

Der Kommunikationsraum Basel, 1996

Umfassende Analyse der Kommunikations- und Mediensituation im Raum Basel. Die Studie entstand im Rahmen eines Pilotprojektes zur Machbarkeit eines gesamtschweizerischen regionalisierten Kommunikationsatlas. Sie beruht auf umfangreichen Sekundäranalysen zu Medieninfrastruktur, -angebot und -nutzung sowie auf einer Befragung der Kommunikationsunternehmen im Raum Basel und Expertengesprächen.

Resultate

Die **Bevölkerung** des Kommunikationsraumes Basel ist charakterisiert durch einen relativ hohen Ausländeranteil, ein hohes Pro-Kopf-Einkommen, einen überdurchschnittlichen Bildungsstand, ein starkes Identitätsgefühl und einen hohen Anteil von Personen mit eher progressiver, nonkonformistischer und zum Teil wirtschaftskritischer Haltung.

Die Basler **Kommunikations- und Medienbranche** erwirtschaftet rund eine Milliarde Franken Umsatz und zählt etwa 900 Betriebe mit 6'500 Beschäftigten. Zwischen 1985 und 1991 erlebte der Sektor zwar ein starkes Wachstum, das jedoch nicht über dem gesamtschweizerischen Durchschnitt lag. Auch der Anteil der Medienarbeitsplätze im Kommunikationsraum Basel liegt nicht über dem Durchschnitt der Schweiz. Wirtschaftliche Effekte der medienpolitischen Massnahmen der Basler Kantonsregierung in diesem Zeitraum sind somit kaum nachweisbar. Als entwicklungshemmendes Moment wird bei der Expertenbefragung auch die Dominanz der Basler Zeitung genannt. Im Kommunikationsraum Basel erschienen 1994 26 Zeitungen und fast 300 Zeitschriften mit einer kumulierten Jahresauflage von rund 200 Mio Exemplaren. Ferner sind über 1'300 Buchtitel erschienen. Deutlich weniger entwickelt ist der wachstumsträchtige Bereich der audiovisuellen bzw. elektronischen Medien, was sich auch in der Zahl der Beschäftigten in diesem Zweig ausdrückt: Nur 10% arbeiten in der Rundfunk-, Film- oder Telekommunikationswirtschaft oder im Bereich der neuen elektronischen Medien.

Insgesamt ist der **Medienkonsum** im Kommunikationsraum Basel etwas geringer als in der übrigen deutschen Schweiz. Auffallend ist,

dass deutlich weniger Radio gehört wird - trotz einem äusserst vielfältigen Angebot. Dieses vermag offenbar viele Baslerinnen und Basler nicht vollends zufriedenzustellen, wobei sie eine bemerkenswerte Präferenz für ausländische Radioprogramme aufweisen. Bei der Printmediennutzung zeigt sich eine dominierende Stellung der Basler Zeitung, deren Reichweite im Kommunikationsraum aber geringer ist als diejenige anderer "Monopolzeitungen" in ihren Räumen. Die Baslerinnen und Basler stellen punkto Printmedien hohe Ansprüche - Titel mit einem eher elitären Zielpublikum erzielen weit überdurchschnittliche Reichweiten.