind und ihren Betrieb innerhalb des Perimeters der Basler Innenstadt haben. Die Briefe mit der Einladung zur Teilnahme wurden vom Gewerbeverband Basel Stadt verschickt.

Die Befragten hatten die Wahl, den Fragebogen online oder schriftlich auszufüllen.

Anmerkungen zum Lesen des Berichtes

Im Bericht wird nur die männliche Form verwendet. Bei allgemeinen Bezeichnungen von Personengruppen (Nutzer) sind die Frauen immer mit eingeschlossen.

II Ergebnisse im Detail

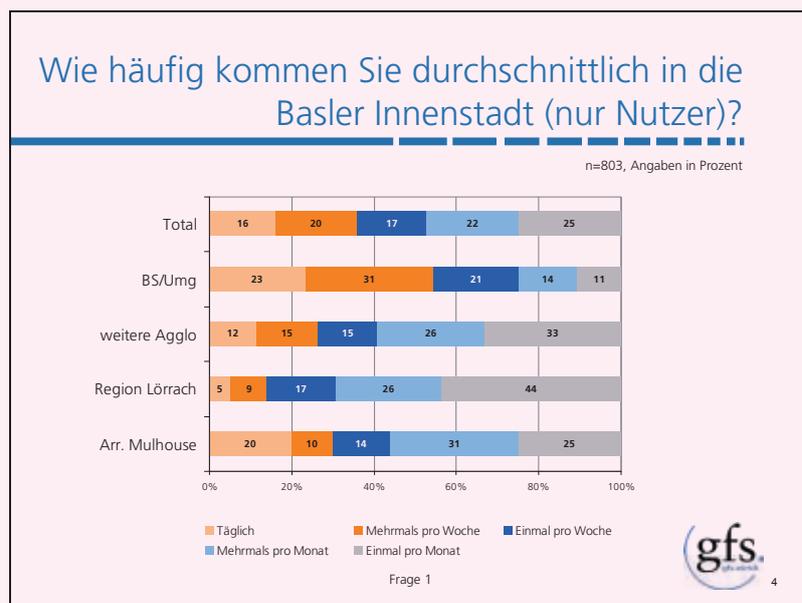
1 Persönliche Nutzung der Basler Innenstadt

1.1 Häufigkeit der Innenstadtbesuche

Die Steuerungsgruppe hat diejenigen Besucher als Nutzer definiert, die mindestens einmal im Monat in die Basler Innenstadt kommen. Aufgrund der Angaben der Befragten lässt sich für die vier Regionen um die Basler Innenstadt feststellen, welcher Prozentsatz der Bewohner zu den Nutzern der Innenstadt zu zählen ist:

- BS und Umgebung: ca. 90%
- Weitere Agglomeration CH: ca. 70%
- Region Lörrach: ca. 35%
- Arr. Mulhouse: ca. 30%

Aus dem nächsten Umkreis gibt es also nur wenige, welche nicht mindestens einmal im Monat in die Innenstadt gehen. Auch aus der weiteren Agglomeration im Umkreis von 10-40 km um die Basler Innenstadt ist deren Frequentierung mit 70% Nutzern sehr hoch. Aus dem angrenzenden Ausland kommen hingegen nur rund 30-35% regelmässig in die Basler Innenstadt.



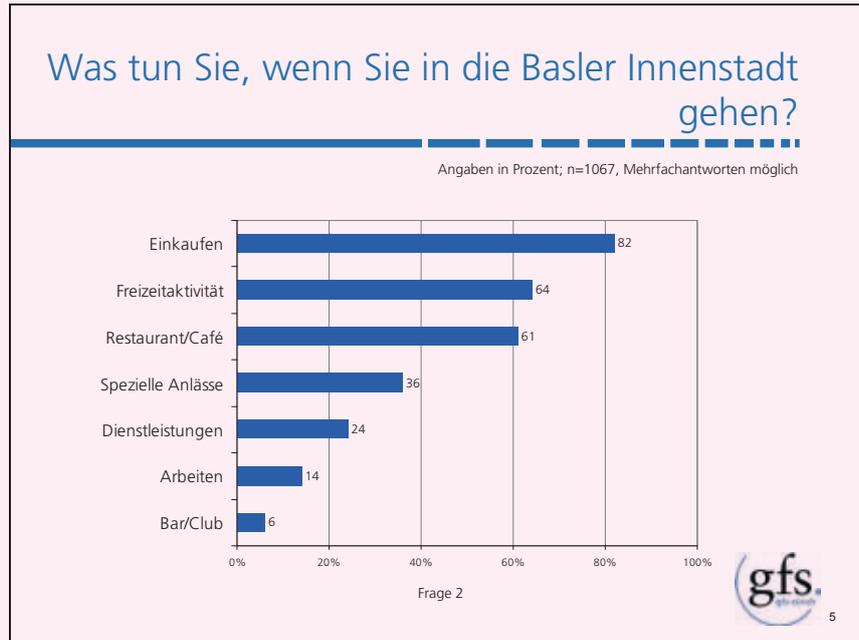
Erwartungsgemäss gehen die Menschen, die in der nächsten Umgebung der Basler Innenstadt leben, deutlich häufiger in die Innenstadt als die anderen Nutzer. 75% von ihnen gehen mindestens ein Mal pro Woche in die Innenstadt. Bei den anderen geht der grössere Teil weniger als einmal pro Woche in die Basler Innenstadt. Bei den Nutzern aus dem deutschen Grenzraum kommen 44% nur einmal im Monat und nur gerade etwas über 30% mindestens einmal pro Woche in die Basler Innenstadt. Deutlich häufiger ist die Besuchsfrequenz der Nutzer aus dem französischen Grenzgebiet. Mit 20% kommen fast gleich viele wie aus Basel und Umgebung täglich in die Innenstadt und nur ein Viertel kommt lediglich ein Mal pro Monat.

Besonders häufig in die Innenstadt gehen junge Menschen, die noch im Elternhaus wohnen (42% mehrmals wöchentlich), deutlich seltener die Pensionierten (nur 18% mehrmals wöchentlich). Häufiger als andere kommen zudem die Personen mit hohem Bildungsabschluss in die Innenstadt (32% mehrmals wöchentlich).

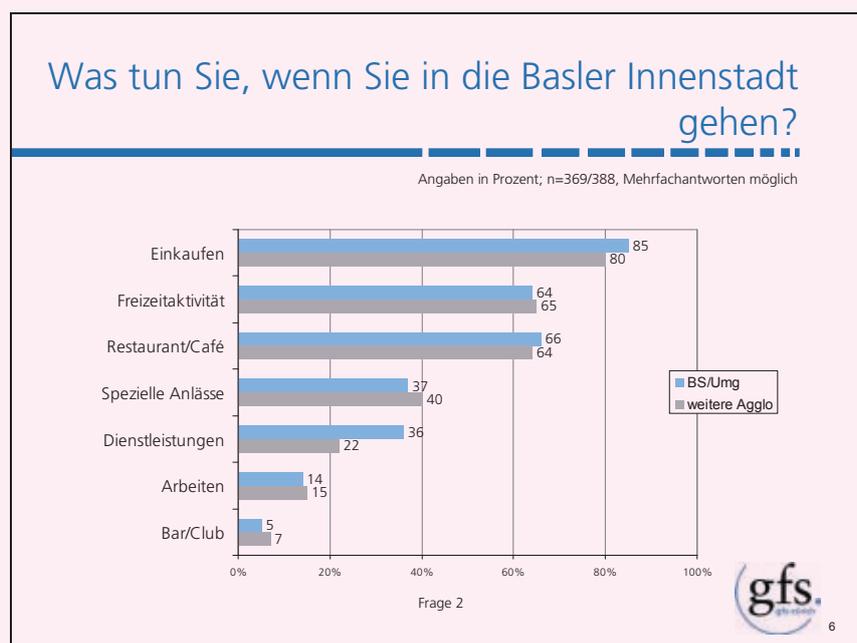
1.2 Tätigkeiten der Innenstadt-Nutzer

1.2.1 Tätigkeiten der ausserhalb der Innenstadt Wohnenden

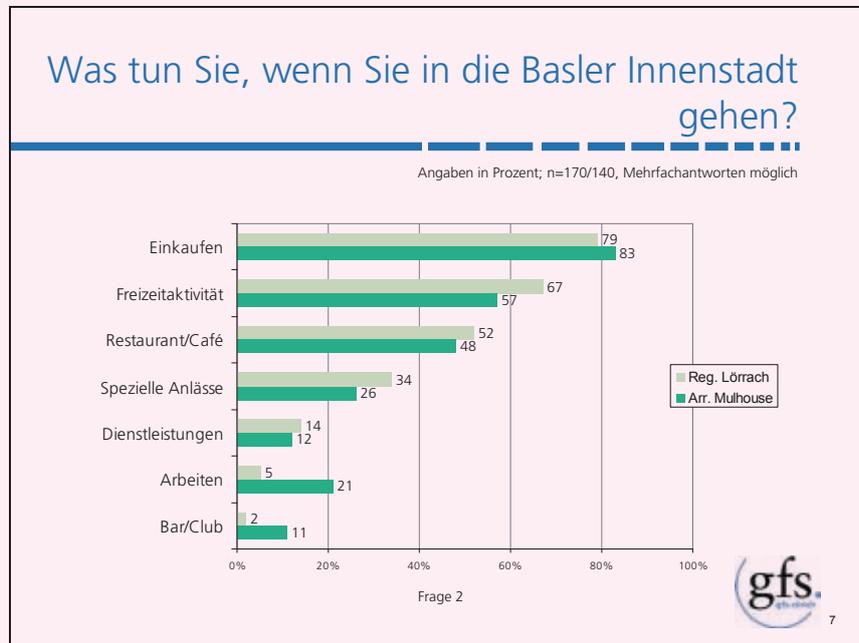
Eindeutig die häufigste Tätigkeit, der Nutzer in der Basler Innenstadt nachgehen, ist mit vier Fünftel der Nennungen das Einkaufen. Fast zwei Dritteln der Nutzer kommen für Freizeitaktivitäten in die Innenstadt, häufig um zu flanieren, aber auch um Freunde zu treffen oder die Kulturangebote zu nutzen. Drei Fünftel der Nutzer gehen in Restaurants oder Cafés, etwas, das gerne in Kombination mit anderen Tätigkeiten getan wird. Nur ein gutes Drittel der Nutzer kommt wegen speziellen Anlässen in die Innenstadt. Der Anteil der in der Innenstadt Arbeitenden macht 14% aus.



Die Aktivitäten der Nutzer aus der weiteren Agglo unterscheiden sich nicht wesentlich von denjenigen der Besucher aus dem näheren Umkreis der Innenstadt. Nur Dienstleistungen werden von den von weiter her kommenden Nutzern deutlich seltener in Anspruch genommen.

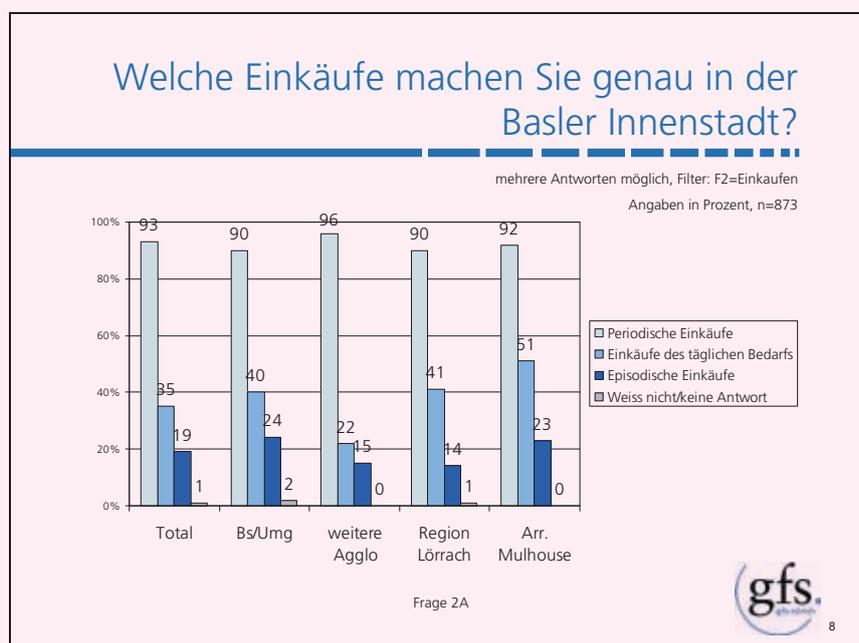


Es fällt auf, dass vier Mal so viele französische Nutzer in der Basler Innenstadt arbeiten als deutsche. Mit ihrem Anteil von 21% liegen sie sogar höher als die Befragten aus der weiteren Agglo. Das bedeutet nicht, dass mehr Leute aus Frankreich in der Basler Innenstadt arbeiten, aber deren Anteil unter den Innenstadt-Nutzern ist entsprechend höher. Auch Bar- und Clubbesuche sind bei ihnen überproportional beliebt. Dagegen kommen deutlich weniger von ihnen zu Freizeitaktivitäten oder für spezielle Anlässe nach Basel.

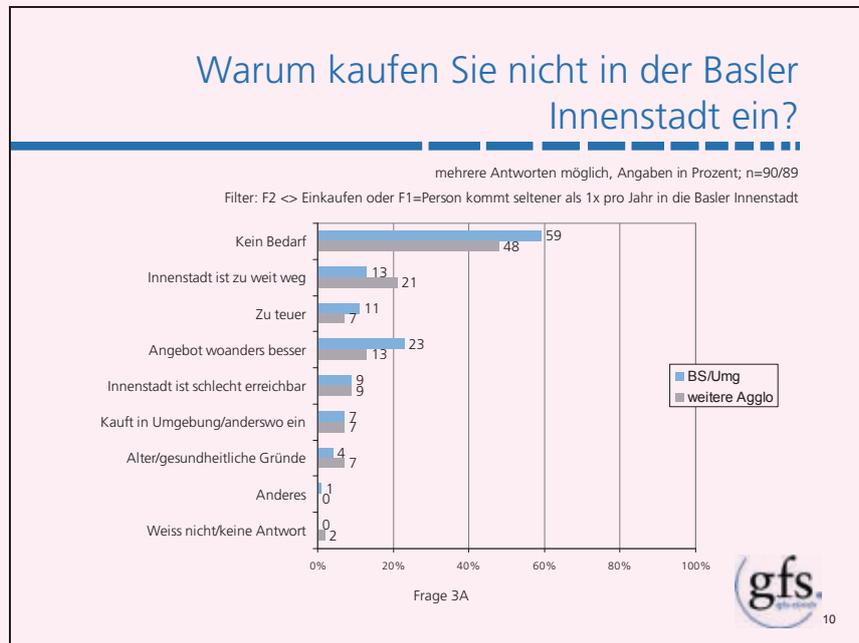


1.2.1.1 Einkäufe

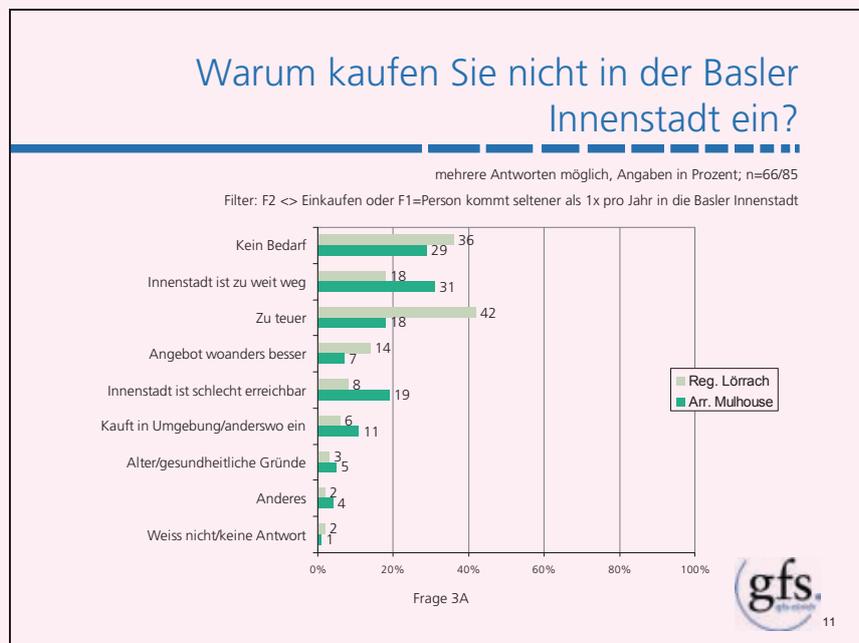
Eindeutig die häufigsten in der Innenstadt getätigten Einkäufe sind solche, die in periodischen Abständen gekauft werden, wie Kleider, Haushaltsartikel oder Unterhaltungsmedien. Einkäufe des täglichen Bedarfs werden von rund zwei Fünfteln der Nutzer in der Innenstadt getätigt, bei den französischen Grenzgängern ist es sogar die Hälfte. Aus der Schweizer Agglomeration hingegen besorgt nur gerade ein Fünftel Einkäufe des täglichen Bedarfs in der Basler Innenstadt.



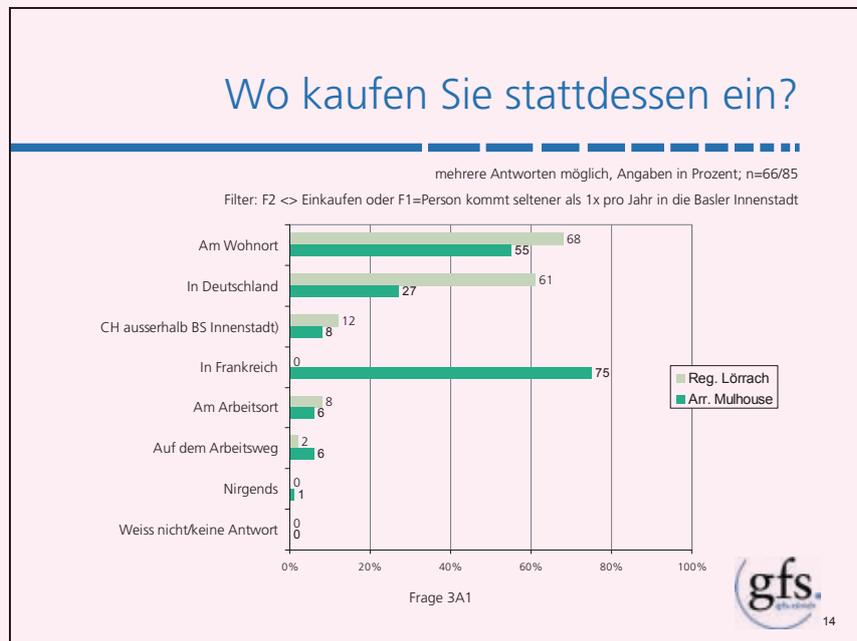
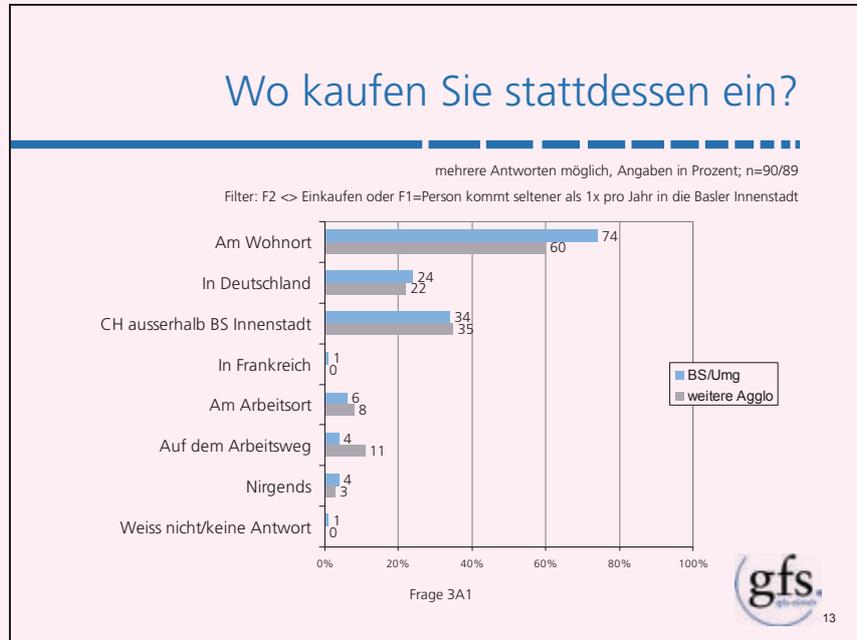
Bei der Frage, warum jemand nicht in der Basler Innenstadt einkauft, gibt es je nach Region unterschiedliche Akzentsetzungen. Die Befragten aus BS/Umgebung und aus der weiteren Agglo geben mehrheitlich an, keinen Bedarf für entsprechende Einkaufsausflüge zu haben. Besonders häufig wird diese Begründung von jungen Menschen bis 35 Jahren angeführt. Ein Viertel der im nahen Umkreis um die Basler Innenstadt Lebenden findet auch das Angebot woanders besser.



Sehr viele Deutsche empfinden die Preise in Basel als zu teuer und verzichten darum darauf, dort einzukaufen. Dasselbe Argument bringen auch 50% der Alleinerziehenden vor. Bei den Franzosen wiederum ist die ungenügende Erreichbarkeit der Basler Innenstadt der Hauptgrund, nicht dorthin zum Einkaufen zu fahren.



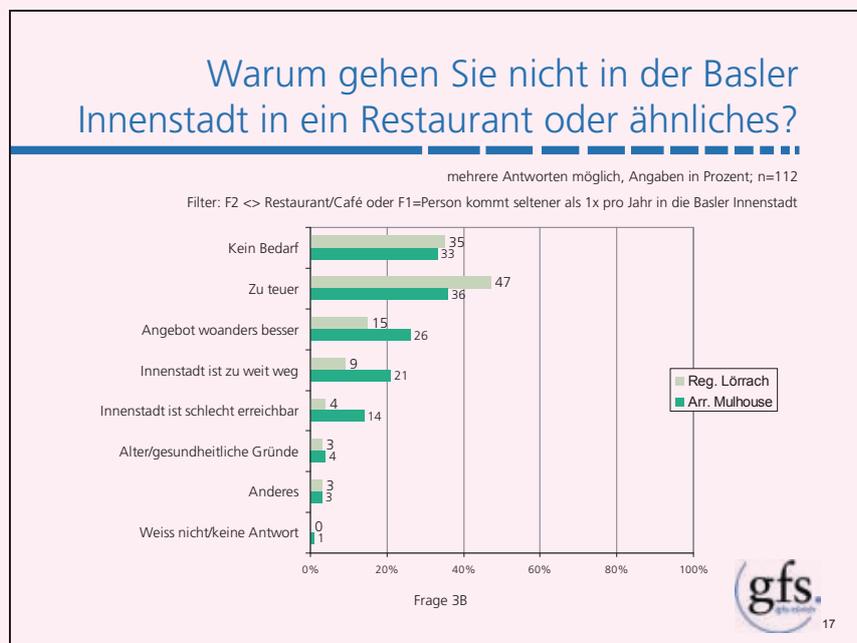
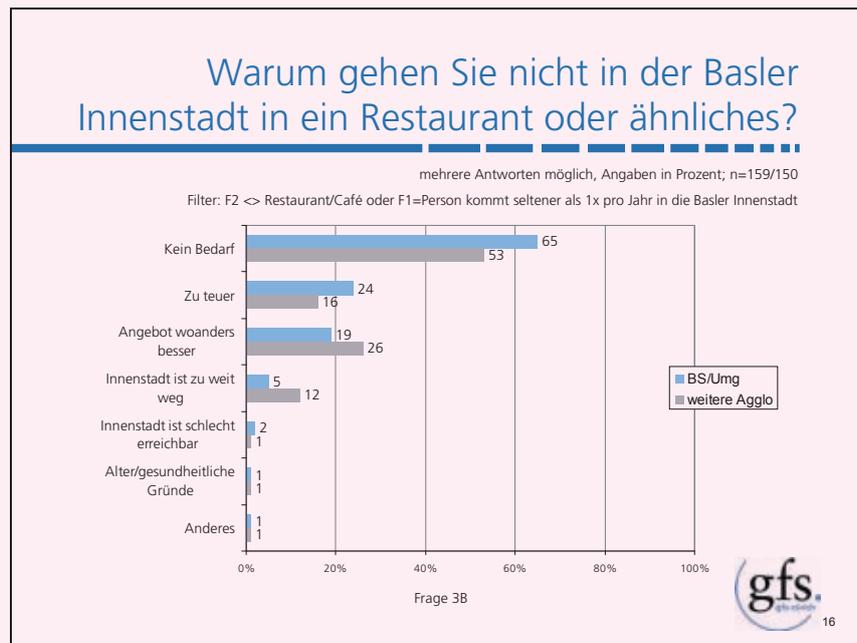
Die meisten Befragten, die nicht zum Einkaufen in die Basler Innenstadt fahren, kaufen stattdessen an ihrem Wohnort ein. Für die Schweizer ist dies entsprechend ein anderer Schweizer Ort ausserhalb der Basler Innenstadt, für die Deutschen ist dies in Deutschland und für die Franzosen in Frankreich. Interessant ist aber, dass auch rund ein Viertel der Schweizer und der Franzosen stattdessen in Deutschland einkauft. Einen Einkaufstourismus nach Frankreich gibt es hingegen nicht. Damit stellen die deutschen Geschäfte eine ernst zu nehmende Konkurrenz zur Basler Innenstadt dar.



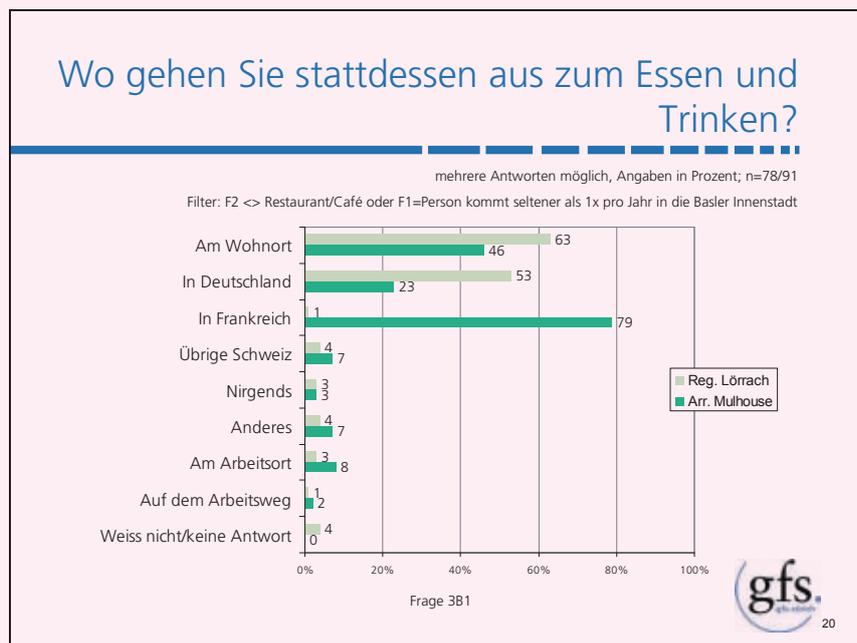
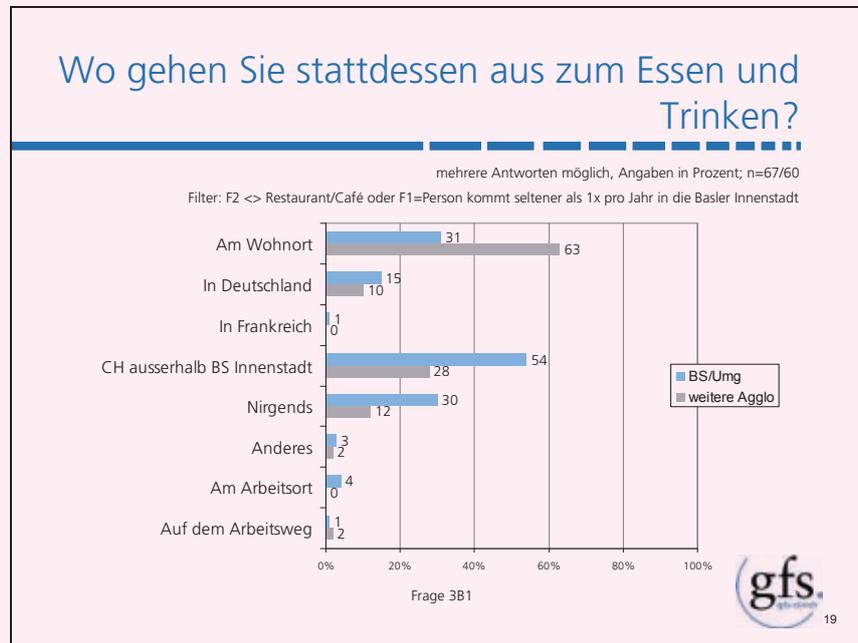
Am Arbeitsort oder auf dem Arbeitsweg kaufen zwar insgesamt nur 7 bzw. 6% der Leute ein, es ist aber doch beachtenswert, dass besonders junge Menschen und Personen mit Kindern die Einkäufe auf dem Arbeitsweg besorgen.

1.2.1.2 Gastronomie

Die in der Schweiz lebenden Personen, die nicht in Restaurants oder Cafés in der Basler Innenstadt gehen, geben ähnlich wie beim Einkauf an, keinen Bedarf dafür zu haben. Deutlich mehr Personen als beim Einkauf empfinden aber die Preise in der Basler Gastronomie als zu hoch. Dieses Bild wird unterstrichen durch die Aussagen der Deutschen und Franzosen, von denen fast die Hälfte (Deutsche) bzw. ein gutes Drittel (Franzosen) die Basler Restaurants und Cafés als zu teuer empfinden. Deutlich höher als beim Einkauf sind auch die Werte für die Aussage, das Angebot sei woanders besser. Dies ist insbesondere bei den Befragten aus der weiteren Agglo und aus Frankreich der Fall.

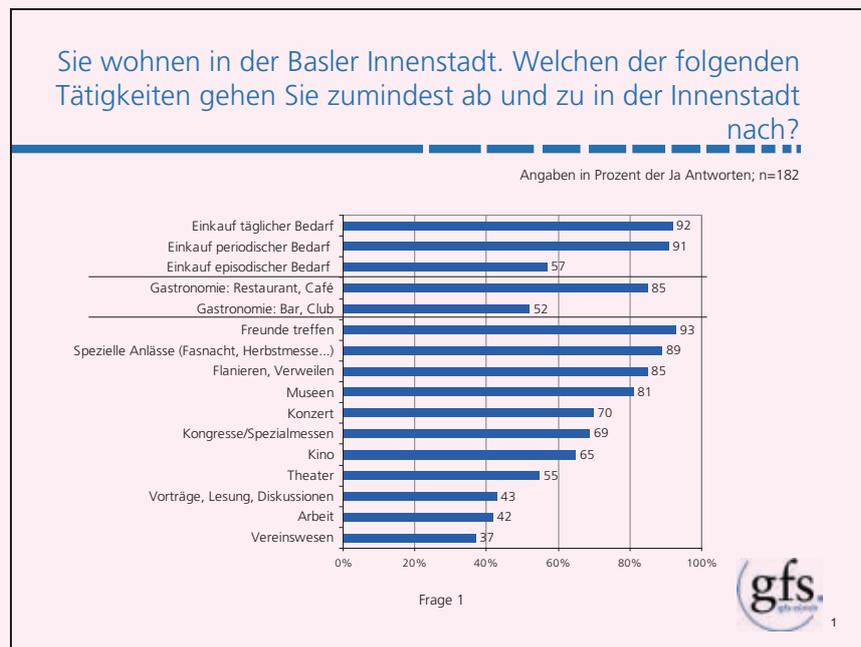


Als Alternativen zu den Innenstadt-Lokalen bieten sich den Befragten in erster Linie Lokale in ihrer Umgebung an. Bemerkenswert ist aber, dass die Hälfte derjenigen, die am nächsten zur Basler Innenstadt wohnen, angibt, Lokale ausserhalb der Innenstadt zu bevorzugen. 30% von ihnen gehen überhaupt nirgends hin zum Essen und Trinken, das ist ein deutlich höherer Prozentsatz als bei den Befragten aus den anderen Regionen.



1.2.2 Tätigkeiten der Innenstadt-Bewohner

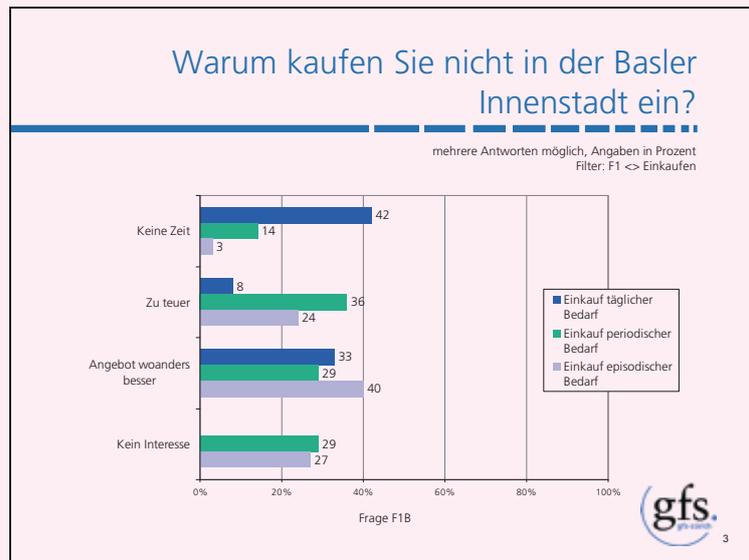
Neun von zehn Innenstadt-Bewohnern kaufen in der Innenstadt ein und frequentieren die Restaurants oder Cafés. Ebenso weit verbreitet sind das Treffen von Freunden, der Besuch der speziellen Basler Anlässen und das Flanieren in der Innenstadt. Von den Kulturinstitutionen finden die Museen den breitesten Zuspruch (81%) vor den Konzerten und den Kinos (70/65%). Ins Theater geht etwas über die Hälfte der Innenstadt-Bewohner. Beliebt sind auch die Messen, die von zwei Dritteln besucht werden. Nur eine Minderheit interessiert sich für Vorträge und Diskussion. Im Vereinswesen engagieren sich knapp zwei Fünftel der Bewohner, das sind doch immerhin 40%. Deutlich häufiger als andere Nutzer der Basler Innenstadt frequentieren die Innenstadt-Bewohner Bars und Clubs (52% vs. 2-11%). Und der Anteil derer, die in der Innenstadt arbeiten, ist bei den Innenstadt-Bewohnern mit 42% im Vergleich zu den Menschen, die in der näheren Umgebung wohnen (14%), recht hoch.



1.2.2.1 Einkäufe

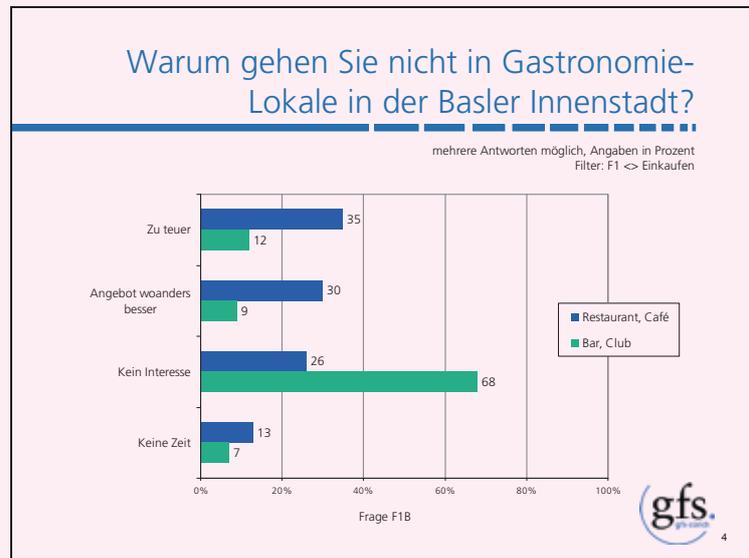
Die Innenstadt-Bewohner besorgen im Gegensatz zu den von ausserhalb Kommenden fast alle sowohl ihre täglichen wie die periodischen Einkäufe in der Innenstadt. Rund zwei Drittel der bis 65-Jährigen machen auch Einkäufe des episodischen Bedarfs, bei den Pensionierten sind es nur halb so viele. Auch von den Personen mit einem Einkommen von unter 5000 Franken macht nur ein Drittel Besorgungen des episodischen Bedarfs in der Innenstadt.

Bei den täglichen und periodischen Einkäufen sind die Fallzahlen der Nicht-Einkäufer zu klein, um Schlüsse zu ziehen. Für den Verzicht auf episodische Einkäufe gibt es unterschiedliche Gründe. Unter 46-jährige Bewohner und Personen mit hohem Bildungsabschluss sind besonders häufig der Meinung, das Angebot sei woanders besser. Viele 46-65-Jährige empfinden die Preise als zu teuer. Die Pensionierten interessieren sich nicht mehr so stark für solche Einkäufe.



1.2.2.2 Gastronomie

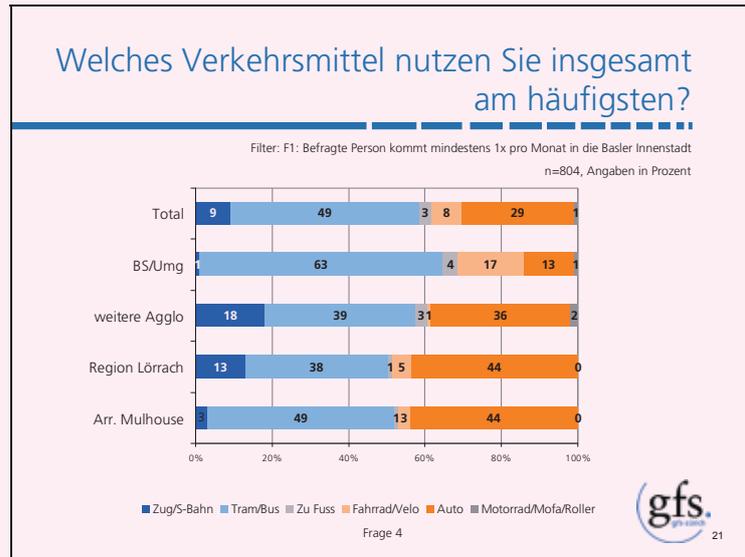
Jeweils rund ein Drittel derjenigen, die nicht in Restaurants oder Cafés der Innenstadt gehen, begründen dies damit, diese seien zu teuer oder das Angebot sei woanders besser. Die Fallzahlen (n=23) sind jedoch sehr tief. Bei den Bars/Clubs ist es meist fehlendes Interesse, nur die unter 46-jährigen Befragten beklagen sich zum Teil, das Angebot sei woanders besser.



1.3 Benutzte Verkehrsmittel

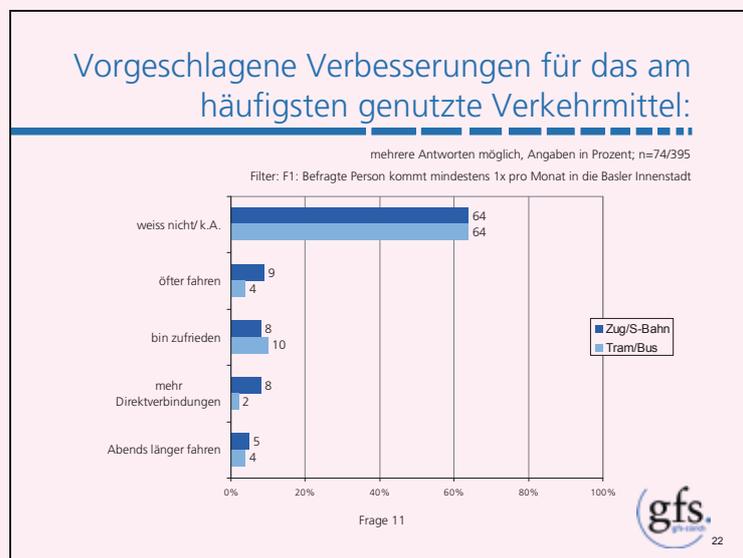
1.3.1 Verkehrsmittel der ausserhalb der Innenstadt Wohnenden

Insgesamt kommen 58% der Nutzer mit dem öffentlichen Verkehr in die Basler Innenstadt, 11% bewegen sich zu Fuss oder per Velo fort und 30% benutzen das Auto oder den Roller. Die Nutzer aus der nahen Umgebung, die ja weitgehend durch das Streckennetz der Basler Trams und Busse definiert wird, bewegen sich zu zwei Dritteln mit dem ÖV in die Innenstadt und auch der Anteil der Velofahrer ist markant höher als bei den anderen Nutzern. Dafür benutzen nur 13% das Auto, bei den von weiter her Anreisenden beträgt dieser Anteil zwischen 36 und 44%.

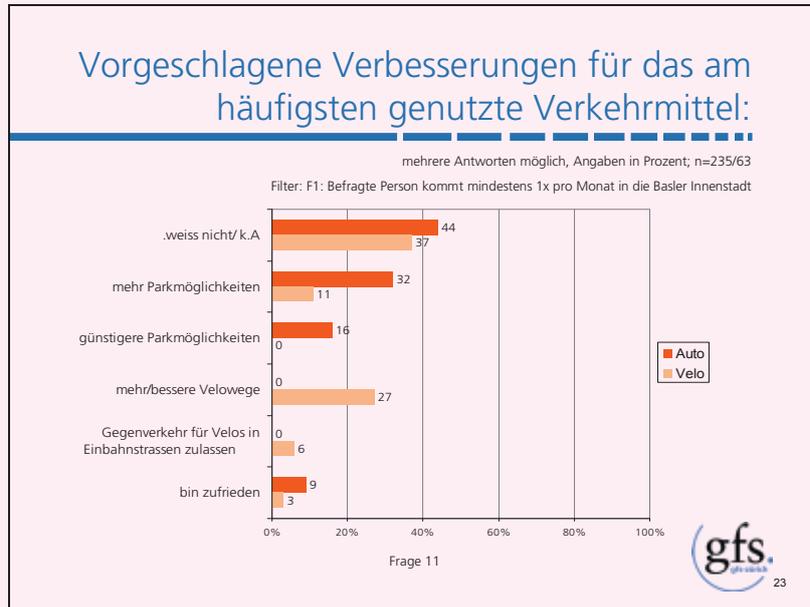


Nutzer im Pensionsalter benutzen zu zwei Dritteln die Trams und Busse. Auch Frauen verkehren überdurchschnittlich häufig mit den öffentlichen Verkehrsbetrieben, während der Anteil der Frauen bei den Fahrradfahrern und den Autofahrern signifikant tiefer ist als derjenige der Männer. Allein Lebende benutzen signifikant häufiger Bus und Tram als in Partnerschaft Lebende und Personen mit Kindern, bei denen der Anteil der Autofahrer höher ist.

Der öffentliche Verkehr wird als bereits sehr gut funktionierend beurteilt. Jedenfalls gibt es relativ wenige Verbesserungsvorschläge. Im Vordergrund stehen dabei eine Ausdehnung des Fahrplans und des Streckennetzes. 13% der Nutzer, die mit Gehhilfen oder Kinderwagen unterwegs sind, wünschen sich zudem bessere Einstiegsmöglichkeiten bei Tram und Bus.

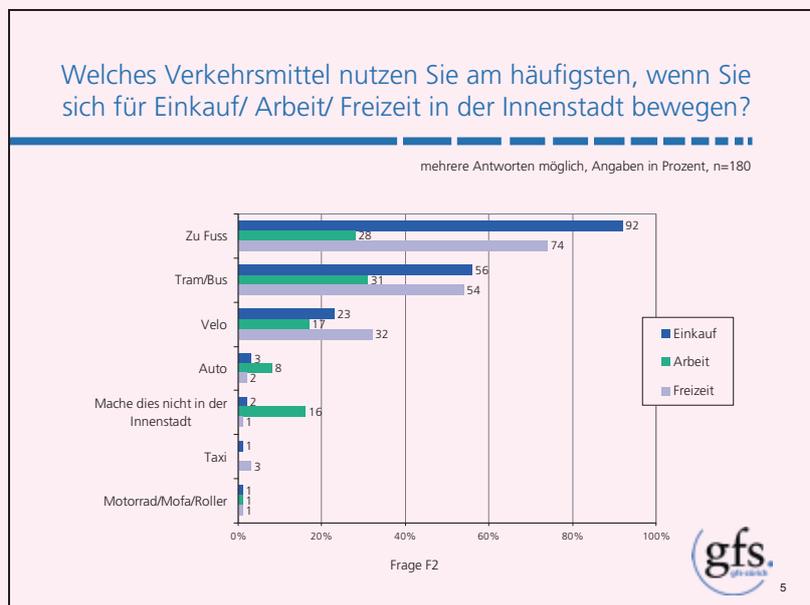


Mehr Verbesserungsvorschläge gibt es für das Auto und das Velo. Autofahrer wünschen sich in erster Linie mehr Parkplätze, zum Teil fordern sie auch billigere Parkpreise. Velofahrende fordern mehr und bessere Velowege, einige möchten zudem, dass zusätzliche Einbahnstrassen im Gegenverkehr von Velos befahren werden dürfen.



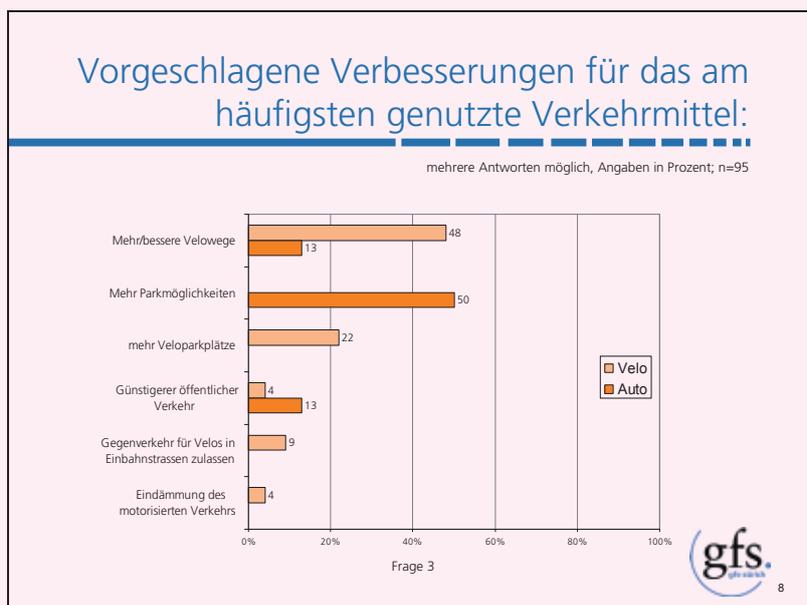
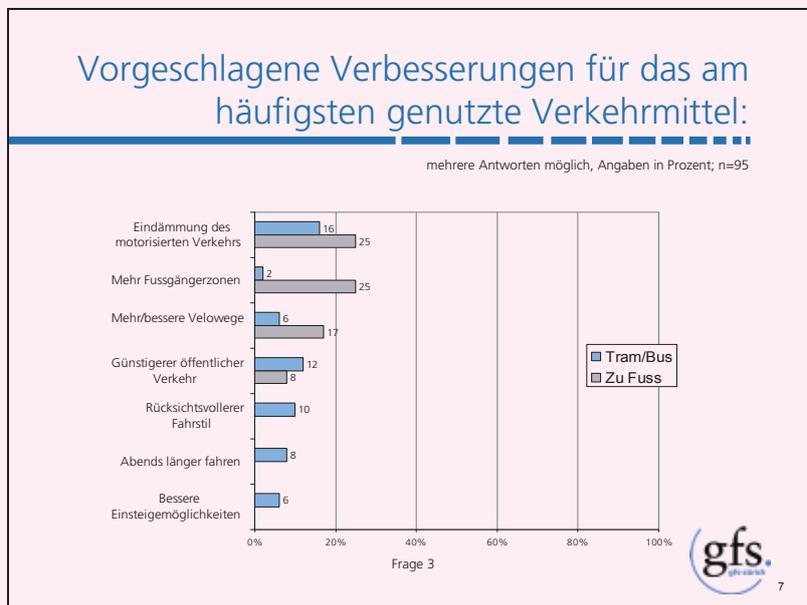
1.3.2 Verkehrsmittel der Innenstadt-Bewohner

Die Innenstadt-Bewohner konnten angeben, für welche Tätigkeit sie welche Verkehrsmittel benutzen. Dabei werden für Einkauf und Freizeit häufig verschiedene Verkehrsmittel kombiniert. In der Regel ist dies die Kombination von Wegen, die man mit dem öffentlichen Verkehr oder mit dem Velo zurücklegt und solchen, die zu Fuss absolviert werden. Es ist aber auch möglich, dass je nach Bedarf das eine oder das andere Verkehrsmittel benutzt wird. Für den Weg zur Arbeit nimmt man hingegen in der Regel immer das gleiche Verkehrsmittel, die Kombination mehrerer Verkehrsmittel wird hierfür nur von einem Drittel der Befragten praktiziert. Insgesamt bewegen sich die meisten Innenstadt-Bewohner zu Fuss, an zweiter Stelle steht der öffentliche Verkehr und an dritter Stelle das Velo. Das Auto wird nur von wenigen benutzt.



Bei den Verbesserungswünschen für die verschiedenen Verkehrsmittel setzen die Innenstadtbewohner andere Akzente als die von ausserhalb in die Innenstadt kommenden Nutzer. Zuoberst auf ihrer Wunschliste stehen der Ausbau des Velowegnetzes (von total 18% genannt), die Eindämmung des motorisierten Verkehrs (14%) sowie die Vergünstigung des öffentlichen Verkehrs (9%). Einige wünschen sich sogar günstigere Abo-Preise für sich als Stadt-Bewohner, möchten also tariflich gegenüber den Auswärtigen privilegiert werden.

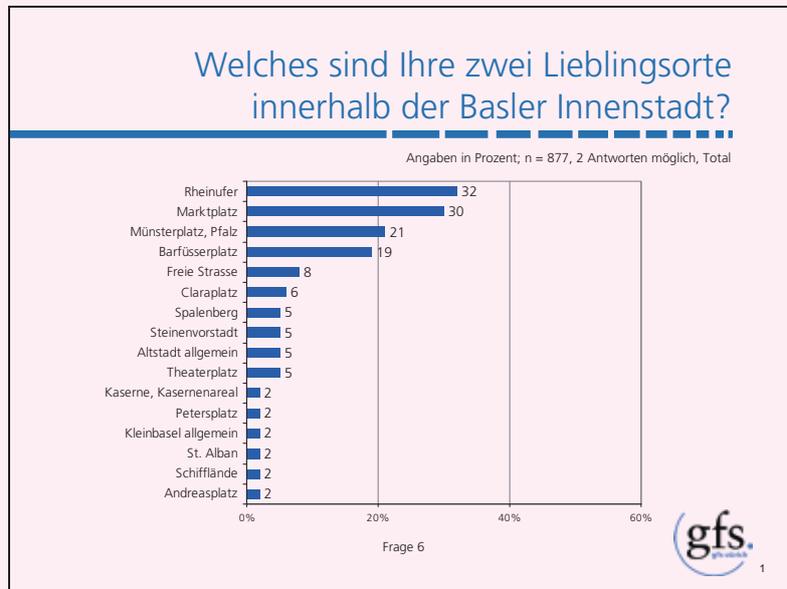
Die Eindämmung des motorisierten Verkehrs wünschen sich Fussgänger und ÖV-Benutzer, seltener auch Velofahrer. Mehr Fussgängerzonen wünschen sich in erster Linie die Fussgänger selbst. Ein besser ausgebautes Velowegnetz ist dagegen nicht nur ein Anliegen der Velofahrer, sondern auch der Fussgänger und der ÖV-Benutzer. Die Vergünstigung des öffentlichen Verkehrs wird von Nutzern aller Verkehrsmittel vorgeschlagen. Die Tram- und Buspassagiere fordern zum Teil einen rücksichtsvolleren Fahrstil durch die Chauffeure. Eine Angebotsverbesserung können sie sich vor allem durch längere Fahrzeiten am Abend und durch bessere Einstiegsmöglichkeiten vorstellen. Von den (wenigen) Autofahrern fordert die Hälfte mehr Parkmöglichkeiten. Es werden aber nicht nur Auto-Parkplätze, sondern auch mehr Veloparkplätze gefordert.



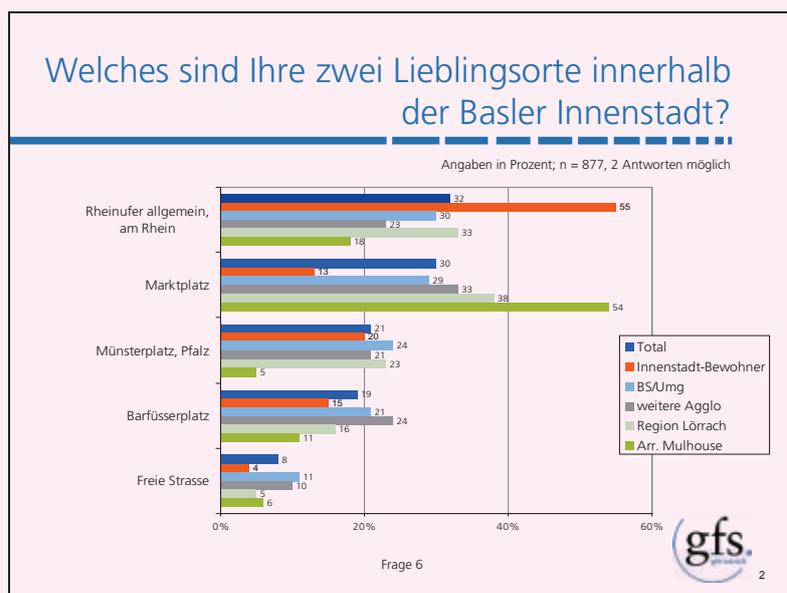
2 Qualität der öffentlichen Räume

2.1 Lieblingsorte

Die Befragten hatten die Gelegenheit, zwei Orte zu benennen, an denen sie sich besonders gerne aufhalten. Vier Lieblingsorte stechen unter allen Nennungen hervor: Es sind dies das Rheinufer, der Marktplatz, der Münsterplatz mit der Pfalz sowie der Barfüsserplatz. Mit einigem Abstand folgen danach eine grosse Reihe weiterer beliebter Orte, die meisten aus Grossbasel.



Es fällt auf, dass bei den Innenstadt-Bewohnern das Rheinufer der absolute Spitzenreiter ist. Bei den Auswärtigen und speziell bei den Franzosen geniesst der Marktplatz die höchste Gunst, der nur von 13% der Innenstadt-Bewohner zum Lieblingsort erklärt wurde. Der Münsterplatz ist für ein Viertel der Befragten aus allen Regionen ausser aus Frankreich ein besonders schöner Ort. Die Freie Strasse wiederum findet bei den Leuten aus der näheren Umgebung signifikant mehr Anhänger als bei den Innenstadt-Bewohnern.



Der Blick auf die sozio-demografischen Tabellen zeigt, dass bei den unter 36-jährigen Besuchern das Rheinufer und die Steinvorstadt signifikant beliebter sind als bei den über 35-Jährigen. Die Kleinbasler Seite ist bei den Menschen mit tiefer Bildung signifikant beliebter.

2.1.1 Beurteilung verschiedener Aspekte an den Lieblingsorten²

2.1.1.1 Atmosphäre

Die Atmosphäre wird an allen Lieblingsorten als gut empfunden. Am besten bewertet wird diesbezüglich der Theaterplatz, der fast aus allen Regionen die Topnote 4 erhält. Abstriche gibt es zum Teil beim Barfüsserplatz und bei der Freie Strasse.

Wie beurteilen Sie beim Lieblingsort die folgenden Aspekte?
Atmosphäre

Mittelwerte, Skala von sehr schlecht (=1) bis sehr gut (=4)

Lieblingsorte	Total	BS/Umg	weitere Agglo	Region Lörrach	Arr. Mulhouse	Innenstadt-Bewohner
Marktplatz	3.4	3.2	3.4	3.8	3.5	3.6
Rheinufer	3.6	3.5	3.6	3.6	3.4*	3.7
Münsterplatz, Pfalz	3.7	3.7	3.7	3.6	3.7*	3.4
Barfüsserplatz	3.4	3.5	3.2	3.5*		3.4
Freie Strasse	3.4	3.6	3.1	3.5*	3.5*	3.0*
Spalenberg/Altstadt	3.5	3.5	3.4	3.7*		4.0*
Theaterplatz/ Tinguely/Kunsthalle	3.9	4.0	3.9*	4.0*		4.0*

Frage 6A  3

2.1.1.2 Gestaltung (Ästhetik)

Die Gestaltung erhält bei allen sieben hier verglichenen Lieblingsplätzen tiefere Noten als die Atmosphäre, die Werte sind aber grundsätzlich gut. Am besten schneidet wiederum der Theaterplatz ab vor dem Münsterplatz. Die ausländischen Nutzer bewerten die Gestaltung tendenziell höher als die Schweizer Nutzer.

Wie beurteilen Sie beim Lieblingsort die folgenden Aspekte?
Gestaltung (Ästhetik)

Mittelwerte, Skala von sehr schlecht (=1) bis sehr gut (=4)

Lieblingsorte	Total	BS/Umg	weitere Agglo	Region Lörrach	Arr. Mulhouse	Innenstadt-Bewohner
Marktplatz	3.3	3.2	3.2	3.6	3.6	3.5
Rheinufer	3.3	3.2	3.4	3.5	3.4*	3.2
Münsterplatz, Pfalz	3.5	3.4	3.5	3.5	4.0*	3.2
Barfüsserplatz	3.2	3.4	3.0	3.3*		3.3
Freie Strasse	3.2	3.3	2.8	4.0*	3.3*	3.0*
Spalenberg/Altstadt	3.2	3.2	3.4	3.3*		3.0*
Theaterplatz/ Tinguely/Kunsthalle	3.6	3.5	3.8*	3.5*		3.7*

Frage 6A  4

² Die Fallzahlen aus den verschiedenen Regionen sind an den einzelnen Orten zum Teil sehr klein (Bsp.: Freie Strasse, Region Lörrach n=2) und sind mit der entsprechenden Vorsicht zu geniessen. Zellen mit einem n<10 sind mit einem Stern (*) bezeichnet.

2.1.1.3 Verweil-, Sitzmöglichkeiten, Aufenthalt

Die Verweil- und Sitzmöglichkeiten werden vielerorts als ungenügend bewertet. Insbesondere die Freie Strasse, der Marktplatz, der Spalenberg und der Barfüsserplatz erhalten schlechte Noten. Die Aufenthaltsqualität am Theaterplatz und am Rheinufer wird als gut beurteilt.

Wie beurteilen Sie beim Lieblingssort die folgenden Aspekte?
Verweil-, Sitzmöglichkeiten

Mittelwerte, Skala von sehr schlecht (=1) bis sehr gut (=4)

Lieblingssorte	Total	BS/Umg	weitere Agglo	Region Lörrach	Arr. Mulhouse	Innenstadt-Bewohner
Marktplatz	2.6	2.6	2.3	2.4	2.8	2.7
Rheinufer	3.3	3.5	3.1	3.3	3.6*	3.3
Münsterplatz, Pfalz	3.2	3.1	3.3	3.3	4.0*	3.1
Barfüsserplatz	2.9	2.8	2.8	3.4*		2.9
Freie Strasse	2.5	2.4	2.6	3.5*	2.0*	2.5*
Spalenberg/Altstadt	2.8	2.8	2.7	2.7*		3.0*
Theaterplatz/ Tinguely/Kunsthalle	3.6	3.6	3.6*	4.0*		3.3*

Frage 6A



2.1.1.4 Barrierefreiheit (wenig Stufen, etc.)

Auch die Barrierefreiheit wird in der Innenstadt zum Teil als verbesserungswürdig beurteilt. Insbesondere betrifft dies den Barfüsserplatz, den Theaterplatz und den Spalenberg/ die Altstadt, wo aus historischen Gründen die Barrierefreiheit schwieriger umzusetzen ist.

Wie beurteilen Sie beim Lieblingssort die folgenden Aspekte?
Barrierefreiheit (keine Stufen, etc.)

Mittelwerte, Skala von sehr schlecht (=1) bis sehr gut (=4)

Lieblingssorte	Total	BS/Umg	weitere Agglo	Region Lörrach	Arr. Mulhouse	Innenstadt-Bewohner
Marktplatz	3.2	3.2	3.2	3.1	3.3	3.4
Rheinufer	3.1	3.2	3.0	2.9	3.2*	3.2
Münsterplatz, Pfalz	3.2	3.2	3.2	3.1	3.7*	3.1
Barfüsserplatz	2.8	3.0	2.7	2.5*		3.0
Freie Strasse	3.3	3.4	3.2	3.5*	3.3*	3.5*
Spalenberg/Altstadt	2.9	3.0	2.8	3.0*		3.0*
Theaterplatz/ Tinguely/Kunsthalle	2.9	2.8	2.6*	3.0*		3.7*

Frage 6A



2.1.1.5 Verkehrssituation

Die Verkehrssituation wird an allen hier diskutierten Lieblingsorten insgesamt als gut eingestuft. Da sich die meisten von ihnen in verkehrsberuhigten Gegenden befinden, ist dieses Ergebnis nicht überraschend. Die Innenstadt-Bevölkerung beurteilt die Situation allerdings am Marktplatz sowie an der Freie Strasse und am Spalenberg (je kleines n) kritischer als die übrigen Nutzer.

Wie beurteilen Sie beim Lieblingsort die folgenden Aspekte?
Verkehrssituation

Mittelwerte, Skala von sehr schlecht (=1) bis sehr gut (=4)

Liebingsorte	Total	BS/Umg	weitere Agglo	Region Lörrach	Arr. Mulhouse	Innenstadt-Bewohner
Marktplatz	3.1	3.2	3.1	2.8	3.1	2.7
Rheinufer	3.3	3.3	3.2	3.2	3.4*	3.4
Münsterplatz, Pfalz	3.3	3.4	3.4	3.4	3.3*	3.1
Barfässerplatz	3.0	3.0	3.0	3.3*		3.0
Freie Strasse	3.3	3.4	3.2	3.5*	3.0*	2.5*
Spalenberg/Altstadt	3.1	3.2	3.1	3.3*		2.8*
Theaterplatz/ Tinguely/Kunsthalle	3.3	3.2	3.4*	3.0*		4.0*

Frage 6A



2.1.1.6 Verkehrssicherheit

Auch die Verkehrssicherheit wird mit einer Ausnahme des Barfässerplatzes, der fast durchwegs Noten unter 3 erhält, als gut beurteilt. Am besten wird die Verkehrssicherheit am Münsterplatz bewertet, der sich einerseits dadurch auszeichnet, dass er autofrei ist, und andererseits, dass dank seiner Grösse kaum Konflikte zwischen Fussgängern und Velofahrern bestehen. Umgekehrt führt wohl gerade die enge und uneinheitliche Situation an der Freie Strasse dazu, dass die Verkehrssicherheit dort von den wenigen Innenstadt-Bewohnern (kleines n), die sie als Lieblingsort gewählt haben, sehr schlecht bewertet wird.

Wie beurteilen Sie beim Lieblingsort die folgenden Aspekte?
Verkehrssicherheit

Mittelwerte, Skala von sehr schlecht (=1) bis sehr gut (=4)

Liebingsorte	Total	BS/Umg	weitere Agglo	Region Lörrach	Arr. Mulhouse	Innenstadt-Bewohner
Marktplatz	3.1	2.9	3.1	3.2	3.3	2.8
Rheinufer	3.3	3.4	3.3	3.1	3.6*	3.3
Münsterplatz, Pfalz	3.5	3.5	3.6	3.4	4.0*	3.0
Barfässerplatz	2.8	2.8	2.9	3.1*		2.7
Freie Strasse	3.2	3.3	3.2	4.0*	3.0*	2.0*
Spalenberg/Altstadt	3.2	3.3	3.2	3.3*		3.0*
Theaterplatz/ Tinguely/Kunsthalle	3.2	2.9	3.5*	3.5*		3.0*

Frage 6A



2.1.1.7 Lärmsituation

Die Lärmsituation wird wiederum am Münsterplatz am besten bewertet. Als nicht genügend wird sie am Marktplatz empfunden, den vor allem Innenstadt-Bewohner manchmal als zu lärmig empfinden. Dasselbe gilt für den Barfüsserplatz, der insgesamt noch kritischer bezüglich der Lärmbelastung beurteilt wird. Die Innenstadt-Bewohner geben überall ausser am Theaterplatz tiefere Werte für die Lärmsituation, die für sie offensichtlich ein Problem darstellt.

Wie beurteilen Sie beim Lieblingsort die folgenden Aspekte?
Lärmsituation

Mittelwerte, Skala von sehr schlecht (=1) bis sehr gut (=4)

Liebingsorte	Total	BS/Umg	weitere Agglo	Region Lörrach	Arr. Mulhouse	Innenstadt-Bewohner
Marktplatz	2.9	2.9	2.9	2.8	3.1	2.5
Rheinufer	3.0	3.0	3.1	3.0	3.3*	2.8
Münsterplatz, Pfalz	3.3	3.4	3.5	3.3	3.7*	2.5
Barfüsserplatz	2.7	2.8	2.7	2.9*		2.5
Freie Strasse	3.0	3.2	2.8	3.0*	3.3*	2.5*
Spalenberg/Altstadt	3.0	3.3	2.9	3.0*		2.8*
Theaterplatz/ Tinguely/Kunsthalle	3.1	2.9	3.0*	3.5*		3.7*

Frage 6A



2.1.1.8 Sicherheit (Kriminalität)

Die Sicherheit wird an den meisten Orten, an denen sich die Innenstadtbesucher gerne aufhalten, als gut beurteilt. Schlechtere Bewertungen erhalten der Barfüsserplatz und das Rheinufer, womit wohl hauptsächlich die Kleinbasler Seite gemeint ist. Auch bei der Beurteilung der Sicherheitssituation sind die Innenstadt-Bewohner kritischer, insbesondere was das Rheinufer betrifft.

Wie beurteilen Sie beim Lieblingsort die folgenden Aspekte?
Sicherheit (Kriminalität)

Mittelwerte, Skala von sehr schlecht (=1) bis sehr gut (=4)

Liebingsorte	Total	BS/Umg	weitere Agglo	Region Lörrach	Arr. Mulhouse	Innenstadt-Bewohner
Marktplatz	3.2	3.1	3.1	3.4	3.4	2.8*
Rheinufer	2.9	2.9	3.2	3.1	3.5*	2.5
Münsterplatz, Pfalz	3.3	3.3	3.5	3.3	3.7*	2.8
Barfüsserplatz	2.8	2.8	2.9	2.7*		2.6
Freie Strasse	3.4	3.4	3.3	3.5*	3.8*	3.0*
Spalenberg/Altstadt	3.1	2.9	3.2	3.3*		3.3*
Theaterplatz/ Tinguely/Kunsthalle	3.5	3.5	3.5*	4.0*		3.3*

Frage 6A



2.1.1.9 Sauberkeit

Die Sauberkeit wird mit Ausnahme des Rheinufers und des Barfüsserplatzes als gut beurteilt. Ein besonderer Brennpunkt bezüglich Sauberkeit scheint das Rheinufer zu sein, wo diesbezüglich vor allem aus Sicht der Innenstadt-Bewohner dringender Handlungsbedarf besteht.

Wie beurteilen Sie beim Lieblingsort die folgenden Aspekte?
Sauberkeit

Mittelwerte, Skala von sehr schlecht (=1) bis sehr gut (=4)

Lieblingsorte	Total	BS/Umg	weitere Agglo	Region Lörrach	Arr. Mulhouse	Innenstadt-Bewohner
Marktplatz	3.3	2.9	3.3	3.4	3.8	2.7
Rheinufer	2.6	2.5	2.9	3.2	3.6*	2.2
Münsterplatz, Pfalz	3.2	3.1	3.2	3.5	4.0*	2.8
Barfüsserplatz	2.8	2.7	2.9	3.6*		2.4
Freie Strasse	3.1	3.2	3.0	3.5*	3.0*	2.5*
Spalenberg/Altstadt	3.1	2.9	3.3	3.0*		3.0*
Theaterplatz/ Tinguely/Kunsthalle	3.2	3.2	3.3*	4.0*		3.0*

Frage 6A



2.1.1.10 Infrastruktur (WC, Beleuchtung, etc.)

Die Infrastruktur wird an den meisten Orten als ausbaufähig beurteilt. Nur gerade der Barfüsserplatz und der Theaterplatz erhalten im Schnitt eine genügende Note. Die Innenstadt-bewohner geben wiederum tiefere Werte, ihre Ansprüche an die Infrastruktur sind an den meisten Orten nicht erfüllt.

Wie beurteilen Sie beim Lieblingsort die folgenden Aspekte?
Infrastruktur (WC, Beleuchtung, etc.)

Mittelwerte, Skala von sehr schlecht (=1) bis sehr gut (=4)

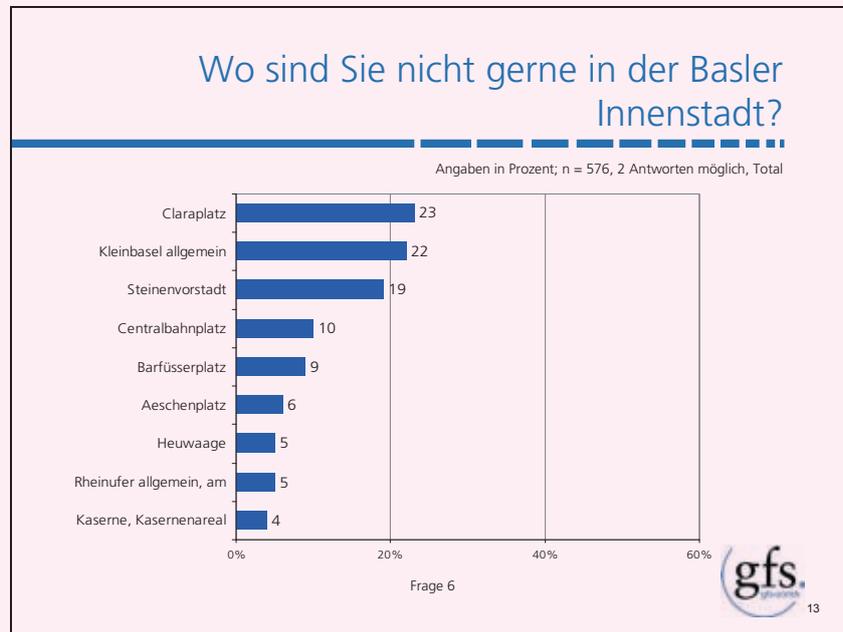
Lieblingsorte	Total	BS/Umg	weitere Agglo	Region Lörrach	Arr. Mulhouse	Innenstadt-Bewohner
Marktplatz	2.9	2.8	2.8	2.9	3.1	2.6
Rheinufer	2.8	2.7	2.9	3.1	3.5*	2.5
Münsterplatz, Pfalz	2.9	2.7	3.2	3.2	3.7*	2.3
Barfüsserplatz	3.0	3.2	2.8	3.5*		2.5
Freie Strasse	2.9	2.9	2.8	4.0*	3.3*	3.0*
Spalenberg/Altstadt	2.7	2.6	2.8	2.7*		2.8*
Theaterplatz/ Tinguely/Kunsthalle	3.0	3.1	3.3*	2.5*		2.5*

Frage 6A

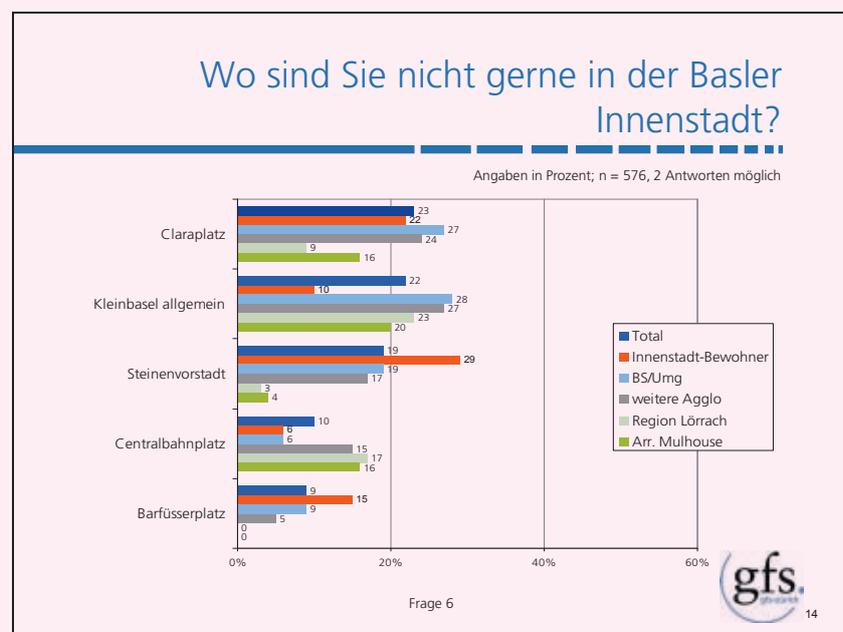


2.2 Orte, wo man nicht gerne ist

Zwei Brennpunkte stehen im Vordergrund, wenn die Leute Orte bezeichnen sollen, an denen sie sich nicht gerne aufhalten: zum einen Kleinbasel und dort im Speziellen der Claraplatz; und zum anderen die Steinenvorstadt, die Basler Ausgehmeile.



Während für die Schweizer Befragten der Claraplatz den unangenehmsten Ort darstellt, bezeichnen die Deutschen und Franzosen Kleinbasel allgemein sowie den Centralbahnplatz als die Orte, wo sie sich am wenigsten gerne aufhalten. Die Innenstadt-Bewohner stören sich weniger an Kleinbasel als Quartier, haben dafür mehr Mühe mit der Steinenvorstadt und dem daran angrenzenden Barfüsserplatz, der für viele gleichzeitig ja auch ein Lieblingsort ist.



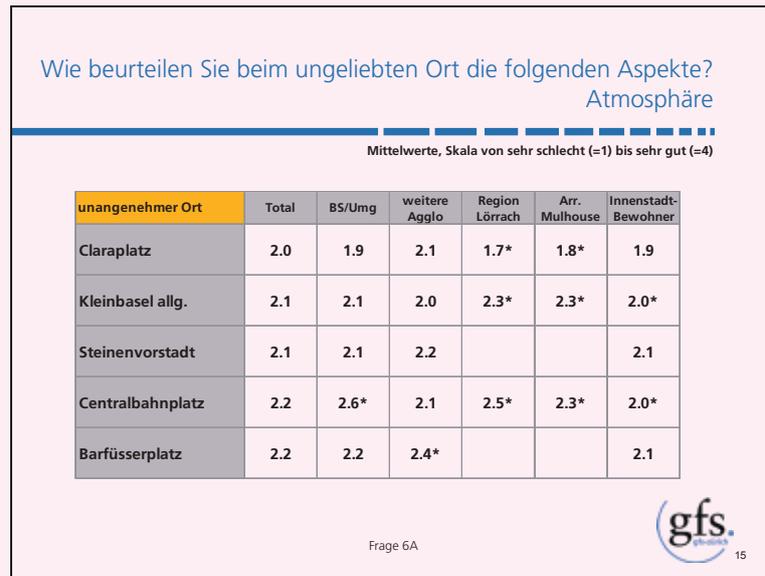
Der Centralbahnplatz wird hauptsächlich von jungen Menschen unter 35 Jahren als unangenehm empfunden. Vermutlich ist dieser Ort vor allem abends und nachts, wenn die Jungen aus der Agglo unterwegs sind, problematisch. Leute mit Kindern empfinden die Heuwaage als signifikant unangenehmer als Kinderlose.

2.2.1 Beurteilung verschiedener Aspekte ungeliebter Orte³

Die Orte, an denen sich die Leute nicht gerne aufhalten, werden von diesen bezüglich allen Aspekten schlecht beurteilt. Es gilt nun herauszufiltern, welche Aspekte besonders virulent für das negative Bild verantwortlich sind.

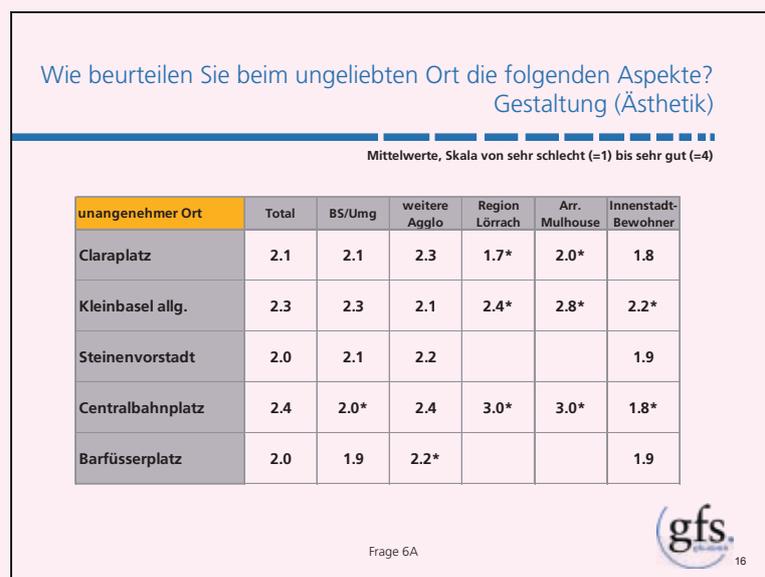
2.2.1.1 Atmosphäre

Die Atmosphäre wird an allen fünf am häufigsten genannten Orten als schlecht beurteilt. Hierbei kommt wohl ein Wechselspiel aus den räumlichen Umständen (Infrastruktur, Gestaltung, etc.) und der sich dort aufhaltenden Personen zum Tragen.



2.2.1.2 Gestaltung (Ästhetik)

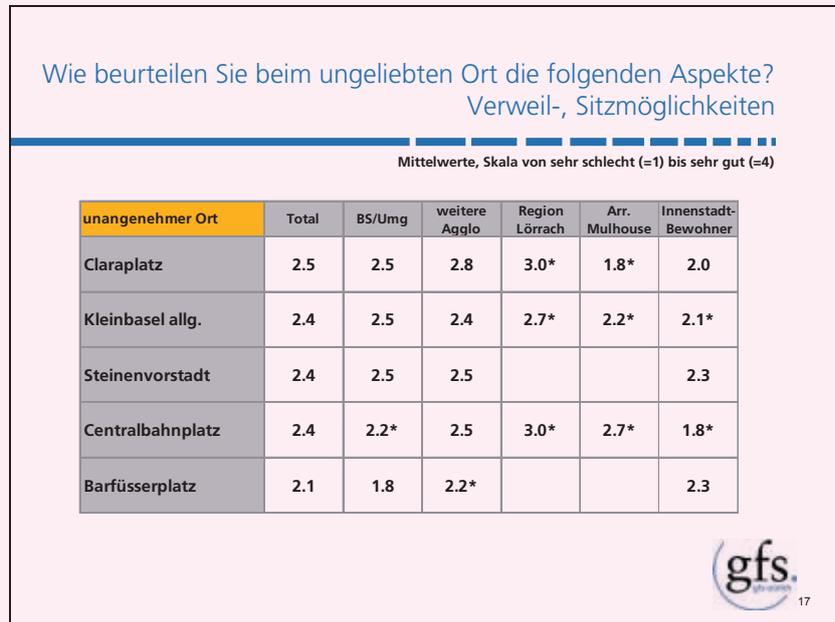
Bei der Gestaltung erhält Kleinbasel etwas bessere Werte, der Centralbahnplatz gefällt insbesondere den Innenstadt-Bewohnern und den Menschen aus der näheren Umgebung nicht.



³ Die Fallzahlen aus den verschiedenen Regionen sind an den einzelnen Orten zum Teil sehr klein (Bsp: Centralbahnplatz, Arr. Mulhouse n=3) und sind mit der entsprechenden Vorsicht zu geniessen. Zellen mit einem n<10 sind mit einem Stern (*) bezeichnet.

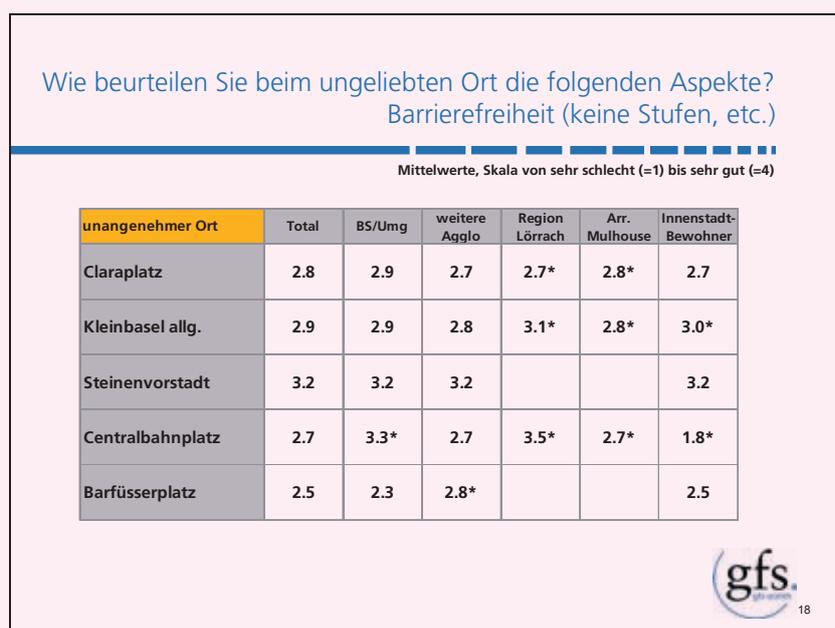
2.2.1.3 Verweil-, Sitzmöglichkeiten, Aufenthalt

Die Verweilmöglichkeiten werden auch als ungenügend taxiert, die Werte sind aber etwas besser als bei der Atmosphäre und der Gestaltung. Besonderer Handlungsbedarf wird beim Barfüsserplatz gesehen.



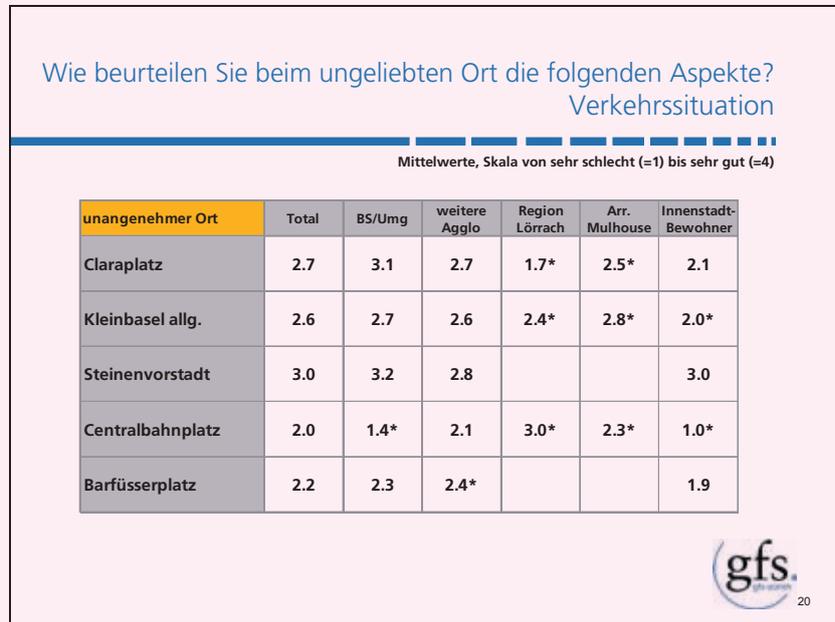
2.2.1.4 Barrierefreiheit (wenig Stufen, etc.)

Die Barrierefreiheit wird in der Steinenvorstadt als gut beurteilt, an den anderen Orten scheint diesbezüglich Verbesserungsbedarf zu bestehen. Insbesondere der Barfüsserplatz wird als ungenügend beurteilt. Die Innenstadt-Bewohner (kleines n) geben im Gegensatz zu den Nutzern aus der näheren Umgebung dem Centralbahnplatz sehr schlechte Noten in Bezug auf die Barrierefreiheit.



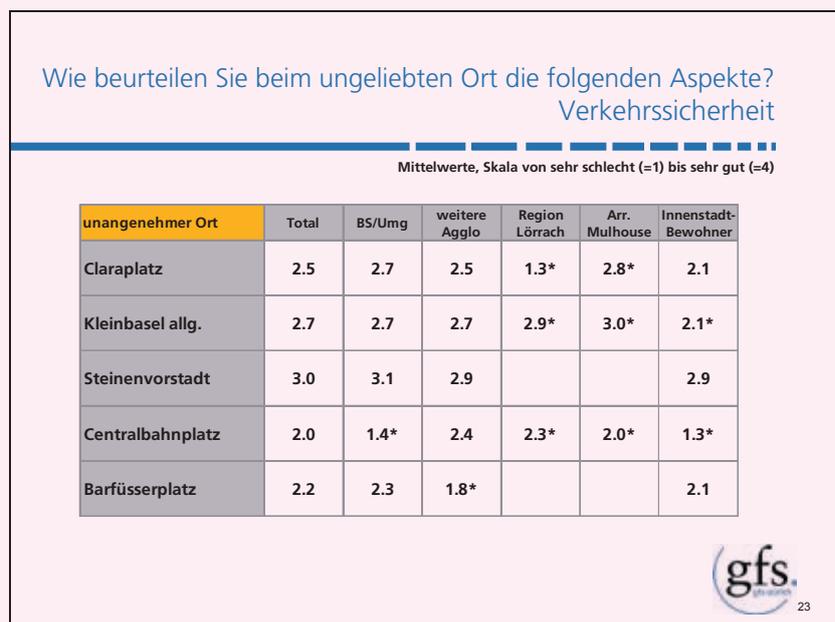
2.2.1.5 Verkehrssituation

Die Verkehrssituation wird einzig in der verkehrsfreien Steinenvorstadt als gut beurteilt. Ganz schlecht kommen der Centralbahnplatz und der Barfüsserplatz weg. Insbesondere stufen fast alle Innenstadt-Bewohner und Nutzer aus der näheren Umgebung, die den Centralbahnplatz als unangenehm empfinden, die dortige Verkehrssituation als sehr schlecht ein.



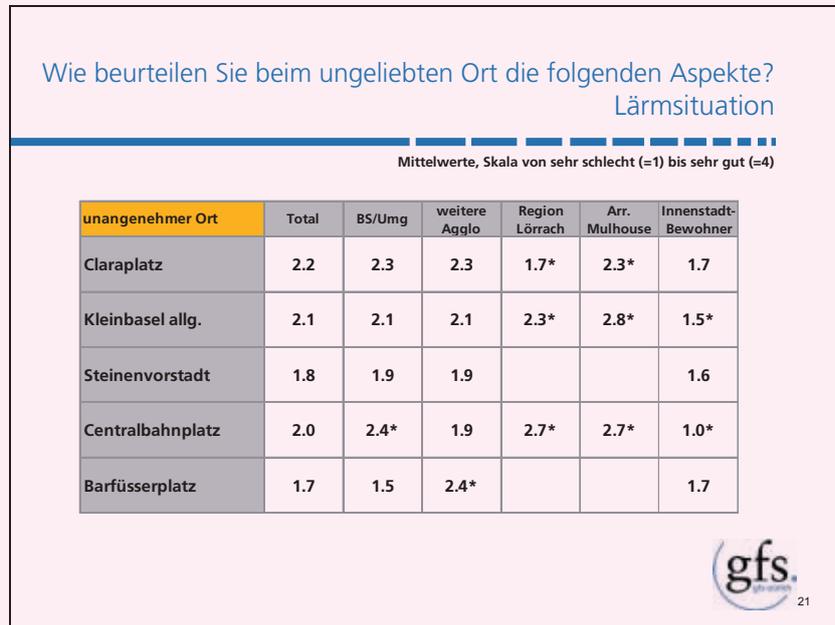
2.2.1.6 Verkehrssicherheit

Die Verkehrssicherheit wird wiederum in der Steinenvorstadt am besten bewertet, während der Centralbahnplatz und der Barfüsserplatz diesbezüglich als sehr problematisch gelten. Gemeint ist wohl die Tramdichte, die viele Leute überfordert. Die Werte liegen aber insgesamt nahe bei denjenigen zur Verkehrssituation, so dass angenommen werden kann, dass viele Leute kaum zwischen diesen beiden Aspekten differenzieren.



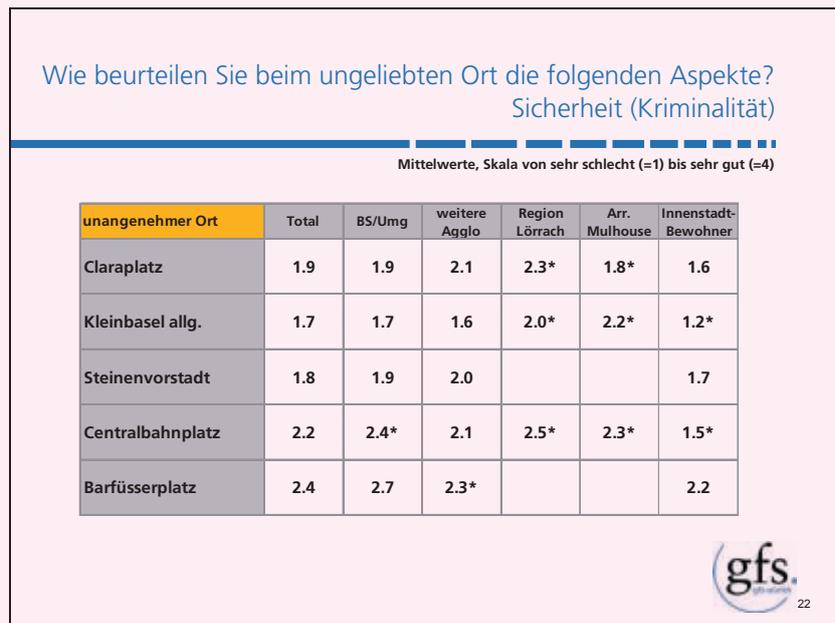
2.2.1.7 Lärmsituation

Die Lärmsituation ist offenbar eines der virulentesten Probleme an den Plätzen, die als unangenehm empfunden werden. An allen fünf Orten sind die Werte sehr tief, besonders problematisch werden der Barfüsserplatz und die Steinenvorstadt wahrgenommen.



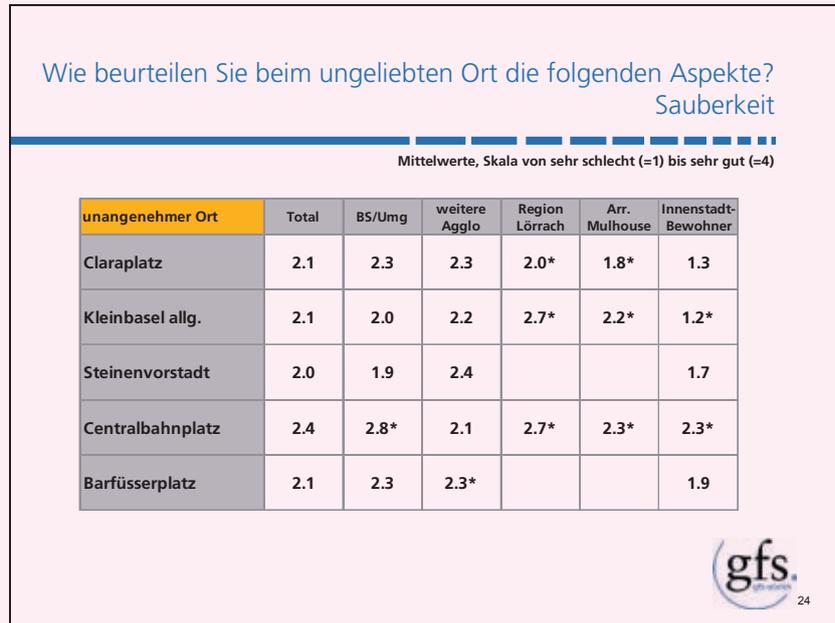
2.2.1.8 Sicherheit (Kriminalität)

Noch schlechter als die Lärmsituation wird die Sicherheitslage an den beanstandeten Orten bewertet. Nur der Barfüsserplatz und der Centralbahnplatz werden diesbezüglich etwas besser taxiert. Kleinbasel allgemein, der Claraplatz und die Steinenvorstadt haben offenbar den Ruf, unsichere Gegenden zu sein.



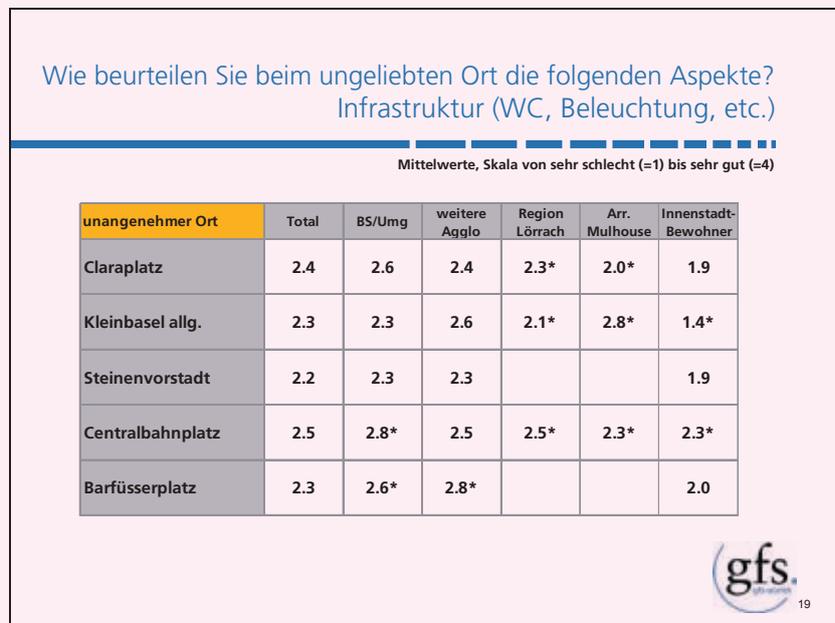
2.2.1.9 Sauberkeit

Auch die Sauberkeit wird an allen fünf Orten als klar ungenügend empfunden. Die Innenstadt-Bewohner empfinden die Situation in Kleinbasel als besonders kritisch.



2.2.1.10 Infrastruktur (WC, Beleuchtung, etc.)

Die Infrastruktur gilt zwar an allen fünf Orten als ungenügend, ist aber ein als weniger problematisch empfundener Punkt als die Sicherheitslage, der Lärm und die mangelnde Sauberkeit.



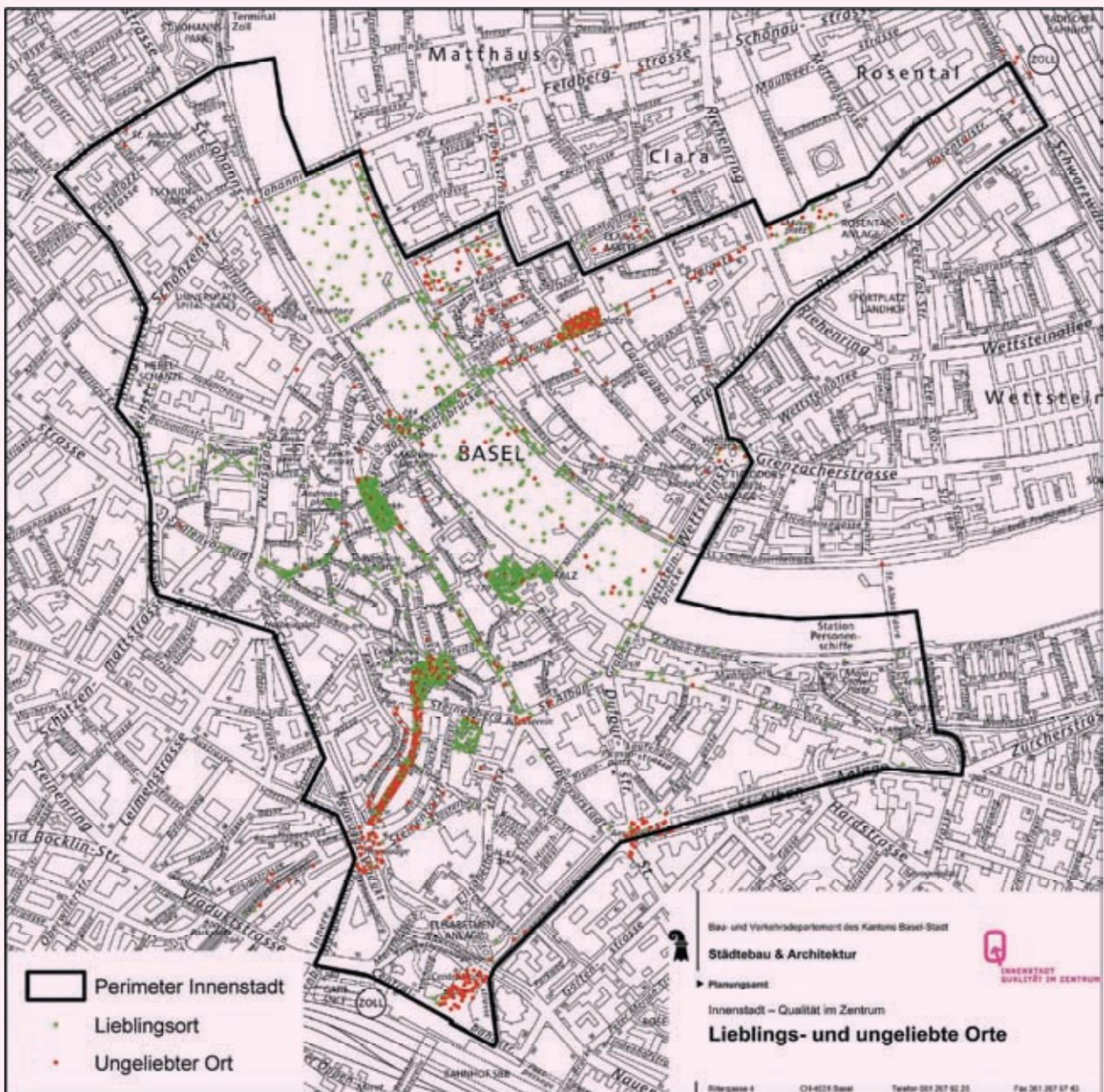
2.3 Übersicht der beliebten und ungeliebten Orte

Auf unten eingefügter Karte wird ersichtlich, wo die Orte sich häufen, an denen sich die Nutzer gerne aufhalten, und wo die Orte sind, wo die Leute nicht so gerne sind.

Es zeigt sich, dass die Grossbasler Altstadt und weite Teile der Fussgängerzone zu den gern frequentierten Gegenden zählen. Auch ausgesprochen beliebt ist der Rhein, insbesondere das Kleinbasler Rheinufer.

Häufungen von roten Punkten, die Plätze bezeichnen, an denen man nicht gerne ist, gibt es in Kleinbasel und dort insbesondere am Claraplatz, an der Webergasse (Rotlichtviertel) und beim Kasernenareal. Auf Grossbasler Seite gibt es Häufungen am Centralbahnplatz, an der Heuwaage, an der Steinenvorstadt, dem Steinenbachgässlein und am Aeschenplatz.

Am Barfüsserplatz gibt es etwa gleich viele positive wie negative Nennungen. Auch die Steinenvorstadt, das Kasernenareal und der Claraplatz erhalten neben negativen auch positive Bewertungen.

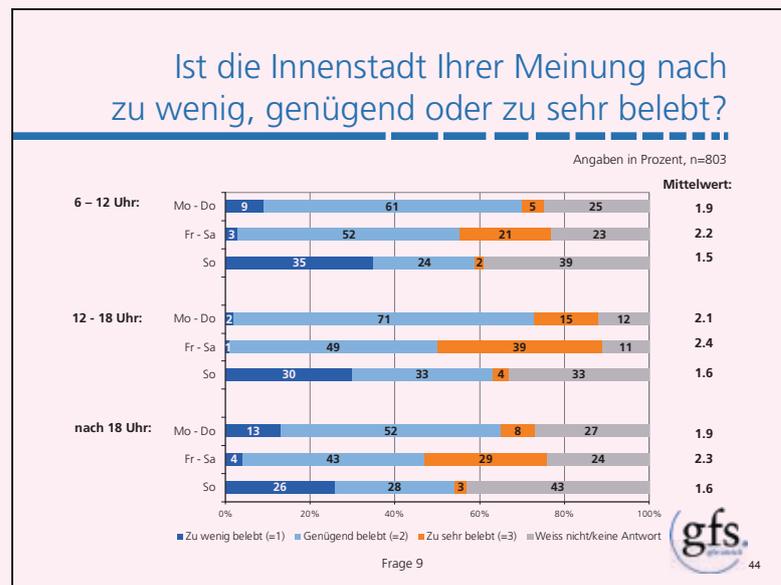


3 Belebung der Innenstadt

3.1 Belebung zu verschiedenen Tageszeiten

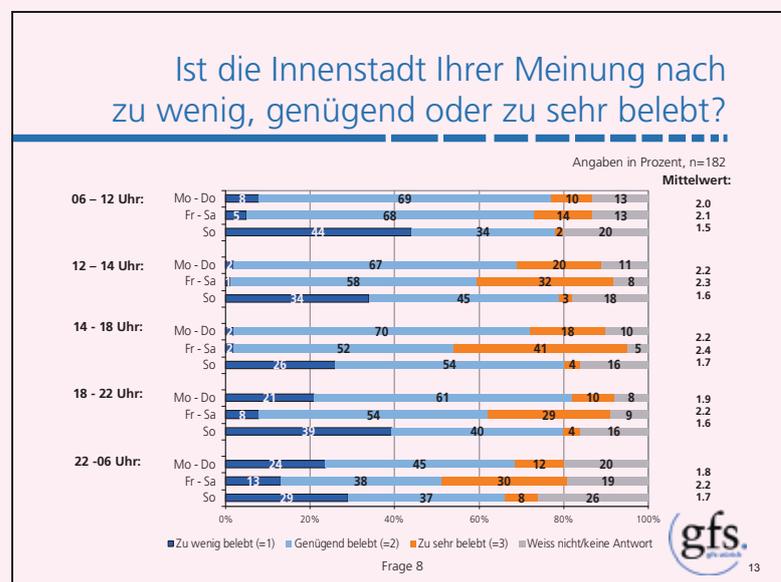
3.1.1 Belebung gemäss ausserhalb der Innenstadt Wohnenden

Für die ausserhalb der Innenstadt Wohnenden ist die Basler Innenstadt von Montag bis Donnerstag genügend belebt. Nachholbedarf hat der Sonntag, an dem die Innenstadt von vielen als zu wenig belebt empfunden wird. Dies hängt sicher zusammen mit den geschlossenen Geschäften. Aus der ersten Befragung wissen wir aber auch, dass am Sonntag viele Restaurants und Cafés geschlossen haben, was einige Nutzer bedauern. Stark belebt, und für zwei Fünftel der Befragten zu stark, ist die Innenstadt am Freitag und Samstag. Das beginnt offenbar schon am Nachmittag und zieht sich bis in die Nacht durch.



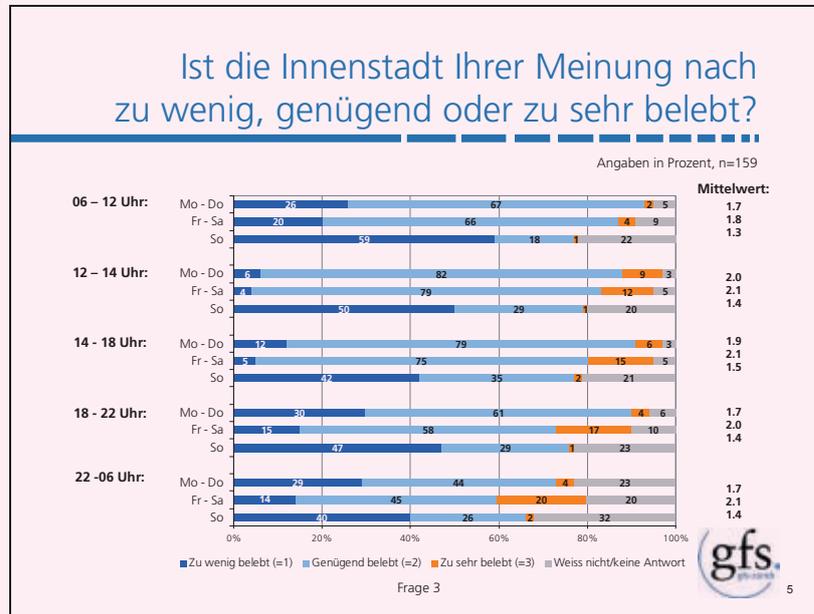
3.1.2 Belebung gemäss den Innenstadt-Bewohnern

Die Aussagen der Innenstadt-Bewohner stimmen weitgehend mit denjenigen der ausserhalb der Innenstadt wohnenden Nutzer überein. Als besonders stark wird die Belebung am Freitag und Samstag Nachmittag empfunden.



3.1.3 Belebung gemäss den Gewerbetreibenden

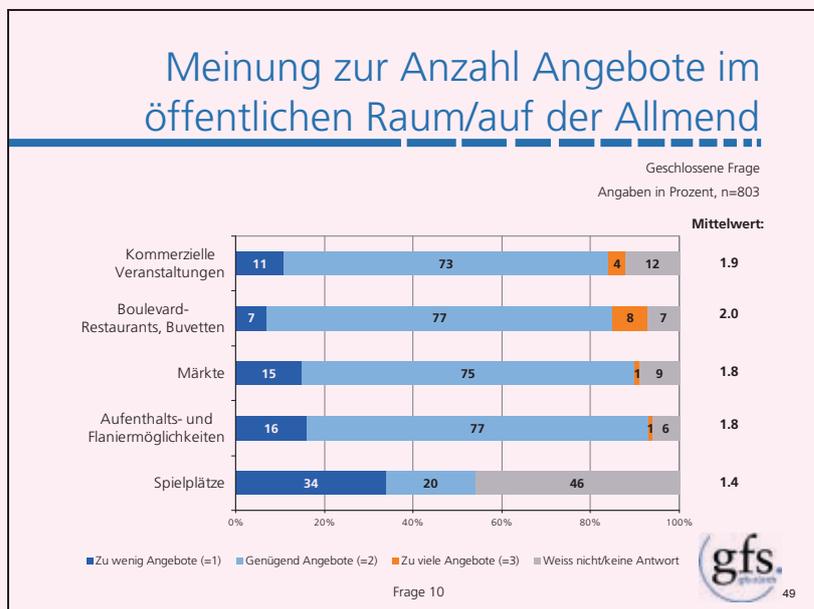
Die Gewerbetreibenden bewerten die Basler Innenstadt durchwegs als weniger belebt als die Innenstadt-Bewohner und die Nutzer von ausserhalb. Sie empfinden nicht nur die Sonntage als zu wenig belebt, sondern auch Montag bis Donnerstag Abend und Nacht. Am Freitag und Samstag scheint die gegenwärtige Belebung der Innenstadt für die Gewerbetreibenden zufrieden stellend zu sein.



3.2 Menge an Angeboten im öffentlichen Raum

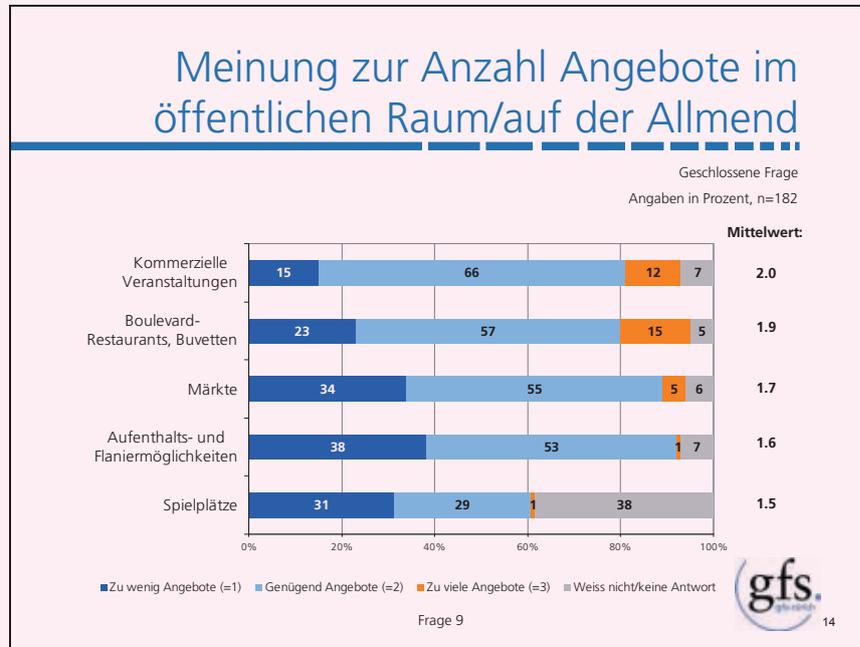
3.2.1 Angebotsmenge gemäss ausserhalb der Innenstadt Wohnenden

Die von auswärts Kommenden bewerten das Angebot im öffentlichen Raum der Basler Innenstadt grundsätzlich als genügend. Ein Drittel von ihnen findet allerdings, es gäbe zu wenige Spielplätze, bei den Nutzern mit Kindern sind es sogar 48%. Ein Viertel der jungen Nutzer unter 35 Jahren wünscht sich zudem mehr kommerzielle Veranstaltungen. Die ältesten Nutzer (über 65 Jahre) finden hingegen kaum, dass es zu wenige Angebote gibt.



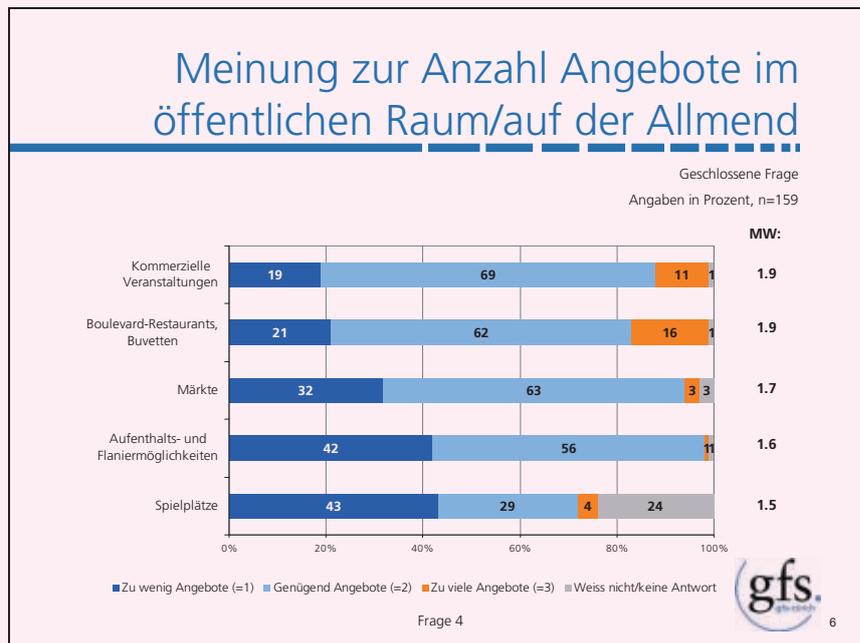
3.2.2 Angebotsmenge gemäss den Innenstadt-Bewohnern

Unter den Innenstadt-Bewohnern gibt es einen höheren Anteil, die ein grösseres Angebot auf der Allmend fordern. Je rund ein Drittel wünscht mehr Märkte, Aufenthalts- und Flaniermöglichkeiten und Spielplätze, ein Viertel möchte mehr Boulevard-Restaurants und Buvetten. Vor allem unter den über 65-jährigen Bewohnern gibt es aber auch solche, denen es zu viele kommerzielle Veranstaltungen und Boulevard-Gastronomie in der Innenstadt gibt.



3.2.3 Angebotsmenge gemäss den Gewerbetreibenden

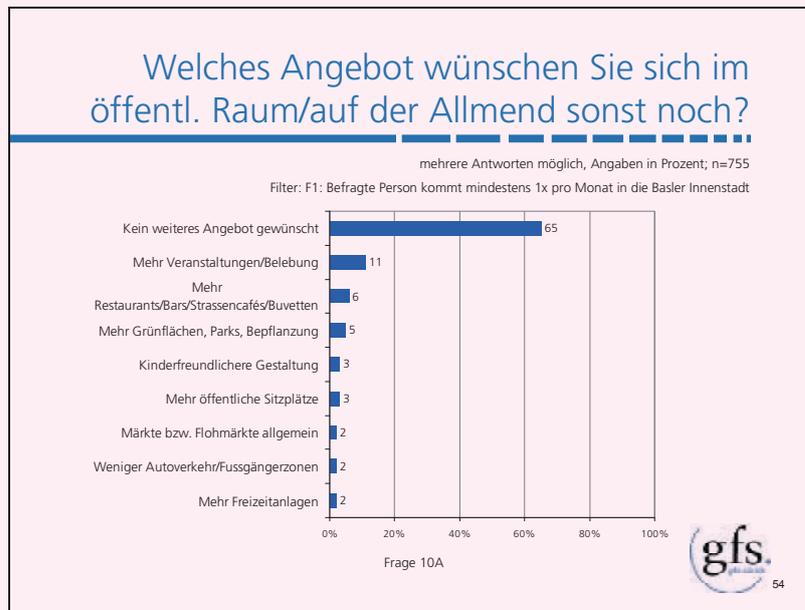
Nur ein Fünftel der Gewerbetreibenden wünscht sich mehr kommerzielle Veranstaltungen und mehr Boulevard-Gastronomie im öffentlichen Raum. Dafür sähen offenbar mehr Gewerbeleute für sich einen Vorteil, wenn es mehr Märkte, Aufenthalts- und Flaniermöglichkeiten und Spielplätze in der Innenstadt gäbe.



3.3 Zusätzlich gewünschte Angebote im öffentlichen Raum

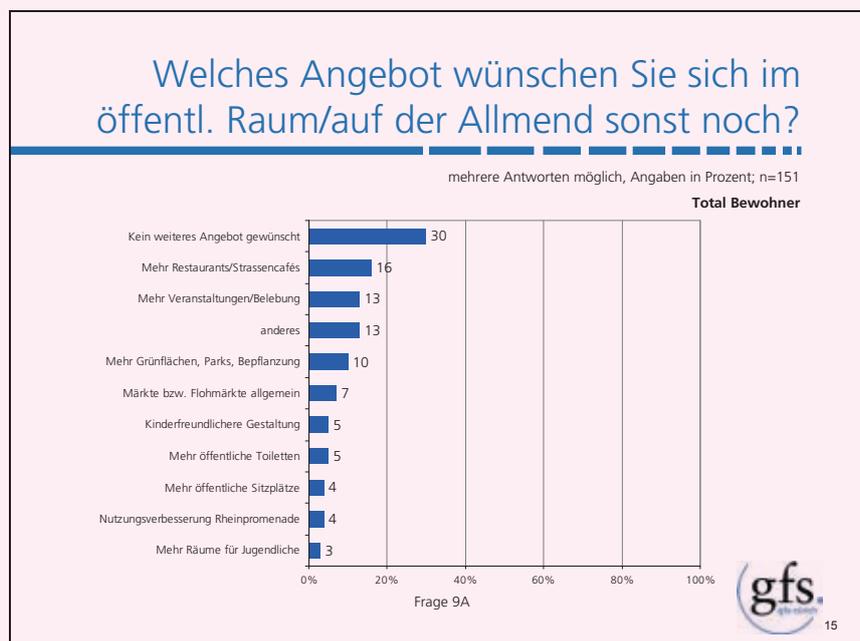
3.3.1 Angebotswünsche der ausserhalb der Innenstadt Wohnenden

Zwei Drittel der Auswärtigen sind mit den Angeboten im öffentlichen Raum zufrieden, bei den Pensionierten sowie den Franzosen und Deutschen sind sogar drei Viertel ohne weitere Angebotswünsche. 11% – jedoch nicht die älteren Nutzer über 65 – wünschen sich mehr Veranstaltungen/mehr Belebung. Vor allem Frauen wünschen sich mehr Grünflächen und bei den 36 bis 45-Jährigen besteht ein verstärkter Wunsch nach kinderfreundlicherer Gestaltung.



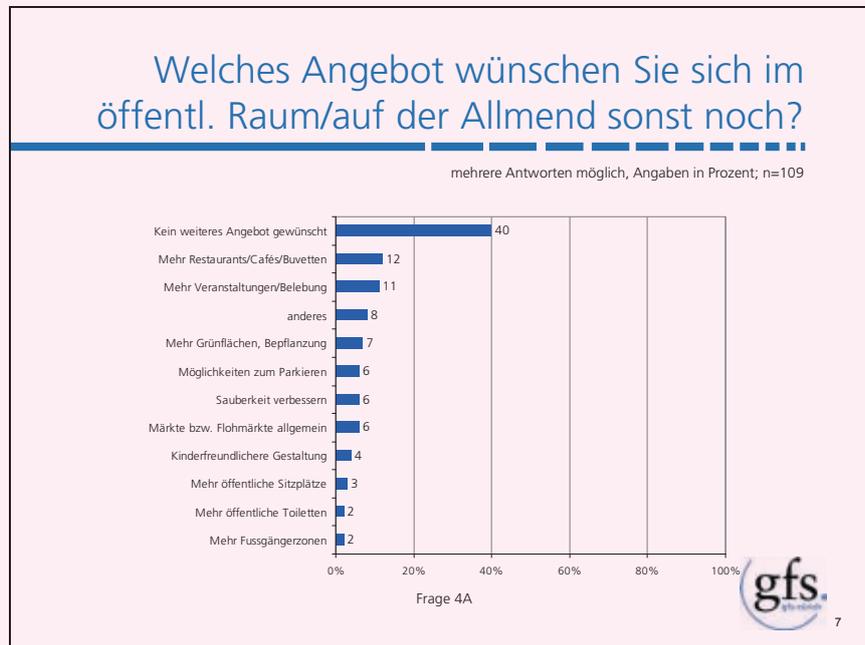
3.3.2 Angebotswünsche der Innenstadt-Bewohner

Ein Viertel der bis 45-jährigen Bewohner und 30% der Personen mit hohem Bildungsabschluss wünschen sich mehr Restaurant/Bar-Angebote. Mehr Veranstaltungen werden vor allem von den jüngeren Bewohnern unter 46 Jahren gewünscht. Weiter wünschen sich Einzelne mehr Grünflächen und Märkte, eine kinderfreundlichere Gestaltung sowie mehr öffentliche Toiletten.



3.3.3 Angebotswünsche der Gewerbetreibenden

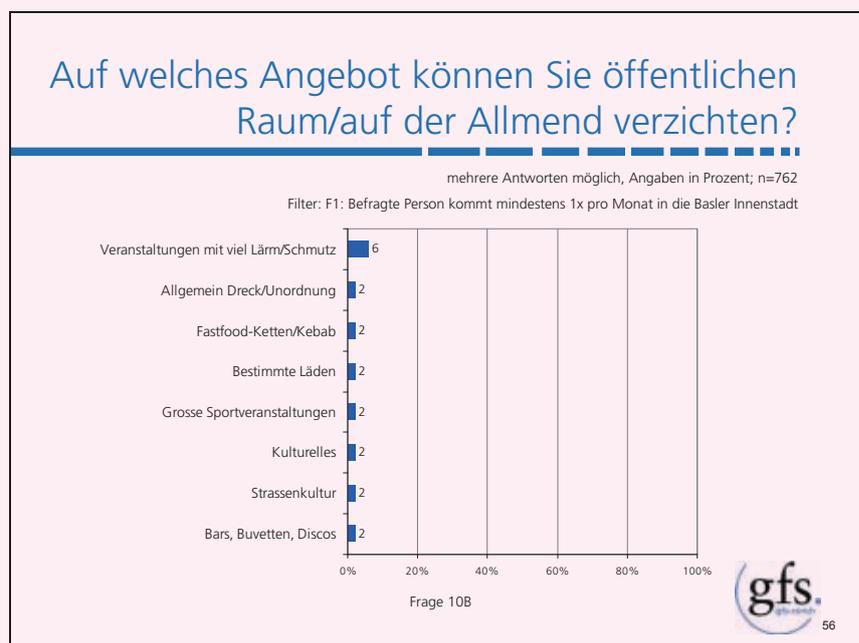
Bei den Gewerbetreibenden steht der Wunsch nach einer zusätzlichen Belebung der Innenstadt und insbesondere mehr Gastro-Angeboten im Vordergrund. Sie wünschen sich zudem mehr Parkmöglichkeiten sowie eine verbesserte Sauberkeit.



3.4 Verzichtbare Angebote im öffentlichen Raum

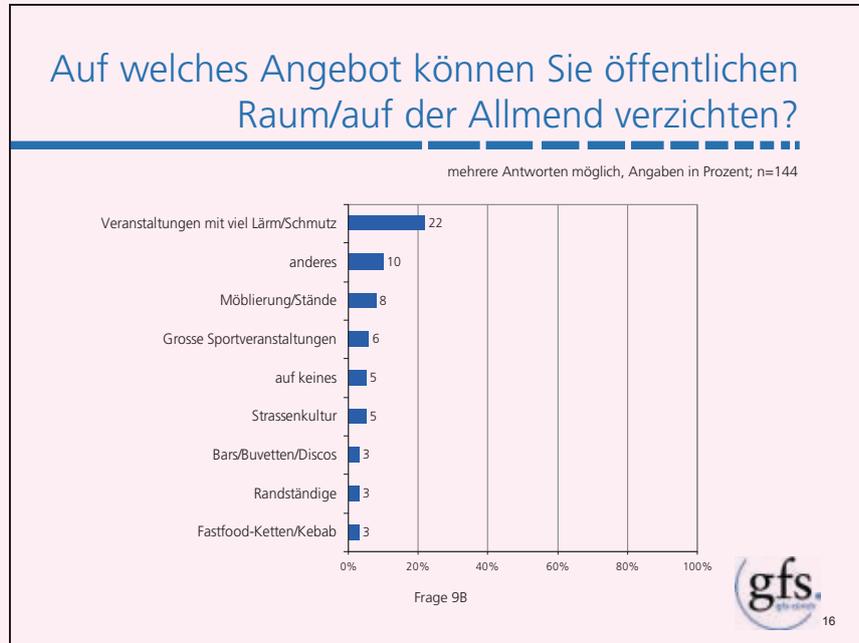
3.4.1 Verzichtbares gemäss der ausserhalb der Innenstadt Wohnenden

Die ausserhalb der Innenstadt wohnenden Nutzer benennen nur sehr wenige Angebote im öffentlichen Raum, auf die sie gerne verzichten würden. Als unangenehm empfunden werden teilweise Veranstaltungen mit viel Lärm und Schmutz, allgemein Dreck und Unordnung sowie zu billige Gastro- und Ladenlokale.



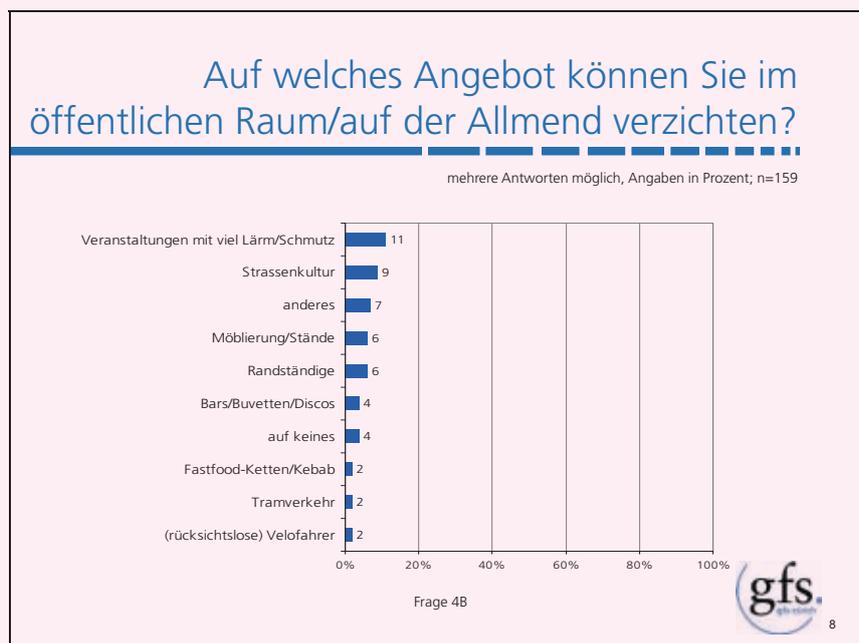
3.4.2 Verzichtbares gemäss den Innenstadt-Bewohnern

Die Innenstadt-Bewohner stören sich stark an den Veranstaltungen in der Innenstadt, die ihnen viel Lärm und Schmutz bescheren. Ins gleiche Kapitel gehören die grossen Sportveranstaltungen, die Strassenkultur und die Bars/Discos und Buvetten, die ebenfalls Lärm generieren. Ausserdem ist einigen die Innenstadt zu stark möbliert.



3.4.3 Verzichtbares gemäss den Gewerbetreibenden

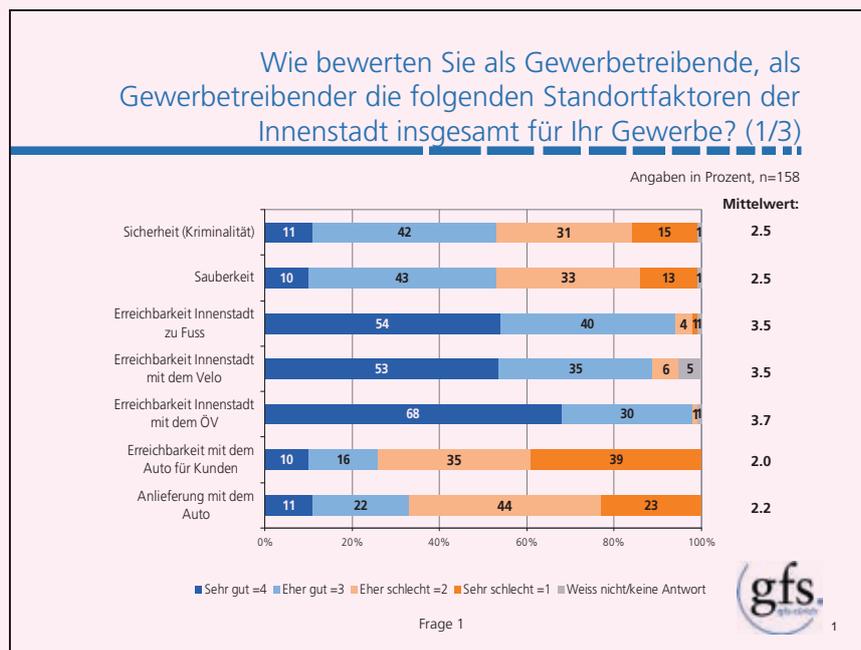
Die Gewerbetreibenden stören sich an ähnlichen Dingen wie die Bewohner. Auch bei ihnen steht der Schutz vor Lärm, Schmutz und störenden Erscheinungen im Strassenbild im Vordergrund. Mehr als die Bewohner stören sie sich auch an Randständigen.



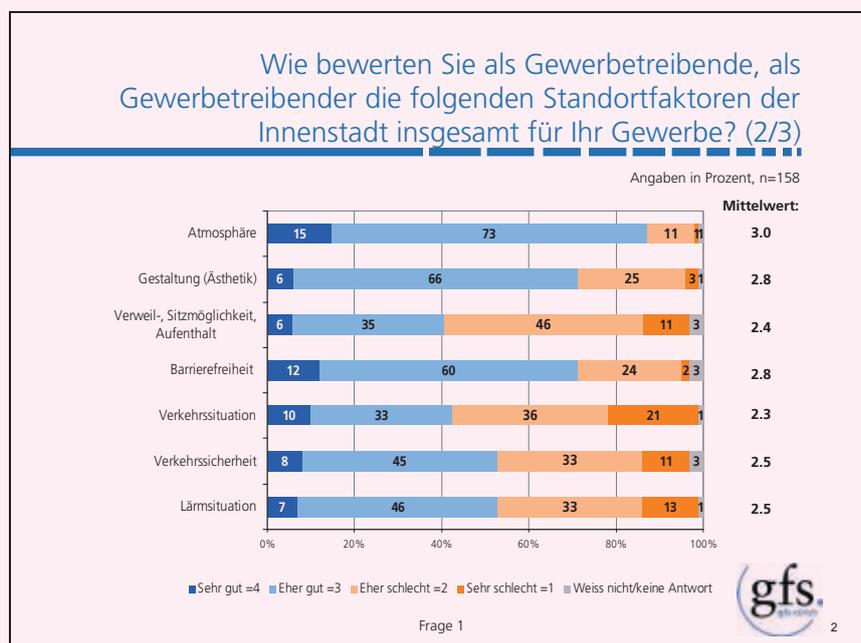
4 Standortfaktoren für das Gewerbe

4.1 Bewertung verschiedener Standortfaktoren der Innenstadt

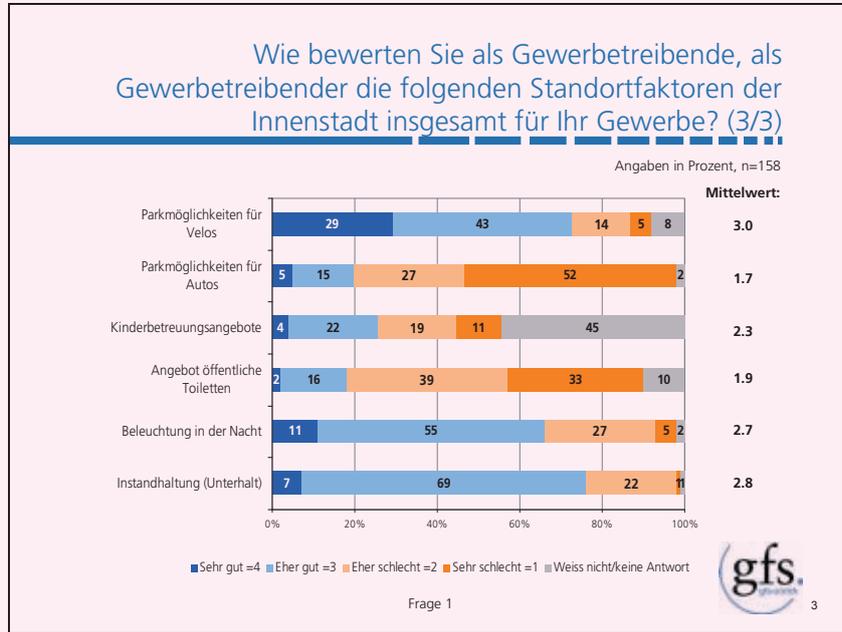
Der eindeutig am besten bewertete Standortfaktor der Innenstadt aus Sicht des Gewerbes ist deren Erreichbarkeit. Am besten wird die Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr bewertet, aber auch die Erreichbarkeit zu Fuss und mit dem Velo werden als überdurchschnittlich gut bewertet. Dazu im Kontrast stehen die Erreichbarkeit und die Anlieferungswege mit dem Auto, die beide als schlecht taxiert werden, besonders in der Grossbasler Altstadt und in Kleinbasel. Ebenfalls verbesserungswürdig sind für das Gewerbe die Sicherheit und die Sauberkeit, wobei die Sicherheit vor allem in Kleinbasel als schlecht bewertet wird.



Die Atmosphäre ist gut, aber bei der Gestaltung und der Barrierefreiheit gibt es Verbesserungsbedarf. Als schlecht beurteilt werden die Verweilmöglichkeiten, die Verkehrssituation, die Verkehrssicherheit und die Lärmsituation.

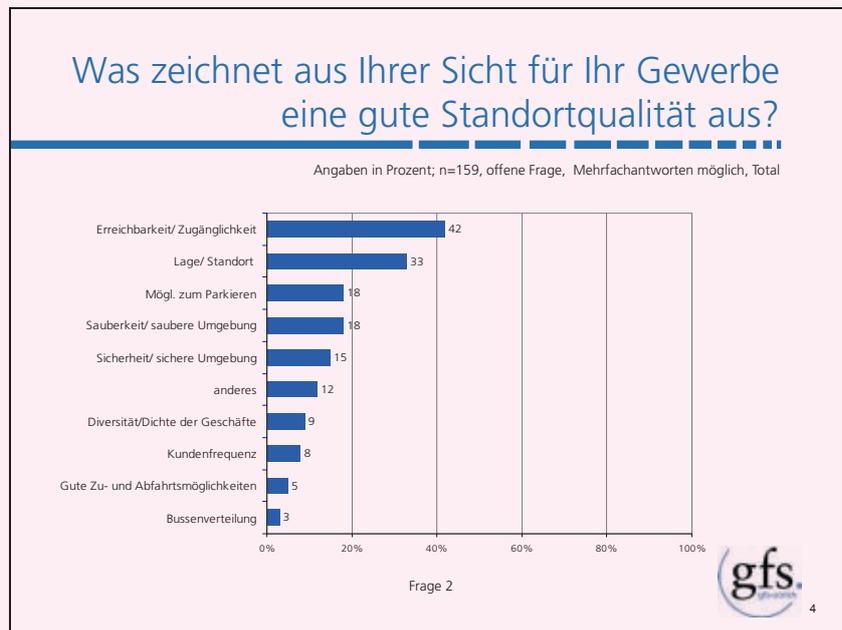


Währenddem die Parkmöglichkeiten für Velos als genügend beurteilt wird, gilt das Parkplatzangebot für Autos als eindeutig ungenügend aus Sicht des Gewerbes. Insbesondere in der Grossbasler Altstadt und in Kleinbasel gibt es ganz tiefe Noten. Klar als ungenügend bewertet wird auch das Angebot an öffentlichen Toiletten. Diejenigen, die es beurteilen können, taxieren auch die Kinderbetreuungsangebote als eher schlecht. Nicht ganz befriedigend sind für das Gewerbe sodann die Beleuchtung in der Nacht sowie der Unterhalt, insbesondere in den Fussgängerzonen.



4.2 Was zeichnet eine gute Standortqualität aus?

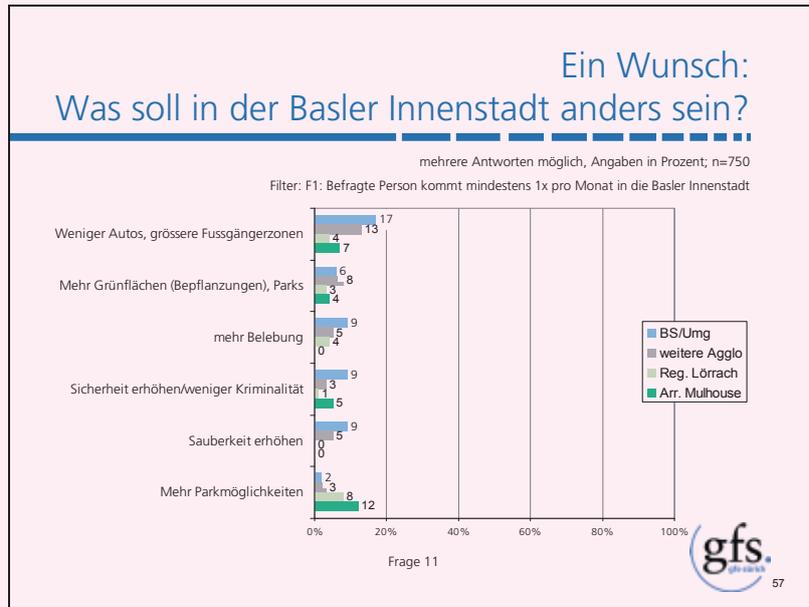
Die wichtigsten Kriterien für eine gute Standortqualität sind für das Gewerbe unabhängig von der Branche die Erreichbarkeit/Zugänglichkeit sowie die Lage des Geschäfts. Die Park-Möglichkeiten werden in erster Linie von den Gewerbeleuten ausserhalb der Grossbasler Altstadt angeführt. In den Fussgängerzonen sind offensichtlich die Parkmöglichkeiten nicht so relevant in Bezug auf die Standortqualität. Weiter von Bedeutung sind die Sauberkeit, die Sicherheit, gute Zu- und Abfahrtsmöglichkeiten, die Diversität der Geschäfte und die Kundenfrequenz.



5 Verbesserungswünsche

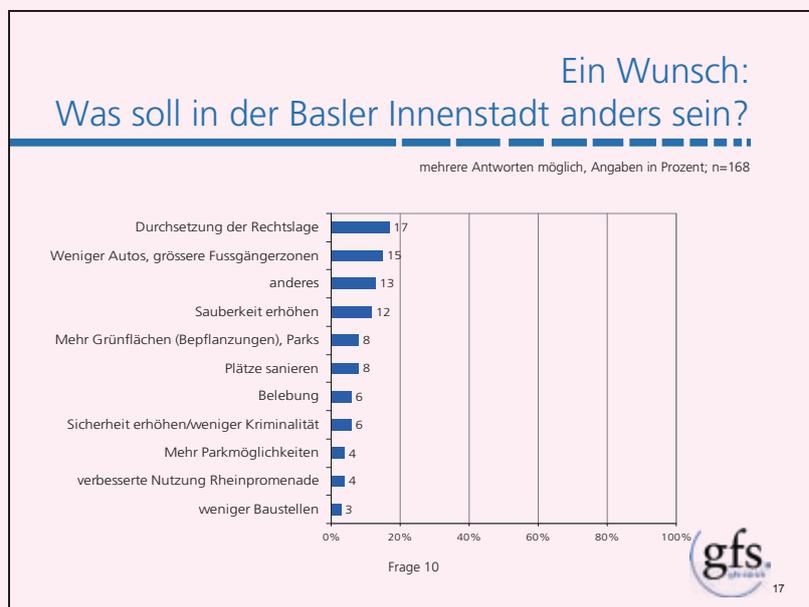
5.1 Wünsche der ausserhalb der Innenstadt Wohnenden

Bei den Schweizern steht der Wunsch nach einem Ausbau der Fussgängerzonen im Vordergrund, die Innenstadt-Nutzer aus dem grenznahen Ausland äussern hingegen am häufigsten den Wunsch nach mehr Parkmöglichkeiten. Aus allen Regionen kommt der Wunsch nach grosszügigeren Grünflächen. Besonders die Nutzer aus Basel-Stadt und Umgebung wünschen sich, dass mehr für die Sicherheit und die Sauberkeit getan wird.



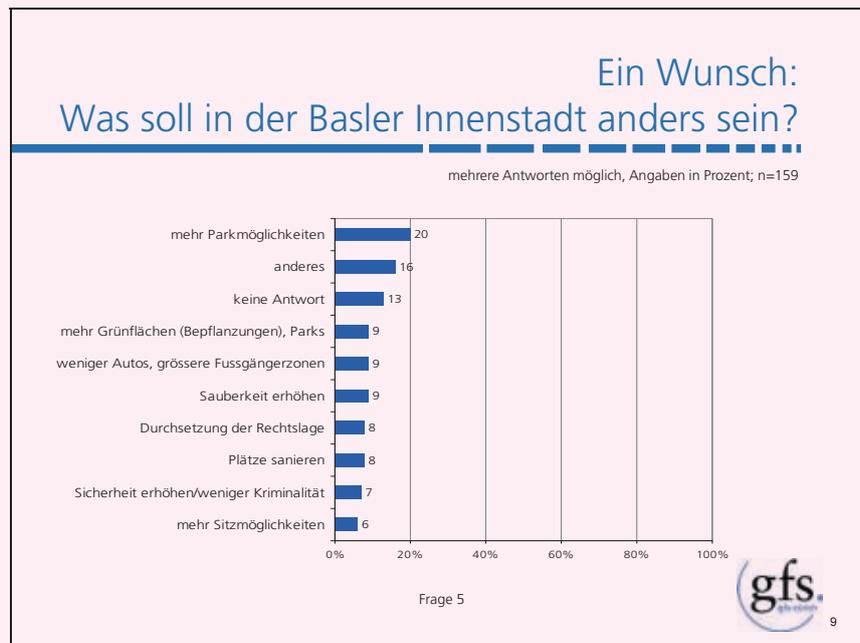
5.2 Wünsche der Innenstadt-Bewohner

Bei den Innenstadt-Bewohnern steht der Wunsch nach Durchsetzung der Rechtslage an der Spitze. Gemeint sind damit wohl Durchsetzung der Nachtruhe und der Verkehrsregeln sowie der Schutz vor Sachbeschädigungen. Wie die Auswärtigen wünschen sich auch die Bewohner mehr Fussgängerzonen und mehr Sauberkeit. Ein Thema ist nebst dem Wunsch nach mehr Grünflächen die Sanierung der Plätze, obschon sich einige über die Baustellen ärgern.



5.3 Wünsche der Gewerbetreibenden

Anders als die von Aussen Kommenden und die Bewohner wünschen sich die Gewerbetreibenden in erster Linie einen Ausbau des Parkplatzangebotes. Ein Viertel der Gewerbeleute, die einen Wunsch formuliert haben, wollen das. Wünschenswert findet das Gewerbe ausserdem die Erhöhung der Sauberkeit, die Durchsetzung der Rechtslage und die Sanierung der Plätze. Ebenfalls von einigen begrüsst würden zusätzliche Grünflächen zur Attraktivierung der Innenstadt, grössere Fussgängerzonen und eine vermehrte Belebung, die ihnen mehr Kundschaft in die Nähe ihres Geschäftes bringen würde. Ebenfalls ein Thema ist die Sicherheit.



| 6 Schlussfolgerungen aus Modul 1 und 2

Zum Abschluss versuchen wir noch eine Synthese aus den wichtigsten Befunden der beiden Studien-Module. Anzumerken ist jedoch, dass die beiden Module im Grunde ergänzend konzipiert sind, so dass es nur einen kleinen gemeinsamen Schnittbereich von vergleichbaren Fragestellungen gibt.

Die wichtigsten Feststellungen aus dieser gemeinsamen Schnittmenge sind:

Aus der näheren Umgebung und der weiteren Agglomeration kommen mindestens 70% mindestens einmal im Monat in die Innenstadt. Aus dem Arrondissement Mulhouse sind es ca. 30%, aus der Region Lörrach 35%.

Die wichtigsten Motive für den Besuch der Innenstadt sind – das zeigen beiden Module - der Einkauf, der Einkaufsbummel und – häufig ergänzend dazu – der Besuch von Restaurants und Cafés. Dabei gefällt es den Leuten besonders dort, wo sie sich ungestört von irgendwelchen Verkehrseinflüssen bewegen können. Dies wird unterstrichen durch den Wunsch nach grösseren Fussgängerzonen.

Das Rheinufer gefällt den Nutzern, die in der Innenstadt befragt wurden (Modul 1) und den Bewohnern der Innenstadt (Modul 2) am besten. Bei den repräsentativ befragten Nutzern im Modul 2, die ausserhalb der Innenstadt wohnen, belegt der Marktplatz die Spitzenposition.

In beiden Modulen wird die Sauberkeit, resp. das Littering als Problempunkt artikuliert, respektive als Verbesserungswunsch erwähnt. Die ausländischen Nutzer – speziell die deutschen – empfinden die Basler Innenstadt als zu teuer.

In beiden Modulen zeigt sich deutlich, dass der öffentliche Verkehr den wichtigsten Anteil beim Transport der Nutzer in die Basler Innenstadt hat. Dort, wo ein dichtes und direktes Netz des öffentlichen Verkehrs besteht, wird dieser von zwei Dritteln der Nutzer bevorzugt und ist der Anteil der Autofahrer sehr klein. Erst aus der weiter entfernten Agglomeration und aus dem grenznahen Ausland bekommt das Auto eine stärkere Bedeutung.

Auch in beiden Modulen wird der Spannungsbogen sichtbar, dass gewisse Gruppen (Gewerbe, Nutzer aus dem nahen Ausland) mehr Parkplätze fordern und gleichzeitig die Fussgängerzonen, deren Ausbau von Besuchenden wie Bewohnern gewünscht wird, einer der grössten Trümpfe der Basler Innenstadt sind. Die Herausforderung besteht darin, auch den Autofahrern eine Zufahrt nahe an die Innenstadt zu ermöglichen und gleichzeitig die Entmotorisierung des Innenstadt-Bereiches voranzutreiben.

III Technischer Bericht

Methode:	- allgemeine Bevölkerung:	CATI
	- InnenstadtbewohnerInnen:	online/schriftlich
	- Gewerbebetriebe:	online/schriftlich
Zeitraum der Befragung:	11. August – 10. September 2011	
Realisierte Stichprobe:	- allgemeine Bevölkerung:	1203
	BS und Umgebung	401
	Weitere Agglomeration	400
	Frankreich	201
	Deutschland	201
	- InnenstadtbewohnerInnen:	182 von 400 Angeschriebenen
	- Gewerbebetriebe:	159 von 525 Angeschriebenen
Ausschöpfung Befragung:	- allgemeine Bevölkerung:	34.2%
	BS und Umgebung	39.3%
	Weitere Agglomeration	33.0%
	Frankreich	35.0%
	Deutschland	28.4%
	- InnenstadtbewohnerInnen:	45.5%
	- Gewerbebetriebe:	30.3%
Besondere Vorkommnisse:	keine	
Verantwortliches Institut:	gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung	
Verantwortliche Projektleiter:	Martin Abele, lic. phil. Dr. Peter-Spichiger-Carlsson	

UMSCHLAGBILD AUSSEN

Barfüsserplatz

© 2012 Julian Salinas Fotografie, Basel

UMSCHLAGBILD INNEN

Rheinbord (Blick aus Kleinbasel bei der Mittleren Brücke)

© 2012 Porto Libro, Basel

© 2012 Bau- und Verkehrsdepartement des Kantons Basel-Stadt

Herausgeber

**Bau- und Verkehrsdepartement des Kantons Basel-Stadt
Städtebau & Architektur, Planungsamt**

**Präsidialdepartement des Kantons Basel-Stadt
Kantons- und Stadtentwicklung**

Redaktion

**Adrienne Mattmüller Hungerbühler und
Georg Philipp Müller, Planungsamt
Barbara Alder, Kantons- und Stadtentwicklung**

Studie

gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung

Gestaltung und Realisation

Porto Libro, Beat Roth, Basel

Fotos

© Kanton Basel-Stadt (soweit nicht anders erwähnt)

Plangrundlagen

© Grundbuch- und Vermessungsamt Basel-Stadt, 7.5.2012

Druck

Stuedler Press AG, Basel

Bezug

**Bau- und Verkehrsdepartement des Kantons Basel-Stadt
Städtebau & Architektur, Planungsamt
Rittergasse 4, 4001 Basel
Telefon +41 (0)61 267 92 25
www.innenstadt.bs.ch**

**Präsidialdepartement des Kantons Basel-Stadt
Kantons- und Stadtentwicklung**

**Marktplatz 30a, 4001 Basel
Telefon +41 (0)61 267 88 97
www.entwicklung.bs.ch**

Basel, im Mai 2012



Das Zeichen für
verantwortungsvolle
Waldwirtschaft

Papier aus 100 % Recycling,
FSC-zertifiziert und CO₂-neutral



No. 01-11-929119 – www.myclimate.org
© myclimate – The Climate Protection Partnership





Bau- und Verkehrsdepartement des Kantons Basel-Stadt
Städtebau & Architektur, Planungsamt
Rittergasse 4, 4001 Basel
Telefon +41 (0)61 267 92 25
www.innenstadt.bs.ch

Präsidialdepartement des Kantons Basel-Stadt
Kantons- und Stadtentwicklung
Marktplatz 30a, 4001 Basel
Telefon +41 (0)61 267 88 97
www.entwicklung.bs.ch