



Abstract Bachelor Thesis

Jahr: 2023

Name / Vorname: Kurz Sina

Betreuerin / Betreuer: Hegg Kevin

Titel: Markenimage der Markthalle Basel

Zusammenfassung:

Diese Bachelorarbeit befasst sich mit dem Markenimage der Markthalle Basel. Anhand einer ausführlichen Image-Analyse werden sowohl der Ist-Zustand der Markenidentität als auch des Markenimages erforscht. Das Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, die Unterschiede zwischen dem Selbstbild und dem Fremdbild der Markthalle Basel aufzuzeigen. Um diese Analyse umzusetzen, ist eine umfangreiche Literaturrecherche durchgeführt worden, auf deren Basis im Anschluss die Befragung von sechs verschiedenen Stakeholdern stattgefunden hat. Diese Befragungen ergaben sowohl qualitative als auch quantitative Daten, welche zur Erstellung des Ist-Zustandes genutzt wurden.

Die internen Stakeholder (Verwaltungsrat, Mitarbeitende und Anbietende) widerspiegeln eine grundsätzlich stimmige Markenidentität. Es gab allerdings einige ausreissende Meinungen gerade von der Gruppe der Anbietenden. Die Leistungen, welche die Markthalle Basel ihren Kund/-innen bietet, reichen von einem vielfältigen kulinarischen Angebot bis hin zu einem breiten Kulturangebot. Die Herkunft der Markthalle Basel ist geprägt vom Mitwirken aller internen Beteiligten. So entwickelte sich die Markthalle Basel, welche sich an den Werten Mitgestaltung, Engagement, Leidenschaft und Diversität orientiert und sich durch die Kompetenzen Improvisieren und Möglichkeiten zu schaffen abhebt. Die Markthalle Basel kommuniziert offen, einladend und leicht crazy. In der Zukunft möchte die Markthalle Basel noch nachhaltiger werden und ihr aktuelles Konzept noch besser vermarkten.

Die externen Stakeholder (Eventpartner/-innen, Kund/-innen und potenzielle Kund/-innen) zeigten aufgrund der unterschiedlichen Bedürfnisse an die Markthalle Basel einige Diskrepanzen im Hinblick der Markenidentität auf. Zusammengefasst wird die Leistung der Markthalle Basel vor allem durch das breite Essangebot beschrieben, während die anderen Angebote etwas im Hintergrund stehen. Die persönliche Note der Markthalle Basel spüren auch die Kund/-innen. Im Fremdbild werden der Markthalle Basel die Werte Integration, Diversität und Offenheit zugeordnet. Die Markthalle Basel wird in ihrem Auftreten als offen, laut, sympathisch und vielfältig wahrgenommen. Die Kompetenzen der Markthalle ist es, einen einladenden Ort für das Zusammentreffen von Menschen zu schaffen. Ein weiteres Merkmal ist die Flexibilität. In der Vision der Markthalle Basel sehen die externen Stakeholder das Zusammenbringen von Menschen.

Die Markenidentität und das Markenimage der Markthalle Basel gleichen sich in vielen Hinsichten. Die Problematiken, welche intern angesprochen wurde, finden sich auch meistens in der Aussensicht wieder. Dementsprechend zeigen sich nur wenige Unstimmigkeiten vom Fremdbild zum Selbstbild. Die vorliegenden Daten dienen der Markthallen AG Basel als Grundlage für weitere Analysen und die Erstellung eines Soll-Images.

Schlagwörter:

Markenimage, identitätsorientiertes Markenmanagement, Ist-Analyse