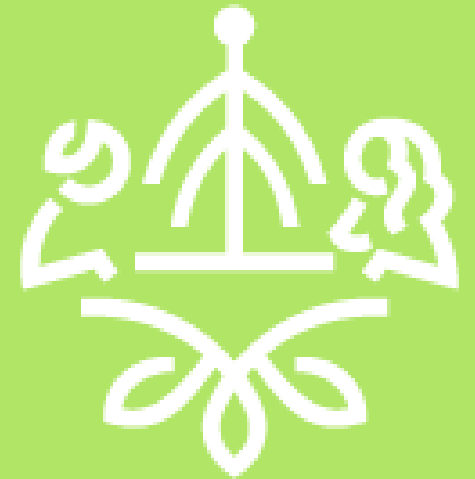


Leben in Baden

Zwischen Kurtradition und Zukunft:
wie die Badener*innen ihre Stadt sehen

April 2026



Umfrage-Basics | Studien-Steckbrief

Auftraggeber

Marketagent in Kooperation mit der Badener Zeitung und dem Stadt Marketing Baden

Methode

CAWI | Marketagent Online Panel + Leser*innen der Badener Zeitung + Netzwerk des Stadtmarketing Stadt Baden

Sample-Größe

n = 510 Netto-Interviews, anfallende Stichprobe

Kernzielgruppe

Personen, die im Bezirk Baden wohnen | Inzidenz: 100%

Feldzeit

20.03.2026 - 12.04.2026

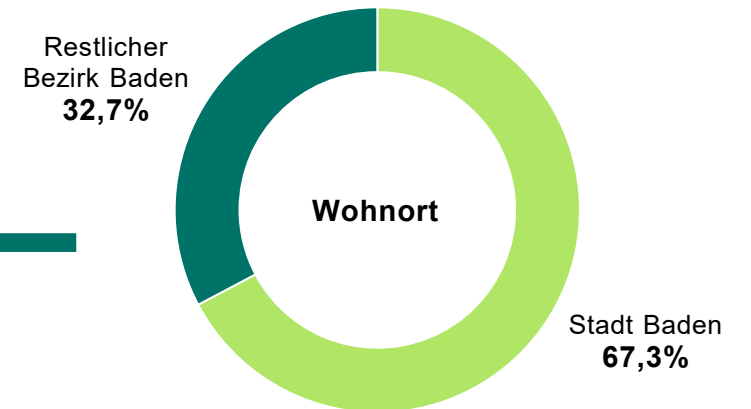
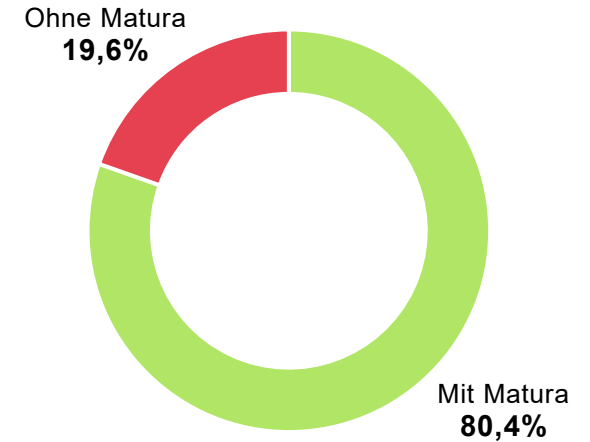
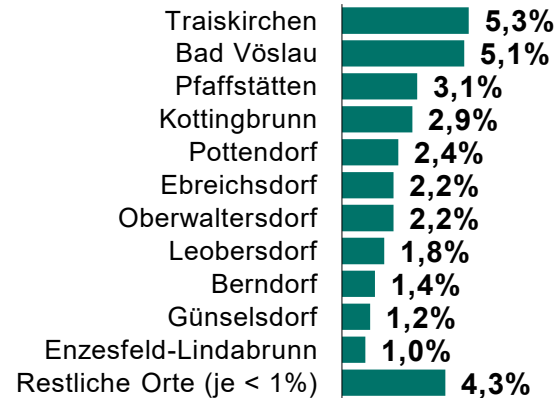
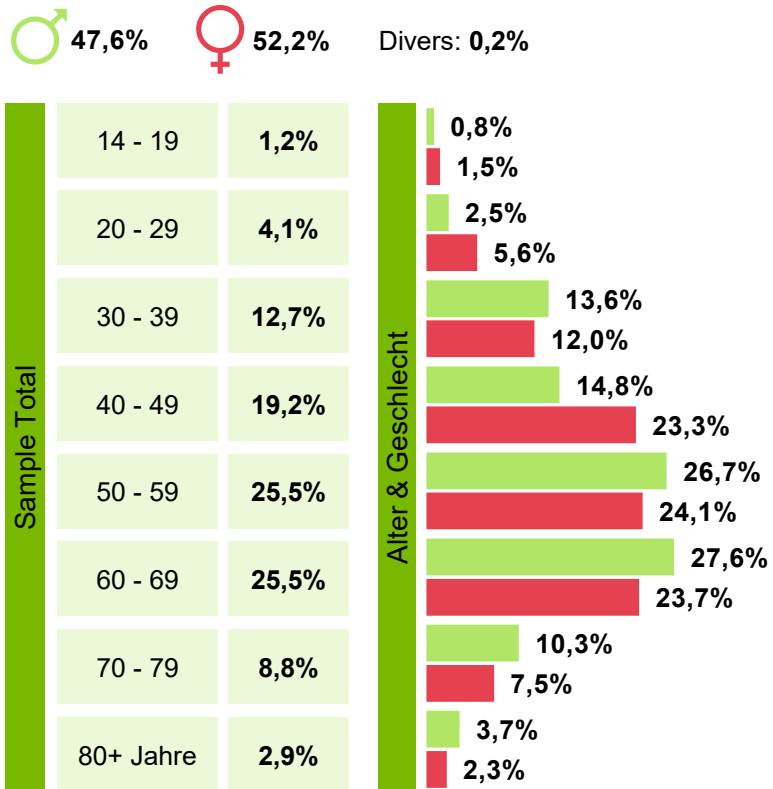
Studienumfang

20 Fragen

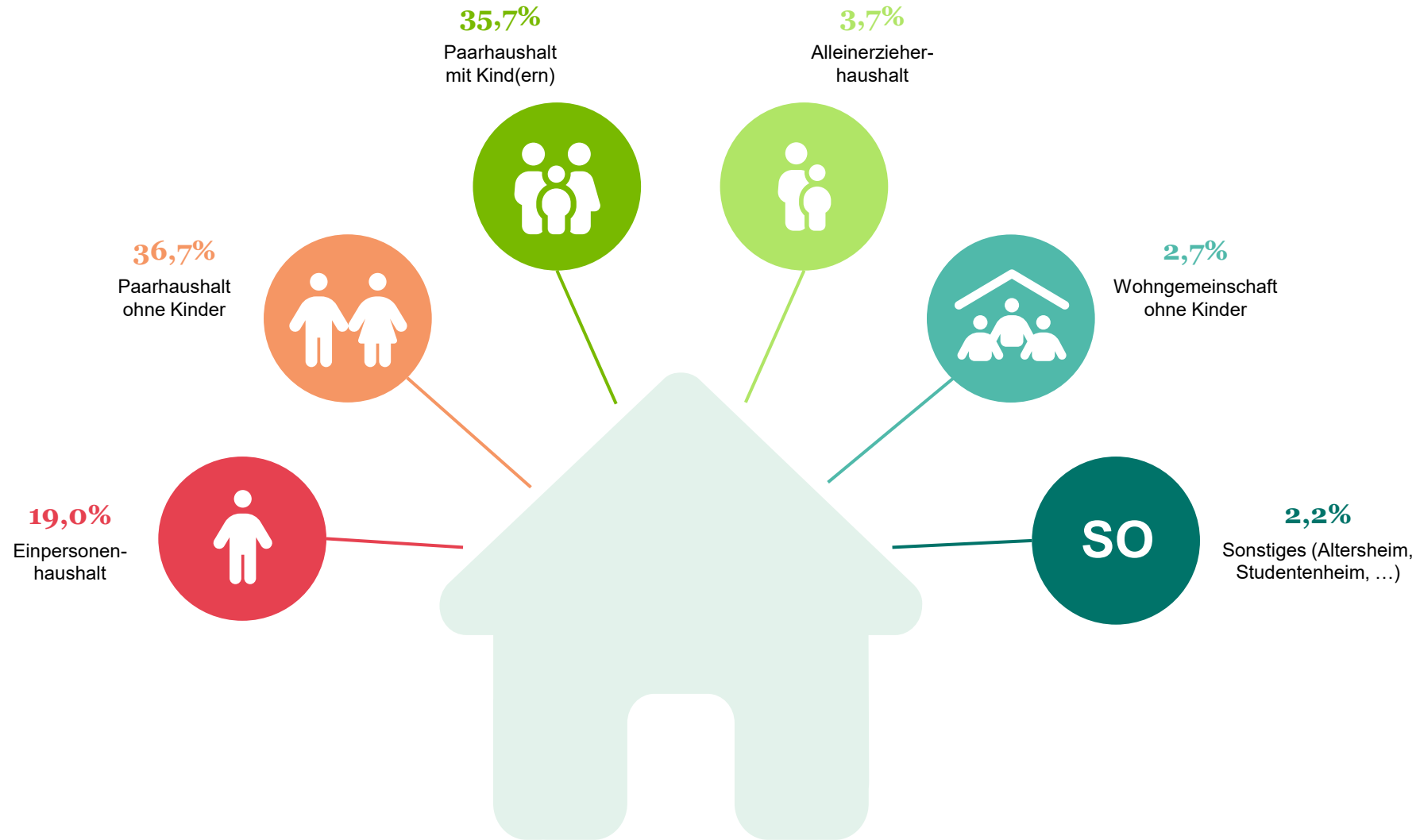
Mobile Teilnahme

63,9%

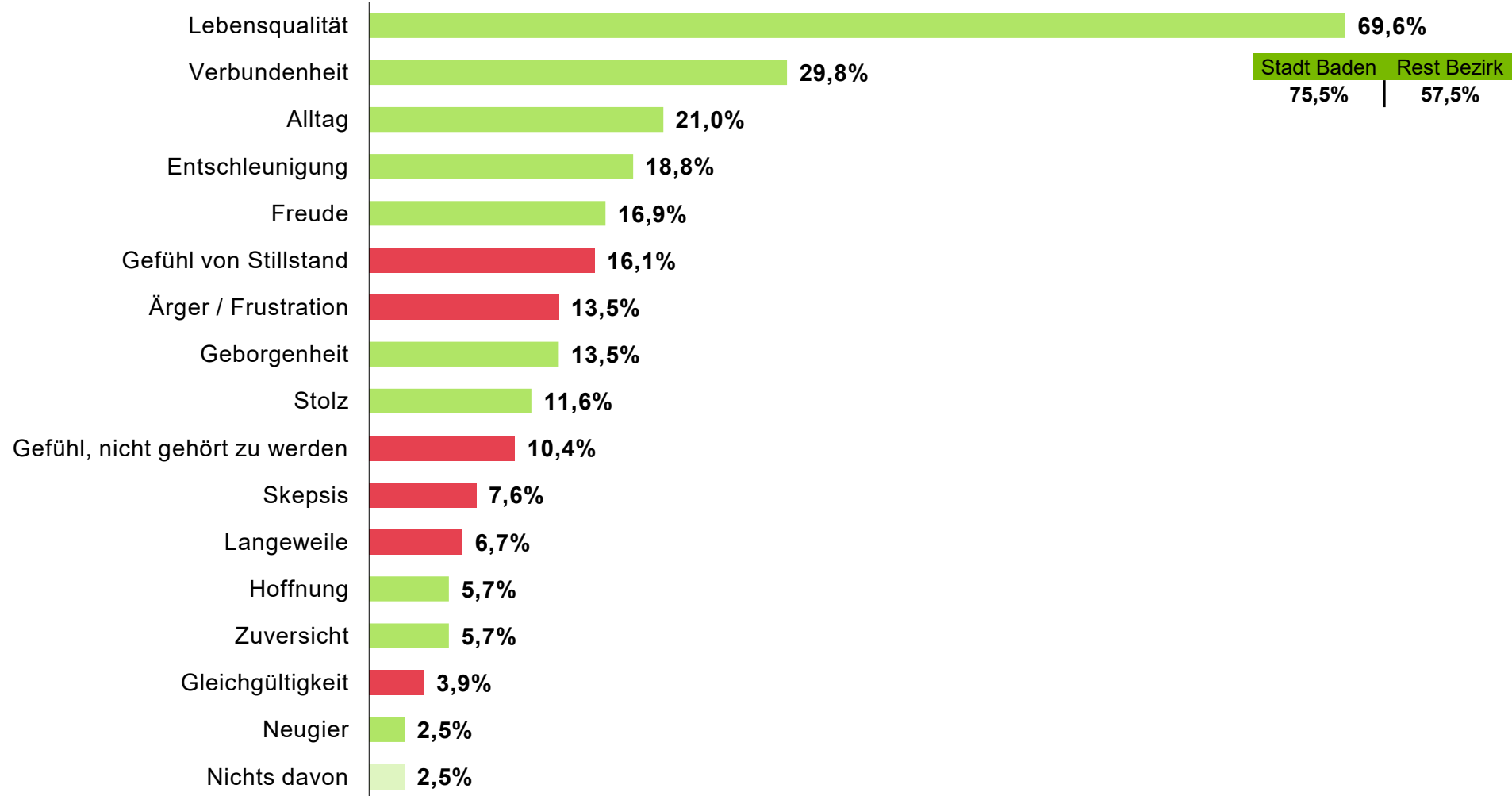
Zusammensetzung des Samples | n = 510



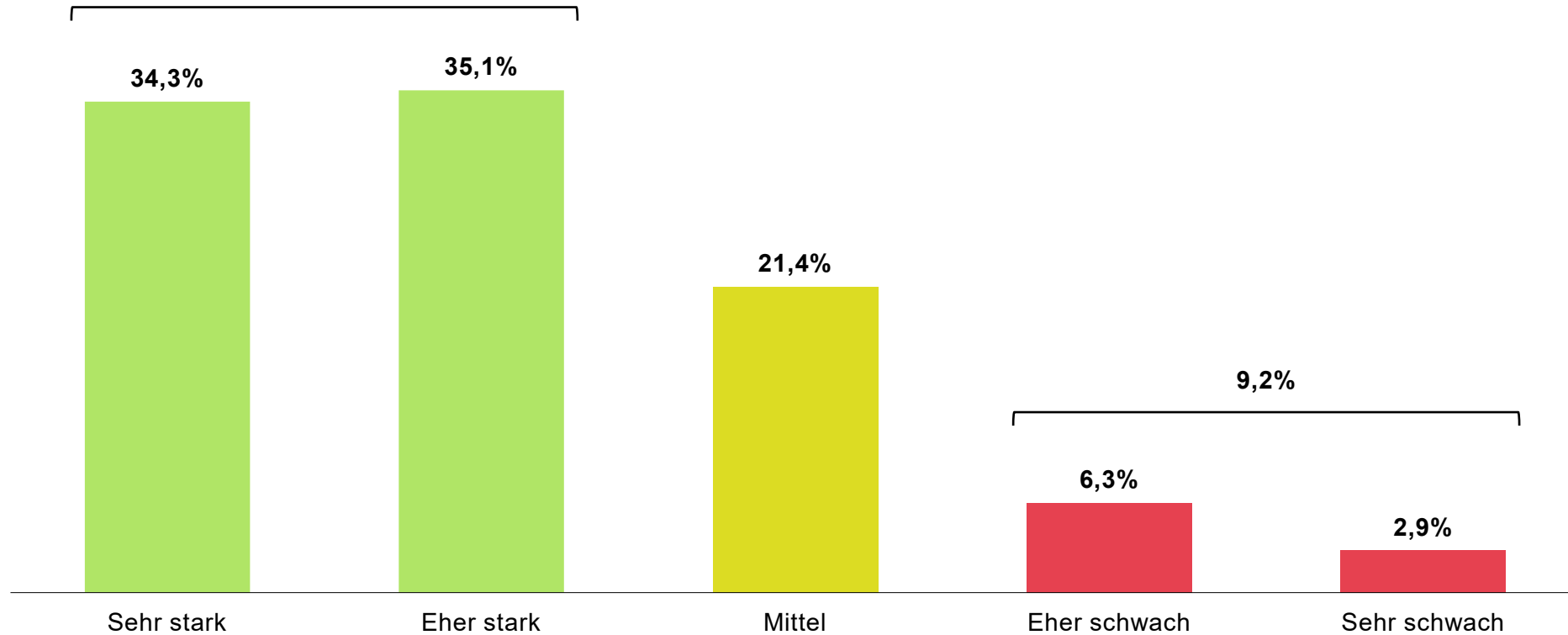
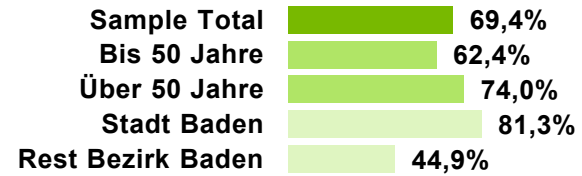
Familien-/ Wohnsituation | n = 510



Assoziationen mit der Stadt Baden



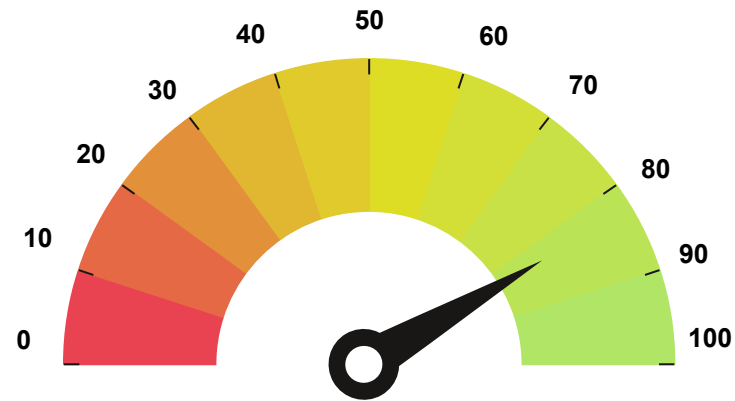
Verbundenheit mit Baden



Baden als Person



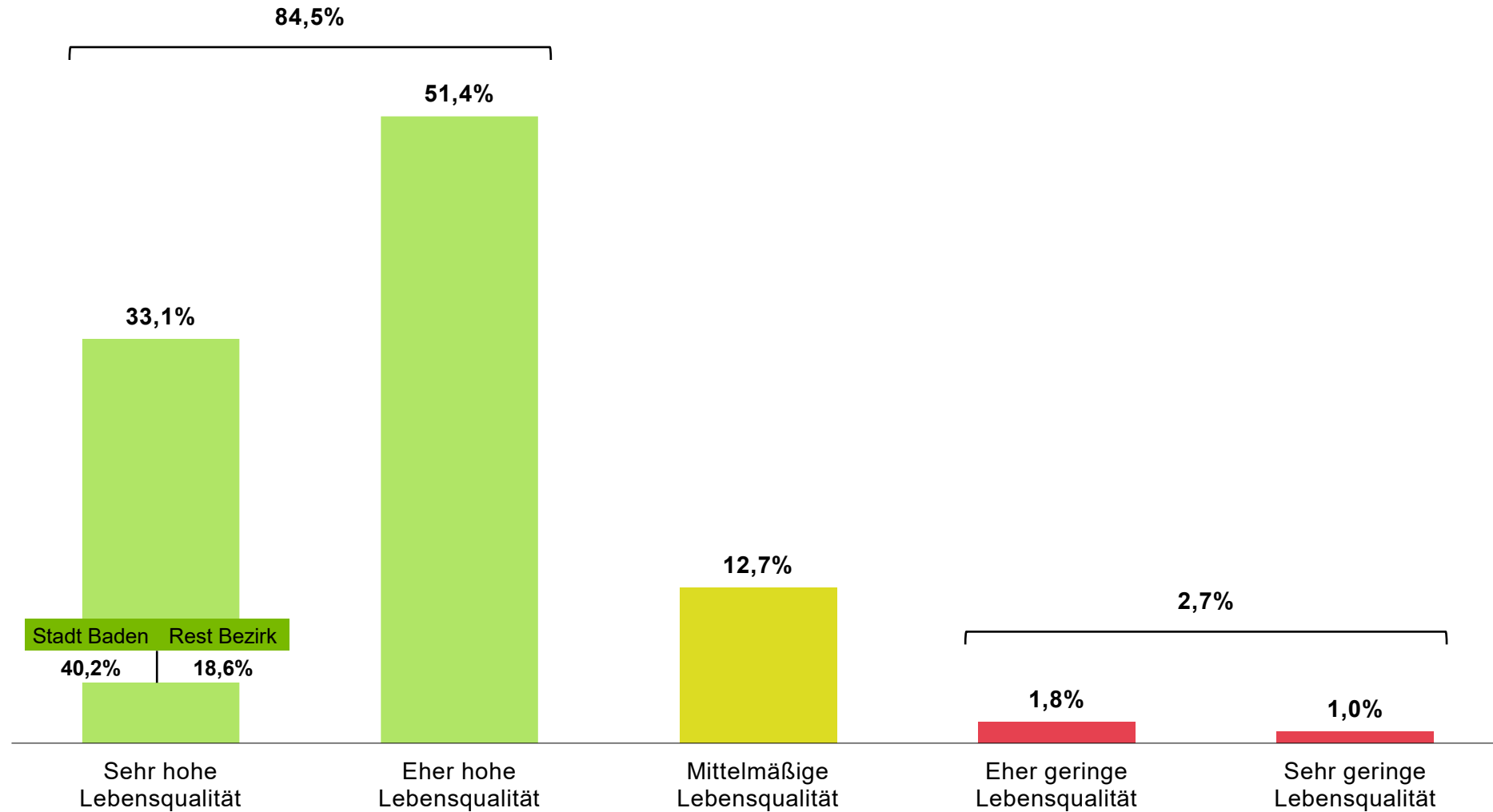
Lebensqualität in Baden



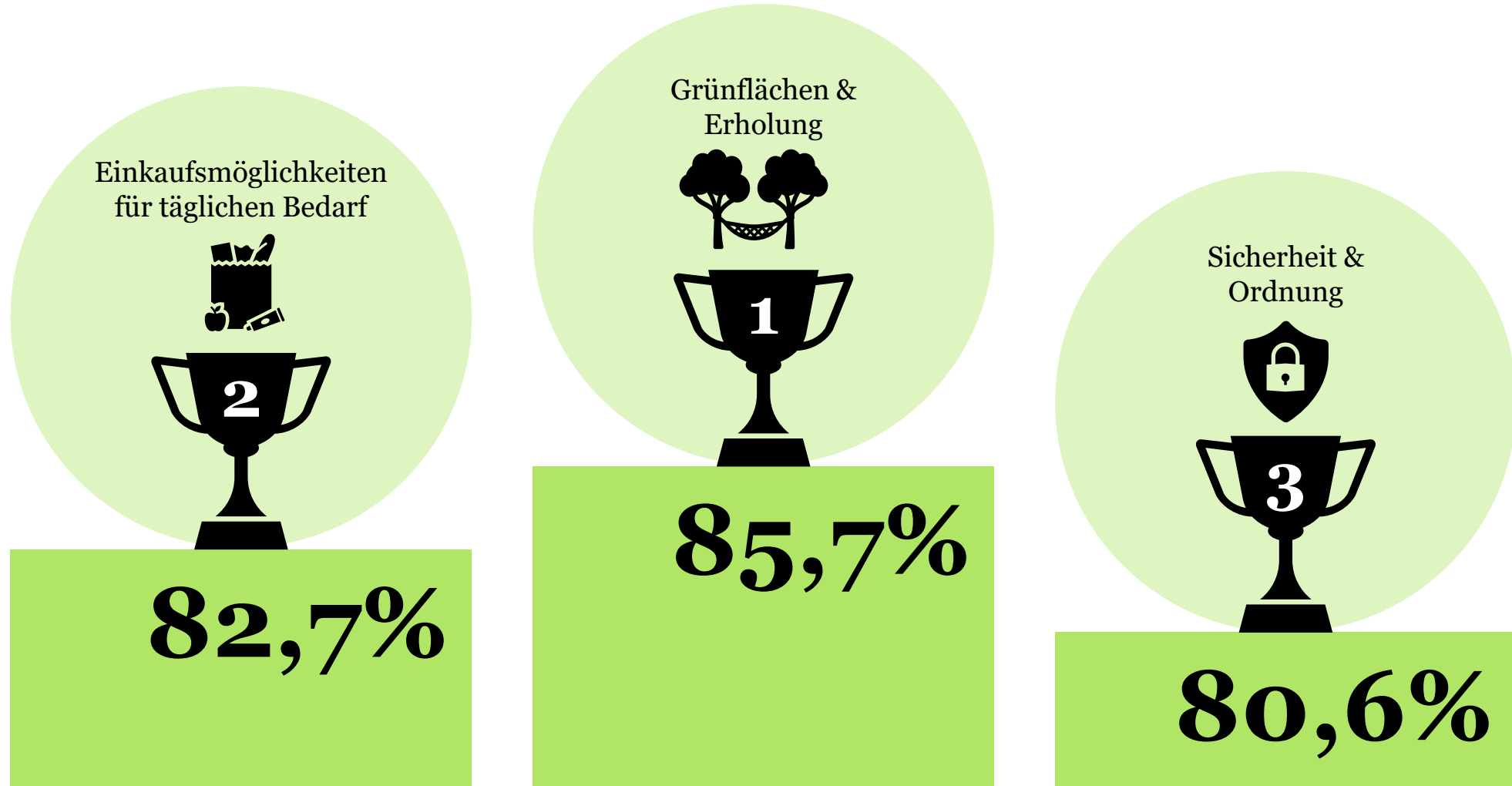
84,5%

Bewerten die Lebensqualität in
Baden als sehr oder eher gut

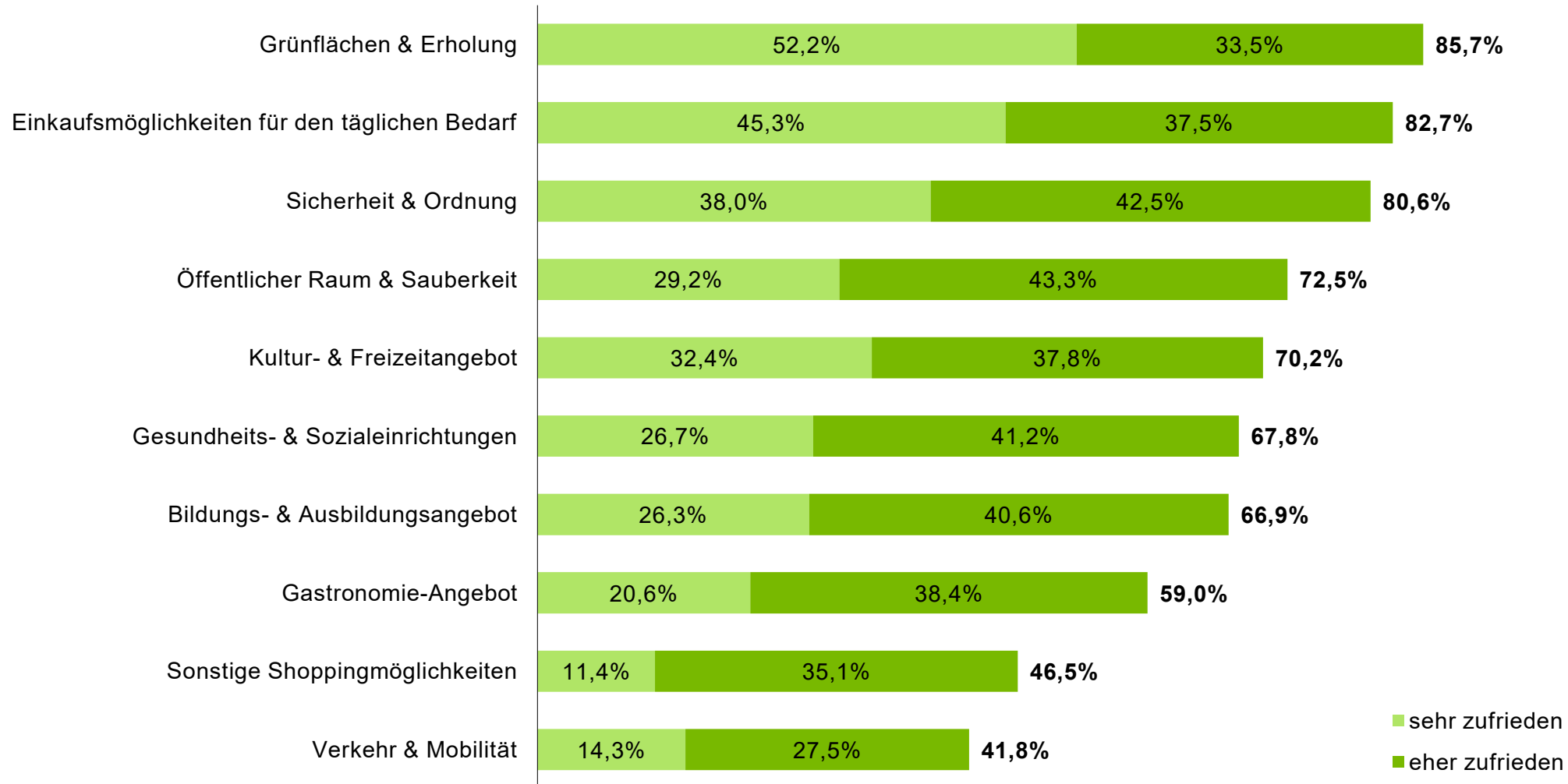
Lebensqualität in Baden



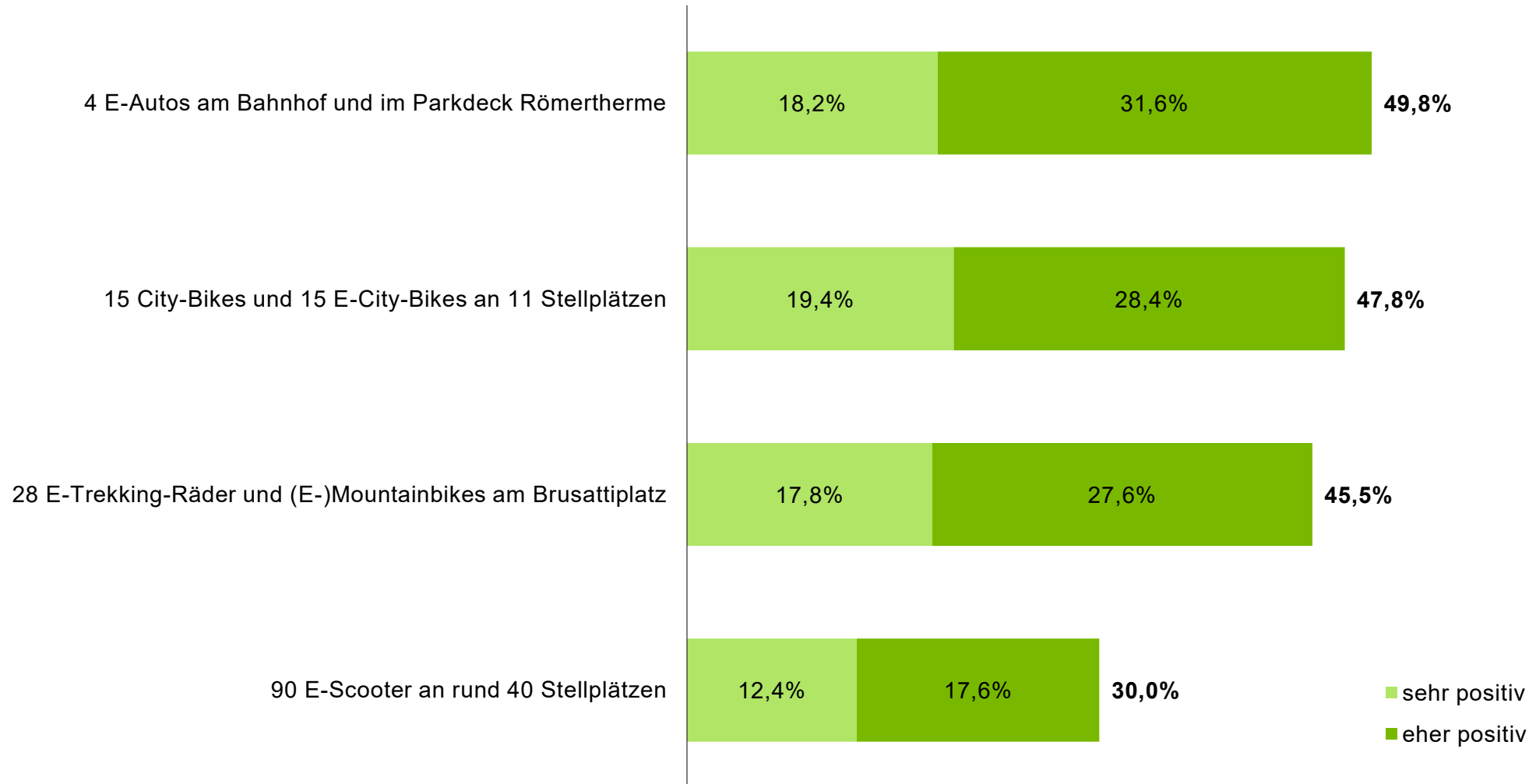
Top 3 Bereiche, in denen Baden “glänzt“



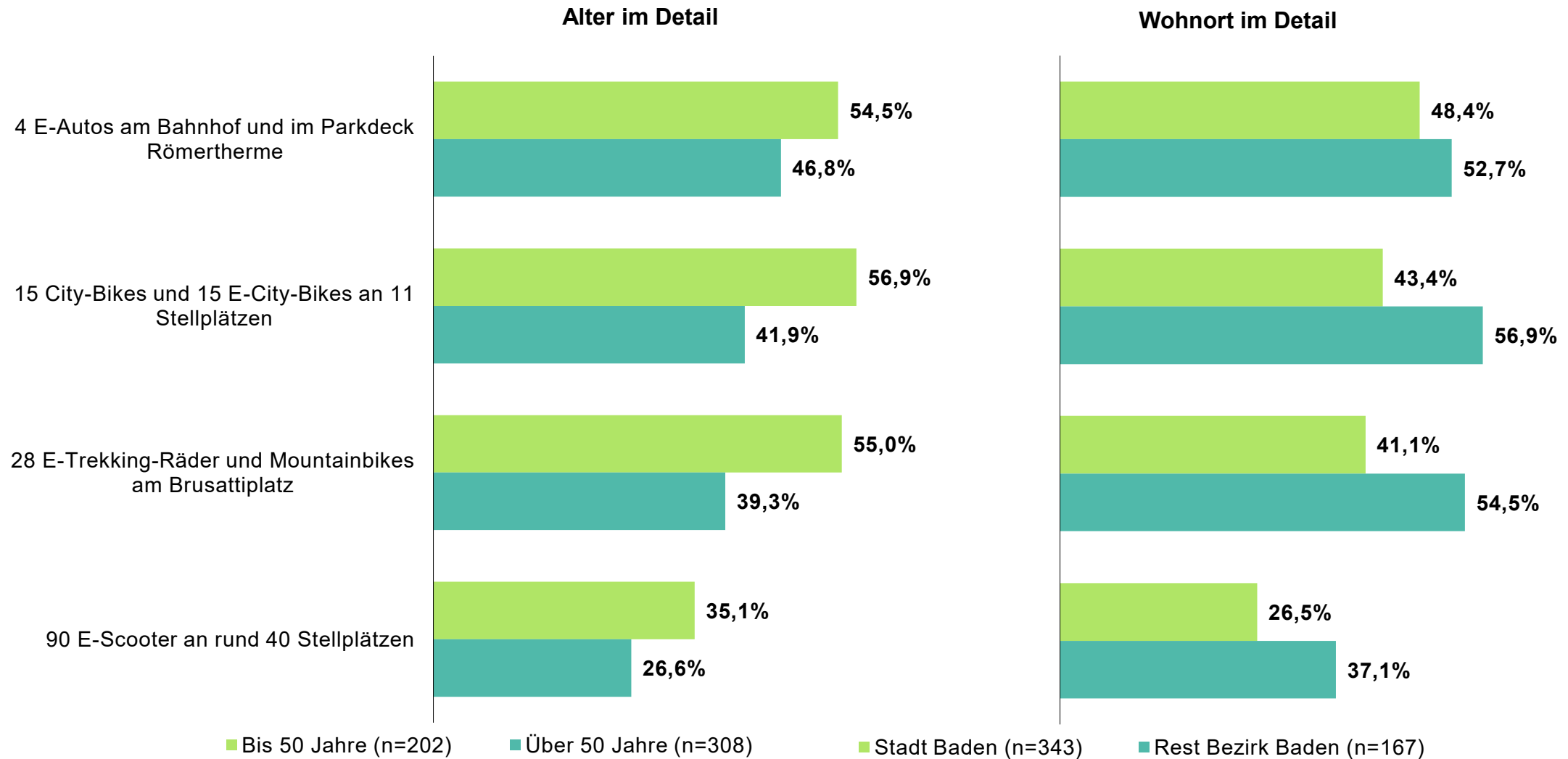
Zufriedenheit mit Infrastruktur und Stadtangebot in Baden



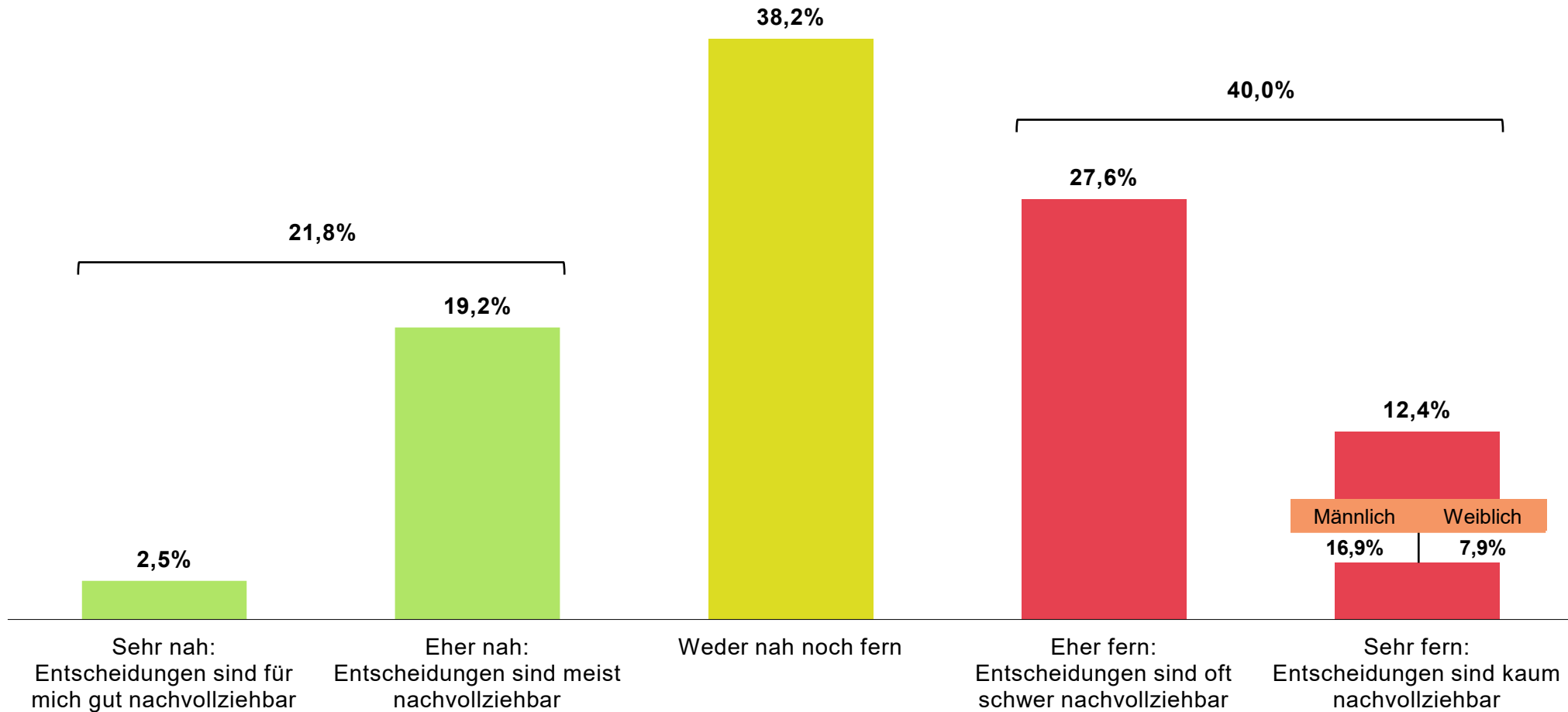
Bewertung der Angebote von „Baden Mobil“



Bewertung der Angebote von „Baden Mobil“

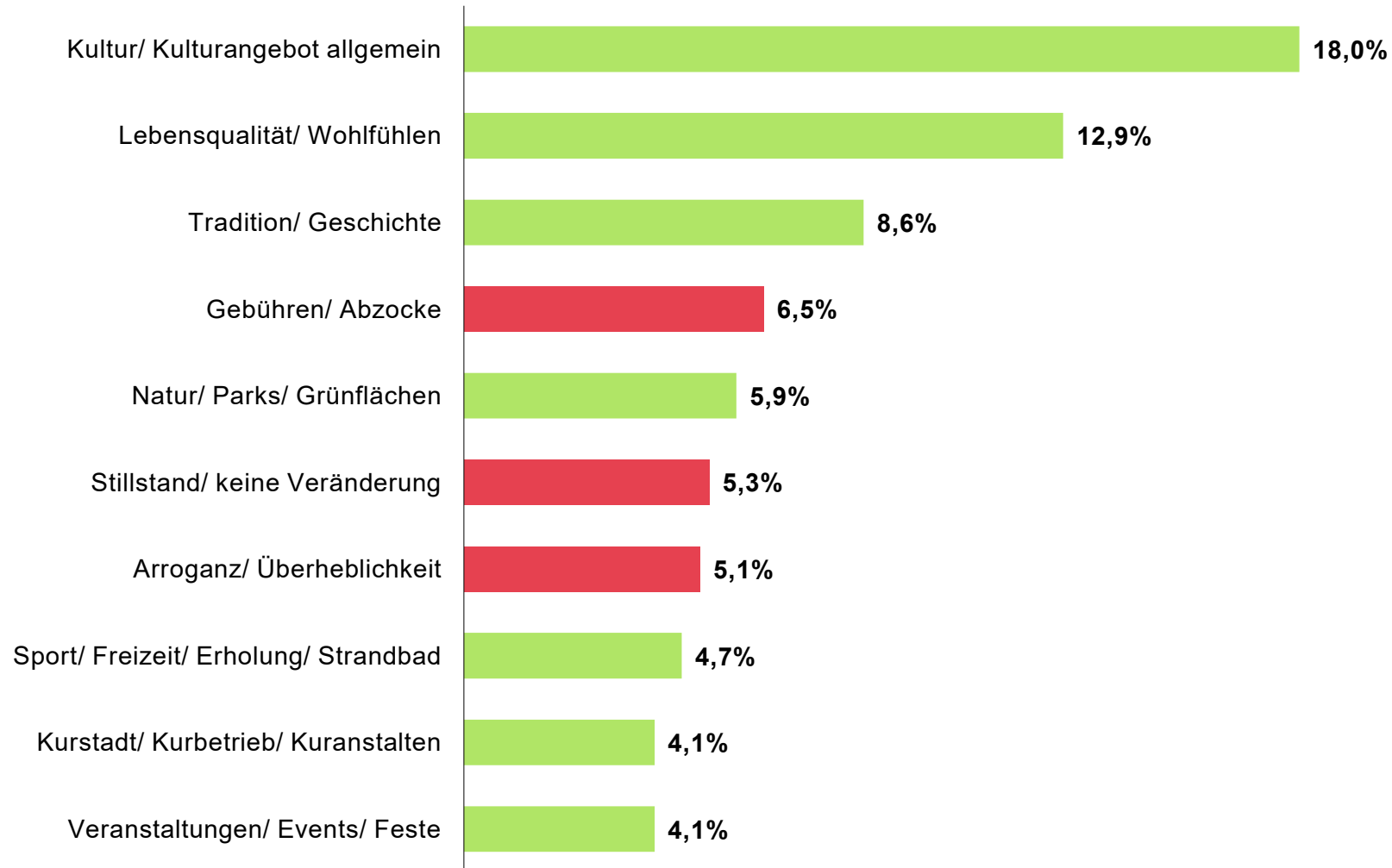


Entscheidungen in Baden

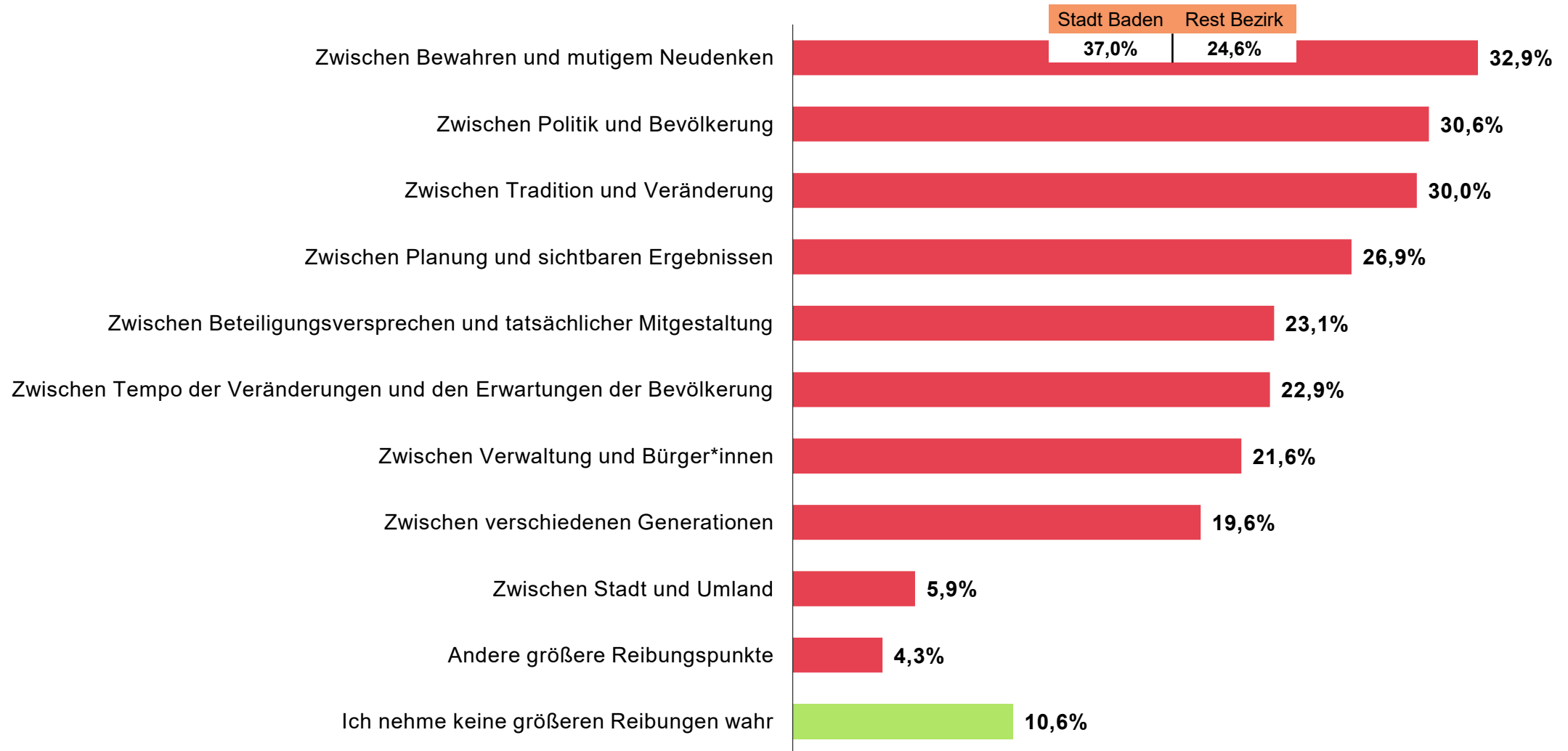


Stärken der Stadt Baden

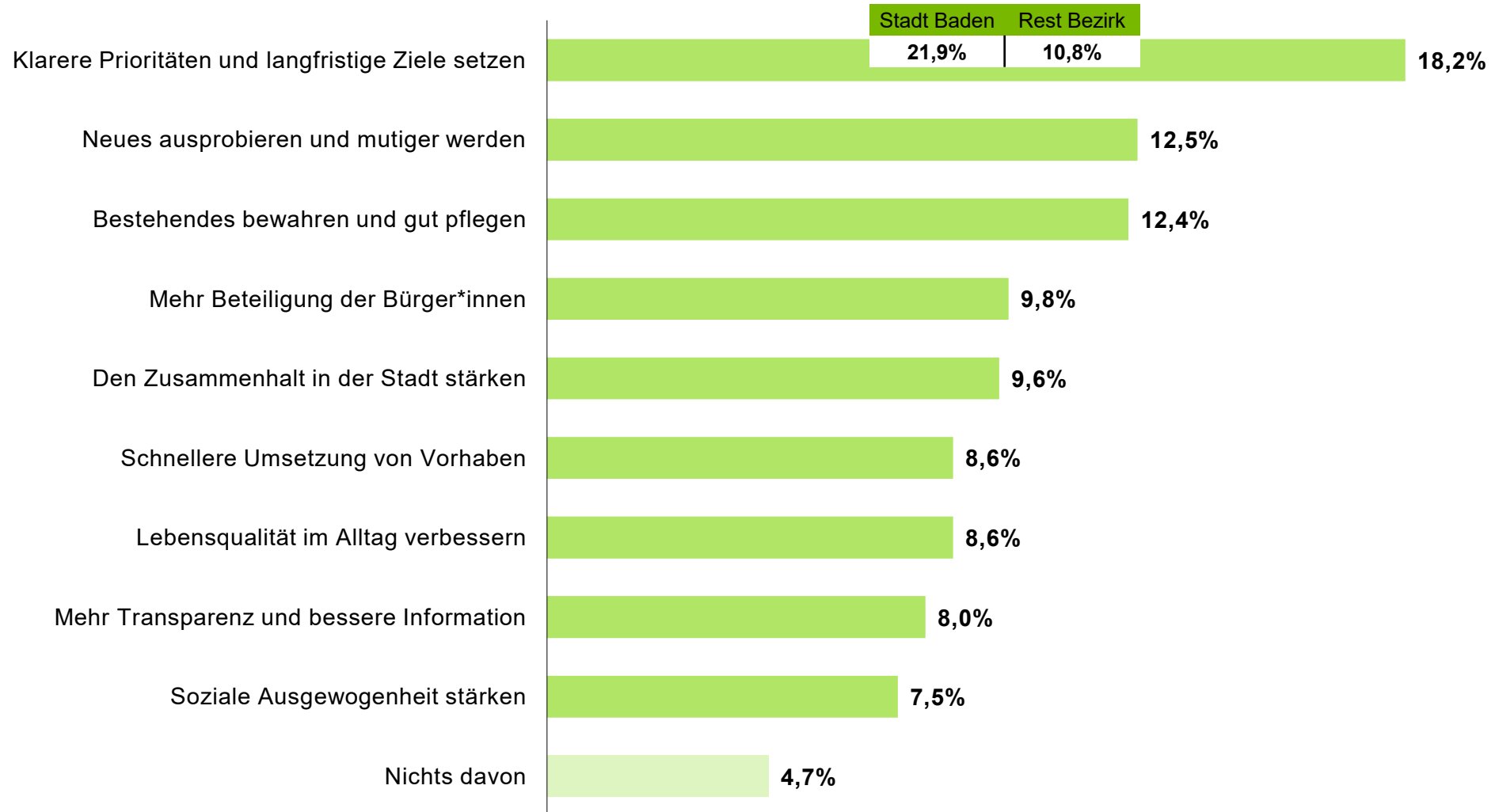
ungestützt | Top 10 Nennungen



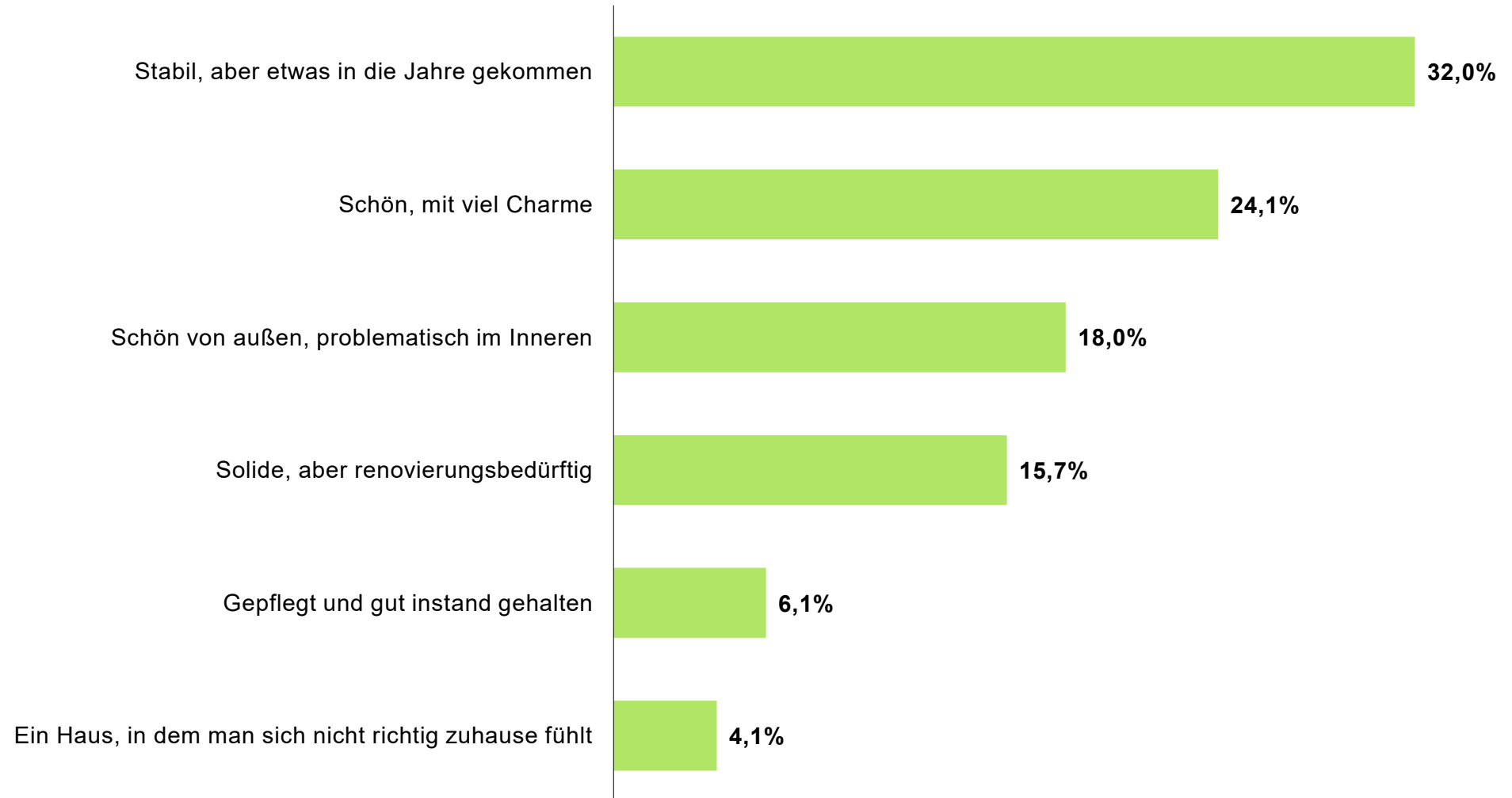
Zentrale „Reibungspunkte“ in Baden



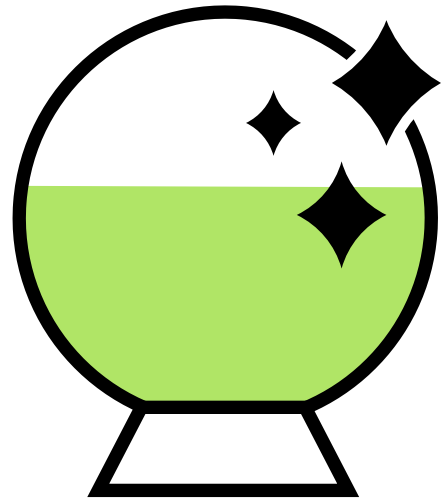
Wichtigster Wunsch für die Zukunft Badens



Baden als Haus



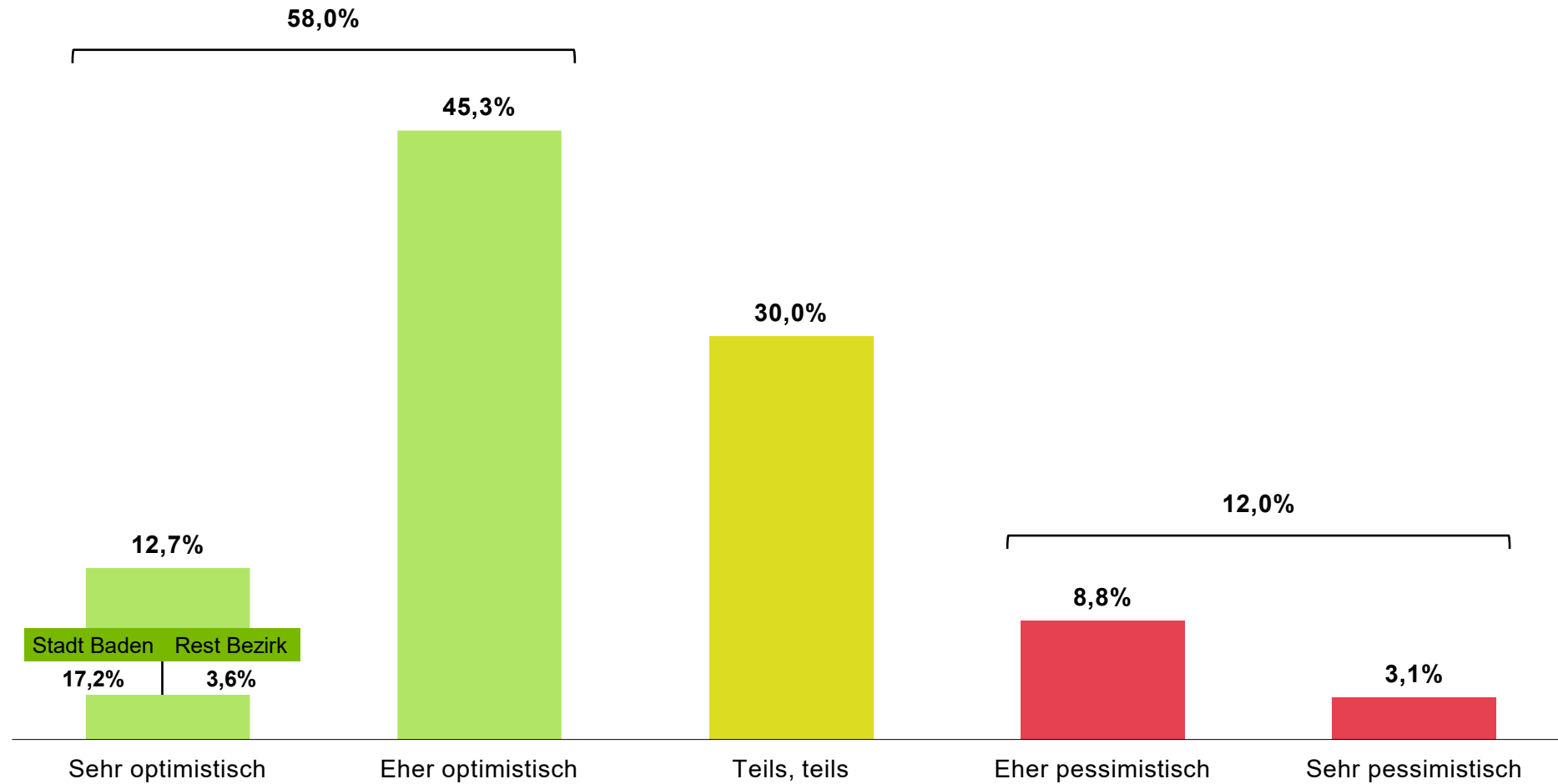
Blick in die Zukunft der Stadt



58,0%

blicken (eher) optimistisch
in die Zukunft von Baden

Blick in die Zukunft der Stadt



Wünsche für die Zukunft Badens

ungestützt | Top 10 Nennungen



**einfach
schnell
fragen.**

Mag. Thomas Schwabl
Geschäftsführer

t.schwabl@marketagent.com
02252 909 009

Mühlgasse 59
2500 Baden

www.marketagent.com



marketagent.